



Poradnik

współpracy z mediami przy projekcie
Z Kujawskim pomagamy pszczołom



Warszawa 2019



Poradnik współpracy z mediami przy projekcie **Z Kujawskim pomagamy pszczołom**

1. Wprowadzenie, czyli dlaczego warto współpracować z mediami?

Samorządy działają w konkretnym otoczeniu, podejmując wiele inicjatyw, rozwiązując problemy czy zachęcając do zmian postaw. Komunikacja z mieszkańcami gminy odbywa się stale, w sposób bezpośredni lub zapośredniczony.

Komunikacja bezpośrednia	Komunikacja pośrednia
<p>Komunikacja stworzona przez samorząd i opublikowana w jego kanałach.</p> <p><i>Przykłady: strona internetowa, media społecznościowe, broszury czy ulotki.</i></p>	<p>Komunikacja o działaniach samorządu opublikowana w innych kanałach, która może – lecz nie musi – być przez niego inicjowana.</p> <p><i>Przykłady: obecność w mediach, obecność na kanałach społecznościowych innych osób / instytucji.</i></p>

Media mogą nie tylko nagłaśniać podejmowane inicjatywy, ale także aktywnie budować zaangażowanie mieszkańców w działania samorządu. Dzięki mediom samorządy mogą komunikować mieszkańcom to, co robią, dlaczego to robią i jaka jest waga danych działań. Co więcej, mogą też tworzyć wizerunek samorządu jako zaangażowanego w sprawy społeczności i środowiska.

Cele współpracy

Współpraca z mediami przynosi obopólne korzyści.

Korzyści dla mediów:

- Publikacja newsów interesujących dla odbiorców
- Posiadanie wiarygodnych i aktualnych informacji
- Dostęp do samorządowych ekspertów

Korzyści dla samorządu:

- Budowanie zaangażowania wokół działań samorządu
- Przedstawienie działań samorządu szerszej grupie mieszkańców
- Możliwość zaangażowania mieszkańców do współpracy przy aktualnych projektach
- Budowanie wizerunku i marki samorządu jako aktywnie działającego na rzecz wprowadzenia zmian środowiskowych i społecznych



Poradnik współpracy z mediami przy projekcie **Z Kujawskim pomagamy pszczołom**

2. Jak zacząć kontakt z dziennikarzami? Relacje z mediami krok po kroku

1. **Założ bazę mediów.** To Twój wewnętrzny dokument zbierający media, z którymi chciałbyś być w kontakcie. Arkusze dokumentu warto podzielić zgodnie z podziałem mediów na rodzaje mediów (lokalne, regionalne, ogólnopolskie, branżowe).

Baza powinna zawierać takie dane jak: nazwa redakcji, typ medium (telewizja, radio, dziennik, portal etc.), kontakt do redakcji (adres, adres mailowy, numer telefoniczny), kontakt do wybranych dziennikarzy oraz pole na notatki.

Co daje baza danych?

- Pozwala na łatwy dostęp do wszystkich danych kontaktowych do mediów
- Ułatwia wysyłkę informacji prasowych
- Ułatwia „obdzwonkę” redakcji
- Pozwala na prowadzenie notatek i uwag o konkretnych redakcjach lub dziennikarzach

Dobra baza mediów powinna być nieustannie weryfikowana. Dlatego jeśli nawiążemy z kimś dobry kontakt, warto zaznaczyć to w notatkach lub oznaczyć tę osobę kolorystycznie (np. na zielono). Dzięki temu nie zapomnimy, aby przy następnej okazji powiadomić ją o nowościach w naszym samorządzie.

2. **Stwórz informację prasową.** O tym, co powinna zawierać i jak powinna wyglądać, przeczytasz w rozdziale „Jak stworzyć dobrą informację prasową?”.
3. **Poznaj dziennikarzy.** To bardzo ważne zadanie przy pierwszych kontaktach z redakcjami. Gdy posiadamy już ciekawą informację dla mediów opisaną w komunikacie prasowym, warto chwycić telefon i zadzwonić do redakcji, by dowiedzieć się, który dziennikarz może zainteresować się naszą tematyką.

Aby zdobyć dane kontaktowe do dziennikarza, należy przedstawić się, pokrótce opowiedzieć, czym zajmuje się nasza organizacja oraz poprosić osobę z sekretariatu lub dyżurnego redakcji o wskazanie osoby, która mogłaby chcieć otrzymać od nas więcej informacji o newsie.

