

Bijlage 4 Concept voor bewustwordingscampagne 'Doorbreek de stiltes'

Waarom een campagne

Bewustwording is fundamenteel voor het herkennen van sociaal onveilige situaties. Het doel van de campagne is mensen bewust te maken van de verschillende werelden en perspectieven, het effect dat bepaald gedrag kan hebben en de mogelijkheid er iets aan te doen.

Concept voor de campagne

De Taskforce Sociale Veiligheid levert een uitgewerkt en getest concept voor een campagne:

'Doorbreek de stiltes' / 'Break the silences'

Gericht op bewustwording, herkennen en benoemen van sociaal onveilig gedrag, voor en door iedereen in de organisatie. Een poster- en socialmediacampagne confronteert medewerkers en studenten met persoonlijke ervaringen van sociale onveiligheid aan de UvA. Dit zet aan tot reflectie bij potentiële veroorzakers, slachtoffers en omstanders.

Ontwikkeling van de campagne

De taskforce heeft gekozen voor een iteratieve aanpak van de ontwikkeling van de campagne, om aansluiting te hebben met (aanbevelingen voor) de aanpak van de versterking van sociale veiligheid; de campagne kan steeds verder worden ingevuld aan de hand van nieuwe ontwikkelingen en middelen op het gebied van versterken van sociale veiligheid. Het concept is in een design sprint ontwikkeld in co-creatie met diverse medewerkers en studenten uit de organisatie, als experts en testers.

De Taskforce raadt aan de verdere invulling van het concept en de uitvoering van de campagne ook in co-creatie en afstemming te doen met faculteiten, diensten en staf. Deelnemers aan de tests en de design sprint gaven aan het te waarderen om betrokken te zijn. Het bleek zeer waardevol het concept samen met medewerkers en studenten uit allerlei onderdelen van de UvA te ontwikkelen.

Opzet campagne

Om mensen aan te moedigen én te laten zien hoe ze kunnen bijdragen, bestaat de campagne uit twee onderdelen (alle uitingen zowel in Nederlands als Engels):

1. Een platform/landingspagina op de website met hulp voor het bespreekbaar maken van ongewenste en onveilige situaties en gedrag
2. Campagne-uitingen voor social media, nieuwsbrieven, posters, schermen, etc, die verwijzen naar het platform

Ad 1) Platform/landingspagina op de website

Een duurzaam en doelgroepgericht platform waar alles over sociale veiligheid samenkomt, van hulp bij bespreekbaar maken van moeilijke onderwerpen, zoals tips, trainingen, werkvormen, checklists, artikelen, bijeenkomsten, voorstellingen en dialoogsessies, tot podcasts en de wegwijzer sociale veiligheid. Binnen de campagne kunnen bestaande ideeën en initiatieven worden verbonden en versterkt.

Ad 2) Campagne-uitingen

Elke uiting bestaat uit vier stappen:

1. Een quote uit een ervaringsverhaal (uit echte verhalen en ervaringen, geanonimiseerd)
2. 'Herken je dit?'
3. 'Doorbreek de stiltes'
4. 'Ontdek hoe' (verwijzing naar platform)

Tijdens een campagneperiode zijn verhalen op meerdere plaatsen en via verschillende kanalen zichtbaar, zodat medewerkers en studenten meer dan één verhaal tegenkomen. Er komen veel verschillende quotes beschikbaar met uiteenlopende onderwerpen en situaties, ten behoeve van herkenbaarheid en impact.

Theaterstukken en discussie

Onderdeel van de campagne is ook het stimuleren van het gesprek over sociale veiligheid door onder andere het toneelstuk 'The Learning Curve' met aansluitend een discussie over grensoverschrijdend gedrag in de wetenschap. Ook een interactief theaterstuk als Time-Out kan daaraan bijdragen.