

Tytuł scenariusza: **Jak stworzyć kampanię społeczną?**

Autorka scenariusza: Anna Lżyńska

Etap edukacyjny: II i III

Krótki opis scenariusza:

Zajęcia mają na celu przedstawienie uczniom procesu pracy nad kampanią społeczną jako metody na rozwiązanie określonego problemu społecznego oraz zaprezentowanie przykładów ciekawych działań podejmowanych w ramach kampanii społecznych. Oprócz wiedzy teoretycznej uczniowie opracują koncepcję własnej kampanii społecznej, poruszającej ważny dla nich temat.

Czas trwania: 2 x 45 minut

Pytanie kluczowe: Jak stworzyć kampanię społeczną?

Cele lekcji:

- dowiesz się czym jest kampania społeczna i jakie są poszczególne etapy jej powstawania
- zrozumiesz, w jaki sposób należy planować kampanię społeczną, aby była skuteczna
- będziesz potrafić zaprojektować przykładową kampanię społeczną.

Kryteria oceny:

- powiesz czym jest kampania społeczna
- wymienisz poszczególne etapy powstawania kampanii społecznej
- wymienisz cechy skutecznej kampanii
- będziesz potrafić zaplanować kampanię społeczną.

Metody: analiza źródeł, burza mózgów.

Środki dydaktyczne i materiały: prezentacja multimedialna, materiały wideo i graficzne.

Formy pracy: praca indywidualna oraz grupowa.

Przebieg zajęć:

Wprowadzenie:

1. Przedstaw uczniom i uczennicom temat i cele zajęć. Pokaż kilka spotów kampanii społecznych, np.:

<https://www.youtube.com/watch?v=hJB4FDFxIYg>

<https://www.youtube.com/watch?v=Jb1y807z8Jc>

<https://www.youtube.com/watch?v=y0MYwC0tvyM> (3 minuty)

2. Zapytaj uczniów i uczennice czy spotkali się kiedyś z pojęciem „kampania społeczna” i czy wiedzą co ono oznacza. Wyjaśnij, że jest to taki rodzaj kampanii, w którym nadawca chce przekonać odbiorców żeby zachowywali się w określony sposób (taki, który jest ogólnie uznawany za słuszny); porusza temat społeczny, a nie zachęca do zakupu produktu czy usługi. Ma na celu rozszerzenie wiedzy na dany temat.

Podsumuj: kampania społeczna to zestaw różnych działań zaplanowanych w konkretnym czasie, skierowanych do określonej grupy docelowej, której celem jest doprowadzenie do wzrostu wiedzy, zmiany myślenia, zachowania wobec określonego problemu społecznego lub prowadzi do rozwiązywania problemu społecznego blokującego osiągnięcie dobra wspólnego zdefiniowanego jako dany cel marketingowy. Kampania społeczna może stosować narzędzia i techniki reklamowe oraz PR. (2 minuty)

3. Podaj kilka przykładów: kampania, która zachęca do segregowania śmieci lub do zapinania pasów bezpieczeństwa w samochodzie, która informuje jak rozpoznać pierwsze oznaki choroby nowotworowej, pod jaki numer zadzwonić, jeśli jest się ofiarą przemocy domowej albo w jaki sposób zareagować, kiedy ktoś chce prowadzić samochód po spożyciu alkoholu. (2 minuty)

Praca właściwa:

1. Poproś uczniów i uczennice, żeby podzielili się na 4-5 – osobowe grupy. Poinformuj, że w tych grupach będą pracowali nad swoimi własnymi pomysłami na kampanię społeczną oraz, że pod koniec lekcji wszystkie zespoły zaprezentują efekty swojej pracy na forum. Każdy zgłaszuje następnie na najciekawszy jego zdaniem projekt. (2 minuty)

2. Zapytaj uczniów i uczennice od czego ich zdaniem może zaczynać się praca nad stworzeniem kampanii społecznej. Postaraj się naprowadzić ich na prawidłową odpowiedź: od określenia, jaki jest **problem społeczny**, z którym chcemy się zmierzyć. Zachęć uczniów i uczennice, żeby sami spróbowali podać przykłady różnych problemów społecznych, które na co dzień zauważają. Aby pomóc im zrozumieć to pojęcie, spytaj, jakie zachowania innych ludzi im przeszkadzają i jaka ich zdaniem jest różnica między tym, jak powinien wyglądać idealny świat, a tym, jaki on w rzeczywistości jest. Zapytaj czy dostrzegają jakieś problemy w szkole, np. w tym jak zachowują się jej uczniowie, nauczyciele lub inni pracownicy oraz czy są jakieś trudne albo kontrowersyjne



