

Upravljanje kriznom komunikacijom nakon potresa u Gradu Zagrebu

Vincek, Antonija

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:909769>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Završni rad

Upravljanje kriznom komunikacijom nakon potresa u Gradu Zagrebu

Antonija Vincek

Koprivnica, 2021.



Poslovanje i menadžment

Završni rad

Upravljanje kriznom komunikacijom nakon potresa u Gradu Zagrebu

Studentica

Antonija Vincek

Mentor

Doc.dr.sc. Ana Globočnik Žunac

Koprivnica, 2021.

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za ekonomiju		
STUDIJ	preddiplomski stručni studij Poslovanje i menadžment u medijima		
PRISTUPNIK	Antonija Vincek	MATIČNI BROJ	2614/336
DATUM	12.07.2021.	KOLEGIJ	Poslovno komuniciranje
NASLOV RADA	Upravljanje kriznom komunikacijom nakon potresa u Gradu Zagrebu		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Crisis communication management after the earthquake in the City of Zagreb		

MENTOR	dr.sc. Ana Globočnik Žunac	ZVANJE	docent
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. izv.prof.dr. Ljerka Luić, predsjednik		
	2. doc.dr.sc. Mirko Smoljić, član		
	3. doc.dr.sc. Ana Globočnik Žunac, član mentor		
	4. doc.dr.sc. Ivana Martinčević, zamjenski član		
	5. _____		

Zadatak završnog rada

BROJ	270/PIM/2021
OPIS	

Cilj završnog rada je opisati problem krizne komunikacije i prikazati opisane elemente iz teorije na primjeru krizne situacije i povezanog komuniciranja s interesnim skupinama nakon potresa u Gradu Zagrebu 2020. godine. U okviru zadaća koje je potrebno ispuniti za postizanje ovog cilja, studentica mora:

- istražiti teoriju i prikazati pojam krize i krizne situacije te važnosti popratne krizne komunikacije;
- posebno utvrditi važnost komunikacije s medijima i objasniti pojam i moguće utjecaje dezinformacije, pojma do kojeg često dolazi ukoliko se kriznom komunikacijom ne upravlja pravilno;
- prikazati teorijske postavke navedene u prvom dijelu rada na primjeri krizne situacije u upravi Grada Zagreba uslijed potresa u proljeće 2020.godine i
- temeljem diskurzivne analize provesti istraživanje medijskih objava i napisa o i u vezi s opisanim problemom krize.

ZADATAK URUČEN	29. 2021.	POTPIS MENTORA	
----------------	-----------	----------------	--



Sažetak

Potres u ožujku 2020.godine koji je pogodio Grad Zagreb doveo je Grad u kriznu situaciju u kojoj je od izuzetne važnosti bilo provođenje krizne komunikacije prema poznatim smjernicama i svako odstupanje je moglo dovesti do velikih problema odnosno produbljivanja krize. Glavni cilj ovog rada jest definirati kriznu komunikaciju, odgovoriti na problemska pitanja i potvrditi ili opovrgnuti postavljene hipoteze koje kažu da je u Zagrebu krizno komuniciranje odrađeno u skladu s teorijskim postavkama, informacije o utvrđivanju i eliminaciji štete nastale potresom dostavljene su pravovremeno, a kontrola nad širenjem dezinformacija uvedena je pravovremeno i jasno. Metode koje su korištene za istraživanje u radu su analiza sadržaja medija, napisa i objava. Dobiveni rezultati nisu potvrdili hipoteze i utvrđeno je da je Grad Zagreb kriznu komunikaciju prepustio Vladi Republike Hrvatske, da dobivene informacije možda i jesu pravovremeno postavljene na službene stranice, ali nisu pravovremeno stigle do ljudi, a kontrola širenja dezinformacija nije uvedena pravovremeno i dovoljno jasno.

Ključne riječi: krizna komunikacija, dezinformacija, potres

Summary

The earthquake in March 2020 that hit the City of Zagreb put the City in a crisis situation in which it was of utmost importance to conduct crisis communication according to known guidelines and any deviation could have led to major problems or deepening of the crisis. The main goal of this paper is to define crisis communication, answer problem questions and confirm or refute the hypotheses that say that crisis communication was done in Zagreb in accordance with theoretical settings, information on the determination and elimination of damage caused by the earthquake was provided in a timely manner, and control over the spread of disinformation was introduced in a timely and clear manner. The methods used for research in the paper are analysis of media content, articles and publications. The obtained results did not confirm the hypotheses and it was found that the City of Zagreb left the crisis communication to the Government of the Republic of Croatia, that the information obtained may have been placed on the official website in a timely manner, but did not reach people in a timely manner, and the control of the spread of disinformation was not introduced in a timely and sufficiently clear manner.

Keywords: crisis communication, disinformation, earthquake

Popis korištenih kratica

i sur. - i suradnici

i sl. - i slično

MSC ljestvica – Meralli – Cancani - Sieberg ljestvica

UNICEF – United Nations International Children's Emergency Fund

RH – Republika Hrvatska

tzv. - takozvani

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Krizno komuniciranje.....	3
2.1. Krizne situacije.....	9
2.2. Komunikacija s medijima.....	11
2.3. Utjecaj dezinformacije na ishod komunikacijskog procesa.....	13
2.4. Važnost izgradnje povjerenja s ciljnim publikama u vrijeme kriznog komuniciranja	15
3. Istraživanje krizne komunikacije na primjeru potresa u Gradu Zagrebu u ožujku	
2020.godine	18
3.1. Opis problema.....	18
3.2. Cilj istraživanja.....	19
3.3. Istraživačke hipoteze	19
3.4. Opis istraživačkih metoda	19
3.5. Analiza rezultata	20
4. Zaključak.....	32
5. Literatura	34

1. Uvod

Kriza je svaka nepogoda koja zahvaća neko područje, bilo manje (tvornica) ili veće (grad, država). Ona može biti namjerno izazvana (rat, ekonomska kriza) ili elementarna nepogoda na koju se ne može utjecati (potresi, poplave, snježne oluje). Komunikacija je međusobni odnos između sugovornika. Što bi značilo da se krizna komunikacija bavi se međusobnim odnosima između sugovornika u nepogodnim situacijama gdje su posredno ili neposredno ugroženi ljudski životi. Sastoji od više stavki komunikacije od kojih su najpoznatiji interna (unutarnja) komunikacija (događa se između predstavnika kriznog stožera) i eksterna (vanjska) komunikacija (komunikacija s javnosti).

Krizna komunikacija koja se događala nakon samog potresa bila je najprije interna, odnosno između predstavnika Vlade Republike Hrvatske, gradonačelnika Grada Zagreba, kriznog stožera Grada Zagreba i predsjednika Republike Hrvatske. Nakon interne komunikacije uslijedila je eksterna komunikacija, odnosno komunikacija s medijima, a kasnije i sama komunikacija s građanima pogođenima potresom.

Cilj ovog rada je saznati što je to krizna komunikacija, kada se primjenjuje, koji su načini komuniciranja u kriznim situacijama, zašto je važno znati dobro komunicirati u kriznim vremenima te kako je Grad Zagreb odradio kriznu komunikaciju odnosno jesu li ključne informacije dostavljene pravovremeno i jesu li uveli kontrolu nad širenjem dezinformacija. Glavni cilj istraživanja jest potvrditi ili opovrgnuti postavljene hipoteze.

Istraživanje je provedeno analizom sadržaja medija, napisa i objava. Kanali koji su analizirani su web portali vijesti (Index.hr, 24sata.hr, dnevnik.hr, jutarnji.hr, večernji.hr), službena web stranica Grada Zagreba, službene stranice Grada Zagreba na društvenim mrežama (Instagram i Facebook).

Rad je podijeljen u pet cjelina od kojih je prva uvodni dio koji nastoji ukratko opisati predmet i cilj istraživanja ovog rada, te se nastoji čitatelju ukratko opisati i približiti cjelokupni rad.

Druga cjelina bavi se kriznom komunikacijom. Daje odgovore na pitanja kako i zašto dolazi do krize, što su to krizne situacije koja je svrha krizne komunikacije te zašto i kako dolazi do dezinformacija i mogu li se one spriječiti govori se u potpoglavljima ove cjeline.

Treći dio je studija slučaja krizne komunikacije Grada Zagreba nakon potresa u ožujku 2020.godine. U studiji su opisani ciljevi istraživanja, istraživačke hipoteze, metode istraživanja te na kraju analiza rezultata.

Peta cjelina je zaključak rada u kojemu je ukratko izneseno vlastito mišljenje o cjelokupnom radu na temelju dobivenih rezultata.

2. Krizno komuniciranje

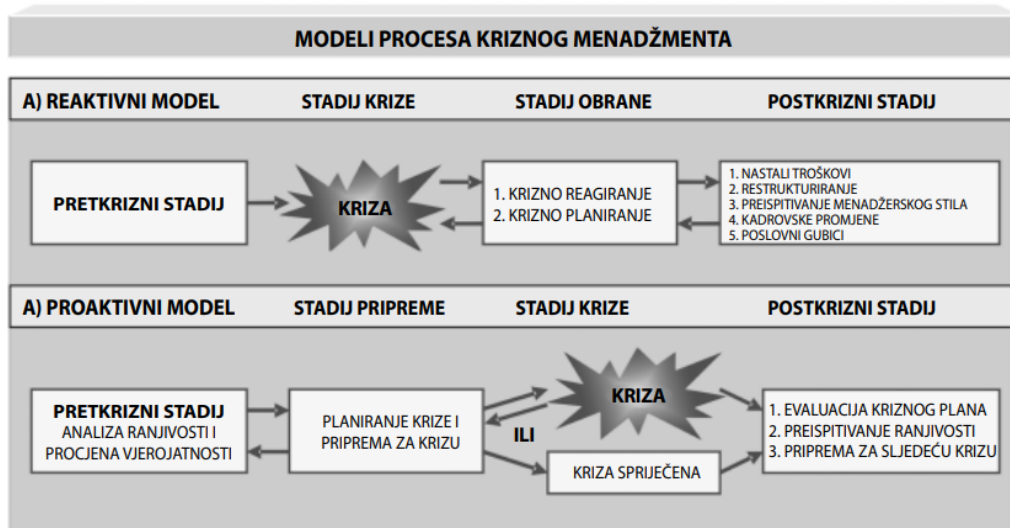
Sam pojam krize nastao je relativno kasno u povijesti kada su ljudi počeli shvaćati da odnos prirode i društva zahtjeva red i zakonitost (kozmos), a ne kaos. Zato je kriza bila shvaćana kao rezultat božje volje ili više sile, a u slučajevima krize aktivnosti bi se svodile na magijske rituale ili vjerske obrede. Razvojem znanosti javljaju se i prvi opisi, kvalifikacije, razmišljanja i objašnjenja krize (Kešetović, Toth, 2012).

Kriza dolazi od grčke riječi *krisis*, a znači izbor, odluka, opasnost, preokret, razlučivanje, odlučivanje te obilježava neku prekretnicu, situaciju, kritični trenutak (Ivanović, 2014:10). krizu se opisuje kao stanje u kojemu se očekuje ili razrješenje ili katastrofa, što bi u ekonomskom smislu označavalo nestašicu, odnosno povećanje nezaposlenosti i siromaštva (Ivanović, 2014:11). Najčešće se koristi za opisivanje osobne situacije, ali mnogo češće se koristi za opisivanje negativnih situacija u kojima se nalazi društvo u cjelini (Kešetović et.al, 2012).

