



PODRĘCZNIK DOBRYCH PRAKTYK kampanii informacyjno-edukacyjnej „Świadomi zagrożenia”



Lasy Państwowe

Robert Tomusiak

***Podręcznik dobrych praktyk
kampanii informacyjno – edukacyjnej
„Świadomi zagrożenia”***



Projekt I:

„Ogień w lesie a przyroda – podniesienie świadomości mieszkańców terenów wiejskich w zakresie zapobiegania pożarom lasów” – FORESTFIRE

Projekt II:

„Ogień w lesie a przyroda II – drugi etap kampanii informującej społeczeństwo o zagrożeniu pożarowym w lasach” – FORESTFIRE II





**Projekty współfinansowane ze środków
Unii Europejskiej w ramach Instrumentu Finansowego LIFE+ oraz
Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej**

Egzemplarz bezpłatny

***Opracował na zlecenie Dyrekcji Generalnej Lasów Państwowych:
dr Robert Tomusiak***

**Wydawca:
Dyrekcja Generalna Lasów Państwowych
ul. Bitwy Warszawskiej 1920r. nr 3
02-362 Warszawa**

© DGLP Warszawa 2012

***Zdjęcia:
Archiwum Dyrekcji Generalnej Lasów Państwowych, Jacek Zadura, Los
Mejores***



www.swiadomizagrozenia.pl

1. Wstęp	4
2. Mamy problem.....	7
3. Walczymy z nim!!! - Ochrona przeciwpożarowa w Lasach Państwowych	9
4. Profilaktyki i edukacji nigdy za wiele	12
5. Kampania skuteczna, a więc atrakcyjna.....	14
6. To było najlepsze!!!	23
7. A to można w przyszłości udoskonalić.....	24
8. Wsparcie rzecz niezbędna.....	26
9. Powiedzieli nam – prezentacja opinii ekspertów, uczestników szkoleń itp. na temat kampanii „Świadomi Zagrożenia”	27
10. Podsumowanie	35

1. Wstęp

„Świadomi zagrożenia” to największa i obfitująca w szeroki wachlarz atrakcyjnych środków przekazu kampania informacyjno – edukacyjna, jaką do tej pory przygotowały i przeprowadziły Lasy Państwowe.

Chcąc jak najlepiej uświadomić społeczeństwu z jak wielkim, nie do końca rozumianym zagrożeniem, jakim są pożary lasów, mamy do czynienia leśnicy skierowali do odbiorców atrakcyjne spoty telewizyjne i radiowe, filmy edukacyjne, artykuły w prasie i Internecie, działania edukacyjne adresowane do młodzieży, a także szkolenia dla nauczycieli szkół gimnazjalnych i przedstawicieli Ochotniczych Straży Pożarnych. Mnogość i różnorodność instrumentów nie tylko uświadamiających, ale także wskazujących jak wiele i jak niewielkimi środkami możemy zrobić, aby to wielkie zagrożenie zminimalizować są imponujące. Ogromny jest także obszar, na jakim leśnicy starali się dotrzeć do odbiorców, bowiem zasięgiem kampanii objęli aż 10 województw naszego kraju, gdzie dotarli do wielu grup społecznych. Adresowanie kampanii do niektórych z nich od razu wydaje się jasne i oczywiste, a do innych z początku może budzić duże wątpliwości. A jednak...

Ogromny zasięg i rozmiar kampanii to także wielkie zaangażowanie sił i środków. To ogromny wkład pracy wielu ludzi i znaczne nakłady finansowe. Nie udało by się jej przygotować, zorganizować i przeprowadzić bez uzyskania dofinansowania ze środków zewnętrznych. Na szczęście udało się uzyskać wsparcie Instrumentu Finansowego Komisji Europejskiej LIFE+ oraz Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, co w połączeniu z wkładem własnym Lasów Państwowych umożliwiło przeprowadzenie przedsięwzięcia o niespotykanej dotąd skali.

Na Kampanię „Świadomi zagrożenia” składają się dwa projekty LIFE+:

1. „Ogień w lesie a przyroda – podniesienie świadomości mieszkańców terenów wiejskich w zakresie zapobiegania pożarom lasów” – FORSTFIRE

Zasięg projektu to województwa: mazowieckie, podlaskie, warmińsko-mazurskie oraz kujawsko-pomorskie. Projekt realizowany był w okresie 1.01.2010r. – 31.12.2012r.

2. „Ogień w lesie a przyroda II – drugi etap kampanii informującej społeczeństwo o zagrożeniu pożarowym w lasach” – FORESTFIRE II

Zasięg projektu to województwa: śląskie, łódzkie, świętokrzyskie, lubelskie, małopolskie i podkarpackie. Projekt realizowany był w okresie 1.10.2010r. – 31.03.2013r.

W ramach poszczególnych projektów zrealizowano następujące główne działania:

1. Opracowano raport merytoryczny - dotyczący zakresu i sposobu przekazywania informacji na temat pożarów lasów oraz przeciwdziałania ich powstawaniu.
2. Przygotowano szczegółową identyfikację grupy docelowej oraz podmiotów wspierających kampanii.
3. Opracowano Księgę Identyfikacji Wizualnej.
4. Stworzono stronę www.swiadomizagrozenia.pl
5. Wyprodukowano 5 spotów telewizyjnych.
6. Wyprodukowano 5 spotów radiowych.
7. W stacjach regionalnych wyemitowano 5 różnych spotów telewizyjnych: 600 w prime time, 1200 poza prime time.
8. W regionalnych stacjach radiowych wyemitowano 5 różnych spotów radiowych: 3200 w prime time, 3200 poza prime time:
9. Przeprowadzono badanie ankietowe CATI ex-ante i ex-post
10. Opracowano 5 całostronicowych artykułów prasowych do dzienników regionalnych.
11. Przygotowano 3 całostronicowe reklamy prasowe do dzienników regionalnych.
12. Opublikowano 3 reklamy i 5 artykułów sponsorowanych w dziennikach o zasięgu regionalnym: 80 publikacji artykułów i 48 publikacji reklam.
13. Wyprodukowano film dokumentalny (52 min.) – „Zabójczy Ogień”
14. Wyprodukowano 2 filmy edukacyjne (26 min.) – „Groźny czerwony kur” oraz „Bezpieczniej cieszymy się lasem”.
15. Wytłoczono na DVD 100 000 szt. filmów oraz materiałów informacyjnych.
16. Wyprodukowano materiały informacyjno – promocyjne (około 290 000 szt.)
17. Opracowano i wyprodukowano komplety materiałów edukacyjnych dla:
 - nauczycieli – 1600 szt.
 - przedstawicieli OSP – 600 szt.
 - księży – 1000 szt.
18. Zorganizowano 16 szkoleń dla nauczycieli z gimnazjów podczas których przeszkolono 800 osób.
19. Zorganizowano 16 szkoleń dla przedstawicieli OSP podczas których przeszkolono 480 osób.
20. Przeprowadzono badania ankietowe ex-ante i ex-post uczestników szkoleń z których sporządzono raport.
21. Wyprodukowano 1600 tablic informacyjnych które zostały rozmieszczone w kluczowych punktach na terenie obszaru objętego kampanią.
22. Zorganizowano konferencji prasowe i informacyjne.
23. W ramach promocji dobrych praktyk na arenie międzynarodowej prowadzono dystrybucję materiałów informacyjnych / edukacyjnych dotyczących kampanii oraz filmów do państw UE podczas międzynarodowych

konferencji poświęconych leśnictwu oraz w ramach współpracy przygranicznej.

24. Koordynatorzy regionalni kampanii wzięli udział w licznych imprezach lokalnych podczas których promowano kampanię „Świadomi zagrożenia” na wyznaczonych wcześniej obszarach kluczowych.

25. Przeprowadzono 8 wojewódzkich konkursów dla gimnazjalistów podczas których:

- 240 uczniom (5-osobowe zespoły) przyznano nagrody za zajęcie I-VI miejsca – pobyt na wakacyjnej zielonej szkole,
- 24 szkołom z których pochodziły zwycięskie zespoły (miejsca I-III) przyznano nagrody w postaci sprzętu komputerowego, który zostanie wykorzystany w prowadzeniu zajęć dydaktycznych.

2. Mamy problem

Prawie jedna trzecia naszego kraju to lasy. „Zielone płuca”, „fabryka tlenu”, „darmowe SPA”, to tylko niektóre spośród określeń charakteryzujących ten zielony obszar. Teren o którego większą część troszczą się leśnicy, bowiem prawie 75% polskich lasów jest w zarządzie Państwowe Gospodarstwo Leśne Lasy Państwowe. Obszar dostępny wszystkim, spełniający ogromną liczbę dobroczynnych funkcji. Bowiem ten „zielony skarb” nie tylko produkuje niezbędny do oddychania tlen i pochłania szkodliwy dwutlenek węgla. Chroni nas przed powodziami i lawinami, czy zapobiega osuwaniu się stromych zboczy. Wydziela ogromną ilość pożytecznych substancji, działając przy tym jak filtr pochłaniający szkodliwe gazy i pyły. Wiele osobom daje możliwość odpoczynku, czy to w trakcie wakacji, czy podczas sobotnio – niedzielnych wypadów lub też w trakcie krótkiej przerwy w podróży. A kogóż nie zachwyca smak i zapach grzybów w wigilijnych potrawach. Las to także miejsce pracy i źródło naturalnego odnawialnego surowca – drewna, z którego wytwarzane jest tak wiele dóbr i przy przetwarzaniu którego pracę znajdują kolejne rzesze ludzi. Śmiało można stwierdzić, że lasy to „zielony skarb” tym cenniejszy, że ogólnodostępny. Ale czy jako społeczeństwo jesteśmy „Świadomi zagrożenia” – ogromnego zagrożenia, na które jest narażony? Zagrożenia tym większego, gdyż powodowanego w głównej mierze przez nas samych? Zagrożenia śmiertelnego jakim są dla lasu pożary. Zagrożenia śmiertelnego nie tylko dla lasu, ale i dla nas samych. Szalejący „czerwony kur” nie tylko zabija rośliny i zwierzęta i niszczy cenny surowiec. Spalony las nie tylko nie wydziela tlenu i nie pochłania dwutlenku węgla. W wyniku spalania wydzielane są olbrzymie ilości dwutlenku węgla oraz innych szkodliwych gazów i pyłów, które mogą negatywnie wpływać na zdrowie ludzi w promieniu 100 kilometrów od pożaru. To także ogromne zagrożenie dla walczących z żywiołem strażaków i leśników, a także osób, które znalazły się w jego zasięgu. Zagrożenie, które czasami znajduje tragiczny finał...





