

OGÓLNOPOLSKA KAMPANIA INFORMACYJNO - EDUKACYJNA NA RZECZ HOSPICJÓW

PODSUMOWANIE

ORGANIZATORZY



Krajowy Duszpasterz Hospicjów przy KEP



Fundacja Hospicyjna w Gdańsku

CELE, GRUPA DOCELOWA I ZASIĘG KAMPANII

FILOZOFIA KAMPANII:

III Ogólnopolska Kampania „Hospicjum to też Życie” poświęcona jest stracie, osieroceniu i żałobie. Organizatorzy, Fundacja Hospicyjna, zamierza sprowokować publiczną dyskusję o tym, jak można pomóc osobom w żałobie. Celem akcji jest również edukacja społeczeństwa, które nie potrafi sobie poradzić z tą tematyką.

Trzy zagadnienia poruszane podczas kampanii to: wiedza o żałobie i emocjach z nią związanych, potrzeby osób osieroconych oraz pomoc specjalistyczna psychologów.

CELE KAMPANII :

- kontynuowanie polityki informacyjnej prowadzonej w poprzednich kampaniach o hospicjach i ośrodkach medycyny paliatywnej w Polsce
- edukacja na temat żałoby jako złożonego procesu emocjonalnego , przez który każdy przechodzi
- zachęcanie ośrodków opieki paliatywnej do utworzenia grup wsparcia dla osób, które utraciły bliskich, nie tylko będących pacjentami hospicjów
- promocja portalu www.hospicja.pl dla wszystkich ośrodków hospicyjnych
- zbiórka środków finansowych przeznaczonych na:
 - pokrycie kosztów profesjonalnych szkoleń służących utworzeniu i prowadzeniu grup wsparcia
 - utworzenie funduszu pomocowego dla dzieci osieroconych
 - wydanie materiałów edukacyjnych przeznaczonych dla grup wsparcia w żałobie oraz wydanie kolejnej książki przez Bibliotekę Fundacji „ Prosimy o nie składanie kondolencji”.

GRUPA DOCELOWA:

- I grupa: osoby przeżywające żałobę - osierocone rodziny pacjentów hospicjów i ośrodków opieki paliatywnej
- II grupa: osoby przeżywające żałobę – osierocone osoby, których bliscy nie byli pacjentami hospicjów
- III grupa: osoby fizyczne i prawne będące osobami decyzyjnymi w firmach, decydenci instytucji opiniotwórczych.

TERMINY:

- konferencja prasowa – Warszawa, 04.10.2006
- kampania w mediach: 01.10 – 30.11.2006
- oficjalne podsumowanie i podziękowanie wszystkim zaangażowanym w projekt - 31.03.2007

WARUNKI PRZYSTĄPIENIA DO KAMPANII:

1. **przesłanie załączonej ankiety** dotyczącej prowadzenia w ośrodku wsparcia w żałobie, a także nazw i adresów lokalnych organizacji pomagających osobom w żałobie (niezwiązanych z hospicjum ośrodków psychologicznych, parafii, itp.)
2. zorganizowania w sobotę 7.10.2006 (II Światowy Dzień Hospicjów i Opieki Paliatywnej) **spotkania z rodzinami w żałobie** oraz nieformalnego spotkania dla zespołu hospicjum
3. **zorganizowania podczas kampanii otwartej debaty na temat straty i żałoby**, połączonej z informacją o III kampanii (dowolna forma, np. prelekcja, wykład, konferencja, koncert, wieczór poetycki, wystąpienie w regionalnych mediach, itp.)
4. **przesłania aktualnej opinii** (z roku 2006) o właściwej realizacji opieki hospicyjnej, podpisanej przez właściwego konsultanta wojewódzkiego ds. medycyny paliatywnej (wzór opinii kierowanej przez ośrodek do konsultanta dostępny na www.hospicja.pl)
5. przesłania sprawozdania ze spotkań, debaty i innych wydarzeń wraz ze zdjęciami, itp.

ZASIĘG:

- do III ogólnopolskiej kampanii społecznej przystąpiło 87 ośrodków z całej Polski:

**LISTA HOSPICJÓW BIORĄCYCH UDZIAŁ W KAMPANII:**

1. Augustów, Samodzielny Publiczny Zespół Zakładów Opieki Długoterminowej
2. Będzin, Hospicjum Onkologiczne Fundacji Pro Salute
3. Bielsko-Biała, Hospicjum św. Kamila
4. Biskupiec, Niepubliczny Zakład Opieki Paliatywnej św. Łazarza
5. Braniewo, Niepubliczny Zakład Opieki Zdrowotnej Praktyki Pielęgniarskie Hospicjum Domowe
6. Byczyna, Stowarzyszenie Hospicjum Ziemi Kluczborskiej św. Ojca Pio

