

# Η ΦΩΤΙΑ ΜΕ ΑΦΟΡΑ!

Οδηγός τοπικής δράσης, ενημέρωσης και πληροφόρησης για τις δασικές πυρκαγιές





Ο παρών οδηγός δημιουργήθηκε από το WWF Ελλάς σε συνεργασία με τον Σύλλογο Εθελοντών Δασοπροσβεστών Άνδρου. Σκοπός του είναι να παρουσιάσει τον τρόπο οργάνωσης και πραγματοποίησης δράσεων ενημέρωσης και πληροφόρησης για τις δασικές πυρκαγιές σε τοπικό επίπεδο. Επίσης να ενδυναμώσει τις τοπικές, κυρίως, εθελοντικές ομάδες δασοπροστασίας, καθώς και άλλους φορείς, ώστε να γίνουν πολλαπλασιαστές του μηνύματος πρόληψης δασικών πυρκαγιών από πρόθεση και αμέλεια στην περιοχή δράσης τους και σταδιακά να επιτύχουν τη μείωση των περιστατικών δασικών πυρκαγιών και των καμένων εκτάσεων. Εάν αναζητείτε περισσότερες πληροφορίες για κάποιο θέμα που αναλύεται στον οδηγό, μπορείτε εύκολα να τις βρείτε σε αντίστοιχους εξειδικευμένους οδηγούς στο διαδίκτυο. Μπορείτε επίσης να επικοινωνήσετε ανά πάσα στιγμή με το WWF Ελλάς στο 210-3314893 για ιδέες, προτάσεις και περαιτέρω πληροφορίες.

Ο οδηγός είναι διαθέσιμος στο <http://www.wwf.gr/areas/forests>

Το πρόγραμμα «Η φωτιά δεν παίζει, μην παίζεις με το μέλλον της Άνδρου» υλοποιείται με την ευγενική υποστήριξη της ναυτιλιακής εταιρείας Andriaki Shipping Co. Ltd.

**Επιμέλεια Κειμένων:**

Ηλίας Τζηρίτης, Αλέξανδρος Κανδαράκης, Άνθιμος Χατζηβασιλείου

**Γλωσσική Επιμέλεια:**

Αναστασία Μωράκη

**Σχεδιασμός:**

Δημήτρης Παπακωνσταντίνου (pd studio)

**Παραγωγή:**



**ISBN:** 978-960-7506-30-6

**Copyright:** © WWF Ελλάς

Το παρόν έντυπο έχει τυπωθεί σε χαρτί X-PER πιστοποιημένο κατά FSC (Cert. no CO15523).

Εισαγωγή .....	7
<b>A. Πρόληψη δασικών πυρκαγιών .....</b>	<b>9</b>
Τι είναι, και τι δεν είναι, πρόληψη .....	9
Κύρια εργαλεία της πρόληψης .....	9
Ποιοι συμμετέχουν στις δράσεις πρόληψης; .....	11
<b>B. Εκστρατεία ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης σε τοπικό επίπεδο .....</b>	<b>17</b>
Γενικά .....	17
Στην πράξη - Εννέα απλά βήματα σχεδιασμού και υλοποίησης .....	18
Βήμα 1 <sup>ο</sup> : Μάθετε όσα περισσότερα μπορείτε για το πρόβλημα .....	18
Βήμα 2 <sup>ο</sup> : Σχεδιασμός .....	18
Βήμα 3 <sup>ο</sup> : Η ισχύς εν τη ενώσει .....	21
Βήμα 4 <sup>ο</sup> : Ξεκαθαρίστε τους στόχους σας και διατυπώστε τα μηνύματά σας όσο πιο απλά και κατανοητά μπορείτε .....	23
Βήμα 5 <sup>ο</sup> : Ξεκαθαρίστε ποιες είναι οι ομάδες-στόχοι στις οποίες απευθύνεστε .....	25
Βήμα 6 <sup>ο</sup> : Επιλέξτε τα εργαλεία που θα χρησιμοποιήσετε .....	27
Βήμα 7 <sup>ο</sup> : Ενεργοποιήστε τους πολίτες και εμπλέξτε τους σε όσο το δυνατόν περισσότερες δράσεις .....	33
Βήμα 8 <sup>ο</sup> : Αξιοποιήστε τα ΜΜΕ .....	34
Βήμα 9 <sup>ο</sup> : Κάντε μια ενδιάμεση αξιολόγηση των προσπαθειών σας .....	38



## Μια φυσική απειλή που παίρνει μια νέα επικίνδυνη μορφή

Οι δασικές πυρκαγιές αποτελούν ένα φυσικό φαινόμενο, αλλά και μια βασική απειλή για τα δασικά οικοσυστήματα της Μεσογείου, που τα τελευταία χρόνια λαμβάνει μεγάλες διαστάσεις. Αυτό συμβαίνει λόγω της κλιματικής αλλαγής, της απουσίας διαχείρισης και προστασίας των δασών, της έλλειψης σαφούς θεσμικού πλαισίου (π.χ. δασικοί χάρτες), της ανεπάρκειας του μηχανισμού δασοπυρόσβεσης, των κενών στην πληροφόρηση. Σε παγκόσμια πλέον κλίμακα οι φωτιές αυξάνονται σε αριθμό, ένταση και διάρκεια ενώ η αντιπυρική περίοδος αυξάνεται σε ημέρες.

Οι πυρκαγιές έχουν σοβαρές άμεσες, έμμεσες και μακροχρόνιες επιπτώσεις στα χερσαία οικοσυστήματα. Δεν βλάπτουν μόνο τη βλάστηση αλλά και το έδαφος, προκαλώντας φαινόμενα όπως η διάβρωση και αλλάζοντας εντέλει ολόκληρο το οικοσύστημα που στηρίζει τα ζώα και τα φυτά.

## Η μεγαλύτερη αιτία των πυρκαγιών

Κύρια αιτία έναρξης των πυρκαγιών στην Ελλάδα είναι η αμέλεια. Ευθύνεται για το μεγαλύτερο ποσοστό περιστατικών δασικών πυρκαγιών. Αυτό αποδεικνύεται από τα διαθέσιμα στοιχεία αλλά και τις εμπειρικές διαπιστώσεις. Προκαλείται κυρίως από καύση ξερών χώρων, εργασίες σε οικίες ή στο ύπαιθρο (ηλεκτροσυγκολλήσεις, εργασίες με τροχό), ρίψη τσιγάρων, ελλιπή συντήρηση οχημάτων και εξοπλισμού (που δημιουργούν σπίθες).

Η μέχρι τώρα πρακτική αντιμετώπισης των δασικών πυρκαγιών στη χώρα μας εστιάζει στην προκαταστολή και την καταστολή. Αντίθετα, οι δράσεις πρόληψης στοιχίζουν λιγότερο, αντιμετωπίζουν το πρόβλημα πριν την εκδήλωσή του και προσφέρουν μακροπρόθεσμες λύσεις.

## Τα ευάλωτα δάση

Τα δάση που συνήθως καίγονται στη χώρα μας είναι τα δάση χαμηλού υψομέτρου που βρίσκονται στις πιο ξερές και θερμές ζώνες. Τα δάση αυτά είναι «εξοικειωμένα» με τη φωτιά. Αν δεν παρέμβει αρνητικά ο άνθρωπος (βόσκηση, αλλαγές χρήσης γης), μπορούν να ανακάμψουν σύντομα και να αναδασωθούν χωρίς δική μας παρέμβαση. Όμως, όταν έχουμε επανειλημμένες φωτιές, όπως σε περιοχές με οικιστική πίεση ή φωτιές για δημιουργία βοσκοτόπων, τότε η δυνατότητα του οικοσυστήματος να ανακάμψει εξαφανίζεται.

Η τεχνητή αναδάσωση μετά από μια δασική πυρκαγιά είναι μια σύνθετη και επίπονη διαδικασία αποκατάστασης, με μεγάλο οικονομικό κόστος. Σε πολλές περιπτώσεις, δεν αποτελεί εφικτή λύση για το φυσικό περιβάλλον περιοχών όπως για παράδειγμα οι Κυκλάδες. Το ζητούμενο είναι να σεβαστούμε και να προστατεύσουμε τον φυσικό κύκλο αναγέννησης της μεσογειακής βλάστησης.



*Εθελοντής του Συλλόγου Εθελοντών Δασοπυροσβεστών Άνδρου εν δράσει!*



## A. Πρόληψη δασικών πυρκαγιών

### Τι είναι, και τι δεν είναι, πρόληψη

Στο δημόσιο διάλογο γίνεται συχνά λόγος για την πρόληψη και τη σημασία της, όμως λίγοι γνωρίζουν πραγματικά τι περιλαμβάνει και πώς μπορεί να γίνει πράξη. Συχνά μάλιστα συγχέεται με την προκαταστολή. Η προκαταστολή αφορά κυρίως τις ενέργειες που διευκολύνουν την έγκαιρη αντιμετώπιση περιστατικών και την καταστολή (δασοτεχνικά έργα όπως αντιπυρικές ζώνες, στελέχωση περιπόλων και πυροφυλακίων, σχεδιασμός μηχανισμού, σύστημα εκτίμησης κινδύνου και κινητοποίησης).

### Τι είναι η πρόληψη;

*Η πρόληψη περιλαμβάνει όλες εκείνες τις ενέργειες που πραγματοποιούνται πριν καν την εκδήλωση μιας δασικής πυρκαγιάς, με σκοπό:*

1. Να μειώσουν ή να εξαλείψουν τα αίτια της
2. Να μειώσουν την έκταση και την ένταση ενός περιστατικού
3. Να διευκολύνουν το έργο του μηχανισμού καταστολής δασικών πυρκαγιών

### Κύρια εργαλεία της πρόληψης

#### Ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των πολιτών

Η ενημέρωση των πολιτών αφορά συγκεκριμένες θεματικές (π.χ. αίτια πυρκαγιών, απαγορεύσεις κατά την αντιπυρική περίοδο). Συνήθως διαρκεί για μικρά χρονικά διαστήματα και η επίδρασή της είναι άμεση. Η ευαισθητοποίηση αφορά τη συνολική αλλαγή στάσης ζωής απέναντι σε ένα ζήτημα, απαιτεί μεγαλύτερο χρόνο και επιμονή, ενώ τα αποτελέσματά της φαίνονται μετά από ορισμένο χρονικό διάστημα.

#### Τεχνικά και νομοθετικά μέτρα

Η θέσπιση απαραίτητων νομοθετικών μέτρων, όπως για παράδειγμα οι δασικοί χάρτες, η θέσπιση συγκεκριμένης εθνικής δασικής πολιτικής και η χρήση της τεχνολογίας και της έρευνας, έχει αποδειχθεί ότι μειώνουν δραστικά την εμφάνιση δασικών πυρκαγιών κυρίως από πρόθεση ή τεχνικές αβλεψίες. Γι' αυτό απαιτείται πολιτική πίεση, σύνδεση αιτίας-προβλήματος και νομοθετικές πρωτοβουλίες.

#### Διερεύνηση των αιτιών και στατιστική ανάλυση

Η στατιστική ανάλυση τεκμηριώνει τα αίτια έναρξης των δασικών πυρκαγιών, τα σημεία έναρξης, τις επικίνδυνες ώρες και ημέρες ανά περιοχή. Η ανάλυση αυτών των δεδομένων είναι απαραίτητη σε

ετήσια βάση και καταδεικνύει τα μέτρα που πρέπει οι αρμόδιες αρχές πρέπει ώστε να αναπροσαρμόσουν τον σχεδιασμό τους.

### Διαχειριστικά μέτρα σε δασικές εκτάσεις

Τα μέτρα αυτά περιλαμβάνονται στα σχετικά Διαχειριστικά Σχέδια που οφείλουν να συντάσσουν οι τοπικές Δασικές Αρχές με σκοπό την αειφορική διαχείριση, τη μείωση της καύσιμης ύλης και την εκτέλεση των κατάλληλων δασοτεχνικών έργων που συμβάλλουν στην πρόληψη.

### Εκτίμηση κινδύνου εκδήλωσης πυρκαγιάς

Η εκτίμηση κινδύνου εκδήλωσης πυρκαγιάς ανακοινώνεται κατά την αντιπυρική περίοδο σε καθημερινή βάση στην ιστοσελίδα της Γενικής Γραμματείας Πολιτικής Προστασίας. Πολλά επίσης μπορούν να γίνουν σε τοπικό επίπεδο σχετικά με τη διάχυση της συγκεκριμένης πληροφορίας (ανακοινώσεις στα τοπικά ΜΜΕ, πινακίδες, ανακοινώσεις σε επιλεγμένα σημεία, SMS).

### Αντιπυρικός σχεδιασμός και έργα

Η σύνταξη ενός σχεδίου Αντιπυρικής Προστασίας σε τοπικό επίπεδο και η σύνδεσή του με αντίστοιχα υπεριοπτικά σχέδια συμβάλλουν στη βέλτιστη αξιοποίηση των υλικών και ανθρώπινων πόρων και καταδεικνύουν συγκεκριμένες εργασίες που πρέπει να εκτελεστούν σε προληπτικό επίπεδο. Το σχέδιο πρέπει να είναι γραπτό, να περιλαμβάνει χάρτες αντιπυρικού σχεδιασμού, να είναι ενιαίο, να είναι γνωστό σε όλους τους αρμόδιους φορείς και να εφαρμόζεται από όλους. Μπορεί δε να περιλαμβάνει πολλά από τα μέτρα πρόληψης που αναφέρθηκαν παραπάνω.

### Γιατί πρέπει να επενδύσουμε στην πρόληψη;

Ο κυρίαρχος λόγος είναι οικονομικός. Η πρόληψη στοιχίζει πολύ λιγότερο από την καταστολή και φυσικά την αποκατάσταση των δασικών οικοσυστημάτων. Επίσης η απώλεια οικοσυστημάτων, περιουσιών ή ανθρώπινων ζωών μπορεί να είναι μη αναστρέψιμη, με συνέπεια το περιβαλλοντικό και κοινωνικό κόστος να είναι επίσης υψηλό. Η πρόληψη φυσικών καταστροφών είναι ένας δείκτης κοινωνικής και διοικητικής οργάνωσης και μια στάση ζωής.