Krize dolaze iznenada i neočekivano, ali svaka se organizacija, privatna ili javna, može i mora pripremiti za krizu. Brojne metode poput definiranja kriznoga centra, krizne revizije, pripremanje priručnika o krizi, vježbanje kriznih situacija i sl. pomoći će organizaciji da bolje upravlja krizom. Iako za krizu kažemo da je primarno opasnost, te i slične metode, kao što je priprema za krizu, mogu biti izazov i mogući novi početak. Organizacije se moraju pripremati za krizu, što znači da trebaju biti proaktivne, a nikako ne smiju čekati krizu i biti reaktivne. Što je više vremena potrebno da se efektivno reagira, veća je potencijalna šteta. To je osobito važno u današnjem svijetu instant-komunikacija, gdje loša vijest uvijek ima prednost i bolje prodaje novine (Tomić, Milas, 2006). U reaktivnom se modelu odluke i planovi donose tek kada se kriza dogodi što znači da menadžeri moraju procijeniti i odlučiti što je isplativije, investirati u planiranje za slučaj krize ili sanirati gubitke nakon krize. Pretkrizni stadij dovodi do krize nakon koje se događa krizno reagiranje i krizno planiranje koje uvodi organizaciju u postkrizni stadij u kojemu se zbrajaju nastali troškovi i poslovni gubitci, događaju se restrukturacije, preispituje se menadžerski stil i mjenjaju se kadrovi. Suprotno reaktivnom, proaktivnim načinom upravljanja brine se o budućnosti organizacije. Što znači da se planovi za slučaj krize razvijaju ranije i da te organizacije spremnije dočekuju krizne situacije. Pretkrizni stadij proaktivnog načina analizira ranjivost i procjenjuje vjerojatnost, nakon čega se u stadiju pripreme planira i priprema za krizu. Do krize može ili ne mora doći (kriza je

spriječena), a u postkriznom stadiju obrađuje se evaluacija kriznog plana, preispituje se ranjivost i priprema se za sljedeću krizu. (Kešetović et.al, 2012)

Slika 1. Modeli procesa kriznog menadžmenta



Izvor: Spillian, J.E., 2003

Pripreme za krizu vrlo su bitne jer daju ljudima sigurnost ukoliko dođe do krize. Ljudi će znati reagirati u slučaju opasnosti, a budući da se danas sve prenosi uživo vodeće osobe u odjelu za krizne situacije neće biti smatrane odgovornima jer njihov posao jest koordinirati ljudskim životima u kriznim situacijama.

Kriza se događa kada se bitne vrijednosti ili sustavi koji podržavaju život neke zajednice nađu pod prijetnjom ili ugrozom. Ovisno o stupnju ugroženih vrijednosti života kriza je dublja, te iako ne podrazumijeva štetu ili žrtve, strah se širi među stanovništvom (javnosti) (Ivanović, 2014). Kod ljudi se izaziva neugodan osjećaj jer mogu završiti gubitkom ljudskih života, materijalnom štetom, ili čak i jednim i drugim (Tafra-Vlahović, 2011). Zato je bitno djecu educirati još od vrtićke dobi da se krize događaju svakodnevno, te da se mora ostati smiren u tim situacijama kako se ne bi dogodila još veća nezgoda koja se uglavnom događa uslijed panike.

Kriza je previše kompleksan pojam da bi se mogao lako definirati (Kešetović, Toth, 2012). Stoga postoji više definicija krize prema različitim autorima koje će u nastavku biti navedene. Definicija krize prema Bartonu (1993) kaže da je kriza: „... situacija s kojom su suočeni pojedinac, grupa ili organizacija, s kojim se ne mogu nositi upotrebljavajući normalne

rutinske procedure i u kojima se stres proizvodi naglim promjenama" (Tafra-Vlahović, 2011:14). Pavelin (2016:228) navodi definiciju Božidara Novaka: „Krizu je ozbiljan incident (nepredviđeni događaj) koji uzrokuje realnu, zamišljenu ili potencijalnu ugroženost ljudskog života, zdravlja ili sigurnosti, opasna je za okolinu, financijsko stanje ili za dobar glas organizacije u kojem se uobičajeno odražava neprijateljski stav medija”.

Tafra-Vlahović (2011) krizu definira kao veliki događaj koji može imati negativan ishod, djelovati na organizaciju, tvrtku, industriju ali i na javnost, proizvode, usluge ili reputaciju.

Steven Fink (Jugo, 2017:21) krizu definira kao: „Događaj koji vodi rastu rizika, koji može potpasti pod snažno medijsko zanimanje ili nadzor vlasti, koji ugrožava normalno poslovanje organizacije, ugrožava njezin trenutačni imidž i oštećuje njezinu financijsku stabilnost”.

Zajedničko svim ovim definicijama jest to da je kriza nešto loše što se može dogoditi, bilo za pojedinca ili organizaciju, a šteta se može mjeriti novčano, u ljudskim životima ili u oštećenju kakvoće zraka što također utječe na ljudski život.

Neke od uobičajenih greški pri rješavanju operativnih kriza (Pavelin, 2016) su: oklijevanje (javnost tumači kao zbunjenost, bezdušnost, nesposobnost ili nepripremljenost subjekta pogođenog krizom), zamućivanje (nedostatak poštenja i osjetljivosti), odmazda (instrument kojim se pojačava napetost i podaruju emocije umjesto da ih se ublaži), okolišanja ili vrdanje (generira se najveći problem jer istina je nezamjenjiva), propovijedanje (ovim se uzrokuje ranjivost jer se bahatim pristupom ne bavimo stvarnim aktualnim problemom), konfrontacija (njom se omogućuje vidljivost krize drugima, održava krizu na životu te joj daje platformu i materijal za daljnje reakcije), parničenje (jamči se još veća vidljivost subjekta pogođenog krizom pa se mogu eliminirati razumnija rješenja).

Pavelin (2016) piše kako postoje opasnosti koje dopiru iz prirodnog okruženja ili su razlogom ljudskih faktora. Tako se prirodne nesreće mogu se pojaviti u obliku poplave, orkana ili potresa. Također postoje i krize koje su izravno povezane s javnošću, a u njih spadaju piromanija, povreda, pravna tužba i smrt, te okolišne krize poput puknuća cijevi, pozitivnih nalaza o toksičnim materijalima u zraku ili građevnim materijalima te kemijskim lučenjima koji se danas često događaju.

Tri točke uspješnog upravljanja krizom su (Azinović, 2016):

1. Anticipativno upravljanje krizom koje uključuje rano upozorenje, analizu potencijala, upravljanje rizicima i politiku fleksibilnosti
2. Identifikacija krize odgovara na pitanja – Je li kriza nastupila, kako prepoznati krizu i koje je snage
3. Reaktivno upravljanje krizom odnosi se na osiguranje temeljnih varijabli nakon pojave krize, a obilježavaju ga jasni ciljevi kao što su ostvarenje dobiti i korištenje instrumenata identifikacije krize

U sva tri slučaja kriznog komuniciranja bitan je i krizni kontroling koji kod anticipativnog upravljanja osigurava korištenje instrumenata preventivnog i proaktivnog djelovanja, zatim pri identifikaciji krize pruža se podrška u korištenju instrumenata identifikacije krize, i nadalje, reaktivno upravljanje je odgovorno za transparentnost situacije, strategijske i operativne posljedice te alternativne prijedloge nastavka poslovanja (Azinović, 2016).

Krize mogu biti namjerno i nenamjerno izazvane. U namjerno izazvane krize spadaju terorizam, sabotaza, neprijateljska preuzimanja, neetično vodstvo, loši međuljudski odnosi, nasilje, te loše upravljanje rizicima. U nenamjerno izazvane krize spadaju prirodne katastrofe, epidemije, greške na proizvodima i padovi u gospodarstvu te nepredvidive tehničke okolnosti (Jugo, 2017).

Krizno komuniciranje važan je dio kriznog menadžmenta, a sastoji se od upravljanja krizom i upravljanjem komunikacijama koji se međusobno nadopunjavaju, ali i otežavaju ukoliko se komunikacije ne provodi na pravi način. Nekoliko je grupa problema u procesu kriznog komuniciranja. Prva skupina problema odnosi se na prikupljanje, selekciju, obradu i protok informacija gdje previše stručnjaka može dovesti do zaustavljanja protoka informacija tzv. „sindrom vratara“. Zato se informacije moraju pravilno procijeniti, te se moraju znati izabrati informacije i razvrstati se prema važnosti. Druga skupina problema su otvorenost, legitimnost i vjerodostojnost (Kešetović, Toth, 2012).

Krizno komuniciranje je znanstvena disciplina koja je nastala kao rezultat svih mogućih kriznih poruka i komunikoloških zakonitosti, a posebno onih koje se bave ponašanjem čovjeka u opasnostima ili krizama. Također je i komunikativan proces prikupljanja tajnih podataka pomoću kojih se prikupljaju razni strateški planovi za potrebe državnog, političkog, vojnog, medijskog, i ostalog kriznog komuniciranja (Plenković, 2015). Predstavlja područje odnosa s javnošću koje predviđa moguća krizna događanja, pripremu za njih i rješavanje kriza te komuniciranje sa zainteresiranim stranama kao i postkrizno ocjenjivanje poduzetih mjera.

Dio je procesa upravljanja krizama, a može biti vizualna, pisana i verbalna interakcija prije, za vrijeme i nakon kriznog događaja (Avakumović et.al, 2010). Ono se odnosi na potrebu za prikupljanjem i slanjem informacija tijekom krize kako bi se popunile praznine koje je kriza izazvala te kako bi se kriznom stožeru omogućilo razumijevanje onoga što se događa, odnosno kako bi im se olakšalo odlučivanje o akcijama koje bi trebalo poduzeti. Kao strategija se odnosi na korištenje poruka kako bi se popravili odnosi sa zainteresiranim sudionicima krizne situacije. Stoga krizni stožer mora oblikovati odgovore nakon krize (Kešetović, Toth, 2012).

Postoje tri faze kriznog komuniciranja, a to su (Azinović, 2016):

- Predkrizna faza predstavlja prevenciju rizika koji dovode do krize, a uključuje izradu plana kriznog menadžmenta, odabir i obuku tima za krizni menadžment te provođenje vježbi radi testiranja kriznog plana. Tim za krizni menadžment trebao bi uključivati stručnjake za pravo, operativu, sigurnost, financije, ljudske resurse i odnose s javnošću te bi jednom godišnje trebali vježbati donošenje odluka u kriznoj situaciji.
- Faza odgovora na krizu u kojoj je bitno djelovati brzo, točno i konzistentno. Brzina djelovanja je važna zbog toga što javnost želi znati što se dogodilo, posebice ako postoji opasnost po javnu sigurnost ili zdravlje ljudi.
- Postkrizna faza je popravljavanje reputacije koju je kriza ugrozila. Iako sve krize ne zahjevaju popravljavanje reputacije, bitno je informiranje i pokazivanje zabrinutosti. Nakon svega organizacija se vraća uobičajenom poslovanju, dok se krizni menadžment mora evaluirati, odnosno dati odgovore na pitanja što funkcionira, a gdje je potrebno poboljšanje. Također bi trebali pronalaziti načine prevencije, pripreme i odgovore na krizu.

Krizno komuniciranje jest događaj koji nosi potencijal štete i katastrofalnih učinaka što može pridonijeti negativnoj percepciji u javnosti. Zato je bitno da se o mogućim kriznim situacijama promišlja unaprijed, odnosno prije nastale štete (Jugo, 2017). Stoga je bitna komunikacija kriznog stožera s javnosti, a pitanja koja se protežu su: Što treba biti predmet komunikacije; Kojim ciljnim skupinama je komunikacija usmjerena; i Tko je zadužen za komunikaciju (Kešetović et.al, 2012).

