

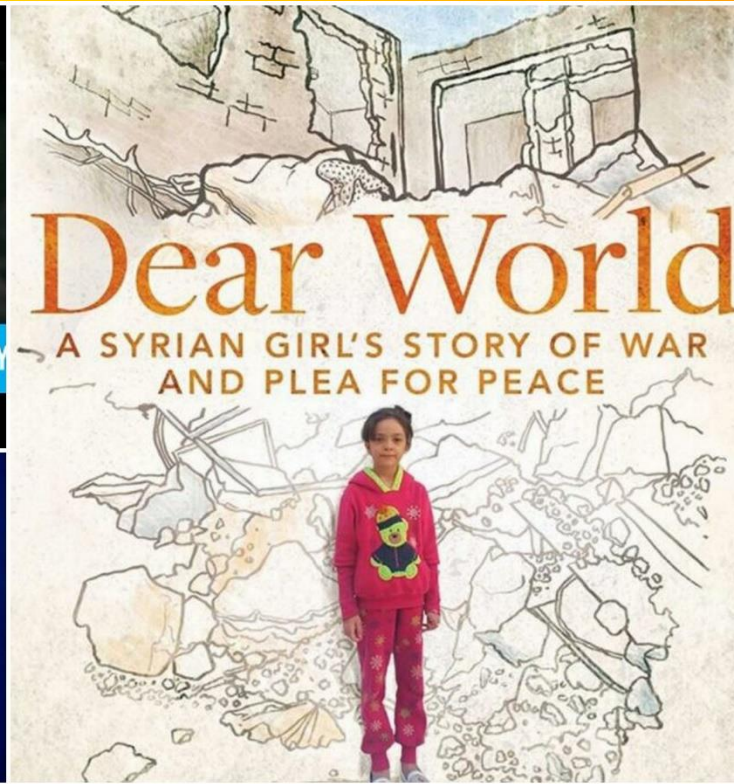
The generation that could save us



Play Campaign AV

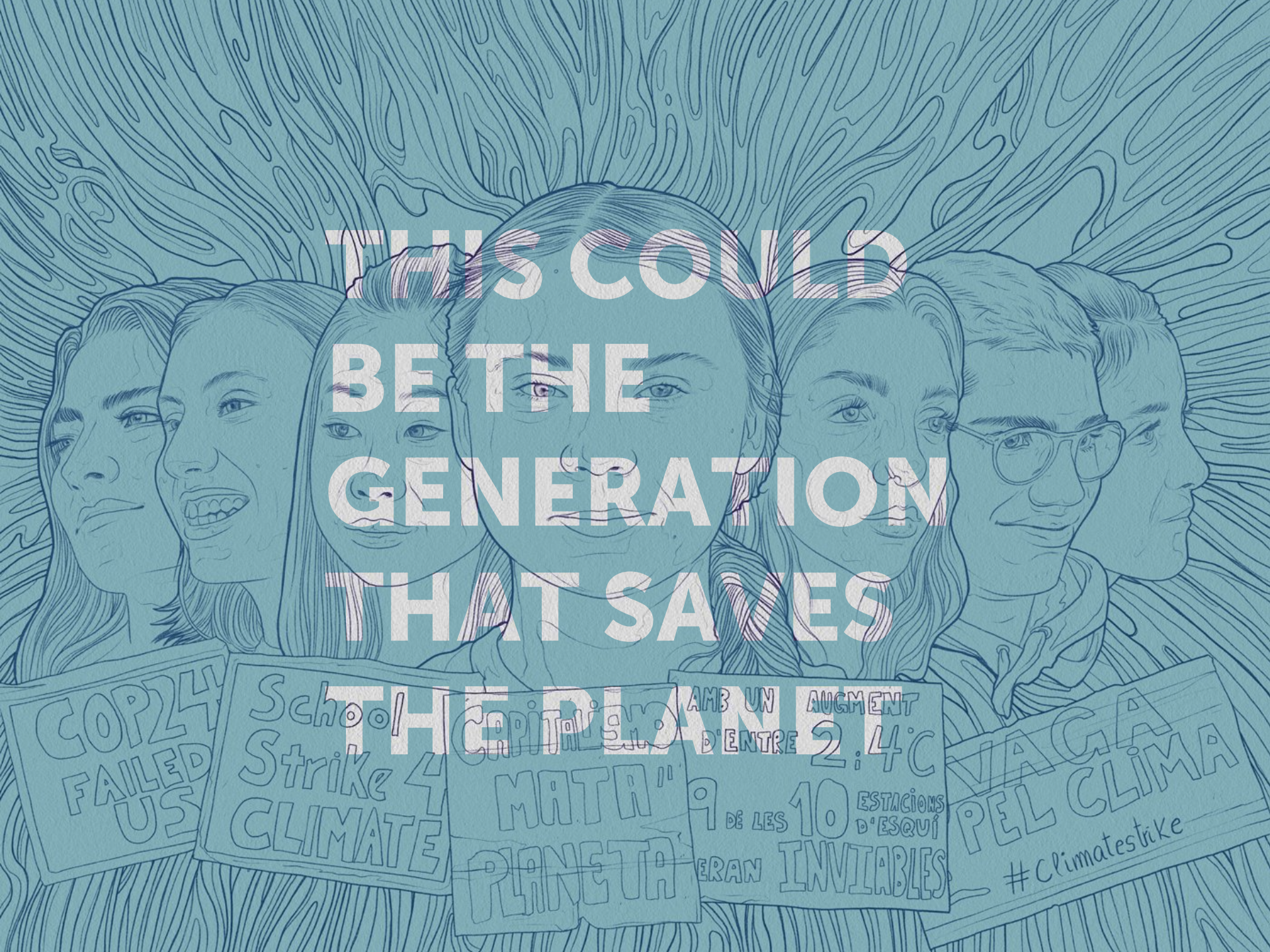


Dainik Jagran



This is the generation that can look at the world and its problems and believe they can solve them.





THIS COULD
BE THE
GENERATION
THAT SAVES

THE PLANET

COP24
FAILED
US

School
Strike 4
CLIMATE

CAPITALISMO
MATA"
PLANETA

AMB UN AUGMENT
D'ENTRE 2,4°C
9 DE LES 10 ESTACIONS
D'ESQUÍ
ERAN INVIABLES

VIA GA
PEL CLIMA
#ClimateStrike

The Young Warriors

Be it, the 13-year old Canadian water activist Autumn Peltier who told the UN it was time to "warrior up", or the 17-year old Malala Yousafzai, who secured education for girls in Pakistan, or the 7-year old Bana Alabed who drew attention to the plight of children in conflict zones,

or the 13-year old Alexandria Villasenor a climate change activist. All these children are leading the way.