To pierwszy, ważny krok do budowania dobrych relacji z mediami.

4. **Roześlij mailowo informację prasową.** Jeśli udało Ci się uzyskać bezpośredni kontakt do dziennikarza, prześlij do niego stworzoną wcześniej informację prasową. Jeśli nie, wyślij ją na ogólny adres redakcji.

Jak powinien być skonstruowany mail do redakcji?

- Tytuł: krótki, chwytliwy i mówiący bez przekłamań o najważniejszym newsie z informacji prasowej
- Treść maila powinna zawierać:
 - Skrót najważniejszych newsów z informacji prasowej
 - Opis tego, co znajduje się w załącznikach
 - Zachęcenie do publikacji dostarczonych materiałów
 - Opcja: informacja o tym, w jakich tematach mogą wypowiedzieć się eksperci organizacji
- Załączniki: informacja prasowa w edytowalnej formie (.docx) oraz dwa-trzy wybrane zdjęcia lub grafiki



Poradnik współpracy z mediami przy projekcie **Z Kujawskim pomagamy pszczołom**

- 5. Zrób „follow-up”** – czyli „obdzwonkę” redakcji i dziennikarzy po przesłaniu informacji prasowej. To kolejny bardzo ważny moment, który daje Ci możliwość bezpośredniego kontaktu i zaprezentowania swojej informacji.

Podczas takiej rozmowy, warto powiedzieć o wysłanej wiadomości – i dowiedzieć się, czy zainteresowała dziennikarza lub kogoś z redakcji. Można opowiedzieć kilka zdań na temat realizowanego projektu – tak, by jak najbardziej zachęcić do publikacji.

Czasem może okazać się, że do dziennikarza lub do redakcji nie dotarła nasza wiadomość. Warto wtedy poinformować telefonicznie, że zostanie ona wysłana raz jeszcze. Kontakt telefoniczny sprawi, że zostanie ona zauważona i powinna dotrzeć do dziennikarza zainteresowanych daną tematyką.

3. Rodzaje mediów

Działania w zakresie relacji z mediami prowadzone przez samorządy powinny opierać się o stałą współpracę z mediami lokalnymi oraz regionalnymi. To dla nich bowiem informacje o inicjatywach podejmowanych przez gminy będą najbardziej interesujące i to one pozwolą nam dotrzeć do naszych gminnych odbiorców. Przy tworzeniu baz danych mediów warto skorzystać z poniższej klasyfikacji.

Televizja

Medium, które bez wątpienia zbuduje zasięg naszej informacji; które jednak jest najbardziej wymagające, ponieważ musi pokazać w kadrze wydarzenie oraz atrakcyjnie zilustrować informację. Zapraszamy telewizję zatem wówczas, gdy mamy pewność, że nie tylko mamy coś do powiedzenia, ale także do pokazania.

Rada: Zaprośmy telewizję na wspólne sadzenie kwiatów przez mieszkańców lub pracowników urzędu, przygotujmy 2-3 osoby zaangażowane w projekt do udzielenia wywiadu. Na pewno będą pytali, dlaczego ważne dla naszej gminy jest bycie przyjazną pszczołom i w jaki sposób chcemy to osiągnąć.

Radio

Rozgłośnie radiowe zapewniają nam duży potencjał. Z jednej strony dziennikarze radiowi mogą pojawić się na organizowanym przez nas wydarzeniu, z drugiej zaś mogą zaprosić przedstawiciela gminy do studia na rozmowę – nagrywaną lub realizowaną na żywo.

Rada: Przygotujmy się dobrze do rozmowy, gdyż przed nią nie będziemy na to mieli wiele czasu. Opowiedzmy: kto (robi), co (robi), dlaczego (to robi). Starajmy się w niezawity, acz interesujący sposób opowiedzieć o naszych działaniach, o tym jakie są kwiaty przyjazne pszczołom, a na antenie koniecznie zaprośmy mieszkańców do przyłączenia się do sadzenia.



