

# SIGURNOST I ZAŠTITA NA RADU

Uređuje: Indira Aurer Jezerčić



I. Aurer Jezerčić\*

DLS d. o. o.  
Prilaz I. Visina 1-3, 10 000 Zagreb

## Kampanja – Upravljanje opasnim tvarima za zdrava radna mjesta za razdoblje 2018. – 2019.

Nema sumnje da kampanje za oglašavanje, marketing i odnose s javnošću mogu znatno utjecati na način na koji ljudi misle i djeluju. No mogu li se isti "promotivni principi" primjenjivati na sigurnost i zdravlje na radu? Odgovor je "Da", a kako se u tome okušati opisano je u ovom članku.

### O kampanji

U susret godini koja se bavi opasnim tvarima u zaštiti na radu, osmišljena je kampanja "Upravljanje opasnim tvarima za zdrava radna mjesta". Na mrežnim stranicama kampanje dostupno je mnoštvo interaktivnog materijala s namjerom privlačenja i poticanja sudionika na sudjelovanje.

EU – OSHA organizira i potiče aktivno provođenje i sudjelovanje u dvogodišnjoj kampanji "Zdrava radna mjesta upravljaju opasnim tvarima". U tom smislu hrvatske institucije HZZZSR i ZUZNR\*\* održale su tijekom mjeseca travnja kada se obilježava i dan zaštite na radu nekoliko stručnih skupova.

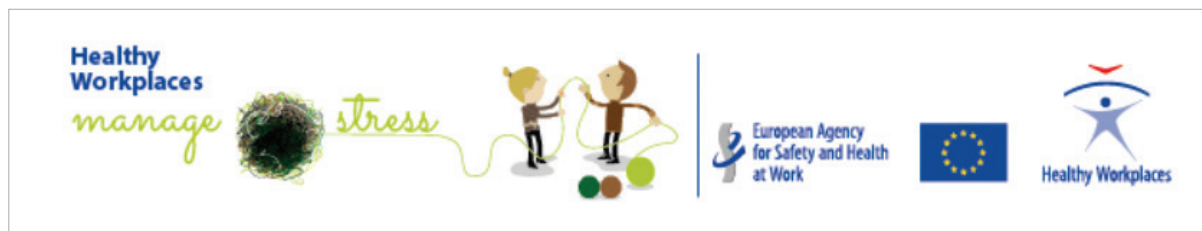
U kampanji za zdrava radna mjesta pružaju se informacije, posebni savjeti i potpora u sljedećim prioritarnim područjima koji su ujedno i ciljevi kampanje:



<b>Podizanje svijesti</b>	Poslodavci, ovlaštenici i zaposlenici ne znaju uvijek da su na njihovim mjestima rada prisutne opasne tvari te ne razumiju rizike koje one predstavljaju.
<b>Činjenice i brojke</b>	Unatoč postojanju zakona za zaštitu radnika, opasne tvari i dalje predstavljaju značajnu opasnost za zdravlje na brojnim mjestima rada diljem EU-a. Izvješća ukazuju na to da su one prisutne na 38 % mjesta rada. U određenim sektorima i 2/3. Opasne tvari uzrokuju velik udio profesionalnih bolesti, a neke skupine zaposlenika posebno su osjetljive na te rizike.
<b>Upravljanje rizicima</b>	Tajna uspješnog upravljanja rizikom jest stvaranje kulture prevencije. Svaka osoba na mjestu rada treba aktivno pokazati interes i sudjelovati u procesima kojima se osigurava sigurno radno okruženje. Procjena rizika osnovni je preduvjet za učinkovitu prevenciju i pravna obveza ako su na radnome mjestu prisutne opasne tvari. Zakonima je također propisano da mjesta rada moraju imati hijerarhijski pristup prevenciji.
<b>Zamjena</b>	Ako je moguće, opasne bi tvari trebalo potpuno ukloniti s mjesta rada. Često se mogu zamijeniti sigurnim ili manje štetnim zamjenskim tvarima ili se radni procesi koji stvaraju opasne tvari mogu zamijeniti procesima koji ih ne stvaraju. To su prvi prioriteti među mjerama propisanim zakonima o opasnim tvarima. Bez obzira na to, čini se da je na brojnim mjestima rada teško provesti zamjenu zbog čega postoji jasna potreba za pojačanom podrškom u tom području.
<b>Posebne skupine</b>	Vjerojatnost izlaganja opasnim tvarima najveća je za žene, mlade zaposlenike, zaposlenike migrante i privremene zaposlenike. Potencijalni razlog za to je njihov manjak iskustva ili informacija ili činjenica da su tjelesno ranjiviji, to što često mijenjaju poslove ili rade u sektorima u kojima je svijest o tom problemu niska.
<b>Karcinogene tvari</b>	Stotine karcinogenih tvari prisutne su na radnim mjestima EU-a. Mnoge su rezultat radnih procesa i teško ih je nadzirati. Poduzeća često nisu svjesna da su za karcinogene tvari na snazi stroži zakoni nego za druge opasne tvari. Izloženost karcinogenim tvarima na mjestu rada posebno je zabrinjavajuća. Ona dovodi do 80 000 smrtnih slučajeva i godišnje stoji 2,4 milijardi eura.