#### Πρόληψη ή καταστολή;

- Η πρόληψη αφορά όλες εκείνες τις ενέργειες που γίνονται πριν καν ξεσπάσει η πυρκαγιά
- Η πρόληψη αποδεδειγμένα κοστίζει λιγότερο
- Η πρόληψη έχει μακροπρόθεσμα αποτελέσματα
- Η πρόληψη αποτρέπει καταστροφές
- Η καταστολή έχει αβέβαια αποτελέσματα και εξαρτάται πολλές φορές από μη απόλυτα ελεγχόμενους παράγοντες
- Στην πρόληψη μπορούν να συμμετέχουν όλοι

Για να υλοποιηθούν τα παραπάνω χρειάζεται ο κατάλληλος σχεδιασμός σε βάθος χρόνου. Και χρειάζεται σίγουρα υπομονή και επιμονή καθώς τα αποτελέσματα της πρόληψης, σε αντίθεση με τα αποτελέσματα της καταστολής, δεν φαίνονται άμεσα και έχουν ανάγκη από τον απαραίτητο χρόνο για να αποδώσουν.



### Τι χρειάζεται για την αποτελεσματική πρόληψη;

- Σχεδιασμός
- Προσήλωση στον σχεδιασμό
- Επιμονή και υπομονή
- Αξιολόγηση των αποτελεσμάτων

### Ποια είναι τα εργαλεία που μπορούν να μας βοηθήσουν στην εφαρμογή των μέτρων πρόληψης;

- Το κατάλληλο εκπαιδευμένο προσωπικό των δημόσιων φορέων που θα αναλάβουν το έργο σε τοπικό επίπεδο
- Οι απαραίτητοι τεχνικοί, οικονομικοί και ανθρωπίνοι πόροι (κυρίως η παρουσία εθελοντικών ομάδων)
- Η επιστημονική γνώση και η αξιοποίηση των ειδικών
- Η εκπόνηση ειδικού σχεδίου που θα λειτουργήσει ως οδικός χάρτης ενεργειών

### Ποιοι συμμετέχουν στις δράσεις πρόληψης;

Η ενημέρωση του κοινού για τις δασικές πυρκαγιές και τα μέτρα πρόληψης και προστασίας πραγματοποιείται σε κεντρικό, **πανελλαδικό επίπεδο** από τη Γενική Γραμματεία Πολιτικής Προστασίας, το Πυροσβεστικό Σώμα και τη Γενική Διεύθυνση Ανάπτυξης, Προστασίας Δασών και Αγροπεριβάλλοντος του Υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας. Επιπλέον, το Πυροσβεστικό Σώμα έχει εκδώσει σχετικές πυροσβεστικές διατάξεις που αφορούν τις ενέργειες πρόληψης στις οποίες πρέπει να προβαίνουν φορείς και πολίτες κατά την αντιπυρική περίοδο. Ρόλο στην ενημέρωση των πολιτών, αλλά και στον αντιπυρικό σχεδιασμό, έχουν επίσης οι Διευθύνσεις Πολιτικής Προστασίας των Αποκεντρωμένων Διοικήσεων και των Περιφερειών, και τα Γραφεία Πολιτικής Προστασίας των τοπικών Δήμων.

Στο παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι δράσεις πρόληψης και οι αρμοδιότητες που δίδονται σε αντίστοιχες υπηρεσίες και φορείς από το ισχύον νομικό πλαίσιο.

Φορέας Υλοποίησης	Μέτρα πρόληψης	Νομικό Καθεστώς	Φορέας Ελέγχου
Γενική Γραμματεία Πολιτικής Προστασίας	Ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ΚΥΑ 12030Φ.109.1/10-05-1999 (ΦΕΚ Β'713)</li> <li>• Ν. 3013/2002 (ΦΕΚ Α'102)</li> <li>• Ν. 4249/2014 (ΦΕΚ Α'73)</li> </ul>	
	Συντονισμός και κινητοποίηση λοιπών υπηρεσιών	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ΚΥΑ 12030Φ.109.1/1999 (ΦΕΚ Β'713), άρθρο 6</li> <li>• ΥΑ 1299/7-4-2003 (ΦΕΚ Β'423), «Σχέδιο Ξενοκράτης»</li> <li>• Έκδοση ετήσιας εγκυκλίου για τον σχεδιασμό και τις δράσεις Πολιτικής Προστασίας για την αντιμετώπιση κινδύνων λόγω των δασικών πυρκαγιών</li> </ul>	
	Εκτίμηση κινδύνου εκδήλωσης πυρκαγιών	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ΥΑ 1299/7-4-2003 (ΦΕΚ Β'423), «Σχέδιο Ξενοκράτης»</li> </ul>	
Πυροσβεστικό Σώμα	Ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ΚΥΑ 12030Φ.109.1/10-05-1999 (ΦΕΚ Β'713)</li> <li>• Ν. 3013/2002 (ΦΕΚ Α'102)</li> <li>• Ν. 4249/2014 (ΦΕΚ Α'73)</li> </ul>	
ΓΔ Δασών, ΥΠΕΝ Τοπικές Δασικές Υπηρεσίες	Διαχειριστικά μέτρα σε δασικές εκτάσεις	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ν. 2612/1998 (ΦΕΚ Α'112)</li> <li>• Ν. 3208/2003 (ΦΕΚ Α'303)</li> </ul>	
	Εκτίμηση κινδύνου εκδήλωσης πυρκαγιών	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Π.Δ. 575/1980 (ΦΕΚ Α'157)</li> </ul>	
	Ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ν. 2612/1998 (ΦΕΚ Α'112)</li> <li>• ΚΥΑ 12030Φ.109.1/10-05-1999 (ΦΕΚ Β'713)</li> <li>• Ν. 3013/2002 (ΦΕΚ Α'102)</li> <li>• Ν. 4249/2014 (ΦΕΚ Α'73)</li> </ul>	

Φορέας Υλοποίησης	Μέτρα πρόληψης	Νομικό Καθεστώς	Φορέας Ελέγχου
Αποκεντρωμένες Διοικήσεις - Δ/νσεις Πολιτικής Προστασίας	Ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού	<ul style="list-style-type: none"> <li>N. 3013/2002 (ΦΕΚ Α'102)</li> </ul>	
	Αντιπυρικός σχεδιασμός και έργα - Σχέδια Αντιπυρικής Προστασίας	<ul style="list-style-type: none"> <li>ΥΑ 1299/7-4-2003 (ΦΕΚ Β'423), «Σχέδιο Ξενοκράτης»</li> <li>ΥΑ 3384/9-6-2006 (ΦΕΚ Α'776), «Συμπλήρωση Σχεδίου Ξενοκράτης»</li> </ul>	ΓΓΠΠ
Περιφέρειες - Δ/νσεις Πολιτικής Προστασίας	Ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού	<ul style="list-style-type: none"> <li>N. 3013/2002 (ΦΕΚ Α'102)</li> </ul>	
	Αντιπυρικός σχεδιασμός και έργα - Σχέδια Αντιπυρικής Προστασίας	<ul style="list-style-type: none"> <li>ΥΑ 1299/7-4-2003 (ΦΕΚ Β'423), «Σχέδιο Ξενοκράτης»</li> <li>ΥΑ 3384/9-6-2006 (ΦΕΚ Α'776), «Συμπλήρωση Σχεδίου Ξενοκράτης»</li> </ul>	ΓΓΠΠ
	Αντιπυρικός σχεδιασμός και έργα - Συντονιστικά Όργανα Πολιτικής Προστασίας (ΣΟΠΠ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>N. 3013/2002 (ΦΕΚ Α'102), Κεφ. Β'</li> <li>N. 3852/2010 (ΦΕΚ Α'87)</li> </ul>	
Δήμοι	Διαχειριστικά μέτρα σε δασικές εκτάσεις	<ul style="list-style-type: none"> <li>N. 3852/2010 (ΦΕΚ Α'87), άρθρο 100, «Προγραμματικές συμβάσεις»</li> <li>N. 4042/2012, (ΦΕΚ Α'24), άρθρο 53</li> </ul>	Δασικές Αρχές
	Αντιπυρικός σχεδιασμός και έργα - Χώροι Ανεξέλεγκτης Απόθεσης Απορριμμάτων (ΧΑΔΑ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Πυροσβεστικές Διατάξεις 9/2000 (ΦΕΚ Β'1459), 9Α/2005 (ΦΕΚ Β'1554)</li> </ul>	Πυροσβεστικό Σώμα Δ/νσεις Πολιτικής Προστασίας

Φορέας Υλοποίησης	Μέτρα πρόληψης	Νομικό Καθεστώς	Φορέας Ελέγχου
Δήμοι	Αντιπυρικός σχεδιασμός και έργα - Συντονιστικά Τοπικά Όργανα (ΣΤΟ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ν. 4257/2014 (ΦΕΚ Α΄/93), άρθρο 56</li> </ul>	Δ/νσεις Πολιτικής Προστασίας
	Αντιπυρικός σχεδιασμός και έργα - Σχέδια Αντιπυρικής Προστασίας	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ΥΑ 1299/7-4-2003 (ΦΕΚ Β΄423), «Σχέδιο Ξενοκράτης»</li> <li>• ΥΑ 3384/9-6-2006 (ΦΕΚ Α΄776), «Συμπλήρωση Σχεδίου Ξενοκράτης»</li> </ul>	ΓΓΠΠ
Εθελοντικές ομάδες	Ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ν. 4249/2014 (ΦΕΚ Α΄73), άρθρο 108</li> </ul>	ΣΟΠΠ-ΣΤΟ
	Αντιπυρικός σχεδιασμός και έργα - Συμμετοχή σε ΣΟΠΠ-ΣΤΟ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ν. 3013/2002 (ΦΕΚ Α΄102)</li> <li>• Ν. 4249/2014 (ΦΕΚ Α΄73), άρθρο 108</li> </ul>	ΣΟΠΠ-ΣΤΟ
Ιδιοκτήτες δασών και δασικών εκτάσεων	Διαχειριστικά μέτρα σε δασικές εκτάσεις	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ν. 998/1979 (ΦΕΚ Α΄289), άρθρο 16, «Ειδικά δασοτεχνικά έργα»</li> <li>• ΠΔ 437/1981 (ΦΕΚ Α΄120), «Περί μελέτης και εκτέλεσης δασοτεχνικών έργων»</li> </ul>	Δασικές Αρχές
Τοπικές Εταιρείες Ύδρευσης	Αντιπυρικός σχεδιασμός και έργα - Εγκατάσταση και επισκευή κρουινών	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ν. 1590/1986, (ΦΕΚ Α΄49), άρθρο 2, παρ. 8</li> </ul>	Πυροσβεστικό Σώμα
Ανάλογα με τον ιδιοκτήτη ή τον διαχειριστή του χώρου	Αντιπυρικός σχεδιασμός και έργα - Καθαρισμοί βλάστησης σε οικοπεδικούς χώρους	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πυροσβεστικές Διατάξεις 4/2012 (ΦΕΚ Β΄1346), 9/2000 (ΦΕΚ Β΄1459), 9Α/2005 (ΦΕΚ Β΄1554)</li> <li>• Ν. 3852/2010 (ΦΕΚ Α΄87), άρθρο 94, παρ. 1</li> <li>• ΚΥΑ 12030Φ.109.1/1999 (ΦΕΚ Β΄713), άρθρα 7 και 8</li> </ul>	Δήμοι Ιδιοκτήτες-διαχειριστές χώρων Πυροσβεστικό Σώμα

Φορέας Υλοποίησης	Μέτρα πρόληψης	Νομικό Καθεστώς	Φορέας Ελέγχου
Ανάλογα με τον ιδιοκτήτη ή τον διαχειριστή του χώρου	Τεχνικά και νομοθετικά μέτρα - Καύση αγροτεμαχίων	<ul style="list-style-type: none"> <li>Πυροσβεστικές Διατάξεις 4/2012 (ΦΕΚ Β'1346), 9/2000 (ΦΕΚ Β'1459), 9Α/2005 (ΦΕΚ Β'1554)</li> </ul>	Πυροσβεστικό Σώμα
Ανάλογα με τον φορέα εκμετάλλευσης ή διαχείρισης (δημόσιο ή ιδιωτικό)	Αντιπυρικός σχεδιασμός και έργα - Καθαρισμοί οδικού δικτύου	<ul style="list-style-type: none"> <li>ΚΥΑ 12030Φ.109.1/1999 (ΦΕΚ Β'713), άρθρα 7 και 8</li> </ul>	Γ.Γ. Υποδομών Υπουργείο Υποδομών Μεταφορών και Δικτύων Δασικές Αρχές

Πέραν όμως των «νομικών» υποχρεώσεων, η ενημέρωση/ευαισθητοποίηση μπορεί να πραγματοποιηθεί με ευρύτερες συνεργασίες φορέων της κοινωνίας των πολιτών, και όχι μόνο εκείνων που ασχολούνται με τον εθελοντισμό και τις δασικές πυρκαγιές. Το θέμα αγγίζει όλο το φάσμα της κοινωνικής και οικονομικής ζωής και θα πρέπει να αντιμετωπίζεται με τη συμβολή όλων. Πρωταρχικός βέβαια είναι ο ρόλος των εθελοντικών ομάδων δασοπροστασίας, οι οποίες έχουν μεγαλύτερη εξειδίκευση και ενδιαφέρον, και κατά προτίμηση όσων ανήκουν στο Μητρώο Εθελοντικών Ομάδων Πολιτικής Προστασίας. Κανένας δεν μπορεί να αποκλείσει τη συνεργασία ενός Δήμου, μιας εθελοντικής ομάδας πολιτικής προστασίας ή ενός τοπικού συλλόγου ξενοδόχων για την πραγματοποίηση μιας τοπικής εκστρατείας πρόληψης δασικών πυρκαγιών. Κάτι τέτοιο μάλιστα είναι θεμιτό στο πλαίσιο της ευρύτερης συνεργασίας των κοινωνικών και οικονομικών φορέων, για ένα κοινό πρόβλημα που τους επηρεάζει όλους σε μια

τοπική κοινωνία, τον καθένα σε διαφορετικό επίπεδο. Η ενημέρωση/ευαισθητοποίηση για τις φυσικές καταστροφές δεν περιορίζεται στη «νομική» υποχρέωση ως προς το ποιος κάνει τι. Είναι πάντως απαραίτητο να εξασφαλίζεται η συνεργασία με τις αρμόδιες κρατικές αρχές, ώστε να είναι σίγουρο ότι τα μηνύματα που θα διαδοθούν είναι τα σωστά, και να υπάρχει ένα πλαίσιο αλληλοκατανόησης και συμμετοχής.



