

Krizno komuniciranje u vatrogasnom sustavu u Republici Hrvatskoj

Crisis Communication in the Firefighting System in the Republic of Croatia

Ivana Franić, mag. ing. admin. chris.
Ante Sanader, dipl.ing.

SAŽETAK

Krizna komunikacija ključna je komponenta vatrogasnih intervencija, posebno tijekom požara u ljetnim mjesecima. Ovaj rad analizira kriznu komunikaciju u vatrogasnom sustavu Republike Hrvatske, uključujući izazove s kojima se suočavaju te suradnju s medijima. Istraživanje je provedeno putem upitnika za vatrogasce i novinare, a rezultati ukazuju na potrebu za planskim dokumentima i edukacijom komunikatora. Postojeće stanje prepoznaje zapovjednike kao glavne komunikatore, što je dodatno opterećenje tijekom intervencija. Preporuča se imenovanje osoba zaduženih za odnose s javnošću radi učinkovitije komunikacije.

Ključne riječi: krizno komuniciranje, vatrogasci, novinari, odnosi s javnošću, kriza

Abstract

Effective crisis communication is crucial in fire brigade interventions, especially during the wildfire season along the Croatian coast. This paper examines crisis communication within the Croatian firefighting system, addressing challenges at different levels and exploring collaboration between firefighters and the media. The research was conducted using survey questionnaires targeting both firefighters and journalists, involving a total of 336 respondents (218 firefighters and 118 journalists) across Croatia. The sample includes diverse demographic characteristics, with male dominance among firefighters and female majority among journalists, reflecting different age and educational backgrounds.

The study reveals several key findings. Firstly, it highlights the existing gap in the communication infrastructure, where only the Croatian Firefighting Association has formal guidelines and personnel designated for public relations, whereas local fire brigades and associations predominantly rely on commanders or presidents to communicate with the media. This situation, as confirmed by survey responses, places an additional burden on commanders, particularly during interventions. Most firefighters and journalists emphasized the need for appointing dedicated public relations officers who are not directly involved in commanding operations, enhancing, thus, the efficiency and effectiveness of both the response and communication efforts.

Secondly, there was an evident need for developing crisis communication plans, as 54% of surveyed firefighters indicated that their organizations do not possess any formal plans related to communication during crises. Such plans, including a Crisis Communication Plan, could serve as the foundation for improving internal communication within the firefighting system and external communication with the public and media. Furthermore, the findings underline the necessity of training and preparing personnel responsible for crisis communication to ensure timely, accurate, and consistent messaging during emergencies.

The collaboration between firefighters and the media was also scrutinized. Journalists expressed the need for better access to reliable spokespersons who could provide accurate and prompt information. In contrast, firefighters expressed concern over the occasional sensationalistic approach of the media, which can hinder effective communication during crises. Survey results indicate that whereas firefighters view the media as valuable partners, challenges persist in managing the flow of information, especially under pressure. Proactive engagement, including press releases and regular updates, was identified as crucial for establishing trust and reducing the potential for misinformation.

The conclusion of the study emphasizes that well-structured crisis communication can significantly contribute to mitigating panic and enhancing the overall effectiveness of crisis response. The media should be allies in these efforts, and firefighting organizations must, therefore, be proactive, ensuring that accurate information is consistently and timely available to journalists. Developing detailed communication plans, appointing designated public relations officers, and investing in the education and training of both firefighters and journalists are pivotal steps toward enhancing the quality of communication and a more effective crisis res-

ponse. Such measures would not only alleviate the burden on commanders but also improve the overall public perception and build trust in the firefighting system as an integral part of national safety and emergency response.

Keywords: *crisis communication, firefighters, journalists, public relations, crisis.*

UVOD

Kriza je, prema Zakonu o sustavu Domovinske sigurnosti (2017), definirana kao događaj ili stanje koje ugrožava nacionalnu sigurnost, zdravlje i živote građana, narušava okoliš ili uzrokuje gospodarsku štetu te zahtijeva koordiniranu akciju državnih tijela. Krizni menadžment obuhvaća proces predviđanja, identificiranja i upravljanja kriznim situacijama kroz planiranje i pripremu aktivnosti za sprječavanje ili smanjenje učinaka krize (Barton, 2001; Fearn-Banks, 2007).

Kvalitetna krizna komunikacija može značajno pomoći u smirivanju krize i postizanju pozitivnih ishoda, dok neučinkovita komunikacija može dodatno pogoršati situaciju (Novak, 2001; Tench i Yeomans, 2012). U hrvatskom vatrogasnom sustavu, izazov predstavlja nedostatak osoba specijaliziranih za odnose s javnošću, zbog čega komunikaciju često preuzimaju zapovjednici, koji su ujedno zaduženi za vođenje intervencija. To dodatno opterećuje zapovjednike, osobito tijekom ljetnih mjeseci, kada su požari raslinja učestali i privlače veliko medijsko zanimanje. Prema Procjeni rizika od katastrofa za Republiku Hrvatsku, požari otvorenog prostora predstavljaju neprihvatljiv rizik, posebno u dalmatinskim županijama između lipnja i listopada. Zbog velikog interesa medija, pravovremeno i učinkovito komuniciranje od presudne je važnosti (Zakon o sustavu Domovinske sigurnosti, 2017). Krizno komuniciranje uključuje ne samo vanjsku komunikaciju s medijima i javnošću već i internu komunikaciju unutar sustava vatrogastva, što predstavlja dodatan izazov s obzirom na ustroj vatrogasnih postrojbi i razine odgovornosti (Tench i Yeomans, 2009).

Prema modelu kriznog menadžmenta koji je razvila Federalna agencija za upravljanje u kriznim situacijama (FEMA), krizni menadžment sastoji se od četiri faze: ograničavanje, priprema, odgovor i oporavak (Kešetović i Toth, 2012). Sve faze su jednako važne i međusobno se nadopunjuju, a uspješno upravljanje krizama zahtijeva integrirani pristup i razvoj svih faza prije, tijekom i nakon krize. Tijekom kriznih situacija, ključnu ulogu uz operativne snage ima krizno komuniciranje, koje može biti razlika između

uspješnog i neuspješnog svladavanja krize. Pravovremena i jasna komunikacija može olakšati rad na terenu i pomoći u stvaranju pozitivnog dojma o odgovoru na krizu (Tench i Yeomans, 2009). Kako bi krizna komunikacija bila učinkovita, potrebno je uspostaviti proaktivan pristup, uključujući planove krizne komunikacije i smjernice za postupanje (Novak, 2000). Brzina reakcije i dostupnost informacija ključni su za uspješno komuniciranje tijekom krize. U kriznim situacijama, pogrešan pristup ili izostanak pravodobnih informacija može izazvati paniku, širenje glasina i gubitak povjerenja javnosti. Medijski izvještaji trebaju biti temeljeni na činjenicama, a ne na senzacionalizmu, kako bi doprinosili smirivanju krize umjesto pogoršavanju situacije (Mihalinčić, 2018).

