ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ГОСТ Р 72539— 2026**

# Охрана лесов

# ЛЕСОПОЖАРНАЯ ПРОПАГАНДА

## Общие требования

**Издание официальное**

**Москва**
**Российский институт стандартизации**
**2026**

gost.e-ecolog.ru

## Предисловие

1 РАЗРАБОТАН Федеральным бюджетным учреждением «Всероссийский научно-исследовательский институт лесоводства и механизации лесного хозяйства» (ФБУ ВНИИЛМ)

2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 449 «Лесоводство и смежные виды деятельности»

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 9 февраля 2026 г. № 104-ст

4 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

*Правила применения настоящего стандарта установлены в статье 26 Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации». Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (по состоянию на 1 января текущего года) информационном указателе «Национальные стандарты», а официальный текст изменений и поправок — в ежемесячном информационном указателе «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ближайшем выпуске ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет (*gost.e-ecolog.ru

© Оформление. ФГБУ «Институт стандартизации», 2026

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

## Введение

В 2023 году вступил в силу Федеральный закон от 24 июля 2023 г. № 343-ФЗ «О внесении изменений в Лесной кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации», который в статье 53.1 Лесного Кодекса значительно расширил понятие «Предупреждение лесных пожаров» и ввел комплекс мер по противопожарной пропаганде и обучению населения мерам пожарной безопасности в лесах.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Охрана лесов**

# ЛЕСОПОЖАРНАЯ ПРОПАГАНДА

**Общие требования**

Forest protection. Forest fire propaganda. General requirements

**Дата введения — 2026—09—01**

## 1 Область применения

Настоящий стандарт устанавливает общие принципы деятельности для организаций и специалистов, занимающихся противопожарной пропагандой и обучением населения мерам пожарной безопасности в лесах.

Положения стандарта предназначены для создания и развития производственных процессов, разработки соответствующих документов, а также для обучения сотрудников.

Стандарт разработан для применения в организациях различных организационно-правовых форм и ведомственной принадлежности, уполномоченных на проведение соответствующих работ или принявших решение выстраивать последовательную и организационно обоснованную работу в области предупреждения лесных и иных ландшафтных пожаров, на добровольной основе или в соответствии с установленным законодательством порядке.

## 2 Термины и определения

В настоящем стандарте применены следующие термины с соответствующими определениями:

2.1

**противопожарная пропаганда:** Информирование общества о путях обеспечения пожарной безопасности.

[[1], статья 1]

2.2 **лесопожарная пропаганда:** Комплекс мер по предупреждению лесных и других ландшафтных пожаров, направленных на повышение уровня информированности граждан и лиц без гражданства, а также предприятий, организаций, о рисках лесных и иных ландшафтных пожаров, и изменение пожароопасных поведенческих моделей обращения с огнем на природных территориях.

2.3 **лесопожарная агитация:** Устное, печатное и наглядное (включая аудиовизуальное) информирование граждан и лиц без гражданства, а также предприятий, организаций, о мерах по предотвращению и тушению лесных и других ландшафтных пожаров с целью побуждения к совершению определенных действий.

2.4 **обучение населения мерам пожарной безопасности в лесах:** Организованный процесс по формированию знаний, умений, навыков граждан в области обеспечения пожарной безопасности в лесах, в системе общего, профессионального и дополнительного образования, в процессе трудовой и служебной деятельности, а также в повседневной жизни.

2.5 **информационная [коммуникационная, просветительская, рекламная, социальная рекламная] кампания:** Серия взаимосвязанных и запланированных мер информационного воздействия,

**Издание официальное**

направленных на повышение уровня информированности о проблеме лесных и иных ландшафтных пожаров и изменение пожароопасных поведенческих моделей обращения с огнем на природных территориях среди представителей целевой группы в течение определенного периода времени.

2.6

**социальная реклама:** Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

[[2], статья 3]

2.7 **методические материалы:** Материалы, предназначенные в помощь педагогическим работникам для практического применения, в которых основное внимание следует уделить методики преподавания в целях обучения населения мерам пожарной безопасности в лесах.