Fot. 1, 2, 3 – pożar – śmiertelne zagrożenie dla lasu

O skali problemu najlepiej świadczy swoisty „sportowy” ranking. O ile pod względem stopnia pokrycia naszego kraju przez lasy znajdujemy się w środku europejskiego pelotonu, o tyle pod względem liczby pożarów, jakie rok rocznie wybuchają w polskich lasach znajdujemy się w ścisłej czołówce! Co więcej jesteśmy na podium, wyprzedzani jedynie przez Hiszpanię i Portugalię – kraje o klimacie zdecydowanie bardziej sprzyjającym powstawaniu pożarów i samych lasach o wiele, wiele bardziej na nie podatnych. Co gorsza w naszych warunkach klimatycznych pożary lasów, które spowodowały przyczyny naturalne (wyładowania atmosferyczne) stanowią znikomy procent. Zdecydowana większość, bo ponad 90% wszystkich pożarów lasów powstaje z winy nas samych! Szczególną grozą napawa fakt, iż prawie połowa pożarów stanowi wynik celowych podpaleń!!!

Jak widać problem jest i to poważny. Co zatem robi się i co robić należy aby go rozwiązać.

3. Walczymy z nim!!! - Ochrona przeciwpożarowa w Lasach Państwowych

O ile według przytoczonych wyników „sportowego” rankingu jesteśmy w niechlubnej europejskiej czołówce pod względem liczby pożarów lasów, o tyle jeżeli chodzi o średnią wielkość (powierzchnię) pożaru sprawa wygląda o wiele lepiej. Jest ona bowiem bardzo mała i wynosi około 0,2 hektara. Tak „dobry wynik” to zasługa całego szeregu działań podejmowanych przez leśników, które składają się na zintegrowany system ochrony przeciwpożarowej Lasów Państwowych.

Niektóre spośród elementów tego systemu odwiedzający lasy mogą zaobserwować sami. Ot chociażby górujące nad koronami najwyższych drzew dostrzegalnie przeciwpożarowe, pojawiające się corocznie nad lasami samoloty patrolowe, czy przemierzające leśne dukty lekkie samochody patrolowe – gaśnicze za pomocą których leśnicy patrolują lasy i w razie potrzeby gaszą niewielkie pożary w zarodku.



Fot. 4 – dostrzegalnia przeciwpożarowa

Wśród zieleni drzew przykuwają wzrok połyskujące lustra przeciwpożarowych zbiorników wody. Podróżując samochodem bądź pociągiem częstokroć dostrzegamy biegnące wzdłuż drogi, bądź torów kolejowych wyorane bruzdy – pasy przeciwpożarowe. Jak łatwo się domyślić cały system jest o wiele bardziej

rozbudowany i złożony. Składają się na niego między innymi: kategoryzacja nadleśnictw pod względem zagrożenia pożarowego – swoisty ranking obszarów leśnych szeregujący je ze względu na zagrożenie pożarem, na podstawie którego podejmowane są określone działania ochronne. Kolejnym elementem jest prognozowanie stopnia zagrożenia pożarowego. W oparciu o warunki pogodowe w tzw. okresie akcji bezpośredniej dwa razy w ciągu doby leśnicy określają stopień zagrożenia pożarowego lasu, na podstawie którego podejmują niezbędne działania. Opisywane wcześniej leśne dostrzegalnie, patrole lotnicze i naziemne to element systemu służący do jak najszybszego wykrycia pożaru i w oparciu o kolejny jego składnik – łączność pozwala na szybkie i sprawne przeprowadzenie akcji ratowniczo – gaśniczej, w której leśnicy współdziałają z jednostkami Ochotniczych Straży Pożarnych i Państwowej Straży Pożarnej. Przy gaszeniu większych i groźniejszych pożarów do akcji wkraczają czarterowane przez Lasy Państwowe samoloty i śmigłowce gaśnicze. Niepozorny, garbaty samolot PZL Dromader mieści w „brzuchu” dwie tony wody, z kolei znany wszystkim śmigłowiec MI 2 w podwieszonym gruszkowatym worku zwanym „bambi” potrafi przenieść między 500 a 1000 litrów tego najbardziej znanego środka gaśniczego.



Fot. 5 – zrzut wody z samolotu gaśniczego PZL Dromader



Fot. 6 – śmigłowiec gaśniczy – MI 2 w akcji

Te wszystkie działania to ogromne zaangażowanie wielu ludzi i znacznych środków finansowych. To wielogodzinne zgromadzenie przy wyczerpującej i długotrwałej akcji gaśniczej wielu ratowników, którzy mogą być potrzebni gdzie indziej. To narażanie zdrowia i życia wielu biorących udział w akcji ludzi. A przecież zdecydowanej większości spośród tysięcy wybuchających w naszych lasach pożarów można zapobiec. Stąd niezbędne są działania uświadamiające – szeroko rozumiana profilaktyka. Jest ona jednym z elementów zintegrowanego systemu ochrony przeciwpożarowej. Każdego roku leśnicy prowadzą pogadanki, za pośrednictwem mediów apelują o bezpieczne zachowanie w lesie, wydają broszury ulotki etc. Jednak zasięg ich działań jest niewystarczający o czym najlepiej świadczy przytaczany „sportowy ranking”. Co zatem zrobić, aby go zmienić? Jak mawiają lekarze zawsze lepiej zapobiegać, niż leczyć, a zatem...

4. Profilaktyki i edukacji nigdy za wiele

Coroczne apele, akcje edukacyjne, czy pogadanki o tematyce przeciwpożarowej prowadzone przez leśników w ramach zintegrowanego systemu ochrony przeciwpożarowej Lasów Państwowych, a także w ramach edukacji leśnej społeczeństwa mimo wielkiego zaangażowania mogą dotrzeć do ograniczonej liczby odbiorców. Rocznie z różnych form edukacji oferowanej przez leśników korzysta około dwóch milionów osób. Ta imponująca liczba to efekt planowych działań leśników, z których około osiem tysięcy rocznie poświęca część swojej pracy na działalność edukacyjną. Jednak przy takiej skali i wadze problemu to wciąż za mało. Dlatego do osiągnięcia niezwykle ważnego celu jakim będzie spadek liczby pożarów powstających z winy ludzi niezbędne są działania informacyjno – edukacyjne skierowane do bardzo szerokiego grona odbiorców. Do tych spośród nas, których zachowanie najczęściej staje się przyczyną pożarów, a także tych, których nieświadoma i bierna postawa jest „cichą akceptacją” takich zachowań.

Stąd też skierowanie kampanii do mieszkańców terenów wiejskich. To najbliżsi sąsiedzi terenów leśnych, często mieszkający w ich bezpośrednim sąsiedztwie, uprawiający swoje pola położone w pobliżu, bądź wśród lasów, na co dzień na wiele sposobów z lasów korzystający. To osoby z jednej strony mogące poprzez niewłaściwe postępowanie wielokrotnie doprowadzać do leśnych pożarów, z drugiej zaś jako już świadomi zagrożenia „dobrzy sąsiedzi” zapobiec wielu z nich, a w razie ich zauważenia szybko zaalarmować odpowiednie służby.

Drugą grupą, do której leśnicy kierują kampanię są osoby korzystające z lasów w celach rekreacyjnych. To ludzie spędzający wakacje w atrakcyjnych ostępach leśnych, poszukujący weekendowego odpoczynku na łonie natury, zbierający grzyby i inne skarby leśnej spiżarni, zatrzymujący się na leśnych parkingach podróżni, czy też osoby przejeżdżające lub przechodzące przez tereny leśne. Ta bardzo liczna grupa ludzi częstokroć rozbawiona, zrelaksowana nie zawsze zdaje sobie sprawę, że z pozoru niegroźnym zachowaniem, które w ich codziennym otoczeniu nie grozi żadnym niebezpieczeństwem, w lesie powoduje ogromne zagrożenie.

Kampania szczególnie mocno skierowana jest w stronę młodzieży gimnazjalnej. Dorastającą młodzież z jednej strony „rozsadza” energia niejednokrotnie popychając w stronę „atrakcyjnych” choć często niekoniecznie bezpiecznych zachowań. Z drugiej strony to grupa bardzo szybko przyswajająca wiedzę, zwłaszcza tę przekazywaną w sposób nowoczesny i atrakcyjny. A jak wiadomo „czym skorupka za młodu...”

Paradoksalnie odbiorcami kampanii są także nauczyciele. Oczywiście ta doskonale wykształcona grupa odbiorców nie zachowuje się w sposób nieodpowiedzialny. Ma jednak ogromny wpływ na młodzież i jest merytorycznie najlepiej przygotowana do przekazywania wiedzy. Tak więc jej rola w szerzeniu treści kampanii wśród szerokich rzesz młodzieży jest nieoceniona.

