



Flick the Switch

Zhrnutie kampane Flick the Switch & manuál dobrej praxe

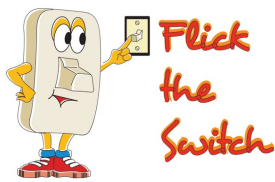
Tento dokument podáva správu o praktických príkladoch dosiahnutých počas implementácie kampane Flick the Switch (na Slovensku pod názvom „Vypínaj vypínače!“). Hlavným cieľom tohto projektu bolo vytvoriť povedomie o energetickej účinnosti medzi študentmi základných a stredných škôl v EÚ. Tento dokument bol pripravený pre program Intelligent Energy Europe (IEE) a projektové konzorciá zo všetkých sektorov, aby mohli mať úžitok zo znalostí získaných v tomto projekte.

Cez nasadenie dynamickej a aktivizujúcej kampane sa projekt „Vypínaj vypínače!“ snažil podporiť a motivovať študentov, aby si osvojili jednoduché formy správania v škole a doma - vypínanie svietidiel a elektrických zariadení, keď sa nepoužívajú. Tento 24 mesačný projekt bol podporený Programom IEE a prebiehal od 1. októbra 2008 do 30. septembra 2010.

Prvé kroky k dosiahnutiu úspešnej iniciatívy „Vypínaj vypínače!“ sa sústredili na to, ako najlepšie osloviť cieľovú skupinu a ako zaistiť jej trvalú účasť v projekte. Zabezpečenie spolupráce a podpory zaneprázdnených učiteľov bolo v centre pozornosti, aby sa iniciatíva „Vypínaj vypínače!“ dostala k žiakom. Všetko úsilie bolo vložené do toho, aby bol projekt dobre pripravený, aby nadväzoval na učebné osnovy a nebol časovo náročný na realizáciu. Zásadný význam v projekte malo aj zabezpečenie záujmu a odhodlania cieľovej skupiny. Vytvorenie pútavej platformy na zdieľanie správ o projekte so študentmi rôzneho veku, z rôznych krajín bolo ďalšou výzvou. Táto platforma vznikla za využitia zdrojov a schopností všetkých členov projektového konzorcia, vrátane škôl, vzdelávacích inštitúcií, lokálnych autorít.

Prístup skúmania zdola nahor sa týkal priamo týchto otázok a zabezpečil, že projekt bol na dobrej ceste dosiahnuť stanovené ciele. Pomocou pre zistenie súčasnej úrovne vedomostí o energetickej účinnosti a stanovenie potrieb cieľovej skupiny boli dotazníky a online prieskumy na 2000 školách a 200 vzdelávacích inštitúciách, súčasne s fyzickými návštevami na základných a stredných školách. Akonáhle sme mali tieto informácie, mohli sme začať navrhovať obsahovo primeranú a čo najlepšie realizovateľnú kampaň. Pozostávala z internetovej stránky, vzdelávacích podporných nástrojov a materiálov pre učiteľov, viacerých aktivít a súťaží pre študentov, ktoré ich vtiahli do problematiky. Uskutočnenie tohoto prieskumu a priama komunikácia so zainteresovanými aktérmi bolo zároveň prvou disseminačnou aktivitou tejto iniciatívy.

Pri opise výsledkov a dopadu projektu „Vypínaj vypínače!“ berieme podrobnejšie do úvahy **nástroje** použité na zapojenie študentov a učiteľov do kampane, a to najmä internetová stránka kampane obsahujúca rôzne materiály, aktivity a súťaže pre študentov. **Dopad** iniciatívy môže potom byť ohodnotený z hľadiska registrovaných užívateľov, príspevkov do kampane a spätnej väzby od účastníkov. **Kľúčové poznatky** v zmysle dobrej praxe môžu byť aplikované v iných projektoch a odvetviach.