*Το κράτος έχει την υποχρέωση αλλά και τη δυνατότητα να πραγματοποιεί δράσεις πρόληψης. Όμως δεν αφήνόμαστε μόνο σε αυτό. Πρέπει να αναρωτιόμαστε εμείς οι ίδιοι πώς μπορούμε να κάνουμε τη διαφορά.*





Μαθητής του Δημοτικού Σχολείου Γαυρίου (Άνδρος) σε εκδήλωση ενημέρωσης για τις δασικές πυρκαγιές.



## B. Εκστρατεία ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης σε τοπικό επίπεδο

### 1. Γενικά

#### Γιατί μια εκστρατεία πρόληψης σε τοπικό επίπεδο;

**Εκστρατεία** σημαίνει ένα ολοκληρωμένο και σχεδιασμένο πλάνο ενεργειών που πραγματοποιείται για να πετύχει προκαθορισμένους στόχους σε διάφορα αντικείμενα μέσα σε ορισμένο χρόνο.

Η **ενημέρωση** πολιτών αποτελεί μέρος του παραπάνω ορισμού, ενώ η **ευαισθητοποίηση** διαρκεί περισσότερο και μπορεί να επιτευχθεί και μέσα από μια εκστρατεία. Γενικά, η ενημέρωση βοηθά να διακρίνουμε το σωστό από το λάθος και να έχουμε πλήρη και ορθή εικόνα του προβλήματος, ενώ η ευαισθητοποίηση ωθεί προς τη δράση και τη συνολική αλλαγή του τρόπου ζωής.

Αποτελεί μάλιστα το πιο γνωστό και ευρέως διαδεδομένο μέτρο πρόληψης σε διεθνές επίπεδο. Είναι εύκολο και απλό να υλοποιηθεί, δεν έχει μεγάλο κόστος, ενώ αντίθετα μπορεί να έχει πλήθος πολλαπλασιαστικών αποτελεσμάτων. Αφορά ολόκληρο τον πληθυσμό, ενώ μπορεί να προσαρμοστεί και σε συγκεκριμένες ομάδες-στόχους.



Η αμέλεια είναι η κυριότερη αιτία έναρξης δασικών πυρκαγιών στην Ελλάδα. Είναι στο χέρι μας να εξαλείψουμε αυτή την αιτία μέσα από δράσεις ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού.

Μια **εκστρατεία πρόληψης** πρέπει να έχει ως σκοπό να καταστήσει γνωστό το πρόβλημα και να προτρέψει σε δράση. Γνωστοποιεί επίσης τις επιπτώσεις στο ευρύ κοινό ώστε να γνωρίζουν οι πολίτες πώς μπορούν να προστατευθούν οι ίδιοι και οι οικείοι τους, και πώς μπορούν να προστατεύσουν τις περιουσίες τους. Η αύξηση της ετοιμότητας και η δημιουργία της αίσθησης ότι οι πολίτες συμμετέχουν είναι ζωτικό στοιχείο της πρόληψης. Οι φυσικές καταστροφές μπορούν να συμβούν ανά πάσα στιγμή και οι πολίτες πρέπει να είναι προετοιμασμένοι. Μια εκστρατεία πρόληψης μπορεί να πραγματοποιηθεί σε τοπικό, διαδημοτικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο.

#### 7 βασικά ερωτήματα σχεδιασμού

1. Ποιο είναι το θέμα μου;
2. Τι θέλω να πετύχω;
3. Ποιος μπορεί να με βοηθήσει;
4. Πώς θα πετύχω τους στόχους μου;
5. Ποιο θα είναι το μήνυμα;
6. Πώς θα διοργανώσω αποτελεσματικά την εκστρατεία;
7. Πότε είναι ο κατάλληλος χρόνος;

## Οι λεπτομέρειες που κάνουν τη διαφορά

- ▶ Θέσε τη βάση
- ▶ Σκέψου 'έξω από το κουτί'
- ▶ Τι θέλεις να πεις και πώς θα το πεις ώστε να κερδίσεις συμπαράσταση; Θετικό μήνυμα
- ▶ Κάντο - πέστο απλά!
- ▶ Δικτύωση και συνεργασίες
- ▶ Μπορεί να τα σχεδιάσες όλα στην εντέλεια, όμως χωρίς ενθουσιασμό και διάθεση θα αποτύχεις
- ▶ Διασφάλισε τη βιωσιμότητα του εγχειρήματος

## 2. Στην πράξη!

### Βήμα 1<sup>ο</sup>: Μάθετε όσα περισσότερα μπορείτε για το πρόβλημα

Πριν ξεκινήσετε τον σχεδιασμό της εκστρατείας πρέπει να γίνει πλήρης χαρτογράφηση των αιτίων του προβλήματος που καλείστε να αντιμετωπίσετε. Αν, για παράδειγμα, σε μια περιοχή οι περισσότερες πυρκαγιές προκαλούνται από αμέλεια κατασκηνωτών, είναι σαφές ότι οι προσπάθειες ενημέρωσης πρέπει να εστιάσουν στη συγκεκριμένη ομάδα πληθυσμού ή να γίνουν σε συνεργασία με τον φορέα που ενδεχομένως τους εκπροσωπεί.

Ψάχνουμε για όσο το δυνατόν περισσότερα επίσημα στοιχεία, τα οποία να είναι ανακινώσιμα και να μπορούν να προσδώσουν εγκυρότητα στην εκστρατεία μας.

Παράλληλα με τη χαρτογράφηση του προβλήματος είναι ορθό να γίνεται επίσης διερεύνηση με τους φορείς και τις ομάδες ατόμων που εμπλέκονται με τις δασικές πυρκαγιές, καθώς αυτοί μπορούν να συμβάλουν αρνητικά ή θετικά στη διοργάνωση της εκστρατείας.

### Βήμα 2<sup>ο</sup>: Σχεδιασμός

Σε αυτό το βήμα αξιολογήστε τις δυνάμεις σας, δείτε τι είναι εφικτό και τι όχι, πώς μπορεί να επιτευχθεί, πόσο χρόνο έχετε στη διάθεσή σας, τι πόρους διαθέτετε.

### Διάρκεια

Θέλουμε μια εκστρατεία όσο το δυνατόν μεγαλύτερη σε διάρκεια, όμως είναι σημαντικό να σχεδιάσετε κάτι που είναι μέσα στις δυνάμεις σας. Η εκστρατεία μπορεί να επαναλαμβάνεται μερικώς σε τακτικά χρονικά διαστήματα λειτουργώντας υπενθυμιστικά και ενεργοποιώντας το κοινό για το πρόβλημα.

### Πηγές χρηματοδότησης και άλλοι πόροι

Χωρίς χρήματα δεν γίνεται τίποτα! Πρέπει να εξασφαλίσετε έστω το ελάχιστο χρηματικό ποσό που απαιτείται για την εκστρατεία σας.

**Χορηγίες σε χρήμα ή σε είδος:** Συνήθως ιδιώτες ή επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται για το θέμα μπορούν να διαθέσουν χρήματα για την υλοποίηση της εκστρατείας. Είναι αναγκαίο να γίνει μια έγγραφη

περιγραφή των δράσεων της εκστρατείας, ένας προϋπολογισμός ανά δράση και ένα επίσημο γραπτό αίτημα. Καλό θα ήταν ο χορηγός να είναι ένας ώστε να είναι πιο εύκολες οι επαφές. Οι χορηγοί μπορεί να σας ζητήσουν να τους προβάλετε μέσω του υλικού της εκστρατείας - βρείτε μια φόρμουλα που να ικανοποιεί και τα δύο μέρη. Εκτός από τη χρηματική χορηγία υπάρχει επίσης η χορηγία σε είδος. Για παράδειγμα, ένα τοπικό τυπογραφείο που πιστεύει στους σκοπούς της εκστρατείας σας τυπώνει δωρεάν το υλικό, ο φούρνος της γειτονιάς αναλαμβάνει την τροφοδοσία της εκδήλωσής σας, ο τοπικός ραδιοφωνικός σταθμός προβάλλει το ηχητικό μήνυμά σας χωρίς χρέωση. Μετά το τέλος της δράσης είναι απαραίτητο να δημοσιοποιήσετε μια αναλυτική αναφορά για το πώς αξιοποιήσατε τα χρήματα ή τις χορηγίες σε είδος, να προβάλετε τους χορηγούς στην ιστοσελίδα σας και να στείλετε ευχαριστήριες επιστολές ή κάποιο σχετικό Δελτίο Τύπου.

### Συνήθεις πηγές σε χρήμα ή είδος

- Ιδιώτες
- Έκτακτες εισφορές μελών
- Crowdfunding μέσω διαδικτύου
- Εκδηλώσεις εξεύρεσης πόρων (π.χ. μια γιορτή)
- Επιχειρήσεις (μέσω προγραμμάτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης)
- Κοινωνικά Ιδρύματα
- Κρατικοί φορείς



*Προσοχή στις αρχές λογοδοσίας και διαφάνειας.  
Η καλή φήμη χτίζεται δύσκολα και με κόπο,  
όμως μπορεί να καταστραφεί σε μια μέρα.*

**Δωρεάν προβολή κοινωνικών μηνυμάτων:** Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία (άρθρο 3 παρ. 1 της ΥΑ 24/1/1997, ΦΕΚ Β΄11 και άρθρο 3 του Ν. 2328/1995 όπως ισχύει μετά την τροποποίησή του με το άρθρο 20 παρ. 3 του Ν. 3592/2007) τα ΜΜΕ μπορούν να προβάλλουν κοινωνικά μηνύματα σωματείων δωρεάν. Πρέπει όμως πρώτα να αποστέλλουν δείγμα του υλικού (ραδιοφωνικό και τηλεοπτικό μήνυμα) στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ) για έγκριση. Εφόσον εξασφαλίσετε την έγκριση την κοινοποιείτε με επιστολή στα ΜΜΕ της επιλογής σας, υπενθυμίζοντας την πρόβλεψη του νόμου για δωρεάν μετάδοση.



*Αποφύγετε την προβολή χορηγών, προσωπικών μηνυμάτων ή ακατάλληλου υλικού στα σποτ. Δεν θα εγκριθούν από το ΕΣΡ!*

**Χρηματοδότηση από φορείς:** Η χρηματοδότηση από δημόσιους φορείς παρουσιάζει πολλές φορές προβλήματα λόγω της γραφειοκρατίας. Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, οι Δήμοι λαμβάνουν κάθε χρόνο συγκεκριμένο ποσό επιχορήγησης από τους Κεντρικούς Αυτοτελείς Πόρους (πρώην ΣΑΤΑ) του Υπουργείου Εσωτερικών για την κάλυψη δράσεων πυροπροστασίας. Επίσης, οι Περιφέρειες εγγράφουν στους ετήσιους προϋπολογισμούς τους κονδύλια για παρόμοιες δράσεις ή τις εντάσσουν σε προγράμματα όπως το ΕΣΠΑ. Οι χρη-

ματοδοτήσεις από κρατικούς φορείς πρέπει να γίνονται επίσημα και να περνούν από όλα τα στάδια εγκρίσεων που απαιτούνται. Πληροφορηθείτε για την ύπαρξη κονδυλίων από τα κατά τόπους γραφεία Πολιτικής Προστασίας.

**Τεχνικοί πόροι:** Τι τεχνικά μέσα έχουμε στη διάθεσή μας; Μας συμφέρει καλύτερα να αγοράσουμε εξοπλισμό που θα χρησιμοποιήσουμε μια φορά ή να τον νοικιάσουμε; Πρέπει επίσης να σκεφτούμε το μετά: ποιος θα συντηρεί τον εξοπλισμό, πού θα αποθηκευτεί.

Εκτός από τους χρηματικούς πόρους υπάρχουν και οι **ανθρώπινοι πόροι**. Έχουν και αυτοί κόστος, που όμως είναι «κρυφό». Για παράδειγμα, πρέπει να σεβόμαστε τον χρόνο των εθελοντών και τη διάθεσή τους για προσφορά και να βρίσκουμε πάντα τη χρυσή ισορροπία.



Σχεδιάσε βάσει των πόρων που έχεις ή μπορείς να βρεις, όχι βάσει αυτών που θα ήθελες να έχεις.

## Ανάλυση SWOT

Εφόσον έχετε τον χρόνο και τα μέσα και έχετε συστήσει την ομάδα εργασίας, τότε μπορείτε να κάνετε μια πολύ καλή άσκηση που θα βοηθήσει σημαντικά στον σχεδιασμό. Ονομάζεται ανάλυση SWOT. Φτιάχνετε ουσιαστικά έναν πίνακα με τέσσερα κουτιά που τα γεμίζετε με τα εξής:

**Strengths (Πλεονεκτήματα):** Αφορά τα εσωτερικά πλεονεκτήματα που έχετε ως ομάδα, π.χ. εμπειρία από άλλες παρόμοιες εκστρατείες.

**Weaknesses (Αδυναμίες):** Αφορά τις εσωτερικές αδυναμίες που έχετε ως ομάδα, π.χ. περιορισμένους χρηματικούς πόρους.

**Opportunities (Ευκαιρίες):** Αφορά τις εξωτερικές ευκαιρίες, π.χ. μια περιβαλλοντική οργάνωση πανελλαδικής εμβέλειας σας καλεί να συμμετάχετε σε μια εκστρατεία για τις δασικές πυρκαγιές.