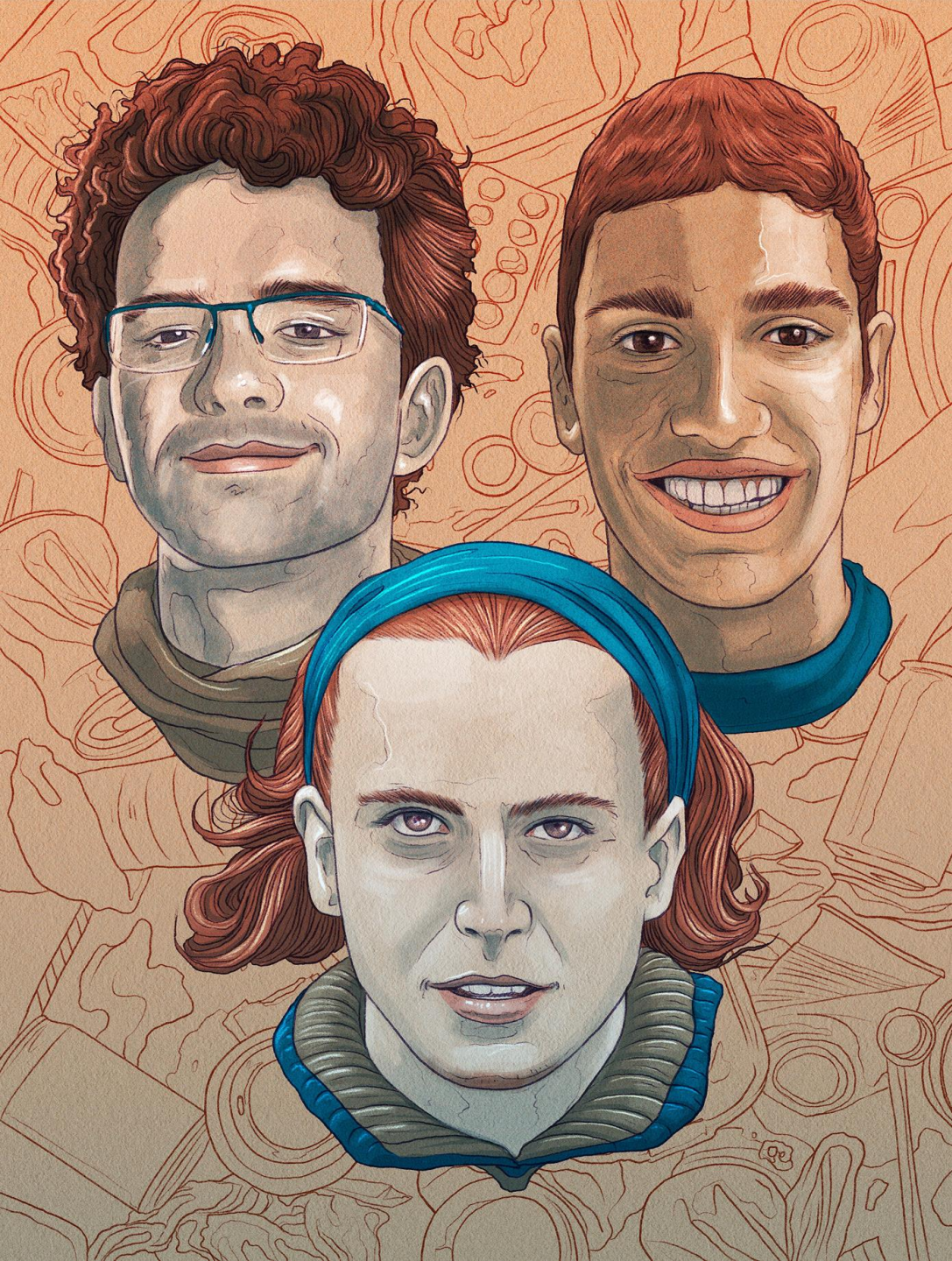
Climate Change

Education



Children in conflict zones

These children remind us that our next generation is more self-aware, compassionate and committed.



This generation is upfront about their responses to an adult world they reject. As they chart their own course making sense of the world, they are inventing their systems of codes, values and mores in the process.



As media, we could accelerate this mood by reminding young people about what they could achieve, what they should care about, and just make them realize their incredible power. It was time we played our part in inspiring the next generation of leaders, activists and citizens.

Hence our campaign "Sanskarshala"

to inspire children to expand their circle of concern,
to view the world from a new perspective, and
realize their incredible power to usher change.



Objectives

Create newspaper content that strikes conversations with children on modern value systems

Highlight 'intrinsic' values which underpin increased social and environmental concern, and motivate children to act in line with this concern

Position Dainik Jagran as a newspaper that steers public towards socially desirable goals

"Total Immersion"

It was a multi-sensorial content campaign that blends into the daily lives of millions of children. We aimed at total immersion through the following actions:

Read

Watch

Listen

Debate

Live

Institutionalize

Inspire

Empathy

Expertise

Curate

Collaborate



READ

1093 stories of Value - based Editorial content were printed on specific topics like Water conservation, Responsible use of technology, Sensitivity to animals, etc