NÁSTROJE - internetová stránka Flick the Switch

Internetová stránka kampane „Vypínaj vypínače!“ (www.flicktheswitch.eu) bola vybudovaná na základe spätnej väzby zo škôl počas počítačového prieskumu zdola nahor. Hlavným cieľom stránky bolo poskytovať školám a učiteľom v celej Európe vedomosti, nástroje a materiály potrebné pre zmeny v správaní a povzbudzovanie aktivít v úsporách energií. Stránka ponúka užívateľom informácie o projekte a jeho aktivitách, materiály k energetickej účinnosti a súvisiacim témam, interaktívne hry, tematicky zoradené galérie aktivít, rôzne súbory na stiahnutie, všetko v užívateľsky priateľskom prostredí. Stránka ďalej obsahuje kalkulačku šetrenia energiou, materiály pre vyučovanie a interaktívne zariadenia, ktoré umožňovalo návštevníkom priamo sa spojiť s maskotom kampane Flickom aj s inými účastníkmi projektu. Interaktívne prvky stránky vďaka monitorovaniu e-mailových adries dopisovateľov uľahčovali výmenu informácií medzi partnermi projektu a zapojenými školami z celej Európy. Okrem toho je stránka vybavená nástrojmi na vkladanie dát, čo umožnilo študentom zdieľať ich vlastné tvorivé nápady pre šetrenie energiami. Internetová stránka bola preložená do všetkých jazykov projektových partnerov (Angličtina, Taliančina, Španielčina, Slovinčina, Slovenčina, Chorvátsky, Nórsky, Litovský a Estónsky jazyk).

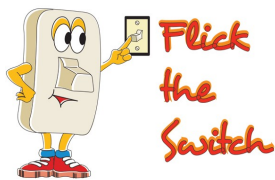
Výsledkom bolo dosiahnutie obsahovo bohatej platformy prezentácií, fotografií, plagátov, videí, článkov a oveľa viac, čo prenieslo aktivity pre šetrenie energiami do škôl po celej Európe. Zriadenie stránky ako interaktívneho a spoločného priestoru slúžilo na obohatenie skúseností všetkých, ktorí sa zapojili do kampane „Vypínaj vypínače!“.

NÁSTROJE – súťaže a aktivity

V spojení s internetovou stránkou kampane bol vymyslený rad aktivít a súťaží. Patrili sem série online interaktívnych debát o energii, súťaž plagátov a týždeň „Vypínaj vypínače!“, určené pre školy, ktoré si organizovali svoje vlastné aktivity na šetrenie energiami.

Plagáty boli hodnotené najprv na regionálnej úrovni a tie najlepšie postúpili do celoeurópskeho kola súťaže. Bolo vytvorených viac ako 600 plagátov, z ktorých sa 183 dostalo do finále. Mnohé z týchto plagátov boli umiestnené v samostatnej galérii na internetovej stránke kampane. Víťazom európskej súťaže „Vypínaj vypínače!“ v kategórii základných škôl bola 7-ročná Daria Anamarie Dobre z **Mihai Eminescu National College**, Bukurešť, Rumunsko. V kategórii stredných škôl zvíťazil plagát zo školy **Scoala Duiliu Zamfirescu**, Foscani, Rumunsko a bol vytvorený 14-ročnou Michaleou Dima.

Školy mohli ďalej súťažiť o titul „1. Európsky Flick the Switch šampión“, ktorý bol udelený základným a stredným školám s najlepšimi energetickými aktivitami. V tejto súťaži sa hodnotilo 105 podrobných správ zo škôl o ich činnostiach, ktoré podnikli v rámci kampane. Víťazmi sa stali stredná škola **Vilnius Minties Secondary School** v Litve a **Základná škola St. Francis** z Malty.



DOPAD – Štatistika registrovaných užívateľov

Informácie o kampani „Vypínaj vypínače!“ boli poslané viac ako 6900 základným a stredným školám a viac ako 300 vzdelávacím úradom cez hromadnú korešpondenciu a šírením newsletterov „Vypínaj vypínače!“. To viedlo k registrácii 718-tich škôl na internetovej stránke kampane a využívaniu nástrojov a materiálov, ktoré tam boli k dispozícii. Bol to vynikajúci výsledok pre projekt, v ktorom sa očakávalo 500 zaregistrovaných škôl a 200 aktívne zapojených do kampane. Aktívna účasť škôl sa čiastočne dosiahla distribúciou štartovacích balíčkov plných „Vypínaj vypínače!“ propagačných materiálov pre 200 škôl, určených podľa dátumu registrácie. Tieto balíčky obsahovali oficiálne diseminačné výstupy (plagáty, letáky, samolepky) spolu s ďalšími propagačnými materiálmi dodanými od partnerov projektu (záložky, odznaky, ceruzky, vreckové kalendáre, perá, atď). Na všetkých materiáloch bolo zobrazené logo projektu a adresa internetovej stránky. Počet registrácií už pri spustení kampane bolo vyše 30, a to predovšetkým vďaka prístupu zdola nahor pri samotnej príprave kampane a vďaka distribúcii letákov prostredníctvom rôznych kanálov a organizácií, s ktorými sme spolupracovali.

