

ZGWOPR.EU

KRUCHEZYCIE.PL



# KRUCHEZYCIE.PL

## KAMPANIA SPOŁECZNA

# INFORMATOR

WODNE OCHOTNICZE POGOTOWIE RATUNKOWE

---

### Cel:

Projekt „Krucze życie” to ważna inicjatywa mająca na celu zwrócenie uwagi na niebezpieczeństwo związane z wypadkami na „dzikich” lodowiskach. Poprzez naszą kampanię chcemy nie tylko edukować, ale także wzbudzać głębokie emocje, które sprawią, że społeczeństwo zastanowi się nad powagą tej sytuacji.



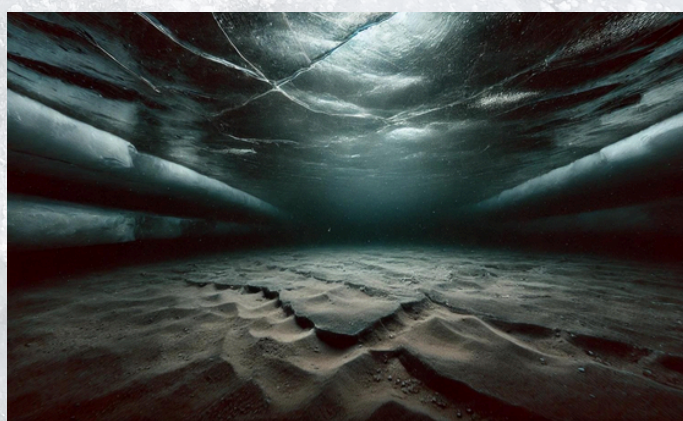
## OPIS PROJEKTU

"Krucze życie" jest kampanią społeczną skoncentrowaną na opowiedzeniu autentycznych, bolesnych historii rodzin, które straciły dzieci w wyniku wypadków na zamarzniętych, niebezpiecznych akwenach wodnych. Naszym celem jest wywołanie refleksji, uświadomienie ryzyka i zmniejszenie liczby tragedii poprzez skłonienie widzów do przemyśleń nad bezpieczeństwem swoich dzieci w okresie zimowym.



**LÓD JEST KRUCHY  
ŻYCIE RÓWNIEŻ**

[kruczezycie.pl](http://kruczezycie.pl)



[KRUCHEZYCIE.PL](http://KRUCHEZYCIE.PL)

**Historie które NIE  
mogą się powtórzyć**



## OBECNI PARTNERZY

### HONOROWY PATRONAT



Minister  
Edukacji

### PARTNERZY



### PATRONAT MEDIALNY



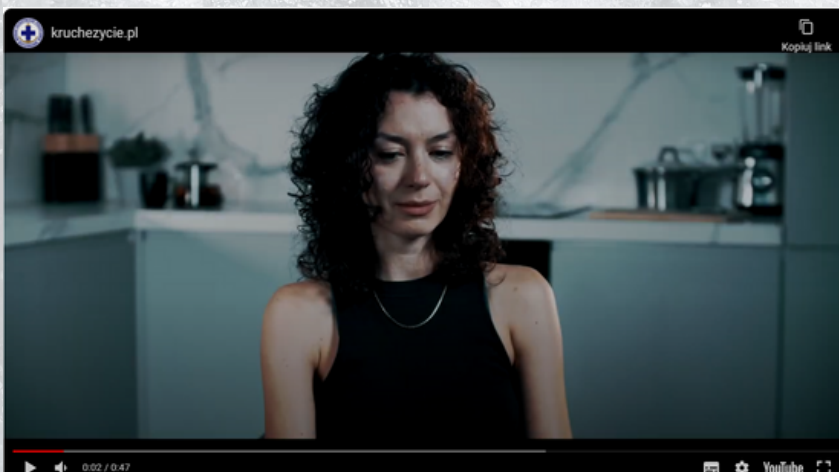
# FORMA PRZEKAZU:

Projekt obejmuje **trzy 30-sekundowe spoty filmowe**, w których aktorzy wcielają się w rodziców dzieci, które zginęły w wyniku wpadnięcia pod lód na „dzikich” lodowiskach. Każdy z filmów będzie miał **osobistą, emocjonalną narrację**, w której „rodzic” opowiada o stracie swojego dziecka. Każda z tych opowieści oparta będzie na prawdziwych wydarzeniach, lecz przekazana przez aktorów, aby ochronić prywatność prawdziwych rodzin.

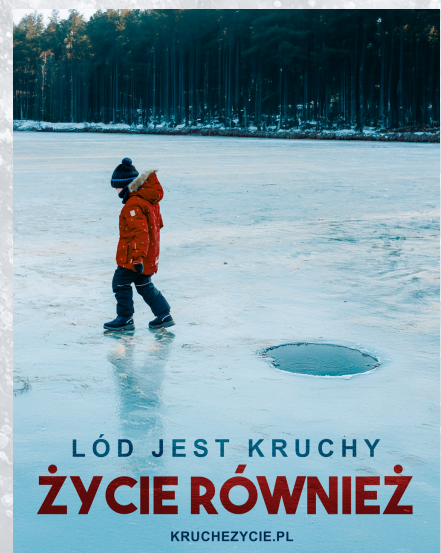
Emocjonalny charakter kampanii: Kluczowym elementem kampanii jest jej **dramatyczny ton**. Filmy mają oddziaływać na emocje widza poprzez autentyczne, pełne bólu relacje osób, które straciły najbliższych. Chcemy, aby te historie nie tylko poruszały, ale także **zmuszały do myślenia**, w szczególności rodziców i młodzież, by zastanowili się nad konsekwencjami beztroskiego wchodzenia na nieodpowiednio zamrożone akweny.