TRUDNY TEMAT WEŻ TO NA WARSZTAT

tematy, o których trudno jest im na co dzień rozmawiać. Podaj przykłady: może są uczniowie, którzy źle traktują swoich kolegów, nauczyciele krzyczą na uczniów albo pracownicy chodzą po terenie szkoły w brudnych butach? Wszystkie pomysły i odpowiedzi zapisuj obok siebie na tablicy. Następnie poproś, by w grupach porozmawiali o tym, jakie problemy są dla nich szczególnie ważne i ustalili wspólnie jeden, na temat którego chcieliby zrobić kampanię społeczną. (5 minut)

3. Poproś uczniów i uczennice, żeby w przypadku każdego z problemów, o których była wcześniej mowa, spróbowali określić, od jakich osób lub grup osób zależy czy problem uda się rozwiązać czy nie. Podaj przykłady: w przypadku uczniów, którzy źle traktują swoich kolegów będą to przede wszystkim właśnie ci uczniowie, ale także ich rodzice, którzy mogą na nich wpłynąć, nauczyciele w szkole czy w końcu pozostali uczniowie, którzy są świadkami takich sytuacji. Wypisuj wszystkie pomysły pod każdym z wcześniej zdefiniowanych problemów. Na koniec poproś uczniów i uczennice, żeby w przypadku każdego z problemów wskazali te osoby i grupy osób (1, maksymalnie 2), które ich zdaniem są najważniejsze dla rozwiązania problemu. Pozostałe grupy wymaż. Poinformuj uczniów, że to, co właśnie wspólnie zrobiliście nazywane jest profesjonalnie **grupą docelową**, czyli grupą osób, które zdaniem autora kampanii są kluczowe dla rozwiązania danego problemu i to do nich kierowanych będzie większość działań w ramach kampanii. Poproś uczniów i uczennice, żeby porozmawiali w grupach i ustalili jaką będzie grupa docelowa w przypadku ich kampanii. (5 minut)

4. Zapytaj uczniów i uczennice dlaczego ich zdaniem ludzie nie zawsze zachowują się w sposób społecznie pożądany, czyli według zasad prawa i dobrego wychowania albo czemu postępują w sposób niebezpieczny i szkodliwy dla siebie i innych. Postuż się konkretnymi przykładami, np. „dlaczego niektórzy nie zapinają pasów bezpieczeństwa w samochodzie?”, „dlaczego niektórzy nie segregują śmieci?”, „dlaczego młodzi ludzie jedzą mało warzyw i owoców?”. Następnie odnieś się do zdefiniowanych problemów i grup docelowych. Zapytaj na przykład „dlaczego niektórzy uczniowie źle traktują swoich kolegów?”, „dlaczego inni uczniowie nie reagują, kiedy widzą taką sytuację?”, „dlaczego pracownicy szkoły nie zmieniają butów?”. Spróbuj też inaczej sformułować niektóre pytania, np. „W jakich sytuacjach nauczyciele krzyczą na uczniów?” albo „Co może chcieć osiągnąć uczeń, który źle traktuje swoich kolegów, co mu to daje?”. Poinformuj, że takie pytania pozwalają nadawcy lepiej zrozumieć grupę docelową i przyczyny występowania problemu. Tylko jeśli zrozumie się dlaczego dana osoba zachowuje się w określony sposób, będziemy mogli skutecznie do niej dotrzeć, dobrze sformułować naszą prośbę, tak żeby jej nie zignorowała, a także będziemy wiedzieli co możemy zaproponować jej w zamian albo jak odnieść się do czegoś, co jest dla niej ważne. Zrozumiemy też, jakie są przeszkody, które utrudniają tym osobom zachowywanie się w taki sposób, jak byśmy chcieli. Będziemy wtedy mogli spróbować te bariery usunąć. Zapisz przy każdym z problemów po 1-2 zdaniach. Następnie poproś uczniów i uczennice, żeby zrobili to samo w grupach w odniesieniu do swoich kampanii i grup docelowych. (5 minut)

5. Powiedz uczniom i uczennicom, że następnym etapem pracy nad kampanią jest określenie jej **celu**. Musi on wynikać z tego, co ustalone było do tej pory, czyli z jakim problemem mamy do czynienia, od kogo zależy czy uda nam się osiągnąć nasz cel i dlaczego te osoby nie zachowują się tak, jak byśmy chcieli. Poproś uczniów i uczennice o wymyślenie celów do każdego z wypisanych na tablicy problemów. Zwróć im uwagę, że im bardziej szczegółowy i precyzyjny będzie cel, tym lepszy. Jeśli uczeń ujmie go zbyt ogólnie, np. „żeby wszyscy uczniowie traktowali się dobrze”, poproś, żeby spróbował go doprecyzować w oparciu o wszystkie dotychczas wypisane elementy, np. „żeby uczniowie reagowali i zwracali uwagę swoim kolegom, którzy źle traktują innych”. Następnie poproś uczniów i uczennice, żeby w grupach ustalili, jaki będzie cel lub cele ich kampanii. (5 minut)

