

autor: **Miše Miloslavić**, Vatrogasni vjesnik, 8-9/2008

Protupožarna preventiva definira se kao skup normativnih, graditeljskih, tehničkotehnoloških, organizacijskih, obrazovnih i promidžbenih mjera koje imaju za cilj sprječavanje nastanka požara, a ako do njega i dođe da onemogući njegovo širenje. Jedna od mjera preventive je i promidžba. Tijekom ljetnih vrućina na TV ekranima, radio valovima, tisku, plakatima i drugim srodnim medijima možemo se susresti s porukama o opasnosti od nekontrolirane vatre na otvorenom i požara raslinja.

Neke poruke pokušavaju skrenuti pozornost da smo u sezoni kada lako može doći do požara raslinja, neke kažu doslovno ne pali vatru, neke sugeriraju zatvorsku kaznu itd. Ali pored sadržaja poruke s jednakim naglaskom spominje se onaj koji je „platio“ poruku. Dok promidžbena poruka Nemojte paliti vatru u šumi predstavlja sekundarnu poruku, uređeni neposredni čovjekov okoliš u protupožarnom smislu predstavlja temeljnu stratešku obranu i izbjegavanje opasnosti.

Da bi informacija imala učinka ne može se bazirati na statističkim podacima, već na temeljima „živih“ informacija i podataka prikupljenih izravno na terenu prema potrebama potencijalno ugroženih.

Problem je da se promidžbenim aktivnostima na temu požara raslinja pristupa s istim načinom kao da se prodaje neki proizvod, npr. deterdžent, gdje se mora istaknuti naziv i proizvođač u protivnom kupci bi mogli kupiti nečiji drugi. Neke od poruka su strukturirane kao da se uspoređuju s „konkurencijom“, pa u stvari ispada da je to samo promocija naručitelja.

U masi reklama i komercijalnih promidžbenih poruka kojima je cilj pošto poto skrenuti pozornost na proizvod a time na povećanje profita, bez obzira na etiku, moral itd., navedeni pristup promidžbi teško može poslati neku iskrenu i humanu poruku, jer je primatelj poruke prima površno. Protupožarna promidžbena poruka, bez ideje, „izlizana“ istovjetnim ponavljanjem, koja se bavi sobom a ne problemom koji postoji na terenu, namijenjena je svakome i nikome.

Inače u okviru izvješća o požarima, kroz medije se stvara pozitivan publicitet, (neplaćeni oblik javnog obavješćavanja) o događaju gdje se automatski upozorava na opasnost. Ta izvješća su uočljivija, nego recimo, izvješća o posljedicama prometnih nesreća, budući da se s prometnih nesreća, zbog trenutnog trajanja, izvješćuje tek o posljedicama, dok se u izvješćima o požarima raslinja donosi i tijek, trajanje intervencije, pogotovo kod medija koji mogu pokazati sliku. Tako se stvorilo prihvaćajući javno mnijenje o požarima raslinja. U kreiranju pozitivnog publiciteta o događajima i uopće o požarima raslinja sudjeluje većina novinara ne zato što su posebno instruirani ili stimulirani već zato što postoji društvena naklonjenost ovoj problematici. Pa kada iznose i negativne strane problematike vezane npr. za velike požare raslinja, uglavnom ih iznose bez zadnjih primisli (za razliku od nekih drugih prilika) a time se javno mnijenje dodatno senzibilizira.



Stoga, danas svaki pojedinac bez obzira na uzrast ili mjesto življenja zna da je izazivanje požara opasno i kažnjivo. Građanima ne treba više posebno skretati pozornost na opasnost i moguće posljedice, pogotovo nakon prošlogodišnje tragedije, već mu treba kazati koja je u tome njegova uloga.

### **Edukacija Promidžba**

Da bi se široj populaciji pokazalo koja joj je zadaća prije i kod požara raslinja treba spojiti preventivne mjere obrazovanja tj. edukacije i promidžbe.

Preispitivanjem stanja na terenu utvrđuje se potreba dotičnih ljudi. Kako bi se izbjeglo golo oglašavanje sačini se pregled stanja u smislu kako nastaju požari raslinja, što je uzrok požaru, tko je ugrožen, kako spriječiti veće štete itd. Požari u većini slučajeva nastaju djelovanjem čovjeka i to grubim nehajem ili namjerom, dok su utjecaji prirode u manjem postotku. Većina ljudi svjesna je situacije, a prema onima s namjerom ili grubim nehajem ne može se ništa postići promidžbenim porukama, već represijom, što pripada drugoj priči. Stoga, većinu treba ciljano upozoriti o predradnjama kako bi bili sigurni da neće imati loše posljedice, a ako do neželjenog događaja ipak dođe koji su postupci.