2.8 **эффективность мер лесопожарной пропаганды:** Степень соотнесения между изначально поставленной целью и конечным результатом осуществленных мер лесопожарной пропаганды.

Примечание — Для оценки эффективности мер лесопожарной пропаганды используется оценка динамики социологических показателей, лесопожарных показателей, а также мониторинг средств массовой информации и сети Интернет.

2.9 **социологические показатели:** Доступные наблюдению, измерению и фиксированию характеристики представителей целевой группы, включая уровень информированности, мотивационные установки, поведенческие модели, приводящие к возникновению лесных и иных ландшафтных пожаров.

2.10 **лесопожарные показатели:** Показатели эффективности предотвращения и тушения лесных и иных ландшафтных пожаров, рассчитываемые на основе учитываемых и отчетных данных о пожарной опасности в лесах и лесных пожарах, ландшафтных (природных) пожаров, предусмотренные нормативно-правовыми актами и/или с использованием данных информационной системы дистанционного мониторинга лесных пожаров ИСДМ-Рослесхоз.

Примечание — Показатели эффективности предотвращения и тушения лесных и иных ландшафтных пожаров, предусмотренные нормативно-правовыми актами, — согласно [3], [4].

2.11 **мониторинг средств массовой информации и социальных медиа:** Ручное или автоматическое регулярное отслеживание упоминаний сообщений, соответствующих определенной тематике и/или ключевым словам, в средствах массовой информации, социальных сетях, блогах, форумах, а также дальнейшая обработка и анализ собранных данных.

2.12

**геоинформационная система;** ГИС: Информационная система, оперирующая пространственными данными.

[ГОСТ Р 52438—2005, статья 3.1]

2.13 **геоинформационный анализ:** Анализ размещения, структуры, взаимосвязей объектов и явлений с использованием методов пространственного анализа и геомоделирования.

2.14 **сценарий возникновения и/или развития лесного или иного ландшафтного пожара:** Пожароопасная ситуация, генерализированная совокупностью условий при использовании огня в хозяйственной деятельности или появление источника огня в природной среде, приводящих к лесному пожару.

2.15 **целевая группа:** Группа лиц, которые в рамках определенного сценария возникновения и/или развития лесного или иного ландшафтного пожара реализуют общую пожароопасную поведенческую модель и объединены общими мотивационными установками.

***Пример — В случае сценария выжиганий растительности на сельскохозяйственных землях можно выделить несколько целевых групп, например: работники крестьянско-фермерских хозяйств, расчищающие участки под распашку, владельцы зароших деревьями и кустарником участков, расчищающие землю во избежание штрафа за нецелевое использование земли.***

2.16 **поведенческая модель:** Набор приводящих к лесному или иному ландшафтному пожару и/или его развитию действий, которые совершает представитель целевой группы в рамках определенного сценария.

2.17 **мотивационная установка:** Совокупность побуждений или представлений, вызывающих пожароопасную поведенческую модель представителя целевой группы и определяющих ее направленность.

2.18 **уровень информированности:** Осведомленность о причинах лесных и иных ландшафтных пожаров, способах их предотвращения и тушения, мерах пожарной безопасности в лесах, способность отличать достоверную информацию от мифов и заблуждений.

2.19 **метод персон:** Инструмент, который позволяет исследовать целевую группу, сегментировать ее и составить обобщенные портреты (образы) представителей целевой группы.

2.20 **сегментация:** Дробление целевой группы на подгруппы, которые объединяют людей по социально-экономическим, демографическим, географическим, психографическим и другим характеристикам.

2.21

**количественное исследование:** Представление результатов наблюдений в числовых показателях для описания и объяснения изучаемого явления, которое отражают проводимые наблюдения.

[ГОСТ Р ИСО 20252—2014, статья 2.48]

2.22 **качественное исследование:** Анализ мотивации, способов мышления, суждений, мнений, оценок или поведения посредством применения специальных исследовательских приемов (фокус-группа, углубленное интервью и этнографическое наблюдение).