Rad je proizašao iz istraživanja provedenog u sklopu diplomskog rada studentice Ivane Franić na Veleučilištu Velika Gorica 2024., pod mentorstvom Ante Sanadera, mr. sig. dipl. ing.

Stoga je cilj ovog istraživanja analizirati i procijeniti postojeću praksu krizne komunikacije unutar vatrogasnog sustava Republike Hrvatske, s posebnim naglaskom na komunikaciju između vatrogasnih postrojbi i medija tijekom kriznih situacija. Istraživanje teži identificiranju ključnih izazova i prepreka u učinkovitoj komunikaciji te pružanju preporuka za unapređenje komunikacijskih strategija, uključujući izradu planskih dokumenata i imenovanje odgovornih osoba za odnose s javnošću, kako bi se osigurao veći stupanj pripremljenosti i učinkovitosti vatrogasnog sustava.

MATERIJALI I METODE

Istraživanje je provedeno na uzorku od 218 vatrogasaca i 118 novinara iz cijele Republike Hrvatske. Među vatrogascima većinu čine muškarci, uglavnom u dobi od 35 do 45 godina, sa srednjom stručnom spremom kao najčešćom razinom obrazovanja. S druge strane, među novinarima prevladavaju žene, najčešće u dobi od 45 do 55 godina, s diplomskim studijem ili magisterijem kao najvišom razinom obrazovanja.

Za potrebe istraživanja izrađen je mjerni instrument kojeg čine dva anketna upitnika slične strukture. Upitnik za novinare sadrži 23 pitanja, dok upitnik za vatrogasce ima 25 pitanja. Mjerni instrument obuhvaća širok raspon dimenzija vezanih uz krizno komuniciranje u vatrogasnom sustavu. Iako oba upitnika sadrže gotovo ista pitanja, ona su prilagođena specifičnim ulogama novinara i vatrogasaca. Obuhvaćaju prikupljanje sociodemografskih podataka, procjenu znanja o vatrogasnom sustavu, kvalitetu suradnje i komunikacije između vatrogasaca i novinara te percepcije

ju kvalitete informacija u medijima. Također, oba upitnika uključuju pitanja o komunikaciji i protoku informacija tijekom kriznih situacija te otvoreno pitanje koje omogućava sudionicima da iznesu svoje mišljenje o kvaliteti komunikacije i medijskog izvještavanja. Odgovori na pitanja uključuju ljestvice slaganja, učestalosti i zadovoljstva, kao i da/ne/ne znam odgovore. Gotovo sva pitanja imaju predloženu gradaciju odgovora, a na posljednje pitanje ispitanici su mogli napisati vlastito mišljenje, što je omogućilo dodatni uvid u njihova iskustva i stavove.

Anketni upitnici kreirani su pomoću Google obrazaca, a prikupljanje podataka trajalo je od 1. lipnja do 20. lipnja 2024. godine i provodilo se online. Poveznice su bile distribuirane elektronskom poštom, putem komunikacijskih aplikacija (WhatsApp, Viber) i društvenih mreža (Facebook, Instagram). Ispitanici su također bili zamoljeni da poveznicu proslijede svojim kolegama u redakcijama ili vatrogasnim postrojbama, čime je omogućeno širenje uzorka metodom snježne grude. U uvodnom dijelu upitnika navedeno je da je ispitivanje anonimno i traje oko 10 minuta, a ispitanici su obaviješteni da nema točnih i netočnih odgovora te su potaknuti da odaberu odgovore koji najbolje odražavaju njihova stvarna mišljenja i iskustva.

Podatci prikupljeni putem upitnika obrađeni su uz pomoć alata dostupnih u Google obrascima, a rezultati su grafički prikazani radi lakšeg razumijevanja i interpretacije. U analizi su korištene i kvalitativne i kvantitativne metode obrade podataka. Kvalitativna metoda omogućila je dublje razumijevanje razlika u mišljenjima između vatrogasaca i novinara, dok se kvantitativna metoda koristila za opisivanje i tumačenje njihovih iskustava.

REZULTATI I RASPRAVA

Istraživanje je provedeno na uzorku od 336 ispitanika, uključujući 218 vatrogasaca i 118 novinara iz cijele Republike Hrvatske. Raznolikost uzorka omogućila je dobivanje uvida u percepcije obje skupine sudionika kriznog komuniciranja, što je od ključne važnosti za procjenu trenutne prakse i predlaganje preporuka za buduće poboljšanje. Rezultati istraživanja ukazuju na niz izazova i potrebu za unapređenjem krizne komunikacije, kako unutar vatrogasnog sustava tako i u odnosu na medije i javnost.

Opći podatci i demografski profil ispitanika

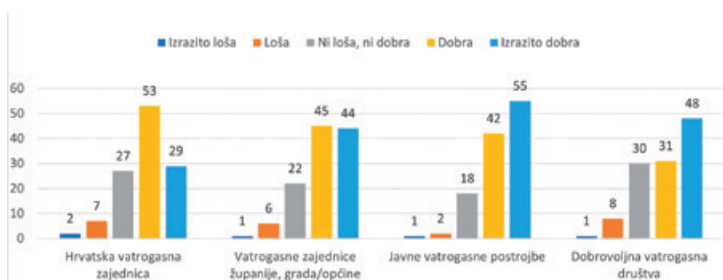
Među vatrogascima, najveći broj ispitanika bili su muškarci (88,1 %), najčešće u dobi od 35 do 45 godina, dok je među novinarima većina žena (61 %), s prevladavajućom dobnom skupinom od 45 do 55 godina. Ove demograf-

ske razlike ukazuju na različite perspektive i iskustva dviju profesija, što se pokazalo ključnim u analiziranju međusobne suradnje i percepcije krizne komunikacije. Najviši stupanj obrazovanja među vatrogascima većinom je srednja stručna sprema (52,3 %), dok su novinari većinom imali završen diplomski studij (70,3 %).

Znanje o vatrogasnom sustavu i međusobna suradnja

Jedan od ključnih aspekata istraživanja bio je procjena znanja novinara o vatrogasnom sustavu, kao i procjena suradnje između vatrogasaca i medija tijekom kriznih situacija. Rezultati su pokazali značajan raskorak u percepciji između vatrogasaca i novinara. Naime, 71,5 % vatrogasaca ocijenilo je znanje novinara o vatrogasnom sustavu kao „slabo“ ili „nedovoljno“, dok je većina novinara svoje znanje procijenila zadovoljavajućim ili vrlo dobrim. Ovi rezultati sugeriraju da postoji potreba za dodatnom edukacijom novinara o funkcioniranju vatrogasnog sustava, čime bi se omogućilo bolje i preciznije izvještavanje tijekom kriznih situacija (Tench i Yeomans, 2009).