\* Mr. sc. Indira Aurer Jezerčić, dipl. ing. kem. teh.  
e-pošta: [indira.aurer@gmail.com](mailto:indira.aurer@gmail.com)

\*\* HZZZSR – Hrvatski zavod za zaštitu zdravlja i sigurnost na radu  
ZUZNR – Zavod za unaprjeđivanje zaštite na radu



Slika 1 – Primjer grafičkog detalja (banera) koji se za vrijeme kampanje može postaviti uz potpis na kraju e-poruke (izvor: <http://toolkit.osha.europa.eu/tools/web-mobile/e-mail-signature>)

Najvažniji cilj i korist sadržaja koji se mogu naći na nizu mrežnih stranica ove kampanje je potaknuti ljude iz područja struke u zaštiti na radu koji imaju posla s opasnim tvarima da naprave vlastitu kampanju. Bez obzira na veličinu i složenost kao i razinu zaštite u svojem okruženju, svatko tko osjeti potrebu može pronaći način da podigne svijest o radu s opasnim tvarima.

## Alati kampanje s primjerima

Primjer jednostavnog alata je za vrijeme kampanje postaviti mali grafički detalj uz svoje podatke na potpisu u poruci e-pošte. Tako će svi primatelji pošte s kojima komunicirate biti informirani o vašim nastojanjima. Na slici 1 je ideja za baner.

Objave na društvenim mrežama kao što je Facebook ili bilo koja druga mreža također je način da vaša kampanja i s njom povezano djelovanje bude uočeno i podijeljeno među sudionicima.

Poveznica na Facebook-stranicu EU OSHA može vam poslužiti kao izvor ideja i mnogih informacija: <https://www.facebook.com/EuropeanAgencyforSafetyandHealthatWork>.

Nudi se tu još mnoštvo dobro opisanih alata s primjerima. Za neke od njih trebat će vam zasigurno podrška kolega, informatičara i uprave, no ima ih mnogo i privlačni su. A što je najbolje, sve to vrijedi za bilo koju drugu ideju koju želimo promovirati (slika 2).

## Stvaranje vlastite kampanje

Kampanja je organizirani slijed djelovanja za postizanje određenog cilja. Ako imate poruku o sigurnosti i zdravlju koju želite podijeliti, pokretanje kampanje je učinkovit način da se vaš glas čuje. Kampanja se može primjenjivati za obavještanje, motiviranje i obrazovanje. Korisna je za obuhvaćanje relativno većeg broja ljudi, često na različitim lokacijama. Ako se usredotočite na male skupine, ovisno o temi, možda će biti bolje primijeniti treninge, seminare, sastanke jedan-na-jedan, e-poruke i telefonske pozive. Jaka poruka i jasni ciljevi temelj su svake kampanje. Pomoću njih možete odrediti s kim biste trebali razgovarati (ciljanu publiku) i kako ih najbolje možete uključiti. Cilj može biti:

- podizanje razine svijesti o važnosti upravljanja opasnim tvarima,
- promicanje procjene rizika putem praktičnih i pristupačnih alata (koji su prethodno opisani),
- podizanje razine svijesti o rizicima povezanim s izloženošću karcinogenima na radu (možda je kod nekih to i tabu-tema),
- povećanje razine znanja o zakonodavstvu, kao i
- bilo što drugo što prepoznajete kao željeni cilj.