Cel kampanii:

1. Zwiększenie świadomości na temat zagrożeń związanych z wypadkami na nielegalnych lodowiskach.
2. Prewencja – skłonienie rodziców do rozmów z dziećmi na temat bezpieczeństwa zimą.
3. Ocalenie życia – poprzez uwrażliwienie społeczeństwa na niebezpieczeństwa, chcemy ograniczyć liczbę tragicznych wypadków.



[Obejrzyj film](#)



**Poznaj korzyści płynące ze współpracy z WOPR**

# FORMA PRZEKAZU:

Aby skutecznie dotrzeć do **każdej z naszych grup** docelowych, kampania „Krucze życie” zostanie przeprowadzona za pomocą **różnorodnych kanałów komunikacyjnych**. Działania obejmują zarówno tradycyjne, jak i nowoczesne formy przekazu, co pozwoli na szerokie dotarcie z przekazem edukacyjnym i ostrzegawczym.

Pierwszym elementem kampanii są **plakaty, ulotki oraz gadżety**, które zostaną rozprowadzone w szkołach, jednostkach WOPR, harcerstwie, domach kultury oraz innych placówkach oświatowych. Miejsca te są kluczowe, aby dotrzeć do młodych ludzi, którzy są szczególnie narażeni na niebezpieczeństwa związane z zabawami na lodzie. Ponadto, materiały informacyjne będą dostępne w strategicznych lokalizacjach nad jeziorami i rzekami – miejscach, gdzie najczęściej dochodzi do wypadków zimowych oraz gdzie zimą spaceruje najwięcej ludzi.

Kolejnym filarem kampanii jest **internet**, w ramach działań online powstaną krótkie, emocjonalne filmy edukacyjne. Te filmy będą dystrybuowane na platformach takich jak **YouTube, Facebook, Instagram oraz TikTok**, aby dotrzeć do szerokiego grona odbiorców, dzięki **ambasadorom czyli influencerom** takim jak YellowBox dotrzemy do szerokiej grupy odbiorców. W ramach kampanii stworzymy również dedykowaną stronę w mediach społecznościowych. Tam będziemy regularnie publikować porady, ostrzeżenia oraz zapraszać ekspertów do dyskusji. TikTok, który szczególnie popularny jest wśród młodzieży, stanie się platformą, na której w przystępny i dynamiczny sposób zaprezentujemy zagrożenia związane z wchodzeniem na lód, a także przedstawimy zasady bezpiecznego zachowania.

Kampania obejmie również działania w **mediach tradycyjnych**, takich jak **telewizja i radio**. Planujemy liczne wywiady z instruktorami WOPR. Wywiady będą emitowane w popularnych stacjach telewizyjnych i radiowych, dzięki czemu dotrzemy do szerokiej grupy odbiorców, w tym tych, którzy nie są regularnymi użytkownikami internetu

Kampania pojawi się również w przestrzeni publicznej. Reklamy ostrzegawcze zostaną umieszczone w komunikacji miejskiej. Billboardy i plakaty zostaną zainstalowane w **kluczowych punktach miast**, szczególnie w pobliżu akwenów wodnych, aby jeszcze bardziej zwiększyć widoczność kampanii



**Poznaj korzyści płynące ze współpracy z WOPR**

# GRUPY DOCELOWE



**Dzieci** to grupa najbardziej narażona na wypadki podczas zimowych zabaw na lodzie. Brak świadomości niebezpieczeństw sprawia, że często wchodzą na zamrznięte stawy czy jeziora, nie zdając sobie sprawy z ryzyka. Takie aktywności jak zjeżdżanie na sankach, bieganie po lodzie czy próby ślizgania się mogą prowadzić do tragedii.

**Wędkarze** często nie zdają sobie sprawy z ryzyka, jakie niesie wywiercanie otworów w lodzie. Nawet doświadczeni wędkarze mogą zostać zaskoczeni przez zmienne warunki pogodowe lub kruchość lodu. Każdego roku dochodzi do wypadków, w których lód załamuje się pod wędkarzami, prowadząc do tragicznych skutków.



**Grupa ogólna** wiele osób, zarówno dzieci, jak i dorosłych, traktuje zamrznięte akweny jako lodowiska, nie mając świadomości, jak cienka może być warstwa lodu. Brak wiedzy, lekceważenie ryzyka oraz przekonanie, że „nic złego się nie stanie” prowadzą do wypadków, które często kończą się tragicznie. Tłumaczenia są różne: dla zabawy, spacer czy robienie zdjęć.

**Poznaj korzyści płynące ze współpracy z WOPR**