

## The Big Plus awareness-raising campaign



In 2004, Learning Connections (part of Communities Scotland, the Scottish Executive's housing and regeneration agency) launched *The Big Plus* awareness-raising campaign to motivate adults to access learning to improve their reading, writing and number skills.

One of the recommendations made in the Scottish Executive's 2001 strategy report, *Adult Literacy and Numeracy in Scotland (ALNIS)* downloadable on <http://www.scotland.gov.uk/library3/lifelong/alan-00.asp>, was the development of an effective public awareness-raising campaign – *The Big Plus*. *The Big Plus* aims to reduce stigma around adult literacy and numeracy and increase learner numbers. It had a central role in working towards the Scottish Executive's target of encouraging 150,000 learners to take up learning by the end of March 2006.

Considerable resources were put into *The Big Plus* campaign. Tutors and learners were consulted during the initial development stages to ensure maxi-

mum effectiveness. The campaign has involved television and radio advertisements and a range of merchandise (such as files, mugs, mousemats, pens and calculators) bearing *The Big Plus* logo. A website and freephone number were set up and, in September 2006, 14,000 phone calls have been recorded since the campaign started in 2004. CD-ROMs have been developed with learner testimonies showing the difference participation in literacy and numeracy learning has made to their lives.

In addition, some local adult literacy and numeracy partnerships have adopted *The Big Plus* branding.

*The Big Plus* has several strands – *The Big Plus for Young People* (16 – 25 year olds), *The Big Plus for Business* and *The Big Plus for Libraries*.

For a variety of reasons, most of the materials cannot generally be used in other countries; however, for example, clips without words are very... eloquent and can therefore be widely circulated. But the portrayal of learners, their needs and diversity, makes for an very interesting source of inspiration for others.



**PROJECT:** presented at the PASS thematic seminar

**AUTHOR:** *Learning Connections - Communities Scotland*

**LANGUAGE:** English

**MEDIUM, PUBLISHING AND DISSEMINATION:** several media, *Learning Connections*, Glasgow (UK)

or downloadable on the website: [www.thebigplus.com](http://www.thebigplus.com)

## The Big Plus awareness-raising campaign



En 2004, l'agence gouvernementale *Learning Connections* (dépendant de *Communities Scotland*, *The Scottish Executive's Housing and Regeneration Agency*) a lancé la campagne de sensibilisation *The Big Plus* pour encourager les adultes à se former et à améliorer leur compétences en lecture, écriture, calcul...

Une des recommandations issues du rapport gouvernemental écossais de 2001 intitulé *Adult Literacy and Numeracy in Scotland (ALNIS)*, téléchargeable sur: <http://www.scotland.gov.uk/library3/lifelong/alan-00.asp> était la mise sur pied d'une campagne de sensibilisation grand public – *The Big Plus* – permettant de réduire la stigmatisation et d'augmenter le nombre d'apprenants. Cette campagne avait donc un rôle capital à jouer pour atteindre l'objectif que s'était fixé le gouvernement écossais : parvenir à ce que 150.000 participants adultes rejoignent les lieux de formation d'ici la fin mars 2006.

La campagne se décline selon plusieurs registres : *The Big Plus "for Young People"* (16-25 ans), *"for Business"* and *"for Libraries"*. Pour lui assurer un maximum d'efficacité, des formateurs et des apprenants

ont été consultés durant les phases de son développement initial et des investissements importants ont été consentis.

Cette mobilisation a permis la réalisation de spots TV et radio ainsi qu'une large série de matériels promotionnels tels que classeurs, chopes, tapis de souris, matériel d'écriture, calculatrices, etc.

Une ligne téléphonique gratuite (14.000 appels recueillis en 2 années) et un site web ont également été conçus à cette occasion. Toujours dans le cadre de cette campagne, *Learning Connections* a réalisé des CD-Roms, mettant en scène des témoignages d'apprenants. Ces outils ont permis de montrer l'impact que l'apprentissage des savoirs de base avait eu sur la vie des personnes inscrites aux formations. Comme résultat de la campagne, certains partenariats locaux oeuvrant dans le domaine de l'alphabétisation ont décidé d'utiliser le logo et le matériel *The Big Plus* pour leurs propres activités de sensibilisation.

La plupart de ces supports ne peuvent généralement pas être utilisés tels quels dans d'autres pays. Néanmoins, les portraits d'apprenants, leur richesse et leur grande diversité, constituent une source d'inspiration tout à fait intéressante.



**PROJET:** présenté lors du séminaire thématique PASS

**AUTEUR:** *Learning Connections - Communities Scotland*

**LANGUE:** anglais

**SUPPORT, ÉDITION ET DIFFUSION:** différents supports, *Learning Connections*, Glasgow (UK)

ou téléchargeables sur le site web: [www.thebigplus.com](http://www.thebigplus.com)

## The Big Plus awareness-raising campaign



2004 hat die Regierungsagentur Learning Connections (abhängig von *Communities Scotland, The Scottish Executive's Housing and Regeneration Agency*) die Sensibilisierungskampagne *The Big Plus* gestartet, die Erwachsene ermutigt, sich weiterzubilden und ihre Kompetenzen in den Grundfächern Lesen, Schreiben und Rechnen zu verbessern. Dieses Projekt wurde unter der Berücksichtigung der Empfehlungen eines detaillierten vorbereitenden Berichtes ausgearbeitet (*Adult Literacy and Numeracy in Scotland* - ALNIS 2001 - herunter zu laden unter: <http://www.scotland.gov.uk/library3/lifelong/alan-00.asp>). Diese Politik bezweckt allgemeine, sich der Stigmatisierung von Analphabeten zu widersetzen und die Anzahl Lernende zu erhöhen. In Zahlen ausgedrückt lautete die Zielsetzung der Kampagne *Big Plus*, bis Ende März 2006 150.000 lernende Erwachsene in den Ausbildungszentren zählen zu können.