Krizno komuniciranje sastoji se od četiri faze, a to su prevencija, pripremljenost, odgovor i učenje. Svi ti stadiji služe kao okvir za usavršavanje kriznog komuniciranja (Kešetović et.al, 2012).

U kriznim situacijama izuzetno je složen i zahtjevan komunikacijski krizni proces „razuvjeravanje javnosti“ koji predstavlja komunikativno složeniji proces od samog komunikacijskog procesa „uvjeravanja javnosti“. S toga je poželjno da procjena bude brza, točna i analitički dobra (Plenković, 2015).

Da bi krizno komuniciranje bilo efektivno javnost bi trebala biti prihvaćena kao partner, trebale bi se upoznati potrebe javnosti i masovnih medija, te bi se informacije trebale priopćavati jasno, jednostavno, pravodobno i vjerodostojno (Kešetović, Toth, 2012).

Neki od osnovnih principa kriznog komuniciranja su (Azinović, 2016):

- Preuzimanje kontrole i komunikacije – izbjegavati šutnju i frazu „bez komentara“
- Jasno prezentiranje informacija
- Samouvjereno nastupanje pred medijima
- Upoznavanje svih glasnogovornika o najažurnijim informacijama
- Upoznavanje svih zaposlenika o krizi i kriznom djelovanju
- Pokazivanje zabrinutosti zbog nastalog problema
- Pružanje podrške žrtvama krize

Važno pitanje u doba krize je kako i koliko često komunicirati u situacijama koje zahtijevaju hitnu intervenciju, posebice u situacijama u kojima krizni tim nema dovoljno informacija za podijeliti s javnošću. Zato je važno oprezno komunicirati jer nisu sve krize jednake, a ukoliko je komunikacija loša problem bi se mogao pretvoriti u incident. Sukladno tomu cilj komuniciranja je umiriti javnost, spriječiti paniku, poboljšati raspoloženje te osigurati pozitivnu i mirnu reakciju (Tafra – Vlahović, 2011).

Upravljanje kriznom komunikacijom u kriznim situacijama je komunikološko-psihodinamički model prenošenja poruka građanima i institucijama o mogućim i nastalim kriznim opasnostima (požari, potresi, ekološke katastrofe, ratna događanja, izbjeglice i ostala krizna stanja) koja dolaze iznenada, nenajavljeno, podmuklo i s mogućim katastrofalnim posljedicama što građane čini nesigurnima te destabiliziraju institucije, države i čitavo okruženje koje je zahvaćeno kriznim događajem (Plenković, 2015).

Krizno komuniciranje važan je dio kriznog upravljanja. Oni su paralelni procesi koji se međusobno nadopunjavaju, ali i otežavaju djelovanje ukoliko se komuniciranje ne vodi na pravi način. Za krizno komuniciranje upotrebljavaju dva značenja: (1) krizna komunikacija

kao informacija i (2) krizna komunikacija kao strategija (Kešetović et.al, 2012). Komunikacija kao informacija odnosi se na potrebu prikupljanja i širenja informacija tijekom određene krize tako da se informacije prikupljaju u svrhu ispunjavanja informacijske praznine. Drugo, komunikacije kao strategija služi kao uporaba poruka u svrhu popravljivanja odnosa između suprotstavljenih strana, odnosno što jedna strana radi nakon krize utječe na njezin odnos s drugom stranom (Tomić, Sapunar, 2006).

Točno i kontinuirano informiranje javnosti u kriznim situacijama bitno je za psiho-fizičko zdravlje ljudi kako bi bili u tijeku sa događajima, ali bitno je da se ne šire dezinformacije kako ne bi došlo do panike među ionako rastresenim ljudima.

Kešetović et.al (112:2012) piše kako su ovo najvažnija pravila kriznog komuniciranja: (1) javnost treba biti prihvaćena kao partner, (2) treba upoznati potrebe javnosti i različitih medija, i (3) treba jasno, jednostavno, pravodobno i vjerodostojno priopćavati informacije.

Na umu treba imati i to da javnost traži odgovore na pitanja: (1) Što se dogodilo?, (2) Što se poduzima? i (3) Što se planira poduzeti? (Klepić et.al, 2020).

Četiri su bitna elementa kriznog komuniciranja, a to su: (1) uspostavljanje empatije, (2) stručnost komunikacije prilikom priopćenja informacije, (3) iskrenost i otvorenost u davanju informacija i (4) posvećenost i dostupnost komunikatora (Kešetović, Toth, 2012).

Krizno komuniciranje treba biti dvosmjerno, što znači da je bitno ljudima dati priliku za postavljanje pitanja, ali isto tako dati i jasne i prilagođene odgovore na postavljena pitanja (Klepić et.al, 2020). Ukoliko komunikacija nije jasna može doći do komunikacijskog nesporazuma što također može biti uzrokom krize, ali se može pojačati i sam intenzitet krize i njezino trajanje. Zato je bitno tko govori i komu, kako je poruka formulirana, kakva je komunikacijska situacija u kojoj se proces odvija, te se pri samoj komunikaciji treba paziti i na kulturološke razlike (Kešetović, Toth, 2012)

2.1. Krizne situacije

Krizna situacija definira se kao događaj koji prijeti ili se pojavio, koji ugrožava život ili zdravlje ljudi te dobra i okoliš (Molak, 1994). To je opasni događaj koji od odgovornih institucija i osoba zahtjeva hitno donošenje odluka čiji je cilj zaustavljanje ili umanjivanje gubitka ljudskih života i materijalnih resursa o čemu ovisi funkcioniranje države i društva. Za svaku kriznu situaciju moguće je predvidjeti kako će se razvijati, ali ne i kako će se završiti (Kešetović, Toth, 2012). Krizna situacija remeti normalno funkcioniranje sustava, mijenja

prioritete društva i nameće obvezu privremenog suspendiranja nekih uobičajenih funkcija (Buzov, 1983). Ima objektivnu i subjektivnu dimenziju. Objektivna dimenzija određuje tijek krize, dok subjektivna dimenzija određuje kako taj proces percipira zajednica pogođena krizom (Ivanović, 2014).

Za svaku vrstu krizne situacije postoje mjere koje se trebaju primjenjivati u svim fazama upravljanja i djelovanja u važnim situacijama. Neki od segmenata razrade su sljedeći (Molak, 1994):

1. Analizirati opasnosti
2. Uspostaviti ovlasti
3. Definirati organizaciju svih sudionika u zaštiti i spašavanju
4. Razraditi sustav komuniciranja
5. Uspostaviti sve resurse za djelovanje
6. Napraviti ukupan plan za djelovanje u slučaju kriznih stanja

Nabrojani segmenti razrade za krizne situacije moraju se napraviti prije, u slučaju moguće krize, jer ako dođe do krize teško se koordinirati u kratkom vremenu.

U Republici Hrvatskoj krizna stanja sistematizirana su na tri stupnja (Molak, 1994):

1. Krizna stanja izazvana ratom
2. Krizna stanja izazvana djelovanjem prirode (poplave, oluje, snijeg, led, potresi, klizanje tla, suša i visoke temperature, poljski i šumski požari)
3. Krizna stanja izazvana tehnologijom – djelovanjem čovjeka (nekontrolirano oslobađanje opasnih tvari, požari i eksplozije, radioaktivnost, prekid opskrbe vodom, hranom, energijom, unutrašnje smetnje – terorizam, lomovi brana i nasipa – poplave)

Budući da je Hrvatska u posljednjih 30 godina prošla sva tri stupnja kriznih stanja, može se slobodno reći kako je relativno uspješna i pripremljena za ovakve neočekivane događaje.

Upravljanje i djelovanje u kriznim situacijama podrazumijeva one vrste krize koje mogu masovno ugroziti stanovnike, dobra i okoliš. Zato je potreban veliki broj ljudi koji će biti angažirani za učinkovito djelovanje u slučaju nesreće. Upravljanje krizama sastoji se od četiri faze, a to su ublažavanje, pripravnost, djelovanje i oporavak. Svaka faza preklapa se sa aktivnostima u slijedećoj fazi te joj postavlja zahtjeve. Pripravnost prelazi u djelovanje kada se dogodi katastrofa, djelovanje u oporavak u različito vrijeme, ovisno o šteti i

rasprostranjenosti, zatim slijedi ublažavanje i sprječavanje ili smanjenje nastanka slijedeće nesreće (Molak, 1994).

Kriza ima i svoju socijalnu situaciju sa svojim obilježjima, a to su: zajednica proživljava krizni šok, dolazi se u stanje kolektivnog stresa, razvija se masovni osjećaj ugroženosti i opasnosti stoga se socijalna organizacija ne percipira kao sposobna za ispunjavanje ciljeva i zadovoljavanje potreba. Kod nekih socijalnih indikatora može se odrediti i trajanje krizne situacije što je uvjet za proučavanje društva prije, za vrijeme i nakon krize. Ukoliko dođe do suspenzije ili prekida djelovanja, odnosno funkcioniranja svih ili glavnih segmenata nastaje krizna socijalna situacija koja se mijenja ovisno o broju suspendiranih segmenata. Što je broj suspendiranih segmenata veći i stanje duže time je krizna situacija teža i duža. U društvu djeluje pet funkcionalnih segmenata, a to su (Buzov, 1983):

1. Segment proizvodnje – raspodjele – razmjene – potrošnje
2. Segment socijalne participacije
3. Segment socijalne kontrole
4. Segment socijalizacije (osim institucija obrazovanja ovdje spadaju i mediji masovnog informiranja)
5. Segment „međusobne podrške“ (solidarnost, socijalna zaštita i politika)

2.2. Komunikacija s medijima

Osnovna funkcija medija je informirati građane. U Hrvatskoj medijski sustav definiraju zakoni o medijima, pravu na pristup informacijama, elektroničkim medijima i telekomunikacijama (Čerkez, 2009). Za medije krizna situacija predstavlja događaj koji je prijetnja za veliki broj ljudi i njihovu imovinu, a izvještavanje podrazumijeva zaštitu javnog interesa i pravo da medijski sadržaj bude na prihvatljiv način točno, pravovremeno i objektivno informiran. Stoga krizne situacije predstavljaju ispit objektivnosti i novinarske etike zbog interesa javnosti, posebice u situacijama gdje su ugroženi životi i imovina ljudi (Barović, 2011).

Fox (2001) kaže kako je učinkovita javna komunikacija imperativ svake krizne situacije, jer uz sve popratne pojave nesreća, nepogoda i kriza dolazi do obmane i dezinformacije što u javnost unosi nepotreban strah i dodatan oprez. Zato je bitna dobra javna komunikacija koja se izražava kroz slijedeća načela:

- Dostupnost pojedinca/grupa/organizacija

- Brz prijenos informacija
- Fleksibilnost
- Inicijativa
- Holistički pristup
- Brza akcija
- Redovita priopćenja za tisak
- Dosljednost

Informacija mora biti brza, točna i konkretna, bez popratnih i nebitnih informacija. Mora se zadržati sigurnost informacija, a komunikacija mora biti glasna i jasna, te treba dati odgovor na pitanja što se dogodilo, što se poduzima i što će se poduzeti. Ukoliko se želi postići empatija pogođenih strana, istinu treba reći ljudima na prihvatljiv način (Bulajić, 2010).

