



**DrawData**

# **Smjernice za podizanje svijesti o smanjenju rizika od katastrofa i velikih nesreća**



**Projekt Drafting Disaster Risk Reduction Awareness Raising  
Guidelines and Disaster Loss Data & Assessment System - DrawData**



Ministarstvo unutarnjih poslova  
Ravnateljstvo civilne zaštite  
[www.civilna-zastita.gov.hr](http://www.civilna-zastita.gov.hr)



Sufinancirano sredstvima  
Europske unije

**Izdavač:**

Ministarstvo unutarnjih poslova  
Ravnateljstvo civilne zaštite

**Smjernice izradila:**

doc. dr. sc. Matilda Kolić Stanić

**Grafička priprema:**

Kerschoffset d.o.o., Zagreb

**Tisak:**

Printshop d.o.o., Zadar

*Financira Europska unija. Iznesena mišljenja i stavovi samo su autorovi i ne odražavaju nužno službena stajališta Europske unije ili Glavne uprave za europsku civilnu zaštitu i europske operacije humanitarne pomoći. Ni Europska unija, ni tijelo koje dodjeljuje sredstva ne mogu se smatrati odgovornima za njih.*

# **Smjernice za podizanje svijesti o smanjenju rizika od katastrofa i velikih nesreća**

**Projekt Drafting Disaster Risk Reduction  
Awareness Raising Guidelines and  
Disaster Loss Data & Assessment  
System - DrawData**

rujan 2025.

# Sadržaj

<b>1. Uvod</b>	3
1.1. Analiza stanja svijesti o rizicima od katastrofa i velikih nesreća u Hrvatskoj	11
1.1.1. Percepcija izloženosti rizicima	11
1.1.2. Percepcija pojedinih rizika	11
1.1.3. Informiranje građana o rizicima	12
1.1.4. Percepcija građana o odgovornosti za obnovu imovine i poduzete mjere	12
1.1.5. Usporedba percepcije rizika u Hrvatskoj sa zemljama Europske unije	15
1.1.6. Kratak pregled zaključaka radionica – SWOT analize	15
<b>2. Strateška komunikacija rizika za podizanje svijesti o smanjenju rizika od katastrofa</b>	19
2.1. Ciljevi komunikacije rizika prema građanstvu	22
2.2. Vrsta komunikacije	24
2.3. Akcijske strategije	25
2.4. Komunikacijske strategije	25
2.5. Komunikacijske taktike i kanali	26
<b>3. Operativni komunikacijski plan</b>	29
3.1. Tijela državne uprave i građanstvo	32
3.2. Tijela lokalne i područne (regionalne) samouprave i građanstvo	33
3.3. Obrazovne i odgojne ustanove i građanstvo	34
3.4. Preporučene taktike i komunikacijski kanali	37
3.4.1. Taktike akcije	37
3.4.2. Taktike komunikacije	37
3.4.3. Metode edukativnih radionica	38
3.5. Poruke	39
3.5.1. Jačina poruke	39
3.5.2. Vrste poruka	40
3.5.3. Specifične poruke	42
<b>4. Mjerenje rezultata</b>	43
<b>5. Izvori</b>	49

# Uvod



# 1. Uvod

Cilj Smjernica za podizanje svijesti o smanjenju rizika od katastrofa (u nastavku: Smjernice) je – Republika Hrvatska otpornija na katastrofe. Jačanjem otpornosti društva potiče se razvoj sigurnog i stabilnog okruženja kao preduvjeta za kvalitetan život, privlačenje investicija i održivi gospodarski rast. Nacionalna otpornost na katastrofe ovisi o otpornosti svake pojedine županije, grada, općine i stanovnika, a proaktivnim pristupom podizanja svijesti o rizicima od katastrofa ovaj dokument na nov način pridonosi njezinu jačanju.

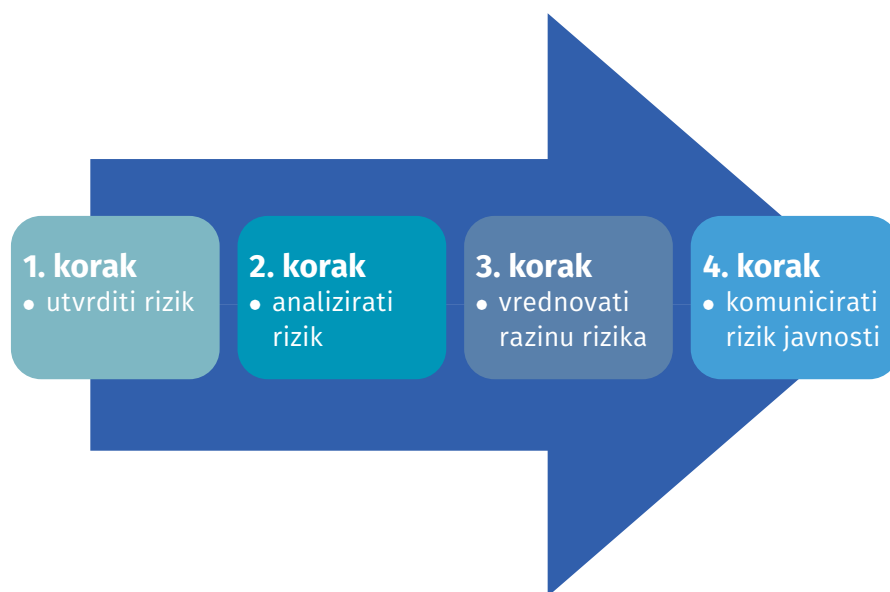
Istraživanje koje je za Ravnateljstvo civilne zaštite, Ministarstva unutarnjih poslova 2024. godine provela tvrtka Hendaal pokazalo je da građani često postaju svjesniji rizika tek kada su im i sami neposredno izloženi. Podizanje svijesti o rizicima utemeljeno na znanstvenim i stručnim dokazima stoga je važan korak u učinkovitom upravljanju rizikom od katastrofa. U posljednjih desetak godina Ravnateljstvo civilne zaštite, Ministarstva unutarnjih poslova izrađuje procjene rizika od katastrofa na nacionalnoj razini, a zakonska je obveza izrada procjena rizika od velikih nesreća na regionalnoj i lokalnoj razini kao i ažuriranje, najmanje jednom u tri godine. Međutim, 60 % ispitanika u spomenutom istraživanju ne zna da takav dokument postoji, a od 40 % onih koji su za njega čuli vrlo je malen broj onih koji su ga i pročitali.

U izradi ovih Smjernica sudjelovala je Hrvatska platforma za smanjenje rizika od katastrofa (u nastavku: Hrvatska platforma), osnovana Odlukom Vlade Republike Hrvatske 2009. godine kao forum za razmjenu mišljenja, iznošenje stavova, prijedloga i postignuća te multisektorsku suradnju za tijela državne i javne uprave, gospodarske subjekte, znanstvenu zajednicu i udruge građana. Aktivno sudjelovanje stručnjaka za civilnu zaštitu i smanjenje rizika od katastrofa iz različitih sektora i institucija osiguralo je sveobuhvatnu izradu ovog dokumenta koji služi kao okvir za njihov sustavan rad na podizanju svijesti o važnosti smanjenja rizika od katastrofa u svojim zajednicama i institucijama. Smjernicama se nastoji ojačati međusektorska suradnja i provedba aktivnosti svih dionika, što rezultira boljom informiranošću javnosti o sličnim temama koje će biti predstavljene na sličan način, sa sličnim formulacijama i ciljevima. Time se u konačnici smanjuje ranjivost cijele zajednice.

Ove Smjernice izrađene su u okviru projekta *Drafting Disaster Risk Reduction Awareness Raising Guidelines and Disaster Loss Data & Assessment System* – DrawData, u sklopu Mehanizma Unije za civilnu zaštitu na temelju Ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava (UCPM-2023-TRACK1-IBA – Technical Assistance for Disaster Risk Management – “Track 1”).

Svrha je ovoga dokumenta pridonijeti podizanju svijesti u društvu i među pojedincima o važnosti otpornosti na katastrofe, a to se ponajprije čini komuniciranjem ključnih informacija. Upravo su informacije temelj za stjecanje potrebnoga znanja koje je, kad je usvojeno, preduvjet da bi se dogodila promjena ponašanja koje vodi do veće otpornosti na rizike. Tomu služi provođenje aktivnosti u svrhu smanjenja rizika od katastrofa. Na taj se način u društvu podiže razina otpornosti i smanjuje se razina ranjivosti na prijetnje.

Budući da se rizici razlikuju, svaki od njih zahtijeva zasebnu analizu i zasebne preventivne mjere. Ispravna svijest o rizicima u društvu komunikacijski se oblikuje tek kada su ti rizici objašnjeni građanstvu na koje utječu. Procjenom rizika od katastrofa za Republiku Hrvatsku<sup>1</sup> rizici su već utvrđeni, analizirani te je vrednovana njihova razina. Da bi se učinkovito upravljalo rizicima, preostaje važan korak: komunikacija rizika.



Prikaz 1. Potrebni koraci za smanjenje rizika od katastrofa

Pri komuniciranju rizika treba uzeti u obzir da je rizik višedimenzionalni problem koji se ne ograničava samo na procjenu učinka ili vjerojatnost da će se on dogoditi. Komuniciranje rizika važno je i jer postoje snažni subjektivni kognitivni i emocionalni elementi koji se vezuju uz osobe koje su pogođene rizicima. Stoga na percepciju rizika među pojedincima i u društvu mogu utjecati i varijable poput iskustva u dramatičnim događajima, osobni profili, obrazovanje i slično.<sup>2</sup>

Naime, nečija osobna percepcija rizika vrlo je kompleksna s obzirom na to da sadržava i emocionalnu komponentu, odnosno nije uvijek posve racionalna. Primjerice, Republika Hrvatska proglasila je katastrofu 2014. godine nakon poplava u Vukovarsko-srijemskoj županiji te 2021.

1 Vlada Republike Hrvatske (2024.) Procjena rizika od katastrofa za Republiku Hrvatsku (pristupljeno: rujan 2024. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocImages/CIVIL-NA%20ZA%C5%A0TITA/PDF\_ZA%20WEB/Procjena%20rizika%20od%20katastrofa%20za%20Republiku%20Hrvatsku.pdf).

2 de la Cierva, Y. (2022.) *Leading companies through storms and crises: Principles and best practices in conflict prevention, crisis management and communication*. Pearson, Madrid.

godine nakon potresa za područje Sisačko-moslavačke, Zagrebačke i Karlovačke županije.<sup>3</sup> Nije iščeznuo spomen na žrtve i na njihova svjedočanstva koja mogu biti dragocjena za konkretne savjete i postati saveznici mjerodavnima u zajedničkom interesu smanjenja rizika od katastrofa i velikih nesreća. Iz tih katastrofa stečena su mnoga iskustva i naučene lekcije operativnih snaga, kao i pokazana snažna solidarnost stanovništva za pomoć žrtvama.

Također, za shvaćanje društvenoga konteksta u kojem je potrebno komunicirati rizike važno je spomenuti i pandemiju COVID-19, koja se smatra jednom od najrazornijih transnacionalnih kriza u posljednjem desetljeću. Prema Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji do lipnja 2025. više od sedam milijuna smrtnih slučajeva od COVID-19 zabilježeno je diljem svijeta, a među najpogođenijima je bila i Europa.<sup>4</sup>

Uz izradu ovih Smjernica usko je povezano oblikovanje učinkovite komunikacije rizika, a za to je bilo nužno provesti istraživanje percepcije građana o rizicima od katastrofa i velikih nesreća u Hrvatskoj. Drugim riječima, pri poduzimanju konkretnih mjera za smanjenje rizika trebalo je doznati što građani znaju i osjećaju vezano uz rizike od katastrofa i velikih nesreća u Hrvatskoj.

Prirodne prijetnje na globalnoj razini postaju sve intenzivnije, sve češće, pogađaju sve više ljudi i negativni učinci sve su veći.<sup>5</sup> Također, sve su teže i posljedice za svjetsku populaciju usko povezane s klimatskim promjenama.<sup>6</sup> Poznato je da je i Republika Hrvatska izložena raznovrsnim prirodnim prijetnjama, od kojih se ističu klizišta, poplave, ekstremne temperature, požari otvorenoga tipa, suše, pandemije te složeni rizici, posebno u urbanim područjima.<sup>7</sup> Kada je riječ o utjecajima klimatskih promjena, prema izvješću Europske agencije za okoliš Republika Hrvatska pripada skupini od tri europske zemlje s najvećim kumulativnim udjelom šteta od ekstremnih vremenskih i klimatskih događaja u odnosu na bruto nacionalni proizvod.<sup>8</sup>

Upravo zbog kompleksnosti, opsežnosti i zahtjevnosti upravljanja svim navedenim rizicima osnovan je Odbor Hrvatske platforme za smanjenje rizika od katastrofa kojemu je svrha

3 Hrvatski sabor (2020.) *Strategija prilagodbe klimatskim promjenama u Republici Hrvatskoj za razdoblje do 2040. godine s pogledom na 2070. godinu* (pristupljeno: rujan 2024. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020\\_04\\_46\\_921.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020_04_46_921.html)).

4 World Health Organization (2025.) Number of COVID-19 deaths reported to WHO (cumulative total). <https://data.who.int/dashboards/covid19/deaths?n=0>

5 Schwarz, A. (2025.) Global Threats and the Significance of International Risk and Crisis Communication Research. In: *The Handbook of International Crisis and Risk Communication Research* (eds. A. Schwarz, M. W. Seeger and S. Kim) (pristupljeno: travanj 2025. <https://doi.org/10.1002/9781394180844.ch1>).

6 Centre for Research on the Epidemiology of Disasters (CREd) (2024) (pristupljeno: lipanj 2025. [https://files.emdat.be/reports/2024\\_EMDAT\\_report.pdf](https://files.emdat.be/reports/2024_EMDAT_report.pdf)).

7 Hrvatska platforma za smanjenje rizika od katastrofa i Ministarstvo unutarnjih poslova, Ravnateljstvo civilne zaštite (2022.) *Strategija upravljanja rizicima od katastrofa do 2030. godine* (pristupljeno: rujan 2024. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF\\_ZA%20WEB/Strategija\\_i\\_AkcijskiPlan\\_katastrofe\\_rizici.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/Strategija_i_AkcijskiPlan_katastrofe_rizici.pdf)).

