

# INFORMATĪVĀ KAMPAŅA

<b>Nodarbības ilgums:</b>	100 - 140 minūtes
<b>Materiāls un sagatavošanās:</b>	Pirms šī uzdevuma sākšanas dalībniekiem vajadzētu būt apguvušiem zināšanas par alkohola lietošanas riskiem un sekām. Pietiekami daudz „Materiāla skolēniem Nr. 1” un „Materiāla skolēniem Nr. 2” kopiju vairākām nelielām grupām.
<b>Mērķis:</b>	Šī uzdevuma mērķis ir sniegt skolēniem iespēju iztirzāt un izstrādāt informatīvo kampaņu, apskatot dažādas problēmas, kas saistītas ar alkohola lietošanu.
<b>Darba metodes:</b>	Grupu darbs Rakstisks uzdevums Prezentācija

## IEVADS

Skolēni strādā nelielās grupās, lai apspriestu dažādus ar alkoholu saistītus jautājumus no plašsaziņas līdzekļu viedokļa. Viņu uzdevums ir izstrādāt informatīvas kampaņas, uzsverot problēmas, kas saistītas ar Latvijas jauniešu alkohola lietošanas ieradumiem. Skolēniem jāvelta pietiekami daudz laika, lai pabeigtu uzdevumu pēc iespējas labāk. Trīs līdz četras stundas ir piemērots ilgums.

Vispārīgi runājot, ir trīs veidu reklāmas/informēšanas iespējas. Pirmajā gadījumā uzmanības centrā ir fakti un informācija, otrajā - emocionāli argumenti, trešajā – informācija par ietekmi uz mūsu finansiālo stāvokli. Reklāmas un informācija, galvenokārt, tiek izplatīta ar apmaksātu reklāmu palīdzību, radio/televīzijā, dažādos pasākumos, ar pasta sūtījumu palīdzību, veikalos, sociālajos tīklos un ar sabiedrisko attiecību kampaņu palīdzību. Atkarībā no tā, cik daudz laika ir jūsu rīcībā, jūs varat izvēlēties, vai likt skolēniem izstrādāt rakstisku reklāmu, vai arī radio vai televīzijas komerc-reklāmu. Šai nodarbībai nepieciešamie palīgmateriāli ir iekļauti nodarbības instrukcijās un pievienotajā „Materiālā skolēniem Nr.1”.

## ĪSTENOŠANA

1. Sākumā pastāstiet skolēniem, ka viņiem būs jāizstrādā reklāmas, lai izceltu problēmas, kas saistītas ar alkohola lietošanu.
2. Sadaliet klasi nelielās grupās un izdaliel „Materiāla skolēniem Nr.1” un „Materiāla skolēniem Nr.2” kopijas.
3. Palūdziet, lai grupas ievēro darba uzdevuma norādījumus „Materiālā skolēniem Nr. 1” un „Materiālā skolēniem Nr. 2”. Darba uzdevumu ieteikumi ir iekļauti „Palīgmateriālā skolotājiem”. Ja jūs nevarat atrast nevienu darba uzdevuma jautājumu, kas atbilst jūsu prasībām, jūs varat izstrādāt paši savus jautājumus. Jūs varat pēc savas izvēles piešķirt dažādus uzdevumus katrai grupai.
4. Darba uzdevums ir iedalīts trīs soļos:
  - **1.posms: Sākums**
  - **2.posms: Īstenošana**
  - **3.posms: Prezentācija**

5. Mēs ierosinām ieviest šādus ierobežojumus, lai atvieglotu uzdevuma izpildi:

- **Katrai grupai savs temats.**
- **Ierobežota mērķgrupa: jaunieši vecumā līdz 18 gadiem.**
- **Termiņi, kad pabeigt izstrādi.**