Także druhowie z Ochotniczych Straży Pożarnych, niejednokrotnie ratujący płonące lasy są doskonale wyszkoleni nie tylko w walce z pożarami, ale także

w profilaktyce przeciwpożarowej. W swoich środowiskach – w swoich „małych ojczyznach” są animatorami kultury, współorganizują imprezy kulturalne i rozrywkowe, prowadzą młodzieżowe drużyny pożarnicze. Są więc naturalnymi propagatorami treści kampanii zwłaszcza wśród mieszkańców terenów wiejskich.

I wreszcie grupa odbiorców najbardziej zagadkowa – księża. Osoby, których o działania zagrażające jakiegokolwiek formie życia podejrzewać nie sposób. To jednak w społecznościach wiejskich osoby o niekwestionowanym autorytecie, których słowo ma wielką wagę. Wyposażenie ich w odpowiednią wiedzę dotyczącą treści kampanii pomoże uczynić jej przekaz jeszcze bardziej nośnym.

5. Kampania skuteczna, a więc atrakcyjna

Aby uczynić kampanię informacyjno – edukacyjną jak najbardziej skuteczną konieczne było nie tylko zapewnienia jej wysokiego poziomu merytorycznego, ale zastosowanie jak najatrakcyjniejszych form przekazu. Takich, które nie tylko nie zniechęciłyby, ani nie znudziły potencjalnych odbiorców, ale zapadałyby łatwo w pamięć niejako kodując w podświadomości odbiorców niesione przesłanie. Dlatego mimo oparcia kampanii na rzeczowych analizach i naukowych opracowaniach jej twórcy zrezygnowali z podawania dokładnych danych statystycznych, przedstawiania tabel wykresów etc. na rzecz komunikatów krótkich, chwytliwych, zapadających w pamięć. Na tej zasadzie stworzono dwa główne hasła kampanii „Co roku lasy w Polsce płoną prawie 10 tysięcy razy! Tylko Ty możesz temu zapobiec!” i „9 na 10 pożarów lasów powodują ludzie! Tylko Ty możesz temu zapobiec!” Komunikaty te z jednej strony bardzo dobitnie, a zarazem sugestywnie ukazują skalę problemu, z drugiej zaś strony wskazują ogromną rolę odbiorców kampanii w rozwiązaniu tego problemu.



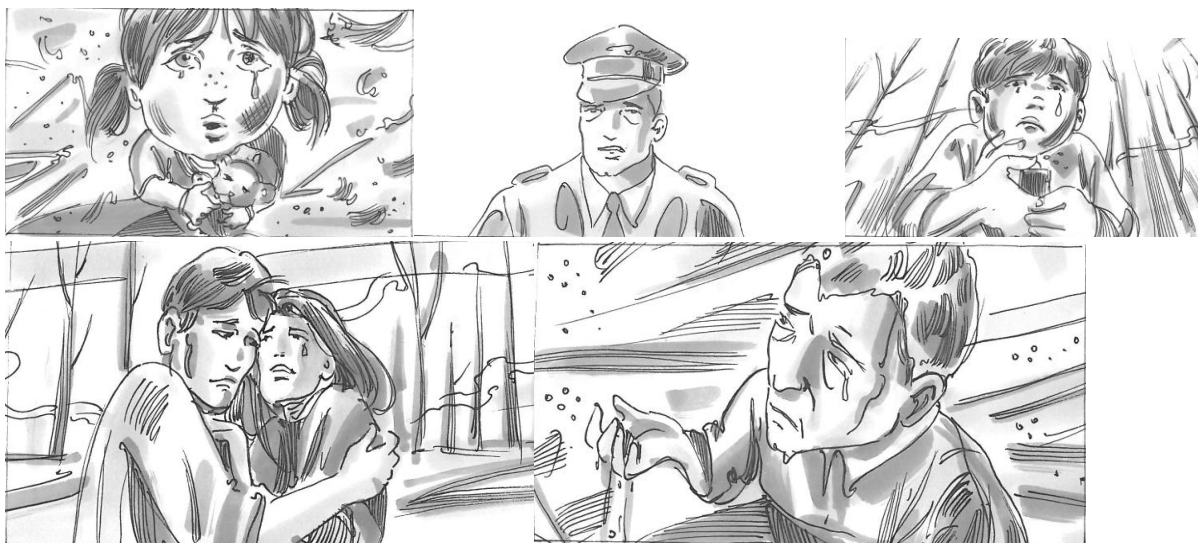
Rys. 1 – ulotka reklamowa z jednym z głównych haseł kampanii

Hasła te wprowadzając odbiorców w tematykę kampanii konsekwentnie pojawiają się w jej kolejnych atrakcyjnych i sugestywnych odsłonach medialnych.

I tak emitowane ponad tysiąc osiemset razy w godzinach największej oglądalności **telewizyjne spoty reklamowe**. Króciuteńkie – 30 sekundowe historyjki obrazujące najczęstsze przyczyny powstawania pożarów. Ich bohaterami są odbiorcy kampanii – rolnik corocznie wypalający wiosną łąkę, nie zdający sobie sprawy z zagrożenia, dopóki od płonącej łąki nie zapalił się jego las..., gimnazjalista chcący sprawdzić, jak rozwinie się zabawa z ogniem, para studentów, która zignorowała wprowadzony ze względu na duże zagrożenie pożarowe zakaz wstępu do lasu..., mała dziewczynka, której biwak z rodzicami w lesie z radosnej przygody i miłego wieczoru przy ognisku przerodził się w coś zgoła innego. Wszystkie historie z jednej strony obrazujące i piętnujące zachowania będące przyczyną powstawania pożarów jednocześnie wskazują wzorce właściwych zachowań. Motto tych krótkich historyjek „Łza nie ugasi pożaru” z jednej strony obrazuje skalę zagrożenia z drugiej sugestywnie nakłania do właściwych zachowań. A to wszystko w zaledwie trzydziści sekund!!! Serię spotów podsumowuje ich super streszczenie i apel leśnika o wspólną ochronę lasów przed pożarami, po raz kolejny odwołując się do roli jaką w tej ochronie mają do odegrania sami odbiorcy.



Fot. 7, 8 – produkcja spotów reklamowych



Rys. 2 – bohaterowie spotów reklamowych

Uzupełnieniem i wzmocnieniem spotów telewizyjnych były spoty radiowe. Opowiedziane głosem magicznego medium telewizyjne historyjki towarzyszyły słuchaczom lokalnych rozgłośni radiowych w drodze do pracy, powrocie do domu, czy wieczornym odpoczynku prawie sześć i pół tysiąca razy. Organizatorzy kampanii nie zapomnieli również o słowie pisanym. Na łamach prasy lokalnej pojawiały się ilustrowane częstokroć autentycznymi zdarzeniami artykuły o tematyce ppoż. oraz reklamy prasowe. Utworzona została strona internetowa kampanii zawierająca nie tylko najważniejsze elementy medialne kampanii, ale także zasady bezpiecznego zachowania się w lesie tzw. „leśny savoir - vivre”, wskazówki jak postępować w razie zauważenia pożaru, materiały szkoleniowe, aktualności, zdjęcia i wiele innych ciekawych informacji. Odwiedzona do tej pory ponad 150 000 razy strona będzie działać jeszcze pięć lat po zakończeniu realizacji projektów.

Aby jeszcze bardziej nagłośnić kampanię, jej organizatorzy prawie czterysta razy pojawiali się z informacjami o niej w mediach regionalnych i ogólnopolskich. W okresach największego zagrożenia pożarowego pojawiali się między innymi w emitowanych na żywo wiadomościach, a także w audycjach telewizyjnych i radiowych. O wadze przywiązywanej do kampanii najlepiej świadczy obecność w mediach takich, jak TVP 1 , TVP INFO, POLSAT NEWS, TVN 24, Superstacja, Rzeczpospolita, Gazeta Wyborcza, PR Trójka czy Radio ZET.

Kampanii medialnej towarzyszyły działania informacyjno – promocyjne w terenie, prowadzone na całym obszarze objętym kampanią. Oprócz przekazu medialnego nieoceniony okazuje się w dalszym ciągu bezpośredni kontakt z odbiorcami. Stąd też bardzo intensywne działania koordynatorów regionalnych na obszarze dziesięciu województw. To dzięki ich wysiłkowi treści kampanii zostały przedstawione na ponad 500 imprezach regionalnych i ogólnopolskich.



Fot. 9 – promocja kampanii podczas spotkań z leśnikami



Fot. 10 – promocja kampanii podczas imprez regionalnych i ogólnopolskich



Fot. 11 – promocja kampanii podczas konferencji informacyjnej LIFE+



Fot. 12 – promocja kampanii podczas międzynarodowego sadzenia Lasu Erasmusa

W promocji kampanii bardzo istotne okazały się rozpowszechniane między innymi w trakcie tych imprez gadzety reklamowe i materiały informacyjne. Przysłowiowym „strzałem w dziesiątkę” okazały się kampanijne czapeczki, koszulki oraz ekologiczne torby na zakupy. Bardzo widoczne w terenie były plakaty, roll-upy, czy banery. Do najmłodszych odbiorców kampanii skierowane były m.in. plany lekcji i zakładki do książek. Pośród wszystkich grup odbiorców rozpowszechniane były kalendarze, ulotki i broszury reklamowe, ołówki itp.