Prije nego se upuštate u avanturu zvanu kampanja važno je planirati. Treba razmotriti elemente navedene na slici 3.

### Tools & Examples

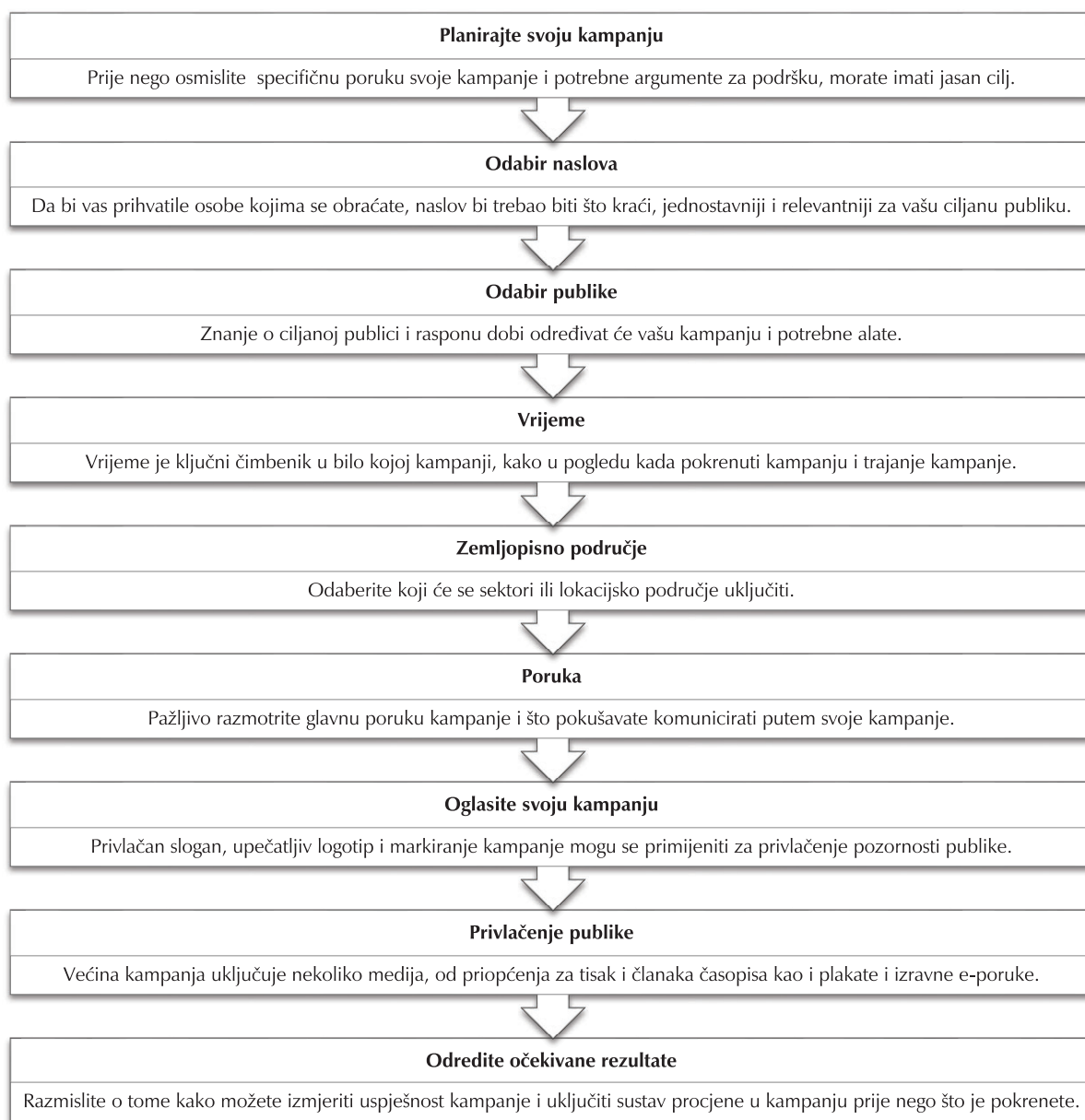
*Navigate to the tools to see real world examples!*