Poradnik współpracy z mediami przy projekcie **Z Kujawskim pomagamy pszczołom**

Dzienniki

Jeśli na terenie naszej gminy wychodzi gazeta codzienna, postarajmy się dostarczyć jej aktualnych informacji o codziennych wydarzeniach w realizowanym przez gminę projekcie. Tematy, które będą ciekawe dla dzienników dotyczą spraw mieszkańców oraz ich otoczenia.

Rada: Do gazety codziennej wyślijmy informację o zaproszeniu na festyn, piknik lub wspólne sadzenie kwiatów lub ogłoszmy na jej łamach konkurs dla mieszkańców na najpiękniejszy balkon lub ogród.

Periodyki

To najczęstszy rodzaj mediów działających w gminach. Ukazują się drukiem w trybie tygodniowym, dwutygodniowym lub miesięcznym. Informacja wysyłana do periodyków nie musi być „newsem”. Możemy pokusić się o dłuższy tekst pokazujący kontekst naszego działania, a nawet umówić się na wywiad.

Rada: Periodyki są świetnym miejscem do opublikowania relacji z sadzenia kwiatów, zdjęć, laureatów konkursów czy list i terminów sadzenia kwiatów przyjaznych pszczołom.

Media elektroniczne

Portale lokalne, gminne lub regionalne są obecnie najważniejszym medium, ponieważ zapewniają szybki i nieograniczony dostęp do informacji oraz docierają do dużej grupy odbiorców. Możemy założyć większą częstotliwość kontaktów z portalami internetowymi, ponieważ one codziennie potrzebują dużej liczby informacji.

Rada: Media elektroniczne potrzebują krótkich informacji, zilustrowanych materiałami wizualnymi, np. zdjęciami lub infografiką, do których posiadasz prawa autorskie. Zaproponujmy lokalnemu portalowi cykl informacji o kolejnych nasadzeniach w naszej gminie, sylwetki mieszkańców aktywnie włączających się w projekt czy zdjęcia gatunków kwiatów przyjaznych pszczołom.

4. Formy kontaktu z mediami

Traktujmy media jako sprzymierzeńców naszych działań. Bądźmy w nimi w stałym kontakcie, biorąc jednak pod uwagę przydatność dostarczanych im informacji. Skorzystajmy z następujących form kontaktu i informowania mediów:

- Kontakt telefoniczny. Znajdźmy dziennikarza, który zainteresuje się tematem. Przedstawmy mu plan podejmowanych przez nas działań. Zapytajmy, czy możemy się z nim kontaktować i wysłać mu interesujące materiały.
- Wysyłanie informacji prasowej. Informujmy media o istotnych wydarzeniach: rozpoczęciu działań, zaproszeniu na wydarzenie lub uhonorowaniu laureatów konkursów. Po wysłaniu komunikatu prasowego warto powtórzyć kontakt telefoniczny z redakcją lub konkretnym dziennikarzem.



Poradnik współpracy z mediami przy projekcie **Z Kujawskim pomagamy pszczołom**

- **Odpowiedź na pytania.** Jeśli staliśmy się dla mediów ekspertem w danym temacie i na naszą skrzynkę mailową zaczynają spływać pytania, to bardzo dobrze. Starajmy się wówczas jak najszybciej udzielić odpowiedzi, sprawić, aby były one czytelne i odpowiadały na zadane pytania. Jeśli przygotowanie odpowiedzi zajmie nam więcej czasu, skontaktujmy się z dziennikarzem i ustalmy ramy czasowe. Nie zapomnijmy zapisać kontaktu do redakcji w naszej bazie mediów. Na pewno się przyda.
- **Konferencja prasowa i jej warianty.** Powinniśmy ją zwołać tylko z okazji ważnych wydarzeń lub chęci zakomunikowania istotnych decyzji. Może mieć ona także formę śniadania prasowego (zaproszenie dziennikarzy na śniadanie z ważnymi osobami w organizacji, które opowiadają podczas niego o prowadzonych działaniach) lub krótszego i mniej formalnego spotkania przy kawie.

Konferencja prasowa nie powinna być za długa, a jej formuła zakłada: przedstawienie ekspertów, krótkie omówienie tematu spotkania, zaproszenie mediów do zadawania pytań oraz, opcjonalnie, indywidualne rozmowy z mediami lub nagrania wypowiedzi.