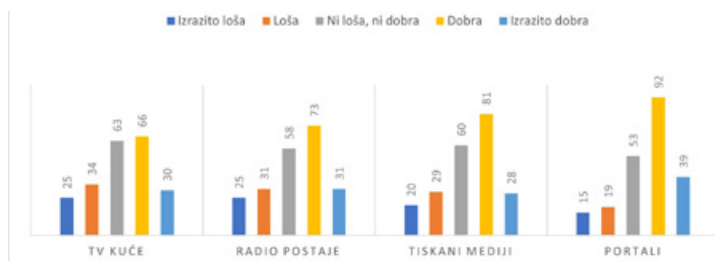
Ispitujući kvalitetu međusobne suradnje, novinari su u većini slučajeva izrazili zadovoljstvo suradnjom s pripadnicima javnih vatrogasnih postrojbi (JVP) i dobrovoljnih vatrogasnih društava (DVD). Više od 40 % novinara ocijenilo je suradnju s ovim organizacijama kao „izrazito dobru“, dok su vatrogasne zajednice županija, gradova i općina kao i HVZ također dobile visoke ocjene za suradnju (Slika 1).



Slika 1 - grafički prikaz odgovora novinara na pitanje koliko su zadovoljni kvalitetom svoje suradnje s vatrogascima (HVZ, VZŽ, VZG, VZO, JVP, DVD)

Nasuprot tome, vatrogasci su često ocijenili suradnju s televizijskim i radijskim novinarima kao „lošu“ ili „izrazito lošu“ (Slika 2). Ovi rezultati ukazuju na različite perspektive dviju profesija kada je riječ o suradnji, što može biti rezultat različitih interesa i prioriteta tijekom kriznih

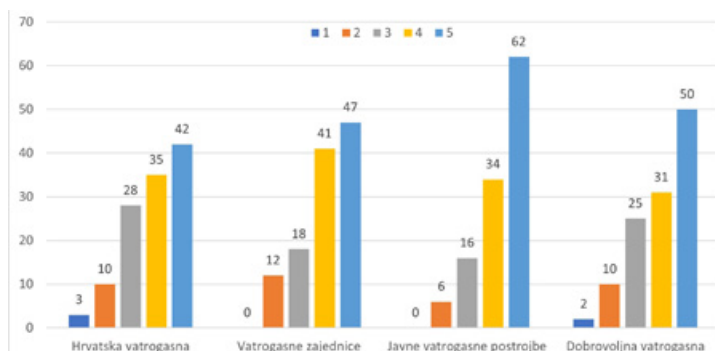
intervencija. Dok mediji nastoje brzo prenijeti informacije, vatrogasci naglašavaju operativnu sigurnost i preciznost informacija.



Slika 2 - grafički prikaz odgovora vatrogasaca o procjeni kvalitete svoje suradnje s medijima)

Kvaliteta informacija i senzacionalističko izvještavanje

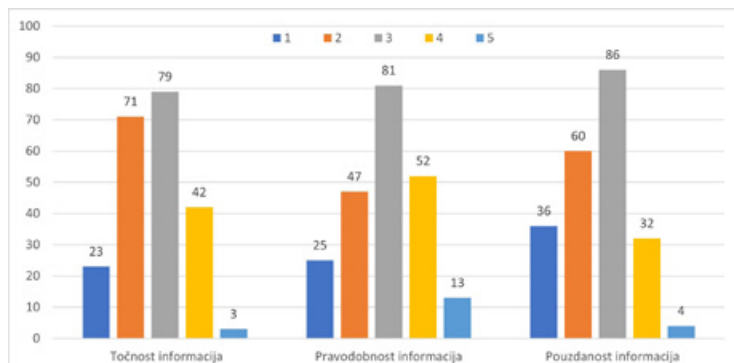
Novinari su ocjenjivali kvalitetu informacija (točnost, pravodobnost, pouzdanost) koje dobivaju od različitih dijelova vatrogasnog sustava tijekom nesreća i kriznih događaja, koristeći skalu od 1 do 5. Rezultati su pokazali da su javne vatrogasne postrojbe (JVP) ocijenjene najvišim ocjenama, posebno u kontekstu kvalitete pruženih informacija, pri čemu su većina ocjena bile petice. Osim javnih vatrogasnih postrojbu svi ostali su također najviše odgovora / ocijena dobili 5 potom 4, dok su ocjene 3, 2 i 1 podzastupljene. (Slika 3).



Slika 3 - grafički prikaz odgovora novinara na pitanje da ocijene kvalitetu informacija (točnost, pravodobnost, pouzdanost) koje dobivaju od vatrogasaca (HVZ, VZŽ, VZG, VZO; JVP, DVD) tijekom nesreća, izvanrednih događaja i kriznih situacija

Analizom kvalitete informacija koje novinari prenose tijekom kriznih situacija, vatrogasci su ocijenili točnost, pravodobnost i pouzdanost informacija niskim ocjenama. Samo troje vatrogasaca ocijenilo je točnost prenesenih informacija najvišom ocjenom, dok je najveći broj odabrao

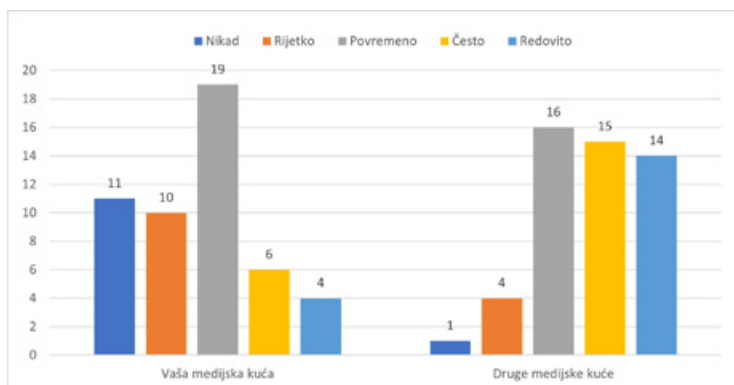
ocjene „slabo“ ili „nedovoljno“ (Slika 4). Slični su rezultati dobiveni i za pravodobnost te pouzdanost informacija.



Slika 4 - grafički prikaz odgovora vatrogasaca na pitanje da ocijene kvalitetu informacija koje predstavnici medija iznose tijekom nesreća, izvanrednih događaja i kriznih situacija

Ovi nalazi ukazuju na važnost osiguravanja kvalitetnih izvora informacija, ali i na potrebu za jasnijim protokolima za komunikaciju tijekom kriznih situacija, kako bi se smanjio rizik od netočnih ili nepotpunih izvještaja. Prema Mihalinčiću (2018), loša krizna komunikacija može dovesti do panike i širenja dezinformacija, što dodatno ističe potrebu za kvalitetnom obukom i suradnjom.

S druge strane, analiza senzacionalističkog izvještavanja pokazala je značajne razlike u percepciji između vatrogasaca i novinara. Samo 5 novinara smatra da njihova medijska kuća redovito pribjegava senzacionalističkom izvještavanju (Slika 5), dok 45 % vatrogasaca vjeruje da novinari često pretjeruju u svojim izvještajima o kriznim događajima.