8 Iznos ukupno prijavljenih šteta za razdoblje od 2013. godine do 2018. godine, odnosno tijekom šest godina bio je oko 1,8 milijardi eura, što iznosi oko 295 milijuna eura godišnje. Iznimni gubici znatno su porasli u 2014. i 2015. godini (2 milijarde i 830 milijuna eura). Hrvatski sabor (2020.) *Strategija prilagodbe klimatskim promjenama u Republici Hrvatskoj za razdoblje do 2040. godine s pogledom na 2070. godinu* (pristupljeno: rujan 2024. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020\\_04\\_46\\_921.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020_04_46_921.html)).

razmjena znanja, iskustava i stavova o potrebama djelovanja u području smanjenja rizika od katastrofa te poticanje i postizanje kvalitetnoga odgovora na prijetnje i rizike od katastrofa na nacionalnoj razini.<sup>9</sup> S obzirom na važnu ulogu Odbora Hrvatske platforme za smanjenje rizika od katastrofa osnaživanje interne komunikacije njezinih članova pridonosi izbjegavanju institucionalnoga preklapanja nadležnosti i odgovornosti te potiče međuresornu suradnju.<sup>10</sup>

Smjernice za podizanje svijesti o smanjenju rizika od katastrofa i velikih nesreća utemeljuju se na ciljevima Strategije upravljanja rizicima od katastrofa do 2030. godine, koji se, među ostalim, odnose upravo na podizanje svijesti i edukaciju građana, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave i tijela državne uprave o potrebi smanjenja rizika od katastrofa i njihovoj ulozi u procesu smanjenja rizika.<sup>11</sup> Time su određene i ciljne skupine komunikacije rizika koje obuhvaćaju djelatnike tijela državne uprave, zatim djelatnike lokalnih i područnih (regionalnih) samouprava te građanstvo (odrasli, mladi i djeca).



Prikaz 2. Ciljne skupine kojima je namijenjena komunikacija o rizicima

<sup>9</sup> Vlada Republike Hrvatske (2023.) *Odluka o osnivanju odbora Hrvatske platforme za smanjenje rizika od katastrofa u Republici Hrvatskoj* (pristupljeno: rujun 2024. <https://mup.gov.hr/vijesti/ministar-bozinovic-predstavio-odluku-o-osnivanju-odbora-hrvatske-platforme-za-smanjenje-rizika-od-katastrofa/291634>).

<sup>10</sup> Hrvatska platforma za smanjenje rizika od katastrofa i Ministarstvo unutarnjih poslova, Ravnateljstvo civilne zaštite (2022.) *Strategija upravljanja rizicima od katastrofa do 2030. godine* (pristupljeno: rujun 2024. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF\\_ZA%20WEB/Strategija\\_i\\_AkcijskiPlan\\_katastrofe\\_rizici.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/Strategija_i_AkcijskiPlan_katastrofe_rizici.pdf)).

<sup>11</sup> Hrvatska platforma za smanjenje rizika od katastrofa i Ministarstvo unutarnjih poslova, Ravnateljstvo civilne zaštite (2022.) *Strategija upravljanja rizicima od katastrofa do 2030. godine* (pristupljeno: rujun 2024. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF\\_ZA%20WEB/Strategija\\_i\\_AkcijskiPlan\\_katastrofe\\_rizici.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/Strategija_i_AkcijskiPlan_katastrofe_rizici.pdf)).

Komuniciranje o rizicima složen je proces koji mora uzeti u obzir suvremene okolnosti u kojima žive građani: geopolitičke, ekonomske, zakonske, tehnološke i ekološke. U doba nastanka ovih Smjernica geopolitički kontekst obilježen je povećanjem oružanih sukoba diljem svijeta. Stoga stručnjaci govore o vremenu rastuće političke nestabilnosti i sekundarnih učinaka kriza poput migracija i gladi, kao i o krizi dostupnosti pojedinih energenata.<sup>12</sup> To je važno imati na umu primjerice kod priprema javne simulacijske vježbe za rizik od požara jer moguće je da građanstvo ne shvati te vježbe kao nešto potrebno za svakodnevni život u redovitim okolnostima, nego kao pripreme za neko moguće izvanredno stanje koje nema veze s rizicima kojima se bave dionici sustava civilne zaštite. Dakle, takve aktualne okolnosti mogu negativno utjecati na pogrešno shvaćanje poruka dionika sustava civilne zaštite ako se ispravno ne protumače. Što se tiče propisa, od građana se očekuje dobrovoljno samostalno smanjenje rizika koji postoje na području gdje žive, kao i poduzimanje određenih mjera u vlastitom kućanstvu. No to je njihova dobrovoljna odluka, ali ne i zakonska obveza jer znaju da im ne prijete kazne ako primjerice nemaju zalihu pitke vode ili hrane za krizne situacije. To također tijela koja komuniciraju trebaju imati na umu. S druge strane za dionike sustava civilne zaštite postoji zakonska regulativa u skladu s kojom trebaju djelovati.<sup>13</sup>

Komuniciranje rizika treba uzeti u obzir da se svijet nalazi u četvrtoj industrijskoj revoluciji koja je praćena ubrzanim razvojem informacijskih i komunikacijskih tehnologija te generativne umjetne inteligencije. Njihovom zloupotrebom dezinformacijske kampanje i kibernetički napadi dobivaju moć destabilizacije demokracije i društvenog sklada.<sup>14</sup> Međutim, nove informacijske i komunikacijske tehnologije koje danas integriraju umjetnu inteligenciju zapravo su prilika za komunikaciju rizika, prilika koju ne bi trebalo propustiti: nove tehnologije poput različitih aplikacija omogućuju brzu istodobnu komunikaciju velikog dosega te detaljne povratne informacije u stvarnom vremenu.

Suvremeni oblici digitalne komunikacije kao što su društvene mreže danas se vezuju i uz fenomen dezinformacija i lažnih vijesti, kao što se to znalo događati za vrijeme pandemije COVID-19.<sup>15</sup> Unatoč izazovima koje donose društvene mreže i umjetna inteligencija, njih treba promatrati kao novu priliku u komunikaciji rizika. Štoviše, danas je nezamisliva komunikacija institucija koja ne uključuje društvene mreže i umjetnu inteligenciju.

12 Schwarz, A. (2025.) Global Threats and the Significance of International Risk and Crisis Communication Research. In: *The Handbook of International Crisis and Risk Communication Research* (eds. A. Schwarz, M.W. Seeger and S. Kim) (pristupljeno: travanj 20225. <https://doi.org/10.1002/97811394180844.ch1>).

13 Hrvatska platforma za smanjenje rizika od katastrofa i Ministarstvo unutarnjih poslova, Ravnateljstvo civilne zaštite (2022.) Prilog 1. SWOT i TOWS analize nositelja politika. U: *Strategija upravljanja rizicima od katastrofa do 2030. godine* (pristupljeno: rujan 2024. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefndmkaj/[https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocImages/CIVILNA%20ZA%20C5%A0TITA/PDF\\_ZA%20WEB/Strategija\\_i\\_AkcijskiPlan\\_katastrofe\\_rizici.pdf](https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocImages/CIVILNA%20ZA%20C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/Strategija_i_AkcijskiPlan_katastrofe_rizici.pdf)).

14 Schwarz, A. (2025.) Global Threats and the Significance of International Risk and Crisis Communication Research. In: *The Handbook of International Crisis and Risk Communication Research* (eds. A. Schwarz, M. W. Seeger and S. Kim). <https://doi.org/10.1002/97811394180844.ch1>. Usp. i: Kolić Stanić, M.; Pejić Bach, M. „Što čitaju algoritmi? Etička pitanja u odnosima s javnošću“ U: M. Togonal, J. Ćurković Nimac (ur.) *Čitatelj i čitanje u digitalno doba*. Zagreb, 2023. Hrvatsko katoličko sveučilište, str. 179–189; Zbornik s međunarodnog interdisciplinarnog znanstvenog skupa „Čitatelj i čitanje u digitalno doba“ pod pokroviteljstvom Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti održanog 11. studenoga 2021. u organizaciji Odjela za komunikologiju Hrvatskog katoličkog sveučilišta.

15 León, B.; López-Goñi, I.; Salaverría, R. (2022.) The Covid-19 catastrophe: A science communication mess?, *Church, Communication and Culture*, 7:1, 6–22, DOI: 10.1080/23753234.2022.2031236

Društvene mreže promijenile su način na koji građani komuniciraju s institucijama: dok su mnogi nekada bili više pasivni promatrači i pratili vijesti tradicionalnih medija, danas sami prikupljaju informacije s pomoću društvenih mreža i aktivno se na njima angažiraju, što može biti prilika za komunikaciju rizika s obzirom na to da društvene mreže zahtijevaju dvosmjernu komunikaciju kojom se također može postići razumijevanje. Važno je pritom da građani mogu dobiti odgovore na pitanja od institucija, odnosno da se te mreže doista rabe kao komunikacijski kanal dviju strana. Dakle, društvene mreže omogućuju, ali i zahtijevaju interaktivnost od organizacija i institucija.

Društvene mreže nadalje omogućuju izravan pristup građanima bez posredstva tradicionalnih medija, što je svakako pozitivna prilika za ostvarenje dijaloga između građana i dionika sustava civilne zaštite. Društvene mreže predstavljaju i priliku u komunikaciji rizika s obzirom na to da povećavaju brzinu širenja informacija i omogućuju uključivanje brojnih i raznolikih aktera u komunikaciju. Također, društvene su mreže isplativije od tradicionalnih medija i omogućuju personalizaciju: mogu pružiti specifične informacije skupini specifičnih ljudi u specifičnom trenutku na način na koji nijedan drugi medij ne može.<sup>16</sup>

Prodor društvenih mreža u zapadnim društvima toliko je snažan da su postale glavni kanali informiranja.<sup>17</sup> U 2024. godini u Hrvatskoj je bilo oko 2,6 milijuna korisnika društvenih mreža, a za 2030. prognozira se 3,6 milijuna korisnika.<sup>18</sup> No društvene mreže nisu jedini kanali informiranja. Tradicionalnim kanalima treba se i dalje koristiti iz dva razloga: zato što društvene mreže ne dopiru do svih građana i zato što se poruka komunicirana putem društvenih mreža možda neće protumačiti onako kako je zamišljeno, to jest moguće je da neki građani neće shvatiti poziv na akciju toliko ozbiljno kao da je poslan putem tradicionalnijih medija.<sup>19</sup>

U kontekstu društvenih okolnosti koje utječu na komuniciranje o rizicima treba uzeti u obzir i demografsku sliku Hrvatske koja je sve lošija u odnosu na prethodna razdoblja: broj stanovnika opada<sup>20</sup>, stanovništvo je sve starije i svrstava se među najstarije nacije Europe.<sup>21</sup>

16 de la Cierva, Y. (2021.) *Leading companies through storms and crisis. Principles and best practices in prevention, crisis management and communication.* EUNSA, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona

17 de la Cierva, Y. (2021.) *Leading companies through storms and crisis. Principles and best practices in prevention, crisis management and communication.* EUNSA, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona.

18 Statista (2025.) *Number of social media users in Central and Eastern European (CEE) countries in 2024 and 2030* (pristupljeno: lipanj 2025. <https://www.statista.com/statistics/1134033/social-network-users-in-cee-region/>).

19 de la Cierva, Y. (2021.) *Leading companies through storms and crisis. Principles and best practices in prevention, crisis management and communication.* EUNSA, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona.

20 Ukupan broj stanovnika prema popisu iz 2021. jest 3 871 833. U razdoblju između popisa stanovništva 2011. i popisa stanovništva 2021. ukupan broj stanovnika smanjio se za 413 056, a stopa promjene (pada) broja stanovnika iznosi -9,64 %. Broj stanovnika smanjio se u svim županijama. Državni zavod za statistiku (22. rujna 2022.) Konačni rezultati (pristupljeno: srpanj 2025. [chrome-extension://efaidnbnmnmbpcjpcglclefindmkaj/https://dzs.gov.hr/UserDocsImages/Press%20Corner/Prezentacije/Popis%202021.\\_kona%C4%8Dni%20rezultati.pdf](chrome-extension://efaidnbnmnmbpcjpcglclefindmkaj/https://dzs.gov.hr/UserDocsImages/Press%20Corner/Prezentacije/Popis%202021._kona%C4%8Dni%20rezultati.pdf))

21 U 2021. nastavlja se kontinuirano starenje stanovništva: prosječna starost ukupnoga stanovništva Republike Hrvatske iznosila je 44,3 godine. Državni zavod za statistiku (22. rujna 2022.) *Procjena stanovništva Republike Hrvatske u 2021.* (pristupljeno: srpanj 2025. <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29032>) Nadalje, udio mladoga stanovništva (0 – 19 godina) u ukupnom stanovništvu Republike Hrvatske iznosi 19,1 %, dok je udio stanovništva u dobi od 65 i više godina 22,9 %. Državni zavod za statistiku. *Hrvatska u brojkama 2024. Stanovništvo.* (pristupljeno: srpanj 2025. <https://web.dzs.hr/hub24/stanovnistvo.html>) Također, prema posljednjem popisu stanovništva zabilježen je najmanji broj obitelji (1 104 395) od 1971. i uočava se konstantan pad veličine kućanstva (prosječnog broja članova kućanstva), pa tako u 2021. u jednom kućanstvu prosječno živi 2,7 osoba. Državni zavod za statistiku (22. rujna 2022.) *Procjena stanovništva Republike Hrvatske u 2021.* (pristupljeno: srpanj 2025. <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29032>)

Nadalje, i kulturne okolnosti utječu na percepciju javnosti i reakcije u ponašanju te ih također treba uzeti u obzir pri planiranju strategija za komunikaciju rizika. Primjerice, pripadnici zapadne kulture preferiraju izravnu i transparentnu komunikaciju za razliku od nekih drugih kultura. U komunikaciji rizika poželjno je snažno se osloniti na neverbalnu komunikaciju (simbole dionika civilne zaštite, odore i sl.) i da se iznošenjem osjećaja, vlastitoga stava i mišljenja ne umanjuju znanstvene činjenice, nego ih takav način komunikacije koji, osim racionalnih argumenata, uključuje i emocionalne pa i osobne elemente – može osnažiti. Neverbalna komunikacija i osjećaji u komunikaciji rizika trebali bi pomoći da se pridobije pozornost građana u svakodnevnom obilju informacija.

## 1.1. Analiza stanja svijesti o rizicima od katastrofa i velikih nesreća u Hrvatskoj

### 1.1.1. Percepcija izloženosti rizicima

Ravnateljstvo civilne zaštite, Ministarstva unutarnjih poslova u studenom 2024. godine provelo je istraživanje o stanju svijesti o rizicima od katastrofa i velikih nesreća. Istraživanje je provedeno na reprezentativnom uzorku od 1000 ispitanika. Prema dobivenim rezultatima oko 75 % stanovnika smatra da je Hrvatska izložena prirodnim prijetnjama, a gotovo 90 % percipira štete od tih prijetnji kao značajne ili izrazito značajne. Pritom najmlađi ispitanici (18 – 24 godine) percipiraju Hrvatsku kao manje izloženu od prosjeka, dok ispitanici u dobi od 45 do 54 godine smatraju da je izloženost veća. Više od 90 % ispitanika vjeruje da klimatske promjene povećavaju učestalost i ozbiljnost prijetnji.

Geografske razlike također postoje, s većim percipiranim rizikom u regijama poput Like, Korduna i Zagreba te manjim u Istri, Primorju i Gorskom kotaru. Također, oni koji su iskusili katastrofu vide Hrvatsku kao više izloženu riziku, naglašavajući potrebu za boljim mjerama prilagodbe i ublažavanja. Također, oni više krive mjerodavne vlasti za nedovoljnu reakciju na rizike. Nadalje, ispitanici s iznadprosječnim prihodima percipiraju štetu i gubitke od prirodnih prijetnji značajno manjim od prosjeka na ukupnom uzorku. Unatoč visokoj percepciji rizika, značajan dio ispitanika nije poduzeo preventivne mjere u vlastitom kućanstvu, pri čemu je glavni razlog nedostatak znanja o konkretnim aktivnostima. To upućuje na potrebu ciljane edukacije o praktičnim načinima smanjenja ranjivosti.

