

Kampania społeczna **„Spokój zamiast ran – daj Misiowi Fire i innym bezpieczny Nowy Rok!”**

Ta kampania będzie wyjątkowa?

1. Siła współpracy: Komenda Miejska Państwowej Straży Pożarnej w Tychach, Stowarzyszenie Wound Care Polska, Wojewódzkie Pogotowie Ratunkowe w Katowicach, Górnośląskie Centrum Zdrowia Dziecka im. św. Jana Pawła II w Katowicach oraz Centrum Leczenia Oparzeń im. dr. S. Sakiela w Siemianowicach Śląskich, razem podkreślają ważny przekaz – bezpieczeństwo i troskę o zdrowie.
2. Emocjonalny bohater: Miś Fire staje się symbolem walki z urazami i promowania spokoju.
3. Edukacja i prewencja: Kampania łączy emocjonalny przekaz z edukacją na temat oparzeń i ich leczenia.
4. Prosty przekaz: „Spokój zamiast ran” jest hasłem, które przemawia do każdego.

Hashtag kampanii:

#StrażPozarnaTychy #PSP #KMPSPTychy #SpokójNieStrzały #MisFireChroni
#WoundCareBezRan #WoundCarePolskaStowarzyszenie #WoundCarePolska
#GCZDKatowice #GCZDSzpital #CUD #CUDGCZD #CLO
#CentrumLeczeniaOparzeń #CLOSiemianowiceŚląskie #WPR #WPRKatowice
#WojewódzkiePogotowieRatunkoweKatowice

Cel kampanii:

Połączenie działań Straży Pożarnej Tychy, Stowarzyszenia Wound Care Polska, Wojewódzkiego Pogotowia Ratunkowego w Katowicach, Górnośląskiego Centrum Zdrowia Dziecka im. św. Jana Pawła II w Katowicach oraz Centrum Leczenia Oparzeń im. dr. S. Sakiela w Siemianowicach Śląskich, które zajmują się leczeniem ran i szerzeniem świadomości o konsekwencjach poparzeń czy urazów, a także ratowaniem zdrowia i życia. Kampania ma ostrzegać przed używaniem fajerwerków i podkreślać, że „każdy huk” niesie za sobą ryzyko poparzeń, ran oraz pożarów.

W centrum pozostaje Miś Fire – symbol bezpieczeństwa i troski.

Dlaczego kampania „Spokój zamiast ran – daj Misiowi Fire i innym bezpieczny Nowy Rok!” jest ważna dla społeczeństwa oraz dlaczego powinna zostać nagłośniona w mediach:

Znaczenie kampanii dla społeczeństwa:

1. Ochrona zdrowia i życia

Kampania podejmuje ważny problem społeczny związany z zagrożeniami, jakie niosą fajerwerki – poparzeniami, urazami, a także ryzykiem wywołania pożarów. Świadomość tych niebezpieczeństw jest wciąż niska, a ofiary – szczególnie dzieci – często płacą wysoką cenę za chwilę bez troski dorosłych. Kampania zwraca uwagę na to, jak małe zmiany w zachowaniu mogą uchronić przed wielkimi tragediami.

2. Wsparcie rodzin i dzieci

Postać Misia Fire została stworzona jako emocjonalny bohater kampanii, który ułatwia dotarcie do dzieci i rodzin. Wykorzystanie misia pomaga dzieciom lepiej

zrozumieć zagrożenia, jednocześnie nie wzbudzając strachu, lecz ucząc ich odpowiedzialności w bezpieczny sposób.

3. Edukacja społeczna i prewencja

Kampania nie tylko ostrzega przed zagrożeniami, ale również uczy, jak ich unikać. Dzięki współpracy podmiotów Straży Pożarnej Tychy, Stowarzyszenia Wound Care Polska, Wojewódzkiego Pogotowia Ratunkowego w Katowicach, Górnośląskiego Centrum Zdrowia Dziecka im. św. Jana Pawła II w Katowicach oraz Centrum Leczenia Oparzeń im. dr. S. Sakiela w Siemianowicach Śląskich łączy się rzetelne informacje o zasadach bezpieczeństwa z wiedzą medyczną o skutkach urazów. To istotne narzędzie w budowaniu odpowiedzialnych postaw obywatelskich.

