

Folkeoplysning – øh hvad...?

Vidensgrundlag – dvs. det skal I vide, før I kan lave kampagnen

- Hvad dækker begrebet "folkeoplysning" i juridisk forstand?
- Hvad er formålet med Folkeoplysningsloven, og hvilke muligheder giver den?
- Hvad er og laver Folkeoplysningsudvalget – og hvem sidder der?
- Hvordan får man adgang til de folkeoplysende muligheder og midler i Svendborg? Hvordan kan du lave en folkeoplysende aktivitet eller forening?
- Hvad er:
 - Folkeoplysende aktiviteter
 - Folkeoplysende foreninger
- Hvorfor er det vigtigt at vide? Hvordan kan *du* bruge den viden?

Opgave A: Unge og folkeoplysning

Gør ovenstående viden forståelig og relevant for unge i alderen 15-20 år gennem en informerende kampagne

Formålet:

- at gøre unge bevidste om, hvad folkeoplysning er, hvad en forening er og hvilke fordele og muligheder, der er ved at danne en forening.
- at motivere unge til at udvikle og deltage i foreningslivet

Anvendelse:

- kampagnen skal bruges som undervisningsmateriale i et fag om foreningslære i udskolingen
- kampagnen eller dele af den, kan også eventuelt deles på Svendborg Kommunes SoMe

Format:

I vælger selv formatet eller en kombination af formater

- film/reel
- meme
- poster
- postcard
- flyer
- interaktivt format (digitalt eller fysisk) – fx spil

Opgave B: Almen oplysning om folkeoplysende foreninger

Lav en informerende kampagne, der forklarer til en bred målgruppe fra 18-75:

1. Hvad en folkeoplysende forening er
2. Hvorfor det er smart at lave en forening
3. Hvordan man kommer i gang med at lave en forening (herunder kommunens og Folkeoplysningsudvalgets rolle)

Formålet:

- at oplyse den almene borger om fordelene ved at starte en forening
- understøtte borgere i at komme i gang med at lave en forening
- give borgerne viden om, hvordan de kan få støtte til og mere viden om, hvordan man laver en forening

Anvendelse:

- Materialet skal bruges til at oplyse borgerne (og dermed også motivere dem til at danne foreninger)
- Materialet skal kunne publiceres på kommunens facebook og instagram samt på relevante samarbejdspartneres facebook og Insta fx SIS (Sport og Idræt i Svendborg – som er en organisation, der repræsenterer idrætsforeningerne i Svendborg)

Format:

- Et format, der skal kunne deles på facebook og Instagram

Opgave C: Find dit foreningsfællesskab

Lav en handlingspåvirkende kampagne, der skal motivere unge i alderen 12-20 til at melde sig ind i en forening/foreningsfællesskab.

Den skal altså vise:

- hvad det er, som foreningsfællesskaber kan
- at der er et foreningsmatch for alle
- hvordan man kan finde sit foreningsmatch (spørg en ven, gå ind på motivu.dk og book en prøvetræning o.a.)

Formålet er:

- at motivere de unge, der er faldet ud af foreningslivet eller aldrig kommet ind til at finde det rigtige foreningsfællesskab
- hjælpe med at overkomme de barrierer, der kan være for at melde sig ind i en forening som ung

Anvendelse:

- Materialet skal bruges til at motivere unge til at finde deres foreningsmatch
- Materialet skal kunne publiceres på kommunens facebook og instagram samt på relevante samarbejdspartneres facebook og Insta fx SIS (Sport og Idræt i Svendborg – som er en organisation, der repræsenterer idrætsforeningerne i Svendborg) eller på skoler og uddannelsesinstitutioners SoMe.

Format:

-Et format, der skal kunne deles på facebook og Instagram

Materiale

-Oplæg fra Svendborg Kommunes fritidskonsulent (mig)

-Videnscenter for Folkeoplysning: <https://www.vifo.dk/>

-Database, hvor du kan se foreningstilbud og booke prøvetræninger:
www.motivu.dk

-Foreningsoverblik: <https://www.svendborg.dk/borger/oplevelser-og-fritid/faellesskab-og-foreningsliv/er-du-ny-i-foreningslivet/>

-Svendborg Kommunes hjemmeside:

Folkeoplysningsudvalget:

<https://www.svendborg.dk/soeg/?text=Folkeoplysningsudvalget>

Start en forening eller aftenskole:

<https://www.svendborg.dk/soeg/?prevPageId=15265&text=Opstart+af+forening>

Proces**Vidensopbygning**

Intro til kampagneformater

Vidensopbygning

Målgruppeanalyse – evt. fokusgruppeinterviews

Idéudvikling

Idéudvikling – evt. med fokusgruppeinterviews

Sparring

Produktion af kampagne

Det er vigtigt, at I overholder gældende regler for brug af billed- og musikmateriale

Pitch for panelet

(Vi sammensætter et relevant panel med deltagelse fra SIS, Folkeoplysningsudvalget, evt. repræsentant for målgruppen og Svendborg Kommune)

Hver gruppe pitcher og viser sin kampagne – dvs. præsenterer sin idé og formidlingsgreb

Viser kampagnen

Panelet giver respons og evt. point inden for kriterierne

- Oplysning: Jeg føler mig klart og præcist oplyst – NB VIGTIGT, AT FAKTA I KAMPAGNEN ER KORREKTE
- Påvirkning:
- Relevans: God sammenhæng mellem formål, målgruppe, format og indhold

- Interesse: Kampagnen vækker nysgerrighed og interesse
- Æstetik: Kampagnen er flot formidlet og fortalt
- Handling: Kampagnen oplyser og/eller motiverer til handling og engagement indenfor folkeoplysningen
- Andet:

Afslutning

Kampagnemateriale gives med brugsret til Kultur og Fritid/Folkeoplysningen – dvs. vi må bruge det til offentliggørelse, oplysning og undervisning

Hvis det bliver godt, bruger vi materialet i forskellige sammenhænge

Bliver det exceptionelt godt, får vi eventuelt kampagnen produceret professionelt