2.23 **этнографическое наблюдение:** Исследование, в ходе которого исследователь наблюдает и/или взаимодействует с объектами исследования в их естественной социальной среде по мере того, как они выполняют свои обычные действия, отслеживает и регистрирует значимые параметры объектов исследования.

Примечание — В зависимости от поставленных задач могут применяться бланки наблюдения, средства аудио-, видеозаписи и фоторегистрации.

2.24 **анкетирование:** Исследование, в ходе которого опрашиваемое лицо самостоятельно или с помощью интервьюера заполняет полностью или частично структурированную анкету, состоящую из серии вопросов и предназначенную для сбора данных.

2.25

**углубленное интервью:** Неформализованное (неструктурированное) интервью, проводимое в целях выяснения внутренних мотивов, побуждений, суждений, склонностей, а также социальных и эмоциональных установок, связанных с определенным объектом изучения.

[ГОСТ Р ИСО 20252—2014, статья 2.21]

Примечание — В контексте настоящего стандарта допускается также применять термин «глубинное интервью».

2.26

**фокус-группа:** Проводимое модератором свободное неформализованное обсуждение в группе, состоящей из небольшого числа отобранных участников.

[ГОСТ Р ИСО 20252—2014, статья 2.28]

2.27 **сценарий интервью [фокус-группы]:** Документ, содержащий перечень тем и вопросов, направленных на достижение исследовательской цели проведения интервью или фокус-группы.

2.28

**модератор:** Лицо, отвечающее за создание благоприятной обстановки, облегчающей взаимодействие членов фокус-группы.

[ГОСТ Р ИСО 20252—2014, статья 2.35]

2.29 **коммуникационная стратегия:** План взаимодействия с целевой группой с целью донесения ключевого сообщения для выполнения задач, стоящих перед мерами лесопожарной пропаганды.

2.30 **коммуникационный канал (канал коммуникации):** Путь, способ передачи информации.

Примечание — По географическому охвату аудитории и организационным особенностям размещения информационных материалов коммуникационные каналы делятся на федеральные (например, федеральные телеканалы, печатные издания, федеральные розничные сети), региональные (например, региональные телеканалы, интернет-издания, радиостанции, общественный транспорт) и локальные (например, рекламные щиты на дорогах на конкретных участках, местные магазины и остановки, мероприятия в местной школе).

2.31 **репрезентация целевой группы:** Использование образов представителей целевой группы в материалах информационной кампании.

2.32 **таргетированные материалы:** Материалы информационной кампании, направленные на определенную целевую группу и передаваемые по коммуникационным каналам, соответствующим выбранной целевой группе.

2.33 **ключевое сообщение:** Коротко сформулированный посыл, мысль, которую информационная кампания стремится донести до целевой группы.

2.34 **ключевой образ:** Графическое изображение, которое обеспечивает визуальное сопровождение ключевой идеи в материалах информационной кампании.

2.35 **персонаж:** Вымышленный герой в образе человека, животного или любого ожившего существа, разработанный и используемый для эффективной коммуникации с целевой группой.

2.36 **призыв к действию:** Коммуникационный элемент, который мотивирует и призывает пользователя совершить определенное действие.

2.37 **медиаплан:** Детальный план проведения информационной кампании, который содержит перечень коммуникационных каналов и площадок для размещения материалов, сроки размещения, бюджет и ожидаемый результат.

2.38 **точка контакта:** Ситуация, место или средство (интерфейс), где представитель целевой группы взаимодействует с материалами информационной кампании.

2.39 **механизм обратной связи:** Реакция представителей целевой группы на материалы информационной кампании.

2.40 **информационный ресурс:** Место в информационном поле (информационная площадка, интернет-сайт, электронное приложение, электронный контент, канал в социальной сети и пр.), предназначенное для предоставления и распространения информации, общения и взаимодействия между специалистами и представителями целевой аудитории, где аккумулируются различные информационные материалы и сформированы точки контакта.

Примечание — При реализации различных мероприятий в сфере противопожарной пропаганды на федеральном или региональном уровне информационный ресурс может выполнять задачи дополнительной точки контакта, а также верифицированного источника информации, где представители целевых групп и специалисты могут получить дополнительную информацию о проблеме лесных и иных ландшафтных пожаров, альтернативах пожароопасному поведению, готовые материалы для самостоятельного использования и/или распространения по коммуникационным каналам, в том числе в социальных сетях.