Slika 5 - grafički prikaz odgovora novinara na pitanje da procijene koliko često hrvatski mediji pristupaju senzacionalističkom izvještavanju u kriznim situacijama (njihova medijska kuća i druge medijske kuće)

Ovaj raskorak može biti posljedica subjektivnog pogleda na objektivnost izvještavanja i ukazuje na potrebu za boljom koordinacijom i razumijevanjem između ovih dviju skupina kako bi se smanjio senzacionalizam i poboljšalo povjerenje u prenesene informacije (Tench i Yeomans, 2009).

Preventivne teme u medijima

Preventivne teme vezane za vatrogastvo, uključujući edukaciju i prikaz rada vatrogasaca, rijetko su zastupljene u medijima. Prema mišljenju 61,9 % novinara, preventivne teme nisu dovoljno obrađene u hrvatskim medijima. Slično, 49,1 % vatrogasaca smatra da su takve teme rijetko prisutne. S obzirom na važnost prevencije u smanjenju rizika od požara i drugih kriznih situacija, povećanje medijske pokrivenosti preventivnih aktivnosti moglo bi značajno doprinijeti povećanju svijesti građana o važnosti protupožarne zaštite. Hrvatska vatrogasna zajednica (HVZ) posljednjih godina radi na sustavnom podizanju svijesti putem video poruka i letaka, no medijska pokrivenost ovih aktivnosti još uvijek nije dostatna. Razlog manjka preventivnih tema u medijima uglavnom leži u programskoj politici medijskih kuća, koje često smatraju da pozitivne i edukativne teme ne privlače dovoljno veliku pažnju publike. Suprotno tome, vatrogasci su uvijek spremni sudjelovati u edukativnim aktivnostima. Hrvatska vatrogasna zajednica (HVZ) posljednjih godina radi na podizanju svijesti o zaštiti od požara putem video poruka na hrvatskom i engleskom jeziku te letaka za turiste na više jezika, pružajući savjete o preventivnom ponašanju i postupanju u slučaju požara.



Slika 6 - Plakat „Nemar je prva iskra“. Izvor: HVZ

<https://hvz.gov.hr/vijesti/promidzbene-kampanje-u-ljetnoj-sezoni/3871>

Pojedine vatrogasne postrojbe također aktivno informiraju građane putem letaka i plakata. Primjer takve inicijative je kampanja Vatrogasne postrojbe Grada Zagreba s porukom „Dovraga, zatvaraj vrata!“, koju su osmislili u suradnji s dizajnerskim studiom Bruketa & Žinić & Gray. Kampanja je nastojala osvijestiti građane o koracima koje treba poduzeti u slučaju požara u stambenim objektima, kako za evakuaciju tako i za situacije u kojima evakuacija nije moguća. Materijali su distribuirani putem letaka, društvenih mreža, medija i plakata velikog formata, čime se doprinosi većoj svijesti o preventivnim mjerama.

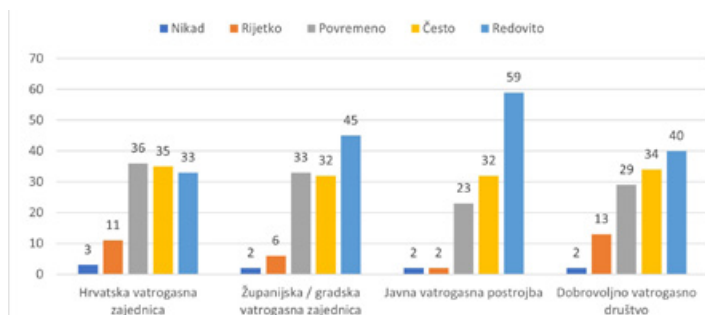


Slika 7. Edukativni strip „Dovraga zatvaraj vrata!“. Izvor: Vatrogasna postrojba Zagreb

<https://www.facebook.com/vatrogascizagreb/posts/10159773431889844/>

Komunikacija vatrogasaca i predstavnika medija

U cilju procjene komunikacije između vatrogasaca i medija tijekom kriznih situacija, postavljena su pitanja vezana uz dostupnost osoba odgovornih za odnose s javnošću. Vatrogasci su procijenili koliko često njihova organizacija stoji na raspolaganju medijima u kriznim situacijama: 42,7 % ispitanika smatra da su redovito dostupni, 23,4 % često, dok 11,9 % kaže da su rijetko na raspolaganju, a 4,1 % smatra da uopće nisu dostupni. S druge strane, novinari smatraju da su im najviše na raspolaganju pripadnici javnih vatrogasnih postrojbi (JVP).

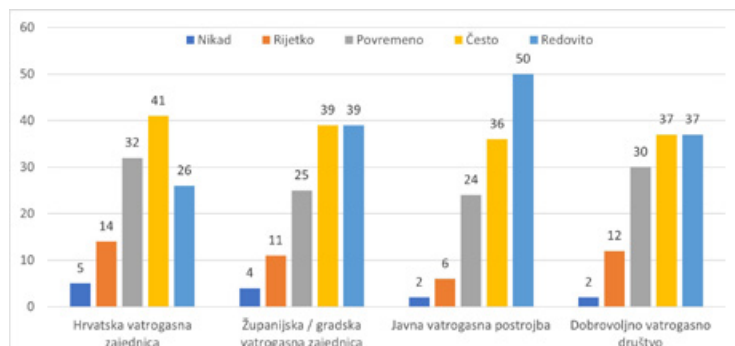


Slika 8 - grafički prikaz odgovora novinara na pitanje koliko su im na raspolaganju nadležne službe za dobivanje informacija nakon što se dogodi krizna situacija

Upitnik je uključivao i pitanje postoji li u vatrogasnim organizacijama određena osoba zadužena za odnose s javnošću. Prema odgovorima vatrogasaca, 51,4 % navodi da takva osoba ne postoji, dok 36,2 % navodi da postoji. Manji postotak ispitanika (6,9 %) nije bio siguran, a 5,5 % je izjavilo da komunikaciju obavljaju zapovjednici ili njihovi zamjenici. S druge strane, novinari su ocijenili da se u velikoj mjeri slažu s tvrdnjom da na razini vatrogasnih zajednica i postrojbi ne postoje osobe zadužene za komunikaciju (47,5 %), dok ih 28,8 % zauzima neutralan stav. Kada su upitani trebaju li vatrogasne organizacije imati osobe zadužene za odnose s javnošću, 81,4 % novinara i 66,5 % vatrogasaca složilo se da bi to bilo potrebno. Prema njihovim odgovorima, postojanje ovih osoba moglo bi značajno doprinijeti kvaliteti komunikacije s medijima, što je potvrdila gotovo polovina novinara.