### 1.1.2. Percepcija pojedinih rizika

Ispitanici u prosjeku percipiraju rizik od različitih prijetnji na području u kojem žive kao umjeren. Najveći broj ispitanika smatra da su potresi najprisutnija prijetnja (72,3 %) na području gdje žive, a slijede ih suše (64,5 %) i ekstremne temperature (58,8 %). Upravo su potresi udjelom najviše iskazana prijetnja, dok su nuklearne i radiološke nesreće najmanje iskazana prijetnja. Potresi su prijetnja koje se ispitanici najviše boje te je navodi više od polovine ispitanika koji su odgovorili na pitanje. Potom slijede ekstremne temperature, požari, poplave i suše. Pronađen je značajno veći udio od očekivanoga vezano uz strah od potresa u Zagrebu te od požara u

Dalmaciji i Istri, Hrvatskom primorju i Gorskom kotaru. Nadalje, taj je strah prisutan u Slavoniji za suše i ekstremne temperature, u sjevernoj Hrvatskoj i Lici, Kordunu i Banovini za poplave. Pronalazimo udjele koji su manji od očekivanih za poplave i požare u Zagrebu te potrese u Slavoniji. U ruralnim se područjima ispitanici više boje poplava, suša i klizišta, dok stanovnici visoko urbaniziranih područja izražavaju manju zabrinutost za poplave i suše.

### **1.1.3. Informiranje građana o rizicima**

Podaci pokazuju da se gotovo tri četvrtine ispitanika povremeno informira o rizicima od katastrofa i mjerama za smanjenje rizika, što je ujedno značajno najveći udio, samo 11,4 % ispitanika redovito se informira, dok se 16,5 % ispitanika uopće ne informira. Više od 60 % ispitanika nije upoznato s postojanjem lokalnih procjena rizika, a i među onima koji jesu značajan dio ih nikada nije pročitao. To upućuje na njihovu nedovoljnu vidljivost.

Otpriblike polovina ispitanika smatra da su informacije o rizicima teško dostupne, nedostatne ili nejasne. Internetski portali najčešće su korišten izvor informacija, dok su službene internetske stranice dionika sustava civilne zaštite prepoznate kao najpoželjniji izvor. Nadalje, mlađi ispitanici (poglavito u dobi od 18 do 24 godina) više koriste informativne internetske portale te društvene mreže. Ispitanicima najviše nedostaju informacije kojima bi mogli povećati svoju sigurnost, što navodi njih više od tri četvrtine – što je ujedno značajno najviši udio.

Više od tri četvrtine ispitanika želi jasne i praktične savjete. Gotovo 50 % ispitanika kao najvažniji izvor informacija navodi službenu mrežnu stranicu civilne zaštite, letke i brošure. Specijalizirane televizijske i radijske emisije te informativni portali također su važan izvor informacija, smatra 40 % ispitanika. Zatim dolaze društvene mreže dionika sustava civilne zaštite, formalno obrazovanje i društvene mreže s udjelima oko 25 %. Lokalni stožer civilne zaštite, povjerenik civilne zaštite i sl. ističu se kao najčešći izvor informacija o primjeni mjera smanjenja rizika. Pomoć tijekom katastrofe najčešće se očekuje od broja 112 i vatrogasaca.

### **1.1.4. Percepcija građana o odgovornosti za obnovu imovine i poduzete mjere**

Više od polovine ispitanika smatra vlast najodgovornijom za obnovu imovine koja je pretrpjela štetu uslijed katastrofe, dok građane vide kao najmanje odgovorne. Takva raspodjela odgovornosti upućuje na potrebu jasnijeg definiranja uloga i poticanja osobne odgovornosti. Značajna većina ispitanika nije osigurala imovinu od prijetnji i nema obiteljski plan u slučaju evakuacije ili druge hitne situacije. Ti nalazi pokazuju relativno nizak stupanj preventivne pripremljenosti. Stariji ispitanici (65+) i oni s iskustvom katastrofe češće se informiraju, češće osiguravaju imovinu i spremniji su djelovati na temelju dostupnih informacija. To sugerira da osobno iskustvo i dob povećavaju svijest, motivaciju i aktivnu pripremu za moguće katastrofe.

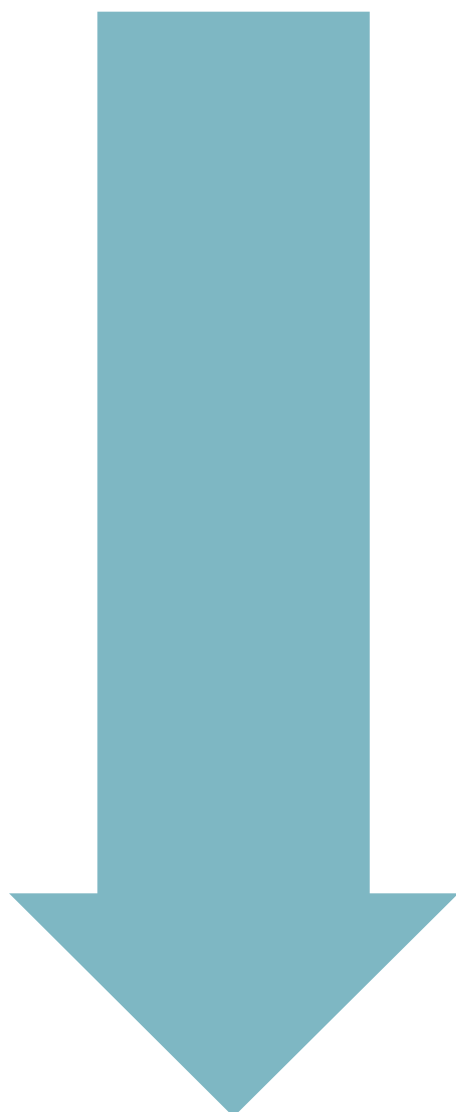
Ispitanici u prosjeku ne smatraju da su pripremljeni za odgovor u slučaju katastrofe ili velike nesreće, to je ujedno dominantan i najznačajniji odgovor (približno polovina njih). Unatoč visokoj percepciji rizika nedostaju sustavni napori u informiranju i provođenju mjera zaštite. Ispitanici ističu potrebu za jasnijom, pristupačnijom i konkretnijom komunikacijom o načinima smanjenja rizika kako bi se zabrinutost pretvorila u stvarno djelovanje.



#### SAŽETAK POZITIVNIH REZULTATA ISTRAŽIVANJA

1. Oko 75 % građanstva smatra da je Hrvatska izložena prirodnim prijetnjama.
2. Gotovo 90 % građanstva percipira štete od prirodnih prijetnji kao značajne ili izrazito značajne.
3. Više od 90 % građanstva vjeruje da klimatske promjene povećavaju učestalost i ozbiljnost prijetnji.
4. Najpreporučeni izvor informacija građanstva službene su internetske stranice dionika sustava civilne zaštite (41,3 %).
5. Lokalni stožer civilne zaštite, povjerenik civilne zaštite i sl. ističu se kao najčešći izvor informacija o primjeni mjera smanjenja rizika.
6. Više od 77 % građana najviše iskazuje želju za informacijama kojima bi mogli povećati svoju sigurnost.
7. Visoko je povjerenje građana u informacije javnih vlasti i službi za hitne situacije o rizicima od katastrofa (77 %).
8. Visoko je povjerenje građana u službe za hitne situacije i vlasti (npr. policija, vatrogasci, civilna zaštita) kada je riječ o ispravnom upravljanju katastrofom ili hitnom situacijom (84 %).

*Prikaz 3. Sažetak pozitivnih rezultata istraživanja Ravnateljstva civilne zaštite Ministarstva unutarnjih poslova o stanju svijesti o rizicima od katastrofa i velikih nesreća u Hrvatskoj (studen 2024.)*



#### **SAŽETAK NEGATIVNIH REZULTATA ISTRAŽIVANJA**

1. Značajan dio građanstva nije poduzeo preventivne mjere u vlastitom kućanstvu, pri čemu je glavni razlog nedostatak znanja o konkretnim aktivnostima.
2. Gotovo tri četvrtine građanstva povremeno se informira o rizicima od katastrofa i mjerama za smanjenje rizika.
3. Više od polovine građanstva nije upoznato s postojanjem lokalnih procjena rizika.
4. Otprilike polovina građanstva smatra da su informacije o rizicima teško dostupne, nedostatne ili nejasne.
5. Više od polovine građanstva smatra da je država najodgovornija za obnovu imovine nakon prijetnje, dok sebe vide kao najmanje odgovorne.
6. Određeni dionici sustava civilne zaštite nisu prepoznati kao izvor informacije kojima bi se građanstvo obratilo u slučaju određene prijetnje.
7. Građanstvo u prosjeku smatra da nije pripremljeno za odgovor u slučaju katastrofe ili veće nesreće, to je ujedno dominantan te najznačajniji odgovor.
8. Značajna većina građanstva nije osigurala imovinu od prijetnji i nema obiteljski plan u slučaju evakuacije ili druge hitne situacije.

*Prikaz 4. Sažetak negativnih rezultata istraživanja Ravnateljstva civilne zaštite Ministarstva unutarnjih poslova o stanju svijesti o rizicima od katastrofa i velikih nesreća u Hrvatskoj (studen 2024.)*

### 1.1.5. Usporedba percepcije rizika u Hrvatskoj sa zemljama Europske unije

Usporedimo li vlastito istraživanje s istraživanjem Eurobarometra Europske komisije (Special Eurobarometer 547), u većini zemalja Europske unije ističe se pandemija COVID-19 kao glavna prijetnja u posljednjih deset godina. Međutim, Hrvatska je uz još neke EU članice (Mađarska, Austrija) bila suočena i s drugim prijetnjama pa su njezini ispitanici to i percipirali. Sa 68 % Hrvatska prednjači po percepciji prijetnji. Istodobno, hrvatski ispitanici pozitivniji su u odnosu na europski prosjek s obzirom na percepciju osobne spremnosti na rizike od katastrofa. Hrvatski je postotak viši od europskoga i kada je riječ o tvrdnjama poput *trebam više informacija o pripremi na prijetnje* i *nemam dovoljno vremena i financijskih sredstava za pripremu na prijetnje od katastrofa*. Rezultati pokazuju visoko povjerenje i hrvatskih i europskih ispitanika u informacije javnih vlasti i službi za hitne situacije o rizicima od katastrofa, pri čemu su hrvatski ispitanici u svojim odgovorima pozitivniji od europskoga prosjeka (77 % vs. 70 %). Europski prosjek malo je viši od hrvatskoga kada je riječ o povjerenju u službe za hitne situacije i vlasti (npr. policija, vatrogasci, civilna zaštita) i neznatno viši kada je u pitanju ispravno upravljanje katastrofom ili hitnom situacijom (85 % vs. 84 %). Što se tiče izvora informacija za pripremu na prijetnje od katastrofa, na prvom su mjestu nacionalni mediji (49 %) za EU, dok za hrvatske građane visoko prvo mjesto nacionalni mediji dijele s obitelji i prijateljima (42 %).

### 1.1.6. Kratak pregled zaključaka radionica – SWOT analize

U sklopu projekta *Drafting Disaster Risk Reduction Awareness Raising Guidelines and Disaster Loss Data & Assessment System (DrawData)* održane su dvije radionice za izradu Smjernica za podizanje svijesti o smanjenju rizika od katastrofa na kojima su sudjelovali predstavnici tijela državne uprave i sudionika sustava civilne zaštite, tvrtki, organizacija i drugih koji se u svakodnevnom radu bave temom smanjenja rizika od katastrofa te edukacijom i podizanjem svijesti o tome. Sudionici su bili raspoređeni u skupine s obzirom na rizike kojim se bave te su na kraju radionice kreirali SWOT tablicu za pojedine rizike (engl. *S-Strengths* – snage, *W-Weaknesses* – slabosti, *O-Opportunities* – prilike i *T-Threats* – prijetnje), i to na temelju predstavljenog istraživanja Ravnateljstva civilne zaštite, Ministarstva unutarnjih poslova te svojega znanja i iskustva rada u struci.

*Snage* označavaju pozitivne unutarnje čimbenike koji pripadaju području izravnoga vlastitog utjecaja i zapravo je riječ o strateškoj prednosti, a mogu se odnositi i na vrijednosti koje pokreću organizaciju. *Slabosti* su (suprotno snagama) unutarnji čimbenici koji pripadaju području izravnoga vlastitog utjecaja, odnosno to su područja u kojima bi se dionici sustava civilne zaštite trebali poboljšati. Nadalje, *prilike* su pozitivni vanjski čimbenici izvan utjecaja, ali koji se mogu okrenuti u vlastitu korist. Navedene su i *prijetnje* koje označavaju negativne zapreke na koje se dionici sustava civilne zaštite trebaju pripremiti fleksibilnošću i prilagodbom. Obradom rezultata iz SWOT analize izdvojene su preporuke koje su relevantne za ove Smjernice.