DOPAD – príspevky

O vyše 22 tis. návštev bolo zaznamenaných na internetovej stránke odkedy bola spustená v októbri 2009. Za dosiahnutím týchto čísel je dynamika stránky a možnosť pre študentov priamo do nej prispievať. Galérie internetovej stránky ukazujú veľa pekných príkladov aktivít škôl, ktoré boli uskutočnené na propagáciu úspor energií v škole a v domácnostiach, vrátane videí, fotiek, plagátov, prezentácií, básní, článkov, piesní, vtipných textov. Pod názvom Flick the Switch vznikla celkovo veľmi pekná zbierka nápaditých a kreatívnych akcií.

Ďalej, kampaň „Vypínaj vypínače!“ mala zapracovaný aj „domino“ efekt a jej posolstvo o úsporách energie sa prenášalo zo škôl do domovov. Učebné materiály pre učiteľov ponúkali okrem aktivít v škole aj domáce zadania a tie zapojili do kampane aj rodičov a celú komunitu.

DOPAD – spätná väzba

Pravdepodobne najlepším príkladom na dopad kampane môže byť posudzovanie prostredníctvom spätnej väzby a komentárov získaných od detí, mládeže, učiteľov a rodičov, ktorí sa do projektu zapojili. Pre tento účel bolo vytvorená séria **4 dotazníkov na zhodnotenie kampane**. Dotazníky boli rozposlané na všetky registrované školy. Z celkového počtu 4050 odpovedí bolo prijatých 1510 vyplnených dotazníkov od detí, 1480 od mládeže, 580 od učiteľov a 480 dotazníkov od rodičov.

Spätná väzba od **žiakov základných škôl** ukázala že, 97% žiakov vypína svetlá a zariadenia pokiaľ ich nikto nepoužíva. 94% žiakov uviedlo, že by vyzvali rodičov a učiteľov, aby vypli nepoužívané svetlá a prístroje zakaždým, keď odídu z miestnosti, čo naznačuje, že na seba berú osobnú zodpovednosť aj mimo školského prostredia. Viac ako polovica študentov navštevuje internetovú stránku pravidelne, 66% žiakov sa zapojilo do kampane cez podporné materiály, ktoré využili učitelia. 75% detí odpovedalo, že Flick the Switch značka na nich zanechala silný a zapamätateľný dojem a 88% uviedlo, že sa im kampaň



páčila. Toto v kombinácii s úspešnými propagačnými aktivitami znamená, že 95% opýtaných žiakov počulo v škole o „Vypínaj vypínače!“ aspoň raz.

V spätnej väzbe od **študentov stredných škôl** bolo zistené, že 85% študentov rozpoznáva, že je potrebné niečo podniknúť v súvislosti s klimatickými zmenami. Najdôležitejšie je, že viac ako dve tretiny z nich pochopilo, že ich konanie je tiež zodpovedné za tento problém. Viac ako polovica študentov súhlasí, že treba vypínať svetlá a zariadenia, ktoré sú v stand-by režime zakaždým, keď opustia triedu alebo domov. Menej ako polovica sa vyjadrila „ani nesúhlasím, ani súhlasím“. Táto nerozhodnosť môže byť dôsledkom faktu, že nie všetci študenti môžu ovládať využívanie svietidiel v škole. V súvislosti s dominovým efektom, viac ako polovica študentov pripúšťa ovplyvňovanie vypnutia svetla prostredníctvom konania svojich priateľov.

V súvislosti s internetovou stránkou kampane sa vyjadrilo 39% študentov, že stránku navštevujú často, 43% nie tak často a 18% ju nenavštívilo vôbec. Internetová stránka dokázala úspešne komunikovať správu kampane, kedy 72% respondentov pochopilo správu o vypínaní svetiel a elektrických zariadení keď sa nepoužívajú. 64% účastníkov spätnej väzby pozná koncept „šetrenie energiou šetrí našu budúcnosť“, 41% súhlasí, že staré neúčinné žiarovky treba vymeniť a 32% súhlasí s myšlienkou, že ich rodičia by mali používať účinné kuchynské spotrebiče. Všetky tieto koncepty vyjadrovala kampaň na internetovej stránke. Kampaň samotná bola tiež úspešná, ako zaujímavú ju hodnotilo 52% študentov. 96% študentov uviedlo, že povedomie o kampani pochádza zo školského prostredia.