**Threats (Κίνδυνοι):** Αφορά τα εξωτερικά ρίσκα, π.χ. η αντιπυρική περίοδος είναι πρώιμη ή υπάρχουν πολλά περιστατικά πυρκαγιών στα οποία πρέπει να παρέμβετε στο χρονικό διάστημα που πραγματοποιείται η εκστρατεία.





- *Να είστε σίγουροι ότι θέλετε να πραγματοποιήσετε μια εκστρατεία*
- *Μάθετε για αυτό που θέλετε να κάνετε (διαβάστε, ψάξτε)*
- *Μελετήστε άλλες εκστρατείες*

### Βήμα 3<sup>ο</sup>: Η ισχύς εν τη ενώσει

Αναζητείστε συμμάχους από την τοπική κοινωνία, από εθνικούς φορείς, μη κυβερνητικές οργανώσεις, πανεπιστημιακούς και επιστήμονες, όπως επίσης από εκπροσώπους του επιχειρηματικού κόσμου, οι οποίοι μπορούν να σας υποστηρίξουν είτε λόγω ειδικότητας είτε λόγω θέσης.

Η συνεργασία για τη διοργάνωση μιας εκστρατείας δεν είναι απαραίτητο να περιορίζεται μόνο στους φορείς που είναι λήπτες αποφάσεων ή επηρεάζονται άμεσα από το θέμα. Είναι θεμιτό και εφικτό να συμμετέχουν και φορείς που επηρεάζονται έμμεσα ή απλώς ενδιαφέρονται για τη λύση του προβλήματος, οι οποίοι πρέπει ή μπορούν να έχουν ρόλο στην εκστρατεία. Με τον τρόπο αυτό μπορούμε να μεταδώσουμε πιο εύκολα τα μηνύματά μας και να καλλιεργήσουμε την υποστήριξη στην τοπική κοινωνία.

### Πώς το πετυχαίνουμε αυτό;

- *Εντοπίζουμε τους πιθανούς συμμάχους σε τοπικό επίπεδο*
- *Βλέπουμε πού μπορούν αυτοί οι σύμμαχοι να μας βοηθήσουν καλύτερα (επικοινωνία στα κοινωνικά δίκτυα, στον δρόμο, με υλικό εξοπλισμό, με το κύρος τους;)*
- *Κάνουμε επαφή μαζί τους για την εκστρατεία*

### Ενδεικτικοί φορείς που μπορούν να εμπλακούν σε τοπικό επίπεδο

**Κρατικοί φορείς:** Τοπική Αυτοδιοίκηση, Γραφεία Πολιτικής Προστασίας Αποκεντρωμένης Διοίκησης, Περιφέρειας και των τοπικών Δήμων, Δασαρχεία-Δασονομεία, Πυροσβεστικοί Σταθμοί και κλιμάκια, σχολικές μονάδες, Κέντρα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, πανεπιστήμια ή ΤΕΙ, ερευνητικά ινστιτούτα, το Συντονιστικό Τοπικό Όργανο διαχείρισης φυσικών καταστροφών.

**Φορείς της κοινωνίας των πολιτών:** σύλλογοι, σωματεία, ενώσεις, συνεταιρισμοί, ομάδες εθελοντών δασοπυροσβεστών, περιβαλλοντικοί σύλλογοι, πολιτιστικοί σύλλογοι, κτηνηγειακοί σύλλογοι, μελισσοκομικοί σύλλογοι, πρόσκοποι, εκκλησία.

**Οικονομικοί/Επιχειρηματικοί φορείς:** τοπικά μέσα μαζικής ενημέρωσης, φορείς συγκοινωνιών (ΚΤΕΛ, ακτοπλοϊκές εταιρείες, αεροπορικές εταιρείες, σταθμοί διοδίων, εταιρείες διαχείρισης δρόμων), οικονομικά και τεχνικά επιμελητήρια, ενώσεις ξενοδόχων και ενοικιαζόμενων δωματίων, αγροτοκτηνοτροφικοί συνεταιρισμοί, τουριστικά γραφεία.

### Θετικά στοιχεία συνεργασιών:

- ▶ Πετυχαίνουμε καλύτερα τους στόχους της εκστρατείας
- ▶ Κάθε φορέας φέρνει μαζί του εμπειρίες και δεξιότητες
- ▶ Οι εργασίες καταμερίζονται
- ▶ Λειτουργούμε καλύτερα μαζί και πολλοί
- ▶ Εξασφαλίζουμε ευρύτερη κοινωνική αποδοχή

### Αρνητικά στοιχεία συνεργασιών:

- ▶ Ο ένας φορέας μπορεί να «καπελωθεί» από τον άλλο
- ▶ Η συμφωνία σε σειρά ζητημάτων δεν είναι πάντα εύκολη
- ▶ Σπαταλάμε χρόνο στον συντονισμό και τις συνεννοήσεις
- ▶ Υπάρχουν εξωτερικές πιέσεις και πρέπει να τηρούνται ισορροπίες

Ειδικά για το θέμα των δασικών πυρκαγιών είναι καλό να ξεκινήσετε τη συνεργασία με το Συντονιστικό Τοπικό Όργανο διαχείρισης φυσικών καταστροφών. Το **ΣΤΟ** αποτελείται συνήθως από τους εξής φορείς:

- Δήμος (Αντιδήμαρχος Πολιτικής Προστασίας, Αντιδήμαρχος Τεχνικών Έργων, Εντεταλμένος Σύμβουλος Πολιτικής Προστασίας)

- Πυροσβεστικό Σώμα (Πυροσβεστική Υπηρεσία, Σταθμός ή Κλιμάκιο)
- Εκπρόσωποι στρατιωτικών σχηματισμών (Στρατός Ξηράς, Αεροπορία, Πολεμικό Ναυτικό)
- Λιμενική Αρχή
- Αστυνομική Αρχή
- Διαχειριστής του Ελληνικού Δικτύου Διανομής Ηλεκτρικής Ενέργειας (ΔΕΔΔΗΕ)
- ΟΤΕ
- Εθελοντικά Σωματεία
- Υγειονομικές μονάδες (Νοσοκομείο, Κέντρο Υγείας)
- Δασική Υπηρεσία (Δασαρχείο, Δασονομείο)



Μπορείτε να ζητήσετε, προφορικά ή γραπτά, να παρευρεθείτε σε μια τακτική ή ειδική (για την εκστρατεία) συνεδρίαση του ΣΤΟ και να παρουσιάσετε την ιδέα σας. Τις προσκλήσεις στα μέλη του ΣΤΟ τις στέλνει ο Δήμος.

Να είστε σύντομοι και κατάλληλα προετοιμασμένοι.

#### Βήμα 4ο: Ξεκαθαρίστε τους στόχους σας και διατυπώστε τα μηνύματά σας όσο πιο απλά και κατανοητά μπορείτε

Αρχικά πρέπει να πείσουμε εμάς τους ίδιους ότι η εκστρατεία είναι απαραίτητη και πρέπει να γίνει. Αυτό είναι καθοριστικός παράγοντας γιατί πολλά πράγματα είναι πιο περίπλοκα και δύσκολα από όσο φαίνονται.

Ο βασικός σκοπός της εκστρατείας είναι να αλλάξει κάτι. Να ωθήσουμε τους πολίτες σε δράση - ή και σε μη δράση! Όπως, για παράδειγμα, να αποφεύγουν δραστηριότητες που μπορεί να εκκινήσουν μια δασική πυρκαγιά.

Οι στόχοι της εκστρατείας πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο σαφείς και ξεκάθαροι. Ενδεικτικοί στόχοι μιας εκστρατείας μπορεί να είναι:

1. Να κρατήσει ψηλά το θέμα στην τοπική ατζέντα
2. Να κατανοήσουν οι πολίτες πλήρως και ορθά το θέμα σε όλες του τις διαστάσεις (αιτίες-αποτελέσματα-αποκατάσταση)
3. Να μπορέσει το κοινό να λάβει μέτρα για την προσωπική του ασφάλεια, αλλά και για την προστασία της περιουσίας του, της κοινότητας όπου ανήκει και του φυσικού περιβάλλοντος
4. Να αυξήσει την ετοιμότητα των πολιτών
5. Να συμμετάσχουν οι πολίτες στον σχεδιασμό και την εφαρμογή μέτρων προστασίας από τις δασικές πυρκαγιές, μαζί με την κοινότητά τους

6. Να προάγει τη συνεργασία μεταξύ των διαφορετικών φορέων

Η ενημέρωση για το πρόβλημα δεν πρέπει να υιοθετεί μόνο μία οπτική, αλλά να δίνει μια πιο σφαιρική διάσταση.

Μπορείτε να ακολουθήσετε τον απλό οδηγό S.M.A.R.T. που θα σας βοηθήσει να διαμορφώσετε στόχους.



Στόχος	Όχι	Ναι
Συγκεκριμένος	Θέλουμε να σταματήσουμε τις πυρκαγιές.	Να μειωθεί ο αριθμός πυρκαγιών από αμέλεια.
Μετρήσιμος	Να έχουμε λιγότερες καμένες εκτάσεις.	Να παράξουμε Χ φυλλάδια που θα μοιραστούν σπίτι-σπίτι με τους λογαριασμούς του νερού.
Επιτεύξιμος	Δεν ξέρω...	Έχει ξαναγίνει.
Ρεαλιστικός	Νομίζω ότι μπορούμε.	Γνωρίζω ότι μπορούμε.
Χρονικά περιορισμένος	Θα μας πάρει χρόνια.	Θα το κάνουμε μέσα στην επόμενη αντιπυρική περίοδο.

**Κεντρικό Μήνυμα:** Το κεντρικό μήνυμα είναι ουσιαστικά μια σύντομη, βασική και ξεκάθαρη φράση που συνοψίζει τον στόχο της εκστρατείας. Το μήνυμα πρέπει να είναι ένα και μοναδικό, όσο γίνεται απλό και κατανοητό από όλους. Το μήνυμα προτρέπει συχνά σε δράση.



*Η επιτυχημένη διάδοση ενός μηνύματος εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον σωστό σχεδιασμό του.*



*Το μήνυμα να μην ξεπερνά τις 7 λέξεις.*

**Λογότυπο:** Είναι χρήσιμο το μήνυμα της εκστρατείας μας να πλαισιώνεται από ένα συγκεκριμένο λογότυπο, το οποίο να παραπέμπει άμεσα στο πρόβλημα και να είναι ευρέως αναγνωρίσιμο.



*Το λογότυπο και το μήνυμα είναι σημαντικά. Δημιουργείται ομογένεια για την εκστρατεία και οι διαφορετικοί σύμμαχοι-φορείς εμφανίζονται με κοινό πρόσωπο για το συγκεκριμένο θέμα.*





*Μαθητές, δάσκαλοι, εθελοντές δασοπυροσβέστες και επαγγελματίες πυροσβέστες της Άνδρου δεν «παίζουν» με τη φωτιά!*

### **Βήμα 5<sup>ο</sup>: Ξεκαθαρίστε ποιες είναι οι ομάδες-στόχοι στις οποίες απευθύνεστε**

Οι ομάδες-στόχοι καθορίζονται βασικά μέσα από την ανάλυση του προβλήματος. Βλέπουμε ποια είναι τα συνήθη αίτια και εστιάζουμε στις ομάδες που τα προκαλούν. Για παράδειγμα, αν σε μια περιοχή οι περισσότερες πυρκαγιές προκαλούνται από αμέλεια, ιδίως κατά τη διάρκεια εργασιών με χρήση γυμνής φλόγας, είναι φυσικό να στραφούμε προς τους εργάτες/χειρώνακτες και τους εργολάβους της περιοχής.

Υπάρχουν επίσης ομάδες-στόχοι στις οποίες απευθυνόμαστε έτσι και αλλιώς. Για παράδειγμα οι δράσεις με μαθητές (κυρίως της πρω-

τοβάθμιας εκπαίδευσης) αποτελούν επένδυση για το μέλλον και ευαισθητοποιούν τους μελλοντικούς πολίτες για το πρόβλημα. Επίσης, η επιμόρφωση όσων ανήκουν στους δημόσιους ή άλλους φορείς που ασχολούνται με το πρόβλημα, είναι μια πολύ στοχευμένη ενέργεια με πολλαπλά οφέλη.

Τέλος, μια εκστρατεία μπορεί να μην απευθύνεται σε μια ομάδα-στόχο αλλά σε μια περιοχή-στόχο. Αν η ανάλυση των περιστατικών πυρκαγιών δείξει ότι μια συγκεκριμένη περιοχή στον δήμο ή την περιφέρειά μας αντιμετωπίζει πολλά και και συνεχή περιστατικά δασικών πυρκαγιών, τότε εστιάζουμε τις δράσεις σε αυτήν. Σε μια τέτοια περίπτωση, επομένως, μιλάμε για μια χωρική στοχευμένη εκστρατεία.

### Παράδειγμα: Η δράση των μαθητών στην Άνδρο

Η δράση πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της εκστρατείας «Η φωτιά δεν παίζει: Μην παίζεις με το μέλλον της Άνδρου». Διοργανώθηκε από το WWF Ελλάς και το ΚΠΕ Κορθίου σε συνεργασία με τη Διεύθυνση Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης Κυκλάδων και τα δημοτικά σχολεία Οπίσω Μέρους, Κορθίου, Χώρας, Μεσσαριάς και Γαυρίου. Η ιδέα ήταν οι μαθητές να γίνουν «ερευνητές της φωτιάς». Διένειμαν ερωτηματολόγια πόρτα-πόρτα και ζήτησαν από συγγενείς, γείτονες και φίλους να απαντήσουν στις ερωτήσεις. Σκοπός τους ήταν να μαζέψει ο καθένας 10-15 ερωτηματολόγια μέσα στο χρονικό διάστημα που τους είχε δοθεί από τους δασκάλους. Η εξέλιξη της δράσης έγινε στα εξής στάδια:

1. Ενημέρωση των δασκάλων και εξασφάλιση της εθελοντικής τους συμμετοχής στη δράση
2. Εκπαίδευση των μαθητών και παρουσίαση της δράσης από τους δασκάλους
3. Διανομή ερωτηματολογίων από τους μαθητές
4. Συγκέντρωση ερωτηματολογίων
5. Επεξεργασία των απαντήσεων από τους μαθητές με την καθοδήγηση του WWF Ελλάς, του ΚΠΕ Κορθίου και των δασκάλων
6. Παρουσίαση αποτελεσμάτων με γραφήματα και ζωγραφιές, σε ειδικές εκδηλώσεις-εκθέσεις, στις ιστοσελίδες των σχολείων και της εκστρατείας

Είναι πολύ πιο εύκολο για τους μικρούς μαθητές να πλησιάσουν τους ενήλικους γείτονες και συγγενείς και να συζητήσουν με αυτόν τον τρόπο για ένα κοινό θέμα όπως οι δασικές πυρκαγιές.



