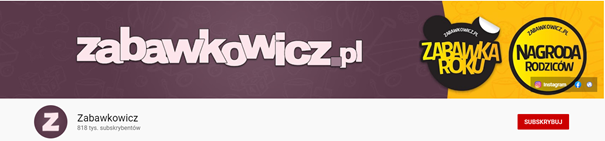
**Załącznik 11. Działania w mediach społecznościowych z wykorzystaniem liderów opinii**

**Stanowi odpowiedź na punkt *e) realizację działań w mediach społecznościowych z wykorzystaniem liderów opinii, którzy ze względu na siłę swojego oddziaływania i szczególną rolę w społecznościach mogą zapewnić efektywne dotarcie do ludzi młodych (w sposób pośredni również do pozostałych grup docelowych) z przekazem wiodącym kampanii.***

Propozycja realizacji działań w mediach społecznościowych z wykorzystaniem liderów opinii, którzy ze względu na siłę swojego oddziaływania i szczególną rolę w społeczeństwie, mogą zapewnić efektywne dotarcie do ludzi młodych (w sposób pośredni również do pozostałych grup docelowych) z wiodącym przekazem kampanii.

Propozycja zakłada realizację cyklu odcinków z influencerami, którzy dzięki swojej popularności w internecie, łatwiej mogą dotrzeć do młodych ludzi. Wyżej wymienieni influencerzy to Twórca kanału Zabawkowicz w serwisie Youtube.com



YouTube Zabawkowicz to kanał agregujący wartościowe treści dla dzieci i rodziców. Jego ogromnym atutem jest zasięg, który kształtuje się pomiędzy 9 a 12 milionów wyświetleń miesięcznie. Twórcy nie unikają trudnych tematów, związanych z problemami, z jakimi borykają się współczesne rodziny. To właśnie relacje między członkami tychże rodzin stanowią najważniejszy element fabuły każdego odcinka. Z przymrużeniem oka przyglądają się kłopotom, jakie napotykają: 13-letnia Hania, 11-letnia Amelka, 2-letni Kacper oraz ich rodzice. W filmach podpowiadają, jak można poradzić sobie z trudnościami, na co uważać i jak unikać sytuacji, które będą dla rodzin problematyczne. Hania i Amelka są nastolatkami, zadają wiele pytań dotyczących świata czy relacji społecznych, a także podpowiadają, jak ich rówieśnicy powinni się zachować w trudnych sytuacjach.

**Założenia strategiczne cyklu:**



Powód dla którego sięgamy po współpracę z wyżej wymienionym Twórcą to potrzeba kreowania właściwych postaw wśród młodych ludzi, zwrócenie im uwagi na problem nadużywania alkoholu, w wymiarze zarówno zdrowotnym społecznym, jak i rodzinnym. Celem cyklu będzie uświadomienie młodym ludziom i ich rodzinom zagrożeń wynikających ze stosowania alkoholu, a także innych używek, co w konsekwencji wpływa negatywnie na kwestie zdrowotne, rodzinne i społeczne.

Jednym z największych zagrożeń dla budowania zdrowych relacji w rodzinie, opartych na miłości i zaufaniu, jest problem alkoholowy. Uzależnienia bezpośrednio prowadzą do zaburzeń w postrzeganiu świata, nie tylko wśród osób borykających się z tym problemem, ale również wśród najbliższego otoczenia, szczególnie wśród dzieci, co wpływa na ich samoocenę. Nastolatkowie powinni zostać w pełni poinformowani na temat uzależnienia od alkoholu. Dodatkowo można tu poruszyć temat innych rodzajów używek i konsekwencji ich stosowania. Powinni też nauczyć się podejmować racjonalne decyzje, wiedzieć co jest dla nich dobre, a co zagraża ich bezpieczeństwu.

Zrealizowanie filmów na kanale pozwoli widzom utożsamić się z rówieśniczkami, “wejść w ich skórę” i przeanalizować sytuacje, w których się znalazły. Bliskość tematyki problemów nastolatków i popularność, jaką cieszą się Hania i Amelka, pozwoli przypomnieć nastolatkom wartości, jakimi powinni się kierować w trakcie podejmowania decyzji.

**Tematyka odcinków:**

Fabuły odcinków będą dotyczyły sytuacji, w jakich muszą się odnaleźć dwie nastoletnie siostry Hania i Amelka, które są uczennicami szkoły podstawowej. Relacje między rówieśnikami, sytuacje szkolne i rodzinne wystawią dziewczyny na próbę. Będą musiały zająć stanowisko w temacie uzależnienia od alkoholu. W fabułę naturalnie wpleciony zostanie merytoryczny przekaz zawierający informacje na temat uzależnień i zostanie wykreowany wzorzec postępowania w sytuacjach dotyczących właśnie tego problemu. Zastrzegamy sobie możliwość modyfikacji fabuły po przedłożeniu ostatecznego scenariusza.

