

IV edycja „Praktykuj za granicą”
Autor: Zbigniew Cichoń – laureat II miejsca

„Nie wywołuj wilka z lasu”

Kampania poprawy wizerunku wilków wśród lokalnej
ludności Bieszczad

Spis treści

1. Streszczenie kampanii.....	2
2. Analiza problemu.....	3
3. Cele kampanii.....	5
4. Identyfikacja i analiza grup docelowych.....	6
4.1 Struktura ludności.....	6
4.2 Szkolnictwo.....	7
4.3 Kultura.....	7
4.4 Dane ekonomiczno-gospodarcze.....	8
4.5 Turystyka.....	8
5. Strategia działania.....	9
5.1 Podstawowe założenia strategii.....	9
5.2 Badania socjologiczne.....	9
5.3 Program opieki nad poszkodowanymi.....	10
5.4 Współpraca z lokalnymi mediami.....	11
5.5 Edukacja młodzieży szkolnej.....	12
5.6 „Wilk wskaże Ci drogę”.....	13
5.7 Dzień ochrony inwentarza.....	14
5.8 Współpraca z biurami turystycznymi.....	14
5.9 Schronisko ‘Wilczówka’.....	15
5.10 Portal wiedzy o wilkach.....	15
5.11 Edukacja przedszkolaków.....	15
5.12 Wystawa fotograficzna.....	15
5.13 Wilk jako element promocji regionu.....	16
5.14 Akcja informacyjna.....	16
5.15 Sytuacje kryzysowe.....	16
Załącznik – Bajka o bohaterskim wilku.....	18

1. Streszczenie kampanii

Sytuacja wilków w Bieszczadach nie należy do najlepszych. Miejscowa ludność nie bacząc na zakazy wydane przez Ministerstwo Środowiska postuluje odstrzeliwanie tych drapieżników. Bezpośrednią przyczyną dążeń do radykalnych rozwiązań problemu są straty hodowców w postaci zarżniętych zwierząt domowych. Bardzo często okazuje się jednak, iż zaatakowane inwentarze nie były odpowiednio chronione i wypuszczone na pole bez opieki skutecznie nęciły wilki. Te przejawy ludzkiej nieodpowiedzialności nie są jednak zauważane przez prasę a więc nie stanowią żadnego usprawiedliwienia dla tych unikatowych drapieżników. **Przekazywane informacje, pełne krwawych opisów i dalekie od obiektywizmu dodatkowo pogarszają sytuację.**

Poniższa kampania poprawy wizerunku wilków w regionie Bieszczad przewiduje kompleksowe działania mające poprawić wizerunek tych zwierząt wśród społeczności lokalnej. Należy przy tym podkreślić, iż wypracowanie chęci pokojowego współistnienia z wilkiem musi być oparte na wielu aspektach, takich jak: bezpieczeństwo, racjonalizm i akceptacja. Podstawą jest także zmiana emocjonalnego stosunku do tych drapieżników. Pozostałymi celami kampanii jest wzrost wiedzy hodowców na temat bezpiecznych i nieszkodliwych metod odstraszania wilków (zabezpieczania inwentarzy), wdrożenie tematyki wilków jako ważnego tematu edukacyjnego oraz jako jednego z elementów promocji regionu. Istotnym celem jest także zmiana nastawienia mediów z negatywnego i stronniczego na racjonalny i obiektywny.

Kampania przedstawia dokładną analizę grupy docelowej strategii. Opisane w niej szczegóły dotyczące struktury ludności, szkolnictwa, kultury, ekonomii i turystyki stanowią niezbędne informacje, na podstawie których zbudowane zostały konkretne działania. Dodatkowo kampania przewiduje serię badań socjologicznych mających pomóc w ustaleniu bardziej szczegółowych danych o grupach społecznych leżących w obszarze szczególnego zainteresowania kampanii. Dzięki temu będzie możliwe jak najlepsze dopracowanie strategii.

Podstawowym założeniem kampanii jest **zaprzestanie uciekania się do metod i argumentów powszechnego fanatyzmu ekologicznego.** W myśl kampanii proces „zaprzyjaźniania” wilków z miejscową ludnością opiera się na zrozumieniu, zobiektywizowaniu i zrjonalizowaniu problemu. Stosowana długotrwale metoda „racjonalnego wyważania racji” jest sposobem na trwałą zmianę stanowiska lokalnej społeczności.

Działania kampanii w pierwszej kolejności zakładają **przeprowadzenie szczegółowych badań socjologicznych** oraz badań opinii publicznej. Kolejnym krokiem jest uruchomienie specjalnego programu opieki nad poszkodowanymi przez wilki i wykreowanie poczucia sprawowania troszczenia się o ich losy. Równolegle rozpoczyna się współpraca z lokalnymi mediami oraz ich monitoring. Zmiana nastawienia mediów musi odbywać się poprzez osoby odpowiedzialne za kontakt z nimi.

Kampania edukacyjna zakłada szkolenia dla nauczycieli biologii i ochrony środowiska, co zapewni dotarcie do większości szkolnej młodzieży. Nawiązanie dobrych relacji z nauczycielami stworzy możliwość zorganizowania konkursu dotyczącego wiedzy na temat wilków., ich ochrony i roli w przyrodzie. Umieszczenie na szczytach gór oraz w ważnych dla wędrowców miejscach **posągów lub figurek wilków** zasadniczo zmieni postrzeganie wilka. Wilk zacznie znaczyć wtedy tyle co „niezbędna informacja” ponieważ wskazywałby kierunek, w którym powinni podążać turyści. Jest to także metoda zakorzenienia wilka jako elementu promocyjnego regionu. **Powstanie „Wilczówki”,** czyli urządnego na wilczy styl schroniska dodatkowo umocni ten punkt kampanii.

Kolejny zadaniem jest **zorganizowanie dnia ochrony inwentarza**, który stanowiłby coroczną okazję do wywoływania dyskusji na temat konieczności pokojowego współistnienia z wilkiem. Instruowanie hodowców, co do zabezpieczania inwentarzy zachęci ich do stosowania tych metod. Dodatkową atrakcją ma być **koncert** znanych zespołów metaforycznie powiązanych z wilkami. Kampania przewiduje opisywanie wszystkich zdarzeń na specjalnie stworzonym **portalu internetowym.** Ponadto zaplanowano także działania mające wdrożyć motyw wilków do urzędowych strategii promocji regionu. **Akcja informacyjna** poprzez bezpośrednie docieranie do adresatów stanowi znaczące wsparcie w kreowaniu nowego wizerunku wilków.

2. Analiza problemu

Stacja Badawcza Fauny Karpat w Ustrzykach Dolnych, działająca przy Muzeum i Instytucie Zoologii PAN, od kilku lat bada populację wilków w regionie polskich Karpat – na terenie Bieszczadów, Beskidu Niskiego i Pogórza Przemysko-Dynowskiego. Szacuje się, iż liczba wilków w tym regionie wynosi około 150-230 sztuk. Ze względu na zróżnicowanie metod badań liczebności tych drapieżników oraz na niezwykle trudność w przeprowadzeniu szczegółowych analiz niemal niemożliwe jest ustalenie dokładnej liczby tych zwierząt. Pewne jest jednak to, iż wilki stanowią niezaprzeczną wartość dla środowiska naturalnego. W Polsce zgodnie z rozporządzeniem Ministerstwa Środowiska z dnia 26 października 2001 roku wilki objęte zostały ścisłą ochroną gatunkową, co jest jednoznaczne z ogólnopolskim zakazem odstrzeliwania tych zwierząt.

Na podstawie artykułów prasowych i informacji pochodzących z ośrodków badań naukowych można wywnioskować, iż wśród lokalnej społeczności Bieszczad dominuje negatywne nastawienie do wilków. Zarówno hodowcy zwierząt, jak i myśliwi zdecydowanie opowiadają się za okrutnym i radykalnym rozwiązaniem tego problemu. Wśród najczęstszych argumentów przemawiających za odstrzałem wilków wymieniają: straty hodowców w postaci zabitych zagryzionych owiec, bezpośrednie zagrożenie dla ludzi, zagrożenie wyginięciem innych zwierząt dzikich (jeleni, bobrów itp.).

Naukowa prawda o wilkach okazuje się być jednak zdecydowanie odmienna. Wilki wcale nie muszą być zagrożeniem ani dla ludzi, ani dla ich zwierząt hodowlanych. Badania ośrodków naukowych udowadniają, że wilki starają się prowadzić swój żywot jak najdalej od osad, wsi i miast. Na sam widok lub zapach człowieka wilki najczęściej uciekają w popłochu. Do tej pory w Polsce nie ma ani jednego udokumentowanego i potwierdzonego przypadku ataku wilka na człowieka. Tylko nieliczni mieli okazję zobaczyć wilka na własne oczy, ponieważ zazwyczaj ukrywa się on w lesie. Fakt, iż zwierzę to pojawia się w rejonach gospodarstw domowych spowodowany jest najczęściej niedomiarem zwierzyny płowej stanowiącej naturalne pożywienie. Przyczyny tych braków wynikają jednak z tego, iż człowiek polując dla zabawy na jelenie i sarny odbiera jedzenie wilkom. Argumenty, iż to wilki są winne zmniejszającym się ilościom zwierzyny dzikiej stoją w sprzeczności z wielowiekowymi procesami środowiska naturalnego. Drapieżniki i zwierzyna płowa od tysiącleci istniały w swoistej równowadze. To właśnie dzięki wilkom sarny i jelenie wykształciły w sobie większą zwinność, szybkość i siłę. Nigdy wcześniej zwierzęta płowe nie były zagrożone wyginięciem. Nastąpiło to dopiero wtedy, gdy człowiek wkroczył na ich terytoria degradując środowisko. Oportunistyczne wilki zdecydowanie preferują słabe i bezbronne osobniki. Aby przetrwać wilk musi polować. Substytutem zwierzyny płowej stają się pozbawione jakiegokolwiek ochrony zwierzęta hodowlane. A to właśnie jest głównym czynnikiem powodującym frustrację wśród hodowców.