अच्छाई की समझ

www.jagrantsanskarshalia.com

दुश्मन नहीं, दोस्त बनें

एक बार एक गाँव में एक बूढ़ा किसान था। उसका एक छोटा सा बगीचा था। उसमें वह बहुत सारे फलों के पेड़ लगाए थे। एक दिन उसने सोचा कि मैं तो बूढ़ा हूँ, मेरे बच्चे नहीं हैं, तो मैं इस बगीचे के फलों को बेचकर थोड़ा पैसे कमाऊँ। उसने सोचा कि मैं तो बूढ़ा हूँ, मेरे बच्चे नहीं हैं, तो मैं इस बगीचे के फलों को बेचकर थोड़ा पैसे कमाऊँ।

अच्छाई की समझ

www.jagrantsanskarshalia.com

आइसक्रीम पार्टी

एक बार एक गाँव में एक बूढ़ा किसान था। उसका एक छोटा सा बगीचा था। उसमें वह बहुत सारे फलों के पेड़ लगाए थे। एक दिन उसने सोचा कि मैं तो बूढ़ा हूँ, मेरे बच्चे नहीं हैं, तो मैं इस बगीचे के फलों को बेचकर थोड़ा पैसे कमाऊँ। उसने सोचा कि मैं तो बूढ़ा हूँ, मेरे बच्चे नहीं हैं, तो मैं इस बगीचे के फलों को बेचकर थोड़ा पैसे कमाऊँ।

अच्छाई की समझ

www.jagrantsanskarshalia.com

सफलता की राह

एक बार एक गाँव में एक बूढ़ा किसान था। उसका एक छोटा सा बगीचा था। उसमें वह बहुत सारे फलों के पेड़ लगाए थे। एक दिन उसने सोचा कि मैं तो बूढ़ा हूँ, मेरे बच्चे नहीं हैं, तो मैं इस बगीचे के फलों को बेचकर थोड़ा पैसे कमाऊँ। उसने सोचा कि मैं तो बूढ़ा हूँ, मेरे बच्चे नहीं हैं, तो मैं इस बगीचे के फलों को बेचकर थोड़ा पैसे कमाऊँ।

अच्छाई की समझ

www.jagrantsanskarshalia.com

बड़ों के प्रति सही आदर-प्रेम का भाव

एक बार एक गाँव में एक बूढ़ा किसान था। उसका एक छोटा सा बगीचा था। उसमें वह बहुत सारे फलों के पेड़ लगाए थे। एक दिन उसने सोचा कि मैं तो बूढ़ा हूँ, मेरे बच्चे नहीं हैं, तो मैं इस बगीचे के फलों को बेचकर थोड़ा पैसे कमाऊँ। उसने सोचा कि मैं तो बूढ़ा हूँ, मेरे बच्चे नहीं हैं, तो मैं इस बगीचे के फलों को बेचकर थोड़ा पैसे कमाऊँ।

अच्छाई की समझ

www.jagrantsanskarshalia.com

बुरे से बूढ़ बने

एक बार एक गाँव में एक बूढ़ा किसान था। उसका एक छोटा सा बगीचा था। उसमें वह बहुत सारे फलों के पेड़ लगाए थे। एक दिन उसने सोचा कि मैं तो बूढ़ा हूँ, मेरे बच्चे नहीं हैं, तो मैं इस बगीचे के फलों को बेचकर थोड़ा पैसे कमाऊँ। उसने सोचा कि मैं तो बूढ़ा हूँ, मेरे बच्चे नहीं हैं, तो मैं इस बगीचे के फलों को बेचकर थोड़ा पैसे कमाऊँ।

अच्छाई की समझ

www.jagrantsanskarshalia.com

सेवा की भावना पर ही टिका समाज का ताना-बाना

ग्रिफ़्ट पब्लिक स्कूल में जागरण संस्कारशाला के तहत इंटरस्कूल गान-निर्वाह प्रतियोगिता