Działania informacyjne były niezwykle nośnym i atrakcyjnym elementem kampanii. Jednak dla osiągnięcia założonych jej celów - wzrostu świadomości Polaków w zakresie odpowiedzialnego zachowania się w lesie i jego otoczeniu, zmniejszenia w 2012r. liczby podpałek oraz pożarów spowodowanych nieostrożnością dorosłych i dzieci w stosunku do średniej z lat 2005-09, zmiany nawyków i stereotypów dotyczących zachowania się na obszarach leśnych lub w ich otoczeniu konieczne są intensywne działania edukacyjne. Aby mogły być skuteczne powinny dotrzeć do jak największej liczby osób. Stąd też pomysł zastosowania tzw. kaskady edukacyjnej – przekazania wiedzy kolejnym grupom odbiorców za pośrednictwem tzw. trenerów. Dla tej grupy odbiorców, a więc nauczycieli, przedstawicieli Ochotniczych Straży Pożarnych oraz księży przygotowane i rozpowszechnione zostały materiały edukacyjne. Ich treść została dobrana odpowiednio do kwalifikacji i potrzeb każdej z grup. W tym celu konieczne było przeprowadzenie niezwykle starannego doboru autorów ww. opracowań. Przygotowanie „podręcznika” dla nauczycieli szkół gimnazjalnych organizatorzy kampanii powierzyli doświadczonemu edukatorowi leśnemu – osobie na co dzień zajmującej się edukacją leśną społeczeństwa, posiadającej doświadczenie i kwalifikacje pedagogiczne, na co dzień prowadzącej zajęcia edukacyjne z młodzieżą. Autorem materiałów dla przedstawicieli

Ochotniczych Straży Pożarnych jest wykładowca Szkoły Głównej Służby Pożarniczej w Warszawie. Z kolei materiały edukacyjne dla księży przygotował duchowny i przyrodnik w jednej osobie – ojciec zakonny z Ruchu Ekologicznego Świętego Franciszka z Asyżu.



Rys 3, 4, 5 – materiały edukacyjne dla księży, nauczycieli gimnazjalnych i przedstawicieli OSP

Taki dobór autorów zapewnił nie tylko wysoki poziom merytoryczny przygotowanych materiałów edukacyjnych ale pozwolił na zastosowanie w nich języka najlepiej zrozumiałego przez poszczególne grupy trenerów.

Samo przygotowanie i rozpowszechnienie materiałów edukacyjnych dla trenerów to dopiero „połowa drogi”. Aby mogli w sposób skuteczny i atrakcyjny przekazywać treści kampanii szerokim rzeszom odbiorców musieli zostać odpowiednio przeszkoleni. W tym celu organizatorzy kampanii przygotowali i przeprowadzili cykl szkoleń dla nauczycieli gimnazjalnych oraz przedstawicieli Ochotniczych Straży Pożarnych. W cyklu dwudniowych szkoleń udział wzięło 800 nauczycieli oraz 480 przedstawicieli Ochotniczych Straży Pożarnych z obszaru objętego kampanią. (fot. szkolenie dla nauczycieli, szkolenie dla OSP). Odpowiedni poziom merytoryczny zapewnili starannie dobrani wykładowcy rekrutujący się między innymi spośród przedstawicieli Państwowej Straży Pożarnej, Instytutu Badawczego

Leśnictwa, czy Włocławskiego Centrum Edukacji Ekologicznej. Uczestnicy szkoleń bardzo szybko zaczęli realizowanie założeń „kaskady edukacyjnej” propagując treści kampanii w trakcie organizowanych zajęć i konkursów dla dzieci i młodzieży.



Fot. 13, 14 – szkolenia dla nauczycieli gimnazjalnych i przedstawicieli OSP



Fot. 15, 16 – efekt „kaskady edukacyjnej”

Działania trenerów wspomogło przygotowanie i rozpowszechnienie multimedialnych materiałów edukacyjnych. W tym celu zrealizowane zostały dwa 26 minutowe filmy edukacyjne oraz dzieło dłuższe 52 – minutowy edukacyjny dokument fabularyzowany. Dwie krótsze formy przeznaczone zostały dla dwóch głównych grup odbiorców – mieszkańców terenów wiejskich oraz osób aktywnie spędzających czas w lesie. W sposób bardzo przystępny przybliżają odbiorcom znaczenie polskich lasów, pełnionych przez nie funkcji i różnorodnych korzyści uzyskiwanych z lasów przez społeczeństwo. Szczególny nacisk kładą na zagadnienia ochrony przeciwpożarowej, skali zagrożenia, jakim są dla lasów pożary i przede wszystkim właściwych zachowań w lesie skutkujących zdecydowanym zmniejszeniem ryzyka powstania pożarów. Ich długość umożliwia wykorzystanie w trakcie lekcji szkolnych, a także innych zajęć edukacyjnych. O atrakcyjności stanowią między innymi: udział powszechnie znanych aktorów, atrakcyjne zdjęcia lotnicze, dynamiczne sceny akcji gaśniczych oraz archiwalne zdjęcia z największego i najtragiczniejszego pożaru w powojennej historii polskich lasów, który miał miejsce w 1992 roku i pochłonął ponad 9 tysięcy hektarów lasu. Dłuższy film jest dziełem bardziej skoncentrowanym na roli lasu jako ekosystemu, pokazującym jego niesłychane bogactwo i różnorodność. On także w sposób czasami drastyczny pokazuje ogrom szkód

powodowanych w lasach przez pożary, niechlubną rolę człowieka w ich powstawaniu, a także skalę sił i środków angażowanych przez leśników w ochronę przeciwpożarową. Atrakcyjność tego fabularyzowanego edukacyjnego dokumentu buduje opowiadanie jego treści z punktu widzenia rodziny borsuków – mieszkańców lasu.

Na podkreślenie zasługuje fakt iż z powodu realizacji wszystkich trzech filmów nie ucierpiały żadne zwierzęta. Ofiary pożarów filmowane były na autentycznych pożarzyskach, a w niektórych scenach w ich rolę wcieliły się ofiary wypadków komunikacyjnych.



Fot. 17, 18 – realizacja filmów edukacyjnych

Dla uzyskania jak największego zaangażowania młodzieży przygotowano i przeprowadzono konkurs dla gimnazjalistów pod tytułem „Ogień w lesie a przyroda – Świadomi zagrożenia”. Zgromadził on „na starcie” ponad dwieście pięcioosobowych zespołów. Jego uczestnicy musieli wykazać się wiedzą i kreatywnością niezbędną do przygotowania projektu edukacyjnego składającego się między innymi krótkiego filmiku, prezentacji, fotoalbumu, działań edukacyjnych w swoim otoczeniu. Do rywalizacji zachęcały przygotowane przez organizatorów atrakcyjne nagrody zarówno dla uczestników, jak i szkół. Laureaci miejsc od pierwszego do szóstego w nagrodę wyjechali na dwutygodniowe wakacyjne „Zielone szkoły” odbywające się u podnóża Tatr. W ich trakcie uczestniczyli w prowadzonych przez nauczycieli, leśników i strażaków zajęciach edukacyjnych, zwiedzali piękne okolice, uczestniczyli w grach i zabawach o charakterze sportowym i ogólnorozwojowym. Z kolei szkoły z których rekrutowali się laureaci miejsc od pierwszego do trzeciego otrzymały nagrody w postaci multimedialnych komputerowych zestawów edukacyjnych.



Fot. 19, 20 – laureaci konkursu dla gimnazjalistów podczas „zielonych szkół”

W kampanii zastosowane zostały także „bardziej tradycyjne” formy edukacyjne. We wszystkich nadleśnictwach z obszaru objętego kampanią w miejscach cieszących się dużą frekwencją odwiedzających (leśne parkingi, ścieżki edukacyjne, ośrodki edukacji leśnej, otoczenie biur nadleśnictw itp.) zamontowane zostały wyprodukowane w ramach kampanii tablice informacyjno – edukacyjne, które będą przekazywać jej treści odwiedzającym tereny leśne.



Fot. 21, 22 – tablice informacyjno – edukacyjne w terenie

6. To było najlepsze!!!

Na kampanię informacyjno – edukacyjną złożyło się bardzo wiele różnorodnych elementów i form przekazu. Wszystkie z nich służyły jednemu celowi – jak najlepszemu, najbardziej sugestywnemu dotarciu do możliwie największej liczby odbiorców. Które z nich najlepiej spełniły to zadanie? Odpowiedzi na to pytanie dostarczyły rozmowy z uczestnikami imprez, szkoleń, konkursów, ale przede wszystkim przeprowadzone przez agencję „ARC Rynek i Opinia” badania „CATI” (Computer Assisted Telephone Interview czyli wspomagany komputerowo wywiad telefoniczny).

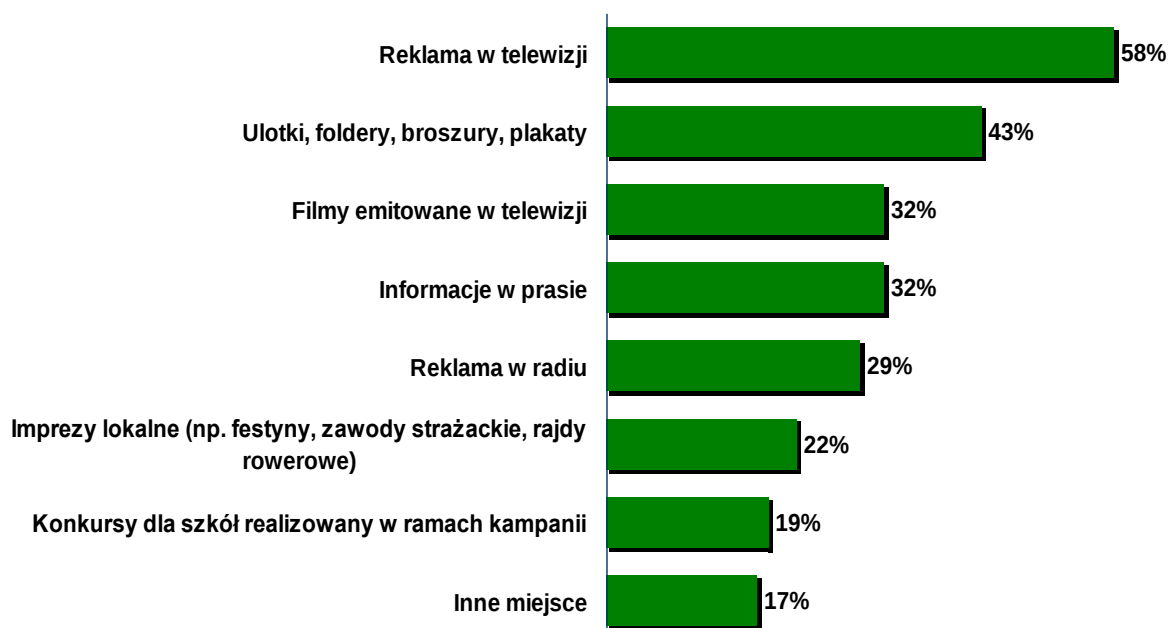
Okazało się, że najważniejszym źródłem informacji o kampanii jest reklama w telewizji. Zarówno opowiedziane w sposób niezwykle sugestywny króciuteńkie historyjki, których bohaterem mógłby zostać zapewne każdy spośród oglądających, jak i udział osób zaangażowanych w działania kampanii w wejściach na żywo, czy popularnych audycjach telewizyjnych odbiły się szerokim echem wśród społeczeństwa. Bardzo dobrze swoją rolę spełniły dystrybuowane w ramach kampanii ulotki, foldery, broszury i plakaty. W tym wypadku o sukcesie zadecydowały oprócz bardzo sprawnej dystrybucji atrakcyjna forma graficzna oraz przystępny, zrozumiały dla wszystkich język w nich użyty. Dużą rolę odegrały emitowane w telewizji filmy. W podobnym, jak filmy zakresie rolę swoją spełniły informacje zamieszczane w prasie oraz reklama w radio.