7. Bydgoszcz, Hospicjum im. ks. Jerzego Popiełuszki w Bydgoszczy przy parafii Św. Polskich Braci Męczenników
8. Bydgoszcz, Regionalny Zespół Opieki Paliatywnej Dom Sue Ryder
9. Chojnice, Hospicjum Zwiastowania NMP, Fundacja Paliu, NZOZ Medicor
10. Chorzów, Stowarzyszenie Opieki Hospicyjnej i Paliatywnej Hospicjum im. św. Antoniego
11. Ciechanów, Specjalistyczny Szpital Wojewódzki w Ciechanowie. Oddział Opieki Paliatywno-Hospicyjnej z Zespołem Opieki Domowej
12. Cieszyń, Stowarzyszenie Przyjaciół Chorych Hospicjum im. św. Łukasza Ewangelisty
13. Częstochowa, Stowarzyszenie Opieki Hospicyjnej Ziemi Częstochowskiej
14. Darłowo, Dom Hospicyjno-Opiekuńczy Caritas im. Biskupa Czesława Domina
15. Dąbrowa Górnicza, NZOZ Zespół Medyczo Opiekuńczy Alicja Kluczna Hospicjum Domowe
16. Elbląg, Hospicjum św. Jerzego im. dr Aleksandry Gabrysiak
17. Ełk, Niepubliczny Zakład Domowej Opieki Paliatywnej i Długoterminowej Niebieski Parasol
18. Gdańsk, Hospicjum im. ks. E. Dutkiewicza SAC
19. Gdynia, Stowarzyszenie Hospicjum św. Wawrzyńca
20. Giżycko, Niepubliczny Zakład Opieki Paliatywnej Domowej
21. Gniezno, Fundacja na Rzecz Rozwoju Ochrony Zdrowia
22. Gołdap, Samodzielny Publiczny Zakład Pielęgnacyjno-Opiekuńczy
23. Jaworzno, Stowarzyszenie Hospicjum Homo-Homini im. Św. Brata Alberta
24. Katowice, Stowarzyszenie Hospicjum
25. Kielce, Katolickie Hospicjum Domowe dla Dzieci i Dorosłych im. św. Franciszka
26. Koszalin, Hospicjum im. św. Maksymiliana Kolbego
27. Kowary, NZOZ Powiatowe Centrum Zdrowia Sp. z o.o.
28. Kraków, Fundacja Domowe Hospicjum dla Dzieci im. ks. Józefa Tischnera
29. Legnica, Oddział Opieki Paliatywnej
30. Lublin, Lubelskie Hospicjum Dla Dzieci im. Małego Księcia
31. Lublin, Lubelskie Towarzystwo Przyjaciół Chorych Hospicjum Dobrego Samarytanina
32. Łabunie, Niepubliczny Zakład Opiekuńczo-Lecznicy, Hospicjum Santa Galla
33. Łódź, Caritas Archidiecezji Łódzkiej - Zespół Domowej Opieki Hospicyjnej
34. Łódź, Hospicjum Domowe dla Dzieci Ziemi Łódzkiej
35. Łódź, Łódzkie Hospicjum dla Dzieci, Stowarzyszenie Non Profit
36. Łódź, Stowarzyszenie Hospicjum Łódzkie
37. Nakło n/Notecią, Niepubliczny Zakład Opieki Zdrowotnej Medicus sp. z o.o.
38. Nidzica, Centrum Pielęgniarstwa Stacja Opieki Caritas Hospicjum Domowe
39. Nowe Miasto, NZOZ Hospicjum Domowe Paliu
40. Nowogrodzic, Zakład Opieki Paliatywno-Hospicyjnej SP ZZOZ
41. Nysa, Niepubliczny Zakład Opieki Paliatywnej Hospicjum im. św. Arnolda Janssena
42. Olecko, Samodzielny Publiczny Zespół Zakładów Opieki Długoterminowej
43. Olsztyn, Niepubliczny Zakład Opieki Paliatywnej im. Jana Pawła II
44. Olsztyn, NZOZ Hospicjum Domowe Stacja opieki Caritas
45. Opole, Stowarzyszenie Hospicjum Opolskie
46. Ostrołęka, Niepubliczny Zakład Opieki Zdrowotnej Caritas Diecezji Łomżyńskiej
47. Ostrowiec Świętokrzyski, Niepubliczny Specjalistyczny Zakład Opieki Zdrowotnej GOMED
48. Ostrów Wielkopolski, Zespół Zakładów Opieki Zdrowotnej Oddział Medycyny Paliatywnej
49. Ostrzeszów, Zakład Opieki Paliatywnej Dobry Samarytanin
50. Otwock, Otwockie Towarzystwo Opieki Paliatywnej
51. Pabianice, Stowarzyszenie Opieki Hospicyjnej Powiatu Pabianickiego
52. Rościszów, Specjalistyczny Zespół Opieki Zdrowotnej Chorób Płuc i Gruźlicy
53. Piła, Stowarzyszenie Hospicjum Piła