Οι δράσεις στα σχολεία χρειάζονται απαραίτητα άδεια από τις αρμόδιες Διευθύνσεις Εκπαίδευσης.

## Βήμα 6<sup>ο</sup>: Επιλέξτε τα εργαλεία που θα χρησιμοποιήσετε

Τα εργαλεία είναι πάρα πολλά και ποικίλα. Η επιλογή τους εξαρτάται από τους στόχους που θέτουμε, τον χρόνο που διαθέτουμε, τα χρήματα κτλ. Μπορεί να περιλαμβάνουν τοποθέτηση ενημερωτικών περιπτέρων, ειρηνικές διαμαρτυρίες, δρώμενα (happenings), πίεση σε λήπτες αποφάσεων, συλλογή υπογραφών, δράσεις στα διαδικτυακά μέσα, εμπλοκή διασημοτήτων στη διάχυση μηνυμάτων, εκθέσεις, έκδοση ερευνών, ενημερωτικό υλικό (φυλλάδια, μελέτες, οπτικοακουστικό υλικό), επιστολές και emails.

### Ενημερωτικό υλικό

Αποτελείται από έντυπο ή ηλεκτρονικό υλικό, το οποίο μπορεί να μοιραστεί μέσω διαφορετικών δράσεων. Περιλαμβάνει φυλλάδια, fact sheets (μονοσέλιδα με πληροφορίες και κάλεσμα για δράση), αφίσες, καταχωρήσεις σε έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα, αυτοκόλλητα, αναμνηστικά (π.χ. καρφίτσες, κονκάρδες), οπτικοακουστικό υλικό (ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά σποτ).

### Πώς σχεδιάζουμε ένα φυλλάδιο-αφίσα;

- ▶ Ποιος είναι ο σκοπός; Να προβάλει ένα μήνυμα ή να οδηγήσει σε δράση;
- ▶ Για ποιον σχεδιάζεται; Ηλικίες, ομάδες-στόχοι. Για παράδειγμα σε πόσες γλώσσες θα παραχθεί, ανάλογα με τους κατοίκους και τους επισκέπτες;
- ▶ Πού θα μοιραστεί; Ανάλογα με τον χώρο όπου θα διανεμηθεί - τοποθετηθεί, σχεδιάζεται αναλόγως και το μέγεθος του υλικού, η γραμματοσειρά, τα σχέδια.

▶ Πόσα τεμάχια; Σχεδιάζουμε προσεκτικά και με βάση τις πραγματικές ανάγκες. Γλυτώνουμε χρήμα και σπατάλη πόρων.

▶ Τι υλικό θα χρησιμοποιηθεί; Προτιμούμε ανακυκλωμένο χαρτί ή πιστοποιημένο κατά FSC.

Όσο αφορά τον σχεδιασμό των φυλλαδίων, αποφεύγουμε τα πολλά λόγια. Προσπαθούμε να παρουσιάσουμε γρήγορα και εύκολα πληροφορίες, δεδομένα και μηνυμάτα μας με γραφήματα, εικόνες και φωτογραφίες (infographics). Όλα παίζουν ρόλο! Τα χρώματα, το σύνθημα, ο ικανός γραφίστας που θα «απογειώσει» το υλικό, το μέγεθος, η ποιότητα εκτύπωσης.



## Διανομή υλικού - Η περίπτωση της Άνδρου

Κατά τη διάρκεια της τοπικής εκστρατείας «Μην παίζεις με την φωτιά», το έντυπο υλικό διανεμήθηκε στα εξής σημεία και στους τέσσερις μεγάλους οικισμούς του νησιού:

- ▶ Στα μέλη του ΣΤΟ και τις δημόσιες υπηρεσίες
- ▶ Σε τουριστικά γραφεία, καταστήματα, ξενοδοχεία, γραφεία ενοικίασης οχημάτων
- ▶ Στα πλοία της γραμμής Ραφήνα-Άνδρος
- ▶ Σε τουριστικές επιχειρήσεις (ξενόγλωσσο)
- ▶ Στους πολίτες μέσω του λογαριασμού νερού (διαχείριση από τον Δήμο)
- ▶ Στις ενορίες μέσω της Μητρόπολης Σύρου
- ▶ Στα ΚΕΠ
- ▶ Στα τοπικά κοινοτικά γραφεία μέσω του «Βοήθεια στο σπίτι»
- ▶ Σε ειδική εκδήλωση στον δρόμο, που έγινε την Παγκόσμια Μέρα Περιβάλλοντος (5 Ιουνίου)

Οι ηλεκτρονικές καταχωρήσεις και η σχετική αρθρογραφία αναρτήθηκαν σε τοπικές ιστοσελίδες, στις ιστοσελίδες του WWF Ελλάς και του ΣΕΔΑ, και σε Facebook groups των συμμετεχόντων στην εκστρατεία.

Το τηλεοπτικό σποτ διανεμήθηκε επίσης μέσω ηλεκτρονικών μέσων στα πλοία της γραμμής, όπου προβλήθηκε μετά τις οδηγίες ασφαλείας.

## Ραδιοφωνικό/Τηλεοπτικό μήνυμα

Η παραγωγή ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών μηνυμάτων είναι συνήθως μια διαδικασία που κοστίζει. Μπορείτε βέβαια να ζητήσετε τη συνδρομή εθελοντών ή παραγωγών που θα προσφέρουν τις υπηρεσίες τους δωρεάν, ως βοήθεια στην εκστρατεία.

Εδώ είναι πολύτιμος ο ρόλος μιας διασημότητας ή ενός πολύ αναγνωρίσιμου προσώπου που κατά προτίμηση κατάγεται από την περιοχή (ηθοποιός, τραγουδιστής, αθλητής). Σίγουρα η μετάδοση ενός μηνύματος από ένα πρόσωπο διάσημο στην τοπική κοινωνία έχει καλύτερο αποτέλεσμα στη διάδοση του μηνύματος.

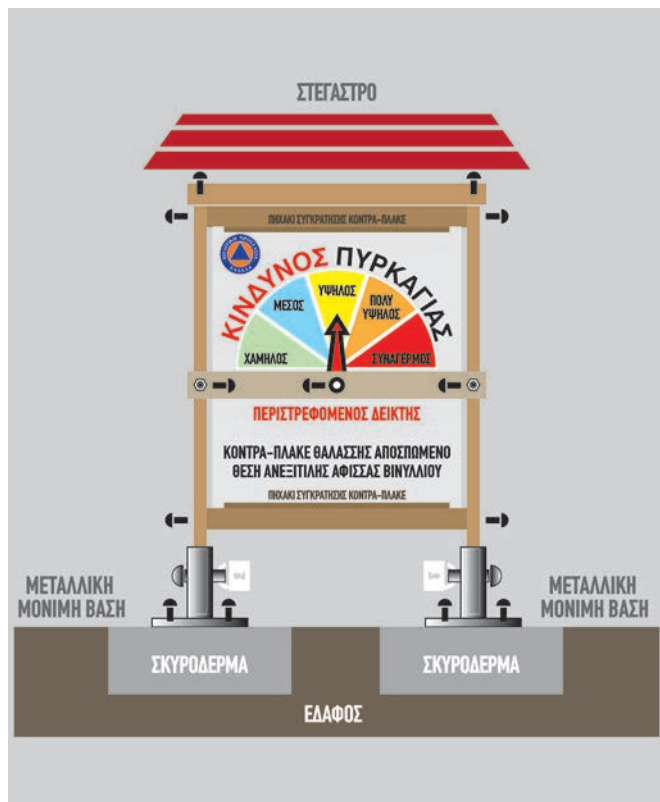
Καλό θα ήταν το μήνυμα να είναι σύντομο και να μην ξεπερνά σε διάρκεια το ένα λεπτό, ώστε να έχετε περισσότερες πιθανότητες να δεχθούν τα ΜΜΕ την προβολή του δωρεάν. Μην ξεχνάτε ότι πρέπει να μεταδώσετε τόσα πολλά σε τόσο λίγο διάστημα!

## Πινακίδες ενημέρωσης κινδύνου πυρκαγιάς

Οι πινακίδες περιέχουν πληροφορίες για τον ημερήσιο κίνδυνο πυρκαγιάς, όπως αυτός ανακοινώνεται από τη Γενική Γραμματεία Πολιτικής Προστασίας. Στο διαδίκτυο υπάρχουν πολλά εγχειρίδια με τις ορθές προδιαγραφές για κάθε χρήση τους (π.χ. [http://www.nwcg.gov/sites/default/files/products/pms\\_469.pdf](http://www.nwcg.gov/sites/default/files/products/pms_469.pdf)). Εκτός από τον ημερήσιο κίνδυνο πυρκαγιάς, οι πινακίδες μπορούν να αναγράφουν απαγορεύσεις, οδηγίες, τον αριθμό κλήσης 199. Τα υλικά πρέπει να είναι ανθεκτικά στον χρόνο και φιλικά στο περιβάλλον, ενώ πρέπει απαραίτητα να ορίζεται ένας υπεύθυνος για την ημερήσια ανανέωση των πληροφοριών και την ετήσια συντήρηση. Τα σημεία εγκατάστασης μπορεί να βρίσκονται σε: εισόδους ή εξόδους οικισμών, εισόδους

προστατευόμενων ή επικίνδυνων για πυρκαγιά περιοχών, πλατείες, σταθμούς μέσων μεταφοράς, κέντρα ενημέρωσης επισκεπτών, κεντρικούς οδικούς κόμβους, αεροδρόμια, λιμάνια.

### Υπόδειγμα πινακίδας ενημέρωσης κινδύνου πυρκαγιάς



## Πίεση σε λήπτες αποφάσεων

### Εκκλήσεις/Λίστες email

Αν θέλουμε να στείλουμε μια μαζική έκκληση για δράση ή μια έγγραφη διαμαρτυρία, φτιάχνουμε ένα πολύ απλό και όσο το δυνατόν πιο τυποποιημένο κείμενο ώστε να φύγει γρήγορα. Όταν το πρόβλημα είναι τοπικό, καλό είναι να γίνονται οι εκκλήσεις τοπικά από κατοίκους ή καταγόμενους από το νησί.



Δεν «φορτώνουμε» τα emails των παραληπτών. Επιλέγουμε αποστολή με απόκριση των παραληπτών ώστε να μην κοινοποιούμε σε όλους τις διευθύνσεις email της λίστας μας. Πρέπει επίσης να δίνουμε την επιλογή να διαγραφεί κάποιος από αυτήν.

Μια επιστολή δεν συντάσσεται μόνο για διαμαρτυρία αλλά μπορεί επίσης να έχει ενημερωτικό σκοπό ή να περιέχει συγκεκριμένες προτάσεις. Έτσι θέτουμε τους αρμόδιους φορείς προ των ευθυνών τους, ώστε να μην προβάλουν στο μέλλον το επιχείρημα «δεν ήξερα, δεν με ενημερώσατε». Η επιστολή μπορεί είτε να απευθύνεται μόνο στους παραλήπτες είτε να είναι ανοιχτή στα ΜΜΕ.

Σκοπός της επιστολής είναι να ενημερώσει, να θέσει ζητήματα, αλλά και να κινητοποιήσει. Μπορεί, για παράδειγμα, να προκαλέσει την υποβολή μιας κοινοβουλευτικής ερώτησης από τοπικό βουλευτή, να οδηγήσει σε μια συνάντηση με πολιτικά πρόσωπα και υπηρεσιακούς παράγοντες ή μπορεί επίσης να απευθύνεται στα αρμόδια κυβερνητικά κλιμάκια.

Μια καλή ιδέα είναι η σύνταξη μιας επιστολής διαμαρτυρίας για ένα συγκεκριμένο θέμα, με σύντομο κείμενο που θα υπογράφεται όμως από διακεκριμένα πρόσωπα του τόπου, ασχέτως πολιτικού, οικονομικού και κοινωνικού χώρου στον οποίο ανήκουν. Με τον τρόπο αυτό μπορεί να ασκηθεί η απαιτούμενη πολιτική πίεση. Σίγουρα, όσοι περισσότεροι φορείς υπογράψουν, τόσο πιο μεγάλη ισχύ αποκτά το αίτημα.

### Ειρηνική διαμαρτυρία/δρώμενα

Αν θέλουμε να δημιουργήσουμε «θόρυβο» γύρω από το θέμα μας, μπορούμε να οργανώσουμε μια σύντομη διαμαρτυρία. Συνήθως αυτό γίνεται σε σημεία ενδιαφέροντος ή πολυσύχναστα σημεία και μπορεί να έχει τη μορφή πικετοφορίας ή καθιστικής-βουβής διαμαρτυρίας. Επίσης, μπορούμε σε πολυσύχναστα σημεία να διοργανώσουμε δρώμενα (θεατρικό παιχνίδι, εικαστικές δράσεις) προκειμένου να προσελκύσουμε την προσοχή του κοινού.

Θα πρέπει σε μια τέτοια περίπτωση να μην εμποδίζουμε την κοινωνική-οικονομική δραστηριότητα των συμπολιτών μας, να μην ενοχλούμε (π.χ. ώρες κοινής ησυχίας), και να ενημερώνουμε τις αρχές.