7. A to można w przyszłości udoskonalić...

Przytoczone powyżej wyniki badań CATI wskazują, że jako źródło informacji o kampanii swoją rolę najslabiej spełniły imprezy lokalne, konkurs dla szkół organizowany w ramach kampanii oraz kategoria „inne miejsce”. Nienajlepszy wynik imprez lokalnych związany jest przede wszystkim z ograniczoną liczbą koordynatorów regionalnych kampanii. Jedna osoba na region, a w niektórych przypadkach na dwa regiony to zdecydowanie za mało. Biorąc pod uwagę fakt, iż zdecydowana większość imprez lokalnych odbywa się w soboty, niedziele bądź inne dni wolne od pracy nawet największe wysiłki pojedynczego koordynatora nie są w stanie zapewnić oddziaływania o skuteczności porównywalnej z reklamą w telewizji, radio czy prasie. Dodatkowym utrudnieniem jest fakt odbywania się kilku imprez o charakterze lokalnym w tym samym regionie, w tym samym czasie. Dlatego też dla osiągnięcia lepszego efektu niezbędne jest zaangażowanie większej liczby koordynatorów regionalnych.

Konkurs dla szkół mimo bardzo wysokiego poziomu nadsyłanych prac, ogromnego zaangażowania uczestników i niewątpliwego znacznego podniesienia ich świadomości w zakresie zapobiegania pożarom lasów nie odbył się tak szerokim echem, jak spodziewali się organizatorzy. Wśród przyczyn takiego stanu rzeczy można wymienić szeroką gamę różnorodnych konkursów dla młodzieży, ograniczoną liczbę koordynatorów regionalnych, którzy siłą rzeczy mogli dotrzeć osobiście do określonej liczby szkół. Problemem okazał się również nikły oddźwięk kuratorów oświaty na wysyłane informacje dotyczące kampanii. Pozytywnie na odzew szkół mogłoby wpłynąć także objęcie konkursu patronatem Ministra Środowiska a najlepiej Ministra Środowiska i Ministra Edukacji Narodowej. Uzyskanie takiego patronatu podniosłoby rangę konkursu wśród uczniów i nauczycieli, co powinno spowodować zwiększeniem zainteresowania, a tym samym uczynić to źródło informacji efektywniejszym.

„Inne miejsca” nie były szczególnie intensywnie wykorzystywane do przekazywania informacji o kampanii. Ten stan rzeczy mogłoby zmienić rozszerzenie liczby środków przekazu o nowe atrakcyjne formy. Potencjalnymi pomysłami mogą być między innymi reklama w kinach przed seansem, czy w małym stopniu wykorzystywana w kampanii reklama w środkach komunikacji publicznej.



Rys. 6 – źródła informacji o kampanii „Świadomości zagrożenia”

Źródło – raport z badania CATI przeprowadzonego przez agencję „ARC Rynek i Opinia”

To nie jedyne problemy, z jakimi przyszło się zmierzyć realizatorom kampanii. Do „utrudniających życie” przeszkód zaliczyć można przede wszystkim żmudne i długotrwałe procedury przetargowe z jednej strony angażujące dużo czasu wielu osób, z drugiej strony przedłużające realizację zadań. Często problemem okazywała się różna jakość prac wykonywanych przez podwykonawców angażowanych przez zwycięzców przetargów. Zdecydowanie niższe od spodziewanego okazało się zainteresowanie mediów problematyką kampanii. Dotyczy to także dużych problemów z bezpłatną emisją filmów edukacyjnych. Wydaje się, że najlepszym rozwiązaniem na przyszłość powinna być emisja filmów w stacjach ogólnopolskich o największej oglądalności, a nie mediach lokalnych. Przy projektowaniu budżetu przyszłych kampanii należałoby również przewidzieć środki na płatną emisję filmów. Wydaje się, że bardzo dobrym posunięciem byłoby pozyskanie do współpracy mediów w charakterze „podmiotów wspierających”, albowiem ich udział w projekcie w takim charakterze powinien zdecydowanie zwiększyć zainteresowanie problematyką kampanii.

8. Wsparcie rzecz niezbędna

Przeprowadzenie, a przede wszystkim rozpropagowanie tak różnorodnych zadań wśród szerokiej rzeszy odbiorców byłoby na taką skalę niemożliwe wyłącznie siłami jej organizatorów. Stąd w projekcie założono udział w przygotowaniu i realizowaniu kampanii tzw. „Podmiotów wspierających” – instytucji, których zaangażowanie i wiedza fachowa wsparłyby przygotowanie i realizację przedsięwzięcia na różnych jego etapach. W trakcie przygotowywania kampanii szczególnie ważne okazało się wsparcie merytoryczne ze strony wyższych uczelni (Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Szkoła Główna Służby Pożarniczej), Instytutu Badawczego Leśnictwa, Państwowej Straży Pożarnej, Związku Ochotniczych Straży Pożarnych. Na etapie przygotowywania kampanii niezwykle cenne były konsultacje merytoryczne, a także wymiana doświadczeń związanych z dotychczas prowadzonymi działaniami prewencyjnymi i edukacyjnymi. Konsultacje te ogromnie pomogły w przygotowaniu i realizacji między innymi zrealizowanych w ramach kampanii filmów. Nieoceniona na tym etapie okazała się pomoc udzielona przez jednostki Państwowej Straży Pożarnej oraz Związku Ochotniczych Straży Pożarnych, dzięki której możliwe było między innymi nakręcenie scen akcji gaśniczych podczas rzeczywistych akcji bądź ćwiczeń. Konsultacje merytoryczne pracowników Samodzielnej Pracowni Ochrony Przeciwpożarowej Instytutu Badawczego Leśnictwa pozwoliły na uzyskanie wysokiego poziomu merytorycznego materiałów informacyjnych, edukacyjnych oraz prowadzonych szkoleń. Na dalszych etapach najistotniejsze było wsparcie przy propagowaniu treści kampanii, rozpowszechnianiu materiałów informacyjnych i edukacyjnych oraz promowaniu kampanii podczas imprez lokalnych. W tę formę pomocy aktywnie włączyły się organizacje rządowe i pozarządowe mające wśród celów statutowych działania w zakresie edukacji ekologicznej i leśnej. Wśród najbardziej zaangażowanych można wymienić Centrum Edukacji Przyrodniczo – Leśnej SGGW, Instytut Badawczy Leśnictwa, Zespół Mazowieckich Parków Krajobrazowych, Kampinoski Park Narodowy, Mazowiecki Wojewódzki Ośrodek Doradztwa Rolniczego, Włocławskie Centrum Edukacji Ekologicznej, Uniwersytet Nowoczesnego Obywatela w Olsztynie, czy Koło Miłośników Lasu i Militariów LOK w Olsztynie. Instytucje te nie tylko rozpowszechniały materiały edukacyjne i informacyjne, ale niejednokrotnie włączały treści kampanii do swoich programów edukacyjnych, promowały kampanię na organizowanych przez siebie i organizacje współpracujące imprezach lokalnych.

Niestety oprócz budujących przykładów przytoczonych powyżej zainteresowanie udziałem w kampanii w roli Podmiotu Wspierającego było znacznie niższe od spodziewanego. Szczególnie przykrą niespodzianką okazał się brak zainteresowania ze strony większości Ośrodków Doradztwa Rolniczego, niewielkie zainteresowanie ze strony Kuratoriów Oświaty oraz Ośrodków Doskonalenia Nauczycieli.