<h4>Media communication tools</h4> <p><a href="#">Press release</a> <a href="#">Press conference</a> <a href="#">Press trip</a> <a href="#">Press kit</a> <a href="#">Interview</a> <a href="#">Media article</a> <a href="#">Advertorial</a> <a href="#">Survey/poll</a> <a href="#">Media partnership</a></p> <h4>Events</h4> <p><a href="#">Training</a> <a href="#">Content-focused events</a> <a href="#">Networking events</a> <a href="#">Visibility events</a> <a href="#">Exhibitions</a> <a href="#">Good practice awards</a> <a href="#">Competitions</a> <a href="#">Events for Stakeholders</a></p> <h4>Promotion</h4> <p><a href="#">Leaflet/brochure</a> <a href="#">Posters</a> <a href="#">Direct mailing</a> <a href="#">Newsletter</a> <a href="#">Powerpoint presentations</a> <a href="#">Gadgets/ give-aways</a> <a href="#">Photos</a> <a href="#">Videos</a> <a href="#">Scientific publications</a></p> <h4>Web/Mobile</h4> <p><a href="#">Website</a> <a href="#">Online banner</a> <a href="#">E-mail signature</a> <a href="#">Mobile marketing</a></p>	<h4>Social media</h4> <p><a href="#">Facebook</a> <a href="#">Twitter</a> <a href="#">Blog</a> <a href="#">LinkedIn</a> <a href="#">Xing</a> <a href="#">YouTube</a> <a href="#">Flickr</a> <a href="#">Wikipedia</a> <a href="#">Viral spots</a></p> <h4>TV/Radio</h4> <p><a href="#">News package</a> <a href="#">Stock shots</a> <a href="#">TV spots</a> <a href="#">Radio spots</a></p> <h4>Advertising</h4> <p><a href="#">Print advertising</a> <a href="#">Outdoor advertising</a> <a href="#">Online advertising</a></p> <h4>Campaigns - general</h4>
---	--

Slika 2 – Alati i primjeri koji se nude u promoviranju vlastite kampanje za podizanje svijesti pri radu s opasnim kemikalijama (izvor: <http://toolkit.osha.europa.eu/tools>)

## Studije slučaja kod rada s opasnim tvarima

Praktična primjena preventivnih mjera na razini radnih mjesta dobro je opisana u mnogim studijama slučaja koje su objavila sama poduzeća, javne ustanove i tijela, industrijska udruženja i sindikati. Te su ustanove sakupile studije slučajeva i objavile ih s različitom količinom informacija i u raznim formatima. Neke su kratke priče o uspjehu, dok se u drugima detaljno objašnjava smanjenje rizika te tehnološki i financijski aspekti praktičnih rješenja o kojima se govori. Opisana su čak i razmišljanja o životnom vijeku (tj. govori se o rizicima koji opasne tvari predstavljaju tijekom njihova cijelog životnog vijeka, od sirovine do otpada). Formati se razlikuju: od jednostavnih informativnih listova na dvije stranice do temeljitih tehničkih opisa. Sve se više izrađuju i popratni videozapisi, a publikacije su sve češće dostupne na više jezika. Možete i sami objaviti studiju slučaja temeljem vašeg iskustva ili pogledati ponuđene na <https://healthy-workplaces.eu/hr/case-studies?languages%5B0%5D=hr&page=1&text=&language%5Ben%5D=en&language%5Bhr%5D=hr&sort=date>.



**Slika 3** – Planiranje kampanje <http://toolkit.osha.europa.eu/how-to-run-a-campaign/plan-your-campaign>

## I za kraj NAPÓ

U svijetu ZNR-a crtani lik Napo već je stari poznanik. Glavni lik i njegovi partneri izražavaju se bez riječi. Njihove priče imaju obrazovnu vrijednost. Oni potiču pitanja i raspravu o specifičnim aspektima sigurnosti na radu. Ponekad pružaju praktična rješenja ili dovode do njih. Riječ je o odmjerenom spoju obrazovanja, kulturne neutralnosti i humora. Svaka je scena neovisna o drugima i može se primijeniti kao jedan film ili pojedinačno.

Pogledajte tematske filmove za opasne tvari “Prašina” ili “Opasne kemikalije” na [https://www.napofilm.net/en/napos-films/film-s?view\\_mode=page\\_list](https://www.napofilm.net/en/napos-films/film-s?view_mode=page_list).



**Slika 4** – Scena iz Napo-filma  
(izvor: <https://www.napofilm.net/en/napos-films/napo-danger-chemicals>)