6. Norādiet, ka grupas prezentēs savas kampaņas klasei.

- **Uzdodiet grupām patstāvīgi izstrādāt informatīvo kampaņu, izmantojot „Materiālus skolēniem” un standarta izpētes metodes. Skolēnu jaunrade ir svarīga darba uzdevuma izpildes sastāvdaļa.**
- **Grupām jāprezentē un jāpamato savas informatīvās kampaņas. Pierakstiet visas idejas, lai vēlāk tās varētu izmantot.**
- **Nodarbības noslēgumā apspriediet grupas ierosinājumus un mudiniet skolēnus izteikt savas domas par citiem jautājumiem.**

7. Nodarbības beigās uzdodiet skolēniem šādus jautājumus:

- **Vai jūs domājat, ka alkohols izraisa kādas problēmas sabiedrībā? Pamatojiet atbildi!**
- **Ja izraisa, tad kāda problēma/jautājums, jūsu prāt, būtu jāaplūko vispirms?**
- **Kā, jūsu prāt, var izplatīt informāciju par alkohola lietošanas radītajām problēmām jauniešu vidū?**

## PALĪGMATERIĀLI SKOLOTĀJIEM

### IEROSINĀJUMI DARBA UZDEVUMAM

Tu strādā reklāmas aģentūrā, kas ir noslēgusi līgumu, kas paredz izstrādāt informatīvo kampaņu par Latvijas jauniešu izglītošanu par alkohola lietošanu un tā radītajām sekām. Kampaņas mērķis ir panākt, lai jaunieši nedzertu, nesasnieduši 18 gadu vecumu.

### ALTERNATĪVIE MĒRĶI:

- **Zināšanas par likumu par alkohola lietošanas un iegādes aizliegumu līdz 18 gadu vecumam un to, kāpēc tas ir noteikts**
- **Izpratne par alkohola kaitīgumu**
- **Informācija par alternatīvām labai atpūtai**
- **Alkohola, tajā skaitā nelegālā alkohola, pārdošanas un alkohola lietošanas samazināšanu nepilngadīgo vidū**
- **Jūsu ierosinājumi...**

## VIRZĪBA UZ PRIEKŠU

Izvērsiet uzdevumu, veidojot izstādi par grupu darbiem. Uzaiciniet skolēnu ģimenes un citus ar skolu saistītus cilvēkus. Nosūtiet savus ierosinājumus „Runājot par alkoholu” redaktoriem!

**Kontaktinformācija:** [www.runajotparalkoholu.lv](http://www.runajotparalkoholu.lv), [info@runajotparalkoholu.lv](mailto:info@runajotparalkoholu.lv)

# MATERIĀLS SKOLĒNIEM NR. 1 – INFORMATĪVĀ KAMPAŅA

## TAVS DARBA UZDEVUMS:

Jauniešu dzeršanas problēma mūsu sabiedrībā kļūst aizvien aktuālāka. Tu strādā reklāmas aģentūrā, kas ir noslēgusi līgumu par informatīvās kampaņas izstrādi, kas domāta visiem Latvijas jauniešiem, kuri ir jaunāki par 18 gadiem.

Pamatideja ir panākt, lai mērķa grupas jaunieši izprastu ideju un atteiktos no alkohola lietošanas.

## ĪSTENOŠANAS PROCESS:

### 1. posms: Sākums

1. Nosakiet, kādu informāciju jūs vēlaties izplatīt.
2. Izpēte: Meklējiet informāciju laikrakstos un internetā.
3. Veiciet skolēnu aptauju skolā, lai noteiktu mūsdienu jauniešu attieksmi un pieredzētās situācijas. Uzzinot, ko 3 - 5 jaunieši domā par šo jautājumu, jūs iegūsiet izpratni par to, kādai jābūt kampaņas struktūrai.