Novinari su osobe koje prenose informacije, a njihova dužnost je doći do istinite informacije, profesionalno i stručno je urediti, te je pravovremeno urediti (Čerkez, 2009). Svaka kriva informacija, odnosno dezinformacija skupo se plaća, gubitkom pratitelja, a ukoliko konkurenti prije dođu do informacija gubi se na vjerodostojnosti informacije. Također u podjeli informacija treba biti nepristran, što znači da treba iznijeti samo točne informacije, a ne svoje mišljenje i osobne stavove, kao što su tko je kriv za određenu situaciju.

Uspješna komunikacija s medijima u kriznim situacijama temelji se na modelu 5C koji je zasnovan na iskustvu stručnih osoba koje se bave kriznim situacijama. Ta načela su: zabrinutost (concern), jasnoća (clearness), kontrola (control), samopouzdanje (self-confidence) i stručnost (competence) (Jugo, 2017). Mediji i stručne osobe koje ne poštuju načela 5C gube povjerenje javnosti, koje je nakon toga teško vratiti.

Način na koji mediji izvještavaju o određenoj krizi može bit pozitivan ili negativan za organizaciju koja je pogođena krizom jer mediji samo traže informacije koje njihovi konkurenti nemaju. Budući da u kriznom procesu novinari postaju sudionici cijelog tog događaja, dodatno se počinje vršiti pritisak kako bi se što prije otkrio krivac. Zato se u kriznom komuniciranju s medijima treba pripremiti jer treba znati što i na koji način odgovoriti na jedna od glavnih pitanja koja uvijek zanimaju medije, a to su (Tafra-Vlahović, 2011):

- Što se dogodilo?
- Ima li mrtvih ili ranjenih?

- Kolika je šteta?
- Ima li straha od budućih žrtava ili štete?
- Zašto je do toga došlo?
- Tko je odgovoran?
- Što se čini u pogledu toga?
- Kad će to završiti?
- Je li se to prije događalo?
- Je li bilo nekih znakova koji su upućivali na problem?

Komunikacija putem medija mora sadržavati: (1) racionalnost, (2) pouzdane informacije i argumente, i (3) provjerljivost i sposobnost sporazumijevanja (Meyer, 2002).

Mediji tijekom krize mogu komunicirati proaktivno i reaktivno. Proaktivna komunikacija odgovara na pitanja: što se dogodilo, ima li smrtnih slučajeva, koji je opseg nastale štete, postoji li opasnost od budućih ozljeda ili štete, zašto se to dogodilo, tko je odgovoran za situaciju, jesu li se slične situacije događale i ranije, je li bilo znakova upozorenja da bi se moglo nešto dogoditi. Reaktivna komunikacija je nepoželjna i zato je predloženo da se izbjegava kako oštećenici ne bi bili nepripremljeni za medije (Jugo, 2017).

Komunikacija putem medija mijenjala se kroz stoljeća. Iako se i danas koriste, novine, radio i televiziju zamijenio je internet koji nudi sve od navedenog, a informacije se brže i jednostavnije pronalaze i dijele među njegovim korisnicima posebice među korisnicima društvenih mreža kao što su Facebook i Twitter. Budući da se većinom danas koristi mobilni internet informacije su dostupne svakodnevno, svima i svugdje.

Kako je zaključio jedan znanstvenik „ove tehnologije će učiniti da kanali, kao i sadržaji što ih oni nose, postanu diferencijalno dostupni javnosti" (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008).

2.3. Utjecaj dezinformacije na ishod komunikacijskog procesa

Definirajući dezinformaciju Popovac (2020) kaže: „Dezinformacija je svjesno kreirana (izmišljena) laž, suprotnost istini." S tom rečenicom želi reći kako je dezinformacija zapravo maligni oblik masovnog komuniciranja i zlouporabe medija kako bi se potaknula panika među javnosti. Dezinformatori pokušavaju time izazvati strah, osjećaj nemoći i mržnju kod ljudi, ali i postići nepovjerenje u institucije, medije i znanost.

Tradicionalna komunikacija odvijala se po sistemu da su pošiljalatelj, sadržaj i komunikacijski kanal bili izvjesni, a adresat i učinak poruke neizvjesni. Kod dezinformacije, pošiljalatelj može biti, ali i ne mora biti stvaran, što znači da može biti i stroj (Popovac, 2020).

Internet je unaprijedio komunikaciju, a s druge strane učinio ju je težom i rizičnijom (Kešetović et.al, 2012). Tako društvene mreže omogućuju brz i lagan protok informacija kojima se ne može odrediti vjerodostojnost pošiljalatelja i njegove ciljeve, te na taj način dolazi do zlorabe njihove funkcije (Krpan Mofardin, 2018).

Sivirić (2020) piše kako postoje dvije glavne motivacije za širenjem lažnih vijesti. Prva od njih jest profit odnosno novčana korist koja se dobiva prema broju „klikova“ na društvenim mrežama, a sami klikovi privlače oglašivače. Druga motivacija jest ideologija koja se kao sustav ideja i pojmova izražava u različitim oblicima društvene svijesti o moralu, politici, znanosti, religiji i umjetnosti.

Neki od motiva za širenjem lažnih vijesti također mogu biti satira, humor i zabava, ali i sadržaj koji se dogodio, a izvor manipulira lažnim kontekstom i subjektivnim pristupom. Zato je širenje lažnih vijesti ozbiljan problem koji pogađa društvo na globalnoj razini te utječe na društveni, ekonomski, politički, lokalni, nacionalni i međunarodni razvoj (Sivirić, 2020).

Smanjenje utjecaja dezinformacije složena je zadaća zbog pretpostavke da ljudi imaju krivu percepciju zbog manjka znanja. Sprječavanjem manipulacija i negativnih posljedica koje prenesena informacija može izazvati bitno je medijski se opismeniti (Sivirić, 2020). Zato, da bi se prenijelo znanje, treba razumjeti kako ljudi obrađuju informacije, kako mijenjaju stečeno znanje, te kako njihov svjetonazor utječe na njihovu spremnost da razmišljaju razumno (Cook, Lewandowsky, 2011).

UNICEF je dezinformacije podijelio u tri kategorije (Popovac, 2020):

1. Manjak informacije – informacija je neistinita, ali nije kreirana u svrhu dezinformiranja
2. Dezinformacije su namjerno stvorene informacije čija je zadaća izazvati štetne posljedice osobi, grupi, organizaciji, društvu i državi
3. Zlonamjerne informacije se temelje na stvarnosti, a izazivaju štetne posljedice osobi, društvenoj grupi, organizaciji i državi.

Europska komisija smatra kako se dezinformacije moraju sagledati u širem kontekstu jer ekonomska nesigurnost, ekstremizam i kulturne promjene stvaraju plodno tlo za dezinformacije kojima se potiče napetost i nepovjerenje u društvu (Popovac, 2020).

Temeljna načela i ciljevi koji bi trebali rješavati problem dezinformacije jesu (Popovac, 2020):

- Poboljšanje transparentnosti – podrijetlo informacija i način na koji se proizvode i šire kako bi se građanima omogućila procjena sadržaja i otkrivanje mogućih pokušaja manipulacije
- Promicanje raznolikosti informacija – omogućavanje građanima donošenje informiranih odluka na temelju kritičkog razmišljanja
- Poticanje vjerodostojnosti informacija – pružanje dokaza o pouzdanosti, naročito uz pomoć označavanja i poboljšanja sljedivosti informacija
- Podizanje svijesti, jačanje medijske pismenosti, široka uključenost dionika i suradnja javnih tijela, internetskih platformi, oglašivača, novinara i medijskih grupacija

2018. godine Europska Unija provela je istraživanje nad 32.600 ispitanika iz 28 zemalja uključujući i Republiku Hrvatsku sa 1.011 anketiranih. Prema nacionalnom izvješću javnog mnijenja u Europskoj Uniji, 80% ispitanika iz Hrvatske smatra kako postojanje vijesti ili informacija koje pogrešno prikazuju stvarnost ili su lažne predstavljaju problem u Republici Hrvatskoj. (ec.europa.eu) Godinu kasnije, u ožujku 2019., IPSOS plus proveo je anketiranje u suradnji s Agencijom za elektroničke medije i UNICEF-om na uzorku od 1000 ispitanika starijih od 15 godina. 42% građana navelo je prepoznavanje lažnih vijesti i dezinformacija te provjeravanje izvora informacija kako jedan od aspekata medijske pismenosti u Hrvatskoj (Dokler, 2019).

Kako do sada niti jedna država članica Europske Unije nije razvila učinkovit sustav po pitanju dezinformacija, smatra se kako svaka za sebe (uključujući i Hrvatsku), ali i zajedničkim radom trebaju provesti zajednički plan o tome dijelu širenja informacija (Popovac, 2020).

2.4. Važnost izgradnje povjerenja s ciljnim publikama u vrijeme kriznog komuniciranja

Povjerenje je složen društveni fenomen koji oblikuje sve aspekte društvenog života, doprinosi stabilnosti društvenih odnosa, promovira suradnju i omogućuje integraciju društva. Navodi ljude da aktivno sudjeluju u svojoj zajednici, da sudjeluju u aktivnostima od

zajedničkog interesa te da se moralno ponašaju i uzajamno uvažavaju (Matić, 2000). Kao znanstvena disciplina proučava se u sklopu psihologije, sociologije, filozofije i ekonomije, posebice u smjeru menadžmenta, a prema jednoj od najčešće korištenih definicija označava „spremnost jedne strane da se eksponira aktivnostima druge strane temeljem očekivanja određenih aktivnosti koje su relevantne onom koji ukazuje povjerenje bez obzira da li postoji mogućnost monotoringa i/ili kontrole od strane onoga tko ukazuje povjerenje" (Brčić et.al, 2013).

Ljudi svoje povjerenje temelje na osobnom doživljaju, a važan je dio društvene interakcije. Sastoji se od dvije komponente, a to su istaknute vrijednosti i vrijednosne sličnosti. Istaknute vrijednosti su osobni stav o važnim ciljevima i procesima u nekoj situaciji, te je bitno osobno razumijevanje neke određene situacije kako bi se mogao razumijeti problem s kojim se netko suočava (Kešetović, Toth, 2012).

Povjerenje je bitna stavka svih ljudskih odnosa jer uspostavljanjem povjerenja stvara se ravnoteža između otvorenosti i diskrecije. Zato se povjerenjem zadovoljavaju potrebe suradnika za informacijama, a pojedince se dovodi u ranjiv položaj. Također treba oprezno rukovati informacijama iako nisu strogo povjerljive jer bi mogle dovesti do neugodne situacije (Fox, 2001). Uključivanje javnosti u donošenje odluka stvara neki vid komunikacije i izgradnje povjerenja, posebice u javnom sektoru gdje institucije imaju obvezu i zadaću umanjiti utjecaj rizika (Kešetović, Toth, 2012). Stoga povjerenje nije svojstvo pojedinca već cijele skupine ljudi, odnosno socijalne strukture, jer je kao javno dobro neophodno za održavanje predvidivih, stabilnih društvenih odnosa i suradnje među članovima zajednice (Matić, 2000). Ono nikada nije potpuno već se očekuje održavanje i potvrđivanje, a bitno je kada su zadaće prevelike ili previše složene da bi ih pojedinac mogao sam riješiti. Također se odnosi na očekivane, buduće radnje neke treće strane ili na pouzdanost informacija na kojima su osnovane sadašnje radnje, a bitno je u slučajevima neznanja ili neizvjesnosti od nepoznatih djelovanja neke druge strane. Povjerenje je izuzetno bitno u javnom sektoru zbog obveza i zadaće kojima se pokušavaju umanjiti utjecaji raznih rizika te da se ti isti rizici mogu kontrolirati i regulirati (Kešetović, Toth, 2012).