Sytuacje dodatkowo pogarszają informacje prasowe, które pozbawione są podstawowych elementów obiektywizmu i racjonalizmu. Przykładowa wiadomość o (tu cytat z nagłówka prasowego): „zarżniętych owcach pod samym domem” popularyzowana jest często na pierwszych stronach lokalnych gazet. Podsycana sensacja bezpośrednio przekłada się na niechęć do jakiegokolwiek pokojowego współistnienia z wilkiem. Obojętnie, czy chodzi o zagryzione bezpańskie psy, czy dzikie zwierzęta, informacja o wilczych atakach jest czymś, co budzi grozę i przerażenie. Zwłaszcza, gdy jest to potęgowane przez pełne krwawych opisów artykuły. Jest niemalże regułą, iż przy tego typu okazjach cytowane są wypowiedzi tylko i wyłącznie nieszczęśliwie poszkodowanych hodowców, którzy rozdrażnieni swym losem postulują wybicie tych drapieżników. W tych samych artykułach nie dowiemy się już jednak, czy owy zaatakowany inwentarz był przez kogokolwiek pilnowany oraz czy hodowca stosował zabezpieczenia przed wilkami w postaci fladr lub pastuchów elektrycznych. Artykuły prasowe utwierdzają i pogłębiają negatywne postawy w szczególności wśród lokalnych społeczności wiejskich nieposiadających dostępu do innych mediów informacyjnych.

Wśród hodowców daje się także zauważyć obiekcje przed stosowaniem metod ochrony

inwentarzy. Ich nieufność do takich rozwiązań może pochodzić z faktu, iż owe bariery nieprawidłowo stosowane nie stanowią żadnej przeszkody dla tych drapieżników. Dopiero dobrze przygotowane i pewne zabezpieczenia stanowią gwarancję bezpieczeństwa. Trud włożony w prawidłowo wykonane zabezpieczenia zwraca się błyskawicznie, co pokazują badania w Skandynawii. W Szwecji pomimo sporej ilości wilków ataki na zwierzęta hodowlane należą już do rzadkości a ogólna akceptacja wilków wśród hodowców sięga aż 95%.

Przypadki podchodzenia wilków pod gospodarstwa domowe z pewnością mają miejsce. Dla miejscowej ludności obawa przed zagryzieniem przed własnym domem jest aspektem psychologicznym, który przełamuje poczucie bezpieczeństwa. W grę może przecież wchodzić nawet atak na bawiące się przed domami dzieci. Strach ten, choć z naukowego punktu widzenia nieracjonalny, jest głównym trybem napędowym w walce o odstrzał wilków. Jednak nawet i w tej kwestii ludzie nie są pozbawieni winy. Powszechnie spotykaną praktyką jest pozostawianie w pobliżu gospodarstwa odpadów z ubitych zwierząt hodowlanych. Hodowcy wychodzą z założenia, iż karmiąc w ten sposób zwierzęta dzikie przysługują się środowisku naturalnemu. Tym samym jednak przyzwyczajają je do tego, iż w pobliżu ich domów zawsze można znaleźć jakieś pożywienie. W ten sposób sami ściągają na siebie niebezpieczeństwo.

Prawdą jest, iż z roku na rok odnotowuje się coraz większą liczbę odszkodowań za straty wyrządzone przez wilki. Według danych Urzędu Wojewódzkiego w Rzeszowie, w latach 1999-2005 wilki zagryzły 1341 owiec, 54 sztuki bydła, 64 kozy, 12 koni i 30 psów (w 2005 r. – 375 owiec, 29 kóz, 21 sztuk bydła, głównie cielęta i 2 źrebięta). Przez te 7 lat PUW wypłacił hodowcom odszkodowania w kwocie 530 tys. Zł. (w 2005 r. – 188 tys. Zł). Hodowcy mają pełne prawo do uzyskiwania rekompensaty finansowej. Jej wysokość jest jednak niewystarczająca i niewspółmierna do poniesionych kosztów i strat. Procedury związane z wypłacaniem pieniędzy trwają nawet kilka miesięcy. Nie jest jednak do końca pewne, czy wzrost ilości wypłacanych odszkodowań spowodowany jest większą ilością ataków wilków, czy może raczej większą świadomością lokalnej społeczności w kwestii rekompensaty. Hodowcy nie powinni zapominać też o tym, że w ciągu ostatnich lat w Bieszczadach i Beskidzie Niskim, ilość pogłowia ich stad z roku na rok wzrasta o 15%. Nie pozostaje to bez znaczenia dla wzrostu liczby ataków wilków.

Odstrzał wilków wbrew powszechnej opinii może wywołać częstsze ataki na zwierzęta hodowlane. Zastrzelenie wilczej pary alfa przykładowej watahy powoduje degradację jej struktur i hierarchii. Bardzo często dochodzi wtedy do odłączania się wilków od watah. Samotne i zdeorientowane osobniki stanowią zdecydowanie większe niebezpieczeństwo.

Wilk jest jedynym drapieżnikiem posiadającym tak złą reputację. Nawet siejące spustoszenie niedźwiedzie i rysie wedle opinii społecznej nie zasługują na takie potępienie. Wizerunek wilka wdrażany jest już we wstępnych etapach procesów wychowawczych. Wydaje się, że nie ma w Polsce człowieka, który nie słyszałby o niktzemnym wilku z bajki o Czerwonym Kapturku. Negatywne postawy utrwalane z początku przez rodziców a później przez szkoły, otoczenie, prasę i telewizję są niezwykle mocno zakorzenione. Towarzyszą im negatywne emocje, strach i poczucie permanentnego zagrożenia.

3. Cele kampanii

Strategicznym celem kampanii jest poprawa wizerunku wilków wśród lokalnej społeczności Bieszczad. Ze względu jednak na to, iż ta problematyka dotyczy wielu dziedzin i aspektów życia społecznego (między innymi kultury, edukacji, tradycji, procesów wychowawczych i relacji ze społecznością), aby osiągnąć pożądany rezultat należy skoncentrować się nie na celu strategicznym, lecz na jego częściach składowych. To właśnie te elementy złożone w jednolitą całość wspólnie przyczynią się do osiągnięcia celu generalnego, czyli lepszego wizerunku wilków. Poszczególnymi celami kampanii są:

- ✓ **Wzrost świadomości i wiedzy lokalnej społeczności Bieszczad na temat problematyki wilków.** Zrozumienie problemu jest pierwszym krokiem na drodze do jego rozwiązania. Istotne jest, aby wiedzę dotyczącą problemów egzystencji wilków posiadali nie tylko zwolennicy, ale także przeciwnicy ich ochrony. Pozwoli to na zrjonalizowanie i zobiektywizowanie debat publicznych.
- ✓ **Wzrost zaufania wśród hodowców zwierząt do nieszkodliwych i bezpiecznych metod odstraszania wilków.** Ochrona inwentarzy powinna przybrać formę moralnego obowiązku każdego z hodowców. Wzrost zaufania do barier chroniących zwierzęta domowe bezpośrednio przełoży się na zwiększenie częstotliwości ich stosowania a następnie na mniejszą ilość strat hodowców. Zaufanie to powinno także opierać się na wiedzy o prawidłowym stosowaniu tych metod.
- ✓ **Zmiana nastawienia lokalnych mediów informacyjnych w kwestii problematyki wilków z negatywnego na obiektywny.** Sposób, w jaki opisywane są wydarzenia związane z wilkami ma zdecydowany wpływ na wizerunek tych zwierząt. Znaczna poprawa tej sytuacji odnotowana może być wraz ze wzrostem liczby artykułów i relacji nacechowanych obiektywizmem i racjonalnym podejściem do tematu.
- ✓ **Zwiększenie się zaufania społecznego do ośrodków badań naukowych zajmujących się badaniami nad wilkami.** Ośrodek naukowy zlokalizowany w Ustrzykach Dolnych w żadnym wypadku nie może być postrzegany jako stronnicza, ekologiczna siła za wszelką cenę broniąca wilków. Neutralność placówki oraz jej naukowy charakter służyć ma przede wszystkim prawdzie. To właśnie stamtąd lokalna społeczność powinna czerpać swą wiedzę na temat przyrody. Argumenty za ochroną wilka poparte naukowymi i niepodważalnymi danymi pomogą w przekonaniu ludności do odpowiednich działań.
- ✓ **Wzrost świadomości w tematyce odszkodowań dla hodowców i innych osób poszkodowanych przez wilki.** Pomimo faktu, iż liczba wypłacanych odszkodowań z roku na rok rośnie, konieczne jest stałe uświadamianie hodowców, co do przebiegu procesu wypłacania rekompensaty, jego zasad i warunków. Należy mieć pewność, że żadna z poszkodowanych osób nie pozostała bez pomocy.
- ✓ **Wykreowanie poczucia akceptacji i chęci pokojowego współistnienia z wilkiem.** Zmiana stosunku emocjonalnego lokalnej społeczności do wilka jest jednym z najważniejszych celów kampanii. To właśnie emocje popychają ludzi do dalszych działań. Wzrastający poziom akceptacji przyczyni się do zaniechania dążenia do radykalnych rozwiązań.
- ✓ **Wdrożenie tematyki wilków jako jednego z podstawowych elementów promocji regionu.** Wilk będący ważnym składnikiem promocji regionu umocni ludzi w przekonaniu o jego unikatowych walorach. Dzięki temu wymierne korzyści z turystyki będzie można przypisać także i temu drapieżnikowi.
- ✓ **Wdrożenie tematyki wilków jako ważnego tematu edukacyjnego dla dzieci i młodzieży.** Spowodowanie żywego zainteresowania wśród dzieci i młodzieży tematyką wilków traktować należy jak inwestycję. Wykształceni w tematyce młodzi ludzie mogą stać się propagatorami idei ochrony wilka. Zakłada się dotarcie do 80% młodzieży szkolnej.