### Preporuke za smanjenje rizika od potresa

- zadržati vrlo visoku svijest građanstva o prijetnji potresa i o potrebama otpornosti na potres
- povećati pozitivnu percepciju građanstva o važnosti rada žurnih službi te isticati iskustvo operativnih snaga radi stvaranja povjerenja
- osnaživati vrednote solidarnosti i motiviranosti građanstva
- upućivati građanstvo na propise koji se odnose na gradnju, promicati kulturu osiguranja zgrada i raditi na poznavanju karakteristika lokalnoga tla
- osnažiti kod građanstva percepciju osobne odgovornosti u prevenciji, to jest da obnova od potresa nije isključivo obveza vlasti
- osnažiti komunikaciju institucija prema građanstvu

### Preporuke za smanjenje rizika od poplava/suša

- zadržati visoku svijest građanstva o prijetnjama poplava i suša i o štetama od prirodnih prijetnji
- osnaživati povjerenje građanstva u mehanizam civilne zaštite, regionalnu pokrivenost, postojanje lokalnih ureda te upućivati na dugu tradiciju i povijest obrane od poplava
- potaknuti građanstvo na poduzimanje mjera prema prijetnjama, čime će se povećati percepcija vlastite i kolektivne odgovornosti te smanjiti percepcija da je isključivo „vlast odgovorna“
- ulagati vrijeme i druge resurse u edukaciju građanstva
- iskoristiti prednosti umjetne inteligencije u jačanje otpornosti
- upućivati građanstvo na široku dostupnost informacija, posebice za starije građane i manje urbana područja

### Preporuke za smanjenje rizika od ekstremnih temperatura i zdravstvenih rizika

- osnaživati svijest građanstva o prijetnji ekstremnih temperatura i o prijetnji epidemija
- zadržati visoko povjerenje građanstva u sustav zaštite od vrućine (hitne službe) te u sustav civilne zaštite
- educirati građanstvo o načinima umanjivanja rizika, s naglaskom na informacije o samozaštiti
- upućivati građanstvo kod kojeg autoriteta potražiti informacije, pogotovo kad je riječ o posljedicama rizika od ekstremnih temperatura
- povećati razinu zdravstvene pismenosti kako bi se smanjila povodljivost građana i nepovjerenje prema znanstveno utemeljenim činjenicama
- jačati komunikaciju između institucija i građanstva kako bi se umanjile štetne posljedice djelovanja dezinformacijskih skupina

### Preporuke za smanjenje rizika od klizišta

- osnaživati svjesnost građanstva o postojanju prijetnje klizišta
- informirati građanstvo provođenjem različitih projekata, čime će se širiti poznavanje geoloških, geomorfoloških, seizmičkih i klimatskih uvjeta na područjima gdje se klizišta mogu očekivati
- upućivati građanstvo na važnost propisa koji se odnose na gradnju i uz koje se smanjuju rizici od posljedica klizišta, čime će se smanjiti percepcija da je isključivo dužnost vlasti nadoknaditi štete
- upućivati građanstvo na rizike bespravne gradnje, nekontrolirane sječe šuma, nedovoljno uređene vodotoke i odvodnju oborinskih voda
- informirati građanstvo o nadogradnji i izradi novih karti podložnosti na klizanje
- informirati građanstvo o povezanosti rizika klizišta s klimatskim promjenama i ekstremnim vremenskim (meteorološkim) uvjetima

### Preporuke za smanjenje rizika od požara

- snažno osnaživati svijest građanstva o prijetnji požara
- osnaživati pozitivnu percepciju građanstva o vatrogascima
- pojačati edukaciju građanstva o protupožarnoj zaštiti
- upućivati građanstvo na povezanost neodgovornog ponašanja pojedinaca te bespravne gradnje turističkih objekata na prostorima s povećanom požarnom opasnosti (onemogućen pristup vatrogasnim vozilima, pristup hidrantima i izvorima vode)
- podizati svijest građanstva o povezanosti rizika od požara i ekstremnih temperatura, to jest o utjecajima sve duljih trajanja toplinskih valova
- informirati građanstvo o rizicima povećanja zapuštenih poljoprivrednih površina i nekontroliranoga spaljivanja biljnoga otpada i paljenja vatre na otvorenom

### Preporuke za smanjenje rizika od bolesti bilja

- osnaživati svijest građanstva o prijetnji bolesti bilja
- osnaživati svijest građanstva da je biljna zaštita zajednički interes, a ne samo briga poljoprivrednika ili vlasti
- informirati građanstvo da povećana poljoprivredna ulaganja s ciljem prilagodbe klimatskim promjenama značajno smanjuju rizik, to jest smanjuju negativne učinke bolesti bilja
- jačati svijest građanstva o neposrednim učincima drugih rizika na biljnu proizvodnju poput suša i poplava

### Preporuke za smanjenje tehnoloških i nuklearnih rizika

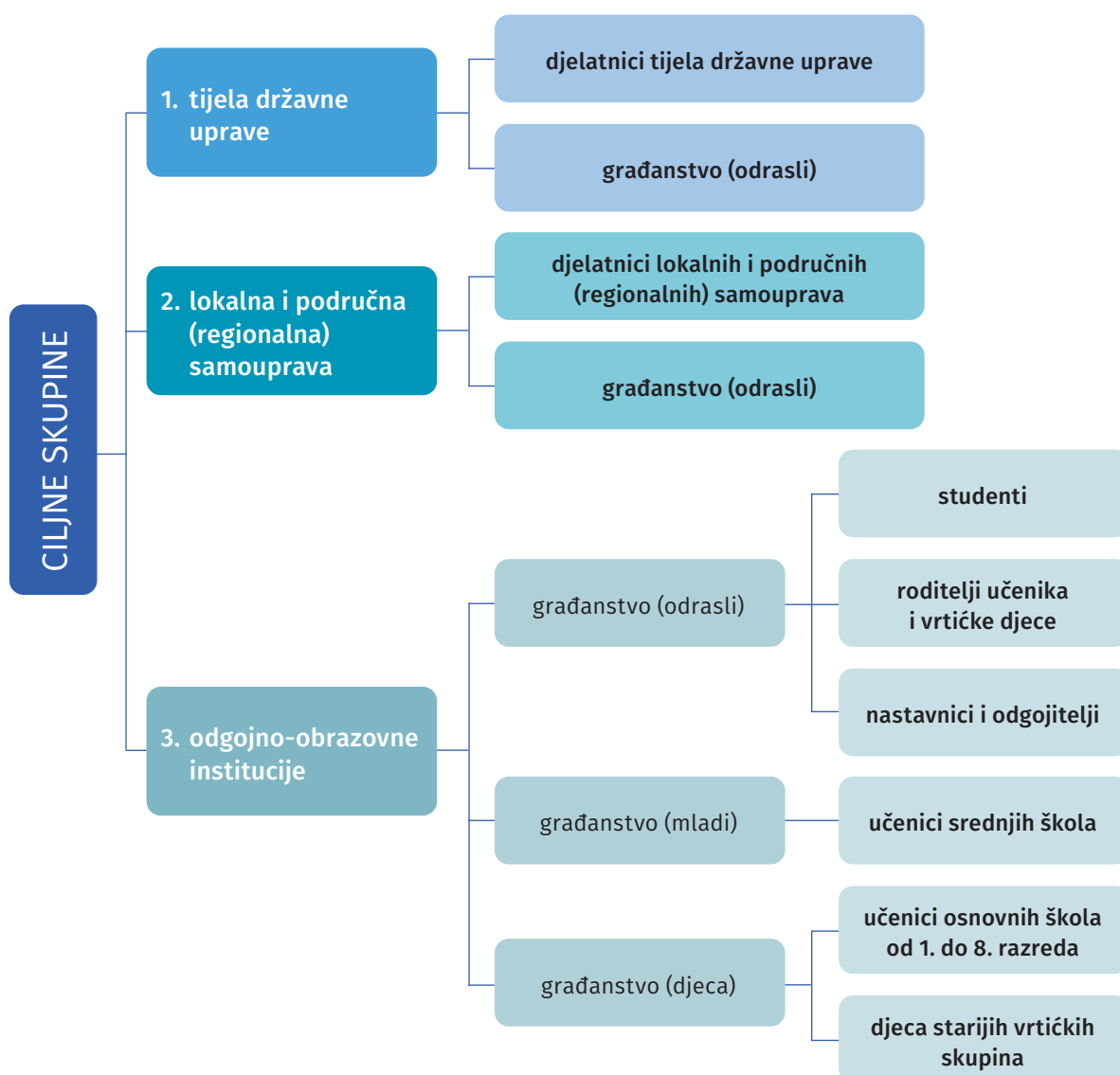
- osnaživati povjerenje građanstva u informacije dobivene od civilne zaštite
- informirati građanstvo o prijetnjama nuklearnih i radioloških nesreća te o prijetnjama industrijskih nesreća
- pojačati edukaciju građanstva o nuklearnim rizicima i preventivnim mjerama
- informirati građanstvo o važnosti skloništa
- educirati građanstvo o ponašanju u stvarnoj situaciji s pomoću vježbi i simulacija

Strateška komunikacija  
za podizanje svijesti  
o smanjenju rizika od  
katastrofa



## 2. Strateška komunikacija za podizanje svijesti o smanjenju rizika od katastrofa

Da bi komunikacija bila što uspješnija, treba biti usmjerena prema ciljnim skupinama. Ciljne skupine već su istaknute u *Strategiji upravljanja rizicima od katastrofa do 2030. godine*, a obuhvaćaju djelatnike tijela državne uprave, djelatnike lokalnih i područnih (regionalnih) samouprava te građanstvo (odrasli, mladi i djeca). Ciljne skupine prikazane su na slici koja slijedi:



Prikaz 5. Ciljne skupine komunikacije rizika

## 2.1. Ciljevi komunikacije rizika građanstvu

1. povećanje znanja (informacije): povećanje prepoznatljivosti dobrobiti smanjenja rizika od katastrofa kod građanstva

2. prihvaćanje (osjećaji, mišljenja, stavovi): promjena mišljenja, stavova i ponašanja građanstva

3. jačanje reputacije (imidž/povjerenje) dionika sustava civilne zaštite među građanstvom

1. Povećanje znanja – povećanje prepoznatljivosti dobrobiti smanjenja rizika od katastrofa kod građanstva

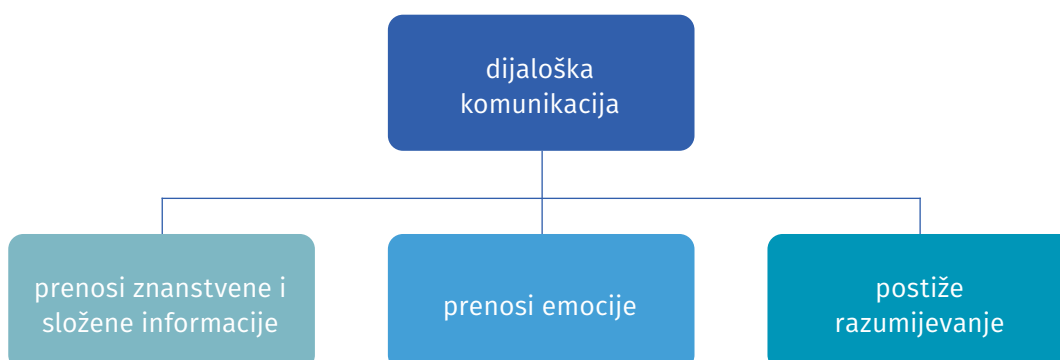
1. Održavati visok postotak građanstva koji je svjestan da je Hrvatska izložena prirodnim prijetnjama.
2. Održavati visok postotak građanstva koji percipira štete od prirodnih prijetnji kao značajne ili izrazito značajne.
3. Održavati visok postotak građanstva koji vjeruje da klimatske promjene povećavaju učestalost i ozbiljnost prijetnji.
4. Povećati percepciju građanstva o izloženosti pojedinim rizicima.
5. Povećati postotak građanstva koji se redovito informira o rizicima od katastrofa i mjerama za smanjenje rizika.
6. Povećati postotak građanstva koji je upoznat s lokalnim procjenama rizika.
7. Povećati postotak građanstva koji smatra da su informacije o rizicima dostupne, dostatne i jasne.

<p>2. Promjena mišljenja, stavova i ponašanja građanstva</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Povećati postotak građanstva koji poduzima preventivne mjere u vlastitom kućanstvu.</li><li>2. Povećati postotak građanstva koji smatra da su sami odgovorni za obnovu vlastite imovine nakon prijetnje.</li><li>3. Povećati postotak građanstva koji osigurava imovinu od prijetnji.</li><li>4. Povećati postotak građanstva koji ima obiteljski plan u slučaju evakuacije ili druge hitne situacije.</li><li>5. Povećati postotak građanstva koji smatra da su pripremljeni za odgovor u slučaju katastrofe ili veće nesreće.</li></ol>
<p>3. Jačanje reputacije (imidž/povjerenje) dionika sustava civilne zaštite među građanstvom</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Povećati povjerenje građanstva u društvene mreže dionika sustava civilne zaštite kao izvora informacija.</li><li>2. Održati povjerenje građanstva u službene internetske stranice dionika sustava civilne zaštite da budu i dalje prepoznate kao najpreporučeni izvor informacija.</li><li>3. Održati povjerenje građanstva u lokalni stožer civilne zaštite, povjerenika civilne zaštite i sl. kao najčešći izvor informacija kod primjene mjera smanjenja rizika.</li><li>4. Održati visoko povjerenje građanstva u informacije javnih vlasti i službi za hitne situacije o rizicima od katastrofa.</li><li>5. Održati visoko povjerenje građanstva u službe za hitne situacije i vlasti (npr. policija, vatrogasci, civilna zaštita) kada je riječ o ispravnom upravljanju katastrofom ili hitnom situacijom.</li><li>6. Povećati postotak građana koji prepoznaju kojim se dionicima sustava civilne zaštite treba obratiti za određenu prijetnju.</li></ol>

Reputacijski ciljevi odnose se na identitet, a uključuju imidž i povjerenje prema organizaciji, prije svega dionicima sustava civilne zaštite. Istraživanja su pokazala da građani vjeruju dionicima sustava civilne zaštite, ali to ne znači da ih ne treba i dalje osnaživati te povećavati njihovu prepoznatljivost i vidljivost.

## 2.2. Vrsta komunikacije

Budući da komunikacija rizika treba uključiti subjektivne, kognitivne i emocionalne elemente rizika, ove se Smjernice temelje na dijaloškom tipu komunikacije kojim se učinkovito prenose znanstveni podaci i složene informacije, ali se pritom prenose i emocije i tako stvara dublja povezanost s javnošću. Dijaloški tip komunikacije podrazumijeva komunikaciju između osoba koje imaju jednako dostojanstvo i prava. Svrha takve komunikacije nije samo stjecanje publiciteta, informiranje, ni samo uvjeravanje, nego stvarno razumijevanje prijetnje i načina prevencije. Interaktivnost takve komunikacije moguća je primanjem povratne informacije i usklađivanjem s njom dok se ne postigne razumijevanje, a zahtijeva iskrenost i kompetentnost.<sup>22</sup>



Prikaz 6. Za komunikaciju rizika potreban je dijaloški tip komunikacije.

<sup>22</sup> de la Cierva, Y. (2022.) *Leading companies through storms and crises: Principles and best practices in conflict prevention, crisis management and communication*. Pearson, Madrid.

## 2.3. Akcijske strategije

U skladu s dijaloškom komunikacijom preporučuje se rabiti kombinirane proaktivne strategije koje se odnose na konkretna djela koja poduzima organizacija: volonterstvo, angažmani publike, posebni događaji, savezi i koalicije. Odabranim akcijskim strategijama komunikaciju rizika usmjeruje se na aktivnosti koje građane dovode u izravan kontakt s dionicima sustava civilne zaštite i mjerama za smanjenje rizika od katastrofa i velikih nesreća. Takav način komunikacije omogućuje dobivanje odgovora i poticanje dijaloga te bi trebao poslužiti kao događaj okidač koji će potaknuti građane na promjenu stavova i ponašanja.<sup>23</sup>



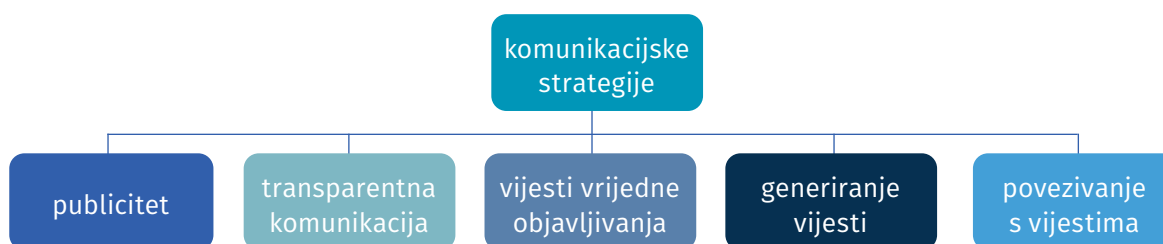
Prikaz 7. Odabrane strategije akcije koje potiču dijalog.