Die der Kampagne zugestandenen Mittel fielen sehr umfangreich aus, wodurch unterschiedliche und attraktive Instrumente entwickelt werden konnten, die anschließend an Beratung mit Ausbildern und Lernenden ausgearbeitet wurden. Es handelt sich (unter anderem) um Fernseh- und Radio-Spots, eine gebührenfreie Rufnummer (14.000 Anrufe, die innerhalb 2 Jahre registriert wurden), eine Webseite, ein weit verbreitet durch die lokalen Partner genutztes Logo, wodurch die Ausbildungsorte leicht identifiziert werden können, eine Reihe von Werbe-Tools (Hefter, Humpen, Mouse-Pads, Schreibmaterial, Taschenrechner, usw.), sowie Videospots und CD-Roms für spezifisches Zielpublikum (Jugendliche, Unternehmen, ...).

Die Kampagne umfasst mehrere Aktionen: *The Big Plus "for Young People"* (16-25 Jahre), *"for Business"* und *"The Big Plus for Libraries"*, die öffentliche Bibliotheken anzielt (um somit die Sammlung mit Werken für, neue Leser' zu bereichern und um dem Bibliothekspersonal eine bessere Aufnahme und Leitung dieses Publikums beizubringen, usw.) Auch wenn die meisten dieser Tools in anderen Ländern nicht verwendbar sind (die stummen Videospots sind... sehr aussagend und somit weiter vertreibbar), so bilden deren Genauigkeit und Vielfältigkeit jedoch eine sehr interessante Quelle der Inspiration.

**PROJEKT:** präsentiert während des Themenseminars des Projektes PASS

**AUTOR:** *Learning Connections - Communities Scotland*

**SPRACHE:** Englisch

**TRÄGER, AUSGABE UND VERTRIEB:** unterschiedliche Träger, *Learning Connections, Glasgow* (UK)

oder Herunterladen von der Webseite: [www.thebigplus.com](http://www.thebigplus.com)

## The Big Plus awareness-raising campaign



Lanciata nel 2004 dall'agenzia governativa *Learning Connections*, la campagna di sensibilizzazione *The Big Plus* fa parte integrante della strategia scozzese in materia di alfabetizzazione (*Scottish Literacy and Numeracy Strategy*), volta ad incrementare la partecipazione dei soggetti adulti ai corsi di formazione a livello locale. Muovendo dalle raccomandazioni contenute nel Rapporto *Adult Literacy and Numeracy in Scotland* (reperibile sul sito internet: <http://www.scotland.gov.uk/library3/lifelong/alan-00.asp>), la strategia scozzese si pone come obiettivo primario quello di aumentare il numero degli studenti che frequentano i centri di formazione nella regione, raggiungendo i 150 mila studenti entro la fine del 2006.

La campagna ha ricevuto sostanziosi finanziamenti regionali che hanno permesso di realizzare vari "prodotti" con l'aiuto di formatori e studenti. Nello specifico, sono stati realizzati degli spot trasmessi per televisione e radio; è stata predisposta una linea telefonica gratuita che ha ricevuto 14.000 appelli

in due anni; è stato creato un sito internet, un logo utilizzato per dare visibilità ai centri di formazione ed altro materiale promozionale (raccoltori, tappetini per il mouse, cancelleria, calcolatrici, ecc).

Della campagna sono state inoltre realizzate più versioni, ciascuna dedicata ad un gruppo specifico di persone: *The Big Plus "for Young People"* (per i giovani da 16-25 anni), *"for Business"* (per il mondo economico) ed infine *"for Libraries"* (per le biblioteche pubbliche, istruendo il personale delle biblioteche su come meglio accogliere i "nuovi lettori" e come orientarli nella consultazione).

Sebbene la maggior parte degli strumenti realizzati nell'ambito della campagna non sia direttamente (sic et simpliciter) ri-utilizzabile in altri paesi (gli spot video, sebbene muti, sono, tuttavia, molto eloquenti e quindi più facilmente diffondibili), per la ricchezza dei dettagli e, al tempo stesso, per la loro varietà, i "prodotti" della campagna *The Big Plus* sono una risorsa molto interessante.



**PROGETTO:** presentato in occasione del seminario tematico PASS

**AUTORE:** *Learning Connections - Communities Scotland*

**LINGUA:** inglese

**SUPPORTI, PUBBLICAZIONE E DIFFUSIONE:** vari supporti, *Learning Connections*, Glasgow (UK)

anche scaricabile dal sito: [www.thebigplus.com](http://www.thebigplus.com)