## 3 Общие положения

3.1 Лесопожарная пропаганда — это комплекс различных взаимосвязанных мероприятий, реализуемых в длительный период времени, как неотъемлемая часть лесопожарной политики на локальном, региональном и федеральном уровнях. В приоритете должен быть положен эффективный процесс, включающий поиск лучших решений (визуальных, аудиальных, технических, коммуникационных и пр.) и практик (организационных, социальных, общественных и пр.), привлечение специалистов и формирование творческих групп.

Лесопожарная пропаганда реализуется органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, уполномоченными в области лесных отношений, и их подведомственными учреждениями (организациями), органами местного самоуправления в пределах установленных полномочий, уполномоченным федеральным органом в области лесных отношений и их подведомственными учреждениями (организациями), уполномоченным федеральным органом в области особо охраняемых природных территорий, в соответствии с требованиями [4].

3.2 Противопожарная пропаганда и обучение населения мерам пожарной безопасности в лесах должны быть системными и настойчивыми, быть позитивными для восприятия человека, дифференцированными с учетом различных особенностей групп воздействия, актуальной лесопожарной и/или

социальной ситуации. В основе эффективной лесопожарной агитации должно быть применено ненасильственное и незлоумышленное воздействие на чувства людей, формирующее их мировоззрение.

3.3 Разработку, проведение мероприятий по противопожарной пропаганде и обучение населения мерам пожарной безопасности в лесах должны по возможности осуществлять подготовленные для этой работы специалисты и творческие группы.

3.4 Система противопожарной пропаганды и обучения населения мерам пожарной безопасности в лесах и деятельность в данной области должны обеспечивать последовательную, логически и организационно обоснованную связь между задачей снизить риски возникновения и/или опасного развития лесных пожаров на конкретной территории и выбором оптимальных методов и форм работы, а также последующим контролем эффективности проводимой работы в целях корректировки и оптимизации дальнейших активностей и мероприятий. Необходимыми принципами для реализации такой деятельности являются: исследовательский подход к комплексу решаемых методами лесопожарной пропаганды и обучения проблем; профессиональный подход к решению коммуникационных и учебных задач, возникающих в процессе планирования и проведения мероприятий в области лесопожарной пропаганды и обучения.

Исследовательский подход к комплексу решаемых мероприятиями лесопожарной пропаганды и обучением проблем характеризуется принятием управленческих и организационных решений на основе выводов, полученных в результате профессионального (целевого) сбора и анализа объективных дистанционных и полевых данных о рисках и сценариях возникновения и/или опасного развития лесных и иных ландшафтных пожаров, целевых группах, реализующих сценарии, приведшие к возникновению пожара, поведенческих моделях и мотивационных установок членов целевой группы.

Профессиональный подход к решению коммуникационных задач, возникающих в процессе планирования мероприятий в области лесопожарной пропаганды и обучения, характеризуется наличием эффективного творческого процесса, включающего поиск лучших решений и практик силами специалистов в области общественной и социальной коммуникаций, организации и проведения обучения, а также силами творческих рабочих групп. Профессиональный подход в реализации мероприятий допускает, что специалисты, осуществляющие мероприятия в области лесопожарной пропаганды и обучения, имеют квалификацию по соответствующим направлениям подготовки [например, профилактика и предупреждение лесных и ландшафтных (природных) пожаров, общественная коммуникация, социальные отношения, социальная реклама, методика обучения взрослого населения, методика обучения детского населения, и др.] и периодически повышают квалификацию в соответствии с установленными нормативными правовыми актами. Программы обучения должны учитывать актуальные изменения в законодательстве Российской Федерации, а также рекомендуется учитывать актуальный положительный опыт в отечественной и зарубежной практике в области предупреждения лесных пожаров.