54. Piotrków Trybunalski, Niepubliczny Zakład Opieki Zdrowotnej Medicałl
55. Pisz, Niepubliczny Zakład Opieki Paliatywnej
56. Płock, Miejskie Hospicjum Płockie, Samodzielny Niepubliczny Zakład Opieki Zdrowotnej
57. Poznań, SP Szpital Kliniczny Nr 1 Akademii Medycznej Hospicjum Palium
58. Poznań, Wielkopolskie Stowarzyszenie Wolontariuszy Opieki Paliatywnej Hospicjum Domowe
59. Pszczyna, Hospicjum Bł. Ojca Pio
60. Puławy, Puławskie Towarzystwo Przyjaciół Chorych Hospicjum
61. Raszyn, Caritas AW, Hospicjum Domowe
62. Sadowie, Towarzystwo Przyjaciół Chorych Hospicjum św. Józefa
63. Skarżysko Kamienna, Hospicjum Domowe Bractwa Matki Bożej przy Sanktuarium Matki Boskiej Ostrobramskiej
64. Skierniewice, Stowarzyszenie Hospicjum im. Anny Olszewskiej
65. Sopot, Dom Hospicyjny Caritas im. św. Józefa
66. Sosnowiec, Hospicjum św. Tomasza Apostoła
67. Stare Siolkowice, Centrum Opieki Paliatywnej Caritas Diecezji Opolskiej
68. Starogard Gdański, Samodzielny Publiczny Zakład Opieki Zdrowotnej Przychodnia Lekarska
69. Suwałki, Samodzielny Publiczny Zespół Opieki Paliatywnej
70. Szczecin, Hospicjum św. Jana Ewangelisty
71. Szczecin, Zachodniopomorskie Hospicjum dla Dzieci
72. Tczew, Szpital Rehabilitacyjny i Opieki Długoterminowej Oddział Hospicyjny
73. Toruń, Zespół Opieki Paliatywnej Hospicjum Światło
74. Trzebnica, Ośrodek Medycyny Paliatywnej i Hospicyjnej
75. Wałbrzych, NZOZ Poradnia Opieki Hospicyjno-Paliatywnej
76. Warszawa, Warszawskie Hospicjum Społeczne
77. Wągrowiec, Stowarzyszenie im. ks. J. N. Musolffa. NZOZ Hospicjum Miłosiernego Samarytanina
78. Węgorzewo, Niepubliczny Zakład Opieki Paliatywnej Domowej, Hospicjum Domowe
79. Włocławek, NZOZ Zespół Opieki Domowej Polskiego Towarzystwa Opieki Paliatywnej
80. Włodawa, Społeczny Zakład Opieki Hospicyjnej Hospicjum, Włodawskie Towarzystwo Przyjaciół Chorych Hospicjum
81. Wołomin, Hospicjum Opatrzności Bożej
82. Wrocław, Hospicjum Domowe Poradnia Medycyny Paliatywnej przy Dolnośląskim Centrum Onkologii
83. Wrocław, Wrocławskie Hospicjum dla Dzieci, Akademicki Szpital Kliniczny im. J. Mikulicza-Radeckiego. Zespół Wyjazdowy Opieki Paliatywnej
84. Wrocław, NZOZ Hospicjum Bonifratrów im. Świętego Jana Bożego
85. Wyszków, Hospicjum Domowe przy Niepublicznym Zakładem Opieki Zdrowotnej Caritas Diecezji Łomżyńskiej
86. Zabrze, Stowarzyszenie Przyjaciół Chorych Hospicjum im. Matki Teresy
87. Złotów, Zgromadzenia Sióstr św. Elżbiety Prowincja Toruńska, Hospicjum Sióstr św. Elżbiety

NARZĘDZIA PROMOCYJNE

Promocja w telewizji:

- ✓ Spot telewizyjny 30'
- ✓ Reportaże
- ✓ Programy publicystyczne
- ✓ Wywiady, rozmowy w studiu
- ✓ Wiadomości z przebiegu kampanii w magazynach informacyjnych

Promocja w prasie

- ✓ Reklama graficzna kampanii
- ✓ Artykuły, wywiady, notatki redakcyjne, bieżące informacje z przebiegu kampanii.

Promocja w radio

- ✓ Spot informujący o kampanii - 30';
- ✓ Informacje w serwisach z przebiegu kampanii
- ✓ audycje publicystyczne, wywiady, reportaże

Reklama w Internecie

- ✓ Banery i billboardy reklamowe o formatach: 468 x 60, 420 x 60, 400 x 50, 150 x 50, 150 x 60, 360 x 60 pikseli
- ✓ Informacje w serwisach z przebiegu kampanii

Reklama zewnętrzna

- ✓ Citylight - 500 szt.
- ✓ Plakat format B2 (full color) rozpowszechniany na terenie całego kraju, głównie w miejscowościach, w których znajdują się ośrodki przystępujące do kampanii – 20 000 szt.

Materiały poligraficzne

- ✓ Teczki konferencyjne dla każdego ośrodka biorącego udział w kampanii – 5 000 szt.;
- ✓ Ulotki informacyjne z przekazem dla każdego hospicjum – 247 000 szt.
- ✓ Foldery dla każdego hospicjum - 500 000 szt.
- ✓ Naklejki okolicznościowe - 7 500 szt.

POLITYKA MEDIALNA

KONFERENCJA PRASOWA

Kampanię rozpoczęła konferencja prasowa w Warszawie, w siedzibie Giełdy Papierów Wartościowych, 4 października 2006. Poprowadziła ją pani Iwona Schymalla, znana telewizyjna prezenterka.

Ks. dr Piotr Krakowiak, Krajowy Duszpasterz Hospicjów i Jolanta Leśniewska, kierownik Fundacji Hospicyjnej, przedstawili dziennikarzom założenia i cele Kampanii.

Oprócz prezentacji dwóch spotów telewizyjnych poświęconych kampanii, zebranych zaprezentowano nowy symbol promujący ideę opieki hospicyjnej i pamięci o tych, którzy odeszli - znicz PAMIĘTAM.

Konferencję uświetnili swą obecnością Eksperti Kampanii w osobach znanych terapeutów i psychologów specjalizujących się w tematyce żałoby i straty: Anny Dodziuk, dr Marii Rogiewicz, Bożeny Winch, Magdaleny Lasi i prof. Krystyny de Walden-Gałuszko.

Konferencja, dzięki aktywnemu udziałowi ekspertów oraz obecnych na spotkaniu, stała się okazją do żywej dyskusji na temat problemu żałoby, straty, możliwości pomocy tym, którzy nie mogą sobie poradzić z odejściem bliskiej osoby.