## 2.4. Komunikacijske strategije

Navedene se akcijske strategije trebaju kombinirati s komunikacijskim strategijama kako bi se pozornost medija usmjerila na organizaciju radi osnaživanja reputacije, jasnijega identiteta i veće vidljivosti, a u svrhu što uvjerljivije komunikacije smanjenja rizika. K tomu za komunikaciju rizika neizostavna je strategija transparentne komunikacije za koju su karakteristične iskrenost i otvorenost. Također, sve akcijske strategije trebaju biti tako organizirane da privuku pozornost medija, stvore događaje s kojih je vrijedno izvještavati i uklope se u aktualne medijske teme: nedavne vremenske nepogode i slično. Stoga su odabrane komunikacijske strategije koje omogućuju sve navedeno, a to su: publicitet, transparentna komunikacija, vijesti vrijedne objavljivanja, generiranje vijesti i povezivanje s drugim aktualnim vijestima/događajima.<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Smith, R. D. (2020.) *Strategic Planning for Public Relations*. 6th edition, Routledge Taylor&Francis Group, New York and London.

<sup>24</sup> Smith, R. D. (2020.) *Strategic Planning for Public Relations*. 6th edition, Routledge Taylor&Francis Group, New York and London.



Prikaz 8. Odabrane strategije komunikacije koje osnažuju reputaciju i omogućuju jasniji identitet i veću vidljivost

## 2.5. Komunikacijske taktike i kanali

S obzirom na potrebu ostvarenja dijaloga kao vrste komunikacije kojoj teže ove Smjernice, prva skupina taktika obuhvaća one koje potiču interpersonalnu komunikaciju, odnosno komunikaciju među ljudima, licem u lice ili s pomoću tehnologije (telefon, e-pošta i dr.) jer je takav oblik komunikacije najuvjerljiviji i najangažiraniji. Interpersonalna komunikacija stvara okruženje u kojem se mogu rješavati zajednički interesi. Odabrane interpersonalne taktike su: obilasci institucija, dani otvorenih vrata, demonstracije usluga, radionice, simulacije, vježbe, sastanci, građanski događaji, natjecanja.

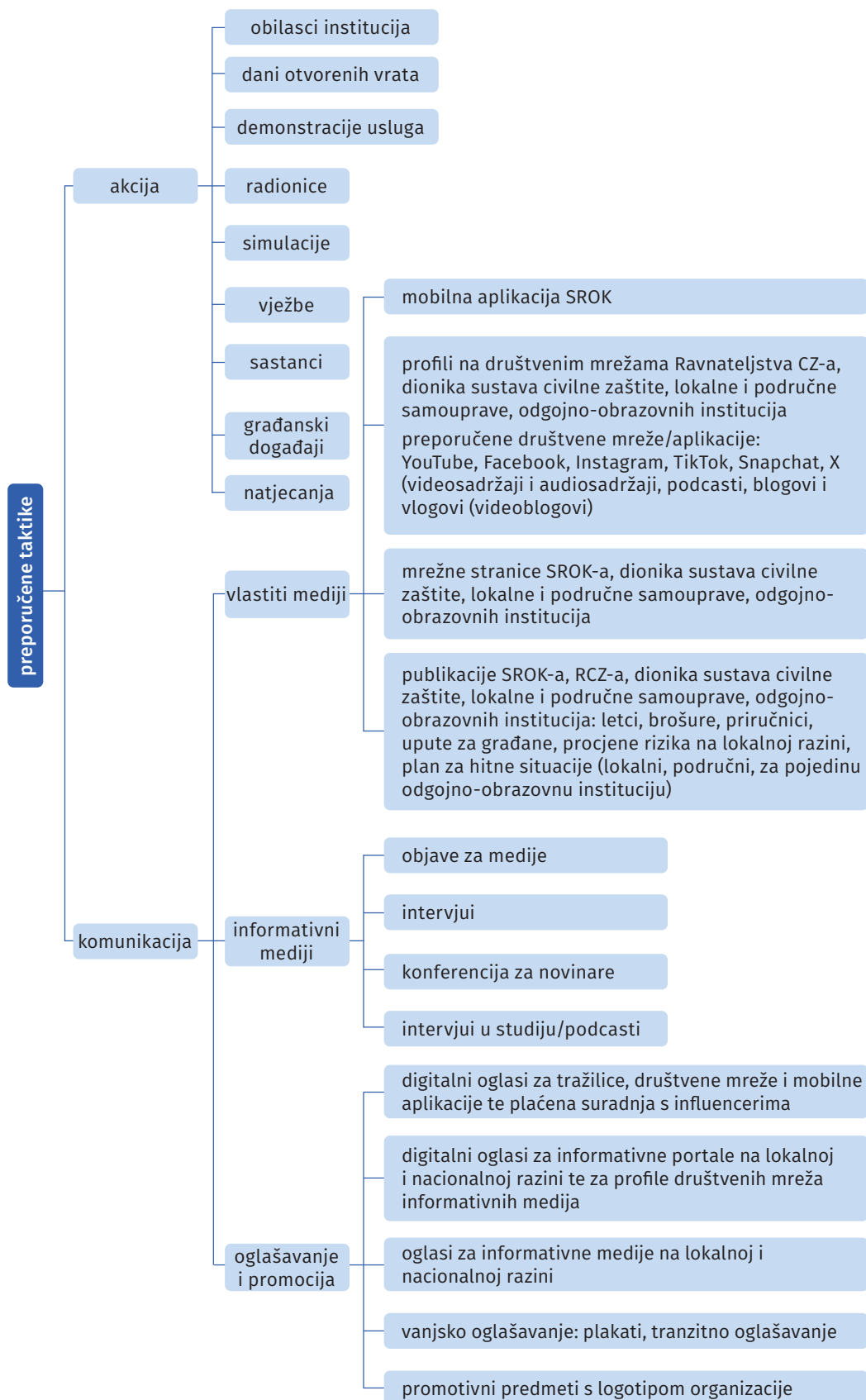
Druga skupina komunikacijskih taktika obuhvaća vlastite medije dionika sustava civilne zaštite, lokalne i područne (regionalne) vlastite medije te vlastite medije odgojno-obrazovnih ustanova u Republici Hrvatskoj. Pritom se misli na medije ili kanale koje uređuju i vode same institucije: službeni profili navedenih institucija na društvenim mrežama i službene mrežne stranice navedenih institucija. Vlastiti mediji navedenih institucija uključuju i publikacije odnosno tiskane ili online materijale (letci, brošure, priručnik, upute za građane i sl.) kao i videosadržaje i audiosadržaje, podcaste, blogove i vlogove (videoblogove). Preporučene društvene mreže redom su prema broju korisnika u Hrvatskoj u siječnju 2025.: YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat, X.<sup>25</sup> Glavni uređaj koji se u Hrvatskoj koristi za pristup internetu jest pametni telefon (78,91 %).<sup>26</sup> Taj podatak sugerira da sadržaj koji ustanove šalju putem vlastitih medija treba biti prilagođen za telefonske ekrane.

25 Prema podacima DataReport u siječnju 2025.: YouTube je u Hrvatskoj početkom 2025. imao 2,68 milijuna korisnika (izvori za oglašavanje Googlea); Facebook je početkom 2025. godine u Hrvatskoj imao 1,85 milijuna korisnika. (izvori za oglašavanje Mete); Instagram je u Hrvatskoj početkom 2025. godine imao 1,40 milijuna korisnika. (izvori za oglašavanje Mete); TikTok je u Hrvatskoj početkom 2025. imao 1,12 milijuna korisnika u dobi od 18 i više godina. (izvori za oglašavanje TikToka); Snapchat je početkom 2025. u Hrvatskoj imao 645 tisuća korisnika. (Snapchatovi izvori za oglašavanje.); X je početkom 2025. u Hrvatskoj imao 419 tisuća korisnika. (X-ovi izvori za oglašavanje). Digital 2025: Croatia (pristupljeno: lipanj 2025. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-croatia>).

26 Statista (2025.) Share of devices used to access the internet in Croatia in May 2024 (pristupljeno: lipanj 2025. <https://www.statista.com/statistics/1299650/croatia-most-used-internet-devices/>).

Treća skupina komunikacijskih taktika obuhvaća taktike za informativne medije s kojima se želi ostvariti suradnja, a to su lokalni i nacionalni informativni mediji, i to ne samo njihovi uobičajeni kanali (primjerice radio i televizija) i njihovi digitalni kanali (e-TV ili e-radijski kanali) nego i njihovi informativni portali te njihovi profili na društvenim mrežama. Na temelju istraživanja Ravnateljstva civilne zaštite, Ministarstva unutarnjih poslova u sklopu ovoga projekta, naglasak bi trebao biti na medijskoj suradnji s redakcijama informativnih portala. Taktike za informativne medije su: objave za medije, intervjui, konferencije za novinare, intervjui u studiju (uključujući i podcaste).

U četvrtu skupinu komunikacijskih taktika ulazi promocija koja se prije svega odnosi na plaćene oglase, odnosno oglašivačku kampanju u svrhu informiranja građana o smanjenju rizika od katastrofa i velikih nesreća u Hrvatskoj te promocija poželjnih ponašanja s obzirom na rizike. Oglašivačke aktivnosti trebaju biti namijenjene digitalnim medijima: digitalni oglasi za tražilice, društvene mreže i mobilne aplikacije te plaćena suradnja s *influencerima*. Nakon toga slijede digitalni oglasi namijenjeni informativnim portalima na lokalnoj i nacionalnoj razini, uključujući i digitalne oglase za profile na društvenim mrežama informativnih medija. Zatim treba istaknuti tradicionalno oglašavanje u informativnim medijima (prije svega televizija i radio) na lokalnoj i nacionalnoj razini. Također, treba se koristiti i vanjskim oglašavanjem poput plakata i tranzitnoga oglašavanja te promotivnim predmetima s logotipom organizacije i porukom.



Prikaz 9. Pregled preporučениh taktika s obzirom na vrstu strategije i vrstu komunikacijskog kanala

Za detaljniji opis kako se koristiti odabranim strategijama, taktikama i komunikacijskim kanalima slijedi prikaz operativnog komunikacijskog plana.

# Operativni komunikacijski plan



### 3. Operativni komunikacijski plan

Operativni komunikacijski plan može se smatrati i strategijom komunikacijskoga djelovanja širokoga spektra. Odnosi se na ciljne skupine u koje su ponajprije uključeni djelatnici tijela državne uprave, djelatnici lokalnih i područnih (regionalnih) samouprava i građani na nacionalnoj razini i lokalnim razinama, a posebna su skupina i članovi Hrvatske platforme. Nadalje, operativni plan obuhvaća i nastavnike u srednjim i osnovnim školama te odgojitelje u vrtićima. Među ciljnim skupinama također su djeca i mladi, uključujući i studente te roditelje. Operativnim komunikacijskim planom ističe se i koje se komunikacijske taktike i kanali predlažu pojedinim ciljnim skupinama.

S obzirom na rezultate istraživanja koje je provelo Ravnateljstvo civilne zaštite, Ministarstva unutarnjih poslova i na održane radionice na kojima su u sklopu projekta sudjelovali predstavnici tijela državne uprave i sudionika sustava civilne zaštite, tvrtki, organizacija i drugih koji se u svakodnevnom radu bave temom smanjenja rizika od katastrofa te edukacijom i podizanjem svijesti u tom području, za svaku punoljetnu ciljnu skupinu oblikovana su tri pitanja koja zahtijevaju jasne odgovore. Riječ je o pitanjima čiji odgovori utječu na podizanje svijesti o rizicima, odnosno na povećanje otpornosti. Pitanjima se traže odgovori koji će pridonijeti sigurnosti građana, jačanju svijesti o ugroženim područjima i razlozima za te ugroze te o načinima na koje građani mogu jačati otpornost svoje zajednice.

Pitanja se prilagođavaju ciljnoj skupini pa će, primjerice, za djelatnike lokalnih uprava/samouprava biti potrebno usredotočiti se na područje gdje žive, a u školskom sustavu pojam građani treba zamijeniti pojmom djeca.

Središnja pitanja operativnoga komunikacijskoga plana glase:

1. **Kako građani mogu povećati svoju sigurnost?**
2. **Koja područja mogu biti najviše ugrožena i zašto?**
3. **Kako građani mogu jačati otpornost svoje zajednice?**

## 3.1. Tijela državne uprave i građanstvo

### DJELATNICI TIJELA DRŽAVNE UPRAVE

1. Organizirati radionice za djelatnike tijela državne uprave s ciljem stjecanja temeljnog znanja o nacionalnim rizicima.
2. Organizirati simulacije i vježbe za djelatnike tijela državne uprave.
3. Transparentnom komunikacijom omogućiti nacionalnim medijima da poprate organizirane događaje i aktivnosti te time potaknuti generiranje vijesti o radu pojedinih dionika sustava civilne zaštite i rizikom kojim se bave.
4. Poticati intervjue u nacionalnim medijima (nacionalni informativni portali i njihovi službeni profili na društvenim mrežama i podcasti, nacionalne televizije, nacionalne radijske postaje, kao i njihovi podcasti) koji tematiziraju rad pojedinih dionika sustava civilne zaštite i rizik kojim se bave.
5. Koristiti se vlastitim medijima dionika sustava civilne zaštite poput službenih profila na društvenim mrežama i službenih mrežnih stranica kako bi se promovirale i objedinile informacije o svim organiziranim događajima.
6. Naručiti plaćenu oglašivačku kampanju namijenjenu nacionalnim medijima (nacionalni informativni portali i njihovi službeni profili na društvenim mrežama, nacionalne televizije, nacionalne radijske postaje) u kojoj bi se građane na nacionalnoj razini informiralo o radu pojedinih dionika sustava civilne zaštite i rizikom kojim se bave. Plaćena oglašivačka kampanja treba uključiti:
  - A) digitalne oglase (oglasi za tražilice, društvene mreže i mobilne aplikacije te plaćena suradnja s *influencerima*), televizijske i radijske oglase. Dogovoriti objavljivanje digitalnih oglasa i na službenim društvenim mrežama i mrežnim stranicama dionika sustava civilne zaštite.
  - B) vanjsko oglašavanje: plakati, tranzitno oglašavanje na prijevoznim sredstvima (nacionalne dionice) i/ili na većim kolodvorima i aerodromima (ekrani)
  - C) promotivne artikle: predmeti s logotipom organizacije.

### ČLANOVI HRVATSKE PLATFORME

1. Organizirati jednodnevne radionice (jedanput godišnje) za članove Hrvatske platforme: pozvati (međunarodno) relevantne stručnjake da predstavljaju studiju slučaja ili neki primjer dobre prakse.
2. Izraditi interaktivnu aplikaciju za pametne telefone koja će objediniti sve potrebne informacije za građanstvo o smanjenju rizika od katastrofa i velikih nesreća u Hrvatskoj na temelju *Procjene rizika od katastrofa za Republiku Hrvatsku (2024.)*. Pritom aplikacija treba na jasan način dati odgovore na pitanja: 1. Kako građani mogu povećati svoju sigurnost? 2. Koja područja mogu biti najviše ugrožena i zašto? 3. Kako građani mogu jačati otpornost svoje zajednice? Ta bi aplikacija također omogućila prikupljanje podataka i povratnih informacija.

