

POPULARNONAUKOWE STRESZCZENIE PROJEKTU (PL)

Kampanie społeczne są istotnym narzędziem służącym propagowaniu pozytywnych zmian postaw społecznych (w zakresie ekologii, profilaktyki zdrowia, tolerancji, itp.). Poprawa ich skuteczności może mieć zatem bardzo wymierny skutek w wielu aspektach życia – zarówno jednostek, jak i całych społeczeństw. Charakter tego rodzaju kampanii jest odmienny od kampanii w ramach marketingu komercyjnego, zatem metodologia ich oceny powinna być również inna. Przekazy medialne w ramach kampanii społecznych wymagają nie tylko zapamiętania prezentowanych treści, ale także zrozumienia istotności promowanych zachowań. Skuteczny przekaz powinien angażować odbiorcę i kształtować jego świadomość, gdyż może to znacząco zwiększyć siłę oddziaływania kampanii społecznej. Z tego względu pojawia się konieczność pozyskania wiedzy na temat związków pomiędzy przekazem reklamowym, a pojawieniem się, rozprzestrzenianiem i trwałością świadomości społecznej w kwestii zachowania promowanego w kampanii.

Głównym celem projektu jest wobec tego opracowanie procedury pomiaru skuteczności przekazów medialnych w kampaniach społecznych z wykorzystaniem triangulacji metod neuronauki poznawczej oraz sondażu diagnostycznego.

Badania w projekcie zostaną przeprowadzone według planu obejmującego 7 głównych etapów:

1. Analizę aktualnie wykorzystywanych metod oceny skuteczności kampanii społecznych.
2. Zdefiniowanie roli przekazów medialnych w kampaniach społecznych.
3. Wybór studiów przypadku do badania.
4. Projekt i przeprowadzenie eksperymentu badającego sposób postrzegania oraz odbioru przekazów medialnych w ramach wybranych kampanii społecznych.
5. Identyfikację czynników wpływających na skuteczność przekazów medialnych.
6. Ocenę i interpretację wyników badań.
7. Opracowanie ram metodologicznych oraz miary agregatywnej, opartej na zidentyfikowanych czynnikach, do oceny przekazów medialnych.

W rezultacie przeprowadzonych badań możliwe będzie określenie związku pomiędzy przekazem reklamowym a aktywacją procesów świadomego myślenia oraz powstawaniem świadomości społecznej. Powstaną również ramy metodologiczne do oceny przekazów medialnych w kampaniach społecznych, opracowany zostanie stosowny zbiór metod pomiarowych oraz zbiór reguł pozwalających na prowadzenie dalszych badań w celu stworzenia miar skuteczności dla danych typów kampanii społecznych oraz konkretnych ich przykładów.