Kako je uglavnom čovjek „uzrok“ požara i mjesto nastanka je u blizini ili oko čovjeka, naselja, prometnica ili čovjekovih materijalnih dobara, u tome pravcu treba usmjeriti poruke.

Inače, ništa ne treba kriti. Stanovnici trebaju znati sve o mogućoj opasnosti i njenoj veličini kako bi se pojedinac ili skupina adekvatno pripremila i na taj način institucijama olakšali posao kod mogućeg iznenadnog događaja a sebi smanjili moguće posljedice. Poruke treba usmjeriti prvenstveno prema stanovništvu najugroženijih područja a potom do svih koji su u doticaju s potencijalnom opasnosti. To znači redom od stanovništva u priobalju do kontinenta.

Prečesto smo svjedocima izjava poput Pomažite izgori mi sve, Jedva smo obranili kuće itd. Tu je zakazala kompletna zaštita od požara svih razina, jer ako je oko kuće uređeno i očišćeno tada nema opasnosti.

Dakle, čovjeku treba prići s one strane koja ga najviše interesira, a to je njegova materijalna strana koja požarom može biti ugrožena ili on sam može biti ozlijeđen. Ako požar prijete kući ili gori kuća vlasnik poduzima sve moguće (dozvoljeno: npr. sam gasi i nedozvoljeno: npr. miješa se u posao vatrogasaca) kako bi zaštitio svoj interes. Ako gori šuma i drugo raslinje, pa i njegovo, nije previše zainteresiran jer u priobalju on nema od šume i raslinja materijalne koristi, sve dok požar ne dođe do njegove kuće, kada se priča vraća na početak.

Preventivne radnje treba provoditi tijekom cijele godine. Zato protupožarne promidžbene poruke prema stanovništvu treba slati cijelu godinu. Educirana populacija automatski će prenositi informacije prema onima koji možda nisu usvojili poruku, prema djetetu, neznancu ili strancu, pogotovo što TV i slične poruke stranci ne gledaju niti razumiju.

Ako se već radi protupožarna promidžbena poruka, stručnjaci za promidžbu (medije, oglašavanje itd) trebaju daleko više ulaznih informacija kako bi osmislili pravu poruku pa je bolje da vatrogastvo kaže što mu treba, a stručnjaci za promidžbu potom to oblikuju.

### **Poruka**

U današnje vrijeme do krajnjeg korisnika može se doći putem elektronskih, tiskovnih i dr. medija na razne načine. Međutim, protupožarna promidžbena poruka treba doći izravno do svakog čovjeka na njegovu adresu. S tim krajnjim korisnikom treba biti spojen bez posrednika, a ne iz „daljine“ slati poruke. Poruka treba biti trajnog oblika, najbolje pisana, stalno nadohvat ruke. TV poruke su kratkoga daha, oglasni panoji uz ceste ne mogu prenijeti dovoljno edukativnih poruka, radio poruke čuje određena populacija ljudi itd. Ako je to letak, kako je iskustvo pokazalo, on će se površno pogledati i odbaciti zajedno s ostalim komercijalnim promidžbenim porukama.

Pokazalo se da pisane upute u obliku brošure neće biti odbačene već zadržane i bar djelomično pročitane, jer takav tiskani oblik predstavlja vrijednost, knjigu se ne baca. Hrvatska vatrogasna zajednica je prošle godine tiskala 5000 primjeraka Vatrozaštitnog vodiča pri požarima raslinja koji su vatrogasci dijelili stanovništvu. Vodič je koncipiran tako da u tekstualnom dijelu procjenjuje situaciju te predlaže rješenje, a da se izbjegne površno čitanje brošure ili njeno odbacivanje, pozornost na poruku privlači se nizom grafičkih i slikovnih primjera. Kako suvremeni čovjek „nema vremena“, pretpostavka je da neće do kraja pročitati brošuru, pa je

glavna poruka **Očisti oko kuće pa si siguran**, istaknuta već u prvom dijelu brošure.