WYMIAR OGÓLNOPOLSKI

Kampanię „Hospicjum to też Życie” wspierały największe media ogólnopolskie oraz regionalne. Niektóre z nich objęły akcję oficjalnym patronatem, inne z własnej inicjatywy informowały o kampanijnych wydarzeniach. Dzięki temu można było na bieżąco śledzić przebieg akcji.

Zdaniem organizatorów kampanii zaangażowanie mediów było większe niż podczas kampanii w 2005 roku, mimo że zainteresowanie tak trudnym i smutnym tematem jak żałoba, było niezmiernie trudne. Z prowadzonych obserwacji i napływających informacji z zaangażowanych w kampanię hospicjów wynika, że poruszenie tego tematu spowodowało ogromny, pozytywny odzew społeczny.

Dobra i rzetelna informacja w roku 2006 była również owocem ubiegłorocznej kampanii. Udało się na tyle uwrażliwić społeczeństwo na tematykę hospicyjną, że również w środowisku dziennikarskim słowo „hospicjum” nabrało innego, pozytywnego zabarwienia. Dzięki temu kampania upłynęła w atmosferze swoistego „ekumenizmu medialnego”, który po raz pierwszy pojawił się w kwietniu 2005, podczas choroby i odchodzenia Jana Pawła II. W tym czasie żałoba przybrała wymiar o największym z możliwych zasięgu i wymiarze.

W czasie III Kampanii stacje telewizyjne publiczne i komercyjne, rozgłośnie publiczne i prywatne ani gazety, nie konkurowały ze sobą, a uzupełniały informacje, np. **TVP1, TVP3, TVN24, Polsat, TV Puls, TVP Polonia.**

Oficjalni patroni medialni:

Telewizja Polska SA, Polskie Radio SA, Sieć Radia Plus
Radio TOK FM, Fundacja Agory, Gość Niedzielny
The Warsaw Voice, Medical Tribune, Mediatak Dom Prasy Regionalnej
Wprost, Miesięcznik Cinema
Portal Wiara.pl, Portal Gazeta.pl, Wirtualna Polska SA
PRoto public relations, Instytut Monitorowania Mediów

Współpraca Fundacji Hospicyjnej z Instytutem Monitorowania Mediów z Warszawy zaowocowała bieżącym dostępem do codziennych publikacji, programów, audycji itp., które podczas trwania kampanii pojawiały się w większości mediów w całym kraju. Wszystkie informacje na temat kampanii zostały zarejestrowane.

Według danych IMM w dniach 1 października - 31 grudnia 2006 w mediach ogólnopolskich i regionalnych pojawiło się:

528 INFORMACJI

391 publikacji w prasie
96 publikacji w Internecie
29 programów w telewizji
12 audycji radiowych

PROGRAMY INFORMACYJNE, PUBLICYSTYKA, INTERWENCJE

Organizator kampanii oraz wiele aktywnych ośrodków zachęcało dziennikarzy do podjęcia tematu żałoby. Kampanii towarzyszyły programy informacyjne, publicystyczne i interwencyjne w mediach ogólnopolskich i regionalnych. Do udziału w nich media zapraszały zarówno przedstawicieli Fundacji Hospicyjnej, jak i przedstawicieli hospicjów, duchownych, terapeutów, specjalistów medycyny paliatywnej oraz wolontariuszy.

Przykładowe audycje:

- Dzień Hospicyjny w Pierwszym Programie Telewizji Polskiej, spotkania z ludźmi, którzy przeżyli stratę bliskich, ABC żałoby, rozmowy o tym, jak skutecznie pomóc osobom w żałobie
- Kawa czy herbata, Na celowniku, 89+ - o hospicyjnym wolontariacie
- (TVP1),
- Nocne rozmowy PR pr. 1, o żałobie z Bożeną Winch
- Rozmowy w TV Polonia,
- Wywiady w TVN24, TV Kultura – blok tematyczny poświęcony śmierci i żałobie
- TV Puls, rozmowa z ks. Piotrem Krakowiakiem i ekspertami Kampanii
- „Za a nawet przeciw”: Czy boimy się mówić o śmierci? w PR pr. 3, audycja na żywo Kuby Strzyczkowskiego
- „Let’s talk” w Radiu TOK FM, z udziałem doc. Anny Doboszyńskiej, lekarza i wolontariusza hospicjum i ks. Piotra Krakowiaka,
- „Interwencja” w Telewizji Polsat,
- Artykuł o żałobie „Gość Niedzielny”,

- Raport o opiece hospicyjnej „Medical Tribune”
- czat z ks. Piotrem Krakowiakiem, www.wp.pl
- Debaty o żałobie w lokalnych rozgłośniach radiowych

Kampania informacyjna przebiegała dwutorowo. Oprócz zaangażowania mediów o zasięgu ogólnopolskim wiadomości o akcji, a przy okazji różnorodnych problemach z jakimi borykają się hospicja, pojawiły się również w poniższych mediach (na podstawie danych z Instytutu Monitorowania Mediów, MediaTak Domu Prasy Regionalnej oraz hospicjów):