Kvalitetna komunikacija u kriznim situacijama od ključne je važnosti, budući da način na koji se informacije plasiraju može utjecati na dojam o učinkovitosti organizacije te na smirivanje ili pojačavanje panike. Najviše novinara smatra da javne vatrogasne postrojbe redovito osiguravaju kvalitetne sugovornike u kriznim situacijama, dok su za

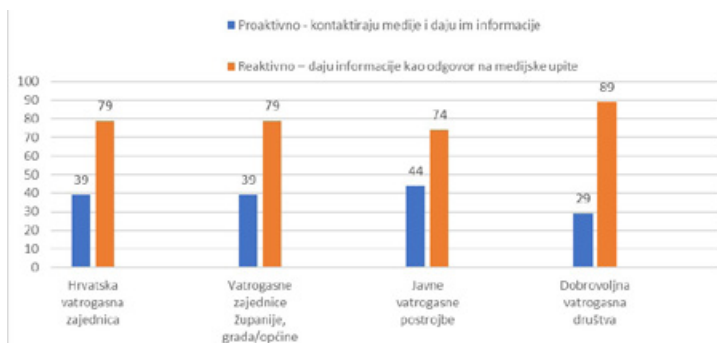
ostale nešto niže. Slični su rezultati dobiveni i među vatrogascima, gdje je gotovo trećina navela da redovito osiguravaju kvalitetne sugovornike, dok ih 8,7 % smatra da to nikada ne čine (Slika 9).



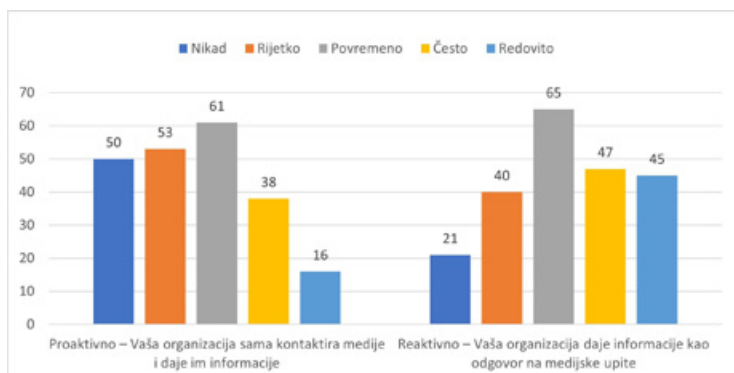
Slika 9 - grafički prikaz odgovora novinara na pitanje da procijene koliko često u kriznim situacijama mogu dobiti kvalitetne sugovornike iz nadležnih službi

Novinari su zamoljeni da procijene kako dobivaju informacije o kriznim situacijama i aktivnostima vatrogasaca. Najviše njih redovito kontaktira zapovjednike JVP-a i DVD-a putem mobitela, a gotovo polovina kontaktira i glavnog vatrogasnog zapovjednika.

Većina vatrogasaca (50,5 %) slaže se da im komunikacija s novinarima u kriznim situacijama predstavlja dodatno opterećenje. Ovo potvrđuje potrebu za osnaživanjem pozicije osoba zaduženih za odnose s javnošću, što bi omogućilo zapovjednicima da se fokusiraju na operativne aspekte intervencija. Priopćenja za medije u kriznim situacijama redovito šalje samo 14,7 % vatrogasnih organizacija, dok ih trećina to čini rijetko ili nikada. Prema novinarima, priopćenja su većinom „osrednje korisna“, a gotovo 18 % navodi da ih uopće ne dobivaju. Novinari (Slika 10) i vatrogasci (Slika 11) također smatraju da vatrogasne organizacije uglavnom djeluju reaktivno, odgovarajući na medijske upite, dok proaktivno djelovanje, poput samostalnog kontaktiranja medija, nije česta praksa.



Slika 10 - grafički prikaz odgovora novinara na pitanje djeluje li vatrogasni sustav u Hrvatskoj proaktivno ili reaktivno u komunikaciji s medijima



Slika 11 - grafički prikaz odgovora vatrogasaca na pitanje djeluje li njihova organizacija proaktivno ili reaktivno u komunikaciji s medijima

Potreba za kvalitetnom komunikacijskom strategijom jasno je izražena. Proaktivno djelovanje može pridonijeti stvaranju pozitivne slike u medijima i jačanju povjerenja, dok pisana priopćenja mogu pomoći medijima da pravodobno i točno informiraju javnost.

Većina novinara (89,8 %) smatra da kvalitetan protok informacija prema javnosti doprinosi uspješnijem upravljanju krizama, dok se s ovom tvrdnjom slaže nešto više od polovine vatrogasaca (56,9 %). Ovi rezultati pokazuju svjesnost i vatrogasaca i novinara o važnosti pravovremenog i preciznog informiranja za uspješno upravljanje kriznim situacijama.

Potreba za planskim dokumentima i edukacijom

Posljednji set pitanja bio je usmjeren na vatrogasce kako bi se ocijenila krizna komunikacija unutar sustava te utvrdilo postoje li planski dokumenti za kriznu komunikaciju i koliko su potrebni. Ocjenjujući kriznu komunikaciju po zapovjednoj liniji, samo 12,8 % ispitanika smatralo ju je izrazito dobrom, 37,6 % dobrom, dok 35,3 % smatra da je „ni dobra, ni loša“. Manji postotak ispitanika (8,7 %) ocijenio je komunikaciju lošom, a 5 % izrazito lošom. Rezultati istraživanja ukazuju na nedostatak planskih dokumenata za krizno komuniciranje unutar vatrogasnog sustava. Prema istraživanju, 54 % vatrogasaca izjavilo je da njihova organizacija nema planske dokumente za krizno komuniciranje. Takvi dokumenti, poput Plana krizne komunikacije, ključni su za osiguravanje dosljednog i učinkovitog protoka informacija tijekom kriznih situacija, kako unutar sustava vatrogastva tako i prema javnosti. Planski dokumenti također omogućuju bolje definiranje uloga i odgovornosti svih sudionika kriznog komuniciranja, čime se smanjuje mogućnost kaosa i nesporazuma tijekom kriznih situacija (Novak, 2000).

Edukacija je još jedan važan aspekt koji je istaknut u rezultatima istraživanja. Gotovo svi ispitanici slažu se da bi pripadnici vatrogasnog sustava trebali biti educirani za krizno komuniciranje kroz tečajeve, predavanja i medijski trening. Edukacija je ključna za osiguravanje da osobe zadužene za krizno komuniciranje posjeduju odgovarajuće vještine i znanja potrebna za prenošenje točnih i pravodobnih informacija tijekom kriznih situacija. Nadalje, edukacija novinara o specifičnostima vatrogasnih operacija mogla bi doprinijeti boljem razumijevanju i kvalitetnijem izvještavanju, što bi posljedično utjecalo na percepciju javnosti i povećanje povjerenja u vatrogasni sustav (Mihaelinčić, 2018).

ZAKLJUČAK

Rezultati ovog istraživanja istaknuli su nekoliko ključnih izazova u kriznoj komunikaciji unutar vatrogasnog sustava Republike Hrvatske, kao i potrebu za unapređenjem suradnje s medijima. Intervencije u kojima sudjeluju vatrogasci, posebice tijekom ljetnih požara u priobalju, predstavljaju ozbiljan izazov za cijeli sustav, uključujući sigurnost Hrvatske kao turističke destinacije. Efikasna krizna komunikacija u takvim situacijama igra presudnu ulogu u smirivanju krize, ali i u izgradnji povjerenja javnosti.

