



Dofinansowano ze środków
Narodowego Funduszu
Ochrony Środowiska
i Gospodarki Wodnej

Kampania edukacyjna: Śmieci?! Kto to widział?!

W dniu 26 listopada 2019r. Tatrzański Park Narodowy podpisał z Narodowym Funduszem Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej umowę nr 659/2019/Wn50/EE-EE/OP/D o dofinansowanie kampanii edukacyjnej w formie dotacji.

Przedsięwzięcie jest realizowane w ramach programu priorytetowego 5.5 Edukacja ekologiczna

Wartość projektu: 1 271 292,00 zł

Kwota dotacji stanowi 95% wartości projektu: 1 207 727,00 zł.

Okres realizacji przedsięwzięcia: do 30 listopada 2021r.

Celem projektu jest podnoszenie poziomu świadomości ekologicznej i kształtowanie postaw ekologicznych społeczeństwa poprzez promowanie zasad zrównoważonego rozwoju.

Zamierzamy go osiągnąć poprzez:

- I. Upowszechnianie wiedzy z zakresu ochrony środowiska i zrównoważonego rozwoju;
- II. Kształtowanie zachowań prośrodowiskowych ogółu społeczeństwa, w tym dzieci i młodzieży;
- III. Aktywizację społeczną – budowanie społeczeństwa obywatelskiego w obszarze ochrony środowiska i zrównoważonego rozwoju.

Projekt obejmuje szereg różnorodnych działań, które łączy jeden cel i wspólne przesłanie - **wzrost świadomości ekologicznej Polaków oraz aktywizacja społeczeństwa i kształtowanie w nim ekologicznych postaw**. Zależy nam aby prowadzone przez nas działania miały wpływ na zminimalizowanie problemu ogromnego zaśmiecania środowiska i nadmiernej produkcji odpadów, powodującej katastrofalne skutki dla środowiska.

Mając na względzie fakt, iż jest to problem ogólnopolski, bowiem śmieci są pozostawiane nie tylko w górach, ale też na plażach czy nad rzekami i jeziorami, zaplanowaliśmy spójną kampanię

edukacyjną, która pozwoli wzmocnić świadomość społeczną w tym zakresie, a tym samym sukcesywnie zminimalizować jego negatywne oddziaływanie.

Aby to osiągnąć, posłużymy się szeregiem narzędzi edukacyjnych i kanałów informacyjnych. Są to zarówno działania bezpośrednio angażujące i aktywizujące uczestników, ale też budzące świadomość problemu u grupy, która kompletnie nie zdaje sobie sprawy z jego istnienia, a dopiero w kolejnym kroku włączanie ich do aktywnej edukacji. Jak wynika bowiem z analizy problemu i odbiorców, mamy do czynienia z dwiema grupami – świadomymi, którzy sami angażują się z działania ekologiczne, uczestniczą w różnych aktywnościach i sami je inicjują, a także nieświadomi, którzy albo nie są świadomi konieczności życia w sposób ekologiczny, albo nie zdają sobie sprawy z zagrożeń jakie niesie niewłaściwe gospodarowanie odpadami albo śmieciem. W projekcie chcemy dotrzeć do obu grup, ale z racji ich różnego poziomu należy podjąć zróżnicowane działania.

Działania w ramach kampanii:

1. Strona internetowa kampanii www.ktotowidzial.pl, na której znajdują się bieżące informacje dotyczące kampanii.

2. Ogólnopolska lekcja ekologii

Przygotowanie sześciu lekcji edukacyjnych dla dzieci realizowanych metodą transmisji on-line.

Ich celem jest rozbudzenie zainteresowania przyrodą wśród dzieci a także wykształcenie postaw odpowiedzialności za wspólny świat. Tematy poruszane na lekcjach to: Wartość dzikiej przyrody, Wpływ śmieci na środowisko, Wpływ śmieci na człowieka, Problemy śmieciowe w Tatrzańskim Parku Narodowym, Zero Waste, czyli jak zmniejszyć ilość śmieci, Recykling.

3. Filmy i podcasty

Przygotowanie 30 filmów oraz 30 podcastów o tematyce przyrodniczej, w których wystąpią pracownicy TPN. Materiały filmowe i dźwiękowe będą poruszać różne tematy związane z przyrodą i turystyką w TPN, w tym problemy związane ze śmieciami pozostawionymi przez turystów oraz lokalnych mieszkańców.

Filmy będą publikowane na profilach Tatrzańskiego Parku Narodowego w serwisach: YouTube, Facebook, Instagram i podcasty na platformach: Podbean, Spotify, Google Podcast.

4. Konkursy

Zorganizowanie 5 konkursów, promujących zachowanie proekologiczne w różnych grupach społecznych

- Konkurs fotograficzny
- Konkurs dla szkół
- Konkurs na Facebooku
- Konkurs radiowy
- Konkurs na Instagramie

5. Kampania radiowa

Przeprowadzenie ogólnopolską kampanie radiową – dzięki spotom słuchacze uświadomią sobie problem związany z zaśmiecaniem środowiska.

6. Kampania outdoor

Reklamy citylight, w komunikacji miejskiej i na rowerach miejskich. Taka forma reklamy dodatkowo nagłośni problem zaśmiecania i zwróci na niego uwagę osób korzystających z publicznych środków transportu, miejskich rowerów w tym również pozostałych mieszkańców miast.

7. Kampania w mediach społecznościowych

Kampania na profilach Tatrzańskiego Parku Narodowego w serwisach Facebook i Instagram oraz w formie banerów na stronach internetowych

8. Organizacja konferencji prasowej

Konferencja dla dziennikarzy - oficjalna inauguracja ogólnopolskiej kampanii edukacyjnej.

9. Niemapa Tatrzańskiego Parku Narodowego

Przewodnik dla rodzin z dziećmi w formie ilustrowanej broszury nawiązujący do zachowania ekologicznych postaw podczas pobytu w TPN i konieczności dbania o przyrodę oraz racjonalnego zachowania na szlakach. Niemapę można otrzymać w TPN lub pobrać ze strony internetowej kampanii.

10. Badanie ewaluacyjne projektu.

Badania te pozwolą nam na wyciągnąć wnioski z przeprowadzonej kampanii i będą kluczowe pod kątem wdrażania kolejnych działań proekologicznych w przyszłości.

www.ktotowidział.pl