Radio TOK FM	Dziennik Zachodni
Radio Józef	Echo Miasta
Radio Maryja	Echo Katowickie
Radio Zet	Głos Wielkopolski
Radio CCM	Głos Koszaliński
Radio Gdańsk	Gazeta Kołobrzaska
Radio Kielce	Gazeta Kujawska
Radio Lublin	Gazeta Lubuska
TVP 3	Gazeta Olsztyńska
TV Puls	Gazeta Ostrowska
TVP Kultura	Gazeta Piłska
TVP Polonia	Gazeta Poznańska
TVN24	Gazeta Tczewska
TVN	Gazeta Wyborcza (lokalne dodatki: Bydgoszcz, Kielce, Kraków, Łódź, Lublin, Olsztyn, Opole, Płock, Rzeszów, Stołeczna, Trójmiasto, Zielona Góra)
Telewizja Dami	Głos Pomorza
Telewizja Kablowa Asta Net	Kurier Szczeciński
Telewizja Kablowa Pro-Art.	Nowa Trybuna Opolska
Telewizja Kablowa Orion	Nowa Ziemia Piłska
Polsat	Nowy Dziennik Koszaliński
Metro	Nowiny
Rzeczpospolita	Nowości
Media i Marketing	Przegląd Powiatowy
Konsyliarz	Słowo Polskie Gazeta Wrocławska
Radio dla Ciebie	Tygodnik Ostrołęcki
Radio Nakło	Tygodnik Niedziela
Radio Gdańsk	Tygodnik Płocki
Radio Szczecin	Tygodnik Wałbrzyski
Dziennik Bałtycki – Wieczór Wybrzeża	Życie Częstochowskie
Dziennik Elbląski	Życie Warszawy
Dziennik Polski Kronika Krakowska	
Express Bydgoski	
Fakt Trójmiasto	

Kampanijne wydarzenia miały swoje odzwierciedlenie również w serwisach internetowych.

www.tvp.pl, www.gazeta.pl, www.wp.pl, www.wiara.pl, www.naszemiasto.pl, www.sac.org.pl, www.proto.pl, www.mp.pl, www.bankier.pl, www.ekonomiaspoleczna.pl, www.epacjent.pl, www.epf.pl, www.esil.pl, www.kurier.szczecin.pl, www.ngo.pl, www.opole.uw.gov.pl, www.pap.pl, www.polskieradio.pl, www.radio.com.pl, www.radio.gdansk.pl, www.tvp.pl, www.tygodnikecho.pl internetowe radio PolskaStacja.pl

WYDARZENIA

WYDARZENIA W HOSPICJACH

Hospicja uczestniczące w Kampanii zorganizowały wiele wydarzeń, których celem było propagowanie wiedzy na temat żałoby i sposobów pomagania osobom, które straciły bliskich. Były to dni otwarte, publiczne debaty, spotkania z rodzinami w żałobie, koncerty, charytatywne aukcje, msze święte, imprezy plenerowe itp.

DZIEŃ HOSPICYJNY W TVP1

Kulminacyjnym dniem Kampanii był 5 listopada i audycje na temat kampanii w Programie Pierwszym Telewizji Polskiej. W studiu przy ul. Woronicza gościli m.in. ks. Piotr Krakowiak, Krajowy Duszpasterz Hospicjów i pomysłodawca kampanii, eksperci Kampanii: terapeuci Ewa Chalimoniuk i Bożena Winch, a także Małgorzata Omiecińska, która współtworzyła grupy wsparcia dla osieroconych rodziców DLACZEGO. Rozmowy prowadziła Iwona Schymalla.

Goście mówili o istocie żałoby, o emocjach, które jej towarzyszą. Zwracali uwagę na to, jak bardzo potrzebna jest pomoc ludziom będących w tym stanie. Szczególnym i jednocześnie najbardziej skutecznym sposobem wsparcia jest udział w spotkaniach grup osób z podobnymi, trudnymi doświadczeniami oraz spotkania z terapeutami.

Przez cały dzień przy telefonach dyżurowali pracownicy Fundacji Hospicyjnej i Eksperci Kampanii. Temat żałoby okazał się niezwykle ważny dla wielu widzów. Kilkuset z nich, którym tego dnia udało się dodzwonić do studia, szukało pomocy w swej żałobie, oferowało wsparcie innym, a także rozmawiało z psychologami o swoich problemach.

Podczas telefonicznego dyżuru konsultanci informowali o tym, gdzie są grupy wsparcia. Niektórzy szukali najbliższej placówki hospicyjnej. Były też głosy potwierdzające, jak bardzo potrzebna jest publiczne poruszanie tak trudnego tematu jakim jest żałoba. To poparcie miało swój wyraz również w postaci konkretnych deklaracji. Wielu widzów oferowało swą pomoc w postaci wolontariatu, dowiadywało się jak wesprzeć finansowo Kampanię.

REKLAMA W MEDIACH OGÓLNOPOLSKICH

Wykaz mediów, które udostępniły nam powierzchnię reklamową bądź emitowały spot telewizyjny kampanii

Telewizja	Radio	Prasa	Internet
TVP1	PR1 Polskiego Radia	GAZETA WYBORCZA	WP.PL
TVP3	PR2 Polskiego Radia	DUŻY FORMAT	PROTO.PL
TV Polonia	Sieć Radia Plus	WYSOKIE OBCASY	GAZETA.PL
TV PULS	Rozgłoszenie regionalne	METRO	naszemiasto.pl
		WPROST	hospicja.pl
		Miesięcznik CINEMA	

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

1. REKLAMA WIELKOFORMATOWA

Agencje, które udostępniły nam powierzchnię reklamową w dniach 01.11 – 30.11.2006 r.