UWAGA! W regionie Bieszczad nigdy nie były przeprowadzane badania opinii publicznej dotyczące postrzegania wilków i związanych z tym aspektów. Dlatego dokładniejsze sprecyzowanie celów (przedstawienie wartości procentowych) nie jest na chwilę obecną możliwe. Stanie się to realne dopiero po przeprowadzeniu pierwszej serii badań przewidzianej w kampanii oraz po wyciągnięciu wniosków z uzyskanych wyników. Szczegóły badań opisane w rozdziale 5.2.

4. Identyfikacja i analiza grup docelowych

Poniższa kampania skierowana jest do całej społeczności regionu Bieszczad, w tym zarówno do dzieci, jak i do osób w wieku emerytalnym. Jednakże wśród lokalnej ludności jest możliwe wyodrębnienie kilku grup społecznych, które poprzez swoją specyfikę leżą w obszarze szczególnego zainteresowania. Są to między innymi:

- ✓ Hodowcy zwierząt i właściciele inwentarzy
- ✓ Myśliwi i kłusownicy
- ✓ Osoby poszkodowane przez wilki
- ✓ Młodzież w wieku szkolnym
- ✓ Lokalni dziennikarze
- ✓ Przeciwnicy i zwolennicy odstrzału wilków
- ✓ Władze lokalne, samorządowe i terytorialne
- ✓ Naukowcy z lokalnych ośrodków badawczych

Ze względu na fakt, iż polskie Bieszczady znajdują się na terenach 3 powiatów: bieszczadzkiego, leskiego oraz sanockiego, za lokalną społeczność uważać możemy ludzi zamieszkujących te trzy powiaty. Zanalizowane przeze mnie dane uzyskane z Głównego Urzędu Statystycznego na rok 2005 (szczegółowe dane z roku 2006 powinny pojawić się w drugiej połowie roku bieżącego) mają istotne znaczenie dla fundamentów mojej kampanii. Poniżej przedstawiam statystyczne szczegóły dotyczące najbardziej ogólnej grupy docelowej, czyli całej społeczności bieszczadzkiej.

4.1. Struktura ludności

Na terenie w/w trzech powiatów mieszka w przybliżeniu 143 638 osób (stan na 31.12.06). 60 074 osób żyje w miastach, co stanowi około 42% ogółu. **Zdecydowana większość, czyli ponad 62% (84 828 osób) lokalnej społeczności należy do ludności wiejskiej.** Podział według płci nie odbiega od statystycznej normy (na 100 mężczyzn przypadają 102 kobiety).

Szczególnie istotnym aspektem jest struktura wiekowa, która w tym przypadku jest dość zaskakująca. Prezentuje się ona w następujący sposób:



Zdecydowanie większe wartości reprezentują ludzie młodzi w wieku od 10 do 29 lat. Zauważalna jest także dość niska liczba osób w wieku emerytalnym (powyżej 60 roku życia). Ostatecznie stwierdzić można, iż ludzie młodzi (do 29 lat) stanowią aż 45% ogółu społeczności, podczas gdy ludzie w wieku emerytalnym (powyżej 60 lat) stanowią tylko 15%. Na tej podstawie uznać można, iż **społeczność Bieszczad, w porównaniu do całego polskiego społeczeństwa, jest**

relatywnie młoda.

Godne uwagi jest także pochodzenie ludności. Znaczna część Bieszczadów w latach II wojny światowej należała do Związku Radzieckiego. Przyznano ją Polsce dopiero w 1951 r. Przez kilka powojennych lat Bieszczady były puste, wyludnione i zapomniane. Dopiero w 1951 r. podjęto próbę odbudowy gospodarczej regionu tworząc sieć państwowych gospodarstw rolnych. Na szerszą skalę odbudowa i zagospodarowanie Bieszczadów zostały zapoczątkowane postanowieniami rządu z 1955 i 1959 r. **Oznacza to, iż ludność obecnie zamieszkująca te tereny wcześniej nie miała styczności z problemem wilków. Ma to zdecydowany wpływ na postrzeganie tych zwierząt. Konsekwencją jest także brak chęci do pokojowego współistnienia. Ludność ta przez te 55 lat nie zdołała nauczyć się obcowania z wilkami.**

4.2. Szkolnictwo

Ogółem na terytoriach objętych kampanią poprawy wizerunku wilków istnieje 89 szkół podstawowych, 37 gimnazjów, 2 szkoły zawodowe, 7 ponadpodstawowych zasadniczych, 8 liceów profilowanych, 13 szkół technicznych, 9 liceów ogólnokształcących, 1 szkoła policealna. **Daje to łączną sumę 166 placówek edukacyjnych kształcących najczęściej młodzież w wieku od 7 do 19 lat.** Swoją działalność wykazują także szkoły specjalne oraz szkoły dla dorosłych jednak ze względów formalno-prawnych objęte są one zasadniczo innym programem kształcenia. **Liczba młodzieży w wieku szkolnym stanowi 21% społeczności.**

Ogółem w szkołach znajduje się 1473 komputerów, co oznacza, iż statystycznie na każdą szkołę przypada 8 komputerów. **Stan skomputeryzowania szkół należy określić na bardzo dobry.** Godna uwagi jest także wysoka skolaryzacja przekraczająca 95%.

Na terenie Bieszczad funkcjonuje 19 placówek przedszkolnych, do których uczęszcza 1780 dzieci.

4.3. Kultura

Na terenach objętych kampanią **istnieje 66 bibliotek**, w których zatrudnionych jest około 166 osób. Łączna liczba czytelników tych bibliotek sięga prawie 30 000 a łączna suma wypożyczeń księgozbiorów na zewnątrz to 495 547. Biorąc pod uwagę fakt, iż tereny te nie należą do gęsto zaludnionych liczby te są znaczne. **Na 1000 osób z regionu Bieszczad około 212 jest systematycznymi czytelnikami bibliotek, co stanowi 21% ogółu.** Wszystkie biblioteki prowadzone są przez gminy.

Miejscowa ludność ma do dyspozycji 5 kin (każde posiadające jedną salę kinową), których łączna **suma widzów sięgnęła w 2005 roku 19 662 osób (13% społeczności).** Wyświetlono łącznie 669 seansów. Na niskie zainteresowanie filmami zdecydowany wpływ ma zapewne niewielka ilość kin. Dla ludzi mieszkających na wsi, odległość od miasta jest często barierą nie do pokonania. Kolejną przeszkodą może być także bariera finansowa w postaci wysokich cen biletów.

Ogromnie zaskakująca jest natomiast liczba uczestników imprez kulturalnych i sportowych. **Ogólna liczba uczestników, 225 453 osób, świadczy o tym, iż zdecydowana większość społeczności była wielokrotnym uczestnikiem imprez kulturalno-sportowych.** Duże zainteresowanie wydarzeniami tego typu pobudza do działania zespoły artystyczne, które w roku 2005 wystąpiły w liczbie 57. W analizowanych trzech powiatach istnieje także łącznie 47 kół i klubów zrzeszających 908 osób o różnych zainteresowaniach (w tym np. Koło Naukowe Przyjaciół Bieszczadów). **Wyraźnie daje się zauważyć aktywność społeczna w wydarzeniach publicznych.**

Główny Urząd Statystyczny nie odnotował w 2005 roku żadnych imprez o charakterze scenicznym i wystawienniczym (!). Dość istotną rolę odgrywają także muzea, które pomimo swej niskiej liczby (zaledwie 3) przyjmują około 150 000 zwiedzających rocznie.

Na terenie Bieszczad zdecydowanie dominuje ludność rzymskokatolicka (ponad 95%).