## 3.2. Tijela lokalne i područne (regionalne) samouprave i građanstvo

### DJELATNICI GRADOVA, OPĆINA I ŽUPANIJA

1. Organizirati radionice za djelatnike lokalnih i područnih (regionalnih) samouprava: steći temeljno znanje o rizicima u određenoj županiji, gradu ili općini.
2. Organizirati simulacije i vježbe za djelatnike lokalnih i područnih (regionalnih) samouprava. Vrstu vježbi odabrati na temelju lokalne procjene rizika.
3. Organizirati radionice za građane s temom lokalne procjene rizika.
4. Organizirati simulacije i vježbe za građane odabrane na temelju lokalne procjene rizika.
5. Organizirati događaje i natjecanja za građanstvo. Vrstu tema i aktivnosti osmisliti na temelju lokalne procjene rizika.
6. Transparentnom komunikacijom omogućiti lokalnim medijima da poprate organizirane događaje i aktivnosti, čime se potiče generiranje vijesti o smanjenju rizika na lokalnoj razini, i to putem objava za medije/poziva za medije, intervjua na mjestu događaja, konferencija za medije, intervjua u studijima (radio, TV, podcast i sl.).
7. Transparentnom komunikacijom omogućiti građanima lakši pristup lokalnoj procjeni rizika putem digitalnih medija: mrežne stranice, društvene mreže i/ili mobilne aplikacije. Prilagoditi i vizualizirati najvažnije dijelove dokumenta lokalne procjene rizika za digitalne kanale kako bi građanstvo moglo lakše pristupiti informacijama koje ih najviše zanimaju.
8. Posebno poticati taktiku intervjua za informativne medije i izvan okvira navedenih aktivnosti/događaja, i to u lokalnim medijima (lokalna televizija, lokalni radio, s posebnim naglaskom na lokalne informativne portale i njihove službene profile na društvenim mrežama) kako bi se javnosti predstavila lokalna procjena rizika.
9. Koristiti se vlastitim medijima lokalnih i područnih (regionalnih) samouprava i lokalnih dionika sustava civilne zaštite poput službenih profila na društvenim mrežama i službenih mrežnih stranica kako bi se promovirale i objedinile informacije o organiziranim događajima.
10. Organizirati plaćenu oglašivačku kampanju namijenjenu lokalnim medijima (lokalna televizija, lokalni radio, lokalni informativni portali i njihovi službeni profili na društvenim mrežama) u kojoj bi se građane na lokalnoj razini informiralo o primarnoj temi: lokalnoj procjeni rizika. Oglašivačka kampanja trebala bi uključiti:
  - A) digitalne (oglasi za tražilice, društvene mreže i mobilne aplikacije te plaćena suradnja s lokalnim *influencerima*) te televizijske i radijske oglase kojima bi se građane na lokalnoj razini informiralo o lokalnoj procjeni rizika. Dogovoriti objavljivanje digitalnih oglasa i na službenim društvenim mrežama i mrežnim stranicama dionika sustava civilne zaštite.
  - B) vanjsko oglašavanje: plakati, tranzitno oglašavanje na lokalnom prijevozu ili lokalnim stanicama
  - C) promotivni artikli: predmeti s logotipom organizacije.

### 3.3. Obrazovne i odgojne ustanove i građanstvo

#### **NASTAVNICI SREDNJIH ŠKOLA**

Organizirati različite, zasebne **radionice** za:

- a. stjecanje osnovnih znanja na temelju lokalnih procjena rizika
- b. simulacije i vježbe na temelju lokalne procjene rizika i za postupanje prije i tijekom izvanrednog događaja
- c. uključivanje svjedočanstava volontera, a cilj je naučiti osnovno znanje o radu civilne zaštite s naglaskom na mogućnosti volontiranja mladih na lokalnoj razini
- d. izradu obiteljskoga plana u slučaju evakuacije ili druge hitne situacije.

#### **NASTAVNICI OD 5. DO 8. RAZREDA OSNOVNE ŠKOLE**

Poticati primjenu *Priručnika za odgojno-obrazovne radnike u provedbi obrazovanja osnovnoškolske djece u području smanjenja rizika od katastrofa*.

Nastaviti provedbu vježbi evakuacije.

Organizirati različite, zasebne **radionice** za:

- a. proširivanje znanja na temelju novih materijala s naglaskom na rizicima utvrđenim lokalnom procjenom rizika
- b. usvajanje postupanja prije i tijekom izvanrednog događaja (simulacije i vježbe odabrane na temelju lokalne procjene rizika)
- c. izradu obiteljskoga plana u slučaju evakuacije ili druge hitne situacije.

#### **UČITELJI RAZREDNE NASTAVE**

Organizirati različite, zasebne **radionice** za:

- a. stjecanje osnovnoga znanja na temelju novih materijala kako bi učitelji mogli dalje učiti djecu 3. i 4. razreda osnovne škole (naglasak na rizicima utvrđenim lokalnom procjenom rizika)
- b. upoznavanje s igrom *Zemlja rizika* te poticanje učenika 3. i 4. razreda osnovne škole na igru, kao i korištenje drugih igara prema preporuci Ravnateljstva civilne zaštite, Ministarstva unutarnjih poslova
- c. upoznavanje s *Priručnikom za odgojno-obrazovne radnike u provedbi obrazovanja osnovnoškolske djece u području smanjenja rizika od katastrofa*
- d. simulacije i vježbe utemeljene na lokalnim procjenama rizika
- e. izradu obiteljskoga plana za slučaj evakuacije ili druge hitne situacije
- f. poticanje djece da stvaralaštvom pokažu svoje viđenje prijetnji, pripremljenosti, suošjećanja i dr.

#### **ODGOJITELJI U VRTIĆU**

Organizirati različite, zasebne **radionice** za:

- a. stjecanje osnovnoga znanja na temelju novih materijala s naglaskom na rizicima utvrđenim lokalnom procjenom

- b. izradu društvene igre primjerene djeci vrtićke dobi o određenoj prijetnji (ovisno o lokalnoj procjeni rizika)
- c. simulacije i vježbe na temelju lokalne procjene rizika
- d. izradu obiteljskoga plana u slučaju evakuacije ili druge hitne situacije.

### **RODITELJI UČENIKA I VRTIĆKE DJECE**

Organizirati različite, zasebne **radionice** za:

- a. stjecanje znanja o lokalnoj procjeni rizika
- b. stjecanje znanja o mjerama smanjenja rizika od katastrofa
- c. izradu obiteljskoga plana u slučaju evakuacije ili druge hitne situacije.

### **STUDENTI**

Organizirati različite, zasebne **radionice** za:

- a. usvajanje osnovnih znanja na temelju materijala o lokalnoj procjeni rizika
- b. stjecanje znanja o mjerama smanjenja rizika od katastrofa
- c. simulacije i vježbe na temelju lokalne procjene rizika. Nakon radionica sudionici bi trebali znati postupati prije i tijekom izvanrednog događaja.
- d. slušanje svjedočanstava mladih volontera (18 godina i stariji), a cilj je steći osnovno znanje o radu civilne zaštite s naglaskom na mogućnosti volontiranja mladih na lokalnoj razini
- e. izradu obiteljskoga plana u slučaju evakuacije ili druge hitne situacije.

### **UČENICI SREDNJE ŠKOLE**

Organizirati različite, zasebne **radionice** za:

1. stjecanje osnovnoga znanja na temelju letaka i brošura SROK-a. Naglasak na rizicima koji postoje u području gdje žive (lokalna procjena rizika)
2. simulacije i vježbe na temelju lokalne procjene rizika s ciljem stjecanja znanja i osjećaja odgovornosti za djelovanje prije izvanrednog događaja
3. slušanje svjedočanstava mladih volontera (14 – 18 godina), a cilj je steći osnovno znanje o radu civilne zaštite s naglaskom na volonterstvo i mogućnosti volontiranja mladih na lokalnoj razini.

### **UČENICI OD 5. DO 8. RAZREDA OSNOVNE ŠKOLE**

Organizirati različite, zasebne **radionice** za:

- a. usvajanje osnovnoga znanja na temelju materijala *Naučimo više o smanjenju rizika od katastrofa!* Naglasak na rizicima koji postoje u području gdje žive (lokalna procjena rizika)
- b. simulacije i vježbe na temelju lokalne procjene rizika s ciljem usvajanja znanja o načinu postupanja prije i tijekom izvanredne situacije
- c. za igru *Zemlja rizika* s fokusom na učenike 5. i 6. razreda

- d. izradu obiteljskoga plana u slučaju evakuacije ili drugog izvanrednog događaja.

#### **UČENICI OD 1. DO 4. RAZREDA OSNOVNE ŠKOLE**

Organizirati različite, zasebne **radionice** za:

- a. usvajanje osnovnoga znanja na temelju materijala *Naučimo više o smanjenju rizika od katastrofa!* Naglasak na rizicima koji postoje u području gdje žive (lokalna procjena rizika)
- b. igru *Zemlja rizika* za učenike od 3. do 4. razreda koja se igra u skupinama
- c. svladavanje osnovnoga znanja o smanjenju rizika za učenike od 3. do 4. razreda osnovne škole na temelju edukativnih animiranih filmova, brošure za djecu i modela SROK-a. Naglasak na rizicima koji postoje u području gdje žive (lokalna procjena rizika)
- d. uključivanje djelatnika sustava civilne zaštite s ciljem upoznavanja djece s opremom i najvažnijim sigurnosnim postupcima, koji obuhvaćaju i simulacije i vježbe u sklopu natjecateljske igre kako bi se usvojilo postupanje tijekom izvanrednog događaja
- e. prikazivanje edukativnog animiranog filma SROK-a o određenom riziku za učenike od 1. do 2. razreda. Naglasak na rizicima koji postoje u području gdje žive (lokalna procjena rizika), a potom učenici mogu igrati društvenu igru s temom rizika iz prikazanog animiranog filma.

#### **DJECA STARIJIH VRTIČKIH SKUPINA**

Organizirati različite, zasebne **igraonice** za:

- a. djecu starijih vrtićkih skupina uz stjecanje znanja o rizicima, a uključuje sudjelovanje dionika sustava civilne zaštite koji upoznaje djecu s opremom i najvažnijim sigurnosnim postupcima. Drugi dio radionice/igraonice: simulacije i vježbe u sklopu natjecateljske igre s ciljem stjecanja znanja postupanja tijekom izvanrednog događaja
- b. djecu starijih vrtićkih skupina, a uključuje prikazivanje edukativnoga animiranoga filma SROK-a o određenom riziku. Drugi dio: igranje društvene igre o predstavljenom riziku.

#### **DJECA I MLADI RAZLIČITIH DOBNIH SKUPINA**

1. Podizati svijest objavljivanjem informacija, videa i fotografija o održanim edukacijama (uz odobrenje roditelja): službene mrežne stranice i službeni profili na društvenim mrežama dionika sustava civilne zaštite.
2. Poticati uvrštenje SROK sadržaja u dječje programe nacionalnih televizija.
3. Promicati korištenje specijaliziranih dječjih kanala na društvenim mrežama.
4. Poticati suradnju s fakultetima informatičkog usmjerenja, interesnim skupinama (nevladine udruge) i IT sektorom radi razvoja novih aplikacija i korištenja umjetne inteligencije u edukaciji o smanjenju rizika od katastrofa.

## 3.4. Preporučene taktike i komunikacijski kanali

### 3.4.1. Taktike akcije

**Interpersonalna komunikacija**<sup>27</sup> najuvjerljivija je i najangažiranija komunikacijska taktika. Omogućuje izravnu dvosmjernu, licem u lice interakciju koja je snažnija od drugih oblika komunikacije i stvara okruženje u kojem se mogu rješavati zajednički interesi. Za ostvarenje te vrste komunikacije odabrane su sljedeće skupine aktivnosti:

1. **angažman na lokaciji organizacije** – obilazak institucija, dani otvorenih vrata i sl. – i **taktika demonstracije usluga**<sup>28</sup>. Komunicira se sadržaj bitan za građanstvo, primjenjiv i njima neposredno koristan.
2. **edukativna okupljanja** koja zahtijevaju angažman javnosti<sup>29</sup> – interaktivne radionice (igraonice), simulacije i vježbe te sastanci koji omogućuju razmjenu informacije
3. **posebni događaji**<sup>30</sup> – aktivnosti i natjecanja koja organizacija osmišljava kako bi privukla pozornost i prihvaćanje građanstva s ciljem angažiranja javnosti i poticanja njihove interakcije s organizacijom (publicitet je pritom sporedan).

Proaktivne akcijske strategije koalicija među različitim organizacijama omogućuju sinergiju, bolji rezultat zajedničkog rada dviju ili više organizacija. Uz strategije saveza i koalicija probijaju se barijere kako bi organizacija mogla uspostaviti komunikaciju s građanstvom: studentima, učenicima srednjih škola, učenicima osnovnih škola, djecom starijih vrtićkih skupina, nastavnicima i odgojiteljima te roditeljima učenika i vrtičke djece.

### 3.4.2. Taktike komunikacije

Dok se prethodne akcijske strategije usredotočuju na djelovanje organizacije, sljedeća skupina odabranih strategija bavi se komunikacijom. Strategijom **transparentne komunikacije**<sup>31</sup> organizacija želi otvorenim i vidljivim aktivnostima pomoći građanstvu da razumije organizaciju i podrži njezine postupke. To jednostavno znači da organizacija iznosi vlastite argumente bez tajni. Transparentna komunikacija bavi se ciljevima podizanja svijesti građana: povećanjem znanja i razumijevanja.

27 Smith, R. D. (2020.) *Strategic Planning for Public Relations*. 6th edition, Routledge Taylor&Francis Group, New York and London.

28 Smith, R. D. (2020.) *Strategic Planning for Public Relations*. 6th edition, Routledge Taylor&Francis Group, New York and London.

29 Smith, R. D. (2020.) *Strategic Planning for Public Relations*. 6th edition, Routledge Taylor&Francis Group, New York and London.

30 Smith, R. D. (2020.) *Strategic Planning for Public Relations*. 6th edition, Routledge Taylor&Francis Group, New York and London.

31 Smith, R. D. (2020.) *Strategic Planning for Public Relations*. 6th edition, Routledge Taylor&Francis Group, New York and London.

Za nju su ključni:

- a. **vlastiti mediji organizacije, i to**
  - **profili na društvenim mrežama** te
  - **digitalni mediji** – mrežne stranice, e-pošta, mobilne aplikacije.
- b. **informativni mediji** – mediji čiju pažnju treba zavrjediti ponajprije prezentiranjem informacija koje su vrijedne da postanu vijest. Posebnost informativnih medija, odnosno njihova dodana vrijednost jest što pružaju mogućnosti za vjerodostojno predstavljanje organizacijskih poruka širokoj publici. Preporučene taktike za informativne medije su: *adrema*, najava za medije, priopćenja za medije, novinarska mapa, informativni list, intervjui, konferencije za novinare, intervju u studiju.