### Εκδηλώσεις

Πριν ξεκινήσουμε τη διοργάνωση οποιασδήποτε εκδήλωσης πρέπει να απαντήσουμε στα παρακάτω:

- ▶ *Γιατί; Διερευνούμε τους σκοπούς και εντοπίζουμε ευκαιρίες.*
- ▶ *Ποιος; Καθορίζουμε το κοινό-στόχο, τους συμμετέχοντες, τους διοργανωτές.*

- ▶ *Τι; Καθορίζουμε το είδος της εκδήλωσης.*
- ▶ *Πότε; Πρέπει, για το καλύτερο αποτέλεσμα, να επιλέγουμε τον κατάλληλο χρόνο/ημέρα, τις κατάλληλες καιρικές συνθήκες, να βεβαιωνόμαστε ότι δεν υπάρχουν αντίστοιχες ή σημαντικές εκδηλώσεις στην περιοχή το ίδιο χρονικό διάστημα και σίγουρα να έχουμε τον διαθέσιμο χρόνο για μια πετυχημένη εκδήλωση.*
- ▶ *Πού; Το σημείο όπου θα πραγματοποιηθεί είναι καθοριστικό. Πρέπει να είναι προσβάσιμο από όλους, να έχει γενικά κίνηση και να εξασφαλίζουμε πιθανές αδειοδοτήσεις (Δήμος, Πυροσβεστική, Τροχαία, Αρχαιολογική Υπηρεσία, ιδιώτες κτλ.)*
- ▶ *Κόστος; Πρέπει να υπολογίσουμε από πριν πόσο θα μας κοστίσει και από πού θα βρούμε τα χρήματα. Αν δεν έχουμε τα κονδύλια δεν κάνουμε τίποτα.*

Μερικές φορές η προβολή της εκδήλωσης στα ΜΜΕ ή το Facebook μπορεί να είναι πιο σημαντική κι από την ίδια την εκδήλωση! Από απλές φωτογραφίες από τα κινητά μας, τις οποίες ανεβάζουμε στο Facebook και μοιραζόμαστε με τα μέλη της ομάδας, μέχρι ένα βίντεο που μπορεί να μας γυρίσει εθελοντικά ένας φίλος της ομάδας και να το στείλουμε σε τοπικό κανάλι, με όλα αυτά τα μέσα προσπαθούμε να προσελκύσουμε το ενδιαφέρον και των υπόλοιπων συμπολιτών μας στην εκδήλωσή μας, όχι μόνο εκείνων που παρευρέθηκαν.



*Δεν είναι ανάγκη να οργανώσετε τη δική σας εκδήλωση. Μπορείτε πιο εύκολα και αποτελεσματικά να συμμετάσχετε στις εκδηλώσεις τρίτων όπου συγκεντρώνεται κόσμος (π.χ. θερινά φεστιβάλ).*



## Ενημερωτικές εκδηλώσεις

### Ημερίδα

Οι ημερίδες είναι ένα μάλλον ξεπερασμένο εργαλείο ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης. Παρότι πολλές φορές βρίσκεται στην κορυφή της ατζέντας σε μια εκστρατεία, καταλήγει να είναι μια βαρετή διαδικασία που δεν καταφέρνει να προσελκύσει το κοινό που θα επιθυμούσαμε.

### Πότε είναι χρήσιμη μια ημερίδα;

- ▶ Όταν το θέμα είναι καινούργιο στην περιοχή ή υπάρχουν νέα στοιχεία/εξελιξίσεις
- ▶ Όταν θέλουμε να εκπαιδεύσουμε τους παρευρισκόμενους
- ▶ Όταν θέλουμε να δείξουμε τι θα κάνουμε σε μια εκστρατεία και να ζητήσουμε υποστήριξη από άλλους φορείς

### Συναντήσεις εργασίας

Οι συναντήσεις εργασίας έχουν πιο επίσημο χαρακτήρα, είναι αυστηρότερα δομημένες και πρέπει πάντα να καταλήγουν σε αποτελέσματα προς εφαρμογή.

## Τι προσέχουμε όταν οργανώνουμε ημερίδες και συναντήσεις εργασίας

Χώρος: Είναι ο χώρος προσβάσιμος από όλους; Είναι βολικός για την πλειονότητα όσων θέλουν να παρακολουθήσουν/συμμετάσχουν; Έχει τον απαραίτητο υλικοτεχνικό εξοπλισμό; Ξέρουν όλοι που βρίσκεται;

Φιλική ατμόσφαιρα: Προσπαθώ να δημιουργήσω μια όσο το δυνατόν πιο φιλική ατμόσφαιρα.

Διαλείμματα: Είναι ζωτικής σημασίας προκειμένου να ξεκουράζονται οι συμμετέχοντες και οι ομιλητές και να γίνονται οι απαραίτητες ζυμώσεις μεταξύ τους. Πρέπει πάντα να μεριμνούμε για καφέ και φαγητό.

Στόχοι: Έχω ξεκαθαρίσει από πριν τους στόχους και κάνω εκτίμηση των αποτελεσμάτων που περιμένω.

Συντονιστής: Η συνάντηση πρέπει να έχει οπωσδήποτε έναν συντονιστή, ο οποίος θα φροντίζει να τηρούνται οι χρόνοι ομιλίας, θα συντονίζει τη συζήτηση, θα αμβλύνει διαφωνίες και συγκρούσεις.

Χρόνοι: Τηρούμε πάντα τους χρόνους! Ξεκινάμε και τελειώνουμε στην ώρα μας.

Πρόγραμμα: Καλό είναι να υπάρχει ένα συγκεκριμένο, ανακοινώσιμο πρόγραμμα με τους ομιλητές, την ώρα, τα αντικείμενα.

## Στον δρόμο!

### Περίπτερο ενημέρωσης

Αποτελεί κλασική μέθοδο προσέγγισης του κοινού. Δίνει την ευκαιρία να προσεγγίσουμε το κοινό στον δρόμο με το σχετικό υλικό και με τρόπο διαδραστικό. Βασική αρχή είναι να στεκόμαστε μπροστά από το περίπτερο και να μην το αφήνουμε να αποτελεί «φράγμα» ανάμεσα σε εμάς και το κοινό. Έπειτα, προσφέρουμε το υλικό. Επιλέγουμε από πριν τι θα πούμε για να «σπάσουμε» τον πάγο και να κάνουμε πιο εύκολη την προσέγγιση. Το να περιμένουμε τους πολίτες να έρθουν, ενώ απλώς καθόμαστε πίσω από ένα περίπτερο, σίγουρα δεν είναι ό,τι πιο αποδοτικό.

**Απλοί κανόνες:** Δεν μιλάμε με ορολογίες, δεν μιλάμε ως ειδικοί, δεν μιλάμε σε γνώστες του προβλήματος, δεν μιλάμε με «κωδικές» ονομασίες, αλλά όσο πιο απλά και κατανοητά γίνεται. Χρησιμοποιούμε έτοιμες φράσεις που θα ρίξουν τις γέφυρες με τους συνομιλητές μας. Ετοιμασείτε για δύσκολες ερωτήσεις ή για φράσεις όπως «*Κανείς δεν κάνει τίποτα*», «*Ναι, ξέρω εγώ*», «*Τι να το κάνεις, το κράτος δεν κάνει τίποτα*», «*Δεν είμαι από εδώ, δεν με ενδιαφέρει*». Χρησιμοποιούμε χαμόγελο και χιούμορ ή ένα υπαίθριο παιχνίδι. Δεν αναλωνόμαστε σε τεχνικές συζητήσεις και διαφωνίες, πρέπει να ξέρουμε πότε να σταματήσουμε τη συζήτηση. Κάνουμε πιο προσωπικές ερωτήσεις όπως: «*Ποια είναι η γνώμη σας για τις πυρκαγιές;*» ή «*Έχετε ζήσει μια πυρκαγιά;*». Εξετάζουμε μόνο ένα θέμα κάθε φορά. Το υλικό που έχουμε στο περίπτερο πρέπει να είναι λιτό και ομοιογενές. Δεν πρέπει να βάζουμε υλικό στο περίπτερο μόνο και μόνο γιατί το έχουμε. Μπορούμε να συνδυάσουμε το περίπτερό μας με ένα δρώμενο ή μια ειδική εκδήλωση, σε συνεργασία με μια καλλιτεχνική ομάδα.



Παίρνουμε, όπου χρειάζεται, τις απαραίτητες αδειοδοτήσεις από τις αρχές. Δεν εμποδίζουμε την κυκλοφορία ή την οικονομική/κοινωνική δραστηριότητα των συμπολιτών μας. Αν πρόκειται να κάνουμε συγκέντρωση χρημάτων, αυτή πρέπει να συνοδεύεται από τα αντίστοιχα παραστατικά και τις απαιτούμενες άδειες.

### Πόρτα-πόρτα

Σε αντίθεση με το περίπτερο ενημέρωσης, στη συγκεκριμένη περίπτωση πηγαίνουμε εμείς στο κοινό. Δεν ενοχλούμε σε ώρες κοινής ησυχίας, πολύ πρωί ή αργά το απόγευμα. Φοράμε τα διακριτικά της ομάδας μας, τη στολή μας ή άλλα χαρακτηριστικά στοιχεία του φορέα μας για να είμαστε διακριτοί και να κερδίζουμε την εμπιστοσύνη των πολιτών. Ξεκινάμε αμέσως με την αποκάλυψη της ταυτότητας του φορέα που εκπροσωπούμε και του κυρίως μηνύματος που θέλουμε να περάσουμε. Δεν αντιδρούμε σε απαξιωτικά ή υβριστικά σχόλια και δεν κάνουμε αξιολογικές κρίσεις. Ο σκοπός μας είναι η ενημέρωση, η επικοινωνία με το κοινό-στόχο, η διανομή του υλικού που έχουμε μαζί μας. Δεν κουράζουμε με περιττές πληροφορίες, είμαστε σύντομοι και περιεκτικοί - στην καλύτερη περίπτωση έχουμε προετοιμάσει τι θα πούμε και υπάρχουν συγκεκριμένες εκφράσεις. Δεν ξεκινάμε διάλογο γιατί αυτό θα μας καταναλώσει χρόνο και υπάρχει περίπτωση να αποπροσανατολίσει την προσπάθεια. Είμαστε πάντα με χαμόγελο και καλή διάθεση, ό,τι και να συμβεί!





© WWF Ελλάς - Ηλίας Τζήρινης

*Μαθητές της Άνδρου γεμίζουν το ξύλινο δέντρο με φύλλα-μηνύματα και εκθέτουν τις ζωγραφιές του για τις πυρκαγιές*

### **Βήμα 7ο: Ενεργοποιήστε τους πολίτες και εμπλέξτε τους σε όσο το δυνατόν περισσότερες δράσεις**

Οι εκστρατείες δεν πραγματοποιούνται από ένα άτομο ή από μεμονωμένα άτομα που το καθένα κάνει ό,τι θέλει. Χρειάζεται να υπάρχει μια ομάδα εργασίας και μια κατανομή αρμοδιοτήτων μέσα σε αυτήν. Είναι σημαντικό να ορίσουμε ποιος θα αναλάβει τι. Η ανάθεση μιας εργασίας γίνεται με βάση τις δυνατότητες, την εμπειρία και την διάθεση του ατόμου να την αναλάβει.



*Μην αναθέτετε μια εργασία, όσο απλή και να είναι, σε κάποιον που δεν μπορεί ή δεν θέλει να την κάνει.*

### **Εθελοντές**

Οι εθελοντές σίγουρα ενδιαφέρονται και ζουν το πρόβλημα, αλλά δεν είναι αυτονόητο ότι διαθέτουν όλες τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να συμβάλουν σε μια εκστρατεία. Είναι αναγκαία η εκπαίδευσή τους ως προς τους στόχους, τα μηνύματα και τα εργαλεία που θα χρησιμοποιήσουμε. Αποτελούν άλλωστε τους πρεσβευτές της εκστρατείας. Επιπλέον, για να μεταδώσει κάποιος ένα μήνυμα πρέπει πρώτα να το έχει κατανοήσει ο ίδιος. Είναι επίσης απαραίτητο να μιλάμε όλοι την ίδια γλώσσα προς τα έξω. Επομένως, προγραμματίζουμε μια σύντομη εκπαιδευτική ημερίδα, παρουσία όσων θα συμβάλουν, και εκπαιδεύουμε τους συμμετέχοντες ως προς την εκστρατεία και τα εργαλεία της.

### **Πολίτες**

Η εμπλοκή των πολιτών είναι μεγαλύτερη όταν διοργανώνουμε εκδηλώσεις και δραστηριότητες στον δρόμο, και ακόμα περισσότερο αν αυτές γίνονται με την βοήθεια των ίδιων των πολιτών. Οι εκδηλώσεις είναι πολύ χρήσιμες για να δημιουργηθούν δίκτυα γνωριμίας και να μοιραστούμε το ενδιαφέρον μας για το πρόβλημα, και παίζουν σημαντικό ρόλο στην προβολή δράσεων των πολιτών.

Μια άσκηση πυρκαγιάς ή εκκένωσης οικισμού είναι επίσης μια πολύ καλή ευκαιρία εισαγωγής των πολιτών στην έννοια της πρόληψης. Αυτό προϋποθέτει βέβαια ότι υπάρχει το αντίστοιχο σχέδιο, το οποίο

προβλέπει τις διαδικασίες που πρέπει να ακολουθηθούν. Επίσης, μια εργασία εκτίμησης της επικινδυνότητας της περιοχής ή κάποια ερωτηματολόγια που αφορούν τις δασικές πυρκαγιές μπορούν να ει-σάγουν τους πολίτες σε μια διαδικασία απόκτησης γνώσεων και ευαι-σθητοποίησης.

### **Οι ασκήσεις μάς βοηθούν γιατί:**

- ▶ Δείχνουν τα κενά του σχεδιασμού και τις βελτιώσεις που πρέπει να γίνουν
- ▶ Δοκιμάζουμε στην πράξη όλοι μαζί (πολίτες-οργανώσεις-υπηρεσίες)
- ▶ Αξιολογούμε την ικανότητά μας να αντιδράσουμε σε μια πυρκαγιά
- ▶ Κρατούν τον πληθυσμό σε εγρήγορση
- ▶ Εκπαιδεύουμε τους πολίτες, τους τοπικούς άρχοντες και τους εθελοντές μας

### **Βήμα 8ο: Αξιοποιήστε τα ΜΜΕ**

Ένα άρθρο σε τοπική εφημερίδα ή μια σύντομη αναφορά στις ειδή-σεις μπορεί να έχει πολύ γρηγορότερα και αμεσότερα αποτελέσματα απ' ό,τι πιστεύετε. Φροντίζετε να τροφοδοτείτε τα μέσα με ό,τι χρει-άζονται - ιστορίες, νέα και προσωπικότητες. Μην ξεχνάτε ότι είστε και εσείς μέλη της τοπικής κοινωνίας και πρέπει οι ιστορίες σας να γίνουν γνωστές και στους υπόλοιπους.