Ključni čimbenici povjerenja koji su dosljedna primjena određenih pravila komunikacije i ponašanja su (Fox, 2001):

- Komunikacija – sve suradnike, članove radne grupe, kao i podređene valja neprekidno informirati o strategijama i odlukama

- Potpora – vođa mora suradnicima i podređenima stalno biti na raspolaganju, te im pomagati, savjetovati ih i voditi
- Poštovanje – najočitiiji oblik ukazivanja poštovanja suradnicima je delegiranje ovlasti, nakon čega slijedi slušanje prijedloga i ideja
- Poštenje – pohvaliti one koji to zaslužuju, te voditi računa o tome da sve ocjene kvalitete i učinaka budu objektivne i nepristrane
- Predvidivost – biti dosljedan i predvidiv, te treba održavati eksplicitna i implicitna obećanja
- Kompetentnost – povećavati svoju vjerodostojnost stalnom demonstracijom poslovnosti, stručnog znanja i profesionalnosti

O prihvaćanju informacija ovisi i izvor koji tu informaciju prenosi. Znanstveni eksperti, pojedini akteri iz industrijskog sektora i političari nisu uvijek izvor pouzdanosti. Ukoliko se prekrši neki čimbenik gubi se na povjerenju koje se ionako teško stječe. Ako je informacija netočna ili varljiva dolazi do nepovjerenja koje može paralizirati svaku buduću akciju. Stoga je bitno pridržavati se pravila kako ne bi došlo do nepovjerenja koje bi se lako moglo prenijeti i na buduće slučajeve. Ono također ne smije biti propisano niti zahtjevano, već dobrovoljno ovisi od osobe do osobe (Kešetović, Toth, 2012).

3. Istraživanje krizne komunikacije na primjeru potresa u Gradu Zagrebu u ožujku 2020.godine

Potresi su prirodni rizici, odnosno elementarne nepogode koji se ne mogu predvidjeti, a mogu se dogoditi u bilo kojem trenutku. Nastaju velikom brzinom, događaju se u bilo koje doba dana i dolaze bez upozorenja. Stoga je provođenje mjera zaštite i pripremljenosti građanstva od iznimne važnosti (www.zagreb.hr).

Grad Zagreb nalazi se na seizmički aktivnom području omeđenom s više seizmičkih epicentralnih područja gdje se intenziteti potresa kreću u intervalima od 7.0° do 7.5° na jugozapadnom dijelu grada, i 8.5° do 10° MCS ljestvice na sjeveroistočnom dijelu grada. Epicentralno područje je Medvednica, a sjeverni, posebice sjeveroistočni dio grada (Markuševac, Remete i Dubrava) jače je aktivan u odnosu na zapadni i južni dio grada (www.zagreb.hr).

3.1. Opis problema

Dana 22.ožujka 2020.godine u 6 sati i 24 minute po lokalnom vremenu, Grad Zagreb pogodio je snažan potres s epicentrom u Markuševcu. Potres je bio jačine 5,5 stupnjeva prema Rihteru, na dubini od 10 kilometara, intenziteta VII. MCS ljestvice. Potres se osjetio i u okolnim županijama, te susjednim državama, Sloveniji i Bosni i Hercegovini. Komunikacija koja se odvijala u prvim minutama bili su pozivi i poruke (Whatsapp, Viber), a kružila je i (dez)informacija kako se očekuje još jedan, snažniji potres od prvog što je dodatno unijelo strah i paniku među već ionako rastreseno stanovništvo. U 7 sati i 01 minutu tlo se ponovno počinje tresti s magnitudom od 5,0 stupnjeva prema Rihteru. Naknadni potresi koji su se dogodili nakon prvog najjačeg i drugog, naknadnog, bili su slabijeg intenziteta (Tomljenović, B., www.pmf.unizg.hr).

Nakon potresa bilo je potrebno pratiti sljedeći scenarij i poštivati procese koji su propisani za ovakve prilike. On uključuje: prvi sastanak kriznog stožera, početnu analizu (incidenta/događaja), aktivnosti, krizni centar, internu komunikaciju, vanjsku komunikaciju, medijsku strategiju te evaluaciju (Tafra - Vlahović, 2011).

Sukladno problemu i predmetu istraživanja, nameću se sljedeća istraživačka pitanja:

P1 – Je li Grad Zagreb odradio kriznu komunikaciju u promatranom slučaju u skladu s teorijskim postavkama za uspješno krizno komuniciranje?

P2 – Jesu li ključne informacije dostavljene pravovremeno?

P3 - Jesu li uveli kontrolu nad širenjem dezinformacija?

3.2. Cilj istraživanja

Cilj istraživanja je definirati kriznu komunikaciju i odgovoriti na problemska pitanja kada se primjenjuje, koji su načini komuniciranja u kriznim situacijama, zašto je važno znati dobro komunicirati u kriznim vremenima te kako je Grad Zagreb odradio kriznu komunikaciju odnosno jesu li ključne informacije dostavljene pravovremeno i jesu li uveli kontrolu nad širenjem dezinformacija. Glavni cilj istraživanja jest potvrditi ili opovrgnuti postavljene hipoteze.

3.3. Istraživačke hipoteze

H1 – Grad Zagreb odradio je kriznu komunikaciju u promatranom slučaju u skladu s teorijskim postavkama za uspješno krizno komuniciranje.

H2 – Dostavljene informacije u vezi mogućnosti koje daje Grad Zagreb obzirom na utvrđivanje i eliminaciju štete nastali potresom su pravovremene.

H3 – Kontrola nad širenjem dezinformacija koje su se proširile društvenim mrežama nakon prvog potresa nije uvedena pravovremeno i dovoljno jasno.

3.4. Opis istraživačkih metoda

Teorijsko istraživanje u početku rada odgovorilo je na problemska pitanja vezana uz definiranje pojma krizne komunikacije. Za utvrđivanje hipoteza koje su povezane s pitanjem krizne komunikacije u Gradu Zagrebu koja se odvijala netom nakon potresa, provedeno je istraživanje analizom sadržaja medija, napisa i objava. Kanali koji su analizirani su web portali vijesti (Index.hr, 24sata.hr, dnevnik.hr, jutarnji.hr, večernji.hr), službena web stranica Grada Zagreba, službene stranice Grada Zagreba na društvenim mrežama (Instagram i Facebook).

3.5. Analiza rezultata

Premjer Andrej Plenković poziva građane na oprez kako zbog mogućnosti urušavanja, tako i zbog mogućnosti zaraze novim virusom koji je pokorio svijet.

„U ovom trenutku razvidno je da postoje brojna oštećenja na zgradama. Pozivamo sve građane na oprez. Preporučit ćemo da većina sugrađana, bez obzira na to što je hladno, bude ispred svojih zgrada. Imamo dvije krizne situacije koje su kontradiktorne. Molimo sve građane da pažljivo slušaju naputke stožera koji će biti i za jednu i za drugu krizu dvaput dnevno u razdoblju pred nama" ([Plenković i Milanović obratili se građanima: "Ovo je bio najjači potres u 140 godina" - Index.hr](#)).

Također javnosti se obratio i predsjednik Republike, Zoran Milanović koji je istaknuo kako je bitno pratiti vijesti i slušati nadležne službe kao što je stožer Civilne zaštite kako ne bi došlo do dezinformacija i panike među građanima.

„Oni postoje upravo radi ovakvih situacija. Sve drugo što slušate u javnosti možete zanemariti" ([Plenković i Milanović obratili se građanima: "Ovo je bio najjači potres u 140 godina" - Index.hr](#)).

Brojne države poslale su poruke podrške Zagrebu, a to je učinila i Europska komisija čiji je povjerenik za krizne situacije Janez Lenarčič rekao kako se pozorno prati stanje u Hrvatskoj nakon potresa u Zagrebu, te da je njihov centar za koordinaciju u hitnim situacijama u kontaktu s hrvatskim vlastima i da su spremni pomoći ([Europska komisija prati stanje nakon potresa i nudi pomoć Hrvatskoj - Index.hr](#)).

Poruke podrške putem raznih društvenih mreža (Instagram, Facebook, Twitter) poslali su i brojni domaći, ali i strani sportaši i sportski klubovi. Navijačke skupine među prvima su se priključile pomoći, pa su tako Bad Blue Boys-i prvi bili ispred Petrove bolnice kako bi pomogli preseliti trudnice, rodilje i novorođenčad na sigurno u druge zagrebačke bolnice. Kasnije toga dana u Zagreb su stigli i šibenski Funcuti i splitska Torcida kako bi pomogli u saniranju štete. ([Sportaši i navijači iz cijele Hrvatske slali dirljive poruke: Drži se, Zagrebe! - Index.hr](#)) Tim činom poslali su pozitivnu poruku zajedništva koja vlada među građanima Republike Hrvatske u najtežim trenucima koje čovjek može proživjeti.

Nakon potresa u ožujku gotovo svakodnevno se na internetskim portalima (24 sata) objavljuju uputstva u slučaju potresa. Ured za upravljanje u hitnim situacijama u suradnji sa Seizmološkom službom Republike Hrvatske izdao je letak na dvije stranice. Prva strana letka

daje definiciju i opće činjenice o potresu, te zapovjedništva civilne zaštite gradskih četvrti Grada Zagreba gdje se uz svaku gradsku četvrt nalazi adresa, broj telefona i e-mail adresa. Zapisano je i da se u slučaju opasnosti nazove na broj 112. Na drugoj strani letka nalazi se ustrojstvo unutrašnjosti Zemlje, te upute kako se ponašati prije, tijekom i nakon potresa. Grad Zagreb isti taj letak objavio je na službenoj web stranici Grada Zagreba, službenoj Facebook stranici, te na službenom Instagram profilu 22.ožujka 2020.godine.

Ured za upravljanje u hitnim situacijama Grada Zagreba izradio je plakate naziva „Upute za slučaj potresa u Gradu Zagrebu" na kojima se nalazi mapa Grada Zagreba na kojoj su označeni evakuacijski koridori, prihvatne površine u slučaju evakuacije građana i površine za postavljanje šatorskih naselja u slučaju potresa. Tekstualni dio plakata govori općenito o potresima, ponašanje u slučaju potresa, postupci koji prethode evakuaciji, sadržaj kompleta za preživljavanje u slučaju katastrofe te važniji telefonski brojevi. Upute su stavljene na autobusne i tramvajske stanice gdje su vidljive i dostupne većem broju građana, posebice starijim osobama koje se ne koriste internetom. Najveći nedostatak plakata bio je što se ih godinama nije mijenjalo, a bili su zašarani, izbljeđeni i poderani. Nakon potresa u ožujku 2020.godine dio plakata zamijenjen je novima, a neki su ostali oštećeni. Plakat se također može naći na internetskoj stranici Grada Zagreba ([UHS_potres_680x980_LowRes.pdf \(zagreb.hr\)](#)).

Grad Zagreb sa građanima komunicira preko službene web stranice, te preko platformi Facebook (Grad Zagreb Službena stranica) na kojemu ga prati 37.300 ljudi i Instagram profila (gradzagrebzg) na kojemu ga prati 8.000 ljudi. Na svojim profilima objavljuje razne načine pomoći građanstvu kao što su letak u slučaju potresa, brojevi telefona za psihološku pomoć, razni apeli građanima, letak naziva „Potres – I ovo će proći..." u kojemu je objašnjeno: Što se dogodilo?; Zašto nam je jako teško?; Koje su normalne reakcije?; Kako si možemo pomoći? i Što može odmoći?. Prednost komunikacije preko društvenih mreža jest ta da će veliki broj ljudi u kratkom vremenu vidjeti i podijeliti objavu, što na kraju dovodi do toga da će objavu vidjeti i osobe koje ne prate službenu stranicu Grada Zagreba.