3.5 Необходимыми элементами системы противопожарной пропаганды и обучения населения мерам пожарной безопасности в лесах являются:

а) использование исследовательского подхода к комплексу решаемых методами лесопожарной пропаганды и обучения проблем;

б) создание и использование информационных ресурсов, содержащих материалы по соблюдению правил пожарной безопасности в лесах, адаптированные для различных целевых групп и сценариев возникновения и/или опасного развития пожара. Допускается использование единого информационного ресурса, который может являться центральной площадкой, объединяющей региональные и локальные мероприятия по распространению материалов противопожарной пропаганды и обучения, единой точкой входа для всех заинтересованных лиц и источником актуальной информации;

в) разработка и реализация комплекса мер по распространению материалов противопожарной пропаганды и обучения, по возможности включающего в себя материалы социальной рекламы, содержащие ключевые сообщения для различных целевых групп и соответствующие коммуникационным каналам, релевантные для различных целевых групп воздействия;

г) оценка эффективности мероприятий по противопожарной пропаганде и обучению населения правилам пожарной безопасности в лесах на основе как показателей динамики пожарных показателей на конкретной территории, так и показателей динамики изменения поведенческих моделей и мотивационных установок представителей целевых групп;

д) ресурсное обеспечение функционирования системы противопожарной пропаганды и обучения населения, включая финансирование необходимых мероприятий, обучение и подготовку специалистов, разработку базы для обмена опытом лучших практик и материалов.

3.6 Для реализации и скоординированного функционирования элементов системы противопожарной пропаганды и обучения населения мерам пожарной безопасности в лесах целесообразно провести распределение ролей (функционала) между федеральными и региональными уровнями управления, а также предприятиями лесного хозяйства и/или лесопожарными организациями (учреждениями) на локальном уровне. Целесообразно сочетание разных уровней и форм размещения коммуникационных материалов и информационной поддержки на федеральном, региональном и локальном уровнях.

3.7 При реализации исследовательского подхода в качестве причин лесного или ландшафтного (природного) пожара допускается выделять и указывать (использовать) более широкий перечень, чем перечень учитываемых и отчетных данных о пожарной опасности в лесах и лесных пожарах, ландшафтных (природных) пожаров, предусмотренный нормативно-правовыми актами: какую-либо группу лиц (местное население, туристы, лесопользователи и пр.), географическое положение начала пожара (ЛЭП, дорога, сопредельные территории и пр.), поведенческую модель (выброшенный окурок, незатушенный костер, выжигание травы и пр.) или мотивационную установку (непонимание особенностей торфяной почвы, уверенность в пользе сжигания сухой травы перед началом сельскохозяйственного сезона и пр.).

В целях исключения разности интерпретаций трактовок и формирования баз для дальнейшего использования инструментов организации работы по ведению лесопожарной пропаганды и обучения населения, рекомендуется использовать следующие термины:

а) сценарий возникновения и/или развития лесного и иного ландшафтного пожара — пожароопасная ситуация, генерализированная совокупность условий при использовании огня в хозяйственной деятельности или появление источника огня в природной среде, приводящих к пожару. Выделяется основной перечень сценариев, но не ограничивается ими: выжигание растительности на землях населенных пунктов; выжигание растительности в сельскохозяйственных целях; профилактические выжигания в лесном фонде; применение огня в лесозаготовительной деятельности; применение огня в рекреационных целях; технологическое искрение; обращение населения с биотопливом; грозовая активность;

б) целевые группы, реализующие сценарий, приведший к возникновению и/или развитию лесного и иного ландшафтного пожара — лица, чье поведение приводит к возникновению и/или опасному развитию лесных пожаров и на которых в дальнейшем направлено воздействие мер противопожарной пропаганды и обучения.

По численности целевые группы могут быть «широкими» (с большой численностью людей) или «узкими» (с малой численностью лиц), а сегментация целевых групп осуществляется на основе общих социально-демографических (возраст, пол, география и др.), психографических (интересы, ценности, образ жизни и др.) и поведенческих признаков. Члены целевой группы реализуют общую модель пожароопасного поведения и объединены общими мотивационными установками. Для описания и сегментации целевых групп допускается использовать метод персон;

в) поведенческие модели и мотивационные установки членов целевой группы. Поведенческая модель — это набор приводящих к пожару/развитию пожара действий, которые совершает представитель целевой группы. Мотивационная установка — это совокупность побуждений или представлений, вызывающих пожароопасные действия представителя целевой группы и определяющих их направленность.

