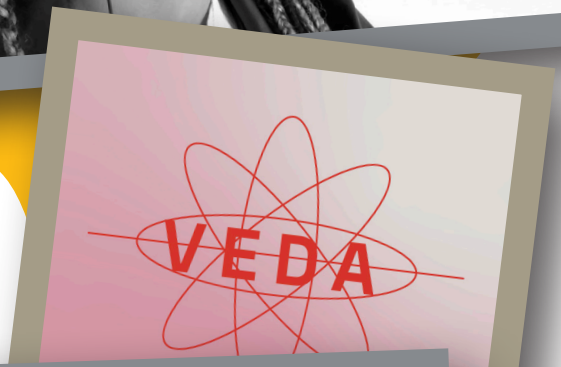
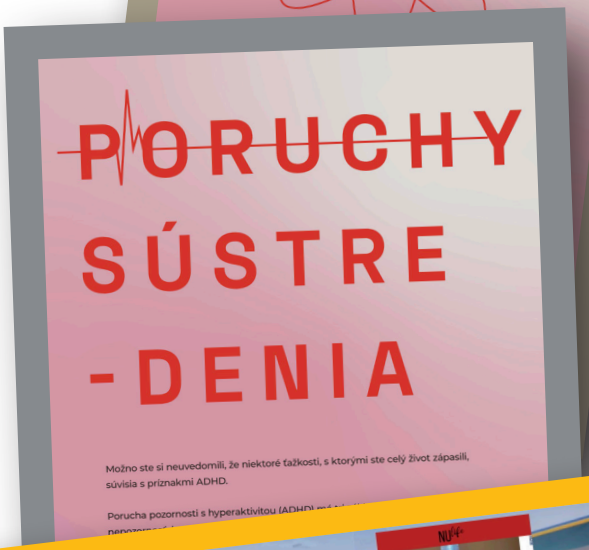
The 16 Hz Project

SK PR STRATEGIES

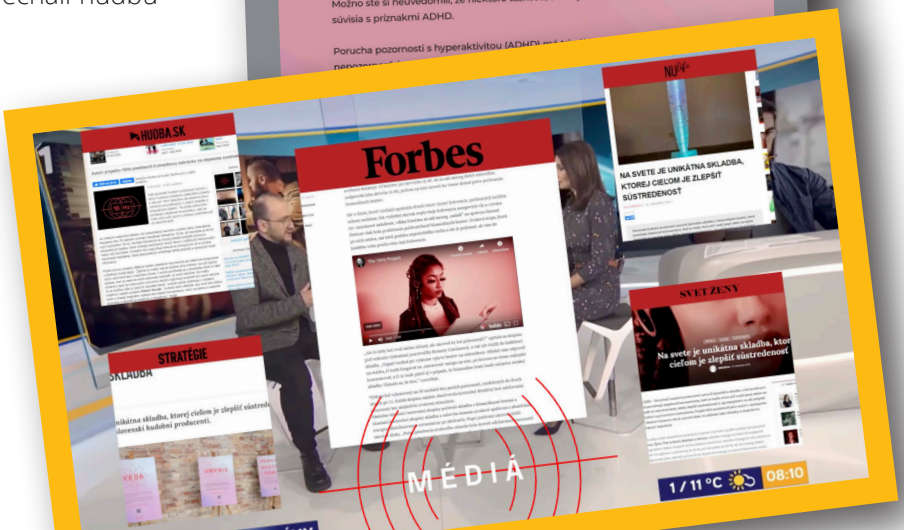
Spolu s agentúrou Pán Slovák a jeho priatelia sme sa rozhodli svetu ponúknuť unikátnu skladbu, ktorej cieľom je zlepšiť sústredenosť. Už v minulosti výskumy dokázali pozitívny vplyv tzv. binaurálnych beatov na stav relaxácie či meditácie. Spojením vedeckého bádania a súčasnej hudby vznikla unikátna skladba. Ako prvým sa nám podarilo úspešne predstaviť hudobné dielo s pozitívnym vplyvom na sústredenie, a tak pomôcť stále narastajúcemu počtu ľudí s poruchou pozornosti (ADHD). V projekte 16 Hz sa spojila veda – hudba – umenie pre dobrú vec.