Posebno se treba usredotočiti na taktike **intervjua** i **konferencija** koje su važne zbog njihove interaktivnosti, što omogućuje prijenos i postizanje razumijevanja složenih informacija kod šire javnosti. Intervju je vrlo važan za očuvanje i jačanje povjerenja organizacije u očima javnosti. Konferencije su prilika da novinari sve nejasnoće riješe tijekom konferencije postavljajući pitanja, a organizaciji je to prilika da novinari važne informacije širokoj javnosti iznesu na točan, jasan i razumljiv način putem informativnoga medija.<sup>32</sup>

Treba računati na to da svi tradicionalni mediji imaju i digitalnu verziju, pa i profile na društvenim mrežama. Stoga, primjerice, pri pripremi za radijski intervju treba računati da će se vrlo vjerojatno snimati i video tog intervjua i da se treba koristiti neverbalnom komunikacijom (primjerice uniforma) kao da je riječ o sudjelovanju u intervjuu u televizijskom studiju.

c. **plaćeni mediji**

Taktike za plaćene medije su: **digitalni oglasi, televizijski i radijski oglasi, vanjski tranzitni oglasi te predmeti s logotipom organizacije**. Elektronički i digitalni oglašivački mediji važni su jer dopiru do široke publike. Tranzitni oglasi vidljivi su širokoj javnosti u svakodnevnom životu, a promotivni predmeti stvaraju trajnu vidljivost organizacije. Digitalni oglasi (digitalni oglasi za tražilice, društvene mreže i mobilne aplikacije te plaćena suradnja s *influencerima*) namijenjeni digitalnim kanalima i društvenim mrežama pružaju najviše povratnih informacija, što je posebno vrijedno za organizaciju.

### 3.4.3. Metode edukativnih radionica

Područni uredi civilne zaštite sve više klasična predavanja zamjenjuju kombiniranim pristupima koji uključuju aktivno sudjelovanje djece.<sup>33</sup> Da bi se dodatno potaknula zamjena klasičnih predavanja novim metodama, predložene su nove, ali prokušane metode poput World Café metoda, metode slagalice i metode igrifikacije.

<sup>32</sup> Tomić Z. (2016.) *Odnosi s javnošću – Teorija i praksa*. II. dopunjeno i izmijenjeno izdanje, Synopsis, Zagreb – Sarajevo.

<sup>33</sup> Ministarstvo unutarnjih poslova, Ravnateljstvo civilne zaštite (siječanj 2025.) Izvješće o edukacijama područnih ureda civilne zaštite za 2024. godinu.

Cilj je radionica:

- a. istraživačko učenje kojim se uspostavlja dijalog i omogućuje zajedničko razumijevanje problema
- b. na jednostavan i kreativan način omogućiti usporedbu razmišljanja i stavova sudionika o nekom problemu i njegovu rješenju; može se provoditi i u velikim skupinama
- c. s pomoću pametnih telefona prikupiti zaključke ili provjeriti znanje ispunjavanjem kviza te predvidjeti nagrade za pobjednike kviza
- d. razvijati suradničko učenje koje dokazano potiče dublje razumijevanje sadržaja i razvoj kritičkog mišljenja<sup>34</sup>
- e. radionicama obuhvatiti podizanje svijesti među djecom i koristiti se igračkim načinom razmišljanja i logikom igre u rješavanju problema<sup>35</sup>.

### 3.5. Poruke

Poruke koje su etički utemeljene i njihovi komunikatori moraju se voditi najvišim etičkim standardima u komuniciranju koji uključuju načela istinitosti, transparentnosti, lojalnosti, kompetentnosti, integriteta i društvene odgovornosti.

Prijedlozi poruka koje slijede umjesto kratkoročnim rezultatima prednost daju dugoročnim ciljevima. Njihovu su oblikovanju pridonijeli mnogi dionici civilne zaštite na dvjema održanim radionicama, a odgovaraju na veće izazove koji su proizišli iz ispitivanja javnoga mnijenja o tim pitanjima. Budući da je jedan od važnih ciljeva prevencija, prokušan je savjet stručnjaka da je mudro onima koji su izloženi reći npr. sve o vrsti opasnosti i o tome kako da smanje rizik. Drugim riječima, cilj je povećati znanje. Stručnjaci za komuniciranje svjesni su da upravo znanje smanjuje neizvjesnost u svakom izvanrednom događaju.

#### 3.5.1. Jačina poruke

Iako se poruke povezane s podizanjem svijesti o smanjenju rizika od katastrofa i velikih nesreća mogu oblikovati na simpatičan i donekle vrckav način (npr. Pametni znaju što znači SROK), njihova snaga ne očituje se u izazivanju simpatija javnosti, nego u promjeni ponašanja. Najsnažnije su one poruke<sup>36</sup> koje se odnose na veći broj ljudi, one koje imaju dulje trajanje, dulje djelovanje, veće koristi... Po snazi poruke slijede one koje zastupaju jedinstveno, iznimno, posebno, originalno rješenje, zatim one koje zastupaju hijerarhiju ili brane načela, a manje su

34 Brüning, L., Saum, T. (2008.) *Suradničkim učenjem do uspješne nastave. Kako aktivirati učenike i potaknuti ih na suradnju*. Naklada Kosinj. Zagreb.; Bruff, D. *Puzzling Over the Jigsaw* (pristupljeno: srpanj 2025. <https://derekbruff.org/2019/01/25/puzzling-over-the-jigsaw/>)

35 Medica Ružić, I. (2021.) Igrifikacija u primarnom obrazovanju: Što je nastavna metoda igrifikacije u primarnom obrazovanju i kako je možete koristiti? // *Učitelj-između tradicije i suvremenosti*. U: S. Vrcić-Mataija, I. Cvitković Kalanjoš (ur.). *Gospić: Sveučilište u Zadru*, 2021. str. 127–139.

36 Škarić, I. (2011.) *Argumentacija*. Nakladni zavod Globus, Zagreb.

snažne poruke koje ono što jest i ono što postoji stavljaju u prednost nad onim što tek ima doći. Zato je komuniciranje o rizicima, to jest podizanje svijesti o njihovu smanjenju uvijek bolje usmjeravati na sadašnjost nego na hipotetsku budućnost.

### 3.5.2. Vrste poruka

U oblikovanju poruka koje teže utjecati na promjenu ponašanja, to jest teže uvjeravati javnost, moguće je rabiti četiri vrste tvrdnja. One odgovaraju na pitanja: Što je nešto?, *Kakvo je nešto?* *Zašto je nešto?* i Što treba učiniti?<sup>37</sup>. U oblikovanju poruka za podizanje svijesti o smanjenju rizika od katastrofa i velikih nesreća najčešća tvrdnja vezuje se uz pitanje Što treba učiniti?, ali ne treba zanemariti ni ostale vrste poruka.

U nastavku slijedi prijedlog poruka s detaljnijim objašnjenjima njihova sadržaja i svrhe, a oblikovane su tako da na temelju njih korisnici sami mogu izrađivati svoje poruke ili modificirati ih. Izrađene poruke smjeraju biti univerzalne za sve prijetnje, događaje i primatelje.

Što je nešto?

***Ako informacija nije točna – nije informacija. Informirajte se s povjerenjem kod Civilne zaštite.***

Sadržaj poruke tiče se informiranja kao preduvjeta za stjecanje znanja (temelji se na citatu glasovitoga hrvatskoga teoretičara informacije Luke Brajnovića), a usmjeren je na podizanje svijesti koja se ostvaruje putem informiranja kod pouzdanih izvora. Cilj je proširiti znanje i osnažiti imidž mjerodavnih ustanova, službi i osoba, to jest stvoriti povjerenje prema njima kao izvoru informacija. Poruka odgovara na pitanje Što je nešto, odnosno što nešto nije, a argumentira se tako da se definira što je istinita informacija. Taktike dokazivanja za takvu vrstu tvrdnji su: primjeri, podaci, induktivni dokazi, autoriteti, analogije, kontrasti...

Kakvo je nešto?

***Tek kad je zajednica otporna na prijetnje istinski je razvijena.***

Sadržaj poruke tiče se ponajprije lokalnih zajednica. Cilj je u ideju razvijenosti ugraditi pojam otpornosti na prijetnje, to jest potrebno je argumentirati pozitivne posljedice koje jačanje otpornosti donosi zajednici. Pojam *prijetnje* može se zamijeniti pojmovima *požar, poplava, suša* itd., a *zajednica* može biti i *općina, županija, grad* itd.

37 Škarić, I. (2011.) *Argumentacija*. Nakladni zavod Globus, Zagreb.

Zašto je nešto?

***Zajednica koja povećava otpornost na utjecaje prirodnih prijetnji i katastrofa smanjuje svoju ranjivost.***

Sadržaj poruke tiče se lokalnih zajednica, pri čemu su odabrani pojmovi *povećanje otpornosti* i *smanjenje ranjivosti* kako bi se jezik zadržao u „medicinskim okvirima”. Cilj je potaknuti lokalne zajednice na aktivnije uključivanje u komuniciranju o rizicima.

Što učiniti?

Budući da je cilj podizanja svijesti promjena ponašanja, u komuniciranju o rizicima, prijetnjama i katastrofama ta vrsta tvrdnji rabi se najčešće. Važno je da oni koji oblikuju poruke vode računa o trima ključnim elementima. Prvo, treba imati pripremljene dokaze kojima se primatelje poruke uvjerava da problem postoji, zatim se izriče poruka koja odgovara na problem te se naposljetku daju dokazi koji uvjeravaju slušateljstvo da je potrebno i moguće postupiti prema prijedlogu.

***Usmjerimo tijek života jedni prema drugima.***

***Pred rizicima ne možemo ići svatko za sebe, nego samo zajedno.***

Sadržaj poruka tiče se stvaranja zajedništva među ljudima i među službama. Cilj je rizike i prijetnje uroniti u pojam kretanja, to jest sastavnoga dijela života.

***Danas se usredotočimo na budućnost.***

Sadržaj poruke odnosi se na djelovanje sada, danas, a cilj je otpornost u budućnosti. Poruka svjesno ne nosi nikakvu negativnu konotaciju kako bi se onom dijelu javnosti koji je previše ustrašen priprema za rizike doimala manje stresnom.

***Prilagodimo navike.***

***Probudimo se spremni.***

Sadržaj poruka kratko je i dojmljivo oblikovan da bi snažnije pozvao na akciju. Cilj je putem svima poznatih svakodnevnih pojmova (navike i buđenje) onaj dio javnosti koji prirodne prijetnje, velike nesreće i katastrofe ne doživljava ozbiljno ili je rezigniran prema informiranju potaknuti na promjenu ponašanja. Ovisno o pojedinoj prijetnji, odnosno riziku ta će se poruka dalje razvijati.

### 3.5.3. Specifične poruke

Sljedeće specifične poruke, razvrstane po prijetnjama, odgovaraju projektnom načelu prema kojem se informiranjem povećava znanje, a znanje je preduvjet za promjenu ponašanja. Budući da je istraživanje u sklopu projekta otkrilo da visok postotak ispitanika „ne zna što i kako poduzeti” da bi smanjili prijetnje, povećavanje znanja odnosno upućenosti postaje dodatna motivacija za Smjernice. Stoga svaka specifična poruka sadržava dva identična ključna pojma: pojam *odlučujem* (1), koji poziva na akciju te na zrelost i ozbiljnost, te pojam *znati* (2) koji ima oplemenjujući ton, pri čemu znanje čovjeku mora prenijeti netko drugi – a to je u ovom slučaju civilna zaštita. U nastavku poruke specificira se, u odnosu na pojedinu prijetnju, na što se pojedina odluka i znanje odnose.

<b>Klizište</b>	<b><i>Odlučujem znati</i></b> graditi čvrsto na zemlji.
<b>Poplava</b>	<b><i>Odlučujem znati</i></b> kako smanjiti rizik od poplava.
<b>Potres</b>	<b><i>Odlučujem znati</i></b> kako da moj dom postane siguran od potresa.
<b>Epidemije i pandemije</b>	<b><i>Odlučujem znati</i></b> kako mogu pridonijeti prevenciji zaraznih bolesti.
<b>Suša</b>	<b><i>Odlučujem znati</i></b> što već sada poduzeti za ublažavanje posljedica suše.
<b>Požar</b>	<b><i>Odlučujem znati</i></b> kako se zaštititi od požara.
<b>Ekstremne temperature</b>	<b><i>Odlučujem znati</i></b> kako sebe i svoj dom zaštititi od velikih vrućina i hladnoća.
<b>Onečišćenje mora</b>	<b><i>Odlučujem znati</i></b> kako iza sebe uvijek ostaviti čisto more.
<b>Industrijske nesreće</b>	<b><i>Odlučujem znati</i></b> kako se zaštititi u slučaju velike industrijske nesreće.
<b>Snijeg i led</b>	<b><i>Odlučujem znati</i></b> kako se za sezonu snijega i leda pripremiti prije nego što ona dođe.
<b>Bolesti bilja</b>	<b><i>Odlučujem znati</i></b> kako zaštititi domaće usjeve bilja jer ove promjene mijenjaju cijele ekosustave, narušavaju poljoprivredne sustave i stvaraju nove izazove za proizvodnju.
<b>Nuklearne i radiološke katastrofe</b>	<b><i>Odlučujem znati</i></b> koje mjere poduzeti u slučaju radiološkog i nuklearnog izvanrednog događaja.

U skladu s navedenim slogan bi mogao glasiti: ***Odlučujem znati!***

# Mjerenje rezultata



## 4. Mjerenje rezultata

Indikatori za praćenje primjene i učinkovitosti Smjernica su:

1. Produkcija poruke komunikacijskih proizvoda: mjeri se samo je li poruka sastavljena. Konkretno za ove Smjernice treba mjeriti:
  - broj organiziranih obilazaka institucije
  - broj organiziranih dana otvorenih vrata
  - broj organiziranih demonstracija usluge
  - broj održanih radionica s obzirom na ciljnu skupinu
  - broj održanih radionica sa simulacijama i vježbama
  - broj organiziranih građanskih događaja
  - broj organiziranih natjecanja
  - broj napisanih tekstova za mrežne stranice
  - broj napisanih tekstova za društvene mreže
  - broj videosadržaja/videoobjava za društvene mreže
  - broj audiosadržaja za društvene mreže
  - broj tiskanih letaka
  - broj tiskanih brošura
  - broj napisanih objava za medije
  - broj danih intervjua
  - broj konferencija za novinare
  - broj intervjua u studiju
  - broj izrađenih televizijskih oglasa
  - broj izrađenih radijskih oglasa
  - broj izrađenih digitalnih oglasa
  - broj izrađenih plakata za tranzit
  - broj izrađenih predmeta s logotipom.
  
2. Distribucija komunikacijskih proizvoda:
  - broj objavljenih tekstova za mrežne stranice
  - broj objavljenih tekstova za društvene mreže
  - broj videosadržaja/videoobjava za društvene mreže
  - broj objavljenih audiosadržaja za društvene mreže
  - broj podijeljenih tiskanih letaka
  - broj podijeljenih tiskanih brošura
  - broj poslanih objava za medije
  - broj objavljenih intervjua
  - broj novinara na konferenciji za novinare
  - broj objavljenih intervjua u studiju

- broj objavljenih televizijskih oglasa
- broj objavljenih radijskih oglasa
- broj objavljenih digitalnih oglasa
- broj izloženih plakata u gradskim prijevoznim sredstvima i kolodvorima/stanicama
- broj podijeljenih predmeta s logotipom.