Pokazalo se da neposredni kontakt na stručnoj razini u obliku edukacije i promidžbe privlači pozornost stanovništva. Protupožarna preventivna promidžba i edukacija putem besplatne brošure trenutna je korisna potreba, a možda prema stanovništvu u neposrednoj budućnosti bude potrebna neka druga vrsta poruke. U sadašnje vrijeme je izlišno „trošiti“ vrijeme i novac na upozorenja tipa Požar je opasnost, kao što je već navedeno, jer je to postalo i te kako znano. Vatrogasna zajednica Dubrovačko-neretvanske županije tiskala je 10000 primjeraka brošure i u tijeku je cjelogodišnji program sustavnog upozoravanja i edukacije na neposredan način bez velikih riječi. U program se sustavno i postupno uključuju kako vatrogasne postrojbe, tako lokalna uprava na razini mjesnih odbora.

Takav način slanja preventivnih poruka samo je nastavak trajne preventive koja je postala tiha, neprimjetna svakodnevica, a to je stalni kontakt vatrogasnih postrojbi i stanovništva koji se odnose na mogućnosti paljenja na otvorenome, vrijeme zabrana odnosno dozvola paljenja, čišćenja okoliša itd.

### Rezultat

Povratna informacija o brošuri bila je pozitivna jer je stanovništvo dobilo konkretnu besplatnu informaciju odnosno uputu što uraditi da životni okoliš bude siguran od prijetnje požarima raslinja. Treba napomenuti da je ona bila pozitivna samo u sredinama gdje su vatrogasci dijelili brošure. Tamo gdje su brošure ostavljene u poštanskim uredima i drugim mjestima da ih sami stanovnici uzmu, povratnih informacija nije bilo. Dakako, treba pojasniti što se podrazumijeva pod povratna informacija. Nakon što su u pojedinim sredinama stanovnici dobili u ruke brošuru naknadna pitanja (čak u pisanom obliku) i sugestije, te vidljivi radovi na okolišu objekata dokaz su da je informacija dala učinka. Ipak, glavni dokaz tome je kontinuirani, višegodišnji manji broj izbijanja požara raslinja u odnosu na druge županije, iako se Dubrovačko-neretvanska županija nalazi na četvrtini najzahtjevnijeg područja priobalja u pogledu požara raslinja. Izgorjela površina po pojedinom izbijanju dokazuje kompleksnost područja koji proizlazi iz suhe mikroklimе, lakozapaljivog raslinja, brdsko-krškog područja, razvedenosti, otoka, izduženosti prostora itd.

Vatrogasna zajednica i Dubrovačko-neretvanska-županija zajedno s vatrogasnim postrojbama na terenu kontinuirano promiču, educiraju, informiraju i upozoravaju osobno i putem medija o trenutnim prilikama. Putem dopisa na ciljane adrese, najčešće prema turističkim subjektima i lokalnoj samoupravi, upozoravaju na problem, tako da se već u kulturi življenja usadila svijest o opasnostima od požara raslinja.

U najzahtjevnijoj županiji, kad su u pitanju požari raslinja, osim vatrogasaca policija također sudjeluje u izravnom informiranju o požarima i sudjeluje u sprječavanju požara, tako da se doslovno na svaki dim reagira, ne samo tijekom ljeta već i u drugim dijelovima godine. Međutim, provođenjem takvih preventivnih radnji vatrogasne postrojbe koje se financiraju iz Državnog proračuna prave sebi „medvjedu uslugu“. Jedan od kriterija za financiranje je i broj intervencija

(više intervencija više novaca), pa kako dobrom preventivom izostaju vatrogasne intervencije, dolazi do paradoksa da rade u korist svoje štete. Ne samo to, ako dođe do velikih dugotrajnih intervencija iz drugih izvora mogu se dobiti dodatna sredstva, a koja ne pripadaju troškovima intervencije. Sagledavajući broj požara u nekim županijama, lako se može zaključiti kako se na protupožarnoj preventivnoj promidžbi ne radi jer to nije stimulirano. Dapače, kao „otežavajuću“ okolnost, posebno se ističu i naglašavaju veliki brojevi požara raslinja i intervencija.

### Umjesto zaključka

U Programu aktivnosti u provedbi posebnih mjera zaštite od požara od interesa za Republiku Hrvatsku za 2008. u točki 11. navedeno je koje promidžbene aktivnosti i tko treba izvršiti (financijsku stavku treba tražiti u Proračunu?) ali od toga na terenu nema nikakva vidljiva rezultata.

Mnogo institucija svaka za sebe istražuje „tržište“, vodi svoju protupožarnu promidžbenu politiku i prezentira je na svoj način, da bi se u konačnici stvorio indiferentan stav o tim porukama, shvaćajući da je i to „biznis“. Kratko, „stotinu baba, kilavo dijete“.