अच्छाई की समझ

www.jagrantsanskarshalia.com

संग लाई मेहनत

एक बार एक गाँव में एक बूढ़ा किसान था। उसका एक छोटा सा बगीचा था। उसमें वह बहुत सारे फलों के पेड़ लगाए थे। एक दिन उसने सोचा कि मैं तो बूढ़ा हूँ, मेरे बच्चे नहीं हैं, तो मैं इस बगीचे के फलों को बेचकर थोड़ा पैसे कमाऊँ। उसने सोचा कि मैं तो बूढ़ा हूँ, मेरे बच्चे नहीं हैं, तो मैं इस बगीचे के फलों को बेचकर थोड़ा पैसे कमाऊँ।

अच्छाई की समझ

www.jagrantsanskarshalia.com

रिशतों में सही रंग भरने वाले ही समाज में अच्छे आर्टिस्ट

दिल्ली पब्लिक स्कूल की टीम वैन चैपियन ग्रिफ़्ट पब्लिक स्कूल में जागरण संस्कारशाला प्रतियोगिता का सम्मान

WATCH

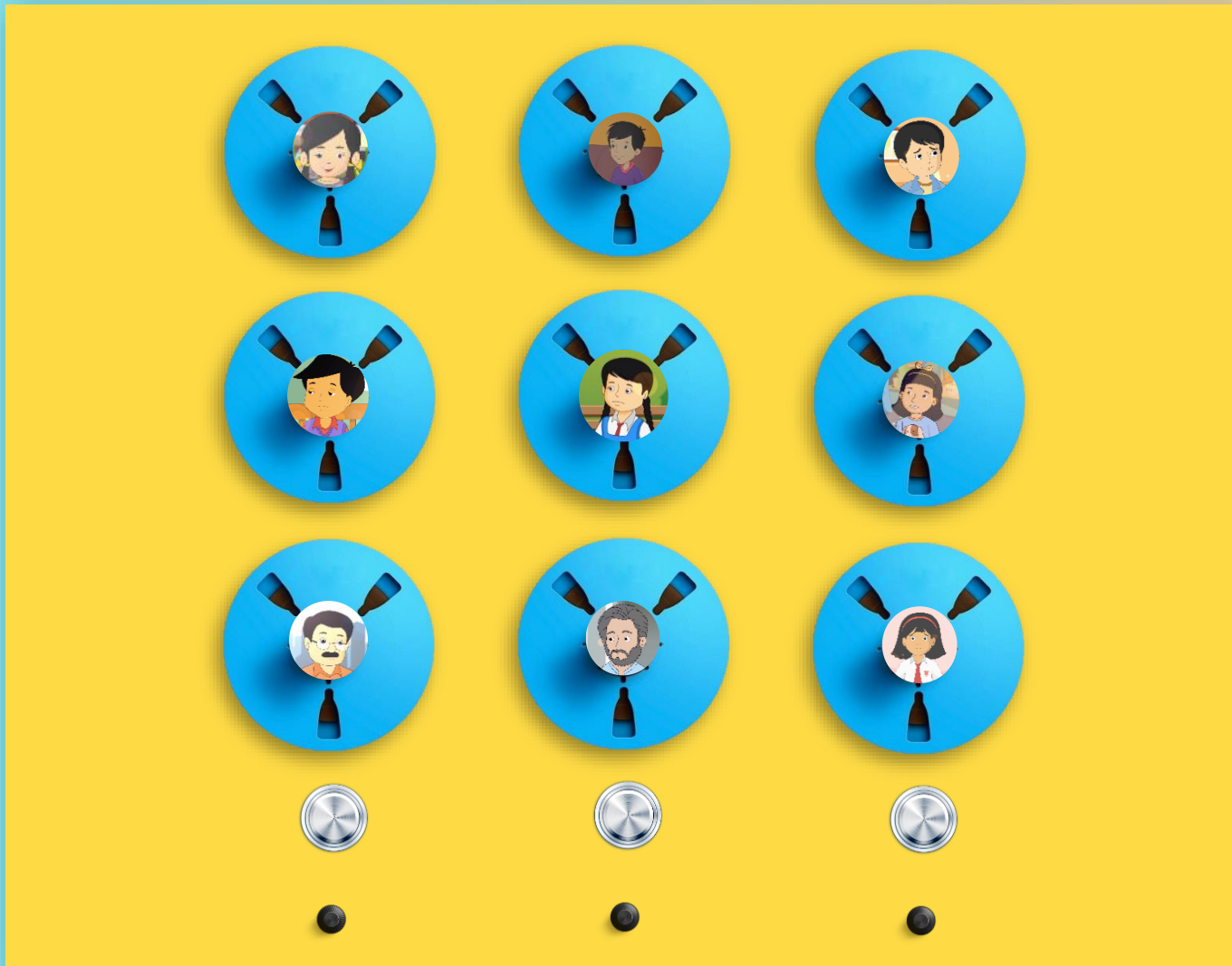


Click on thumbnail to view the film



LISTEN

All stories were converted into audio stories and made available to students



DEBATE

1410 students of 521 schools participated in 649 debates in 2 weeks across 30 cities
- arguably the largest debate ever held in the country on moral dilemmas



LIVE

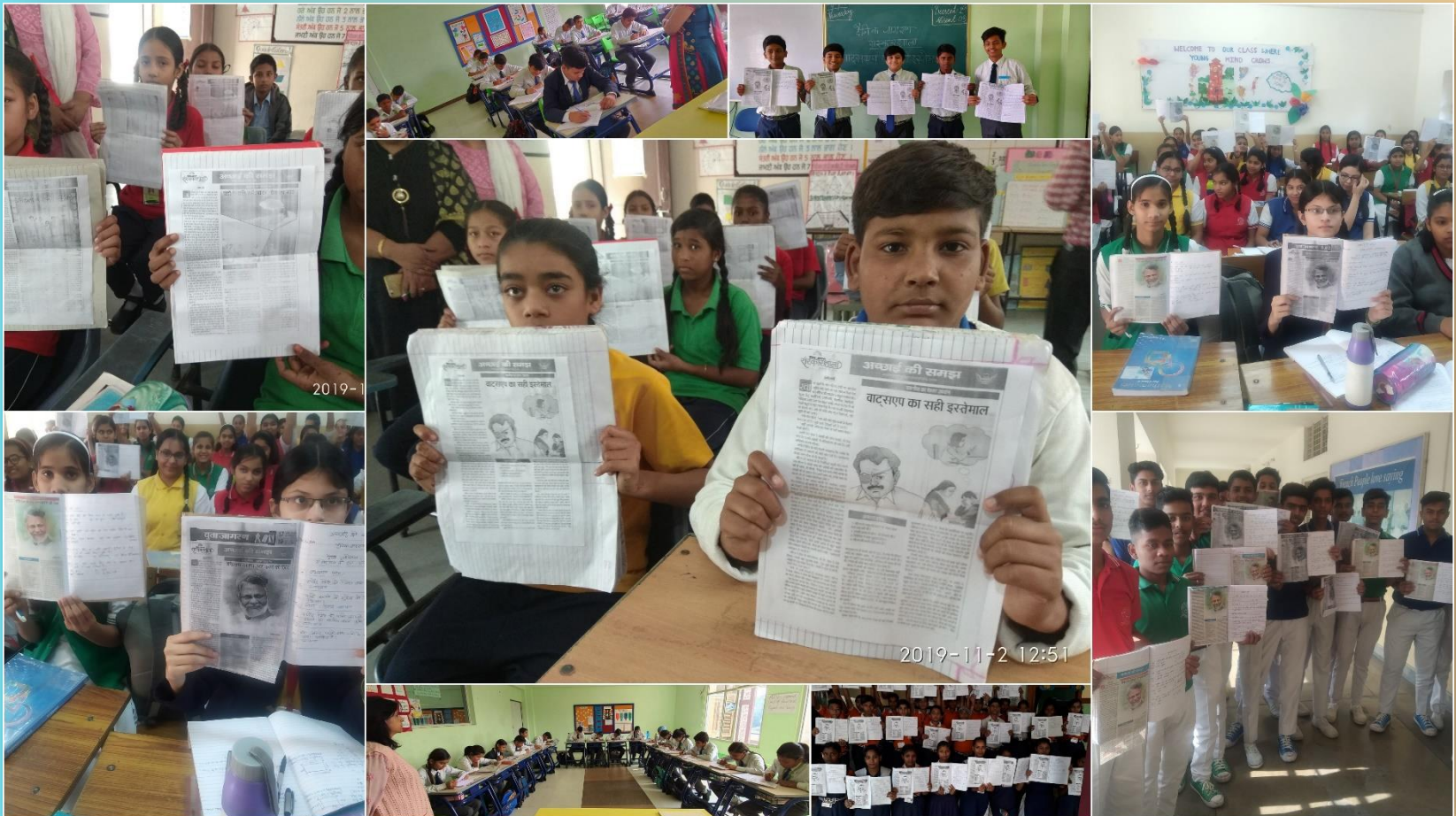
1154 school morning assemblies converted to 'Sanskarshala' assemblies where the newspaper stories were read and children enacted the stories.