Tablica 1. SWOT analiza komunikacije Grada Zagreba nakon potresa u ožujku 2020.godine, 2021.

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Besplatne telefonske linije • Brzi protok informacija • Objavljivanje važnih informacija putem službene stranice Grada Zagreba 	<ul style="list-style-type: none"> • Loša komunikacija gradonačelnika • Prepuštanje komunikacije s medijima Vladi RH • Objavljivanje važnih informacija putem službene stranice Grada Zagreba
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Komunikacija putem e-mail adrese • Komunikacija putem društvenih mreža • Obilazak stanovništva pogođenog potresom 	<ul style="list-style-type: none"> • dezinformacije • panika među građanima

Izvor: autorski rad

Primjeri za SWOT analizu komunikacije Grada Zagreba nakon potresa u ožujku 2020.godine.

Snage:

Grad Zagreb uveo je besplatnu telefonsku liniju za građane koji su izravno pogođeni potresom, ponajprije za one koji su ostali bez domova ili su u potresu teško oštećeni. Brojevi telefona objavljeni su na internetskim stranicama raznih web portala (Večernji list, 24 sata, Jutarnji list), društvenim mrežama (Facebook, Instagram) kao i na televizijskim programima (HRT, Nova TV, RTL) za osobe koje ne koriste internet.

Objavljivanje važnih informacija putem službene stranice Grada Zagreba može se svrstati u snage jer je objavljen sav sadržaj (uredbe, zakoni, događaji) vezan uz rad Grada Zagreba.

Slabosti:

Gradonačelnik Grada Zagreba obratio se na press konferenciji za novinare rekavši kako su građani sami krivi za posljedice svojih objekata nakon potresa zbog neodržavanja vlastite imovine. Iako se u komunikaciji s medijima istina treba reći na ljudima prihvatljiv način (Bulajić, 2010) ovdje to nije slučaj.

„Ovo je proces koji će trajati 10 godina, a razlog je neodržavanje vlastite imovine, privatna imovina je svaka zgrada u gradu, svaki blok je zaštićen. Ljudi nisu ulagali u svoju imovinu, oni koji jesu u redu.“

Slušajući vijesti, čitajući novinske portale najveću ažurnost u komunikaciji s medijima imali su predstavnici Vlade Republike Hrvatske dovevši tako gradonačelnika Grada Zagreba i njegove suradnike iz Ureda za upravljanje u hitnim situacijama u neprimjetan položaj.

Objavljivanje važnih informacija putem službene stranice Grada Zagreba može se svrstati i u snage i u slabosti. Slabost kod ove vrste komunikacije jest ta što starije osobe uglavnom ne koriste internet kao sredstvo komunikacije i informiranja, dok mlađe osobe koje se koriste internetom rijetko kada ili gotovo nikada ne pretražuju službene stranice, već se uglavnom informiraju putem društvenih mreža.

Prilike:

Svi koji imaju oštećenja na objektu mogu poslati fotografiju na e-mail adresu Ureda za upravljanje u hitnim situacijama.

Ured za upravljanje hitnim situacijama Grada Zagreba obavijestio je kako su građevinski stručnjaci na terenu i procjenjuju oštećenja zgrada. Također je organiziran obrok za sve građane koji se ne mogu vratiti u svoje domove. Objava je do javnosti prenesena putem televizije, radija i društvenih mreža.

Grad Zagreb je na službenoj Facebook stranici objavio letak naziva „Kako biti podrška djetetu sa strahom od potresa?, u suradnji sa Centrom za rehabilitaciju, Edukacijsko-rehabilitacijskim fakultetom, Sveučilišta u Zagrebu.

U danima nakon potresa predstavnici Vlade RH, te gradonačelnik Grada Zagrebasa svojim timom obišli su potresom pogođena područja. Prvi dan nakon kriznog sastanka prošetali su po

centru grada, a idućih dana obišli su Markuševac i Čučerje, naselja u epicentralnom području grada.

Prijetnje:

Prijetnje koje su uslijedile pri komunikaciji nakon potresa bile su dezinformacija i panika među građanima. Najveći problem nastaje kada građani nisu dovoljno educirani pa svaka dezinformacija koja se pojavi dovodi do panike.

U 10 sati i 30 minuta javnosti se obratila voditeljica seizmološke službe Ines Ivančić koja je rekla kako se potresi ne mogu predvidjeti. Time je izrekla činjenično stanje, ali nije umirila javnost, a informacija je doprijela samo do dijela stanovništva, što se može primjetiti devet mjeseci kasnije kada ponovno počinju kolati dezinformacije o naknadnim potresima.

„Strah od možda jačeg naknadnog potresa je prisutan u svima nama, međutim oni se zaista ne mogu predvidjeti, kada i hoće li se uopće dogoditi jači od prvog potresa ([Pogođeni ste potresom i trebate pomoć? Nazovite 0800 8805 - Večernji.hr \(vecernji.hr\)](#)).”

Krešimir Kuk iz Seizmološkog zavoda za Hrvatski radio rekao je:

„Navodno su izdana priopćenja o novim jačim potresima, ne nasjedajte na glasine. Potresi se ne najavljuju, ne predviđaju, nemojmo stvarati paniku, za to nema mjesta ([Seizmograf Kuk: Ne nasjedajte na dezinformacije, potresi se ne mogu predvidjeti - tportal](#)).”

Ovom izjavom želi se uputiti ljude da ne slušaju i ne čitaju razne dezinformacije malog broja ljudi koji žele stvoriti paniku među stanovništvom, nego se trebaju slušati stručnjaci koji su se školovali da izučavaju potrese.

Premjer Andrej Plenković rekao je kako bi građani trebali ostati pribrani i ne paničariti.

„Moramo biti svi na oprezu, biti jedinstveni, bez panike zadržimo pribranost. Putem medija ćemo vas izvješćivati o tome koji su sljedeći koraci ([Pogođeni ste potresom i trebate pomoć? Nazovite 0800 8805 - Večernji.hr \(vecernji.hr\)](#)).”

Umirujući javnost želi da se slušaju stručnjaci koji izdaju uputstva putem medija (radio, televizija) kako bi što više ljudi moglo saznati nove informacije, a ne da se informacije šire porukama po društvenim mrežama gdje se šire dezinformacije i uznemiruju građani.

Tablica 2. Objave na službenoj stranici Vlade RH vezane uz potresu u Gradu Zagrebu

Vlada Republike Hrvatske		
Datum	Objava	Web adresa
22.03.2020.	Pokrenut ćemo nacionalne i europske mehanizme za obnovu područja pogođenih jučerašnjim potresom	Vlada Republike Hrvatske - Pokrenut ćemo nacionalne i europske mehanizme za obnovu područja pogođenih jučerašnjim potresom (gov.hr)
24.03.2020.	Plenković: u Cvjetnom naselju osigurat će se oprema za praćenje nastave	Vlada Republike Hrvatske - Plenković: U Cvjetnom naselju osigurat će se oprema za praćenje nastave (gov.hr)
26.03.2020.	Banožić: državni stanovi ponudit će se onima čiji su domovi oštećeni u potresu	Vlada Republike Hrvatske - Banožić: Državni stanovi ponudit će se onima čiji su domovi oštećeni u potresu (gov.hr)
30.03.2020.	Vlada i Grad Zagreb dogovorili zajedničke aktivnosti na sanaciji posljedica razornog potresa	Vlada Republike Hrvatske - Vlada i Grad Zagreb dogovorili zajedničke aktivnosti na sanaciji posljedica razornog potresa
31.03.2020.	Štromar: zakonom za sanaciju posljedica potresa želi se pomoći vlasnicima obiteljskih kuća koje će se morati rušiti	Vlada Republike Hrvatske - Štromar: Zakonom za sanaciju posljedica potresa želi se pomoći vlasnicima obiteljskih kuća koje će se morati rušiti (gov.hr)

Izvor: autorski rad

Vlada Republike Hrvatske na svojoj službenoj internet stranici u danima nakon potresa pregledavala je i obavještavala građane o osiguravanju opreme za sanaciju potresom pogođenih područja, bazirajući se na školstvu i na građane teško pogođene potresom čiji su stanovi/kuće dobili crvene naljepnice.

Tablica 3. Objave na službenoj stranici Ministarstva prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine u vezi potresa u Gradu Zagrebu

Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine		
Datum	Objava	Web adresa
22.03.2020.	Prvi timovi građevinskih stručnjaka za pregled zgrada spremni su i već su na terenu	Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - Prvi timovi građevinskih stručnjaka za pregled zgrada spremni su i već na terenu (gov.hr)
23.03.2020.	Izrađena aplikacija za pregled građevina nakon potresa	Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - Izrađena aplikacija za pregled građevina nakon potresa (gov.hr)
26.03.2020.	MGIPU u izradi zakona za što hitnijom obnovom nakon potresa	Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - MGIPU u izradi zakona za što hitnijom obnovom nakon potresa (gov.hr)
26.03.2020.	Poziv građevinskim tvrtkama za hitnu sanaciju krovništa zgrada	Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - Poziv građevinskim tvrtkama za hitnu sanaciju krovništa zgrada (gov.hr)
31.03.2020.	Za statiku i ojačanja javna sredstva, uređenje trošak vlasnika	Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - Za statiku

		i ojačanja javna sredstva, uređenje trošak vlasnika (gov.hr)
10.04.2020.	Država će sufinancirati sanacije dimnjaka i kupnju kondezacijskih bojlera	Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - Država će sufinancirati sanacije dimnjaka i kupnju kondezacijskih bojlera (gov.hr)
19.04.2020.	Intervju Štromar: Želimo čuti što građani misle o zakonu	Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - INTERVJU Štromar: Želimo čuti što građani misle o Zakonu (gov.hr)

Izvor: autorski rad

Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine obavještava građane o štetama nastalim prilikom potresa te o mogućnostima prijave nastale štete na privatnoj imovini. Subvencije države i vlasnika imovine te statička analiza imovine u svrhu zaštite ljudskih života (zelene/narančaste/crvene naljepnice na objektima).

Tablica 4. Objave vezane uz potres na službenoj stranici Grada Zagreba

Službene stranice Grada Zagreba		
Datum	Objava	Web adresa
22.03.2020.	Besplatni telefoni za građane pogođene potresom	Grad Zagreb službene stranice
23.03.2020.	Poruka gradonačelnika u povodu potresa	Grad Zagreb službene stranice
25.03.2020.	Javni poziv za prijavu štete na imovini	Grad Zagreb službene stranice
26.03.2020.	Prijava za pregled građevina nakon potresa i prijava štete na imovini	Grad Zagreb službene stranice

26.03.2020.	Psihološka pomoć	Grad Zagreb službene stranice
28.03.2020.	Obavijest vlasnicima obiteljskih kuća stradalih u potresu	Grad Zagreb službene stranice

Izvor: autorski rad

Grad Zagreb na službenim stranicama u danima nakon potresa redovito je objavljivao informacije potrebne građanima u vidu psihološke i materijalne pomoći te sanacije štete osobama koje su ostale bez svojih domova (crvena naljepnica) ili imaju znatna oštećenja na imovini (narančasta naljepnica).

Zaključno gledano iz sve tri tablice (Vlada RH, Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine, te Službena stranica Grada Zagreba) objave su redovito objavljivane počevši od nedjelje 22.ožujka 2020.godine kada se dogodio potres. Sve objave su obavijesti građanima u vidu pomoći kako materijalne tako i psihološke.