Konferencję prasową można zorganizować wtedy, gdy rozpoczynamy lub kończymy duże działania – czyli wtedy, kiedy ogłaszamy szczegółowy plan naszych działań lub możemy się pochwalić ich efektami.

- **Zaproszenie mediów.** To mniej formalna niż konferencja prasowa forma spotkania z dziennikarzami. Możemy zaprosić redakcje na otwarcie nowego zielonego zakątka, zaprosić do wspólnego sadzenia kwiatów lub na ogłoszenie wyników konkursu.
- **Kontakty bezpośrednie.** Z każdą redakcją warto utrzymywać stałe relacje, jednak tylko niektóre są kluczowe dla informowania naszych odbiorców o działaniach organizacji. Warto stworzyć bazę dziennikarzy, którzy zajmują się tematami ekologii i utrzymywać z nimi stałe relacje. Możemy wówczas inspirować redakcje do zajęcia się danym tematem, ale także służyć dziennikarzom pomocą ekspercką.

5. Jak stworzyć dobrą informację prasową?

Dobra informacja prasowa to taka, która jest odpowiednio skonstruowana.

W pierwszej kolejności powinna odpowiadać na pytania:

- Kto?
- Co?
- Kiedy?
- Gdzie?
- Dlaczego?

W następnej wyjaśnić dalsze szczegóły:

- Z kim?
- Po co?
- Co z tego wynika?



Poradnik współpracy z mediami przy projekcie **Z Kujawskim pomagamy pszczołom**

Rzetelnie przygotowany komunikat powinien zawierać aktualne wiadomości, takie, które nie tylko mogą zainteresować odbiorcę, ale przede wszystkim będą dostosowane do rodzaju medium. Ponadto powinien być napisany prostym, żywym językiem. Należy unikać:

- specyficznych sformułowań branżowych (tzw. „nowomowy”) – przykłady:
 - zamiast „bioróżnorodność” lepiej napisać „różnorodność gatunków zwierząt i roślin” lub „różnorodność siedlisk”,
 - zamiast „rośliny miododajne” lepiej napisać „rośliny nektaro- i pyłkodajne” lub „rośliny bogate w nektar i pyłek”,
 - zamiast „pszczoły samotnice” lepiej napisać „inne gatunki pszczół” i je wymienić: np. murarka ogrodowa, pszczolinka ruda, obrostka letnia,
- określeń „reklamowych”, czyli: najlepszy, optymalny, bezkonkurencyjny.

Niezwykle ważna jest także forma komunikatu. Powinien on zawierać:

- datę,
- nagłówek,
- tytuł,
- lead – czyli dwu- lub trzyzdaniowy wstęp zbierający najważniejsze treści zawarte w komunikacie,
- wypowiedzi ekspertów lub osób zaangażowanych,
- dane kontaktowe.

Informację prasową warto podzielić na akapity, opatrzyć logotypem gminy lub wysłać na papierze firmowym. Jeśli do naszej korespondencji chcemy dołączyć materiały graficzne, na dole komunikatu prasowego uwzględnijmy listę załączników. Te zaś wyślijmy osobno.

Komunikat nie powinien być za długi; powinien za to mieć charakter informacyjny, być zwięzły (nie używać powtórzeń, oczywistych informacji, długich opisów wydarzeń), opierać się na sprawdzonych źródłach danych oraz – po prostu – nie znudzić odbiorcy. Jeśli dziennikarz będzie zainteresowany tematem, sam poprosi o jego rozwinięcie lub o wypowiedź na dany temat. Sugerowana długość to jedna, maksymalnie dwie strony.

6. Udzielanie wywiadu

Jeśli redakcja zwraca się do nas z prośbą o udzielenie wypowiedzi na dany temat, skorzystajmy z tej okazji.

Na początku ustalmy: jakie medium się do nas zwraca, w jakiej sprawie się spotykamy (lub rozmawiamy telefonicznie), czy będzie to wywiad na żywo, nagranie, a dopiero później emisja, w jakich okolicznościach będzie miał miejsce, czy będą także inni (jacy) goście.

Warto też poprosić dziennikarza o podanie zakresu tematycznego wywiadu oraz, jeśli jest już ustalona, listy pytań. Dzięki temu będziemy mogli lepiej przygotować się do udzielenia wypowiedzi.