9. Powiedzieli nam – prezentacja opinii ekspertów, uczestników szkoleń itp. na temat kampanii „Świadomi Zagrożenia”

Jak potwierdziły wyniki badań ankietowych, kampania dotarła do szerokiego kręgu odbiorców, a zastosowane w niej środki przekazu okazały się skuteczne. Nie mniej ważne od badań statystycznych są opinie osób i instytucji, które zetknęły się z kampanią na różne sposoby. Oto kilka spośród nich:

- **dr Kazimierz Rabski**

(były dyrektor Słowińskiego Parku Narodowego, animator ochrony przyrody, realizator programów filmowych i telewizyjnych)

„Pracując od ponad 30 lat na rzecz ochrony przyrody (w tym 5 lat jako dyrektor Słowińskiego Parku Narodowego, a obecnie od ponad 15 lat jako animator i realizator wielu projektów pro-przyrodniczych w ramach organizacji pozarządowych oraz realizator programów filmowych i telewizyjnych) wielokrotnie stwierdzałem słabą skuteczność działań informacyjnych i edukacyjnych związanych z bezpieczeństwem przeciwpożarowym polskich lasów i obszarów zielonych. Brakowało akcji interdyscyplinarnych, interesujących medialnie i gwarantujących zainteresowanie problemem szczególnie młodszego pokolenia. Dotychczasowe doświadczenia projektu „Świadomi zagrożenia” zdecydowanie przełamały dotychczasowy stereotyp tego typu działań prewencyjnych, udowadniając, że można problem przedstawić w sposób budzący rzeczywiste, a nie wymuszone zainteresowanie odbiorców oraz skutecznie docierać do wszystkich korzystających z bogactwa polskich lasów. Trzeba tutaj podkreślić zaangażowanie zespołu Dyrekcji Generalnej Lasów Państwowych realizującego projekt, co gwarantuje sukces całości przedsięwzięcia. Dodatkowo, przygotowując filmową część projektu spotkałem się z żywym społecznym jego zainteresowaniem również ze strony tych, którym przychodzi walczyć z żywiołem ognia. Uczestniczący w realizacji filmów edukacyjnych strażacy wszystkich szczebli wielokrotnie podkreślali konieczność przygotowania spójnej, ponadregionalnej, a optymalnie ogólnopolskiej akcji edukacyjnej uświadamiającej wszystkie aspekty i skutki tak zagrożenia, jak i samych pożarów. Bardzo wierzę w sukces projektu „Świadomi zagrożenia” i w to, że dzięki temu przedsięwzięciu ilość pożarów w polskich lasach ulegnie znacznemu zmniejszeniu”.

- **Henryk Szost**

(maratończyk, reprezentant Polski na Igrzyskach Olimpijskich w Londynie)

„Najlepiej biega mi się w głębokim lesie. Mogę wtedy psychicznie odpocząć, nawet podczas bardzo ciężkich treningów. Zdarza się, że kiedy biegnę drogę przecinają mi jelenie i sarny. Las jest dla mnie najlepszym miejscem do odpoczynku, który jest tak ważnym elementem treningu. Las jest dla mnie bardzo ważny. Dlatego z dużą uwagą śledziłem kampanię „Świadomi zagrożenia” mającą na celu zapewnienie temu jakże ważnemu dla mnie i całego społeczeństwa miejscu jak najlepszej ochrony przed największym zagrożeniem, jakim są dla niego pożary.

Muszę stwierdzić, że była bardzo atrakcyjna, dynamiczna i przemawiająca do wyobraźni. Jestem przekonany, że odniesie pozytywne skutki”



Fot. 17 – Olimpijczyk Henryk Szost na tle roll – upu promującego kampanię

- **Podharcistrz Bartosz Zawisza** Kwatermistrz ZHP Chorągwi Krakowskiej
„Harcerze ZHP Chorągwi Krakowskiej z wielką radością wspomogli Kampanię „Świadomi Zagrożenia”. Uświadamianie ekologiczne społeczeństwa oraz ochrona środowiska to nasze wspólne cele z Lasami Państwowymi. Mamy nadzieję, że cele Kampanii zostaną osiągnięte i nasze lasy będą bezpieczne.”

- **Piotr Albrzykowski** - Przewodniczący Krajowej Sekcji Leśnictwa i Ochrony Środowiska Zarząd Krajowy Związku Zawodowego „BUDOWLANI”
„Kampania „Świadomi Zagrożenia” była bardzo potrzebna i świetnie przeprowadzona. Pomogła przekazać i utrwalić wizerunek leśnika jako profesjonalisty dobrze dbającego o nasze wspólne dobro jakim są Lasy Państwowe. Wyrażamy nadzieję, że zostaną zorganizowane następne podobne Kampanie ponieważ sprzyja to dobremu wizerunkowi PGL LP oraz jego pracowników.”

- **Miłostawa Hyży** – Kierownik Zespołu Szkoleń i Turystyki Ośrodka Rozwojowo – Wdrożeniowego Lasów Państwowych w Bedoniu
„Z projektem „Świadomi zagrożenia” miałam okazję spotkać się przy wielu okazjach, mimo braku bezpośredniego kontaktu z tym tematem w codziennej pracy. Pamiętam, że najbardziej zaskoczyła mnie skala zagrożenia pożarami lasów ze strony nas, ludzi. Zainteresowały mnie też pakiety edukacyjne dla nauczycieli i strażaków oraz materiały merytoryczne dla księży, które posłużą w edukacji młodzieży. Na pewno wspomogą one dotychczasowe działania leśników. Wszystkim zaangażowanym w projekt pozostaje życzyć jak najdłuższego oddziaływania ich pracy na ochronę lasów”.

- **Katarzyna Ruszała** – Prezes Stowarzyszenie „EKOSKOP” Rzeszów
„Projekt oceniam bardzo pozytywnie, podróżując po Polsce wielokrotnie natrafiłam na dobrze widoczne tablice informacyjne, promujące kampanię. Strona internetowa, którą często odwiedzałam, zawierała wiele ciekawych, ważnych i przydatnych informacji. Gratuluję pomysłu i realizacji.”



Nadleśnictwo Celestynów

Celestynów, 10.12.2012 r.

Dyrekcja Generalna Lasów
Państwowych
Zespół Obsługi Programu LIFE+
ul. Bitwy Warszawskiej 1920 r. nr 3
02-362 Warszawa

Nadleśnictwo Celestynów pragnie serdecznie pogratulować całemu Zespołowi wspaniałego konceptu, jakim okazała się kampania społeczna „Świadomi zagrożenia”.

Nasze nadleśnictwo zarządza obszarem leśnym zakwalifikowanym do I kategorii zagrożenia pożarowego. Każdego roku borykamy się z tym niełatwym problemem. Ponieważ niewątpliwą rolę w powstawaniu pożarów lasu odgrywa czynnik ludzki, doskonale rozumiemy znaczenie dialogu na linii leśnicy-społeczeństwo, przepływu informacji i potrzebę edukowania, szczególnie młodego pokolenia, w zakresie zagrożeń, jakie niosą ze sobą pożary lasu. Jest to dla nas jedno z priorytetowych działań. Dziękujemy za dobrze opracowane materiały edukacyjno-informacyjne, które były niezwykle pomocne w komunikowaniu się ze społeczeństwem, kształtowaniu i utrwalaniu elementarnych, dobrych nawyków i zwiększaniu wiedzy społeczeństwa, co stanowi fundament dla rozumienia problemu, a co za tym idzie – również skali zagrożenia. W naszym przekonaniu kampania została przeprowadzona wyjątkowo skutecznie, już teraz obserwujemy jej pozytywne implikacje. Jesteśmy pewni, że będą one miały długofalowy charakter. Wyrażamy również nadzieję na kontynuację projektu, który okazał się być znakomitą orężem w walce z nonsensownymi pożarami lasów, wynikającymi z bezmyślności i niewiedzy ludzkiej. Z każdym dniem społeczeństwo jest coraz bardziej świadome zagrożenia.

NADLEŚNICZY.

mgr inż. Artur Dawidziuk

- **Harc mistrz Małgorzata Sinica** – Naczelnik Związku Harcerstwa Polskiego

2F.365-44/12.


Naczelnik
Związku Harcerstwa Polskiego

Warszawa, dn. 03 kwietnia 2012 r.

L. dz. 1012/2012/N5

ZASTĘPCA DYREKCJI GENERALNEJ
ds. GOSPODARSTWA LEŚNEJ

mgr inż. *[signature]* Saramka

Dyrekcja Generalna Lasów
Państwowych
ul. Bitwy Warszawskiej 1920 r. nr 3
02-362 Warszawa

Szanowni Państwo,

Główna Kwatera Związku Harcerstwa Polskiego z przyjemnością akceptuje zaproszenie do udziału w realizowanym przez Państwa projekcie pn. „Świadomi zagrożenia”. Cieszymy się, że porozumienie zawarte pomiędzy Związkiem Harcerstwa Polskiego a Dyrekcją Generalną Lasów Państwowych będzie realizowane przy tym także społecznie ważnym projekcie.

Jako Związek Harcerstwa Polskiego, dokładamy należytej staranności w wychowywaniu dzieci i młodzieży, w szczególności odnosząc się do 6 punktu Prawa Harcerskiego mówiącego o tym, że *harcerz miłuje przyrodę i stara się ją poznać*. Zdajemy sobie sprawę jak ważnym jest wychowanie młodzieży w duchu idei i uniwersalnych wartości, które budują świadome i odpowiedzialne obywatelstwo. Jak ważna jest edukacja, która przeciwdziała niepożądanym zachowaniom, która uwrażliwia, a przede wszystkim podnosi świadomość młodzieży, w tym przypadku, w zakresie odpowiedzialnego zachowania w lesie i jego otoczeniu.

[signature]
hm. Małgorzata Sinica



Związek Harcerstwa Polskiego
jest członkiem światowej rodziny skautowej



- **Adam Małek** – właściciel firmy „Małek Media”

MAŁEK MEDIA

Miłocin, 12.11.2012

Szanowny Pan
Adam Wasiak
Dyrektor Generalny
Lasów Państwowych

Szanowna Pani
Joanna Majka
Koordynator ds. kampanii medialnych i PR LIFE+
Dyrekcja Generalna Lasów Państwowych

Podziękowania

Pragniemy serdecznie podziękować za możliwość współpracy przy kampanii informacyjno-edukacyjnej „Świadomi Zagrożenia”, organizowanej przez Dyрекcję Generalną Lasów Państwowych, a koordynowanej przez Panią Joannę Majkę.