### 2. posms: Īstenošana

Izvēlieties, kā informācija tiks izplatīta - ar reklāmu laikrakstā, internetā, radio vai TV:

- **Reklāma laikrakstos vai žurnālos vai baneri internetā, vai plakāti, skrejlapas utt. Izveidojiet attēlus, virsrakstus, tekstus, fotogrāfijas un ilustrācijas.**
- **Radio. Uzrakstiet dialogu, skaņu un mūzikas scenāriju. Atcerieties, ka reklāmai nevajadzētu būt ilgākai par 20 sekundēm.**
- **Televīzija/interneta komercinformācija. Uzrakstiet dialogu, skaņu, attēlu un mūzikas scenāriju. Atcerieties, ka reklāmai nevajadzētu būt ilgākai par 20 sekundēm.**

### 3. Posms: Prezentēt

1. Sagatavojiet kampaņas prezentāciju un prezentējiet to klasei.
2. Izskaidrojiet, kāpēc jūs esat izvēlējušies tieši šo risinājumu un ideju.

Piemērotas saites

**[www.vm.gov.lv](http://www.vm.gov.lv)** (Veselības ministrija)

**[www.izm.gov.lv](http://www.izm.gov.lv)** (Izglītības ministrija)

**[www.arstubiedriba.lv](http://www.arstubiedriba.lv)** (Latvijas Ārstu biedrība)

**[www.csb.gov.lv](http://www.csb.gov.lv)** (Centrālais statistikas birojs)

**[www.europa.eu](http://www.europa.eu)** (Eiropas Komisijas statistika)

**[www.csdd.lv](http://www.csdd.lv)** (Ceļu satiksmes drošības direkcija)

**[www.atbildigi.lv/](http://www.atbildigi.lv/)** (Informācija par nelegālo alkoholu un tā lietošanu)

**[www.pvd.gov.lv](http://www.pvd.gov.lv)** (Pārtikas un veterinārais dienests)

**[www.spkc.gov.lv](http://www.spkc.gov.lv)** (Slimību profilakses un kontroles centrs)

**[www.ptac.gov.lv](http://www.ptac.gov.lv)** (Patērētāju tiesību aizsardzības centrs)

**[www.sargi-sevi.lv](http://www.sargi-sevi.lv)** (Valsts policijas mājas lapa jauniešiem)

**[www.dzeratbildigi.lv](http://www.dzeratbildigi.lv)**

# MATERIĀLS SKOLĒNIEM NR. 2 – INFORMATĪVĀ KAMPAŅA

Padomājiet, kā jūs uzrunāsiet savu mērķauditoriju (jauni cilvēki, kas jaunāki par 18 gadiem). Aplūkojiet citas informācijas un reklāmas kampaņas, lai smeltos iedvesmu un idejas savai kampaņai.

Dažādu televīzijas / interneta komercakmaņu piemēri, kurus jūs varat izmantot:

## **Dzīvesveida reklāma**

Šāda veida reklāmas veidotāji vēlas panākt, lai jūs domātu, ka tad, ja jūs pieņemsiet konkrētu lēmumu (pirkt, lietot / nelietot) jūs būsit visstilīgākais, vispopulārākais un vispievilcīgākais cilvēks pasaulē.

## **Tragēdijas reklāma**

Šāda veida reklāmas veidotāji mēģina parādīt šausmīgas lietas, kas notiks, ja jūs nepirksiet vai lietosiet / nelietosiet konkrētu produktu. Viņi demonstrē sarežģītas situācijas vai notikumus un apgalvo, ka situācija nemūžam nebūtu beigusies bēdīgi, ja cietušais būtu bijis aizsargāts, pieņemot konkrētu lēmumu (pirkt, lietot / nelietot).

## **Demonstrējošā reklāma**

Demonstrējošā reklāma ir mazliet vienkāršāka. Tā apraksta produktu un tā saturu.

## **Atsauksmes reklāma**

Šīs reklāmas veidotāji izmanto sava veida lieciniekus. Bieži vien ir vieglāk uztvert reklāmas galveno ideju, ja to izklāsta parasts, reklāmas mērķauditorijai līdzīgs cilvēks. Tā ir vēl efektīvāka, ja produktu komentē plaši pazīstams un populārs cilvēks!

## **Komēdija / parodija reklāma**

Šāda veida reklāma parasti izzobo pati sevi vai plaši pazīstamus reklāmas trikus.