<p>Termin</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pomagaj dziennikarzowi wywiązać się z zadania w terminie. Dowiedz się, do kiedy materiał musi być gotowy i postaraj się być dyspozycyjny na kilka dni przed, by dziennikarz zdążył opracować wywiad i ewentualnie go autoryzować. • Szanuj redakcyjne terminy, ale nie spotykaj się z dziennikarzem pod presją czasu. Zapewnij sobie czas na przygotowanie się do udzielenia wywiadu i zrelaksowanie przed nim. • Dotrzymuj słowa, jeśli obiecasz, że oddzwonisz w określonym czasie. • Skontaktuj się z dziennikarzem, gdy zorientujesz się, że nie zdobędziesz na czas obiecanych danych.
<p>Zasady</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zdecyduj się na podstawowy przekaz. Wszystko, co powiesz musi być zgodne z celem, który zamierzasz osiągnąć. Może być nim: <ul style="list-style-type: none"> ○ Zaprezentowanie gminy jako świadomej ekologicznie i odpowiedzialnej społecznie, ○ Zaprezentowanie konkretnego działania gminy na rzecz pszczoł, ○ Zachęcenie mieszkańców do wzięcia udziału w inicjatywie gminy. • Bądź czujny i opanowany. • Trzymaj się planu wypowiedzi. Wiesz przecież, co chcesz powiedzieć i do czego zmierzasz. • Udzielaj odpowiedzi wprost, mów tylko na temat i staraj się, by Twoje wypowiedzi były krótkie i treściwe. • Jeśli czegoś nie wiesz, nie bój się powiedzieć „nie wiem” albo „nie wiem, ale mogę to sprawdzić”. Niewiedza nie jest powodem do wstydu, a przyznanie się do niej buduje szacunek odbiorcy.
<p>Cechy dobrego wywiadu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dobry wywiad dostarcza wartościowych informacji. Dziennikarz lubi rozmawiać z osobą dobrze poinformowaną i mającą coś ciekawego do powiedzenia. Dlatego przed wywiadem przygotuj: <ul style="list-style-type: none"> ○ Zbiór podstawowych informacji o temacie wywiadu, ○ Interesujące badania lub statystki dotyczące tematyki, ○ Krótkie anegdoty na dany temat.

<p>Przygotowanie do wywiadu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Poznaj profil gazety, radia lub stacji telewizyjnej. Sprawdź, kim są odbiorcy danego medium, z jakiego języka medium korzysta, czy dziennikarze wcześniej byli przychylni działaniom gminy. • Zdobądź informacje o dziennikarzu i jego odbiorcach jeszcze przed pierwszym spotkaniem. Przeczytaj jego artykuły, posłuchaj audycji lub obejrzyj program. Dzięki temu dowiesz się, w jaki sposób się komunikuje i czego oczekuje od swoich rozmówców. • Dziennikarz chętnie korzysta z przygotowanych materiałów. Jeśli możesz, daj mu na piśmie to, co masz do powiedzenia oraz przekaz więcej materiałów o inicjatywie Gmina Przyjazna Pszczołom. Możesz o nie poprosić Opiekuna Gmin. • Jeśli nie otrzymałeś pytań od dziennikarza przed wywiadem, postaraj się przewidzieć pytania i przygotuj na nie odpowiedzi. • Jeśli korzystasz z danych i statystyk, możesz przyjść na wywiad ze „ściągą” – dzięki temu nawet w chwili zdenerwowania nie pomylisz się i zachowasz pewność siebie.
<p>Odpowiedzi na pytania</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nie czuj się zobowiązany do natychmiastowej odpowiedzi. • Bądź opanowany nawet, gdy reporter zadaje trudne lub nieprzyjemne pytanie. Nie okazuj lekceważenia lub irytacji. • Bądź rozluźniony i stanowczy; uśmiechaj się; rób na dziennikarzu dobre wrażenie. Im trudniejsze pytania dostaniesz, tym większa szansa pokazania klasy.
<p>Nastawienie</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bądź pomocny nawet, jeśli jest to jednorazowa współpraca z dziennikarzem. • Bądź uprzejmy. Twoim celem jest zbudowanie trwałego związku z przedstawicielem mediów. • Ułatwiał dziennikarzowi pracę: podawaj numery telefonów, fakty, cytaty, źródła itp. Jeśli pomożesz raz, jest szansa, że zwróci się do Ciebie z prośbą o informacje ponownie. To duży atut. Staraj się zawsze bezpośrednio odpowiadać na pytania. Im krócej, tym lepiej. • Bądź precyzyjny w odpowiedziach lub podawaniu danych. • Bądź cierpliwy. Nigdy nie daj dziennikarzowi do zrozumienia, że nie masz dla niego czasu. • Nie zerkaj w czasie rozmowy na zegarek. • Jeśli nie możesz rozmawiać, obiecaj, że oddzwonisz w bardziej dogodnej chwili tego samego dnia.