Ποια μπορεί να είναι αυτά τα μέσα; Εφημερίδες, ραδιοφωνικοί σταθ-μοί, τηλεοπτικοί σταθμοί, ιστοσελίδες. Τα τοπικά μέσα συνήθως «μπαίνουν» σε κάθε σπίτι και απευθύνονται σε ένα μεγάλο εύρος αναγνωστικού κοινού, ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου, εισοδήματος και πολιτικής τοποθέτησης. Αν και πολλές φορές δεν είναι εμφανές, υπάρχει έντονο ενδιαφέρον για τα τοπικά μέσα.

Θα ξεκινήσουμε φτιάχνοντας μια λίστα των τοπικών ΜΜΕ, στην οποία προσθέτουμε έπειτα τα στοιχεία επικοινωνίας (υπεύθυνος, τηλέφωνο, email).

Επιλέγουμε στη συνέχεια ένα άτομο (συνήθως από τη διοίκηση της οργάνωσής μας) το οποίο θα λειτουργεί ως σύνδεσμος μεταξύ της οργάνωσης και των ΜΜΕ και θα αναλαμβάνει τη διάχυση του απα-ραίτητου ενημερωτικού υλικού.



*Δίνουμε σημασία στις προθεσμίες που έχουν οι δημοσιογράφοι για μια δημοσίευση.*

Δίνουμε στους δημοσιογράφους όσο πιο «έτοιμο» υλικό γίνεται, με τα απαραίτητα στοιχεία και φωτογραφίες. Δεν ξεχνάμε ότι οι δημο-σιογράφοι δεν είναι ειδικοί για όλα τα θέματα, και ειδικά στο θέμα δασικές πυρκαγιές περιμένουν από εμάς τις απαραίτητες πληροφο-ρίες. Αυτό μας δίνει την ευκαιρία να τους προωθήσουμε τα αναγκαία και χρήσιμα στοιχεία που θέλουμε.



- Η είδησή μας πρέπει να έχει ανθρώπινο ενδιαφέρον
- Η ανάδειξη συγκρούσεων προσελκύει το ενδιαφέρον
  - Χρησιμοποιήστε εικόνες - είναι πάντα χρήσιμες
  - Να είστε πάντα διαθέσιμοι για επαφή, ειδικά μετά από ένα Δελτίο Τύπου

Οι προσωπικές σχέσεις είναι πολύ χρήσιμες, ειδικά αν ένας δημοσιογράφος ενδιαφέρεται για το ζήτημα που θέλουμε να προβάλλουμε.



Αρκετοί εθελοντές «ντρέπονται» ή «φοβούνται» να μιλήσουν στα ΜΜΕ. Εκπαιδεύουμε κάποιους από τους εθελοντές μας, για να μπορέσουν να μιλήσουν ζωντανά ή μαγνητοσκοπημένα σε ένα μέσο.

### Τηλεοπτικές/Ραδιοφωνικές συνεντεύξεις

- ▶ Είμαστε σύντομοι και δεν ξεφεύγουμε από το θέμα (πολλές φορές δεν θα έχουμε πάνω από 3 λεπτά!)
- ▶ Αποφεύγουμε τα «εεε» και τις μεγάλες παύσεις
- ▶ Είμαστε χαλαροί και σίγουροι γι' αυτό που λέμε
- ▶ Βρίσκουμε ένα κατάλληλο σκηνικό
- ▶ Μιλάμε αργά, χωρίς τεχνικές εκφράσεις (η έκφραση «βιώσιμη ανάπτυξη» είναι τεχνικός όρος!)

- ▶ Βάζουμε το προσωπικό στοιχείο - το θέμα ενδιαφέρει πρωτίστως εμάς!
- ▶ Λέμε αλήθειες, αποφεύγουμε ανακρίβειες
- ▶ Έχουμε χιούμορ
- ▶ Μοιραζόμαστε προσωπικές εμπειρίες - μην ξεχνάτε ότι ζείτε το πρόβλημα!

### Δελτίο Τύπου

Δημοσιοποιούμε την εκστρατεία μας ή τις επιμέρους δράσεις της με ένα Δελτίο Τύπου μία ή δύο εβδομάδες πριν. Το Δελτίο Τύπου μπορεί να συνοδεύεται από φωτογραφίες και υλικό σχετικό με το θέμα. Η καλύτερη ημέρα για αποστολή ΔΤ είναι η Τρίτη ώστε να είναι δυνατόν η καταχώρησή μας να δημοσιευθεί και στον ημερήσιο τύπο. Αντίστοιχα, δημοσιοποιούμε την επιτυχία των δράσεων μετά την πραγματοποίησή τους, με ένα απολογιστικό Δελτίο Τύπου.

# Πώς στήνουμε ένα Δελτίο Τύπου;



Λογότυπο

WWF Ελλάς  
Λαμπίας 21  
117 43 Αθήνα

Τηλ: 210 331 4893  
Κιν: 697 185 9632  
Fax: +30 210 324 7578  
i.kanta@wwf.gr  
www.wwf.gr

Στοιχεία επικοινωνίας

## Δελτίο τύπου

Τετάρτη 22 Ιουνίου 2016

Ημερομηνία

### Ο καιρός να μας φυλάει...

Κάπως έτσι θα μπορούσε να περιγράψει κανείς, σχεδόν 1,5 μήνα μετά την έναρξη της αντιπυρικής περιόδου, την ετοιμότητα της χώρας μας στη δασοπροστασία. Υποχρηματοδότηση, έλλειψη έργων προγραμματισμού, πολιτικές αποφάσεις που παρέχουν κίνητρο για δασικές πυρκαγιές και έλλειψη οργάνωσης σε δασικούς τομείς, αποτελούν τα «προσανάματα» που αποτελούν και φέτος το δόση μας, με την επίκληση για ήπιες καιρικές συνθήκες να φαντάζει απαραίτητη. Απέναντι σε ένα «καυτό» καλοκαίρι, ο ρόλος των πολιτών και η εγρήγορση της κοινωνίας θα παίζουν για ακόμη μια φορά κομβικό ρόλο.

Βρισκόμαστε στην αρχή του καλοκαιριού και ήδη οι πρώτοι άνεμοι εν μέσω υψηλών θερμοκρασιών, συνοδεύτηκαν από δασικές πυρκαγιές. Με τις περισσότερες ζημιές να έχουν προκληθεί στη Ρόδο. Ενώσμιον μήνα μετά την έναρξη της αντιπυρικής περιόδου, η περιβαλλοντική οργάνωση WWF Ελλάς, εκφράζει τις σοβαρές ανησυχίες της για τον βαθμό ετοιμότητας του κρατικού μηχανισμού δασοπροστασίας, ενώ καλεί τους πολίτες να αποτελέσουν την πρώτη γραμμή άμυνας για τα δάση μας. Ποια είναι όμως ακριβώς η κατάσταση σήμερα, σε επίπεδο πρόληψης και καταστολής;

### Πυροπροστασία: μια πονεμένη ιστορία... σε ρυθμούς υποχρηματοδότησης και νομικού αλαλούμ

- **13%** (1,9 εκατ. ευρώ περίπου) των χρημάτων που είναι απαραίτητα για ένα πρόληψης λαμβάνουν οι ήδη υποστελεχμένες δασικές πυρκαγιές. Ενώ παράλληλα, η λιγοστή χρηματοδότηση για εργασίες πρόληψης διατίθεται με μεγάλη καθυστέρηση.
- **1,5 εκατ. ευρώ** λιγότερα θα εισπράτουν φέτος οι δήμοι για την κάλυψη δράσεων πυροπροστασίας. Η διάθεση μάλιστα των 16,9 εκατ. ευρώ συνολικά θα γίνει για ακόμη μια χρονιά χωρίς καμία ουσιαστική αξιολόγηση. Πώς θα μπορούσε άλλωστε να υπάρξει κάτι τέτοιο, εφόσον οι χρηματοδοτήσεις δεν συνδυάζονται με τις πιθανές προβλέψεις των σχεδίων πυροπροστασίας που οφείλουν να έχουν οι δήμοι, ούτε βάσει αιτημάτων για συγκεκριμένες, μετρήσιμες και ελεγχόμενες παρεμβάσεις;
- Την ώρα που δεν έχουν ανακληθεί ακόμα οι νομικές ρυθμίσεις που περιλαμβάνονται στους ψηφισμένους δασοκτόνους νόμους (ν. 4280/2014 και ν. 4315/2014), οι οποίοι αυτών τον ήνεση και τον αριθμό των χρήσεων που επιτρέπονται στα ελληνικά δάση, η Κυβέρνηση επιχείρει συνεχώς να τακτοποιήσει αυθαίρετα μέσα σε δασική γη.
- Ακόμα και σε εθνικούς για την ενίσχυση της δασοπροστασίας νόμους, όπως ο νόμος 4248/2014, υπάρχουν, δύο χρόνια μετά την ψήφιση του, εκκενρότητες. Η θεσπίσθιση της συνεργασίας της Δασικής Υπηρεσίας με το Πυροσβεστικό Σύστημα (άρθρο 100 ν. 4248/2014) για τον καλύτερο μεταξύ τους συντονισμό εκκεμεί, όπως και πολλές από τις προβλέψεις για την οργάνωση και πλήρη επιχειρησιακή αξιολόγηση των εθελοντικών ομάδων παραμένουν ακόμα στα χαρτιά. Είναι επιτακτικό να υπάρχουν σύντομα πρωτοβουλίες για την πρακτική υλοποίηση των προβλέψεων του άρθρου 118 (του ν. 4248/2014) π.χ. απορρύσεις και ΚΥΑ για μια σειρά ζητημάτων που βρίσκονται σε εκκεμρότητα, όπως η Εθνική Σχολή Πολιτικής Προστασίας.
- Σε επίπεδο καταστολής, στον ήδη γερασμένο στόλο του Πυροσβεστικού Σωματός έρχονται να προστεθούν τεράστιες ελλείψεις σε υλικό εξοπλισμό (π.χ. λάσπη πυροσβεστικών οχημάτων, ανταλλακτικά) και ατομικά μέσα προστασίας.

«Η έλλειψη πολιτικής βούλησης και σωστής προετοιμασίας του κρατικού μηχανισμού είναι ένα θλιβερό σφάλμα που βλέπουμε επί χρόνια σε επανάληψη. Εμείς οι πολίτες πρέπει να

Χρησιμοποιούμε αριθμούς

1 εικόνα = 1000 λέξεις

Κυρίως κείμενο

Δήλωση επίκεφαλής ομάδας

υψώσουμε ασπίδα προστασίας για τον φυσικό μας πλούτο. Οι επαγγελματίες και εθελοντές δασοπροσβάτες σε όλη τη χώρα ριμοκινδυνεύουν κάθε χρόνο τη ζωή τους για να προστατεύουν την πολύτιμη πηγή ζωής όλων μας. Όλοι εμείς, οφείλουμε φέτος να είμαστε σε εγρήγορση, να μην έχουμε – ει δυνατόν – καμία πυρκαγιά από αμέλεια και να συνεργαστούμε με την Πυροσβεστική Υπηρεσία, ενημερώνοντας σε κάθε υποψία πυρκαγιάς. Ως WWF θα συνεχίσουμε χωρίς διασπάσο να αναπνούνουμε σε κάθε νομοσχέδιο που απογυμνώνει τα δάση μας, ενώ ταυτόχρονα θα είμαστε στο πλευρό κάθε θετικής πρωτοβουλίας, κατθένοντας προσπάσιες. Τέλος, δεν μπορούμε να μην εβόρουμε για ακόμη μια χρονιά, τον ρόλο των εθελοντών που αποδεικνύουν έμπρακτα και με θυσίες ότι τα δάση είναι υπόθεση όλων μας.» δήλωσε ο Δημήτρης Καραβέλλας, Διευθυντής του WWF Ελλάς.

### Τα δάση είναι υπόθεση όλων μας! Τι μπορούμε να κάνουμε ως πολίτες;

Τουλάχιστον το 40% των πυρκαγιών κάθε χρόνο προκαλούνται από αμέλεια ημών των ιδίων, των πολιτών, ενώ υπολογίζεται ότι αυτό το ποσοστό ξεπερνά το 70%, αφού γνωρίζουμε τα σία μόνο για τις μισές από τις πυρκαγιές που εκδηλώνονται ετησίως. Αυτή η πραγματικότητα όμως αναδεικνύει και το περιβόριο που έχει ο καθένας από εμάς για να κάνει τη διαφορά στην προστασία των δασών.

Τι πρέπει να κάνω

 Απώτε άσπτε εβόρη σε Πυροσβεστική Αρχή ή Πυροσβεστική Υπηρεσία. Πυροσβεστική και πυροπροστασία είναι ζωτικής σημασίας υπηρεσίες.	 Καθίστατε οι δάση κίνδυνο από πυρκαγιές. Αποφύγετε να καίτε τσιγάρα, να καίτε μπάρμπεκιου ή να χρησιμοποιείτε οποιαδήποτε κλιμακωτή φωτιά.	 Δώτε υπευθυνότητα και προσοχή σε οχήματα που κινούνται σε δάση. Βεβαιώστε ότι έχουν τα σπινθηροπυροσβεστικά μέσα.
Καθ όση αναπτύσσει κίνδυνο Πυροπροστασία		
 Δώτε προσοχή στην καύση αποβλήτων, κοπριάς, κενυμάτων ή σωμάτων αλάτων.	 Δώτε σωστά εργαλεία που σπινθηροπυροσβεστικά.	 Δώτε κατά την άσπτε.
Συμμετέχετε ενεργά στην άσπτε (εθελοντισμός για πυροπροστασία)		
 Καλέστε τον 199 αν έβτε φωτιά, κίνδυνο ή Αποκρίνωσθτε κατά την επεξεμρότητα πυρκαγιάς.	 Είστε 100 μέτρα μακριά από πυρκαγιές, να κινείσθε με την ίδια κατεύθυνση με τη βροχή και να βεβαιώσετε ότι έβτε ασφαλείς.	 Δώτε κληρώσει να κινείσθε πάντα με την ίδια κατεύθυνση με τη βροχή και να βεβαιώσετε ότι έβτε ασφαλείς.