Podľa **učiteľov** bolo úspešné aplikovanie kampane, využívanie internetovej stránky, jej podporných nástrojov a materiálov dosiahnuté hlavne na vyučovaní prírodovedných predmetov (uviedlo 65% respondentov). Pre 45% opýtaných učiteľov ponúkol projekt „Vypínaj vypínače!“ príležitosť prepojiť aktivity pre šetrenie energiou viac s učebnými osnovami. 80% učiteľov cítilo dobrú informovanosť o témach energetickej účinnosti po tom, čo sa zapojili do kampane. To znamená dobré správy pre kampaň a jej budúcnosť, pretože väčšina učiteľov má potrebné znalosti, aby naďalej pokračovali so študentmi v téme úspory energií. 91% učiteľov si myslí, že aj po oficiálnom ukončení kampane budú naďalej učiť svojich študentov o úsporách energie, o dôležitosti vypínania svetiel a zariadení, pokiaľ nie sú používané. 85% učiteľov, ktorí sa podieľali na štúdiu, by tiež odporučili ďalším kolegom, aby sa zapojili do podobnej iniciatívy ako je „Vypínaj vypínače!“. To ukazuje, že učitelia považujú celkovú tému ako veľmi dôležitú a majú nadšený postoj k podobným komunitným programom.

Celkovo bola kampaň na internetovej stránke dobre prijatá, viac než 70% učiteľov ju pokladá za užitočnú, informatívnu a dobre zásobenú potrebnými informáciami a materiálmi. 82% považuje dizajn stránky za atraktívny a zaujímavý. 84% učiteľov z neanglicky hovoriacich krajín potvrdilo, že bolo veľmi užitočné mať k dispozícii hlavný obsah v ich národných jazykoch. 80% odpovedí potvrdilo, že národný kontaktný bod pre kampaň „Vypínaj vypínače!“ udržiaval učiteľov pravidelne informovaných o najnovšom dianí v kampani.

84% učiteľov sa zhodlo, že „Vypínaj vypínače!“ malo silný vplyv na správanie študentov a bude pokračovať aj naďalej. 73% učiteľov si tiež myslí, že kampaň „Vypínaj vypínače!“ zvýšila povedomie o rôznych zariadeniach a spotrebičoch na škole, kde sa energia spotrebúva a kde, žiaľ, často dochádza k zbytočnému plytvaniu.



Okrem toho, 81% z nich si myslí, že projekt „Vypínaj vypínače!“ tiež posilnil zodpovednejšiu spotrebu energie učiteľmi a zamestnancami škôl.

Z pohľadu rodičov, ktorí sa zúčastnili dotazníkového hodnotenia, 84% z nich boli informovaní o kampani „Vypínaj vypínače!“ svojimi deťmi. To je dôležitý výsledok, pretože projekt tiež kladie dôraz na domino efekt, kedy študenti prenášajú energeticky účinné správanie (ktoré sa naučili v škole) do ich domovov. Pozitívny vplyv kampane na správanie samotných rodičov pri spotrebe energie bola pozorovaná u 49% rodičov, pričom 58% z nich si myslí, že kampaň mala pozitívny vplyv na ich deti. Aby sme zaujali deti témami ako sú úspory energie, je potrebné, aby ich rodičia i učitelia motivovali a viedli k energeticky efektívnej a udržateľnej budúcnosti. V tomto zmysle budú ďalšie iniciatívy v tejto oblasti pravdepodobne úspešné, nakoľko až 88% rodičov si myslí, že vzdelávanie o energetickej účinnosti v škole je dôležité.

KLÚČOVÉ POZNATKY

Prostredníctvom skúseností, ktoré sme získali pri realizácii projektu „Vypínaj vypínače!“, sme pozorovali množstvo kľúčových ponaučení, ktoré by sme chceli zdieľať s inými projektmi alebo iniciatívami.