6. Poproś uczniów i uczennice, żeby jeszcze raz przeczytali wspólnie wszystkie informacje, które zapisali na temat swojej kampanii i na tej podstawie spróbowali wymyślić **hasło kampanii**. Zaproponuj im burzę mózgów, jako najlepszą metodę pracy w grupie, kiedy trzeba wymyślić coś oryginalnego i kreatywnego. Przedstaw krótko zasady burzy mózgów: każdy może zgłosić dowolną liczbę pomysłów; wszystkie pomysły są zapisywane; nie można krytykować i oceniać pomysłów innych – dajemy szansę wszystkim pomysłom, mogą być zupełnie szalone i odważne; można korzystać ze wcześniej zgłoszonych pomysłów, rozwijać je i zmieniać. Aby zainspirować uczniów, powiedz im o przykładowych kampaniach z trafnym, oryginalnym czy dowcipnym hasłem, np. „[Alkohol i kluczyki? Wykluczone!](#)” (kampania przeciwdziałająca prowadzeniu samochodu pod wpływem alkoholu), „[Jak one to znoszą?](#)” (kampania o warunkach, w jakich żyją kury hodowane w systemie klatkowym), „[Ustępuję, to takie łódzkie](#)” (ustępowanie miejsca w komunikacji miejskiej w Łodzi), „[Hivokryzja](#)” (kampania mierząca się ze stereotypami na temat osób zakażonych HIV), „[Bądź na ptak](#)” (ochrona zagrożonych gatunków ptaków), „[Nie \(przy\)dzwoń za kierownicą](#)” (korzystanie z telefonu w trakcie jazdy samochodem). (5 minut)

7. Powiedz uczniom, że skoro mają już opracowaną całą ideę kampanii, pozostało im już tylko wymyślenie, w jaki sposób dotrzeć do grupy docelowej oraz za pomocą jakich narzędzi przekażą jej, jakiego zachowania od niej oczekują. Wyjaśnij, że w profesjonalnych kampaniach społecznych wykorzystuje się do tego między innymi spoty reklamowe w telewizji czy w radiu, kampanie w Internecie i w mediach społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram, YouTube, Snapchat, plakaty i billboardy, a także organizuje się różne niestandardowe akcje. Zapytaj czy zetknęli się kiedyś z tego rodzaju przekazem. (4 minut)

8. Włącz prezentację, w której pokazane zostały przykłady zaczerpnięte z prawdziwych kampanii:

http://www.kampaniespoleczne.pl/kampanie,3627,trzeba_uwazac_z_milosci

http://www.kampaniespoleczne.pl/kampanie,3595,kazdy_na_ratunek

http://www.kampaniespoleczne.pl/kampanie,3528,nagie_posladki_w_autobusach

http://www.kampaniespoleczne.pl/kampanie,3486,imiona_pod_koszulka_ibrahimovica

http://www.kampaniespoleczne.pl/kampanie,3806,widzenie_w_lustrze

http://www.kampaniespoleczne.pl/kampanie,2743,kampania_ktora_widza_tylo_dzieci

http://www.kampaniespoleczne.pl/kampanie,3717,zwierzeta_uwiezione_na_moscie

http://www.kampaniespoleczne.pl/kampanie,3363,oskarzenie_za_polaczenie

Poinformuj uczniów, że w drugiej części lekcji ich zadaniem będzie wymyślenie, jakie działania mogłyby być częścią ich kampanii. (5 minut)

9. Poproś uczniów i uczennice, żeby w grupach spróbowali zebrać jak najwięcej pomysłów na działania w ramach kampanii. (8 minut)

Podsumowanie:

10. Powiedz uczniom i uczennicom, że mają teraz 5 minut na podsumowanie w grupach wszystkiego, co wymyślili i przygotowanie się do zaprezentowania swojego pomysłu na kampanię społeczną przed klasą. W trakcie pracy grup narysuj na tablicy tabelkę, w której zarówno w nagłówkach kolumn, jak i wierszy, wypisziesz nazwy grup. (6 minut)

11. Ustal w drodze losowania kolejność prezentowania i po kolei zapraszaj zespoły do przedstawienia swoich kampanii na forum. (20 min)

12. Po prezentacjach poproś każdą osobę, żeby przykleiła karteczkę post-it lub narysowała kropkę w tabelce, pod kampanią, którą osobiście uważa za najciekawszą. Uprzedź, że każdy ma tylko jeden głos do dyspozycji i nie może głosować na swój własny projekt. (5 min)

13. Podlicz głosy, ogłoś zwycięzcę i przyznaj wszystkim uczestnikom nagrody za udział w zabawie. (5 minut)

14. Zachęć uczestników do codziennej refleksji nad otaczającym ich światem i problemami, jakie w nim obserwują, a także potencjalnej możliwości ich rozwiązywania, np. poprzez kampanie społeczne. Zapisz na tablicy adres kampaniespoleczne.pl i poinformuj, że jeśli temat ich zainteresował, na tej stronie znajdą wiele przykładów ciekawych kampanii społecznych. (1 minuta)

Załączniki:

Prezentacja multimedialna