4.4. Dane ekonomiczno-gospodarcze

Powierzchnia użytków rolnych w Bieszczadach wynosi 88 433 hektarów. Dokładnie 24 412 ha (27% ogólnej powierzchni rolnej) zaliczana jest do pastwisk. **Na podstawie tych danych widać, iż pastwiska mają bardzo duży udział w przestrzennym zagospodarowaniu terenu oraz w gospodarce bieszczadzkiej.**

W sektorze rolniczym pracuje 7 428 osób, co stanowi 22% ogólnego sektora ekonomicznego. Szacuje się, iż obecna **stopa bezrobocia w tym regionie to 16,7%**. Wskaźnik ten jest jednym z najwyższych w kraju. **Jeszcze w 2003 roku województwo podkarpackie zaliczane było do najbiedniejszego regionu w całej Unii Europejskiej** (jedynie 33% udziału w przychodzie PKB na jednego mieszkańca UE, dla porównania Londyn – 278%). **Przeciętne wynagrodzenie brutto w sektorze przedsiębiorstw wyniosło tylko 2212,30 zł** (dane na luty 2007). Zdecydowanie przesądza to o niedostatecznych możliwościach finansowych tamtejszej ludności.

4.5. Turystyka

Od roku 2005 szczególnie w okresie jesienno-zimowym obserwuje się zmniejszającą się z roku na rok liczbę turystów. Jest to spowodowane tym, iż zwolennicy białego szaleństwa nie odnajdują w Bieszczadach upragnionych miejsc do zimowych rozrywek. Tendencja ta zachowuje się zwłaszcza w okresie ferii.

W miesiącach letnich region bieszczadzki cieszy się jednak sporym uznaniem. **Wędrujący turyści znajdują ukojenie w spokoju i naturze bieszczadzkiej. Większość z nich traktuje ten region jako swoisty azyl, dzięki któremu osiągają stan wyciszenia.** Nie znajdzie się tam ani jarmarcznych stoisk z pamiątkami (spotkać je można wszędzie indziej), ani przyciągających swymi monumentalnymi budowlami luksusowych hoteli. Na komercję i żądę pieniądza po prostu nie ma tu miejsca

Potwierdzają to dane z Głównego Urzędu Statystycznego. W całym roku 2005 z noclegów w Bieszczadach skorzystało 24 tysiące turystów. W regionie istnieje tylko 8 hoteli (4 dwu- i 4 trzygwiazdkowe). Bieszczady nie dysponują natomiast żadnymi hotelami o podwyższonym standardzie. Istnieje także tylko 7 rejestrowanych pensjonatów 2- i 3-gwiazdkowych. **Szczególnym zainteresowaniem cieszą się domy wycieczkowe, schroniska, pola biwakowe, kempingi oraz ośrodki wczasowe. To tam w roku 2005 udzielono noclegu aż 497 066 razy.** Oznacza to, iż luksusy i przepychy zastępowane są najprostszyimi, najbardziej naturalnymi rozwiązaniami.

Miejscowa ludność przyjmuje turystów także na swym własnym, prywatnym gruncie. Umieszczenie tego faktu w statystykach jest jednak niezmiernie trudne, ponieważ dane te (ze względu na przepisy podatkowe) są celowo utajniane przez użyczających miejsca noclegowe.

UWAGA! Wszystkie powyższe dane wymagają uzupełnienia o informacje pochodzące z pierwszej serii badań socjologicznych przewidzianych w poniższej kampanii. Tylko na podstawie aktualnych i szerokich informacji istnieje możliwość prawidłowego zanalizowania grup docelowych, skoncentrowania się na najpilniejszych kwestiach oraz wypracowania bardziej skutecznych metod działań. Szczegóły badań opisane w rozdziale 5.2.

5. Strategia działania

5.1. Podstawowe założenia strategii

Jednym z podstawowych założeń kampanii jest zaprzestanie korzystania z metod i argumentów niezwykle często spotykanego fanatyzmu ekologicznego. Za fanatyzm ekologiczny uważam radykalną i nieracjonalną ochronę środowiska za pomocą spektakularnych metod, które nie zawsze przynoszą zamierzone rezultaty. Stawianie sprawy na ostrzu noża bardzo często prowadzi do tworzenia się dwóch przeciwnych sobie, radykalnych frontów. Niejednokrotnie powoduje to olbrzymie konflikty społeczne szkodliwe przede wszystkim dla samego obiektu będącego kością niezgody. **Podstawowymi narzędziami rozwiązywania każdego problemu społecznego jest jego obiektywna ocena oraz dokładne zrozumienie.** W żadnym wypadku nie uda się przeprowadzić strategii poprawy wizerunku wilków przy pomocy tradycyjnych sposobów (strajki, manifesty itp.). Negatywne postrzeganie wilków, wywodzi się nie tylko z kultury i procesów wychowawczych, ale także z bajek dla dzieci a nawet z mocno zakorzenionych w mowie potocznej sformułowań i zwrotów. Wilkowi z pewnością więcej zwolenników przysporzy merytoryczna dyskusja, niż fanatyczne okrzyki masowo protestujących ekologów. Założenie to jest fundamentalną częścią całej mojej kampanii polepszenia wizerunku tych drapieżników.

Podjęcie, którym kieruje się kampania poprawy wizerunku wilków, nazwałem **racjonalnym wyważeniem racji.** Miejscowa ludność na podstawie wiarygodnych i obiektywnych informacji musi sama dojść do przekonania, iż pokojowe współistnienie z wilkiem jest bardzo ważne. **Działania kampanii nie powinny służyć przekonywaniu ludzi do słuszności racji ekologicznych, lecz raczej do wywołania ogólnospołecznych refleksji, na podstawie których ludzie sami dojdą do pożądaných przez kampanię wniosków.** Założenia te stosowane są w całej poniższej strategii działania.

Ponieważ negatywne postrzeganie wilków przez społeczeństwo jest wynikiem wieloletnich doświadczeń z tym drapieżnikiem kampania nie może być działaniem krótkotrwałym i jednorazowym. Pojedyncza akcja edukacyjna w żadnym wypadku nie przyniesie pożądaných rezultatów a przynajmniej nie na tak długo, jak byśmy tego chcieli. **Dlatego też poniższa strategia działania opracowana jest na 3 lata. Opiera się ona na wielu dziedzinach życia społecznego miejscowej ludności, na długotrwałym i konsekwentnie przeprowadzanym procesie „zaprzyjaźniania” wilków z miejscową ludnością oraz na drobiazgowym wypracowaniu pewnych więzi emocjonalnych.** Tylko za pomocą długotrwałego oddziaływania na opinię publiczną jesteśmy w stanie przekonać społeczeństwo do trwałego skorygowania błędnej oceny wilków.

5.2. Badania socjologiczne

Pierwszym podstawowym działaniem rozpoczynającym kampanię jest przeprowadzenie badań opinii publicznej. Badania o szerokim zakresie pozwolą ustalić niezbędne szczegóły dotyczące nastawienia ludzi do wilków i przedstawią faktyczny obraz procentowego podziału społeczeństwa w tej problematyce.

Badania przewidują zanalizowanie i zgromadzenie informacji w następujących kwestiach:

- ✓ Nastawienie ludzi do wilków, przyczyny negatywnego postrzegania wilków, poczucie zagrożenia wśród miejscowej ludności, poparcie dla radykalnych rozwiązań,
- ✓ Oczekiwania wobec miejscowych władz w tej tematyce,
- ✓ Zebranie informacji o poszczególnych grupach poszkodowanych przez wilki (hodowcy, właściciele inwentarzy),
- ✓ Zebranie informacji niezbędnych dla „Programu opieki nad poszkodowanymi” (liczba poszkodowanych, wyznaczenie terenów najbardziej zagrożonych i nękanych przez wilki oraz sporządzenie listy gospodarstw, w których występuje problem ataków wilków),

W celu prawidłowego sformułowania pytań, skonstruowania ankiety oraz wyznaczenia odpowiedniej liczby respondentów (koniecznej do uzyskania wiarygodnych wyników) należy zwrócić się o pomoc do socjologów dobrze znających region Bieszczad. Mogliby to być na przykład pracownicy naukowcy z Instytutu Socjologii na Uniwersytecie Warszawskim, którzy od wielu lat aktywnie działają w Bieszczadach (zbudowali m.in. schronisko „Chata Socjologa”).

Przeprowadzającymi takie badania mogliby być na przykład miejscowi ekolodzy lub działacze innych kół i stowarzyszeń zainteresowanych losami wilków i przyrody w ich regionie. Osoby te powinny zostać dobrze poinformowane o tym, w jaki sposób przeprowadzać ankietę. Podczas rozmów z potencjalnymi zwolennikami odstrzeliwania wilków należy przede wszystkim skrupulatnie zapisywać wszystkie uzyskane informacje. Wszelkie próby „edukowania”, czy pouczenia ankietowanych na temat konieczności ochrony wilków mogą zdecydowanie zmniejszyć wiarygodność uzyskiwanych wyników.

Badania miałyby na celu nie tylko przeanalizowanie sytuacji, ale także pełniłyby rolę pierwszej oznaki zainteresowania ze strony tych, którzy starają się dbać zarówno o losy wilków, jak i mieszkańców regionu. **Dokładne wysłuchanie osób najbardziej poszkodowanych pozwoli na wytworzenie wrażenia sprawowania nad nimi opieki.** Jest to z pewnością pierwszy udany krok w kierunku załagodzenia i opanowania tej trudnej sytuacji.