Tablica 5. Usporedba broja pregleda članaka objavljenih u Večernjem listu i Index.hr

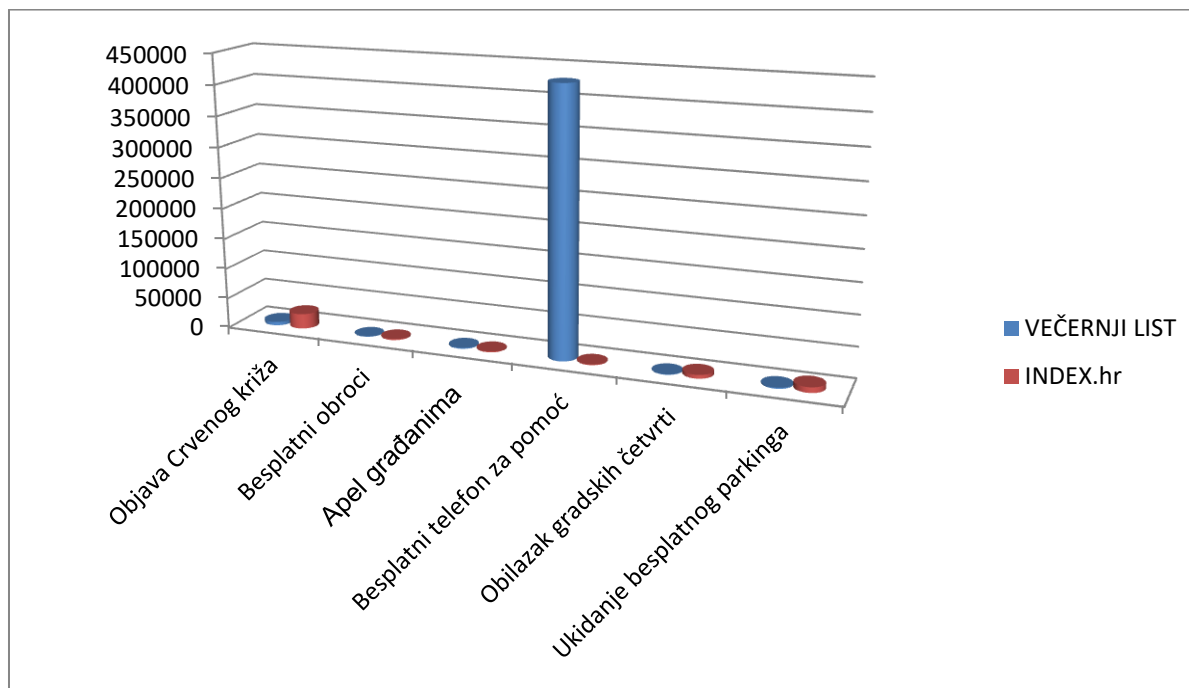
Redni broj.	DATUM	OBJAVA	VEČERNJI LIST	INDEX.hr
1.	22.3.2020.	Objava Crvenog križa	5.688	24.719
2.	22.3.2020.	Besplatni obroci	440	1.785
3.	22.3.2020.	Apel građanima	1.593	1.305
4.	22.3.2020.	Besplatni telefon za pomoć	429.150	1.174
5.	23.3.2020.	Obilazak gradskih četvrti	681	6.088
6.	27.3.2020.	Ukidanje besplatnog parkinga	1.814	8.858
Ukupan zbroj pregleda			439.366	43.929

Izvor: autorski rad

Uspoređujući objave dva novinska portala može se zaključiti kako su prenosili istu vijest u istom vremenskom periodu te da se prema broju pregleda članaka bitno razlikuju. Večernji list veći broj pregleda imao je za dva članka, i to za apel građanima te za besplatni telefon za pomoć. Za sve ostale informacije Index.hr je prednjačio u broju pregleda. Sveukupni zbroj pregleda za šest objavljenih članaka Večernji list ima 439.366 pregleda, dok Index.hr za

objave istog sadržaja ima 43.929 pregleda. Tako ukupni zbroj pregleda za dvanaest objava iznosi 483.295. Stoga se može zaključiti da su bitne informacije nakon potresa građanima prenesene putem medija (novinski članci), uzevši u obzir kako Večernji list i Index.hr nisu jedini portali koji su prenosili informacije vezane uz potres u Gradu Zagrebu.

Graf.1. Grafički prikaz tablice 5.



Izvor: autorski rad

Grafičkim prikazom tablice 5. vidi se povećan broj pregleda na portalu Index.hr za objavu Crvenog križa, dok objava Večernjeg lista o besplatnom telefonu za pomoć znatno premašuje broj pregleda svih ostalih članaka zajedno.

U tablicama 6. i 7. navedeni su puni naslovi i internet adrese članaka čiji su podaci korišteni u tablici 5., te grafu 1. koji je grafički prikaz tablice 5. Članci su prenosili istu vijest, istoga dana, s malim odstupanjima u naslovu članka.

Tablica 6. Članci Večernjeg lista koji su korišteni u tablici 5.

Redni broj	Naslov članka	Web adresa
1.	Hrvatski Crveni križ objavio što treba građanima u slučaju potresa	Hrvatski Crveni križ objavio što građanima trebaju imati u slučaju potresa - Večernji.hr (vecernji.hr)
2.	Za sve koji se ne mogu vratiti kućama dijele se	Za sve koji se ne mogu vratiti

	besplatni obroci, a organiziran je i smještaj	kućama dijele se besplatni obroci, a organiziran je i smještaj - Večernji.hr (vecernji.hr)
3.	Grad Zagreb: Apel građanima da ne hodaju po centru grada	Grad Zagreb: Apel građanima da ne hodaju po centru grada - Večernji.hr (vecernji.hr)
4.	Pogođeni ste potresom i trebate pomoć? Nazovite 0800 8805	Pogođeni ste potresom i trebate pomoć? Nazovite 0800 8805 - Večernji.hr (vecernji.hr)
5.	Plenković obišao četvrti najviše stradale u potresu: Građani su zatražili da na teren izađu statičari	Plenković obišao četvrti najviše stradale u potresu: Građani su zatražili da na teren izađu statičari - Večernji.hr (vecernji.hr)
6.	Bandić otkrio gdje se u Zagrebu ukida plaćanje parkinga	Bandić otkrio gdje se u Zagrebu ukida plaćanje parkinga - Večernji.hr (vecernji.hr)

Izvor: autorski rad

Tablica 7. Članci Index.hr koji su korišteni u tablici 5.

Redni broj	Naslov članka	Web adresa
1.	Crveni križ objavio što treba imati u slučaju potresa	FOTO Crveni križ objavio što treba imati u slučaju potresa - Index.hr
2.	Zagrepečani, evo gdje možete dobiti obrok ako se ne možete vratiti kući	Zagrepečani, evo gdje možete dobiti obrok ako se ne možete vratiti kući - Index.hr
3.	Upozorenje iz Grada Zagreba: Ljudi, ne hodajte po centru	Upozorenje iz Grada Zagreba: Ljudi, ne hodajte po

		centru - Index.hr
4.	Otvoren besplatni telefon za pomoć građanima nakon potresa	Otvoren je besplatni telefon za pomoć građanima nakon strašnog potresa - Index.hr
5.	Plenković obišao oštećene kuće: Ljudi su izgubili što su generacijama stvarali	Plenković obišao oštećene kuće: Ljudi su izgubili što su generacijama stvarali - Index.hr
6.	Od ove subote ukida se naplata parkiranja u pet zagrebačkih četvrti	Od ove subote ukida se naplata parkiranja u pet zagrebačkih četvrti - Index.hr

Izvor: autorski rad

Naslovi članaka iz tablica 6. i 7. nagovještaju komunikaciju s građanstvom. Kako se ponašati u slučaju potresa, što učiniti nakon potresa koji je pogodio Grad Zagreb, što Vlada RH i službeni Grad Zagreb mogu učiniti za građane i kako će im se pomoći u prvim danima nakon potresa. Obilaskom epicentralnog područja i izravnom komunikacijom s građanima daje se ljudima nada da nisu sami u teškim trenucima.

4. Zaključak

Analizom rezultata istraživanja krizne komunikacije može se reći kako su pobijene slijedeće hipoteze:

- 1) Grad Zagreb odradio je kriznu komunikaciju u promatranom slučaju u skladu s teorijskim postavkama za uspješno krizno komuniciranje.
- 2) Dostavljene informacije u vezi mogućnosti koje daje Grad Zagreb obzirom na utvrđivanje i eliminaciju štete nastali potresom su pravovremene.
- 3) Kontrola nad širenjem dezinformacija koje su se proširile društvenim mrežama nakon prvog potresa nije uvenena pravovremeno i dovoljno jasno.

Iako se Grad Zagreb pripremao za krizu te je u teorijskom dijelu kriza i krizna komunikacija savršeno obrađena i pripremljena, u stvarnosti je inicijativu preuzela Vlada Republike Hrvatske, te je kriza koja je zahvatila Grad Zagreb, postala kriza države.

Informacije koje Grad Zagreb dijeli možda i jesu pravovremeno objavljene, ali do ne znači da su i pravovremeno stigle do ljudi. Iako će možda neki reći da su se ljudi sami krivi za to, pogledavši i usporedivši broj pratitelja na Službenoj stranici Grada Zagreba na Facebook platformi, sa brojem stanovnika vidi se da to nije veliki postotak pratitelja. Informacije kasnije dolaze do ljudi, a o starijim osobama, koje se ne služe internetom, nitko niti ne misli.

Dezinformacije koje su se proširile na društvenim mrežama nakon potresa nisu uvedene pravovremeno i dovoljno jasno. Prve informacije koje su ljudi čuli bile su dan ili dva nakon potresa kada je jedna seizmologinja sudjelovala u televizijskoj emisiji te je tamo jasno i glasno napomenula da se ne slušaju dezinformacije nego samo izjave stručnjaka i da se potresi ne mogu predviđati. Najveća mana kod dezinformacija jest needuciranost stanovništva o potresima, a to se jasno moglo čuti i u prosincu kada je snažan potres pogodio Petrinjsko područje, jako se osjetio i u Gradu Zagrebu, te su ponovno počele kolati dezinformacije o naknadnim potresima.

Zaključno, edukacija stanovništva iznimno je bitna, počevši od vrtičke dobi. Budući da se potresi ne mogu predviđati, bitno je biti pripreman za svaku vrstu nevolje. Dijeliti letke i lijepiti ih po autobusnim i tramvajskim stanicama nije dovoljno. Ako civilna zaštita i spasilačke službe mogu imati edukaciju jednom godišnje, to se može organizirati i za građanstvo.