4. Wsparcie emocjonalne dla poszkodowanych

Przekaz kampanii wspomina o osobach, które już doświadczyły skutków nieodpowiedzialnego używania fajerwerków. Poparzenia, trwałe rany i ich leczenie mają nie tylko fizyczny, ale również emocjonalny wpływ na życie pacjentów i ich rodzin. Kampania pokazuje, że ich cierpienie można zmniejszyć dzięki wspólnej odpowiedzialności.

Konkurs: „Misio Fire – Strażnik Bezpieczeństwa i troski!”

Cel konkursu:

Promocja kampanii społecznej. Zwiększenie świadomości dzieci na temat bezpieczeństwa, zagrożeń związanych z fajerwerkami, pożarami oraz zasad prawidłowego postępowania w sytuacjach kryzysowych.

Formuła konkursu:

1. Kategorie wiekowe:

- Przedszkolaki 4–6 lat
- Klasy podstawowe 7-12 lat

2. Zadanie konkursowe:

- Dla młodszych dzieci (4–6 lat): Narysuj Misia Fire w akcji! Wyobraź sobie, jak Misio Fire pomaga dbać o bezpieczeństwo – może gasi pożar, uczy dzieci prawidłowego zachowania w kuchni lub pokazuje, jak wezwać pomoc czy zaopatrzyć ranę.
- Dla starszych dzieci (7–12 lat): Stwórz komiks o tym, jak Misio Fire ratuje sytuację. Co się wydarzyło? Jakie rady dał dzieciom?
- Dodatkowo: Wszyscy mogą wymyślić hasło kolejnej kampanii promującej bezpieczeństwo z Misiem Fire.

3. Forma zgłoszeń:

- Prace plastyczne (rysunki, plakaty, komiksy) – wyłącznie w formie cyfrowej udostępnione na swoim profilu społecznościowym za zgodą rodziców/opiekunów prawnych.
- Prace komiksowe z obrazkami – do 200 słów - wyłącznie w formie cyfrowej udostępnione na profilu społecznościowym za zgodą rodziców/opiekunów prawnych.

Prace przyjmowane są do 29 stycznia do godz. 00:00.

Wszystkie prace obowiązkowo muszą być opatrzone hashtagami kampanii:

#StrażPożarnaTychy #PSP #KMPSPTychy #SpokójNieStrzały #MisFireChroni
#WoundCareBezRan #WoundCarePolskaStowarzyszenie #WoundCarePolska
#GCZDKatowice #GCZDSzpital #CUD #CUDGCZD #CLO

#CentrumLeczeniaOparzeń #CLOSiemianowiceŚląskie #WPR #WPRKatowice
#WojewódzkiePogotowieRatunkoweKatowice

4. Nagrody:

- I miejsce: Maskotka Misia Fire, certyfikat „Strażnika Bezpieczeństwa i troski” oraz zestaw kreatywny lub duży lego.
- II i III miejsce: Maskotka Misia Fire, Certyfikat „Strażnika Bezpieczeństwa i troski” oraz średni zestaw lego.
- Wyróżnienia: Publikacja prac w mediach społecznościowych kampanii.

Dodatkowe elementy:

- Spotkanie w KMPSP Tychy z Misiem Fire: Zorganizowanie finałowego wydarzenia z udziałem maskotki, przedstawicieli organizatorów, którzy opowiedzą o swojej pracy, pokażą sprzęt i przeprowadzą warsztaty. Publikacja wręczenia nagród w mediach społecznościowych.
- Przygotowanie krótkich lekcji o bezpieczeństwie, które uczestnicy mogą obejrzeć, by poszerzyć wiedzę przed udziałem w konkursie.
- Taki konkurs edukacyjny angażuje dzieci w kreatywny sposób, jednocześnie budując świadomość zagrożeń i promując pozytywne wzorce zachowań.

REGULAMIN KONKURSU:

„Misio Fire – Strażnik Bezpieczeństwa i troski!”