**Grupa docelowa:**

Czołową grupą docelową są młodzi ludzie (11-18 lat, a także młodsi), na co dzień odbiorcy kanału Zabawkowicz.pl, którzy śledzą losy opisanej rodziny regularnie wraz z ze swoimi rodzinami, które można zaklasyfikować, jako pozostałe grupy wiekowe.

**Ilość odcinków:**

Cykl zakłada realizację 5 odcinków, każdy poświęcony innemu zagadnieniu.

**Długość:**

Każdy odcinek będzie miał długość pomiędzy 5-10 minut.

**Miejsce realizacji:**

Codzienne otoczenie dziewczynek

**Emisja:**

Odcinki będą emitowane na kanale YouTube Zabawkowicz.pl oznaczone logotypem Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego.

**Jakość:**

Jakość odcinków będzie odpowiadała jakości nagrań na stronach www oraz portalach społecznościowych. Dane techniczne spotów spełniać będą wymogi zamieszczenia formatów na stronach www oraz na portalach społecznościowych.

**Harmonogram realizacji cyklu i emisji:**

Etapy realizacji cyklu zakładają:

Etap I: Twórca przesyła koncepcję odcinka z rozpisaną sceną, w której porusza tematykę uzależnień.

Etap II: Po uzyskaniu akceptacji treści, w ciągu 1-2 tygodni przesyła film do akceptacji. Po ewentualnych poprawkach (naniesienie ich zajmuje ok. tydzień) w ciągu tygodnia publikuje film.

Emisja systematycznie od połowy listopada 2021 co dwa tygodnie

**Pola eksploatacji cyklu:**

Publikacja przez Twórcę na kanale YouTube, możliwość linkowania, czyli osadzenia filmu na:

* stronach internetowych poświęconych ww. kampanii w oknie YouTube (zgodnie z zasadami YouTube),
* publikacja linków do filmu w mediach społecznościowych poświęconych kampanii w oknie YouTube (zgodnie z zasadami YouTube).

**Ewaluacja i raportowanie:**

Raportowanie na podstawie liczby wyświetleń i polubień na kanale, które zostaną przedstawione na koniec cyklu w specjalnie przygotowanym raporcie.

**Scenariusz odcinka 1.**

Fabuła odcinka będzie oparta o rozmowę telefoniczną jednej z sióstr na temat spożywania alkoholu, którą przez przypadek usłyszała druga. W jej głowie od razu pojawiło się pytanie czy siostra umawia się na picie. W efekcie okaże się, że chodziło o zbieranie informacji do pracy domowej.

Założenia strategiczne odcinka:

Taka produkcja nie tylko pokaże, że alkohol jest niedozwolony dla osób poniżej 18. roku życia, a także, że jego spożycie jest niebezpieczne dla zdrowia i życia, ale przede wszystkim, gdzie można szukać pomocy w sytuacji, w której młody człowiek wie, że jego rówieśnik może mieć problem z używkami.

Harmonogram przygotowania i emisji:

Etap I: przedstawienie koncepcji scenariusza do akceptacji 10-12.11.2021 r.

Etap II: realizacja 13-15.11.2021 r.

Przesłanie do akceptacji i akceptacja przez Urząd: 15-19.11.2021 r.

Emisja: 20-25.11.2021 r.

**Scenariusz odcinka 2.**

Hania, starsza siostra - znajduje w bibliotece starą, dziwną, ręcznie napisaną książkę, która okazuje się być tajemniczym pamiętnikiem. W trakcie lektury dowiaduje się, że jego właściciel miał wiele pasji, ale na drodze do ich realizacji stanęło uzależnienie od alkoholu.

Założenia strategiczne odcinka:

Temat uzależnienia od alkoholu, z którym borykają się otaczający nas ludzie, w różnym wieku, powinien przestać być tematem tabu. Młodzi muszą uświadomić sobie, jak trudną chorobą jest alkoholizm i że w ich środowisku mogą być ludzie, którzy się z nim walczą.

Harmonogram przygotowania i emisji:

Etap I: przedstawienie koncepcji scenariusza do akceptacji 15-20.11.2021 r.

Etap II: realizacja 26-28.11.2021 r.