Było nam niezmiernie miło brać udział w tak ważnej społecznie inicjatywie, która miała za zadanie podniesienie świadomości mieszkańców terenów wiejskich w zakresie zapobiegania pożarom lasów oraz zmniejszenie ich liczby.

Wierzmy, że ta wyjątkowa w formie i skali kampania obejmująca szereg działań, w tym m.in.: emisję spotów telewizyjnych i radiowych pod wspólnym tytułem „Łza nie ugasi pożaru” na antenie regionalnych rozgłośni radiowych i lokalnych oddziałów TVP oraz liczne działania z zakresu PR, pozwoliły wzbudzić jeszcze większe zainteresowanie społeczeństwa problemem pożarów lasów oraz wpisały się w strategię budowania pozytywnego wizerunku projektu oraz organizatorów.

Dziękując za dotychczasową współpracę, życzymy powodzenia przy kolejnych projektach i wyzwaniach, wierząc, że każdy z nich będzie kończył się sukcesem.

Z poważaniem


Adam Małek
właściciel Małek Media

Ewelina Górka

koordynator kampanii

Miłocin 284 k. Rzeszowa
36-062 Zaczernie
tel. \ fax +48 17 852 0014
NIP: 814-126-40-01

Małek - Media
Adam Małek
Miłocin 284 k. Rzeszowa
36-062 Zaczernie
NIP: 814-126-40-01 Regon: 690654218
tel. / fax +48 17 852 00 14, 601 46 83 82
malekmedia.pl e-mail: biuro@malekmedia.pl


www.malekmedia.pl

- **Marek Zalewski** – Biuro Handlowe „Zalewski”



10-449 OLSZTYN, ul. Piłsudskiego 77, tel. 89 533 71 51, fax 89 533 50 79, tel. kom. 663 953 052
e-mail: calmataris@bhz-reklama.pl; e-mail: anna@bhz-reklama.pl
www.bhz-reklama.pl

Olsztyn, 10 grudnia 2012 r.

Dziękujemy za obdarzenie nas zaufaniem i umożliwienie nam udziału w realizacji projektów:

– „Ogleń w lesie a przyroda podniesienie świadomości mieszkańców terenów wiejskich w zakresie zapobiegania pożarom lasów” LIFE08 INF/PL/000523 (Projekt I)

– „Ogleń w lesie a przyroda II – drugi etap kampanii informującej społeczeństwo o zagrożeniu pożarowym w lasach” LIFE09 INF/PL/000276 (Projekt II)
współfinansowanych ze środków Instrumentu Finansowego LIFE+ oraz Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej.

Szczególne wyrazy uznania należą się koordynatorom projektów, którzy służąc swoim doświadczeniem i wiedzą pracy na każdym etapie realizacji, przyczynili się do rzetelnego wykonania zadania.

Cieszymy się, że mogliśmy z Państwem współpracować.
Liczymy na dalszą możliwość realizowania wspólnych tematów.

BIURO HANDLOWE ZALEWSKI

Marek Zalewski

10-437 Olsztyn, ul. Dworcowa 51/4
NIP 738-101-80-18 Regon 510310034

Marek Zalewski



Warszawa 12.12.2012r.

Dyrekcja Generalna Lasów Państwowych

Szanowni Państwo,

Telewizja TVR z ogromną przyjemnością informuje, że w ramach kampanii społecznej „Świadomi zagrożenia” telewizja TVR wyemitowała na swojej antenie filmy „Zabójczy Ogień”, oraz „Groźny Czerwony Kur”.

To dobrze, że mogliśmy włączyć się w tę kampanię informacyjną, która, naszym zdaniem, jest potrzebna i niezwykle ważna w codziennym życiu mieszkańców terenów wiejskich.

Z poważaniem
Paweł Trzaska
Dyrektor Programowy

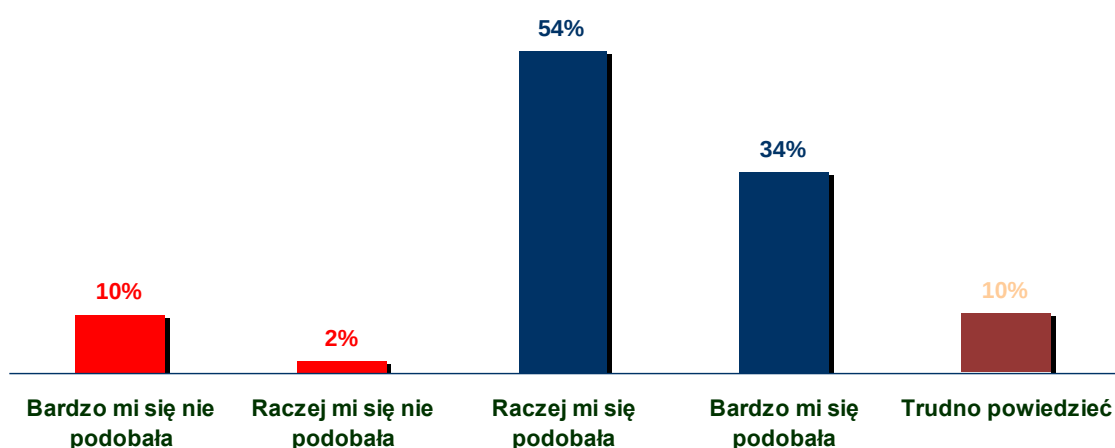


Przytoczone powyżej wypowiedzi i podziękowania to tylko niektóre spośród opinii dotyczących kampanii „Świadomi Zagrożenia” wyrażanych przez osoby, które zetknęły się z nią na różnych etapach jej przygotowywania i realizacji. Wskazują one na celowość przeprowadzenia tego rodzaju przedsięwzięcia oraz spełnienie przez nie zakładanych celów.

10. Podsumowanie

Kampania informacyjno – edukacyjna „Świadomi zagrożenia” objęła swym zasięgiem 10 województw – obszar w przybliżeniu odpowiadający połowie terytorium naszego kraju. Do jej przeprowadzenia organizatorzy wykorzystali szeroką gamę różnorodnych i atrakcyjnych form przekazu. W jej prace zaangażowanych zostało wiele osób. Jakie zatem przyniosła efekty? Czy spełniła pokładane w niej oczekiwania? Na to pytanie najlepiej odpowiedzą jej odbiorcy – osoby do których była adresowana. Odpowiedzą za pośrednictwem wyników badań ankietowych „CATI” przeprowadzonych przez agencję „ARC Rynek i Opinia”.

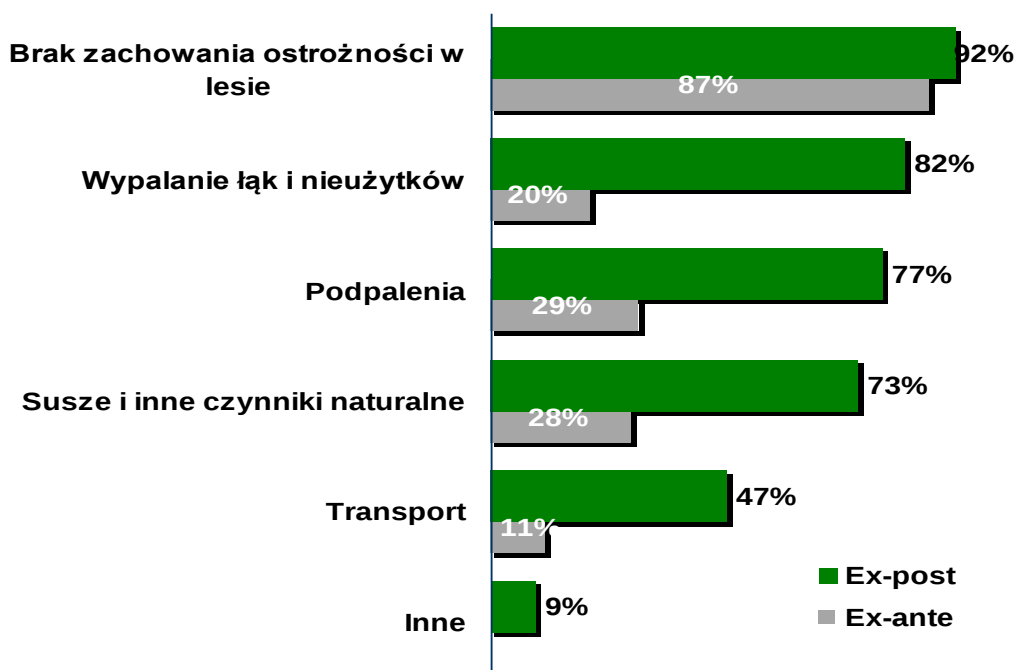
Wyniki ww. badań jednoznacznie wskazują, że kampania po pierwsze została zauważona, bowiem ponad 1/3 badanych o niej słyszała, bądź się z nią zetknęła. W porównaniu do wyników badań innych kampanii jest to wynik bardzo dobry. Spośród wielu różnorodnych form przekazu najbardziej nośnymi okazały się te najbardziej atrakcyjne, a więc reklama telewizyjna, ulotki, broszury i plakaty, a także wyemitowane w telewizji filmy oraz reklama radiowa. Co bardzo istotne kampania „Świadomi zagrożenia” bardzo podobała się osobom, które się z nią zetknęły.