AMS

Razem:

Liczba citylightów 500

Miejscowości, w których pojawiły się tablice reklamowe:

- | | |
|----------------|---------------|
| 1. Bydgoszcz | 12. Mysłowice |
| 2. Bytom | 13. Olsztyn |
| 3. Białystok | 14. Opole |
| 4. Czeladź | 15. Poznań |
| 5. Częstochowa | 16. Sosnowiec |
| 6. Gdańsk | 17. Sopot |
| 7. Gdynia | 18. Szczecin |
| 8. Katowice | 19. Tychy |
| 9. Kielce | 20. Warszawa |
| 10. Kraków | 21. Wrocław |
| 11. Lublin | 22. Zabrze |

2. PLAKATY INFORMACYJNE

20 000 plakatów formatu B-2 rozwieszanych w całej Polsce w dniach 01.10 -31.12.2006:

Augustów	Ostrowiec Świętokrzyski
Będzin	Ostrów Wielkopolski
Bielsko-Biała	Ostrzeszów
Biskupiec	Otwock
Braniewo	Pabianice
Byczyna	Rościszów
Bydgoszcz	Piła
Chojnice	Piotrków Trybunalski
Chorzów	Pisz
Ciechanów	Płock
Cieszyn	Poznań
Częstochowa	Pszczyna
Darłowo	Puławy
Dąbrowa Górnicza	Raszyn
Elbląg	Sadowie
Ełk	Skarżysko Kamienna
Gdańsk	Skierniewice
Gdynia	Sopot
Giżycko	Sosnowiec
	Stare Siołkowice
Gniezno	Starogard Gdański
Gołdap	Suwałki
Jaworzno	Szczecin
Katowice	Szczecin
Kielce	Tczew
Koszalin	Toruń
Kowary	Trzebnica
Kraków	Wałbrzych
Legnica	Warszawa
Lublin	Wągrowiec
Łabunie	Węgorzewo
Łódź	Włocławek
Nakło n/Notecią	Włodawa
Nidzica	Wołomin
Nowe Miasto	Wrocław
Nowogrodziec	Wrocław
Nysa	Wyszków
Olecko	Zabrze
Olsztyn	Złotów
Opole	
Ostrołęka	

POZOSTAŁE FORMY WSPÓŁPRACY

INSTYTUT MONITOROWANIA MEDIÓW - IMM

Bezpłatny monitoring mediów w miesiącach październik – listopad - grudzień 2006. Wszystkie informacje redakcyjne (z wykluczeniem powierzchni reklamowych zawierających reklamę kampanii oraz emisji spotów tv i radio) zostały nagrane i są dostępne w siedzibie Fundacji Hospicyjnej.

DOM BADAWCZY MAISON

Renomowana firma badawcza dokonała analizy projektów wizualizacji kampanii, przeprowadziła badania fokusowe mające na celu wskazanie jak najskuteczniejszych form promowania tematyki związanej z żałobą i pozyskiwaniem środków finansowych na grupy wsparcia dla osób w żałobie.

ROWLAND COMMUNICATIONS

Doradztwo w zakresie działań *public relations* podczas kampanii.

UNITED WAY WSPÓLNA DROGA

Wsparcie organizacyjne

BUDŻET I WARTOŚĆ KOMERCYJNA KAMPANII

Kampania realizowana była w oparciu o usługi wykonywane bezpłatnie (reklama prasowa, radiowa, telewizyjna,) bądź dzięki wynegocjonowanym rabatami (outdoor) i z funduszy pozyskanych od Sponsorów. Jedynie 9,5 % uzyskanej kwoty przeznaczono na pokrycie kosztów reklamy wielkoformatowej kampanii. Dzięki temu środki pozyskane w poszczególnych zbiórkach charytatywnych jak: sms, linia charytatywna, wpłaty na konto kampanii od darczyńców indywidualnych będą przeznaczone na pomoc hospicjom, które wzięły udział w kampanii.

Sponsorzy pokryli 80% kosztów

Fundacja Hospicyjna pokryła 20% kosztów

Wartość pozyskanych bezpłatnie pow. reklamowych - prasa i outdoor ponad 260 000,00 PLN

SPONSORZY KAMPANII

SPONSORZY

- Glaxo Smith Kline
- Satel Sp. z o.o.
- C.Hartwig Gdynia SA
- Marcopol SA

FIRMY I INSTYTUCJE WSPIERAJĄCE

- AMS
- Agora SA
- Rowland Communications
- Siódemka Przesyłki Kurierskie
- GEFCO Polska
- Mid Cup Focus
- Dom Badawczy Maison
- Polska Telefonia Komórkowa Centertel sp. z o.o.
- Polkomtel SA
- Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o.
- Avantis

OCENA SKUTECZNOŚCI KAMPANII

Kampania spełniła oczekiwania organizatorów i uczestników. W ciągu 3 ostatnich miesięcy 2006r. tematyka akcji była podejmowana przez poszczególne hospicja, które przyciągnęły lokalne społeczności do placówek.

Spełniony został również cel edukacyjny. Uczestnicy akcji w całym kraju rozpropagowali ok. 500 000 folderów zawierających mini poradnik na temat pomocy osieroconym.

Ciekawostką jest powstanie internetowej grupy wsparcia na forum dyskusyjnym w portalu Gazeta.pl. Grupa powstała akcji, na pytania internautów odpowiadają eksperci kampanii.