Niezwykle istotna jest także zmiana inicjatora badań. Powinny one odbywać się pod oficjalnym patronatem Ośrodka Badań Naukowych w Ustrzykach Dolnych i służyć także celom naukowym. Lokalne władze również powinny włączyć się do tego projektu. Przeprowadzanie badań pod sztandarem organizacji ekologicznych mogłoby przeszkodzić w uzyskaniu niezbędnych informacji. Ankieterzy mogliby wtedy spodziewać się niemiłego traktowania ze strony zagorzałych przeciwników rozwiązań ekologicznych a nawet mogliby nie zostać wpuszczeni do domów.

Idealnym rozwiązaniem tej sytuacji byłoby wypracowanie wspólnej ankiety wraz z Ośrodkiem Badań w Ustrzykach Dolnych. Dotyczyłaby ona wtedy nie tylko samych wilków, ale także innych zwierząt oraz aspektów przyrodniczych, co z pewnością ułatwiłoby sfinansowanie projektu oraz spowodowałoby wzrost przydatności takiej ankiety pod względem naukowym.

Ankieterzy, którzy w trakcie przeprowadzania ankiety odkryliby, iż osobę ankietowaną można zaliczyć do grupy osób poszkodowanych przez wilki, udzielaliby informacji o nadchodzących pozytywnych zmianach.

W celu kontrolowania prawidłowego przebiegu kampanii badania powinny zostać przeprowadzone trzykrotnie: na samym początku przed rozpoczęciem kampanii edukacyjnej, w trakcie jej trwania oraz po jej zakończeniu. Dwa ostatnie badania miałyby na celu odnotowanie wszystkich zmian w sposobie postrzegania wilków, w gotowości do pokojowego współistnienia z tym zwierzęciem oraz w poparciu radykalnych rozwiązań problemu. To właśnie dzięki tym badaniom uda się odnotować osiągnięcie strategicznego celu.

Wyniki badań są także podstawą do rozpoczęcia „Programu opieki nad osobami poszkodowanymi”.

5.3. Program opieki nad poszkodowanymi

Program opieki nad poszkodowanymi ma na celu sprawowania pieczy nad wszystkimi poszkodowanymi oraz także nad tymi, którzy poprzez pewne uwarunkowania stoją w obliczu szkód i niebezpieczeństwa ze strony wilków. Do programu należałoby także wszyscy hodowcy i właściciele inwentarzy. Uzyskana na podstawie przeprowadzonych wcześniej ankiet lista wszystkich takich osób umożliwi bezpośrednią pomoc i koordynację działań.

Jednym z podstawowych działań programu jest dostarczanie hodowcom niezbędnych instruktaży oraz informacji na temat bezpiecznych i nieszkodliwych sposobów odstraszania wilków. W celu zachęcenia hodowców do stosowania tego typu barier należy maksymalnie ułatwić im to zadanie oraz wskazać płynące z tego korzyści. Odpowiednio przygotowane instrukcje, wraz z dokładnymi szczegółowymi zdjęciami oraz z przykładami najczęściej popełnianych błędów z pewnością zwiększą jakość i ilość stosowanych metod ochrony inwentarzy. W tego typu książeczkach zamieszczone byłyby także informacje o tym, w jaki sposób

nie przyciągać wilków do swoich gospodarstw (np. nie wynosić resztek zwierząt domowych do pobliskich lasów).

W instruktażach tych zamieszczono by także informacje o przebiegu procesu uzyskiwania odszkodowania za poniesione straty. Podanie numeru telefonu, pod który osoby poszkodowane mogłyby się zgłaszać stanowiłoby ogromne ułatwienie. W tym wypadku jest to numer telefonu Komendanta Straży Łowieckiej w Krośnie. Istotne jest także opisanie prawidłowego sposobu zabezpieczania zagryzionych zwierząt. Hodowcy powinni także być przyzwyczajani do tego, iż w przypadku zagryzienia przez wilki niechronionej niczym owcy oni sami ponoszą część odpowiedzialności.

W książeczkach instruktażowo-doradczych przedstawiono by także zarys problemu wilków. Nie mogą być to jednak informacje, które mogłyby być posądzone o stronniczość. W takim wypadku broszury te bardzo szybko mogłyby wylądować w koszu na śmieci. Nie należy także odwoływać się do haseł o wyjątkowo ekologicznym wydźwięku np.: „Chroń przyrodę” „Dbaj o ginące gatunki”. Tego rodzaju postulaty błyskawicznie zaliczane są do „nieracjonalnych haseł organizacji ekologicznych”. Podstawową zasadą, którą należy się w tym przypadku kierować jest opisywane w założeniach strategii racjonalne wyważenie racji. Dobierając fakty i naukowe dowody oraz uwzględniając problemy miejscowych hodowców należy stworzyć tekst, po którego przeczytaniu czytelnicy zostaną pozostawieni z obiektywnym, szerokim i przede wszystkim prawdziwym obrazem problemu. Zdadzą sobie sprawę w sytuacji, w jakiej się znajdują i sami dokonają prawidłowej korekty w swoim nastawieniu do wilków przeświadczeni o jej słuszności.

Należy mieć pewność, iż dostarczone instruktaże trafiają do właściwych rąk. Najlepiej, gdy zostaną doręczone przez kurierów. Książeczki te zawierałyby także informacje o wcześniej przygotowanej stronie internetowej o łatwo zapamiętywanym adresie (np. www.wilki.pl) na której hodowcy mogliby odnaleźć wszelkie potrzebne im informacje.

Kolejnym punktem programu jest wyposażanie hodowców w niezbędne rzeczy służące do ochrony inwentarzy. Na podstawie raportu dla Ministerstwa Środowiska sporządzonego między innymi przez Henryka Okarmę i Wojciecha Śmietanę za najlepsze sposoby uchodzą fladry, pastuchy elektryczne oraz pasterskie psy stróżujące. Podarowanie niezbędnych rzeczy do stworzenia barier ochronnych przyczyni się do większej częstotliwości ich stosowania a także do większej skuteczności ich działania, ponieważ zwiększy się także ich jakość.

Ważnym elementem jest współpraca hodowców z badaczami z Instytutów Naukowych. Należy poinformować farmerów, iż przekazywanie niezbędnych informacji dotyczących wniosków z obserwacji wilków lub innych zwierząt pomaga w rozbudowaniu wiedzy na temat środowiska naturalnego regionu. Pierwszym etapem tej współpracy byłoby zorganizowanie spotkania przedstawicieli tych dwóch grup.

W celu dopracowania szczegółów programu należy nawiązać kontakt z lokalnymi władzami oraz przedstawicielami wszystkich zainteresowanych tematem grup społecznych. Wypracowanie wspólnego działania na rzecz opieki nad osobami poszkodowanymi powinno zmierzać w kierunku przyspieszenia procedur wypłaty odszkodowań.

Zadbanie o realizację wszystkich punktów programu pozbawi zwolenników odstrzału wilków argumentu, iż to oni ponoszą straty a nikt inny nie interesuje się ich trudną sytuacją. Będzie to także świetna okazja do tego by poinformować lokalną prasę, iż obecne działania odbywają się przede wszystkim z myślą o lokalnej ludności.

5.4. Współpraca z lokalnymi mediami

Kontakt z miejscowymi mediami to jeden z priorytetowych punktów kampanii. To właśnie media żądne krwi i sensacji podsycają opinie publiczną oraz utwierdzają w negatywnych przekonaniach na temat wilków. Pomimo ich złego nastawienia należy pamiętać, iż to do nich skierowane będą informacje o organizowanych programach edukacyjnych, czy innych wydarzeniach przewidzianych w kampanii.

Pierwszym działaniem jest wyznaczenie osób odpowiedzialnych za kontakt z mediami. Osoby te powinny być bardzo dobrze poinformowane w sytuacji wilków i powinny

posiadać umiejętności pisania notatek prasowych. To one właśnie stanowią główne źródło informacji dla mediów oraz pełnią mają funkcję podobną do „**rzecznika prasowego wilków**”. Niezwykle ważne jest by osoby odpowiedzialne za przepływ informacji do mediów pozostawały w stałym kontakcie z Komendantem Straży Łowieckiej w Krośnie, ponieważ to właśnie tam zgłaszane są szkody wyrządzone przez wilki. Informacje zdobyte tą drogą należy zweryfikować, opisać oraz wysłać do lokalnych mediów. W czynnościach tych szczególną uwagę należy zwrócić na to, by przekaz był obiektywny i bezstronny. Podstawowym celem jest wywołanie w czytelnikach wrażenia, iż ważąc wszystkie argumenty za i przeciw wilki mimo wszystko należy chronić.

Kolejnym punktem jest uruchomienie monitoringu mediów. Może on być prowadzony zarówno przez zajmujące się tą dziedziną lokalne firmy, jak i przez osoby odpowiedzialne za kontakt z mediami. Odnotowywane powinny być wszelkie wzmianki o wilkach, ich problematyce oraz stosunku do tych drapieżników. Ważne jest także sklasyfikowanie odnalezionych materiałów prasowych na pozytywne, neutralne i negatywne. Na podstawie uzyskanych wyników możliwe będzie odnotowanie postępów i zmian w nastawieniu prasy do tematu oraz w przekazie informacyjnym do miejscowej ludności.

Kampania zakłada sporządzenie listy dziennikarzy zajmujących się problematyką wilków, dotarcie do nich (najlepiej drogą telefoniczną) i poinformowanie o nadchodzących zmianach. Pożądanym rezultatem w tej kwestii jest **przywyczenie dziennikarzy do otrzymywania gotowych informacji** związanych z wilkami. Dlatego też podstawą jest **informowanie ich na bieżąco o wszystkich zajściach związanych z wilkami** i dbanie o to by informacje, które do nich docierają były obiektywne i prawdziwe.

