



Europos  
Komisija



# „Generation Awake“ kampanija

„Generation Awake“ – tai kampanija, kuria siekiama gerinti žinias apie efektyvų išteklių naudojimą. Ji taikoma bendrajai auditorijai. Ji parodo, ką galima padaryti kasdiniame gyvenime, kad sumažintume atliekų kiekį ir protingiau naudotume gamtos išteklius, tokius kaip vanduo, energija, mediena ir metalai. Ją 2011 m. pradėjo Europos Komisijos aplinkos generalinis direktoratas, kad paskatintų efektyviau naudoti išteklius Europoje įgyvendinant žaliają (arba „žiedinę“) ekonomiką. Ši kampanija kviečia žmones susimąstyti apie vartojimo įpročius ir jų padarinius aplinkai, gamtos ištekliams, gyvenimo kokybei, sveikatai ir gerovei.

## Kas yra tikslinė auditorija?

25–40 metų žmonės, ypatingą dėmesį skiriant jauniems suaugusiems miestų gyventojams ir mažų vaikų turinčioms šeimoms.

## Kas yra efektyvus išteklių naudojimas?

**Efektyvus išteklių naudojimas – tai geresnių rezultatų siekimas mažesnėmis išteklių sąnaudomis, tausaus ribotų išteklių naudojimas ir poveikio aplinkai mažinimas.** Mūsų ateitis priklauso nuo to, kaip naudosime tokius išteklius kaip vanduo, oras, metalai, mineralai, miškai, žemė, maistas ir biologinės įvairovės sistemos. Šie ištekliai būtini mūsų klestėjimui ir gerovei, bet eikvojame juos greičiau nei jie gali atsinaujinti.

Kiekvienas atskirai ir kaip bendruomenė turime pakeisti išteklių naudojimo įpročius. Tai leis mums – ir mūsų vaikams – tikėtis geros gyvenimo kokybės, stiprios ekonomikos ir sveikos aplinkos.

## „Generation Awake“ kampanijos eiga

Kampanija pradėta vykdyti 2011 m. spalį sukūrus daugiakalbę interneto svetainę [www.generationawake.eu](http://www.generationawake.eu), „Facebook“ puslapį [www.facebook.com/GenerationAwake](http://www.facebook.com/GenerationAwake) ir „virusinį“ vaizdo įrašą [www.youtube.com/user/GenerationAwake](http://www.youtube.com/user/GenerationAwake) bei vykdant viešųjų ryšių veiklą. Šiose priemonėse buvo pristatyti Robis Rutinas, Storulis Čarlis ir Impulsyvioji Inga – suasmeninti pirkinii maišeliai, atspindintys tipinius vartojimo sprendimus.

2012 metais kampanija daugiausia dėmesio skyrė vandens vartojimui. Buvo pristatytas dar vienas veikėjas – Vandens Maniakas Vandenis, o parengtoje medžiagoje ir vaizdo įrašė buvo skatinama taupiai naudoti vandenį. Buvo sukurta nauja [internetu svetainė](#), skirta paslėptam vandens vartojimui, susijusiam su kasdienio vartojimo prekėmis.

Pasitelkdama socialinę žiniasklaidą kampanija kvietė piliečius imtis veiksmų ir tausoti gamtos išteklius. „Facebook“ draugai buvo kviečiami parodyti, ką vanduo reiškia jiems, naudodamiesi nuotraukų žymėjimo programa. Rezultatai buvo surinkti į nuotraukų parodą „Generation Awake“ „Facebook“ puslapyje. „Generation Awake“ „Facebook“ draugai taip pat galėjo balsuoti už labiausiai patikusius vaizdo įrašus. **„Facebook“ programa „My Green Resolution“** buvo pristatyta **2013 m.** sausį, ji padeda draugams tesėti Naujųjų metų proga duotus pažadus tausoti aplinką ir dalytis pasiūlymais.





Naujas etapas prasidėjo **2014 m. pradžioje** sutelkiant dėmesį į geresnį atliekų tvarkymą – vieną svarbiausių elementų siekiant žaliosios ekonomikos tikslų. Pasirodė naujas veikėjas Ričardas Šiukšlius su žinia, kad „atliekos, kurių neįmanoma išvengti, yra vertingas išteklius“.

Kampanija duoda apčiuopiamų rezultatų. Jos interneto svetainėse apsilankė daugiau nei **750 000 žmonių**, vaizdo įrašai buvo peržiūrėti daugiau nei **4,5 milijono kartų**, „Facebook“ bendruomenę sudaro beveik **100 000 sekėjų**, o vykdant viešųjų ryšių veiklą buvo parengta **1 100 straipsnių** apie kampaniją.

## Kas gali tapti kampanijos rėmėju?

Viešosios ir privačiosios organizacijos, norinčios skleisti „Generation Awake“ idėjas, kviečiamos tapti oficialiais kampanijos rėmėjais. Norėdami paremti kampaniją, pareiškėjai turi užpildyti prašymo formą dalyje „Kampanija“ kampanijos interneto svetainėje [www.generationawake.eu](http://www.generationawake.eu)

## Kodėl verta tapti rėmėju?

Jei norite **vykdyti verslą arba teikti paslaugas efektyviai naudodami išteklius, tapdami rėmėju galite parodyti, kad jūsų organizacijai svarbi gamtos apsauga**. Taip pat galite prisijungti prie platesnės veiklos skleidami žinią, kad atliekų kiekio mažinimas ir išteklių taupymas yra naudingi aplinkai ir ekonomikai, o tvari veikla yra ir moralinis, ir komercinis pasirinkimas.



Tapę rėmėju, **galėsite pasiekti informacijos ir medžiagos**, kurią galima naudoti naujienlaiškiuose arba interneto svetainėse. Be to, nemokamai gausite kampanijos vaizdinės medžiagos, nuotraukų ir vaizdo įrašų savo leidiniams ir renginiams.

Be to, organizacijos rėmėjos gali **didinti savo žinomumą naudodamosi oficialia kampanijos interneto svetaine**, nes kampaniją remiančių viešųjų organizacijų logotipai pateikiami [www.generationawake.eu](http://www.generationawake.eu) rėmėjų puslapyje (dalyje „Kampanija“). Taip pat siūloma galimybė kurti žaliuosius tinklus, nes tame puslapyje nurodomos kitos panašiai mąstančios organizacijos ir interesų grupės iš visos ES.

Viešojo sektoriaus (viešojo administravimo įstaigų, NVO, valstybinių institucijų ir organizacijų, universitetų bei mokyklų) prašymai priimami iš karto. Paraiškos teikėjai gaus el. laišką su visa informacija ir medžiaga, kurių reikia vykdant reklaminę veiklą. Prašymai naudoti logotipą, gauti iš privataus sektoriaus atstovų, kiekvienu atveju svarstomi atskirai. Aplinkos GD priims arba atmes prašymą per 15 dienų nuo jo gavimo. Leidimas naudoti „Generation Awake“ logotipą yra neišimtinis ir galioja visame pasaulyje, bet tik kampanijos vykdymo laikotarpiu; planuojama, kad jis truks iki 2014 m. pabaigos su galimybe pratęsti.

[www.generationawake.eu](http://www.generationawake.eu)

[www.facebook.com/GenerationAwake](https://www.facebook.com/GenerationAwake)

[www.youtube.com/user/GenerationAwake](https://www.youtube.com/user/GenerationAwake)

