

Martyna Pacak

Projekt medialnej kampanii społecznej pt. *Niestereotypowi*. Część 2. Projekt kampanii

W artykule zostało poddane analizie zjawisko kampanii społecznych (jej znaczenie, proces powstawania, mechanizm wdrażania oraz ewaluacji). Rozważania teoretyczne na temat zasadności funkcjonowania kampanii społecznych stanowiły podłoże do zaprezentowania projektu kampanii społecznej pt. *Niestereotypowi*. Akcja społeczna została poświęcona problemowi stereotypizacji płciowej dzieci, który, zgodnie z wynikami przeprowadzonego wcześniej badania, okazał się realnym wyzwaniem wśród polskiego społeczeństwa. Zaprezentowany plan kampanii zawierał takie elementy jak: cele oraz założenia kampanii, elementy komunikacji internetowej oraz przekazy offline, przykładowe kreacje graficzne oraz sposób monitorowania wdrażania oraz skuteczności prowadzonych działań.

Słowa kluczowe: stereotypy, stereotypy płciowe, stereotypy płciowe dzieci, kampania społeczna, kampania medialna