VÝZVA A CIEĽ

Výskumy hovoria, že schopnosť sústrediť sa - sa znížila z 12 na 8 sekúnd. Cieľom projektu je pomôcť ľudom trpiacim touto poruchou. Sekundárnym cieľom je zvýšiť povedomie verejnosti o poruche sústredenia (ADHD) a vyzbierať peniaze pre Ligu za duševné zdravie predajom skladby. V rámci komunikácie sme sa snažili predstaviť tento projekt širokej verejnosti tak, aby bol zaujímavý a zároveň ľahko pochopiteľný. Či už išlo o sociálne siete, internetovú stránku, šírenie informácií prostredníctvom mediálnych partnerov alebo samotný event, kde sme nechali hudbu „hovoriť" samú za seba.



SK
PR
STRATEGIES

STRATÉGIA A PLÁN

Plán bol vytvoriť skladby navodzujúce stav sústredenia a následne vytvoriť album na predaj. Ľudia si album zakúpili a vyzbieraná suma z predaja šla na podporu Lige za duševné zdravie. Projekt spája svet umenia, vedy a duševného zdravia, preto sme oslovili širokú škálu médií. Online video a aktivita na soc. sieťach vysvetlili princíp projektu a zároveň vyzvali k zakúpeniu skladby. Webová stránka ponúka podrobnejšie informácie o projekte, jeho výskume, predstavila hudobníkov a slúži aj ako miesto na predaj skladby. Na evente v bratislavskom Bless x Nu Spirit sme projekt predstavili novinárom a širokému publiku..

REALIZÁCIA

Realizácia projektu mala niekoľko fáz. Najskôr sa skúmalo, potom tvorilo a následne komunikovalo. V úvode odborníci binaurálne beaty "vložili" do pesničky. Testovaní dobrovoľníci popri počúvaní riešili náročné úlohy, zatiaľ čo im bola pomocou EEG meraná aktivita mozgu. Dokázalo sa, že binaurálne beaty fungujú, aj keď sú súčasťou hudobného diela.
O skladbu sa postaralo päť slovenských hudobných producentov. Napriek mnohým obmedzeniam – príliš vysokým, ale i nízkym tónom, či spevu, sa postarali, aby boli vzniknuté skladby účinné. Za vizuálne atraktívnym uvedením projektu stojí výtvarník Ašot Haas. Podarilo sa mu prepojiť zvuk s obrazom a pomocou lasera tak vytvoril dielo modelované zvukom. Vrcholom realizácie projektu bol event v klube Bless x Nu Spirit, kde sme spolu s tvorcami 16 Hz predstavili novinárom i širokému publiku. Návštevníci mohli skladbu počúvať z pripravených slúchadiel a sledovať laserovú šou. Na evente sme projekt vysvetlili, priblížili jeho výskum a predstavili producentov i autora artworku. Mixom vhodne zvolených komunikačných nástrojov sme preniesli informácie o projekte prostredníctvom médií širokej verejnosti a tiež ľuďom s ADHD.

VÝSLEDKY

Premysleným PR sa nám vo veľmi krátkom čase podarilo nielen odkomunikovať posolstvo projektu – a to, že frekvencia 16 Hz zlepšuje sústredenosť, ale aj zvýšiť povedomie o ADHD a podporiť Ligu za duševné zdravie. Oslovili sme širokú škálu ľudí, keďže poruchou trpia všetky vekové kategórie a projektom sa zaoberali mnohé mienkotvorné médiá. Na podporu predaja bola skladba ponúknutá firmám ako zaujímavý benefit pre zamestnancov, ktorí pracujú z domu alebo v zdieľaných priestoroch. Skladbu si mohli ľudia tiež zakúpiť nahratú priamo v slúchadlách ako hodnotnejší darčekový predmet.