Wymiernym efektem długofalowym, który już jest widoczny, jest tworzenie się grup wsparcia dla osób w żałobie. W czasie trwania kampanii w hospicjach zainicjowano kilka takich grup. Kolejne powstają.

Zainteresowanie kampanią ze strony społeczeństwa i mediów zaowocowało również efektem finansowym w postaci środków uzyskanych podczas zbiórki publicznej. Szczegóły na temat zbiórki w rozdziale pt. ZBIÓRKA PUBLICZNA.

Podczas koncertów, debat i innych wydarzeń organizowanych przez hospicja przeprowadzono zbiórki pieniężne. Kampania bardzo pomogła w zdobywaniu środków (nie tylko finansowych). Zbiórki często odbywały w miejscach publicznych (np. na cmentarzach, przy kościołach). Liczne fundusze pochodziły ze sprzedaży biletów i innych cegiełek.

Podczas tegorocznej Kampanii organizatorzy promowali nowy symbol pomocy dla hospicjów, jakim jest znicz PAMIĘTAM. Całkowity zysk z jego sprzedaży został przeznaczony na wsparcie placówek hospicyjnych.

Znicz był sprzedawany od października 2006r. w ponad 30 hospicjach w całym kraju, przy cmentarzach i parafiach. Miał być symbolem pamięci o tych, którzy odeszli, nie tylko w hospicjach, ale również w wyniku wypadków komunikacyjnych, katastrof i innych zdarzeń losowych.

Uczestnicy kampanii w korespondencji z organizatorem z uznaniem wyrażają się o kampanii. Dostrzegają wagę poruszanego problemu oraz potrzebę publicznego mówienia o pomocy osobom w żałobie. Ponadto akcja zmotywowała zespoły hospicyjne do wspólnych działań edukacyjnych na gruncie lokalnym, czego wyrazem są wybrane, poniższe opinie.

Niepubliczny Zakład Opieki Zdrowotnej Zespół Medyczno-Opiekuńczy Alicja Kluczna w Dąbrowie Górniczej

To budujące, że rozrzucone po całym kraju placówki, w czasie kampanii otworzyły swoje podwoje, by zaprosić okolicznych mieszkańców na debaty na temat żałoby. Przybrały one różne oblicza. Były więc koncerty, wieczory poezji, aukcje charytatywne itp.

Miejmy nadzieję, że wydarzenia te staną się okazją do promocji idei hospicyjnych w lokalnych społecznościach. Cieszy też zaangażowanie w te spotkania lokalnej prasy, stacji telewizyjnych i rozgłośni radiowych. (...)

Takie akcje jak organizowanie całego dnia poświęconego tematyce opieki paliatywnej i hospicjom są bardzo potrzebne i z wielką ochotą byliśmy po raz drugi częścią ogólnopolskiej debaty „Hospicjum to też życie”. Dąbrowa Górnicza na pewno będzie pomagać.

Hospicjum św. Jerzego w Elblągu i Stowarzyszenie na rzecz Hospicjum Elbląskiego

Spotkanie okazało się być świetnym pomysłem. Prelekcje i repertuar artystyczny nawiązywały do tematu straty i żałoby. Wrażenia osób uczestniczących w spotkaniu były bardzo pozytywne. Dochodzą do nas słowa aprobaty i podziękowania. Wielu z zaproszonych Gości odnalazło w słowach prelekcji siebie samych, przypomnieli sobie czas, w którym przeżywali smutek, żałobę. Wszyscy usłyszeli, że ludzie w żałobie po stracie muszą (i powinni) wyplakać swój żal, muszą (i powinni) dać sobie czas na to, by intensywne emocje związane ze stratą bliskiej osoby, zamienić na kojące i ciepłe wspomnienie. I choć wydawać by się mogło, że to takie oczywiste, to przecież to, co oczywiste dla specjalistów nie jest już tak oczywiste dla ogółu społeczeństwa. O tym trzeba mówić! Często i ciągle. Taki był sens elbląskiego spotkania w Bibliotece Elbląskiej i wierzymy, że spełniło ono swój cel. (...)

Cel kampanii został osiągnięty, włączyliśmy media i społeczeństwo naszego miasta w edukację o osieroceniu i żałobie. Pokazaliśmy też jak bardzo społeczeństwu potrzeba takiej chwili refleksji nad człowiekiem.

Katolickie Hospicjum Domowe dla Dzieci i Dorosłych im. Św. Franciszka z Asyżu w Kielcach

Co udało nam się osiągnąć w czasie tej kampanii:

Przybliżyliśmy mieszkańcom Kielc ideę posługi hospicyjnej, ze szczególnym uwzględnieniem problemów sieroctwa i żałoby,

Osobom zainteresowanym udostępniliśmy szczegółowe informacje dotyczące naszej wspólnoty hospicyjnej,

Byliśmy obecni w lokalnych mediach,

Pozyskaliśmy nowych wolontariuszy,

Zebraliśmy środki na potrzeby naszych podopiecznych, w szczególności rodzin osieroconych,

Wstępnie zaplanowaliśmy utworzenie grup wsparcia.

Polskie Towarzystwo Opieki Paliatywnej Oddział w Wałbrzychu

Kampania "Hospicjum to też życie " ma dla nas, ludzi związanych z opieką hospicyjną w Wałbrzychu znaczenie szczególne, w pewnym sensie magiczne.