§ 1. Postanowienia ogólne

1. Konkurs organizowany jest pod nazwą „Misio Fire – Strażnik Bezpieczeństwa i troski!” (dalej: „Konkurs”).
2. Organizatorem Konkursu są:
 - a. Komenda Miejska Państwowej Straży Pożarnej w Tychach,
 - b. Stowarzyszenie Wound Care Polska,
 - c. Wojewódzkie Pogotowie Ratunkowe w Katowicach,
 - d. Górnośląskie Centrum Zdrowia Dziecka im. św. Jana Pawła II w Katowicach,
 - e. Centrum Leczenia Oparzeń im. dr. S. Sakiela w Siemianowicach Śląskich (dalej: „Organizatorzy”).

3. Administratorem danych osobowych uczestników jest Wound Care Polska – Stowarzyszenie Nowoczesnej Opieki Nad Ranami, z siedzibą przy Al. Wojciecha Korfańskiego 61/7, Katowice, 40-160, NIP 6343047576, REGON 540068296 (dalej: „Administrator”).

4. W sprawach dotyczących ochrony danych osobowych można kontaktować się z Administratorem pod adresem e-mail: kontakt@woundcare.pl.

5. Konkurs ma na celu promocję kampanii społecznej zwiększającej świadomość dzieci na temat bezpieczeństwa, zagrożeń związanych z fajerwerkami, pożarami oraz zasad postępowania w sytuacjach kryzysowych.

§ 2. Warunki uczestnictwa

1. Konkurs jest skierowany do dzieci w dwóch kategoriach wiekowych:

- Przedszkolaki: 4–6 lat,
- Klasy podstawowe: 7–12 lat.

2. Udział w Konkursie jest bezpłatny i dobrowolny.

3. W imieniu uczestnika konkursowego zgłoszenia dokonuje rodzic lub opiekun prawny.
4. Zgłoszenie pracy konkursowej jest jednoznaczne z akceptacją niniejszego Regulaminu.

§ 3. Zadanie konkursowe

1. Zadania konkursowe:

- Dla dzieci w wieku 4–6 lat: Wykonanie pracy plastycznej przedstawiającej „Misio Fire w akcji” (np. gaszenie pożaru, nauka pierwszej pomocy, wezwanie pomocy).
- Dla dzieci w wieku 7–12 lat: Stworzenie komiksu opowiadającego o tym, jak „Misio Fire ratuje sytuację” (komiks do 200 słów, z obrazkami).
- Dodatkowo dla obu grup wiekowych: Wymyślenie hasła kolejnej kampanii promującej bezpieczeństwo z Misiem Fire.

2. Prace konkursowe muszą być wykonane osobiście przez uczestnika.

3. Prace powinny być opublikowane w formie cyfrowej na profilu społecznościowym uczestnika lub rodzica/opiekuna prawnego, za ich zgodą, z obowiązkowymi hashtagami kampanii:

#StrażPozarnaTychy #PSP #KMPSPTychy #SpokójNieStrzały #MisFireChroni #WoundCareBezRan #WoundCarePolskaStowarzyszenie #WoundCarePolska #GCZDKatowice #GCZDSzpital #CUD #CUDGCZD #CLO #CentrumLeczeniaOparzeń #CLOSiemianowiceŚląskie #WPR #WPRKatowice #WojewódzkiePogotowieRatunkoweKatowice.

4. Termin zgłaszania prac upływa 29 stycznia 2025 r. o godz. 00:00.

§ 4. Zasady oceny prac i przyznawania nagród

1. Prace będą oceniane przez komisję konkursową składającą się z przedstawicieli Organizatorów.

2. Kryteria oceny:

- Zgodność z tematyką Konkursu,
- Kreatywność i oryginalność,
- Przekaz edukacyjny pracy.

3. Nagrody:

- I miejsce: Maskotka Misia Fire, certyfikat „Strażnika Bezpieczeństwa i troski” oraz zestaw kreatywny lub duży zestaw LEGO,
- I i III miejsce: Maskotka Misia Fire, certyfikat „Strażnika Bezpieczeństwa i troski” oraz średni zestaw LEGO,
- Wyróżnienia: Publikacja pracy w mediach społecznościowych kampanii.