Poradnik współpracy z mediami przy projekcie **Z Kujawskim pomagamy pszczołom**

Autoryzacja – tak czy nie?

- Tylko w ostateczności poproś dziennikarza o autoryzację wypowiedzi.
- Jeśli chcesz autoryzować swoją wypowiedź, zgodnie z ustawą masz na to 6 godzin od przesłania do Ciebie wypowiedzi w przypadku dzienników i 24 godziny od przesłania do Ciebie wypowiedzi w przypadku czasopism.
- Jeśli nie udzielisz autoryzacji w tym terminie, dziennikarz ma prawo opublikować Twoją wypowiedź.
- Pamiętaj, że dziennikarz ma obowiązek autoryzowania tylko, gdy dosłownie cytuje Twoją wypowiedź. Nie, gdy ją omawia.

7. Najczęściej popełniane błędy w kontaktach z mediami

Poniżej podajemy listę najczęstszych błędów w kontaktach z mediami. Starajmy się ich unikać.

- Niedostępność organizacji dla mediów
- Nieznajomość charakteru danego medium i pracy redakcji oraz specyfiki informacji, jakiej oczekują (np. zaproszenie telewizji na wydarzenie, w którym nie wydarza się nic wartego do pokazania okiem kamery)
- Przekazywanie niesprawdzonych informacji
- Traktowanie dziennikarza „z góry” i niedocenywanie jego pracy
- Stosowanie zbyt specjalistycznego języka
- Nieprzygotowanie do udzielenia wypowiedzi
- Nadużywanie formuły konferencji prasowych
- Zbyt duża częstotliwość kontaktów
- Zbyt wiele osób do kontaktu z mediami
- Niepamiętanie nazwisk i redakcji

8. Jaki jest klucz do sukcesu w kontaktach z mediami?

- Poznaj potrzeby mediów, w tym dostęp do aktualnych newsów i sprawdzonych informacji, szybkość w reagowaniu na zapytania dziennikarzy, możliwość dostarczenia materiałów foto i wideo
- Przygotuj dobrą informację prasową
- Jeśli udzielasz wywiadu, spraw, aby temat był interesujący dla mediów i ich odbiorców – zebraj listę ciekawych zagadnień, znajdź wartościowe dane związane z tematem, przygotuj krótką anegdotę dotyczącą tematu rozmowy
- Aktualizuj bazę mediów
- Poznaj dziennikarzy zajmujących się w danych redakcjach tematyką, która Cię dotyczy
- Bądź uczciwy, rzetelny, skrupulatny i terminowy
- Bądź otwarty i pamiętaj, że to dzięki mediom o Twojej gminie lub inicjatywie może dowiedzieć się wielu odbiorców!