***Пример — Турист, сплавляющийся по реке, проходящей по границе лесной территории — это представитель целевой группы. Сценарий потенциального возникновения пожара — использование огня в рекреационных целях: турист разводит костры во время остановок на берегу, не соблюдая правила пожарной безопасности в лесу, что создает угрозу лесного пожара. Поведенческая модель представителя целевой группы — некачественное тушение костра: вместо того, чтобы тщательно пролить и перемешать угли до момента, когда они остынут настолько, чтобы можно было проверить рукой, турист небрежно выливает в костер воду, чтобы сбить открытый огонь. Турист уезжает со стоянки без опасений. Мотивационная установка представителя целевой группы: уверенность в том, что потухший костер — это тот, который не горит открытым пламенем.***

3.8 В ходе исследований в целях определения сценариев возникновения пожаров, целевых групп, их поведенческих моделей и мотивационных установок, а также выбора оптимальных форм и методов воздействия (включая выбор способов целевого информирования с помощью таргетированных материалов, коммуникационных каналов, точек контакта, механизмов обратной связи) могут быть применены различные методы качественных и количественных исследований, в том числе анкетирование, опросы, этнографические наблюдения, углубленные интервью и фокус-группы, проводимые модератором по определенному сценарию, но не ограничиваясь только ими.

## 4 Общие требования

4.1 Деятельность по лесопожарной пропаганде и обучению населения мерам пожарной безопасности в лесах должна основываться на четко сформулированных целях, конкретизированных по критериям: содержательная определенность, измеримость, достижимость, соответствие задачам охраны лесов от пожаров и ограниченность по времени выполнения.

4.2 Информационные материалы, направленные на детскую аудиторию (детей и подростков), разрабатывают с учетом возрастных и психологических особенностей целевой аудитории, а также они могут быть направлены на экспертизу на соответствие образовательным и психологическим требованиям в образовательных организациях.

4.3 Система противопожарной пропаганды и обучения населения мерам пожарной безопасности в лесах включает следующие группы мероприятий:

а) мероприятия по проведению исследований, направленных на сбор и анализ дистанционных и полевых данных о причинах, рисках и сценариях возникновения и/или опасного развития лесных и иных ландшафтных пожаров, а также о целевых группах, чьи поведенческие модели и мотивационные установки приводят к возникновению и/или опасному развитию лесных пожаров. Такие исследования, в том числе включают геоинформационный (ГИС) анализ, социологические исследования, мониторинг и анализ средств массовой информации и социальных сетей;

б) мероприятия по разработке и созданию специальной литературы, изготовлению предметов наглядной лесопожарной агитации, информационных материалов (включая видео-, аудио-, печатные и электронные форматы материалов), по разработке и созданию материалов социальной рекламы, в целях осуществления противопожарной пропаганды и обучения населения правилам пожарной безопасности в лесах. Данные мероприятия дополнительно могут включать: подготовку коммуникационных стратегий, включая разработку ключевых сообщений (в том числе призывы к действию) и ключевых образов социальных рекламных кампаний (в том числе с помощью репрезентации целевой группы, использования персонажей и др.); подготовку плана размещения социальных рекламных материалов в релевантных коммуникационных каналах (медиаплана); создание социальных рекламных материалов в формате аудио-, видеороликов, в печатном формате для наружных носителей, носителей в помещениях и средств массовой информации, а также в форматах для размещения в сети Интернет;

в) мероприятия по распространению специальной литературы и предметов наглядной лесопожарной агитации, информационных материалов, распространению социальных рекламных материалов, включая платное размещение на рекламных площадках и носителях, проведение тематических выставок, смотров, конференций, и др;

г) разработка, создание и распространение методических материалов в целях обучения населения правилам пожарной безопасности в лесах, включая видео-, аудио-, печатные и электронные форматы материалов, в том силе в рамках информационных компаний (коммуникационной, просветительской, рекламной, социальной рекламной кампании и др.), организация и проведение обучения граждан и лиц без гражданства, специалистов организаций и предприятий;

д) проведение мероприятий, направленных на оценку эффективности мер противопожарной пропаганды, включая геоинформационный анализ динамики пожарной ситуации с использованием геоинформационных систем, социологические исследования для оценки изменения поведенческих моделей и мотивационных установок целевых групп, мониторинг и анализ размещения материалов противопожарной пропаганды и обучения в средствах массовой информации и сети Интернет, социальных медиа.