Poprzez podsyłanie gotowych materiałów nadających się do zamieszczenia w prasie, radiu, czy telewizji osoby odpowiedzialne za kontakt zdobędą zaufanie środowiska medialnego. Należy pamiętać, iż w przypadku lokalnych bieszczadzkich mediów miejscowi dziennikarze rzadko mają do czynienia z pracownikami działów PR zwłaszcza w tematach społecznych. Dzięki temu każdy nowy kontakt, który może ułatwić im życie jest dla nich wyjątkowo cenny. Przywyczenie ich do zamieszczania zredagowanych informacji o wilkach nie powinno zatem sprawiać kłopotu.

Zdobyte kontakty pomogą w przygotowaniu na łamach lokalnych mediów debaty na temat wilków, w której braliby udział przedstawiciele wszystkich zainteresowanych grup społecznych. Debata ta prowadzona pod przewodnictwem fundacji WWF zapoczątkowałaby ogólnospołeczną dyskusję na temat potrzeby wypracowania pokojowego współistnienia z wilkiem. W celu dobrego przygotowania się do tej konferencji należy opracować odpowiedzi na najtrudniejsze pytania dotyczące wilków. Do debaty powinni zostać zaproszeni przedstawiciele: władz lokalnych, autorytetów naukowych (np. Henryk Okarma lub naukowcy z Instytutu w Ustrzykach Dolnych), ekologów, myśliwych, leśników, hodowców i właścicieli inwentarzy. **Na konferencji rozdano by także materiały dla prasy opisujące wedle zasady „racjonalnego wyważania racji” problematykę wilków.**

5.5. Edukacja młodzieży szkolnej

W założeniach kampanii dotarcie do młodzieży w wieku szkolnym (stanowiącej 21% ogółu społeczności regionu) odbywa się poprzez kadre nauczycielską. Pierwszym etapem jest **zorganizowanie szkolenia dla nauczycieli biologii i ochrony środowiska ze wszystkich placówek szkolnych w regionie.** Szkolenie to bezpłatne dla uczestników odbyłoby się w okresie wiosenno-letnim lub wczesnojesiennym. Konieczna jest bowiem ku temu sprzyjająca aura. Szkolenie posiadałoby formę luźnych warsztatów przyrodniczych i odbywałoby się na zewnątrz w ogrodzie lub innym miejscu na świeżym powietrzu. Konieczny jest zwrot kosztów podróży dla wszystkich uczestników lub zadbanie o jeden transport dla całej grupy. W celu zapewnienia wysokiej frekwencji należy dotrzeć do uczestników listownie najlepiej wysyłając zaproszenia do samych szkół. Szkolenie to powinno być wsparte także innymi atrakcjami takimi jak: wspólny grill, występy miejscowych kabaretów, koncert lokalnych zespołów muzycznych. Dzięki temu uczestnicy wyrażą swoją chęć udziału. Byłaby to dla nich także szansa na darmowe dokończenie się z dziedziny ich interesującej.

Na szkoleniu przedstawiono by problematykę wilków oraz metody rozwiązywania trudnych sytuacji tego problemu. Celem szkolenia jest zachęcenie jego uczestników do przeprowadzenia dla młodzieży szkolnej (niemalże analogicznej do szkolenia) lekcji dotyczących wilków w ramach zajęć szkolnych. Obejmowałyby to także pomoc instruktazową, doradczą i dydaktyczną udzieloną na szkoleniu. Szczególny nacisk położony byłby na przedstawienie konieczności pokojowego współistnienia z wilkiem, propagowanie metod odstraszenia wilków i ochrony inwentarzy, wyjaśnienie przyczyn polowań wilków oraz ich ataków na zwierzęta hodowlane oraz wyjaśnienie przyczyn ich konfliktów ze społeczeństwem. Przedstawiono by także racjonalne i obiektywne informacje stanowiące odpowiedzi na najtrudniejsze pytania dotyczące tej problematyki, które mogłyby zostać postawione przez młodzież. Istotne jest by nauczyciele czuli się pewni w tej dziedzinie. Na szkoleniu rozdane byłyby materiały pomocne w przeprowadzeniu zajęć szkolnych, takie jak: kasety wideo z przyrodniczymi filmami o wilkach, broszury informacyjne, książeczka z przykładowymi propozycjami przeprowadzenia ciekawych zajęć w tej tematyce. Nawiązanie kontaktu z nauczycielami oraz podtrzymywanie z nimi dobrych relacji pomogłoby przy organizacji kolejnego przedsięwzięcia, jakim jest konkurs dla młodzieży szkolnej.

Zorganizowanie dla młodzieży szkolnej corocznego konkursu wiedzy o wilkach, ich ochrony i roli w przyrodzie wzbudzi żywe zainteresowanie problematyką tych drapieżników. By maksymalnie zwiększyć popularność konkursu zaplanowano, iż odbędzie się on dwutorowo: dla zawodników indywidualnych oraz dla drużyn. Eliminacje do konkursu odbywałyby się w każdej szkole a w ich przygotowaniu pomogliby nauczyciele. Młodzież miałaby określony czas na przygotowanie się i powiększenie swojej wiedzy na temat wilków. Spis materiałów do konkursu udostępniłby organizatorzy. Należy mieć pewność, iż treść materiałów jest zgodna z myślą kampanii. Główną nagrodą w konkursie mógłby być miesięczny staż wakacyjny w Fundacji WWF. Dla młodzieży pochodzącej z regionu, w którym ciężko o jakąkolwiek pracę, byłaby to szansa na rozwój i zdobycie doświadczenia. Ponadto przewidywane są także nagrody ufundowane przez sponsorów. W jury finału konkursu zasiadałyby autorytety tej dziedziny np.: prof. dr hab. Henryk Okarma, dr Sabina Nowak, dr Wojciech Śmietana, mgr inż Robert Mysłajek.

Odpowiednio zmotywowana młodzież poprzez konkurs stałaby się nie tylko jego uczestnikami, ale także propagatorami wiedzy na temat wilków i ich ochrony. Finał konkursu odbywałby się przy udziale mediów lokalnych, co pomogłoby powiązać wilki z pozytywnym wydźwiękiem tego wydarzenia.

5.6., „Wilki wskażą Ci drogę”

W celu wdrożenia wilka jako jednego z charakterystycznych aspektów regionu Bieszczad kampania przewiduje **umieszczenie na szczytach gór oraz w strategicznie ważnych dla wędrowców miejscach, takich jak punkty informacyjne o szlakach lub schroniska, drewnianych posągów wilków.** Figurki te o rzeczywistej, naturalnej wielkości z powodzeniem wtopiłyby się w krajobraz bieszczadzki oraz pełniłyby rolę elementu dekoracyjnego. Posągi te stanowiłyby także punkty informacyjne dla turystów. **Wilki swoją postawą wskazywałyby turystom kierunek, w którym należy podążać.** Dobrym pomysłem byłoby stworzenie dwóch rodzajów figurek. Wilk uchwycony w ruchu, podążający w jakimś kierunku oraz wilk wyjący w pozycji siedzącej z łbem uniesionym ku niebu. Pierwszy rodzaj figurki umieszczany byłby na szlaku i swoją postawą wywoływałby skojarzenia związane z dążeniem do celu. Drugi natomiast oznaczałby już dotarcie do celu i zamieszczany byłby tylko na szczytach gór. **W ten sposób wilk kojarzony byłby zarówno z celem, jak i informacją, iż turysta wędruje w dobrym kierunku.** Spowodowałyby to pozytywne kojarzenie postaci wilka. Dla zmęczonego turysty natomiast niezwykle ulgą byłoby ujście na szczycie długo wypatrywanej siedzącej postaci wilka – „Wreszcie dotarłem do celu”.

Dla turystów byłaby to okazja do zrobienia sobie krótkiej przerwy w wędrowce, sfotografowania się na tle wilka i przy okazji zapoznania się z informacjami zamieszczonymi na tabliczkach informacyjnych. Zapewne w niedługim czasie po umieszczeniu posągów na szczytach gór pojawią się widokówki zawierające postać wilka na tle krajobrazu bieszczadzkiego.

Atrakcyjność takiego posągu jest niezaprzeczalna. W ten sposób wilk powoli wprowadzony zostanie jako jeden z elementów promocji regionu Bieszczad. Ludzie zaczną dostrzegać wymierne korzyści z istnienia tych drapieżników.

Zamieszczenie posągów informujących turystów o szlakach pomogłoby także wprowadzić do języka potocznego miejscowej ludności sformułowania podobne do: „Podążaj za wilkiem”, „Wilki wskaże Ci drogę” lub „Gdy ujrzysz wyjącego wilka jesteś u celu”, co zmieniłoby emocjonalne nastawienie do tego zwierzęcia.