Je dôležité **usilovať o spoluprácu s vašou cieľovou skupinou** od samého začiatku projektu a zvlášť získať ich podporu a spätnú väzbu. Toto môže byť uskutočnené aplikovaním prieskumného prístupu zdola nahor, ktorý je zameraný na zisťovanie ich potrieb, aby sme vytvorili kampaň postavenú na základe odporúčaní a špecifikácií našej cieľovej skupiny. Pre nás bolo rozhodujúce dosiahnuť spoluprácu učiteľov, aby sme získali študentov. Na dosiahnutie tohto cieľa sme podporovali vzdelávaci význam našej iniciatívy a ukázali im výhody ich zapojenia. Bolo dôležité **zladit' kampaň s učebnými osnovami** škôl v celej Európe. Toto uľahčila internetová stránka slúžiaca ako vzdelávaci nástroj, ktorá učiteľom ponúkala užitočné učebné materiály pre rôzne predmety, ako napr. anglický jazyk, prírodovedné predmety, hudobná a výtvarná výchova.

Z pohľadu projektového manažmentu je veľmi prospešné zapojiť cieľovej skupiny do vášho konzorcia. Mať školy za partnerov v projekte znamená otvorené dvere k cieľovej skupine. Okrem toho môže byť užitočná aj podpora **poradného výboru** pri zvládaní niektorých hlavných prekážok, s ktorými sú takéto iniciatívy konfrontované, napr. poradenstvo o dizajne internetových stránok a štruktúre kampane.

Aby mali dlhodobé projekty reálne výsledky, je životne dôležité **zabezpečiť kontinuálnu pozornosť cieľovej skupiny na kampaň**. Kampaň „Vypínaj vypínače!“ to urobila starostlivým plánovaním a termínovaním aktivít ako bola súťaž plagátov a týždeň „Vypínaj vypínače!“. Silná značka a dobre navrhnutá internetová stránka tiež stimulovali zapojenie študentov a ako ukazujú výsledky dotazníkového prieskumu, významne prispeli k tomu, že bola kampaň úspešná teraz i v dlhodobom horizonte.

Použitie pilotnej skupiny, alebo pilotnej školy ako v prípade „Vypínaj vypínače!“, pomáha určiť, či myšlienky a plány boli správne zmapované. Použitie analýz rizika je tiež cenným prostriedkom, najmä ak váš projekt počíta s meraním výsledkov a normovaním výkonu



z vašich zistení. V projekte „Vypínaj vypínače!“ umožnilo použitie pilotnej školy objasniť najlepší spôsob sledovania a výpočtu očakávaných úspor energie na školách zapojených do našej iniciatívy.

Umožniť cieľovej skupine priamy vstup do celkového vývoja projektových materiálov je základný postup, najmä ak sa tieto materiály a nástroje budú využívať na stimuláciu a motiváciu vašej cieľovej skupiny. Študenti a školy boli povzbudení priamo prispievať do kampane „Vypínaj vypínače!“. Obzvlášť deti baví byť kreatívnymi a predvádzať svoj talent. Počet a tvorivosť príspevkov do kampane „Vypínaj vypínače!“ je toho dôkazom. Na študentov pôsobili viaceré podnety, o čom svedčí vysoký počet účastníkov Súťaže o najlepší plagát a uchádzačov o cenu „Flick the Switch Champion“.

Pri navrhovaní internetovej stránky je veľmi dôležité **postarať sa o cieľovú skupinu** adekvátne. Stránka „Vypínaj vypínače!“ to urobila tým, že ponúka obsah v 3 rôznych sekciách: deti, mládež a učitelia. Internetová stránka bola dynamická, s pohyblivými obrázkami, galériami, interaktívnymi modulmi a materiálmi na stiahnutie, čo poskytlo návštevníkom stimulujúci zážitok. Vzhľadom na to, že projekt bol celoeurópsky, obsah stránky bol k dispozícii v 9-tich európskych jazykoch.

Komunikácia vo viacjazyčnej a multikultúrnej Európe je výzvou pre všetky európske projekty. V tomto ohľade sa ukázalo **zostavenie projektového konzorcia** ako rozhodujúce pre úspešné riadenie projektu a jeho dissemináciu. Konzorcium „Vypínaj vypínače!“ sa skladá z 11 partnerov zastupujúcich tieto krajiny: Taliansko, Španielsko, Veľká Británia, Chorvátsko, Litva, Malta, Nórsko, Slovinsko, Slovensko a Estónsko. To pomohlo zabezpečiť, aby jazykový a kultúrny rámec projektu bol čo najširší, a to nielen kvôli zrozumiteľnosti obsahu internetovej stránky, ale tiež k zvýšeniu hodnoty podujatí a slávností organizovaných konzorciom.