4.4 Для обеспечения логической связи между задачей снизить риски возникновения и/или опасного развития лесных и иных ландшафтных (природных) пожаров на конкретной территории, выбором оптимальных методов и форм работы и последующим контролем эффективности выделяют несколько последовательных этапов работ по лесопожарной пропаганде:

- анализ рисков и уязвимостей территории, выявление факторов и сценариев, способствующих возникновению и развитию лесных и иных ландшафтных пожаров, с учетом данных статистики пожаров, данных дистанционного зондирования, лесопирологических, лесорастительных и социологических показателей;
- определение наиболее вероятных сценариев возникновения и/или опасного развития пожаров на конкретной территории;
- определение целевой группы, чьи действия приводят к возникновению и/или развитию пожара;
- подготовка ключевых сообщений и плана размещения материалов в релевантных коммуникационных каналах;

- разработка необходимых материалов по лесопожарной пропаганде и обучению;
- проведение мероприятий по лесопожарной пропаганде и обучение;
- контроль и оценка эффективности проводимой работы по лесопожарной пропаганде и обучению.

## 5 Методы контроля

5.1 Критерии эффективности мероприятий в области противопожарной пропаганды и обучения делятся на две группы — социологические и лесопожарные показатели, но не ограничены только ими.

Так как мероприятия по противопожарной пропаганде и обучению населения мерам пожарной безопасности в лесах направлены на изменение и/или формирование поведенческой модели и мотивационных установок представителей определенной целевой группы, эффективность этих мероприятий рекомендуется оценивать с точки зрения изменения моделей поведения и мотивации. Замеры соответствующих параметров необходимо проводить с помощью социологических исследований, оценки уровня информированности целевых групп.

5.2 Количественные социологические методы (опросы и анкетирование и др.) позволяют измерить изменение уровня информированности и динамику распространения мифов и заблуждений, влияющих на поведение, до и после проведения мероприятий по противопожарной пропаганде и обучению. Сочетание количественных методов анализа и наблюдений (например, описание и подсчет пожароопасных кострищ на определенной территории) также позволяет при повторных исследованиях замерять (оценить) наличие или отсутствие динамики в поведенческих моделях.

5.3 Лесопожарные показатели могут быть оценены на основе оценки динамики изменений количества и площади лесных и ландшафтных (природных) пожаров, долей распределения причин пожаров, изменений географического распределения (геоинформационный анализ и др.) и временных периодов возникновения пожаров.

5.4 Сопоставление данных, получаемых в ходе оценки динамики поведенческих моделей и/или мотивационных установок среди представителей выбранной целевой аудитории, и данных о динамике лесопожарной ситуации на конкретной территории за контрольный период времени позволяет выявлять корреляцию (или ее отсутствие) между результатами проводимой работы по противопожарной пропаганде и обучению и снижением риска возникновения и развития лесных пожаров.

5.5 При разработке и реализации системы противопожарной пропаганды и обучения населения мерам пожарной безопасности в лесах на региональном и федеральном уровнях могут быть применены следующие единицы измерения для отдельных мер противопожарной пропаганды и обучения населения мерам пожарной безопасности в лесах, но не ограничивается только ими:

а) для издания и распространения специальной литературы и изготовления предметов наглядной лесопожарной агитации допускается оценивать общие объемы (тиражи) выпускаемой продукции (шт., комплект) и/или их стоимость (руб.);