Umieszczenie takich „wilczych oznakowań” odbyłoby się także na mapach turystycznych. Należy dążyć do tego by przy posągach stworzone zostały punkty informacyjne dla turystów opisujące szlaki i inne bieszczadzkie atrakcje przyrodnicze, w tym oczywiście wilki. Znaczek wilka na mapie (de facto oznakowanie posągu wilka na trasie) stanowiłby tymczasowy cel dla turysty, który zdobywałby szczyt pewnymi etapami. **W ten sposób powstawałyby swoiste „wilcze szlaki”.**

5.7. Dzień ochrony inwentarza

Kampania zakłada wdrożenie do ramowego programu wydarzeń regionalnych imprezy pt. „Nie wywołuj wilka z lasu”, czyli corocznego dnia ochrony inwentarza. W tym dniu (przewidywanym na okres letni) instruowano by wszystkich zainteresowanych, w jaki sposób zabezpieczać zwierzęta hodowlane przed wilkami, jakich błędów unikać oraz jak bezpiecznie odstraszać wilki. Byłaby to także okazja do corocznego utwierdzania ludzi w przekonaniu, iż „nie taki wilk straszny jak go malują” a także do wywoływania debaty na łamach prasy. **Rozwiązanie to pomogłoby utrwalić opinii publicznej racjonalne podejście do wilków oraz podkreślałoby konieczność pokojowego współistnienia z tym drapieżnikiem.**

W przygotowaniach tej imprezy uczestniczyłyby wszystkie zainteresowane grupy społeczne (np. miejscowi ekolodzy lub miłośnicy przyrody). Głównym koordynatorem działań byłaby oczywiście Fundacja WWF. Ze względu na ogromne zainteresowanie miejscowej ludności imprezami publicznymi należy spodziewać się dużej ilości osób. Ta impreza plenerowa powinna odbyć się na polu lub w parku, tak by było dużo miejsca do rozstawienia atrakcji dla uczestników. Należy wziąć pod uwagę, iż z atrakcji będą miały ochotę korzystać także i dzieci.

Dodatkowym wsparciem przy tej okazji byłaby wizytacja Ministra Ochrony Środowiska oraz innych autorytetów tej dziedziny. Znane osobistości brałyby udział w corocznej debacie poświęconej problematyce wilków. **Zaproszeni byłiby także przedstawiciele naukowców ze Szwecji, których pozytywne doświadczenia z wilkiem mogłyby okazać się przydatne.**

W ramach tego dnia kampania przewiduje zorganizowanie koncertu zespołów metaforycznie powiązanych z wilkami. Przykładowymi zespołami/wykonawcami mogłyby być: Mezo & Kasia Wilk (wiek słuchaczy: 15-25 lat), „Wilki” (20-40 lat) oraz (ze względu na jedyną piosenkę w polskiej kulturze muzycznej zawierającą pozytywny motyw wilków pt. „Obława”) wykonawca piosenek Jacka Karczmarskiego (20-50 lat). **Gwiazdy poproszone zostałyby o nawiązywanie podczas przerw między piosenkami do tematyki wilków oraz o nakłanianie do pokojowego współistnienia z wilkiem.**

5.8. Współpraca z biurami turystycznymi

Kampania przewiduje dotarcie do miejscowych biur turystycznych i przedstawienie pomysłu, który mogliby wdrożyć do swoich ofert. **„Wycieczki wilkoznawcze” polegałyby na wędrowaniu po górach śladami wilków** wraz z przewodnikiem, który w sposób rzetelny po drodze informowałby o najciekawszych rzeczach związanych z tymi drapieżnikami. W celu zorganizowania kompetentnej kadry należy przeprowadzić profesjonalne szkolenie z zakresu problematyki wilków dla przewodników.

Wycieczki odbywałyby się po wcześniej przygotowanych „wilczych szlakach”, wzdłuż wilczych punktów informacyjnych. Tego typu atrakcja z pewnością przyciągnie turystów, którzy chcą dowiedzieć się czegoś więcej na temat bieszczadzskich drapieżników.

5.9. Schronisko „Wilczówka”

Kolejną atrakcją przyciągającą turystów byłoby wyremontowanie istniejącego, bądź przeprojektowanie obecnie powstającego schroniska na „wilczy styl”. Tak zwana „Wilczówka” przyciągałaby zainteresowanie wystrojem swych wnętrz. Figurki wilków, kły, wilcze skóry i trofea myśliwskie (oczywiście sztuczne!) tworzyłyby unikatową atmosferę takiego miejsca. **W budowę i udekorowanie takiego miejsca należałoby włączyć miejscową ludność.** Poczucie, iż to oni sami (nie ekolodzy) tworzą nową atrakcję przyciągającą więcej turystów za pomocą motywu wilka pozwoli na zmianę nastawienia emocjonalnego do tego zwierzęcia. Miejscowa ludność łatwiej dostrzeże wtedy wymierne korzyści.

5.10. Portal wiedzy o wilkach

Stworzenie strony internetowej o łatwym do zapamiętania adresie (np. www.wilki.pl) pomoże w wypracowaniu chęci pokojowego współistnienia z wilkiem. Stworzenie oficjalnej, poważnej strony internetowej o wilkach, na której zamieszczane byłyby wszystkie informacje związane z tym tematem zdecydowanie ułatwi dostęp do informacji o tych drapieżnikach. Z portalu mogliby korzystać także i hodowcy, ponieważ zamieszczono by tam informacje z „Programu opieki nad poszkodowanymi”. Każdy, kto chciałby dowiedzieć się, jakie są korzyści z egzystencji wilków w Bieszczadach nie miałby problemu z dostępem do odpowiedzi na to pytanie.

O pomoc w tworzeniu serwisu powinno zwrócić się do miejscowej ludności poprzez media. Adres strony prezentowany byłby na wszystkich ulotkach i broszurach informacyjnych o wilkach. Strona internetowa wspierałaby wszystkie akcje i organizowane wydarzenia przewidziane w kampanii.

5.11. Edukacja przedszkolaków

Edukowanie najmłodszych mieszkańców traktować należy jak inwestycję. Dotarcie do bieszczadzkich przedszkoli powinno zostać poprzedzone odpowiednimi przygotowaniem. **Kampania zakłada rozdanie przedszkolakom maskotek wilków oraz opowiedzenie im „Bajki o bohaterskim wilku” (w załączniku), jako alternatywy dla „Bajki o Czerwonym Kapturku”, która w sposób negatywny przedstawia wilka.** Niezbędna jest także rozmowa z dziećmi na temat tego, w jaki sposób zachować się w sytuacji, gdy spotka się wilka. Dzieci powinny czuć przed wilkiem respekt, ale nie paniczny strach. Powinny wiedzieć, iż wilk to zwierzę mogące im wyrządzić krzywdę. Należy jednak zwrócić ich uwagę na konieczność dbania o dziką przyrodę i na to, iż powinniśmy z wilkiem nauczyć się żyć w pokoju. Zajęcia z dziećmi powinny przeprowadzać osoby z wykształceniem pedagogicznym. Kampania przewiduje także dostarczenie rodzicom dzieci listu informującego o tym, iż dzieciom zostały przedstawione zasady bezpiecznego obcowania z przyrodą. Zwiększy to zarówno bezpieczeństwo dzieci, jak i komfort psychiczny rodziców.

5.12. Wystawa fotograficzna

Ponieważ w regionie Bieszczad do tej pory nie prowadzono żadnych imprez o charakterze wystawienniczym kampania przewiduje zorganizowanie wystawy fotograficznej dotyczącej wilków. Projekt ten zrealizowany zostałby poprzez nawiązanie kontaktów ze znanymi fotografami dzikich zwierząt, takich jak Tadeusz Budziński. Ich albumu wielokrotnie nagradzane stanowiłyby atrakcję dla miejscowej ludności. Pozwoliłoby to także lokalnej społeczności lepiej przyjrzeć się postaciom wilków, a co za tym idzie w pewnym stopniu oswoić się z ich wyglądem. **Badania dowodzą, iż najczęściej boimy się tego, czego nie widzimy. Wystawa fotograficzna pomogłaby przełamać irracjonalny strach przed wilkami.**

5.13. Wilk jako element promocji regionu

Wdrożenie motywu wilków do urzędowych strategii promocji regionu jest istotnym punktem kampanii. Należy zadbać o to, by we wszystkich serwisach, broszurach i ulotkach promujących region Bieszczadów znalazły się informacje o wilkach i ich niepodważalnym znaczeniu dla środowiska naturalnego. Istotne jest także **przekonanie władz lokalnych do oficjalnego wspierania inicjatyw na rzecz pokojowego współistnienia z wilkiem**. Wypracowanie dobrej relacji z działaczami społecznymi ułatwi pozyskiwanie sponsorów oraz innych dotacji z budżetów samorządowych. **Ważne jest by kampania nie stanowiła narzędzia politycznego żadnych z sił politycznych**. Zainteresowanie problemem wilków powinno mieć miejsce zarówno ze strony rządzących, jak i sił opozycyjnych.