Przesłanie do akceptacji i akceptacja przez Urząd: 29.11-03.12.2021 r.

Emisja: 7-10.12.2021 r.

**Scenariusz odcinka 3.**

Do jednej z dziewczynek dzwonią od pewnego czasu różne osoby zwierzając się ze swoich problemów. Okazuje się, że nastąpiła pomyłka i numer telefonu Amelki pojawił się w ogłoszeniu dotyczących "telefonu zaufania". Ten błąd w numerze i dziwne telefony spowodował, że siostry zaangażowały się w pomaganie innym.

Wśród rozmówców znajdzie się młoda osoba, która uświadomiła sobie, że ma problem z alkoholem. Siostry stwierdzą, że trzeba jej pomóc i szukają rozwiązań.

Harmonogram przygotowania i emisji:

Etap I: przedstawienie koncepcji scenariusza do akceptacji 15-20.11.2021 r.

Etap II: realizacja 3-5.12.2021 r.

Przesłanie do akceptacji i akceptacja przez Urząd: 6-10.12.2021 r.

Emisja: 11-14.12.2021 r.

**Scenariusz odcinka 4.**

Młodsza siostra - Amelka dostała rolę pijaka w szkolnym przedstawieniu “Mały książę”. Od samego początku wyśmiewa tę rolę, udając w przesadny sposób bełkotanie. Mama zwraca jej jednak uwagę, że pijak z “Małego księcia” był przede wszystkim bardzo smutny, a problem alkoholowy to nie temat do żartów.

Założenia strategiczne odcinka:

Tematem tego odcinka jest wymiar społeczny alkoholizmu. Młodzi ludzie często nie zdają sobie sprawy, jak wyniszczającą chorobą jest alkoholizm i że człowiek się nigdy się z niego nie wyleczy. Czym jest uzależnienie i jak wygląda życie osoby uzależnionej? To właśnie te aspekty zostaną poruszone w tym odcinku, by uświadomić młodym ludziom, jak poważnym problemem jest alkoholizm, co w konsekwencji ma wpłynąć na zmianę postaw względem osób uzależnionych od tej używki.

Harmonogram przygotowania i emisji:

Etap I: przedstawienie koncepcji scenariusza do akceptacji 15-20.11.2021 r.

Etap II: realizacja 10-12.12.2021 r.

Przesłanie do akceptacji i akceptacja przez Urząd: 13-17.11.2021 r.

Emisja: 18-22.12.2021 r.

**Scenariusz odcinka 5.**

By stworzyć idealny plakat reklamujący szkolną akcję “Powiedz NIE używkom”, Hania i Amelka decydują się na przeprowadzenie ankiety pod tytułem “Co daje szczęście nastolatkom?”. Szukają pomysłów na to, co wartościowego może zainteresować ich rówieśników, którzy upatrują szczęścia tam, gdzie nie powinni, czyli w używkach.

Założenia strategiczne odcinka:

Promocja zdrowego stylu życia, szukanie radości w aktywnościach, które są dobre dla naszego organizmu i samopoczucia.

Harmonogram przygotowania i emisji:

Etap I: przedstawienie koncepcji scenariusza do akceptacji 15-20.11.2021 r.

Etap II: realizacja 17-19.12.2021 r.

Przesłanie do akceptacji i akceptacja przez Urząd: 20-24.12.2021 r.

Emisja: 27-30.12.2021 r.

Temu działaniu będzie towarzyszyć kampania promocyjna w mediach społecznościowych utworzonych specjalnie na rzecz kampanii *Porozmawiajmy o tym szczerze* (na portalu Facebook) z wykorzystaniem ekspertów i informacji merytorycznych na temat spożycia alkoholu i innych substancji psychoaktywnych. Dla przykładu będą to teksty merytoryczne, specjalnie przygotowane spoty tematyczne. Każdy materiał będzie oznaczony logotypem Urzędu Marszałkowskiego, zgodnie ze wskazówkami Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego.

**Całość prezentowanego projektu kampanii stanowi własność Polskiego Instytutu Badań i Innowacji spółka z o.o i jest utworem w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. Nr 90, poz. 631). Żadna jej część nie może być rozpowszechniana lub kopiowana w jakikolwiek sposób (elektroniczny, mechaniczny lub inny) bez pisemnej zgody Polskiego Instytutu Badań i Innowacji spółka z o.o.**

**Informacje zawarte w ofercie stanowią tajemnicę przedsiębiorcy w rozumieniu art. 5 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej i podlegają wyłączeniu od udostępniania innym podmiotom.**