б) для проведения тематических выставок, смотров, конференций и использования других форм информирования населения допускается использовать: количество мероприятий (шт.), охваты мероприятий (количество принявших участие уникальных посетителей), стоимость мероприятия (руб.) и удельную стоимость участия посетителя (руб./чел.);

в) для проведения исследований, направленных на сбор и анализ дистанционных и полевых данных о причинах и сценариях возникновения и/или опасного развития лесных и иных ландшафтных пожаров, а также целевых группах, чьи поведенческие модели и мотивационные установки приводят к возникновению и/или опасному развитию лесных пожаров допускается оценивать их стоимость (руб.), в том числе отдельно допускается оценивать стоимость следующих исследований: геоинформационный анализ; социологические исследования; мониторинг и анализ средств массовой информации и социальных сетей, полевые исследования. Для всех перечисленных случаев допускается оценивать не только стоимость отдельных мероприятий и работ (руб.), но и необходимую периодичность (повторяемость) исследований (например, несколько раз в год или раз в сколько лет необходимо проводить повторно);

г) для разработки и создания материалов социальной рекламы в целях осуществления противопожарной пропаганды и обучения населения правилам пожарной безопасности в лесах, включая (и отдельно учитывая): подготовку коммуникационных стратегий (включая разработку ключевых сообщений и образов социальных рекламных кампаний); подготовку плана размещения социальных рекламных материалов в релевантных коммуникационных каналах (медиаплана); создание социальных реклам-

ных материалов в формате аудио-, видеороликов, печатном формате для наружных носителей, носителей в помещениях и средств массовой информации, форматах для размещения в сети Интернет, допускается оценивать их стоимость (руб.) и необходимую периодичность проведения;

д) для распространения социальных рекламных материалов, включая платное размещение на рекламных площадках и носителях, допускается оценивать охваты (сколько человек посмотрело по объективным данным учета), какой процент от числа целевой аудитории посмотрел (%), общую стоимость (руб.), стоимость просмотра (руб./чел.);

е) для разработки, создания и распространения методических материалов в целях обучения населения правилам пожарной безопасности в лесах, включая видео-, аудио-, печатные и электронные форматы материалов, допускается оценивать стоимость разработки общую (руб.), стоимость в пересчете на единицу (руб./шт.), охваты (сколько человек посмотрело по объективным данным учета), какой процент от числа целевой аудитории посмотрел (%), общую стоимость (руб.), стоимость просмотра (руб./чел.) с учетом вложений в разработку и продвижение;

ж) для проведения мероприятий, направленных на оценку эффективности мер противопожарной пропаганды, включая геоинформационный анализ динамики пожарной ситуации, социологические исследования для оценки изменения поведенческих моделей и мотивационных установок целевых групп, мониторинг и анализ размещения материалов противопожарной пропаганды и обучения в СМИ и сети Интернет, допускается оценивать общую стоимость (руб.), количество таких мероприятий (шт.) и необходимую периодичность проведения.

## Библиография

[1] Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. № 69-ФЗ «О пожарной безопасности»

[2] Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»

[3] Приказ Министерства природных ресурсов и экологии от 8 октября 2024 г. № 599 «Об утверждении состава и формы представления данных о пожарной опасности в лесах и лесных пожарах»

[4] Федеральный закон от 4 декабря 2006 г. № 200-ФЗ «Лесной кодекс Российской Федерации»

УДК 630.232.3:006.354 ОКС 65.020.01

Ключевые слова: лесопожарная пропаганда, обучение, лесные пожары, ландшафтные пожары, охрана лесов, эффективность пропаганды

Редактор *Н.В. Таланова*
Технический редактор *В.Н. Прусакова*
Корректор *Р.А. Ментова*
Компьютерная верстка *А.Н. Золотаревой*

Сдано в набор 12.02.2026. Подписано в печать 27.02.2026. Формат 60×84⅛. Гарнитура Ариал.
Усл. печ. л. 1,86. Уч.-изд. л. 1,48.

Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта

Создано в единичном исполнении в ФГБУ «Институт стандартизации»
для комплектования Федерального информационного фонда стандартов, 117418 Москва, Нахимовский пр-т, д. 31, к. 2.
gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru

gost.e-ecolog.ru