4. Wyniki Konkursu zostaną ogłoszone w mediach społecznościowych Organizatorów do dnia 10 lutego 2025 r.

§ 5. Dodatkowe działania związane z Konkursem

1. Organizatorzy planują zorganizowanie finałowego wydarzenia w siedzibie Komendy Miejskiej PSP w Tychach, podczas którego:

- Odbędzie się spotkanie z Misiem Fire,
- Zostaną wręczone nagrody,

- Uczestnicy wezmą udział w warsztatach edukacyjnych dotyczących bezpieczeństwa oraz prezentacji sprzętu strażackiego i medycznego.

§ 6. Prawa autorskie i wykorzystanie prac konkursowych

1. Uczestnik (za pośrednictwem rodzica/opiekuna prawnego) oświadcza, że zgłoszona praca konkursowa jest wynikiem jego własnej twórczości.
2. Organizatorzy zastrzegają sobie prawo do publikacji prac konkursowych w materiałach promocyjnych, na stronach internetowych oraz w mediach społecznościowych w celu promocji działań edukacyjnych, z poszanowaniem praw autorskich uczestnika.

§ 7. Wyłączenia z udziału w Konkursie

1. W Konkursie nie mogą brać udziału:
 - Członkowie rodzin kierownictwa Organizatorów, w tym dzieci, rodzeństwo oraz osoby pozostające we wspólnym gospodarstwie domowym.
2. W przypadku ujawnienia, że uczestnik Konkursu pozostaje w relacji wskazanej w ust. 1, jego zgłoszenie zostanie wykluczone, a ewentualna nagroda cofnięta.

§ 8. Postanowienia końcowe

1. Organizatorzy zastrzegają sobie prawo do wprowadzania zmian w Regulaminie, o ile nie naruszają one praw uczestników.
2. Wszelkie pytania dotyczące Konkursu można kierować na adres e-mail: kontakt@woundcare.pl.
3. Regulamin Konkursu dostępny jest na stronach internetowych Organizatorów.
4. Niniejszy Regulamin wchodzi w życie z dniem jego publikacji.

Loga Organizatorów



GÓRNOŚLĄSKIE CENTRUM ZDROWIA
DZIECKA IM. ŚW. JANA PAWŁA II
SAMODZIELNY PUBLICZNY
SZPITAL KLINICZNY NR 6
Śląskiego Uniwersytetu
Medycznego w Katowicach



Centrum Leczenia Oparzeń
im. dr. Stanisława Sakiela w Siemianowicach Śląskich

HARMONOGRAM KAMPANII SPOŁECZNEJ

„Spokój zamiast ran – daj Misiowi Fire i innym bezpieczny Nowy Rok!”

Grudzień 2024

1. 20 i 23 grudnia 2024 r.

- Realizacja nagrań do kampanii (filmów promocyjnych i edukacyjnych).
- Przygotowanie materiałów audiowizualnych i zdjęciowych.

2. 23-27 grudnia 2024 r.

- Publikacja informacji o kampanii i jej zapowiedzi na stronach internetowych organizatorów
- Rozpowszechnienie pierwszych treści i filmiku zapowiadających kampanię w mediach.

3. 30 grudnia 2024 r.

- Oficjalne rozpoczęcie kampanii w mediach społecznościowych i telewizji.
- Publikacja materiałów edukacyjnych i promocyjnych na platformach organizatorów oraz w mediach partnerów kampanii.

Styczeń 2025

4. 31 stycznia 2025 r.

- Rozstrzygnięcie konkursu związanego z kampanią.
- Ogłoszenie zwycięzców na stronach internetowych oraz w mediach społecznościowych organizatorów.

Luty 2025

5. 15-20 luty 2025 r.

- Uroczyste wręczenie nagród laureatom konkursu z udziałem przedstawicieli organizatorów.
- Wydarzenie podsumowujące kampanię, połączone z prezentacją wyników działań edukacyjnych i społecznych.

Organizatorzy zastrzegają sobie możliwość zmiany harmonogramu w zależności od potrzeb, ale jego struktura obejmuje kluczowe daty i etapy realizacji kampanii.