We inspired 8,73,914 students



INSTITUTIONALIZE

Several schools incorporated '*Sanskarshala*' content into their curriculum. The stories became comprehension passages in language classes - newspaper content made it to the class notebooks of children. Students also submitted 480 projects on themes ranging from water conservation to climate change



INSPIRE

270 children took up Peer-to-peer education projects and relayed the '*Sanskarshala*' content to 30,996 underprivileged children. Several groups of students communicated through street theatres



EMPATHY

The stories were taken to 3514 specially-abled kids across 204 schools



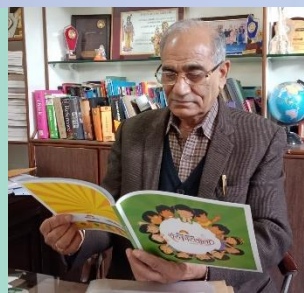
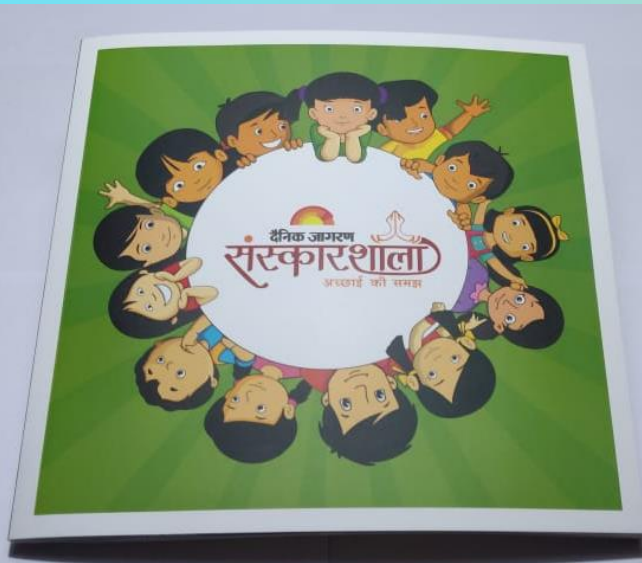
EXPERTISE

105,950 children attended 400 workshops and webinars conducted by experts



CURATE

We created a comic book with the stories. 7560 comic books were placed in over 1000 school libraries potentially reaching 1.1mn children.



COLLABORATE

We collaborated with School principals in a brainstorming session to arrive at themes for '*Sanskarshala*' content



CAMPAIGN IN NUMBERS

1.4mn
children
participated
directly

70mn
Campaign
Reach through
Dainik Jagran

9.7mn
Digital Reach
of the
campaign

1mn
Video Views

727
Animation films
shared in 727
hyper-local
Whatsapp
groups

Highest
Brand
Awareness

Highest
Brand
Satisfaction

Most
Preferred &
Recommended
Brand

Highest on
Intention to
Read

The
newspaper
readers
looked
forward to

Ranked
Highest on
Trust

Ranked
Highest on
Youthfulness



CAMPAIGN IN NUMBERS

Dainik Jagran was ranked as highest read newspaper in India with 70mn Readers As per the India Readership Survey, 2019 Q3



The generation that could save us



Play Campaign AV



Dainik Jagran