Analiza trenutne prakse pokazala je da formalna organizacija komunikacije unutar vatrogasnog sustava postoji jedino na razini Hrvatske vatrogasne zajednice (HVZ),

dok je na lokalnoj razini komunikacija prepuštena zapovjednicima ili predsjednicima postrojbi. Ova praksa stvara dodatni teret za zapovjednike koji istovremeno moraju rukovoditi intervencijama i komunicirati s medijima, što može utjecati na kvalitetu krizne reakcije i operativnu učinkovitost. Istraživanje je pokazalo da postoji široko prepoznata potreba za imenovanjem osoba zaduženih za odnose s javnošću, čime bi se omogućila bolja i učinkovitija komunikacija te smanjilo opterećenje zapovjednika.

Također je utvrđeno da postoji nedostatak planskih dokumenata za krizno komuniciranje u vatrogasnom sustavu, pri čemu je više od polovine vatrogasaca izjavilo da takvi dokumenti ne postoje u njihovim organizacijama. Planski dokumenti, poput Plana krizne komunikacije, ključni su za osiguravanje dosljednog protoka informacija, definiranje odgovornosti i uloga tijekom kriznih situacija te povećanje operativne spremnosti i učinkovitosti. Takvi dokumenti mogu poslužiti i kao osnova za obuku članova vatrogasnih postrojbi za krizno komuniciranje, što je također istaknuto kao ključna potreba u rezultatima istraživanja.

Pitanje senzacionalizma u medijskom izvještavanju o kriznim situacijama i vatrogasnim intervencijama također je istaknuto u istraživanju. Dok novinari rijetko smatraju da njihove medijske kuće pribjegavaju senzacionalizmu, vatrogasci često imaju suprotno mišljenje, što ukazuje na važnost edukacije s obje strane – kako bi vatrogasci razumjeli specifičnosti medijskog rada, a novinari specifičnosti vatrogasnih intervencija. Kroz bolje razumijevanje i suradnju moguće je smanjiti rizik od širenja dezinformacija i senzacionalističkog izvještavanja, što može imati negativne posljedice za krizno upravljanje.

Jedan od glavnih doprinosa ovog istraživanja je naglašavanje važnosti preventivnog djelovanja kroz medije. Vatrogasci i novinari slažu se da je preventivnim temama posvećeno premalo medijskog prostora, što predstavlja propust u pripremi zajednice za potencijalne krizne situacije. Sustavno informiranje građana o mjerama zaštite od požara i drugim preventivnim mjerama ključno je za smanjenje rizika i uspješnije upravljanje krizama kada one nastupe.

Ključne preporuke koje proizlaze iz ovog istraživanja uključuju:

1. Imenovanje osoba zaduženih za odnose s javnošću unutar vatrogasnih zajednica i postrojbi, što bi raste-

retilo zapovjednike i omogućilo dosljedniju i profesionalniju komunikaciju s medijima.

2. Izrada planskih dokumenata za krizno komuniciranje kako bi se osigurala dosljednost, pravodobnost i preciznost u prenošenju informacija tijekom kriznih situacija.
3. Edukacija vatrogasaca i novinara o specifičnostima krizne komunikacije, uključujući tečajeve, predavanja i medijski trening, čime bi se povećala kvaliteta komunikacije i smanjila mogućnost dezinformiranja javnosti.
4. Povećanje zastupljenosti preventivnih tema u medijima kako bi se građane educiralo o opasnostima i mjerama zaštite, čime se smanjuje mogućnost kriznih situacija te povećava spremnost zajednice za njih.

Kvalitetna krizna komunikacija može značajno pridonijeti smirivanju situacije i smanjenju panike tijekom kriznih događaja. Mediji, kao važan partner u kriznom komuniciranju, trebaju biti saveznici, a ne protivnici vatrogasnog sustava. Stoga je od presudne važnosti uspostaviti planski pristup kriznom komuniciranju i osigurati da su sve ključne informacije dostupne pravodobno i točno. Time će se osigurati ne samo bolja operativna učinkovitost, nego i veće povjerenje javnosti u vatrogasni sustav kao ključnog sudionika u očuvanju sigurnosti i zaštiti života i imovine.

LITERATURA:

1. Barton, L., 2001: *Crisis in organizations II* (2nd ed.). College Divisions South-Western. 280 p.
- Fearn-Banks, K., 2007: *Crisis communications: A casebook approach*. Lawrence Erlbaum Associates Inc., Mahwah, New Jersey. 320 p.
2. Jugo, D., 2012: *Strategije odnosa s javnošću*. Profil, Zagreb. 220 p.
3. Kešetović, Ž. i I. Toth, 2012: *Problemi kriznog menadžmenta*. Veleučilište Velika Gorica, Velika Gorica. 190 p.
4. Novak, B., 2001: *Krizno komuniciranje i upravljanje opasnostima*. Binoza Press, Zagreb. 150 p.
- Plenković, M., 2015: *Krizno komuniciranje*. Media, Culture and Public Relations, Vol 6, No 2, p. 113-118.
5. Smith, R. D., 2002: *Strategic Planning for Public Relations*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Mahwah, New Jersey. 350 p.
6. Tomić, Z., 2016: *Odnosi s javnošću: Teorija i praksa*. Synopsis, Zagreb. 420 p.
7. Toth, I., Čemerin, D. i Vitas, P., 2011: *Osnove zaštite i spašavanja od katastrofa*. Veleučilište Velika Gorica, Velika Gorica. 250 p.
8. Verčić, D., Zavrl, F., Rijavec, P., Tkalac Verčić, A. i Laco, K., 2004: *Odnosi s medijima*. Masmedia, Zagreb. 180 p.

9. Zakon o sustavu domovinske sigurnosti, 2017, 16. studenog: Narodne novine (NN 108/17). Dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2017_11_108_2489.html (pristupljeno 20. svibnja 2024.)

10. Zakon o vatrogastvu, 2020, 1. siječnja: Narodne novine (NN 125/19, 114/22, 155/23). Dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_12_125_2486.html (pristupljeno 20. svibnja 2024.)

11. Procjena rizika od katastrofa za Republiku Hrvatsku, 2024: Vlada Republike Hrvatske. Dostupno na: https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/Procjena%20rizika%20od%20katastrofa%20za%20Republiku%20Hrvatsku.pdf (pristupljeno 20. svibnja 2024.)

12. Požarna sezona, 2024: Hrvatska vatrogasna zajednica. Dostupno na: <https://hvz.gov.hr/pozarna-sezona/117> (pristupljeno 28. lipnja 2024.)