Poradnik współpracy z mediami przy projekcie **Z Kujawskim pomagamy pszczołom**

9. Jak opowiadać o tworzonym projekcie w programie „Z Kujawskim pomagamy pszczołom”?

Tematy i wątki komunikacyjne poruszane w kontekście programu

- **Gmina Przyjazna Pszczołom – co to znaczy?**
„Gmina Przyjazna Pszczołom” to inicjatywa programu „Z Kujawskim pomagamy pszczołom” dla samorządów, które dostrzegają potrzebę ochrony pszczół oraz zachowania bioróżnorodności. Podejmując działania na rzecz pszczół, jednocześnie potwierdzają markę gminy jako świadomej społeczności i przyrodniczo oraz aktywnie działającej w tych obszarach.
- **Czym jest Manifest Gmin Przyjaznych Pszczołom i dlaczego nasza gmina do niego przystąpiła?**
Manifest jest deklaracją zaangażowania się gminy w działania na rzecz pszczół. Zobowiązuje się ona do zasadzenia roślin nektaro- i pyłkodajnych, stosowania naturalnych nawozów i środków ochrony roślin oraz edukowania mieszkańców gminy o znaczeniu pszczół i owadów zapylających, a także zaangażowanie ich do sadzenia roślin.
- **Czym jest program „Z Kujawskim pomagamy pszczołom”?**
„Z Kujawskim pomagamy pszczołom” to program społeczno-edukacyjny, realizowany przez ZT „Kruszwica” S.A. od 2011 roku. W jego ramach: powstało 70 tysięcy Miejsc Przyjaznych Pszczołom, prawie 250 samorządów podpisało Manifest Gminy Przyjaznej Pszczołom, prowadzono program edukacyjny Akademia Przyjaciół Pszczół oraz zainicjowano obchodzony 8 sierpnia Wielki Dzień Pszczół. Tegoroczna, 9. edycja programu rozpoczyna realizację trzyletniego celu, jakim jest posadzenie miliona kwiatów przyjaznych pszczołom. Inicjatywy wyłonione w konkursie grantowym również będą wspierać ten cel.
- **Jakie są korzyści z przystąpienia gminy do programu?**
Przystąpienie do inicjatywy Gmin Przyjaznych Pszczołom daje nam szansę dołączenia do ogólnopolskiego ruchu na rzecz pszczół. Dzięki temu możemy promować działania na rzecz zachowania bioróżnorodności oraz pomocy pszczołom – owadom zapylającym – przez dostarczanie im różnorodnego, odpowiedniego pożywienia.
Status „Gminy Przyjaznej Pszczołom” daje też dobry wizerunek naszego samorządu, któremu zależy na wspieraniu bioróżnorodności. Znajdziemy się na ogólnopolskiej mapie takich gmin, w mediach, a jeśli nasze działania zostaną docenione, zostaniemy uhonorowani tytułem najbardziej przyjaznej gminy w Polsce oraz nagrodami rzeczowymi. Bycie w gronie Gmin Przyjaznych Pszczołom jest wyróżnieniem, ale i wyzwaniem.
- **Jakie inicjatywy zamierza podjąć nasza gmina?**
Ten punkt zależy od projektu organizacji i podjętych działań oraz inicjatyw.

Rada: Przed kontaktem z mediami warto przygotować sobie krótki opis działań planowanych przez samorząd. Powinien zawierać następujące informacje:

- Co wydarzy się w ramach inicjatywy Gmina Przyjazna Pszczołom?
- Kiedy i gdzie odbędą się planowane wydarzenia?
- Jakie są cele projektu i dlaczego ich realizacja jest ważna?
- Kto jest odbiorcą projektu i może dołączyć się do planowanych wydarzeń?

Będą nam one potrzebne zarówno do tworzenia informacji prasowych, jak i odpowiedzi na pytania dziennikarzy.



Poradnik współpracy z mediami przy projekcie **Z Kujawskim pomagamy pszczołom**

Informacje o roli pszczół w ekosystemie

Zachowanie różnorodności biologicznej, czyli bogactwa form życia na Ziemi, ma ogromne znaczenie dla ludzi, jak i dla zwierząt. Pszczoły, aby znaleźć pokarm i przetrwać, potrzebują różnorodnych siedlisk i gatunków roślin. Jednocześnie same przyczyniają się do zachowania bioróżnorodności, bo jako zapylacze odgrywają ogromną rolę w rozmnażaniu roślin i odżywianiu zwierząt. Zubożenie ekosystemów oznacza zatem zagrożenie nie tylko dla pszczół, ale także dla innych gatunków zwierząt i roślin, a tym samym dla człowieka.

W Polsce występuje około 470 gatunków pszczół, a ich najważniejszą rolę w ekosystemie jest zapylanie roślin. Szacuje się, że roczna wartość plonów otrzymywanych dzięki zapylaniu przez zwierzęta, w tym oczywiście przez pszczoły, to aż 577 miliardów dolarów. Tym pożytecznym owadom zawdzięczamy większość odmian owoców i aż 4 tys. odmian warzyw.

W ostatnich latach obserwujemy wyraźny spadek liczebności owadów zapylających. Zdaniem naukowców zjawisko to ma kilka przyczyn, jednak jedną z głównych jest brak pożywienia – nektaru i pyłku znajdującego się w wybranych kwiatach roślin zielnych, krzewów i drzew.