3. Izloženost poruci:

- koliko je osoba pročitao tekstove za mrežne stranice
- koliko je osoba pročitao tekstove za društvene mreže
- koliko je osoba pogledalo videosadržaj/videoobjavu za društvene mreže
- koliko je osoba poslušalo audiosadržaj za društvene mreže
- koliko je osoba slušalo/gledalo/čitalo objavljene intervju
- koliko je novinara pratilo konferencije za novinare
- koliko je osoba slušalo/gledalo intervju u studiju
- koliko je osoba vidjelo pojedine televizijske oglase
- koliko je osoba poslušalo pojedine radijske oglase
- koliko je osoba vidjelo pojedine digitalne oglase
- koliko je osoba vidjelo plakate u gradskim prijevoznim sredstvima i kolodvorima/ stanicama
- koliko je osoba pročitao članke s informativnih portala koji su prenosili informacije s događaja
- koliko je osoba slušalo radijske priloge koji su prenosili informacije s događaja
- koliko je osoba gledalo televizijske priloge koji su prenosili informacije s događaja
- koliko je osoba pročitao vijesti na društvenim mrežama koje su prenosile informacije iz priopćenja ili s događaja.

4. Analiza sadržaja poruke:

- jesu li objave na društvenim mrežama koji prenose poruku organizacije pozitivni, točni, je li došlo do nesporazuma i neželjenih zaključaka
- jesu li članci na internetskim portalima koji prenose poruku organizacije pozitivni, točni, je li došlo do nesporazuma i neželjenih zaključaka
- jesu li televizijski prilozima koji prenose poruku organizacije pozitivni, točni, je li došlo do nesporazuma i neželjenih zaključaka
- jesu li radijski prilozima koji prenose poruku organizacije pozitivni, točni, je li došlo do nesporazuma i neželjenih zaključaka.

5. Dojmljivost poruke: dubinskim intervjuima, fokus-grupama i anketama uživo utvrđuje se čega se izložena ciljna skupina sjeća s:
  - organiziranih obilazaka institucije
  - organiziranih dana otvorenih vrata
  - organiziranih demonstracija usluge
  - održanih radionica s obzirom na ciljnu skupinu
  - održanih radionica sa simulacijama i vježbama
  - organiziranih građanskih događaja
  - organiziranih natjecanja.
  
6. Povratna informacija javnosti: Nakon svakog organiziranog događaja predvidjeti tri pitanja o zadovoljstvu, korisnosti te mogućim prijedlozima za budućnost. Te se povratne informacije dakle prikupljaju u sklopu predviđenih aktivnosti.
  
7. Referentna studija:
  - 7.1. Ponoviti *Istraživanje o stanju svijesti o rizicima od katastrofa i velikih nesreća*, koje je provelo Ravnateljstvo civilne zaštite, Ministarstva unutarnjih poslova, te usporediti dobivene rezultate s rezultatima prije provedbe kampanje.
  - 7.2. Usporediti statistiku stanja društvenih mreža i mrežnih stranica prije i poslije provedbe kampanje. Posebno je važno pratiti dobrovoljne reakcije javnosti, poput broja zahtjeva za dodatne informacije, komentiranja sadržaja, *lajkanja*, dijeljenja sadržaja na društvenim mrežama i sl.
  
8. Sudjelovanje publike:
  - broj posjetitelja obilazaka institucije
  - broj posjetitelja dana otvorenih vrata
  - broj posjetitelja demonstracija usluge
  - broj posjetitelja radionica s obzirom na ciljnu skupinu
  - broj posjetitelja radionica sa simulacijama i vježbama
  - broj posjetitelja građanskih događaja
  - broj posjetitelja natjecanja.

9. Izravno motrenje rezultata:

- s koliko je visokoškolskih obrazovnih ustanova ostvarena suradnja radi kreiranja SROK dodatnih informatičkih sadržaja
- jesu li se realizirali predviđeni SROK informatički sadržaji (videoigre, umjetna inteligencija i sl.)
- s koliko je srednjih škola ostvarena suradnja
- s koliko je osnovnih škola ostvarena suradnja
- s koliko je dječjih vrtića ostvarena suradnja
- s kojim je televizijskim i radijskim kućama ostvarena suradnja radi uključivanja sadržaja SROK-a u emisije namijenjene djeci
- jesu li uvršteni SROK sadržaji u emisije namijenjene djeci na nacionalnim i lokalnim televizijama i radiju
- jesu li razvijene nove SROK aplikacije
- jesu li uvršteni videosadržaji na mrežne kanale namijenjene djeci (YouTubeKids i sl.)

# Izvori



## 5. Izvori

- León, B.; López-Goñi I.; Salaverría, R. (2022.) The Covid-19 catastrophe: A science communication mess?, *Church, Communication and Culture*, 7:1, 6–22, DOI: 10.1080/23753234.2022.2031236
- Bruff, D. (2019.) *Puzzling Over the Jigsaw* (pristupljeno: srpanj 2025. <https://derekbruff.org/2019/01/25/puzzling-over-the-jigsaw/>).
- Brüning, L.; Saum, T. (2008.) *Suradničkim učenjem do uspješne nastave. Kako aktivirati učenike i potaknuti ih na suradnju*. Naklada Kosinj. Zagreb.
- Centre for Research on the Epidemiology of Disasters (2024). 2023. *Disasters in Numbers* (pristupljeno: lipanj 2025. [https://files.emdat.be/reports/2023\\_EMDAT\\_report.pdf](https://files.emdat.be/reports/2023_EMDAT_report.pdf)).
- de la Cierva, Y. (2022.) *Leading companies through storms and crises: Principles and best practices in conflict prevention, crisis management and communication*, Pearson, Madrid.
- Digital 2025: Croatia (pristupljeno: lipanj 2025. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-croatia>).
- Državni zavod za statistiku (22. rujna 2022.) *Konačni rezultati* (pristupljeno: srpanj 2025. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcjpcglclefindmkaj/https://dzs.gov.hr/UserDocImages/Press%20Corner/Prezentacije/Popis%202021.\\_kona%C4%8Dni%20rezultati.pdf](https://dzs.gov.hr/UserDocImages/Press%20Corner/Prezentacije/Popis%202021._kona%C4%8Dni%20rezultati.pdf)).
- Državni zavod za statistiku (22. rujna 2022.) *Procjena stanovništva Republike Hrvatske u 2021.* (pristupljeno: srpanj 2025. <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29032>).
- Državni zavod za statistiku (2025.) *Hrvatska u brojkama 2024. Stanovništvo* (pristupljeno: srpanj 2025. <https://web.dzs.hr/hub24/stanovnistvo.html>).
- Europska komisija (2024.) *Disaster risk awareness and preparedness of the EU population – Country Fact-sheets* (pristupljeno: rujna 2024. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3228>).
- Europska komisija (2024) *Disaster risk awareness and preparedness of the EU population – Infographics* (pristupljeno: rujna 2024. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3228>).
- Europska komisija (2024.) *Disaster risk awareness and preparedness of the EU population – Report* (pristupljeno: rujna 2024. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3228>).
- Hendal (11. 12. 2024.) *Izveštaj istraživanja stanja svijesti o rizicima od katastrofa i velikih nesreća*. Istraživanje naručeno od Ravnateljstva civilne zaštite Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske. Hrvatska platforma za smanjenje rizika od katastrofa i Ministarstvo unutarnjih poslova, Ravnateljstvo civilne zaštite (2022.) *Strategija upravljanja rizicima od katastrofa do 2030. godine* (pristupljeno: rujna 2024. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcjpcglclefindmkaj/https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF\\_ZA%20WEB/Strategija\\_i\\_AkcijskiPlan\\_katastrofe\\_rizici.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcjpcglclefindmkaj/https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/Strategija_i_AkcijskiPlan_katastrofe_rizici.pdf)).
- Hrvatski sabor (2020.) *Strategija prilagodbe klimatskim promjenama u Republici Hrvatskoj za razdoblje do 2040. godine s pogledom na 2070. godinu*. (pristupljeno: rujna 2024. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020\\_04\\_46\\_921.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020_04_46_921.html)).
- Jin, Y.; van der Meer, T. G. L. A. (2025.) The Role of Legacy Media and Social Media in International Organizational Risk and Crisis Communication. U: A. Schwarz, M. W. Seeger and S. Kim (ur.) *The Handbook of International Crisis and Risk Communication Research* (pristupljeno: travanj 2025. <https://doi.org/10.1002/9781394180844.ch14>).
- Kim, S. (2025.) Beyond Borders and Bridging Worlds. U: A. Schwarz, M. W. Seeger and S. Kim (ur.) *The Handbook of International Crisis and Risk Communication Research* (pristupljeno: travanj 2025. <https://doi.org/10.1002/9781394180844.ch3>).
- Kolić Stanić, M. (2023.) „Luka Brajnović - Bokelj među začetnicima komunikologije” U: V. Babić Galić, Ž. Holjevac (ur.) *Identitet Hrvata Boke kotorske*. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar str. 161–174.
- Medica Ružić, I. (2021.) Igrifikacija u primarnom obrazovanju: Što je nastavna metoda igrifikacije u primarnom obrazovanju i kako je možete koristiti? U: S. Vrcić-Mataija, I. Cvitković Kalanjoš (ur.) *Učitelj-između tradicije i suvremenosti*. Gospić: Sveučilište u Zadru, 2021. str. 127–139.
- Kolić Stanić, M.; Pejić Bach, M. (2023.) „Što čitaju algoritmi? Etička pitanja u odnosima s javnošću” U: M. Togonal, J. Čurković Nimac (ur.) *Čitatelj i čitanje u digitalno doba*. Zagreb, 2023. Hrvatsko katoličko sveučilište, str. 179–189; *Zbornik s međunarodnog interdisciplinarnog znanstvenog skupa „Čitatelj i čitanje u digitalno doba”* pod pokroviteljstvom Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti održanog 11. studenoga 2021. u organizaciji Odjela za komunikologiju Hrvatskog katoličkog sveučilišta. [planoporavka.gov.hr](http://planoporavka.gov.hr) „O planu” (pristupljeno: srpanj 2025. <https://planoporavka.gov.hr/o-planu/9>).

- Palenchar, M. J.; Heath, R. L. (2025.) Paradigms of Risk and Crisis Communication and the Threat of Misinformation and Disinformation. U: A. Schwarz, M. W. Seeger and S. Kim (ur.) *The Handbook of International Crisis and Risk Communication Research* (pristupljeno: travanj 2025. <https://doi.org/10.1002/9781394180844.ch6>).
- Ministarstvo unutarnjih poslova, Ravnateljstvo civilne zaštite (siječanj 2025.) Izvješće o edukacijama područnih ureda civilne zaštite za 2024. godinu.
- Rolf L. i dr. (2024.) *Training Manual. The (Online) World Café Method in the context of Service-Learning*. Erasmus+ Project: SLIDE – Service-Learning as a pedagogy to promote Inclusion Diversity and Digital Empowerment.
- Schwarz, A. (2025.) Global Threats and the Significance of International Risk and Crisis Communication Research. U: A. Schwarz, M. W. Seeger and S. Kim (ur.) *The Handbook of International Crisis and Risk Communication Research* (pristupljeno: travanj 2025. <https://doi.org/10.1002/9781394180844.ch1>).
- Schwarz, A., Seeger, M. W. and Kim, S. (2025.) The Expanding and Dynamic Field of Crisis and Emergency Risk Communication. U: A. Schwarz, M. W. Seeger and S. Kim (ur.) *The Handbook of International Crisis and Risk Communication Research* (pristupljeno: travanj 2025. <https://doi.org/10.1002/9781394180844.ch50>).
- Schiele, H. i dr. (2022.) The “research world café” as method of scientific enquiry: Combining rigor with relevance and speed, *Journal of Business Research*, Volume 140, str. 280–296. (pristupljeno: srpanj 2025. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.075>).
- Smith, R. D. (2020.) *Strategic Planning for Public Relations*, 6th edition, Routledge Taylor&Francis Group, New York and London.
- Spence, P. R., Lachlan, K. A. (2025.) Reoccurring Challenges and Emerging Threats. U: A. Schwarz, M. W. Seeger and S. Kim (ur.) *The Handbook of International Crisis and Risk Communication Research* (<https://doi.org/10.1002/9781394180844.ch18>).
- Statista (2025.) Games Croatia (pristupljeno: kolovoz 2025. <https://www.statista.com/outlook/amo/media/games/croatia>).
- Statista (2025.) Number of social media users in Central and Eastern European (CEE) countries in 2024 and 2030 (pristupljeno: lipanj 2025. <https://www.statista.com/statistics/1134033/social-network-users-in-cee-region/>).
- Škarić, I. (2011.) *Argumentacija*. Nakladni zavod Globus, Zagreb.
- Statista (2025.) Share of devices used to access the internet in Croatia in May 2024 (pristupljeno: lipanj 2025. <https://www.statista.com/statistics/1299650/croatia-most-used-internet-devices/>).
- Uppsala Conflict Data Program, *Record number of armed conflicts in the world*, Uppsala University (pristupljeno: travanj 2025. <https://www.uu.se/en/news/2024/2024-06-03-ucdp-record-number-of-armed-conflicts-in-the-world>).
- Valković, J. (2022.) Post-verità e i mass media. L'interpretazione nel contesto mediatico. U: *Marinov zbornik: Collection of Papers in Honour of Professor Emilio Marin*. Zagreb: Hrvatsko katoličko sveučilište = Catholic University of Croatia, str. 1017-1025.
- vlada.gov.hr (28. svibnja 2025.) „Rast hrvatskog gospodarstva 17. kvartal zaredom, dvostruko brži od prosjeka EU-a” (pristupljeno: srpanj 2025. <https://vlada.gov.hr/vijesti/rast-hrvatskog-gospodarstva-17-kvartal-zaredom-dvostruko-brzi-od-prosjeka-eu-a/44516?lang=hr>).
- Vlada Republike Hrvatske (2024.) *Procjena rizika od katastrofa za Republiku Hrvatsku* (pristupljeno: rujanj 2024. [chrome-extension://efaidnbmnnpbpcjpcglclefindmkaj/https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF\\_ZA%20WEB/Procjena%20rizika%20od%20katastrofa%20za%20Republiku%20Hrvatsku.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnpbpcjpcglclefindmkaj/https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/Procjena%20rizika%20od%20katastrofa%20za%20Republiku%20Hrvatsku.pdf)).
- Vlada Republike Hrvatske (2023.) *Odluka o osnivanju odbora hrvatske platforme za smanjenje rizika od katastrofa u Republici Hrvatskoj* (pristupljeno: rujanj 2024. <https://mup.gov.hr/vijesti/ministar-bozinovic-predstavio-odluku-o-osnivanju-odbora-hrvatske-platforme-za-smanjenje-rizika-od-katastrofa/291634>).
- World Health Organization (2025.) *Number of COVID-19 deaths reported to WHO* (cumulative total). <https://data.who.int/dashboards/covid19/deaths?n=0>.
- Tomić Z. (2016.) *Odnosi s javnošću – Teorija i praksa. II. dopunjeno i izmijenjeno izdanje*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo.





MINISTARSTVO UNUTARNJIH POSLOVA  
Ravnateljstvo civilne zaštite  
[www.civilna-zastita.gov.hr](http://www.civilna-zastita.gov.hr)



Sufinancirano sredstvima  
Europske unije