Rys. 7 – Ocena kampanii „Świadomi zagrożenia”

Źródło – raport z badania CATI przeprowadzonego przez agencję „ARC Rynek i Opinia”

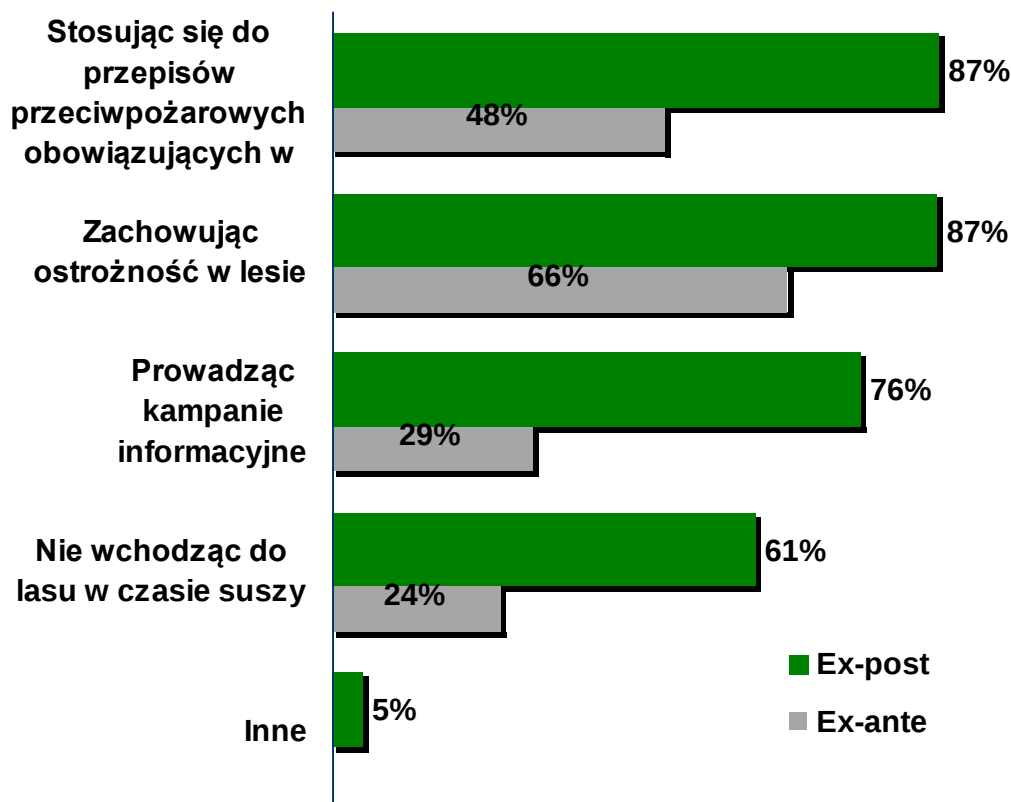
Dalsze wyniki badań wyraźnie wskazują, że tak atrakcyjna, podobająca się ludziom kampania odniosła spodziewane efekty. Po pierwsze podniosła świadomość odbiorców w zakresie zachowań mogących powodować powstawanie pożarów w lasach, co może w znacznym stopniu przyczynić się do zmniejszenia liczby pożarów powstających w wyniku działalności ludzi.



Rys. 8 – Zmiana świadomości społecznej odnośnie przyczyn powstawania pożarów lasów
Źródło – raport z badania CATI przeprowadzonego przez agencję „ARC Rynek i Opinia”

Kolejnym pozytywnym efektem kampanii jest znaczący wzrost świadomości społeczeństwa odnośnie skutków pożarów lasów. W tej dziedzinie największy wzrost bo aż o 51 procent dotyczył zagrożenia dla zdrowia i życia ludzi powodowanego przez pożary lasów. Znacząco wzrosła świadomość odnośnie powodowanych przez pożary strat materialnych (51 proc) oraz powodowanych przez nie zanieczyszczeń powietrza i gleb (41 proc). O dziewięć procent wzrosła wysoka już świadomość odnośnie strat, jakie pożary lasów powodują w świecie roślin i zwierząt. Wzrost zagrożenia, jakie powodują pożary lasów bezpośrednio dla zdrowia i życia ludzi, ogromu powodowanych przez nie strat materialnych, a także powodowanych przez nie zanieczyszczeń powietrza i gleb pozwala żywić nadzieję na zmianę zachowań skutkujących powstawaniem pożarów.

Co bardzo ważne w sposób znaczący wzrosła świadomość odnośnie sposobów zapobiegania pożarom lasów. W połączeniu z wynikami prezentowanymi powyżej stanowi to dobry prognostyk odnośnie zmiany zachowań przyczyniających się do powstawania pożarów.



Rys. 9 - Zmiana świadomości społecznej odnośnie sposobów zapobiegania pożarom.
 Źródło – raport z badania CATI przeprowadzonego przez agencję „ARC Rynek i Opinia”

Bardzo istotne jest, iż przedstawiony powyżej wynik wskazuje istotną rolę, jaką odgrywają kampanie informacyjno – edukacyjne w tym zakresie. Świadczy to najlepiej o potrzebie i celowości przeprowadzenia tego przedsięwzięcia. Odpowiedzi ankietowanych wskazują również na zasadność prowadzenia podobnych działań w przyszłości, bowiem ponad 60 procent spośród nich zwraca uwagę na działania edukacyjne i kampanie informacyjno – edukacyjne jako najbardziej pożądane.

Podsumowując wyniki badań ankietowych stwierdzić można wysoką rozpoznawalność kampanii, o której słyszało ponad 36 procent badanych. Stosunkowo najslabiej była ona rozpoznawana w regionie mazowieckim, gdzie słyszało o niej 29 procent ankietowanych. Fakt ten można tłumaczyć dużym przyzwyczajeniem mieszkańców tego regionu do tego typu przedsięwzięć, wszechobecnością różnego rodzaju reklam w mediach lokalnych, środkach komunikacji publicznej itp. Najwyższy procent rozpoznawalności w regionie warmińsko – mazurskim – 43 procent, świadczyć może o świadomości walorów turystycznych regionu przez jego mieszkańców niejednokrotnie czerpiących zyski ze świadczenia usług odwiedzającym region turystom. Jeżeli chodzi o atrakcyjność użytych w kampanii środków przekazu, badani, którzy o niej słyszeli najczęściej z informacjami na temat kampanii spotkali się w telewizji (reklama: 58%, filmy: 32%). Powszechnym źródłem informacji były również ulotki, foldery, broszury i plakaty

(43%). Bardzo ważnym aspektem przedsięwzięcia jest fakt, iż niemal wszyscy badani, którzy spotkali się z kampanią oceniają ją pozytywnie (88%). Zdecydowanie wzrosła świadomość badanych odnośnie przyczyn powstawania pożarów. Najczęstszą ich przyczyną jest, zdaniem badanych, brak zachowania ostrożności w lesie (92%). Bardzo częste przyczyny pożarów to również: wypalanie łąk i nieużytków (82%), podpalenia (77%) oraz susze (73%). Poprawie uległa także świadomość dotycząca zapobiegania pożarom lasów. Ankietowani odpowiedzieli, iż najlepszym sposobem zapobiegania pożarom lasów jest stosowanie się do przepisów przeciwpożarowych oraz zachowywania ostrożności w lesie (87%). Efektywnym działaniem z tego punktu widzenia są również kampanie informacyjne (76%). Wskazali także na działania edukacyjne jako najbardziej pożądane w kontekście przyszłych kampanii dotyczących pożarów lasów.

Reasumując skuteczność kampanii „Świadomi zagrożenia” okazała się bardzo wysoka. O efektywności kampanii pozytywnie świadczy nie tylko porównanie wyników badań CATI przeprowadzonych ex-ante i ex-post ale również analiza porównawcza odpowiedzi tych respondentów z ostatniego badania, którzy o kampanii słyszeli z tymi, którzy nie słyszeli o kampanii. Porównując wyniki przeprowadzonego na zakończenie kampanii badania z badaniem zrealizowanym przed jej wystartowaniem najbardziej wyraźne różnice odnotowano w przypadku wskazań dotyczących:

- Przyczyn powstawania pożarów lasów;
- Skutków przez nie powodowanych;
- Sposobów zapobiegania pożarom lasów.

We wszystkich tych kwestiach świadomość badanych wzrosła w sposób istotny. Respondenci obecnie znacznie częściej niż przed dwoma laty są np. świadomi tego, że pożary lasów wywołuje nie tylko niewłaściwe zachowanie w lesie, ale również wypalanie łąk i nieużytków, podpalenia, czy transport. Znacznie częściej niż przed dwoma laty badani zwracają również uwagę na prowadzenie kampanii informacyjnych jako na skuteczny sposób zapobiegania pożarom.

Mając na względzie przedstawione powyżej wyniki badań należy stwierdzić, że kampania informacyjno – edukacyjna „Świadomi zagrożenia” bardzo dobrze spełniła zakładane cele. Powinna zatem być kontynuowana, tak, aby jej działania objęły obszar całego kraju. Prowadzone w jej ramach działania edukacyjne odniosły zakładany skutek i w poszerzonej formie powinny być kontynuowane, gdyż tylko długofalowa edukacja może spowodować trwałą zmianę zachowań na nie skutkujące ryzykiem powstawania pożarów. Dla uzyskania jeszcze lepszego efektu celowym będzie poszerzenie grupy odbiorców przyszłych kampanii, a także zaangażowanie nowych mediów jako kanałów dotarcia do potencjalnych odbiorców przekazu.

Organizatorzy kampanii wyrażają nadzieję, iż kampania głęboko zapadła w pamięć odbiorców i przyczyni się w kolejnych latach do dalszego spadku liczby pożarów będących wynikiem działalności ludzi.



www.swiadomizagrozenia.pl

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach
Instrumentu Finansowego LIFE+ oraz
Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

Dyrekcja Generalna Lasów Państwowych
ul. Bitwy Warszawskiej 1920 r. nr 3
02-362 Warszawa
NIP: 525-00-10-901
REGON: 0094583

tel.: +48 22 58 98 101
fax: +48 22 58 98 171
sekretariat@lasy.gov.pl
www.lasy.gov.pl