Sveučilište
Sjever



**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Antonija Vincek (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Upravljanje kriznom komunikacijom nakon potresa u Gradu Zagrebu (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

ANTONIJA VINCEK

Antonija Vincek

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Antonija Vincek (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Upravljanje kriznom komunikacijom nakon potresa u Gradu Zagrebu (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

ANTONIJA VINCEK

Antonija Vincek

(vlastoručni potpis)

5. Literatura

Knjige

1. Cook, J., Lewandowsky, S., (2011) Priručnik za razbijanje mitova; The Debunking Handbook St. Lucia, Australia: University of Queensland
2. Fox., R., (2001) Poslovna komunikacija, Hrvatska sveučilišna naklada, Pučko otvoreno učilište - Zagreb; Zagreb
3. Jugo, D., (2017) Menadžment kriznog komuniciranja; Školska knjiga; Zagreb
4. Lamza – Maronić, M., Glavaš, J., (2008) Poslovno komuniciranje; Studio HS internet d.o.o, Ekonomski fakultet u Osijeku; Osijek
5. Pavelin, G., (2016) Arhiv, mediji i odnosi s javnošću, Sveučilište u Zadru, Zadar
6. Tafra – Vlahović, M., (2011) Upravljanje krizom; V.Š. Baltazar Adam Krčelić; Zaprešić

Akademski radovi:

1. Azinović, A., (2016) Krizno komuniciranje i analiza kriznih situacija u poduzećima u Hrvatskoj; Ekonomski fakultet; Sveučilište u Splitu; Split
2. Buzov, Ž., (1983) Metodološki problem istraživanja izvanrednih i kriznih situacija; Institut za društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb
3. Kešetović, Ž., Toth, I., (2012) Problemi kriznog menadžmenta – znanstvena monografija; Veleučilište Velika Gorica; Velika Gorica
4. Kešetović, Ž., Mihalić, M., Mojsović, N., (2012) Krizno komuniciranje u doba interneta; Međunarodna naučna konferencija; Mladenovac, Srbija
5. Klepić, Z., Lesko Bošnjak, L., Mabić, M., (2020) Društvene mreže i krizno komuniciranje; Sveučilište u Mostaru; Mostar
6. Matić, D., (2000) Demokracija, povjerenje i socijalna pravda; Odsjek za sociologiju, Filozofski fakultet, znanstveni rad; Zagreb
7. Popovac, J., (2020) Dezinformacije u digitalnom dobu: Borba za istinu; medijsko istraživanje; Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb. str.59-76
8. Sivirić, I., (2020) Medijska pismenost: oružje u hibridnom ratu protiv lažnih vijesti i dezinformacija; pregledni rad; Sveučilište u Mostaru, Mostar

Članci

9. Avakumović, J., Avakumović, J., Milinković, M., (2010) Komuniciranje u kriznim situacijama; Međunarodna naučna konferencija, Menadžment 2010, Kruševac, Srbija
10. Bulajić, M., (2010) Krizno komuniciranje, Medix: specijalizirani medicinski dvomjesečnik; vol.16 No 87/88
11. Brčić, R., Malbašić, I., Đukes, S., (2013) Uloga i ponašanje zaposlenika u kriznom menadžmentu; Stručni članak; (279-296 str)
12. Ivanović, V., (2014) Pojam krize: konceptualni i metodologijski aspekti; Pregled u znanstveni članak; Međunarodne studije, Vol.14, No.2; Veleučilište Velika Gorica
13. Molak, B., (1994) Zaštita i spašavanje pučanstva od djelovanja kriznih stanja; Upravljanje u krizama; stručni članak; Zagreb
14. Plenković, M., (2015) Krizno komuniciranje; Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb.; 113-118 str.
15. Tomić, Z., Milas Z., (2006) Strategija kao odgovor na krizu; Politička misao; vol.XLIV, (2007) br.1., str. 137-149
16. Tomić, Z., Sapunar, J., (2006) Krizno komuniciranje; Pregledni članak; Fakultet političkih znanosti u Zagrebu; Zagreb, str. 298-310

Ostalo

17. Krpan Mofardin, T., (2018) Kako prepoznati lažne vijesti; OŠ Brajda; Voditeljica ŽSV osnovnoškolskih knjižničara PGŽ-a

Web portali

18. Procjena rizika od velikih nesreća za područje Grada Zagreba, www.zagreb.hr
19. [Plenković i Milanović obratili se građanima: "Ovo je bio najjači potres u 140 godina" - Index.hr](#)
20. [Europska komisija prati stanje nakon potresa i nudi pomoć Hrvatskoj - Index.hr](#)
21. [Sportaši i navijači iz cijele Hrvatske slali dirljive poruke: Drži se, Zagrebe! - Index.hr](#)
22. [UHS potres 680x980 LowRes.pdf \(zagreb.hr\)](#)
23. Tomljenović, B., Osvrt na potres u Zagrebu 2020.godine, www.pmf.unizg.hr
24. Nacionalni izvještaj – Javno mnijenje u Europskoj Uniji – Hrvatska, jesen 2018., ec.europa.eu

25. Dokler, A., (2019) Samo 8% Hrvatskih građana učilo je kritički sagledavati medijske sadržaje, [Samo 8% hrvatskih građana učilo je kritički sagledavati medijske sadržaje - Medijska pismenost](#)
26. [Seizmograf Kuk: Ne nasjedajte na dezinformacije, potresi se ne mogu predvidjeti - tportal](#)
27. Večernji list, [Pogođeni ste potresom i trebate pomoć? Nazovite 0800 8805 - Večernji.hr \(vecernji.hr\)](#)
28. Crveni križ objavio što treba imati u slučaju potresa ([FOTO Crveni križ objavio što treba imati u slučaju potresa - Index.hr](#))
29. Zagrepčani, evo gdje možete dobiti obrok ako se ne možete vratiti kući ([Zagrepčani, evo gdje možete dobiti obrok ako se ne možete vratiti kući - Index.hr](#))
30. Upozorenje iz Grada Zagreba: Ljudi, ne hodajte po centru ([Upozorenje iz Grada Zagreba: Ljudi, ne hodajte po centru - Index.hr](#))
31. Otvoren besplatni telefon za pomoć građanima nakon potresa ([Otvoren je besplatni telefon za pomoć građanima nakon strašnog potresa - Index.hr](#))
32. Plenković obišao oštećene kuće: Ljudi su izgubili što su generacijama stvarali ([Plenković obišao oštećene kuće: Ljudi su izgubili što su generacijama stvarali - Index.hr](#))
33. Od ove subote ukida se naplata parkiranja u pet zagrebačkih četvrti ([Od ove subote ukida se naplata parkiranja u pet zagrebačkih četvrti - Index.hr](#))
34. Hrvatski Crveni križ objavio što treba građanima u slučaju potresa ([Hrvatski Crveni križ objavio što građanima trebaju imati u slučaju potresa - Večernji.hr \(vecernji.hr\)](#))
35. Za sve koji se ne mogu vratiti kućama dijele se besplatni obroci, a organiziran je i smještaj ([Za sve koji se ne mogu vratiti kućama dijele se besplatni obroci, a organiziran je i smještaj - Večernji.hr \(vecernji.hr\)](#))
36. Grad Zagreb: Apel građanima da ne hodaju po centru grada ([Grad Zagreb: Apel građanima da ne hodaju po centru grada - Večernji.hr \(vecernji.hr\)](#))
37. Pogođeni ste potresom i trebate pomoć? Nazovite 0800 8805 ([Pogođeni ste potresom i trebate pomoć? Nazovite 0800 8805 - Večernji.hr \(vecernji.hr\)](#))
38. Plenković obišao četvrti najviše stradale u potresu: Građani su zatražili da na teren izađu statičari ([Plenković obišao četvrti najviše stradale u potresu: Građani su zatražili da na teren izađu statičari - Večernji.hr \(vecernji.hr\)](#))
39. Bandić otkrio gdje se u Zagrebu ukida plaćanje parkinga ([Bandić otkrio gdje se u Zagrebu ukida plaćanje parkinga - Večernji.hr \(vecernji.hr\)](#))

40. Pokrenut ćemo nacionalne i europske mehanizme za obnovu područja pogođenih jučerašnjim potresom, [Vlada Republike Hrvatske - Pokrenut ćemo nacionalne i europske mehanizme za obnovu područja pogođenih jučerašnjim potresom \(gov.hr\)](#)
41. Plenković: u Cvjetnom naselju osigurati će se oprema za praćenje nastave, [Vlada Republike Hrvatske - Plenković: U Cvjetnom naselju osigurati će se oprema za praćenje nastave \(gov.hr\)](#)
42. Banožić: državni stanovi ponudit će se onima čiji su domovi oštećeni u potresu, [Vlada Republike Hrvatske - Banožić: Državni stanovi ponudit će se onima čiji su domovi oštećeni u potresu \(gov.hr\)](#)
43. Vlada i Grad Zagreb dogovorili zajedničke aktivnosti na sanaciji posljedica razornog potresa, [Vlada Republike Hrvatske - Vlada i Grad Zagreb dogovorili zajedničke aktivnosti na sanaciji posljedica razornog potresa](#)
44. Štromar: zakonom za sanaciju posljedica potresa želi se pomoći vlasnicima obiteljskih kuća koje će se morati rušiti, [Vlada Republike Hrvatske - Štromar: Zakonom za sanaciju posljedica potresa želi se pomoći vlasnicima obiteljskih kuća koje će se morati rušiti \(gov.hr\)](#)
45. Prvi timovi građevinskih stručnjaka za pregled zgrada spremni su i već su na terenu, [Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - Prvi timovi građevinskih stručnjaka za pregled zgrada spremni su i već na terenu \(gov.hr\)](#)
46. Izrađena aplikacija za pregled građevina nakon potresa, [Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - Izrađena aplikacija za pregled građevina nakon potresa \(gov.hr\)](#)
47. MGIPU u izradi zakona za što hitnijom obnovom nakon potresa, [Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - MGIPU u izradi zakona za što hitnijom obnovom nakon potresa \(gov.hr\)](#)
48. Poziv građevinskim tvrtkama za hitnu sanaciju krovništa zgrada, [Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - Poziv građevinskim tvrtkama za hitnu sanaciju krovništa zgrada \(gov.hr\)](#)
49. Za statiku i ojačanja javna sredstva, uređenje trošak vlasnika, [Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - Za statiku i ojačanja javna sredstva, uređenje trošak vlasnika \(gov.hr\)](#)
50. Država će sufinancirati sanacije dimnjaka i kupnju kondenzacijskih bojlera, [Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - Država će sufinancirati sanacije dimnjaka i kupnju kondenzacijskih bojlera \(gov.hr\)](#)

51. Intervju Štromar: Želimo čuti što građani misle o zakonu, [Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine - INTERVJU Štromar: Želimo čuti što građani misle o Zakonu \(gov.hr\)](#)
52. Besplatni telefoni za građane pogođene potresom, [Grad Zagreb službene stranice](#)
53. Poruka gradonačelnika u povodu potresa, [Grad Zagreb službene stranice](#)
54. Javni poziv za prijavu štete na imovini, [Grad Zagreb službene stranice](#)
55. Prijava za pregled građevina nakon potresa i prijava štete na imovini, [Grad Zagreb službene stranice](#)
56. Psihološka pomoć, [Grad Zagreb službene stranice](#)
57. Obavijest vlasnicima obiteljskih kuća stradalih u potresu, [Grad Zagreb službene stranice](#)

POPIS SLIKA

Slika 1. Modeli procesa kriznog menadžmenta, Izvor: Spillian, J.E., 2003

POPIS TABLICA

Tablica 1. SWOT analiza za Grad Zagreb nakon potresa

Tablica 2. Objave na službenoj stranici Vlade RH vezane uz potresu u Gradu Zagrebu

Tablica 3. Objave na službenoj stranici Ministarstva prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine u vezi potresa u Gradu Zagrebu od 22. ožujka do 22. travnja 2020.

Tablica 4. Objave vezane uz potres na službenoj stranici Grada Zagreba

Tablica 5. Usporedba broja pregleda članaka objavljenih u Večernjem listu i Index.hr

Tab Tablica 7. Članci Index.hr koji su korišteni u tablici 5.

Tablica 6. Članci Večernjeg lista koji su korišteni u tablici 5.

POPIS GRAFOVA

Graf.1. Grafički prikaz tablice 5.