5.14. Akcja informacyjna

Akcja informacyjna o szerokim zakresie opiera się przede wszystkim na zasadzie „racjonalnego wyważania racji”. Wspólne działanie wraz z lokalnymi grupami ekologów oraz przekonanie ich do zmiany swojego postępowania z fanatycznego na racjonalny jest pierwszym krokiem do opracowania kampanii informacyjnej. Akcja informacyjna wymaga udziału dużej grupy osób. Dlatego też warto nawiązywać w tej kwestii kontakty z innymi kołami, organizacjami czy stowarzyszeniami. **Należy pamiętać, iż celem akcji informacyjnej jest przede wszystkim dostarczanie ludziom informacji na temat problematyki wilków, na podstawie których adresaci akcji sami dojdą do pożądaných przez kampanię wniosków**. Akcja informacyjna przewiduje zamieszczenie tablic informacyjnych (lub plakatów) o wilkach w miejscach publicznych (przystanki autobusowe, bary, sklepy, puby) a także docieranie do adresatów metodą bezpośrednią (rozdawanie ulotek i broszur informacyjnych oraz wysyłanie e-maili). Na ulicach miast ulotki rozdawaliby ochotnicy przebrani za wilki. **Z materiałami należy dotrzeć także do wszystkich bibliotek w regionie Bieszczad**. Ulotki i broszury informacyjne rozdawane wraz z wypożyczanymi książkami przez pracowników bibliotek zwiększą zasięg akcji. Wyprodukowanie krótkiego filmu związanego z problematyką wilków oraz zadbanie o to, by wyświetlany był on przed każdym seansem we wszystkich kinach w regionie Bieszczad, byłoby dodatkowym wsparciem. Ani broszury, ani filmy nie nawoływałyby do ochrony wilków dosłownie, lecz podświadomie – wynikałoby to z racjonalnego wyważania argumentów „za i przeciw” pokojowemu współistnieniu z wilkiem. **Dobrym pomysłem byłoby także przedstawienie sytuacji w Szwecji, w której to udało się wypracować dobre warunki pokojowego współistnienia z wilkiem**.

5.15. Sytuacje kryzysowe

Istnieje ryzyko, iż podczas przeprowadzania kampanii wydarzy się coś wyjątkowo szkodliwego dla wizerunku wilków. Takimi zdarzeniami mógłby być na przykład bezpośredni atak wilka na człowieka lub wyrządzenie innych poważnych szkód materialnych. W takich sytuacjach należy działać bardzo szybko. Część miejscowej społeczności domagać się będzie zapewne odstrzału wilków. Podstawową zasadą, jaką powinno się kierować w takiej sytuacji jest zrozumienie osób poszkodowanych oraz poparcie ich dążeń do eliminacji zagrożenia. Zapewnienie bezpieczeństwa lokalnej ludności stanowić powinno priorytetowy punkt wszelkich działań. **Jeśli jakiś wilk uznawany jest za wyjątkowo niebezpieczny okaz atakujący ludzi (i są na to niezbité dowody) należy jak najszybciej oficjalnie, w imieniu Fundacji WWF i organizacji ekologicznych, zwrócić się do władz z prośbą o odstrzelenie tego osobnika**. Eliminacja jednego zwierzęcia w żadnym stopniu nie zagrozi populacji wilka (potwierdzają to badania naukowe) a działanie tego rodzaju zwiększy nie tylko bezpieczeństwo miejscowej ludności, ale także zaufanie do przedstawicieli grup ekologicznych. Pokojowe współistnienie z wilkiem musi przewidywać możliwości obrony koniecznej przed wyjątkowo agresywnymi osobnikami.

Za sytuację kryzysową należy uznać także fakt nieuzasadnionego wydania pozwolenia przez władze na odstrzał pewnej ilości wilków. Wydanie zezwolenia zazwyczaj jest rzeczą

nieodwracalną. Środowisko ekologiczne powinno wtedy przedstawić swoje głębokie zaniepokojenie sytuacją oraz wyrazić nadzieję, iż brak pożądaných skutków tej decyzji utwierdzi władze w przekonaniu o braku skuteczności tej metody kontrolowania wilków. Fakt odstrzelenia kilku sztuk wilków powinien zostać jak najlepiej nagłośniony. Dzięki temu przy następnych tego typu wydarzeniach będzie można użyć argumentu, iż odstrzał wilków był już prowadzony i nie przyniósł rozwiązania problemu.

Przeciwdziałać należy także i plotkom. Jeśli w jakiś sposób rozprzestrzeniona zostanie informacja o zaatakowaniu człowieka przez wilka a fakt nie odnajduje potwierdzeń należy kategorycznie zdementować pogłoski. **Dobłą metodą może być wyznaczenie wysokiej nagrody pieniężnej dla każdego, kto udowodni, iż takie zdarzenie faktycznie miało miejsce.** Taka informacja spowoduje błyskawiczną korektę wśród opinii publicznej.

Załącznik

BAJKA O BOHATERSKIM WILKU

autor: Małgorzata Białas (tekst zaczerpnięty ze strony internetowej www.wilk.pentex.pl)

Wilk czuł się bardzo samotny: dokuczał mu brak przyjaciół. Co prawda wszystkie zwierzęta były jego znajomi, ale żadnego nie mógł nazwać swoim przyjacielem. Ilekroć chciał się do któregoś zbliżyć, zwierzę uciekało w popłochu. Gdy próbował powiedzieć: „dzień dobry” zającowi czy wiewiórcze, one udawały, że go nie słyszą. Zawsze tylko mruczały: „że bardzo im się spieszy” i czym prędzej znikwały w krzakach. Wszystkie małe i duże omijały go z daleka. Bały się go jak ognia i wołały go nie spotykać na swojej drodze.

Wilk czuł się coraz bardziej samotny. Jedyńm zwierzęciem, z którym się spotykał i rozmawiał był sprytny lis. Jednak lis w oczach wilka nie uchodził za dobrego przyjaciela. Wilk wiedział, że jest bardzo przebiegły i sprytny. Nie mając jednak innych przyjaciół, nie gardził jego towarzystwem.

Pewnego dnia wilk i lis bawili się w chowanego. Najpierw ukrył się wilk. Lis bez trudu go znalazł. Potem schował się lis. Czekał i czekał w swej kryjówce. W końcu zniecierpliwiony wyszedł z ukrycia i zaczął krzyczeć. Wilk nie odpowiadał. Zaniepokojony lis wyruszył na poszukiwania. Znalazł wilka siedzącego na pniu.

- Co się stało? - zapytał lis.

- Jestem zmęczony - warknął cichutko wilk.

- Nie wygłupiaj się - zawołał lis - dopiero zaczęliśmy zabawę. - A może jesteś chory?

- Nie, nie jestem. Ale czuję się samotny i opuszczony. Nie mam nikogo bliskiego.

- A ja? - spytał lis.

- Oprócz ciebie, nie mam nikogo. Bawię się tylko z tobą, a chciałbym mieć wielu przyjaciół. W lesie nikt mnie nie lubi.

- Masz rację - odpowiedział lis. A po chwili namysłu zaproponował wilkowi, żeby poszukał znajomych na wsi w gospodarstwie.

Dodał, że mieszka tam wiele zwierząt, które na pewno się z nim zaprzyjaźnią, a on sam ma tam kilka znajomych kokoszek, które chętnie pozna z wilkiem...

Następnego dnia wilk spakował więc swoje manatki i wyruszył na wieś. Po długim marszu dotarł do gospodarstwa. Kiedy wszedł na podwórko, nie było tam żadnych zwierząt. Zajrzał do pierwszego brzegu budynku, niewielkiej owczarni. Wewnątrz spokojnie skubało sobie siano młode jagnię. Kiedy jednak zobaczyło w drzwiach wilka, zabuczało z całych sił: „ratunku, na pomoc!”. Wilk jednak tym powitaniem nie zraził się. Zajrzał do kolejnego pomieszczenia. Ale i tutaj powitało go przeraźliwe beczenie. Koza podniosła alarm na całe podwórko.

- O tym, że na podwórku jest wilk wiedziały już chyba wszystkie zwierzęta. Kozy beczwały, kaczki kwakały, koty miauczały, a gęsi gęgały. Zdziwiony wilk usiadł na środku podwórza. Pograżony w myślach, nie zauważył, kiedy podeszło do niego kilka ciekawskich kur. Gdakały, gdakały i dziwiły się. Zaczęły wypytywać go, dlaczego jest taki smutny i czy kogoś szuka? Wilk odparł, że szuka tylko przyjaciela. Lis mu mówił, że tutaj znajdzie go na pewno. Kury, słysząc imię lisa, zaczęły nerwowo dreptać. Wilk zajęty rozmową z kurami nie przeczuwał niczego złego. Tymczasem sprytny lis zakradł się do kurnika i ukradł białą kokoszkę. Chwyił ją za szyję i zaczął pomykać w stronę lasu. W porę zauważył go jednak wilk i udał się w pościg. Złapał lisa, odebrał mu kurę i wrócił do gospodarstwa.

Zrozumiał, że chytrus wykorzystał jego naiwność. Wiedział, że zwierzęta będą uważały go za współnika i będzie musiał opuścić ich towarzystwo. W jego ślepiach pojawiły się łzy. Zdobył się jednak na odwagę i powiedział: „wybaczcie mi, ja o niczym nie wiedziałem. Chciałem tylko znaleźć przyjaciół. Miałem nadzieję, że wy nimi będziecie, ale w takiej sytuacji nie mam żadnych szans”. Rozpacz jego była tak wielka, że zwierzęta zaczęły go żałować. Podeszedł do niego pies i poklepał go po grzbiecie. Rzekł: „Dla nas nie jesteś wrogiem. To ty uwolniłeś porwaną przez lisa kurę i nabrałeś się na jego przyjaźń. Prosimy cię abyś został i zamieszkał z nami. Jeśli chcesz możesz razem ze mną pilnować obejścia”. To nowe zajęcie bardzo się wilkowi spodobało.