Gmina XY przyjazna pszczołom

Nasza gmina podpisała Manifest Gmin Przyjaznych Pszczołom i tym samym dołączyła do grona gmin, które podejmują realne działania wpływające na poprawę jakości życia pszczół w Polsce.

Inicjatywa Gmina Przyjazna Pszczołom jest częścią programu „Z Kujawskim pomagamy pszczołom”, w tym roku realizowanego już po raz dziewiąty. Tegoroczna edycja programu rozpoczyna realizację trzyletniego celu, jakim jest posadzenie miliona roślin przyjaznych pszczołom.

Gmina XY, przyłączając się do akcji, zamierza przeprowadzić szereg działań. Zaplanowane jest wspólne sadzenie kwiatów przyjaznych pszczołom, konkurs dla mieszkańców na najpiękniejszy balkon lub ogród, warsztaty edukacyjne oraz inne działania skierowane do seniorów, dzieci i młodzieży oraz dorosłych, dla których ważny jest los pszczół.

- Wiemy, jak ważne zadbanie o przyjazne otoczenie oraz zachowanie bioróżnorodności w naszej gminie. A pszczoły są do tego niezbędne. To one odpowiadają za zapylanie wielu gatunków roślin, również tych, które są dla nas pożywieniem. Dzięki nim możemy cieszyć się soczystymi owocami i smacznymi warzywami – mówi wójt/burmistrz/prezydent gminy/miasta XY. – Dlatego w naszej gminie – Gminie Przyjaznej Pszczołom – chcemy dostarczać im pożywienia, czyli nektaru i pyłku znajdujących się w niektórych kwiatkach – dodaje XY.

Posadźmy milion kwiatów dla pszczół

Aż 222 z około 470 gatunków pszczół żyjących w Polsce jest zagrożonych wyginięciem. Powodów jest wiele, a jeden z głównych stanowi brak odpowiedniego, zróżnicowanego pożywienia. Choć wszędzie otaczają nas kwiaty, nie wszystkie są dobrym źródłem pokarmu dla pszczół. Każdy z nas może pomóc pszczołom w zdobywaniu pożywienia. Wybierając rośliny do posadzenia na balkon lub do ogrodu, warto zdecydować się na te, które zawierają odpowiednio dużo nektaru i pyłku.

- W ramach programu „Z Kujawskim pomagamy pszczołom” nasza gmina dołącza do wspólnego celu, jakim jest posadzenie miliona kwiatów przyjaznych pszczołom. Będziemy sadzić na terenach zielonych, skwerach i klombach. Gorąco zachęcamy także mieszkańców, aby także indywidualnie przyłączyli się do tej akcji – mówi wójt/burmistrz/prezydent gminy/miasta XY.

Lista kwiatów bogatych w nektar i pyłek znajduje się na www.pomagamypszczolom.pl/baza-wiedzy. Aby włączyć się w realizację celu, wystarczy zgłosić posadzone kwiaty na stronie programu.

O programie „Z Kujawskim pomagamy pszczołom”

Program „Z Kujawskim pomagamy pszczołom” jest organizowany od 9 lat przez ZT „Kruszwica” S.A. Jego celem jest budowanie świadomości na temat roli pszczół w przyrodzie oraz aktywizowanie do realnych działań służących poprawie jakości ich życia.

W ramach programu w całej Polsce powstało m.in. 70 tysięcy Miejsc Przyjaznych Pszczołom, a w ciągu ostatnich dwóch lat prawie 250 samorządów podpisało Manifest Gminy Przyjaznej Pszczołom.

Tegoroczna, 9. edycja programu „Z Kujawskim pomagamy pszczołom” rozpoczyna realizację trzyletniego celu, jakim jest posadzenie miliona kwiatów przyjaznych pszczołom. Więcej informacji na www.pomagamypszczolom.pl.

Dodatkowych informacji udzielają:

Gmina*Koordynator/ka programu**Imię i nazwisko**numer telefonu**adres mejlowy***Program „Z Kujawskim pomagamy pszczołom”**

Ekspertka merytoryczna programu „Z Kujawskim pomagamy pszczołom”

Katarzyna Dytrych

tel.: 502 515 662

kasia.dytrych@pomagamypszczolom.pl