PRILOZI

Prilog 1. Anketni upitnik za novinare – Krizno komuniciranje u vatrogasnom sustavu u RH

Prilog 2. Anketni upitnik za vatrogasce – Krizno komuniciranje u vatrogasnom sustavu u RH

PRILOG 1

Anketni upitni za novinare – Krizno komuniciranje u vatrogasnom sustavu u RH

*Označava obavezno pitanje

1. Vaš spol *
 - ☐ Ženski
 - ☐ Muški
 - ☐ Ne želim se izjasniti

2. Koji je Vaš najviši stupanj obrazovanja? *
 - ☐ Završena osnovna škola
 - ☐ Završena srednja škola
 - ☐ Završen prijediplomski studij
 - ☐ Završen diplomski studij /magisterij
 - ☐ Završen poslijediplomski studij (npr. doktorat)

3. Vaša dob: *
 - ☐ 18-25
 - ☐ 25-35
 - ☐ 35-45
 - ☐ 45-55
 - ☐ 55-65
 - ☐ Više od 65

4. U kojem mediju radite? *

- ☐ Televizija
- ☐ Radio
- ☐ Tisak
- ☐ Portali
- ☐ Ostalo: _____

5. U kojoj je mjeri Vaše znanje o vatrogasnom sustavu dostatno za profesionalno praćenje djelovanja vatrogasaca u kriznim situacijama? *

- ☐ Nedovoljno
- ☐ Slabo
- ☐ Zadovoljavajuće
- ☐ Vrlo dobro
- ☐ Odlično

6. Koliko ste zadovoljni kvalitetom svoje suradnje s vatrogascima (HVZ, VZŽ, VZG, VZO, JVP, DVD)? *

Hrvatska vatrogasna zajednica

- ☐ Izrazito loša
- ☐ Loša
- ☐ Ni loša, ni dobra
- ☐ Dobra
- ☐ Izrazito dobra

Vatrogasne zajednice županije, grada / općine

- ☐ Izrazito loša
- ☐ Loša
- ☐ Ni loša, ni dobra
- ☐ Dobra
- ☐ Izrazito dobra

Javne vatrogasne postrojbe

- ☐ Izrazito loša
- ☐ Loša
- ☐ Ni loša, ni dobra
- ☐ Dobra
- ☐ Izrazito dobra

Dobrovoljna vatrogasna društva

- ☐ Izrazito loša
- ☐ Loša
- ☐ Ni loša, ni dobra
- ☐ Dobra
- ☐ Izrazito dobra

7. Ocijenite kvalitetu informacija (točnost, pravodobnost, pouzdanost) koje dobivate od vatrogasaca (HVZ, VZŽ, VZG, VZO, JVP, DVD) tijekom nesreća, izvanrednih događaja i kriznih situacija: *

Hrvatska vatrogasna zajednica

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Vatrogasne zajednice županije, grada / općine

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Javne vatrogasne postrojbe

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Dobrovoljna vatrogasna društva

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

8. Koliko često se u mediju u kojem radite obrađuju teme koje se mogu smatrati preventivnima u vatrogastvu (edukacija stanovništva, prenošenje poruka, prikazivanje rada i sl.)? *

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

9. Procijenite koliko često se u drugim medijima obrađuju teme koje se mogu smatrati preventivnima u vatrogastvu (edukacija stanovništva, prenošenje poruka, prikazivanje rada i sl.): *

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

10. Smatrate li da se u hrvatskim medijima dovoljno obrađuju teme koje se mogu smatrati preventivnim za vatrogastvo (edukacija stanovništva, prenošenje poruka, prikazivanje rada i sl.)? *

- ☐ Da
- ☐ Ne
- ☐ Ne znam
- ☐ Svejedno mi je

11. U kojoj mjeri medijska kuća u kojem radite obrađuje izvanredne i krizne događaje nakon što se oni dogode? *

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

12. Procijenite koliko često hrvatski mediji pristupaju senzacionalistički izvješćivanju u kriznim situacijama. *

Vaša medijska kuća

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

Druge medijske kuće

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

13. Na razini vatrogasnih zajednica gradova i županija i postrojbama (JVP, DVD) ne postoje osobe zadužene za komunikaciju s medijima (glasnogovornik, službenik za odnose s javnošću).

- ☐ Uopće se ne slažem
- ☐ Uglavnom se ne slažem
- ☐ Niti se slažem, niti ne slažem
- ☐ Uglavnom se slažem
- ☐ U potpunosti se slažem

14. Smatrate li da bi u vatrogasnim zajednicama gradova i županija i postrojbama (JVP, DVD) trebala postojati osoba određena za komunikaciju s medijima (glasnogovornik, službenik za odnose s javnošću)? *

- ☐ Da
- ☐ Ne
- ☐ Ne znam
- ☐ Ostalo: _____

15. Postojanje osoba zaduženih za komunikaciju s medijima (glasnogovornik, službenik za odnose s javnošću) na razini vatrogasnih zajednica i postrojbi pridonijelo bi boljoj komunikaciji s novinarima. *

- ☐ Uopće se ne slažem
- ☐ Uglavnom se ne slažem
- ☐ Niti se slažem, niti ne slažem
- ☐ Uglavnom se slažem
- ☐ U potpunosti se slažem

16. U kojoj su Vam mjeri na raspolaganju nadležne službe za dobivanje informacija nakon što se dogodi krizna situacija? *

Hrvatska vatrogasna zajednica

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

Županijska / gradska vatrogasna zajednica

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

Javna vatrogasna postrojba

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

Dobrovoljno vatrogasno društvo

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

17. Procijenite koliko često u kriznim situacijama možete dobiti kvalitetne sugovornike iz nadležnih službi. *

Hrvatska vatrogasna zajednica

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

Županijska / gradska vatrogasna zajednica

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

Javna vatrogasna postrojba

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

Dobrovoljno vatrogasno društvo

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

18. Koliko su Vam korisna priopćenja nadležnih vatrogasnih službi o kriznoj situaciji? *

- ☐ Nimalo
- ☐ Malo
- ☐ Osrednje
- ☐ Dovoljno
- ☐ Izvrsno
- ☐ Ne dobivam priopćenja vatrogasnih službi

19. Djeluje li vatrogasni sustav u Hrvatskoj proaktivno ili reaktivno u komunikaciji s medijima? *

Hrvatska vatrogasna zajednica

- ☐ Proaktivno – kontaktiraju medije i daju im informacije
- ☐ Reaktivno – daju informacije kao odgovor na medijske upite

Vatrogasne zajednice županije, grada / općine

- ☐ Proaktivno – kontaktiraju medije i daju im informacije
- ☐ Reaktivno – daju informacije kao odgovor na medijske upite

Javne vatrogasne postrojbe

- ☐ Proaktivno – kontaktiraju medije i daju im informacije
- ☐ Reaktivno – daju informacije kao odgovor na medijske upite

Dobrovoljna vatrogasna društva

- ☐ Proaktivno – kontaktiraju medije i daju im informacije
- ☐ Reaktivno – daju informacije kao odgovor na medijske upite

20. Pri upravljanju krizama protok informacija prema zainteresiranoj javnosti pridonosi uspješnijem upravljanju krizama. *

- ☐ Uopće se ne slažem
- ☐ Uglavnom se ne slažem
- ☐ Niti se slažem, niti ne slažem
- ☐ Uglavnom se slažem
- ☐ U potpunosti se slažem

21. Pripadnici vatrogasnog sustava trebali bi biti educirani za krizno komuniciranje (sudjelovanje na tečajevima, predavanjima, medijski trening...)? *

- ☐ Uopće se ne slažem
- ☐ Uglavnom se ne slažem
- ☐ Niti se slažem, niti ne slažem
- ☐ Uglavnom se slažem
- ☐ U potpunosti se slažem
- ☐ Ostalo: _____

22. Navedite što je po Vašem mišljenju najvažnije za kvalitetno medijsko izvješćivanje o kriznim situacijama vezanima za vatrogastvo i protupožarnu zaštitu.