W poprzedniej edycji Kampanii, nasz kolega z hospicjum domowego, na ogólnopolskiej antenie TVP mówił o naszych zamierzeniach związanych z budową hospicjum, o problemach. Nie przypuszczaliśmy wówczas, że na podsumowaniu tegorocznej Kampanii będziemy mówić o tych problemach w czasie przeszłym. Że będziemy z satysfakcją opowiadać o tym, że niemożliwe stało się możliwe. Tak to historia budowy wałbrzyskiego hospicjum związała się nierozdzielnie z Kampanią "Hospicjum to też życie ". My się z tego bardzo cieszymy.

ZBIÓRKA PUBLICZNA

Sposoby wspierania kampanii od 1.10 do 30.12. 2006

- **Sms na nr 7434** o treści POMAGAM od 01 października do 31 grudnia 2006r. był dostępny w sieciach operatorów PTK Centertel, Polska Telefonii Cyfrowa, Polkomtel,
koszt SMS: 4 zł netto (4,88 PLN brutto)
Operatorzy komórkowi zrzekli się zysku z sms'ów.

Zebrana kwota 367 524,00 PLN

- **Linia charytatywna: nr 0 400 407 400** . Koszt 1 minuty rozmowy wynosił:
od 01 do 31 grudnia – 4,06 zł netto/ 4,95 zł brutto
Zysk w całości przeznaczono na cele kampanii.

Zebrana kwota 2 172,10 PLN

- „Fundacja Agory” przekazała środki pieniężne na pomoc dla dzieci w hospicjach

Przekazana kwota 50 000,00 PLN

- **Wpłaty na konto kampanii:**
61 1540 1098 2001 5562 4727 0005 w Banku Ochrony Środowiska

Suma wpłat 46 084,73 PLN

PODZIAŁ ZEBRANYCH FUNDUSZY

- **ŁĄCZNA SUMA ZEBRANYCH ŚRODKÓW NA POZIOMIE OGÓLNOPOLSKIM** (wpływ z sms, linii charytatywnej, wpłat na konto i środki przekazane od Fundacji Agory)

465 780,83 PLN

KRYTERIA PODZIAŁU

W dniu 23.01.2007 na posiedzeniu Rady Fundacji Hospicyjnej, jej członkowie podjęli decyzję o podziale środków uzyskanych w wyniku zbiórki publicznej.

Skład Rady Fundacji obecny na posiedzeniu:

1. Mecenasz Sławomir Łoboda, prezes
2. Profesor Wiesław Makarewicz
3. mgr Anna Skowron, sekretarz
4. dr Aleksandra Modlińska
5. mgr Elżbieta Skowrońska

Obserwatorzy:

1. Ks. Piotr Krakowiak – Krajowy Duszpasterz Hospicjów
2. Jolanta Leśniewska – Kierownik Fundacji Hospicyjnej

Przyjęte kryteria podziału są zgodne z Decyzją Nr 80/2006 wydaną przez Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji i celami ogłoszonymi przed rozpoczęciem kampanii:

- **150 000,00 PLN** Środki przeznaczamy na przygotowanie pakietów z materiałami dydaktycznymi będących pomocą dla katechetów i pedagogów przy prowadzeniu zajęć na temat osierocenia i żałoby. W skład pakietu wchodzi: konspekty zajęć, wyciągi z książek w wersji papierowej i multimedialnej oraz przygotowanie i wydanie książki o sposobach pomocy w przeżywaniu żałoby.
- **111 541,19 PLN** Środki przeznaczamy na wyposażenie specjalistów prowadzących grupy wsparcia w żałobie, w niezbędne materiały dydaktyczne pomocne w funkcjonowaniu grup oraz na szkolenia wyjazdowe realizowane przez ekspertów zaangażowanych w merytoryczne przygotowanie III Ogólnopolskiej Kampanii tj. na pokrycie kosztów przejazdów i wynagrodzenie ryczałtowe za przeprowadzone szkolenie
- **160 000,00 PLN** Środki przeznaczamy na pomoc dzieciom osieroconym, wymagających pomocy specjalistów oraz indywidualną pomoc w zależności od potrzeb np. korepetycje uzupełniające, wyprawki szkolne czy zorganizowanie wypoczynku dla dzieci

Rada Fundacji Hospicyjnej na posiedzeniu w dniu 28.03.2007 ustaliła przekazanie do funduszu dzieci osieroconych dodatkowych środków w wysokości 25 000 zł

Ogólna pula funduszu dla dzieci osieroconych wynosi 185 000 ,00 zł

Wykorzystanie środków nastąpi do końca 2007 roku , z przeznaczeniem dla dzieci osieroconych znajdujących się pod opieką ośrodków hospicyjnych ,uczestniczących w kampanii.

Powołani koordynatorzy wolontariatu określą w ramach swojego ośrodka hospicyjnego liczbę dzieci osieroconych wymagających pomocy. Fundusze będą przeznaczone na pokrycie kosztów wypoczynku dla dzieci, pomoc socjalną w zakresie finansowania wyprawek szkolnych , pokrycie kosztów zajęć terapeutycznych prowadzonych w ramach grup wsparcia .

***Zapraszamy do współpracy z Fundacją Hospicyjną
w ogólnopolskich projektach promocji wizerunku hospicjum.***

KONTAKT:

**FUNDACJA HOSPICYJNA
80-208 Gdańsk
ul. Chodowieckiego 10 – siedziba
ul. Kopernika 6 – biuro**

**tel./fax (058) 345 90 60
fundacja@hospicja.pl**

www.hospicja.pl