ΚΑΛΩ ΑΜΕΣΑ ΤΟ 199

Δώτε υπευθυνότητα και προσοχή σε οχήματα που κινούνται σε δάση.

Το διαδίκτυο είναι πλέον ο πιο αποτελεσματικός τρόπος για να δημοσιοποιήσετε μια εκστρατεία. Με την τεράστια ανάπτυξη των ηλεκτρονικών μέσων και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η πληροφόρηση και η έκκληση για δράση γίνονται πλέον μέσω των κινητών τηλεφώνων και των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι το διαδίκτυο μπορεί να υποκαταστήσει τα πάντα. Πολλές φορές η προσωπική επαφή είναι αυτή που κάνει την διαφορά, και να μην ξεχνάμε ότι αρκετοί άνθρωποι ακόμα δεν έχουν πρόσβαση στα ηλεκτρονικά μέσα ή δεν διαθέτουν την ανάλογη εξοικείωση.

### Γιατί το διαδίκτυο;

- ▶ Είναι γρήγορο. Σε μικρό χρονικό διάστημα μπορούμε να ανακοινώσουμε κάτι και να πάει σε πολλούς παραλήπτες
- ▶ Είναι φθινό
- ▶ Είναι αχανές. Αυτό βέβαια μπορεί να λειτουργήσει και από τις δύο όψεις του νομίσματος

Στο διαδίκτυο μπορείτε να δημιουργήσετε κάτι δικό σας, π.χ. μια ιστοσελίδα της εκστρατείας ή να χρησιμοποιήσετε ήδη υφιστάμενες πλατφόρμες. Επίσης υπάρχει πληθώρα ειδησεογραφικών ιστοσελίδων ή τοπικών blog που μπορείτε να προσεγγίσετε ώστε να μεταδώσετε το μήνυμά σας. Ένας εκ των προτέρων έλεγχος για την αξιοπιστία και την εγκυρότητα των διαδικτυακών μέσων είναι πάντα απαραίτητος!

#### Οι τοπικές κοινωνίες δείχνουν τον δρόμο. Το παράδειγμα της Ανδρούς

40% της Ανδρού έχει καεί τα τελευταία 30 χρόνια, με το 20% να έχει καεί επανειλημμένα. Το νησί σήμερα κινδυνεύει με μη αναστρέψιμη βλάβη. Φέτος το καλοκαίρι όμως, μια νέα εκστρατεία με στόχο την αποτελεσματική πρόληψη, καλεί τους Ανδριώτες να πάρουν το μέλλον του νησιού στα χέρια τους. Μια συμμαχία για την ευαισθητοποίηση και τη δράση μιας τοπικής κοινωνίας, αποδεικνύει ότι ως πολίτες μπορούμε σίγουρα να κάνουμε τη διαφορά. Δείτε περισσότερα εδώ: [www.wwf.gr/andros](http://www.wwf.gr/andros).

#### Σημειώσεις προς συντάκτες:

- Το WWF Ελλάς έχει υποβάλει σειρά σχετικών προτάσεων, εισηγήσεων και παρεμβάσεων προς την ελληνική πολιτεία, κυριότερες τις δύο ολοκληρωμένες προτάσεις, για τη [βελτίωση του συστήματος διασποράς και την ουσιαστική φροντίδα των εδαφικών στην προστασία των δασών](#).
- Το WWF Ελλάς, σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Μεσογειακών Δασικών Οικοσυστημάτων και Τεχνολογίας Δασικών Προϊόντων (IMSO & TdP) του ΕΘΙΑΓΕ, ολοκλήρωσε το καλοκαίρι του 2011, την ανάλυση 38.000 πυρκαγιών που έπληξαν τη χώρα μας, κατά το διάστημα 1983-2008. Τα σχετικά αποτελέσματα παρουσιάζονται μέσα από τη χρήστική διαδικτυακή εφαρμογή: [EusebosData](#).
- Το WWF Ελλάς έχει ξεκινήσει από το 2010 την ενημερωτική εκστρατεία «Ένα Panda δεν μπορεί να κάνει τα πάντα» ([www.wwf.gr/panda](http://www.wwf.gr/panda)), με στόχο την ευαισθητοποίηση των πολιτών για την αποφυγή πυρκαγιών από αμέλεια.
- Το WWF Ελλάς σε συνεργασία με τοπικούς φορείς και οργανώσεις της Ανδρούς πραγματοποιεί μία πρότυπη δράση ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης της τοπικής κοινωνίας του νησιού απέναντι στην απειλή της πυρκαγιάς που στοχεύει στην μείωση των δασικών πυρκαγιών και των κορμένων εκτάσεων. Περισσότερα στο [www.wwf.gr/andros](http://www.wwf.gr/andros).

#### Περισσότερες πληροφορίες:

Ιάσονας Κάντας, υπεύθυνος γραφείου τύπου WWF Ελλάς, τηλ: 210 33 14 893, κιν: 697 185 9632, [i.kantas@wwf.gr](mailto:i.kantas@wwf.gr)

Χρήσιμα  
δεδομένα με  
παραπομπές

Άτομο και στοιχεία επαφής για  
περισσότερες πληροφορίες



## Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Με την ταχεία ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι πλέον πολύ εύκολο να μεταδώσουμε ένα μήνυμα σε μεγάλο αριθμό παραληπτών σε σύντομο χρονικό διάστημα. Επίσης είναι εφικτή η διοργάνωση δράσεων με ανακοίνωση εκδηλώσεων και ανάρτηση φωτογραφικού υλικού. Δεν θα μείνουμε όμως μόνο σε αυτά, θα πρέπει να υπάρχει και συνδυασμός με παραδοσιακά μέσα.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρειάζονται φωτογραφίες (ισχύει ακόμα το «μία φωτογραφία ίσον χίλιες λέξεις»), βίντεο, αληθινές ιστορίες.

Θα πρέπει να ορίσετε έναν χρήστη των μέσων αυτών, ο οποίος θα ανανεώνει το υλικό, θα απαντά σε ερωτήματα και θα φροντίζει να κρατά ζωντανό το ενδιαφέρον των συμμετεχόντων.

*Αξιοποιήστε τα μέλη της ομάδας σας.*

*Συντονιστείτε ώστε ό,τι ανεβαίνει στη σελίδα της ομάδας ή αναρτάται από κάποιο μέλος, να κοινοποιείται και από τα υπόλοιπα μέλη ώστε η είδηση να ταξιδεύει όσο πιο μακριά γίνεται.*

### Βήμα 9<sup>ο</sup>: Κάντε μια ενδιάμεση αξιολόγηση των προσπαθειών σας

Αν δείτε ότι κάποιες δράσεις δεν αποδίδουν επαναπροσδιορίστε τους στόχους σας και τα μέσα που χρησιμοποιείτε για να τους πετύχετε. Η αξιολόγηση πραγματοποιείται όχι μόνο στο τέλος της εκστρατείας

αλλά και κατά τη διάρκεια της. Μπορεί να είναι μια ποιοτική ή ποσοτική αξιολόγηση με κριτήρια επιτυχίας. Για παράδειγμα, πόσα φυλλάδια μοιράστηκαν, πόσες δημοσιεύσεις έγιναν, πόσα άτομα ενημερώθηκαν, πόσο μειώθηκε το ποσοστό πυρκαγιών από αμέλεια στην περιοχή, πόσες κοινωνικές ομάδες έχουν εμπλακεί, πόσο υλικό διανεμήθηκε και πού, πόσοι επισκέπτες το είδαν.

#### Η αξιολόγηση με απλές κινήσεις

- ▶ *Καταγράφουμε τα θετικά και τα αρνητικά στοιχεία της εκστρατείας*
- ▶ *Συγκεντρώνουμε τις απόψεις της ομάδας εργασίας*
- ▶ *Εντοπίζουμε τις καλές και τις κακές πρακτικές προκειμένου να αποφύγουμε τα ίδια λάθη στο μέλλον*

### Συνοπτικός πίνακας ενεργειών πριν την έναρξη της εκστρατείας

Πότε;	Δράση
6 μήνες πριν	Ιδέα, σχεδιασμός, επιλογή ημερομηνίας έναρξης, ομάδα εργασίας
6 μήνες πριν	Αναζήτηση χορηγού
5 μήνες πριν	Λίστα συμμετεχόντων, παρουσίαση σε ΣΤΟ
3 μήνες πριν	Σχεδιασμός υλικού, προετοιμασία δράσεων
2 μήνες πριν	Σχολεία, αδειοδοτήσεις
1 μήνα πριν	Παραγωγή υλικού
1 μήνα πριν	Έλεγχος εξοπλισμού, αγορά, επιδιορθώσεις
2 εβδομάδες πριν	Δελτίο Τύπου, ανακοινώσεις, αναρτήσεις ανά δράση
1 εβδομάδα πριν	Εκπαίδευση εθελοντών
Τελευταία εβδομάδα	Έκτακτα, εκκρεμότητες τελευταίας στιγμής
D-day	Ξεκινάμε!





## Βιβλιογραφία

- U.S. Federal Emergency Management Agency (FEMA), National Community-Based Campaign, διαθέσιμο στο <http://community.fema.gov>. Τελευταία πρόσβαση Οκτώβριος 2016.
- America's PrepareAthon! Communications Toolkit, διαθέσιμο στο <https://www.fema.gov/media-library/assets/documents/9472>. Τελευταία πρόσβαση Οκτώβριος 2016.
- Gilligan, E., and A. Watson (editors). 2000. *How to win: A guide to successful community campaign*, Friends of the Earth, London.
- UNEP - Futerra. 2005. *Communicating Sustainability: How to produce effective public campaigns*. Paris-London.
- Ξανθόπουλος, Γ. 2009. Οδηγός για το περιβάλλον: Δασοπροστασία και Δασοπυρόσβεση. WWF Ελλάς, Αθήνα.
- Τσαγκάρη, Κ., Γ. Καρέτσος, και Ν. Προύτσος. 2011. *Δασικές Πυρκαγιές Ελλάδας, 1983-2008*. Έκδοση WWF Ελλάς και ΕΘΙΑΓΕ-ΙΜΔΟ&ΤΔΠ, Αθήνα.
- Τζήμας, Γ., Κ. Πουλάς, και Ε. Βιεννάς. 2015. *Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: Εγχειρίδιο Ορθών Πρακτικών*. ΤΕΙ Μεσολογγίου και Γ.Γ. Νέας Γενιάς, Μεσολόγγι.
- Συρακούλης, Κ., Μ. Φεφές, και Α. Πούλιου. 2009. *Οδηγός για το περιβάλλον: Οργάνωση και λειτουργία περιβαλλοντικών οργανώσεων*. WWF Ελλάς, Αθήνα.





# 100

Το WWF αγωνίζεται για την προστασία του περιβάλλοντος σε 6 ηπείρους και σε περισσότερες από 100 χώρες.

# 1961

Το WWF ιδρύθηκε το 1961 στην Ελβετία.

# 1991

Το WWF ιδρύει γραφείο στην Αθήνα το 1991.

# 300

Στην Ελλάδα έχουμε υλοποιήσει περισσότερες από 300 δράσεις.

# 1995

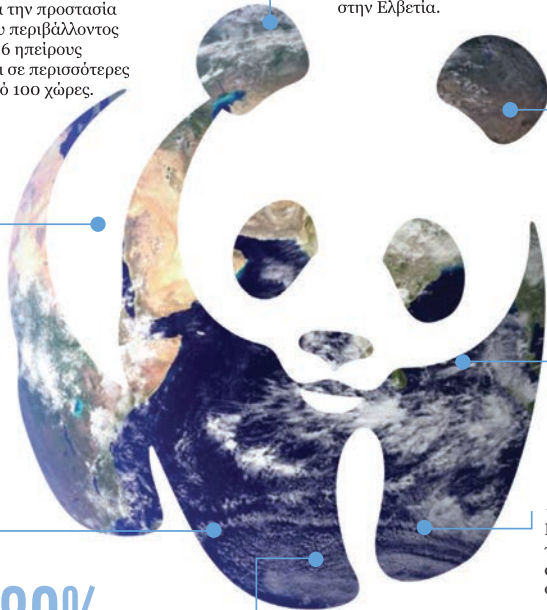
Η οικονομική διαχείριση του WWF Ελλάς ελέγχεται από ορκωτούς λογιστές σε ετήσια βάση από το 1995.

# 80%

των περιβαλλοντικών δράσεων του WWF Ελλάς εντάσσεται στις παγκόσμιες προτεραιότητες του WWF.

# 5.000.000

Μας στηρίζουν περισσότεροι από 5.000.000 υποστηρικτές παγκοσμίως. Στην Ελλάδα έχουμε 11.000 υποστηρικτές.



<http://www.youtube.com/wwfgrwebtv>



<http://www.facebook.com/WWFGreece>



[http://twitter.com/WWF\\_Greece](http://twitter.com/WWF_Greece)



### Η αποστολή του WWF Ελλάς

είναι να διατηρήσει την πλούσια βιοποικιλότητα της Ελλάδας ως αναπόσπαστο στοιχείο της Μεσογείου και να παρεμποδίσει – και μακροπρόθεσμα να αντιστρέψει – την υποβάθμιση του περιβάλλοντος, με στόχο την αρμονική συνύπαρξη ανθρώπου και φύσης.

Λεμπέση 21,  
117 43 Αθήνα

Τηλ.: 210 3314893  
Fax: 210 3247578

e-mail: [support@wwf.gr](mailto:support@wwf.gr)  
[www.wwf.gr](http://www.wwf.gr)