PRILOG 2.

Anketni upitni za vatrogasce – Krizno komuniciranje u vatrogasnom sustavu u RH

*Označava obavezno pitanje

1. Vaš spol *

- ☐ Ženski
- ☐ Muški
- ☐ Ne želim se izjasniti

2. Koji je Vaš najviši stupanj obrazovanja? *

- ☐ Završena osnovna škola
- ☐ Završena srednja škola
- ☐ Završen prijediplomski studij
- ☐ Završen diplomski studij /magisterij
- ☐ Završen poslijediplomski studij (npr. doktorat)

3. Vaša dob: *

- ☐ 18-25
- ☐ 25-35
- ☐ 35-45
- ☐ 45-55
- ☐ 55-65
- ☐ Više od 65

4. Organizacija iz koje dolazite: *
- ☐ Hrvatska vatrogasna zajednica
 - ☐ Vatrogasna zajednica županije, grada/općine
 - ☐ Javna vatrogasna postrojba
 - ☐ Dobrovoljno vatrogasno društvo
 - ☐ Vatrogasna postrojba u gospodarstvu
 - ☐ Intervencijske vatrogasne postrojbe Hrvatske vatrogasne zajednice

5. Posao koji obavljate *

- ☐ Zapovjedna dužnost
- ☐ Vatrogasac / član postrojbe

6. Procijenite kvalitetu svoje suradnje s medijima: *

TV kuće

- ☐ Izrazito loša
- ☐ Loša
- ☐ Ni loša, ni dobra
- ☐ Dobra
- ☐ Izrazito dobra

Radio postaje

- ☐ Izrazito loša
- ☐ Loša
- ☐ Ni loša, ni dobra
- ☐ Dobra
- ☐ Izrazito dobra

Tiskani mediji

- ☐ Izrazito loša
- ☐ Loša
- ☐ Ni loša, ni dobra
- ☐ Dobra
- ☐ Izrazito dobra

Portali

- ☐ Izrazito loša
- ☐ Loša
- ☐ Ni loša, ni dobra
- ☐ Dobra
- ☐ Izrazito dobra

7. Procijenite u kojoj je mjeri znanje novinara o vatrogasnom sustavu dostatno za profesionalno praćenje djelovanja vatrogasaca u kriznim situacijama. *

- ☐ Nedovoljno
- ☐ Malo
- ☐ Zadovoljavajuće
- ☐ Vrlo dobro
- ☐ Odlično

8. Ocijenite kvalitetu informacija koje predstavnici medija iznose tijekom nesreća, izvanrednih događaja i kriznih situacija: *

Točnost informacija

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Pravodobnost informacija

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Pouzdanost informacija

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

9. Procijenite koliko često se u medijima obrađuju teme koje se mogu smatrati preventivnima u vatrogastvu (edukacija stanovništva, prenošenje poruka, prikazivanje rada i sl.): *

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

10. Procijenite u kojoj mjeri medijske kuće obrađuju izvanredne i krizne događaje nakon što se oni dogode. *

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

11. Procijenite koliko često hrvatski mediji tijekom izvješćivanja u kriznim situacijama preuveličavaju, pretjeruju, iskrivljuju činjenice, odnosno pristupaju temi senzacionalistički. *

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

12. Procijenite koliko često je Vaša organizacija na raspolaganju medijima kada se dogodi konkretna krizna situacija. *

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

13. Postoji li u Vašoj organizaciji osoba određena za komunikaciju s medijima (glasnogovornik, službenik za odnose s javnošću i sl.)? *

- ☐ Da
- ☐ Ne
- ☐ Ne znam
- ☐ Ostalo: _____

14. Smatrate li da bi u Vašoj organizaciji trebala postojati osoba određena za komunikaciju s medijima? *

- ☐ Da
- ☐ Ne
- ☐ Ne znam
- ☐ Ostalo: _____

15. Koliko često u kriznim situacijama medijima osiguravate kvalitetne sugovornike? *

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

16. U kriznim situacijama komunikacija s medijima predstavlja dodatno opterećenje za vatrogasce i zapovjednike na terenu. *

- ☐ Uopće se ne slažem
- ☐ Uglavnom se ne slažem
- ☐ Niti se slažem, niti ne slažem
- ☐ Uglavnom se slažem
- ☐ U potpunosti se slažem

17. Procijenite koliko često Vaša organizacija šalje priopćenja za medije o kriznim situacijama? *

- ☐ Nikad
- ☐ Rijetko
- ☐ Povremeno
- ☐ Često
- ☐ Redovito

18. Djeluje li Vaša organizacija proaktivno ili reaktivno u komunikaciji s medijima? *

- ☐ Proaktivno – Vaša organizacija sama kontaktira medije i daje im informacije
- ☐ Reaktivno – Vaša organizacija daje informacije kao odgovor na medijske upite

19. Kako ocjenjujete kriznu komunikaciju u sustavu vatrogastva po zapovjednoj liniji? *

- ☐ Izrazito loša
- ☐ Loša
- ☐ Ni loša, ni dobra
- ☐ Dobra
- ☐ Izrazito dobra
- ☐ Ostalo: _____

20. Pri upravljanju krizama protok informacija prema zainteresiranoj javnosti pridonosi uspješnijem upravljanju krizama. *

- ☐ Uopće se ne slažem
- ☐ Uglavnom se ne slažem
- ☐ Niti se slažem, niti ne slažem
- ☐ Uglavnom se slažem
- ☐ U potpunosti se slažem

21. Ima li Vaša organizacija planske dokumente vezane za krizno komuniciranje (unutar sustava i prema javnosti, npr. Plan kriznog komuniciranja)? *

- ☐ Da
- ☐ Ne
- ☐ Ne znam
- ☐ Ostalo: _____

22. Potrebno je donošenje planskih dokumenata vezanih za krizno komuniciranje. *

- ☐ Uopće se ne slažem
- ☐ Uglavnom se ne slažem
- ☐ Niti se slažem, niti ne slažem
- ☐ Uglavnom se slažem
- ☐ U potpunosti se slažem
- ☐ Ostalo: _____

23. Pripadnici vatrogasnog sustava trebali bi biti educirani za krizno komuniciranje (sudjelovanjem na tečajevima, predavanjima, medijskom treningu...)? *

- ☐ Uopće se ne slažem
- ☐ Uglavnom se ne slažem
- ☐ Niti se slažem, niti ne slažem
- ☐ Uglavnom se slažem
- ☐ U potpunosti se slažem
- ☐ Ostalo: _____

24. Navedite što je po Vašem mišljenju najvažnije za kvalitetnu kriznu komunikaciju unutar sustava vatrogastva i prema javnosti:
