



Co-funded by  
the European Union

**RCB**

Rządowe Centrum  
Bezpieczeństwa

# STRATEGIA KOMUNIKACJI RYZYKA

**CZĘŚĆ PRAKTYCZNA**

**2026**

# WPROWADZENIE

Dokument ten zawiera informację o zestawie kluczowych elementów, które powinny zostać uwzględnione przy opracowywaniu Strategii Komunikacji Ryzyka na poziomie ministerstw, urzędów centralnych, województw oraz innych podmiotów administracji publicznej. Układ ten stanowi uniwersalny schemat, który może być dostosowywany do specyfiki instytucji, jej kompetencji, struktury organizacyjnej oraz charakterystycznych dla niej zagrożeń.

Przyjęty układ strategii komunikacji ryzyka stanowi rekomendowany schemat dla opracowywania strategii resortowych oraz regionalnych. Zaproponowana struktura ma charakter elastycznego wzorca, który może być adaptowany do skali działań, zakresu odpowiedzialności oraz dominujących zagrożeń, przy zachowaniu wspólnych zasad, pojęć i standardów komunikacyjnych. Stosowanie jednolitego układu dokumentu ułatwia porównywalność podejść, koordynację działań międzyinstytucjonalnych oraz spójność komunikacji ryzyka na poziomie krajowym, resortowym i regionalnym, bez naruszania autonomii poszczególnych podmiotów w zakresie doboru narzędzi i form przekazu.

Dokument powstał w ramach realizacji projektu RESIL-POL  
(101193065 — RESIL-POL — UCPM-2024-TRACK1)  
współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej.

Directorate-General for European Civil Protection and Humanitarian Aid Operations (ECHO)  
ECHO.B – Strategy and Policy, B.3 – Prevention and Preparedness Capacity building



Co-funded by  
the European Union

RCB

Rządowe Centrum  
Bezpieczeństwa

# SPIIS TREŚCI

1. Cel i rola Strategii Komunikacji Ryzyka
2. Zakres dokumentu i jego zastosowanie
3. Podstawowe pojęcia
4. Ramy prawne i instytucjonalne
5. Instytucje i jednostki odpowiedzialne za realizację strategii
6. Analiza ryzyk
7. Grupy docelowe
8. Kanały i narzędzia komunikacji
9. Przykładowe scenariusze
10. Strategia działań komunikacyjnych – powódź w dolinie rzeki Y
11. Metody ewaluacji skuteczności przekazów
12. Procedura aktualizacji Strategii

1

# CEL I ROLA STRATEGII KOMUNIKACJI RYZYKA

Każda instytucja powinna określić, jaki cel ma realizować dokument, zarówno w ujęciu prewencyjnym, jak i operacyjnym. Strategia powinna precyzować, jak wspiera ochronę ludności, podnosi świadomość zagrożeń, wzmacnia odporność społeczną oraz jak porządkuje procesy komunikacyjne wewnątrz jednostki i w relacjach z otoczeniem.



UWAGA! SFORMUŁOWANIE „INNE...” POJAWIAJĄCE SIĘ W DALSZEJ CZĘŚCI DOKUMENTU SUGERUJE POTRZEBĘ ELASTYCZNEGO DOPASOWANIA/ UZUPEŁNIENIA ZAGADNIENIA ZGODNIE Z KOMPETENCJAMI I OCENĄ TWORZĄCEJ DOKUMENT INSTYTUCJI

### Przykład do wykorzystania i adaptacji

Celem Strategii Komunikacji Ryzyka [nazwa instytucji] jest zapewnienie spójnego, przewidywalnego i skutecznego modelu informowania o zagrożeniach mieszczących się w zakresie kompetencji instytucji, w celu ochrony ludności, ograniczania skutków zdarzeń oraz wzmacniania odporności społecznej.

Strategia pełni funkcję narzędzia prewencyjnego – poprzez systematyczne informowanie i edukowanie społeczeństwa o ryzykach – oraz operacyjnego, wspierającego szybkie i uporządkowane działania informacyjne w sytuacjach podwyższonego zagrożenia.

### **Rola Strategii w ujęciu prewencyjnym**

W fazie zapobiegania i przygotowania strategia:

- porządkuje komunikację dotyczącą zagrożeń występujących cyklicznie lub sezonowo,
- porządkuje komunikację wynikającą z oceny i matrycy ryzyka oraz planów zarządzania kryzysowego,
- wskazuje priorytetowe tematy kampanii informacyjnych i edukacyjnych realizowanych w ciągu roku,
- określa kluczowe grupy odbiorców oraz kanały dotarcia dostosowane do ich potrzeb,
- wspiera budowanie świadomości ryzyka i przygotowanie obywateli do samodzielnych, racjonalnych działań ochronnych,
- wzmacnia zaufanie do instytucji poprzez konsekwentne, zrozumiałe i transparentne przekazy.

### **Rola Strategii w podnoszeniu świadomości zagrożeń i budowaniu odporności społecznej**

Strategia porządkuje sposób mówienia o ryzykach, które:

- są znane i powtarzalne (np. powodzie, upały, mróz),
- rozwijają się stopniowo (np. susza, degradacja środowiska),
- są trudne do zauważenia bez wcześniejszego wyjaśnienia (np. zagrożenia infrastrukturalne, informacyjne)

i przyczynia się do wzmacniania odporności społecznej poprzez:

- kształtowanie nawyków przygotowawczych (np. posiadanie podstawowych zapasów, znajomość zasad postępowania),
- promowanie postaw odpowiedzialności indywidualnej i wspólnotowej,
- wspieranie lokalnych inicjatyw edukacyjnych,
- stopniowe osvajanie społeczeństwa z faktem, że zagrożenia są elementem rzeczywistości, a nie wyjątkiem.

## **Rola Strategii w porządkowaniu procesów komunikacyjnych**

Dokument ten:

- wskazuje, jakie ryzyka są komunikowane przez instytucję i dlaczego,
- porządkuje planowanie kampanii informacyjnych i edukacyjnych,
- ułatwia koordynację działań komunikacyjnych z innymi instytucjami w fazie przygotowania,
- zapewnia ciągłość i powtarzalność przekazu w dłuższym horyzoncie czasowym.
- stanowi wspólną podstawę współpracy z:
  - innymi instytucjami publicznymi,
  - służbami,
  - samorządami,
  - mediami,
  - organizacjami społecznymi i partnerami lokalnymi.

## 2

# ZAKRES DOKUMENTU I JEGO ZASTOSOWANIE

Instytucja powinna opisać, w jakich sytuacjach dokument jest stosowany, jakie procesy obejmuje oraz które jednostki są jego adresatami. Zakres może obejmować działania codzienne, edukacyjne, operacyjne, reagowanie na sygnały zagrożeń oraz działania w trakcie rzeczywistego kryzysu.

### Przykład do wykorzystania i adaptacji

Strategia Komunikacji Ryzyka [nazwa instytucji] określa zasady, obszary i sposób prowadzenia działań informacyjnych i edukacyjnych dotyczących zagrożeń, realizowanych przed wystąpieniem sytuacji kryzysowej, w warunkach normalnego funkcjonowania państwa.

Dokument ma zastosowanie w szczególności w odniesieniu do ryzyk mieszczących się w zakresie kompetencji instytucji, które mogą potencjalnie wpłynąć na bezpieczeństwo ludności, zdrowie publiczne, środowisko, infrastrukturę lub porządek społeczny.

Strategia nie reguluje komunikacji prowadzonej w trakcie rzeczywistego kryzysu – kwestie te są przedmiotem odrębnej Strategii Komunikacji Kryzysowej.

### **Strategia ma zastosowanie w szczególności w następujących sytuacjach:**

- w działaniach codziennych i planowych, związanych z informowaniem o znanych i powtarzalnych zagrożeniach oraz zagrożeniach wynikających z oceny i matrycy ryzyka oraz planów zarządzania kryzysowego,
- w procesach edukacyjnych i prewencyjnych, prowadzonych długofalowo lub sezonowo,
- w komunikacji dotyczącej sygnałów podwyższonego ryzyka, prognoz i ostrzeżeń wczesnych,
- w działaniach informacyjnych poprzedzających okresy zwiększonego prawdopodobieństwa wystąpienia zagrożeń (np. sezon powodziowy, fale upałów, okresy silnych mrozów),
- w komunikacji wyjaśniającej charakter ryzyk, ich możliwe skutki oraz sposoby przygotowania się do nich.

### **Strategia obejmuje w szczególności:**

- planowanie i realizację kampanii informacyjnych i edukacyjnych,
- przygotowanie treści dotyczących ryzyk i działań przygotowawczych,
- dobór kanałów komunikacji odpowiednich do grup odbiorców,
- koordynację działań komunikacyjnych z innymi instytucjami w fazie przygotowania,
- monitorowanie postrzegania ryzyka oraz potrzeb informacyjnych odbiorców,
- ocenę skuteczności działań komunikacji ryzyka i ich aktualizację.
- *inne...*

Działania te mają charakter ciągły i zaplanowany, a ich celem jest stopniowe budowanie świadomości i gotowości społecznej, a nie reagowanie na zdarzenia już zaistniałe.

### Adresaci dokumentu

Strategia jest adresowana do:

- komórek organizacyjnych [nazwa instytucji] odpowiedzialnych za komunikację, edukację i współpracę z otoczeniem [nazwy komórek],
- jednostek merytorycznych zajmujących się analizą zagrożeń i ryzyk [nazwy jednostek],
- jednostek terenowych i podległych instytucji, które prowadzą działania informacyjne na poziomie lokalnym lub regionalnym [nazwy jednostek],
- partnerów instytucjonalnych współpracujących z [nazwą instytucji] w zakresie przygotowania społeczeństwa na zagrożenia [nazwy partnerów].

Dokument stanowi punkt odniesienia przy opracowywaniu szczegółowych planów komunikacji ryzyka oraz kampanii tematycznych, realizowanych zgodnie z zakresem kompetencji poszczególnych jednostek.

### Granice zastosowania strategii

Strategia Komunikacji Ryzyka nie obejmuje:

- komunikacji prowadzonej w trakcie sytuacji kryzysowych,
- komunikatów alarmowych i ostrzegawczych uruchamianych w ramach reagowania,
- działań informacyjnych związanych z zarządzaniem kryzysem i odbudową po zdarzeniu.

W momencie wystąpienia rzeczywistego kryzysu działania komunikacyjne prowadzone są zgodnie z odrębnymi procedurami i dokumentami.

## 3

# PODSTAWOWE POJĘCIA

Strategia powinna zawierać zestaw definicji niezbędnych do wspólnego rozumienia terminologii w organizacji i w kontaktach międzyinstytucjonalnych. Ujednolicenie terminów ogranicza ryzyko błędnych interpretacji i wspiera jednolitość przekazów.

## Przykład do wykorzystania i adaptacji

Niniejszy rozdział wprowadza jednolity zestaw pojęć stosowanych w Strategii Komunikacji Ryzyka [nazwa instytucji]. Ich wspólne rozumienie jest niezbędne do zapewnienia spójności działań informacyjnych, ograniczenia ryzyka błędnych interpretacji oraz utrzymania jednolitego przekazu zarówno wewnątrz instytucji, jak i w kontaktach międzyinstytucjonalnych.

Pojęcia te powinny być stosowane konsekwentnie we wszystkich dokumentach, materiałach informacyjnych, kampaniach edukacyjnych oraz w komunikacji z partnerami.

## Kluczowe pojęcia

- **Dezinformacja (w kontekście ryzyka)** – celowe rozpowszechnianie fałszywych lub wprowadzających w błąd informacji na temat zagrożeń, które może prowadzić do błędnego postrzegania ryzyka, nieadekwatnych reakcji lub spadku zaufania do instytucji publicznych. Komunikacja ryzyka dąży do ograniczania podatności na dezinformację poprzez dostarczanie rzetelnych i zrozumiałych informacji.
- **Działania edukacyjno-informacyjne** – planowane inicjatywy mające na celu przekazywanie wiedzy na temat zagrożeń oraz sposobów przygotowania się na nie, realizowane m.in. poprzez kampanie, materiały informacyjne, szkolenia, publikacje lub współpracę z mediami.
- **Instytucja wiodąca** – podmiot odpowiedzialny za koordynację działań informacyjnych w danym kryzysie, wynikającą z jego kompetencji lub decyzji organizacyjnych.
- **Komunikacja kryzysowa** – skoordynowany i intensywny proces informowania, wyjaśniania oraz formułowania zaleceń w odpowiedzi na zdarzenie lub sytuację kryzysową wynikającą z materializacji zagrożenia. Jej celem jest ograniczenie skutków kryzysu, ochrona życia i zdrowia, wsparcie działań służb i instytucji oraz utrzymanie zaufania publicznego poprzez szybkie, rzetelne i spójne komunikowanie w warunkach niepewności, presji czasu i wzmożonej uwagi opinii publicznej.
- **Komunikacja ryzyka** – proces wymiany informacji i opinii na temat zagrożeń i ryzyka pomiędzy instytucjami publicznymi, ekspertami, mediami, społeczeństwem oraz innymi interesariuszami. Jej celem jest nie tylko informowanie, lecz także budowanie zaufania, wyjaśnianie niepewności, wspieranie świadomego podejmowania decyzji oraz kształtowanie postaw opartych na zrozumieniu i odpowiedzialności.

- **Kryzys** – sytuacja wymagająca natychmiastowych działań komunikacyjnych, związana z realnym lub bezpośrednio zagrażającym zdarzeniem, które zakłóca normalne funkcjonowanie instytucji, społeczności lub państwa.
- **Misinformacja** – niezamierzone rozpowszechnianie fałszywych informacji, wynikające np. z braku wiedzy, niepełnych danych lub błędnej interpretacji.
- **Niepewność** – nieodłączny element każdej sytuacji ryzyka, wynikający z ograniczonej wiedzy, braku danych, zmiennych okoliczności lub nieprzewidywalności zdarzeń.
- **Odbiorcy komunikacji ryzyka** – osoby, grupy lub instytucje, do których kierowane są przekazy dotyczące ryzyka. Mogą to być m.in. obywatele, społeczności lokalne, grupy wrażliwe, liderzy opinii, media, organizacje społeczeństwa obywatelskiego, przedsiębiorcy, eksperci oraz inni interesariusze.
- **Odporność społeczna** – zdolność społeczeństwa do świadomego funkcjonowania w warunkach ryzyka, oparta na rozumieniu zagrożeń, przygotowaniu na nie oraz spokojnym i odpowiedzialnym reagowaniu. Odporność społeczna budowana jest m.in. poprzez długofalową komunikację ryzyka.
- **Postrzeganie ryzyka** – sposób, w jaki jednostki lub grupy społeczne postrzegają zagrożenie, często niezależnie od rzeczywistego prawdopodobieństwa i skali ryzyka. Postrzeganie ryzyka zależy m.in. od poziomu wiedzy, wcześniejszych doświadczeń, zaufania do źródła informacji, emocji, wartości, kultury, języka oraz kontekstu społecznego. Komunikacja ryzyka powinna uwzględniać te różnice i odnosić się do specyficznych obaw grup docelowych.
- **Przygotowanie (gotowość)** – zestaw działań podejmowanych przez osoby, społeczności lub instytucje przed wystąpieniem zagrożenia, mających na celu ograniczenie jego potencjalnych skutków. W kontekście komunikacji ryzyka przygotowanie obejmuje m.in. znajomość zalecanych procedur, posiadanie podstawowych zasobów oraz świadomość możliwych scenariuszy.
- **Ryzyko** – połączenie prawdopodobieństwa wystąpienia zagrożenia oraz konsekwencji, jakie może ono spowodować. Może dotyczyć różnych obszarów, w tym zdrowia, środowiska, infrastruktury, porządku publicznego lub bezpieczeństwa informacyjnego.
- **Wczesna komunikacja ryzyka** – działania komunikacyjne podejmowane na podstawie prognoz, analiz i sygnałów ostrzegawczych przed materializacją zagrożenia. Ich celem jest umożliwienie odbiorcom wcześniejszego przygotowania się.
- **Zagrożenie** – zdarzenie, zjawisko lub działanie, które może prowadzić do strat, szkód lub zakłóceń. Może mieć charakter naturalny (np. powódź, huragan), technologiczny (np. awaria sieci energetycznej), zdrowotny (np. epidemia), społeczny (np. dezinformacja, panika) lub hybrydowy (np. skoordynowane działania destabilizujące z wykorzystaniem wielu narzędzi jednocześnie).
- **Zaufanie** – przekonanie, że instytucje publiczne, eksperci i źródła informacji działają w interesie publicznym oraz są wiarygodne, kompetentne i uczciwe.

## 4

# RAMY PRAWNE I INSTYTUCJONALNE

Każda instytucja powinna wskazać regulacje prawne i dokumenty strategiczne, które determinują jej odpowiedzialność w obszarze komunikacji ryzyka (ustawy, rozporządzenia, kompetencje ustawowe, procedury wewnętrzne). Uporządkowanie podstaw prawnych ułatwia prawidłowe projektowanie procesów komunikacji.

### Przykład do wykorzystania i adaptacji

Niniejszy rozdział porządkuje podstawy prawne i instytucjonalne realizacji komunikacji ryzyka przez [nazwa instytucji]. Wskazanie obowiązujących regulacji oraz dokumentów strategicznych pozwala jednoznacznie określić zakres odpowiedzialności instytucji, właściwe kompetencje oraz ramy działania w obszarze informowania i edukowania o zagrożeniach.

Uporządkowanie podstaw prawnych stanowi punkt wyjścia do projektowania spójnych, zgodnych z prawem i skutecznych procesów komunikacji ryzyka.

Działania [nazwa instytucji] w zakresie komunikacji ryzyka realizowane są w oparciu o obowiązujące regulacje i przepisy prawa, w szczególności:

- Ustawę z dnia 26 kwietnia 2007 r. o zarządzaniu kryzysowym,
- Ustawę z dnia 5 grudnia 2024 r. o ochronie ludności i obronie cywilnej,
- przepisy sektorowe regulujące działalność [nazwa instytucji], określające jej kompetencje w zakresie identyfikacji i komunikowania ryzyk,
- przepisy dotyczące dostępności informacji publicznej, ochrony danych osobowych oraz zasad komunikacji z obywatelami,
- Krajowy Plan Zarządzania Kryzysowego – w zakresie zapobiegania i przygotowania (część A),
- krajowe i sektorowe dokumenty dot. bezpieczeństwa, ochrony ludności lub odporności,
- dokumenty Unii Europejskiej dotyczące przygotowania i odporności,
- międzynarodowe ramy i rekomendacje w zakresie komunikacji ryzyka (np. Sendai Framework, wytyczne WHO dotyczące komunikacji ryzyka),
- dokumenty wewnętrzne:
  - regulaminy organizacyjne i zakresy zadań komórek odpowiedzialnych za komunikację,
  - wewnętrzne procedury planowania i realizacji kampanii informacyjnych,
  - zasady współpracy pomiędzy komórkami merytorycznymi a zespołami komunikacyjnymi.

## 5

# INSTYTUCJE I JEDNOSTKI ODPOWIEDZIALNE ZA REALIZACJĘ STRATEGII

Należy określić, które komórki organizacyjne odpowiadają za poszczególne działania, np. rzecznik prasowy, biuro prasowe, wydziały zarządzania kryzysowego, centra operacyjne, zespoły ds. mediów społecznościowych i komunikacji. Instytucja powinna opisać rolę, zakres odpowiedzialności oraz sposób koordynacji między nimi.

## Przykład do wykorzystania i adaptacji

Niniejszy rozdział określa strukturę odpowiedzialności za realizację Strategii Komunikacji Ryzyka [nazwa instytucji], wskazując kluczowe komórki organizacyjne, ich role oraz zasady koordynacji działań informacyjnych i edukacyjnych prowadzonych przed wystąpieniem sytuacji kryzysowej. Jasne przypisanie odpowiedzialności ma na celu zapewnienie spójności przekazu, ciągłości działań oraz efektywnego wykorzystania kompetencji poszczególnych jednostek.

**Rzecznik prasowy lub biuro prasowe** pełni rolę głównego koordynatora komunikacji zewnętrznej w obszarze komunikacji ryzyka i odpowiada za:

- kształtowanie i realizację przekazów dotyczących ryzyk w przestrzeni publicznej,
- zapewnienie spójności języka i narracji w komunikatach kierowanych do społeczeństwa i mediów,
- współpracę z mediami w zakresie tematów związanych z zagrożeniami i przygotowaniem,
- udział w planowaniu kampanii informacyjnych i edukacyjnych,
- koordynację komunikacji ryzyka z innymi instytucjami na etapie przygotowania.

**Zespoły odpowiedzialne za komunikację cyfrową i media społecznościowe** [wskazana komórka/funkcja] realizują zadania polegające na:

- przygotowywaniu i dystrybucji treści edukacyjnych dotyczących ryzyk,
- dostosowywaniu formy przekazu do specyfiki kanałów cyfrowych,
- monitorowaniu reakcji odbiorców i postrzegania ryzyka w przestrzeni informacyjnej,
- wspieraniu działań zwiększających zasięg i zrozumienie przekazów.

**Jednostki terenowe lub podległe instytucje** [wskazana komórka/ funkcja]:

- adaptują przekazy do kontekstu lokalnego,
- prowadzą działania informacyjne i edukacyjne na poziomie regionalnym lub lokalnym,
- współpracują z samorządami, organizacjami społecznymi i mediami lokalnymi,
- przekazują informacje zwrotne dotyczące potrzeb i reakcji odbiorców.

**Komórki merytoryczne właściwe dla obszaru działania instytucji** [wskazana komórka/ funkcja] odpowiadają za:

- identyfikację i analizę ryzyk mieszczących się w zakresie kompetencji instytucji,
- dostarczanie rzetelnych danych, prognoz i ocen eksperckich,
- współtworzenie treści merytorycznych do działań informacyjnych i edukacyjnych,
- sygnalizowanie okresów podwyższonego ryzyka wymagających intensyfikacji działań komunikacyjnych.

**Komórki zarządzania kryzysowego/ centra operacyjne** [wskazana komórka/ funkcja] uczestniczą w realizacji strategii w zakresie:

- monitorowania zagrożeń i przekazywania informacji o sygnałach podwyższonego ryzyka,
- wspierania planowania działań komunikacji ryzyka na podstawie analiz i prognoz,
- udziału w ćwiczeniach i działaniach edukacyjnych dotyczących przygotowania społeczeństwa.

### **Zasady koordynacji działań**

Koordynacja komunikacji ryzyka odbywa się w oparciu o następujące zasady:

- każda jednostka wewnętrzna realizuje działania zgodnie ze swoimi kompetencjami,
- przekazy są uzgadniane na etapie planowania, a nie dopiero po publikacji,
- komunikacja ryzyka ma charakter ciągły i zaplanowany,
- w przypadku tematów przekrojowych stosuje się uzgodnienia międzyinstytucjonalne.

### **Odpowiedzialność za nadzór nad realizacją strategii**

Nadzór nad realizacją Strategii Komunikacji Ryzyka sprawuje [wskazana komórka/ funkcja], odpowiedzialna za:

- monitorowanie realizacji działań,
- inicjowanie aktualizacji strategii,
- koordynowanie współpracy wewnętrznej i zewnętrznej w obszarze komunikacji ryzyka.

# 6

# ANALIZA RYZYK

Analiza ryzyka jest nieodłączną częścią, która wpływa na proces zarządzania ryzykiem. Obejmuje ocenę prawdopodobieństwa i skutki wystąpienia ryzyka. Instytucja powinna zidentyfikować istotne zagrożenia właściwe dla swojej działalności lub obszaru terytorialnego. Element ten tworzy podstawę do planowania odpowiednich treści, formatów i narzędzi.

## Przykład do wykorzystania i adaptacji

Celem niniejszego rozdziału jest identyfikacja kluczowych ryzyk właściwych dla [nazwa instytucji] lub obszaru jej działania. Analiza ta stanowi podstawę do planowania treści, form i narzędzi komunikacyjnych, a także do ustalania priorytetów działań informacyjnych i edukacyjnych.

### **Identyfikacja ryzyk**

[nazwa instytucji] identyfikuje ryzyka w oparciu o:

- analizy własne i dane eksperckie,
- Krajowy Plan Zarządzania Kryzysowego,
- prognozy i raporty instytucji wyspecjalizowanych,
- doświadczenia z wcześniejszych zdarzeń,
- specyfikę obszaru terytorialnego lub sektora,
- *inne...*

Ryzyka analizowane są w podejściu all-hazards, z uwzględnieniem zagrożeń naturalnych, technologicznych, zdrowotnych, środowiskowych oraz informacyjnych – w zakresie kompetencji instytucji.

Zidentyfikowane ryzyka są następnie priorytetyzowane z uwzględnieniem:

- prawdopodobieństwa wystąpienia,
- potencjalnych skutków społecznych,
- stopnia podatności odbiorców,
- możliwości przygotowania społeczeństwa poprzez działania komunikacyjne,
- *inne...*

Priorytet w komunikacji ryzyka nadawany jest zagrożeniom:

- powtarzalnym i sezonowym,
- przewidywalnym na podstawie prognoz,
- wymagającym wcześniejszego przygotowania odbiorców,
- *inne...*

Zidentyfikowana lista ryzyk (przykładowa):

- powódź i powódź błyskawiczna
- fale upałów i zagrożenia zdrowotne z nimi związane
- silne mrozy i długotrwałe okresy niskich temperatur
- silny wiatr, wichury i trąby powietrzne
- intensywne opady śniegu i zamiecie
- awarie infrastruktury energetycznej (blackout)
- skażenie wody pitnej
- zdarzenia chemiczne i środowiskowe (wycieki, emisje)
- zagrożenia epidemiologiczne i sanitarne
- dezinformacja i panika informacyjna w sytuacjach zagrożeń
- *inne...*

Zagrożenie	Prawdopodobieństwo wystąpienia	Potencjalne skutki społeczne	Podatność odbiorców	Możliwość przygotowania społeczeństwa poprzez komunikację
Powódź i powódź błyskawiczna	Wysokie	Bardzo wysokie (zagrożenie życia, mienia, ewakuacje, stres)	Wysoka (zaskoczenie, lokalność zjawiska)	Bardzo wysoka (edukacja, checklisty, mapy ryzyka, plany rodzinne)
Fale upałów	Wysokie	Wysokie (zagrożenia zdrowotne, przeciążenie systemów)	Wysoka (seniorzy, dzieci, osoby chore)	Wysoka (profilaktyka, rekomendacje zdrowotne, planowanie dnia)
Silne mrozy	Średnie	Średnie-wysokie (wychłodzenia, awarie, bezdomność)	Średnia	Wysoka (proste zasady bezpieczeństwa, wsparcie sąsiedzkie)
Silny wiatr, wichury	Średnie	Średnie (uszkodzenia infrastruktury, przerwy w dostawach)	Średnia	Średnia-wysoka (zabezpieczenie mienia, zachowania prewencyjne)
Intensywne opady śniegu	Średnie	Średnie (paraliż komunikacyjny, izolacja lokalna)	Średnia	Wysoka (przygotowanie domów, transportu, zapasów)

Zagrożenie	Prawdopodobieństwo wystąpienia	Potencjalne skutki społeczne	Podatność odbiorców	Możliwość przygotowania społeczeństwa poprzez komunikację
Awarie energetyczne (blackout)	Średnie	Wysokie (brak ogrzewania, wody, łączności)	Wysoka	Wysoka (pakiety awaryjne, informacja o zachowaniu bez prądu)
Skażenie wody pitnej	Niskie-średnie	Wysokie (zagrożenia zdrowotne, panika)	Wysoka	Wysoka (jasne komunikaty, instrukcje „co robić / czego nie robić”)
Zdarzenia chemiczne i środowiskowe	Niskie	Wysokie lokalnie	Wysoka (brak wiedzy specjalistycznej)	Średnia (ogólne zasady, zaufanie do źródeł oficjalnych)
Zagrożenia epidemiologiczne	Niskie-średnie	Bardzo wysokie (zdrowie publiczne, długotrwałe skutki)	Wysoka	Wysoka (edukacja, zachowania ochronne, walka z dezinformacją)
Dezinformacja i panika informacyjna	Wysokie	Wysokie (chaos informacyjny, utrata zaufania)	Bardzo wysoka	Bardzo wysoka (prebunking, wskazanie źródeł, szybkie wyjaśnienia)

### Ocenę ryzyka przeprowadzamy oddzielnie dla każdego z zagrożeń

Ocena ryzyka jest analizowana z perspektywy komunikacji ryzyka, a nie prawdopodobieństwa operacyjnego wystąpienia zdarzeń. Kluczowym kryterium jest tu możliwość wpływu komunikacyjnego na zachowania odbiorców oraz ograniczenie skutków społecznych zagrożeń.

# 7 GRUPY DOCELOWE

Należy opisać grupy, do których kierowane będą komunikaty: mieszkańcy, turyści, kierowcy, dzieci, seniorzy, osoby z niepełnosprawnościami, przedsiębiorcy itp. Segmentacja pomaga przygotować przekazy dopasowane do potrzeb i możliwości poznawczych poszczególnych grup.

## Przykład do wykorzystania i adaptacji

Celem segmentacji odbiorców jest zapewnienie, aby komunikaty dotyczące ryzyk były dopasowane do realnych potrzeb, możliwości poznawczych oraz codziennych uwarunkowań poszczególnych grup. Skuteczna komunikacja ryzyka wymaga różnicowania treści, języka i formy przekazu – jeden komunikat nie odpowiada wszystkim odbiorcom.

## **Główne grupy odbiorców**

Na potrzeby Strategii Komunikacji Ryzyka [nazwa instytucji] wyróżnia się następujące podstawowe grupy odbiorców:

- mieszkańcy:
  - osoby stale zamieszkujące dany obszar, narażone na ryzyka występujące cyklicznie lub lokalnie.
  - potrzeby: zrozumienie ryzyka, przygotowanie domu i rodziny,
  - forma przekazu: jasne instrukcje, lokalny kontekst,
- dzieci i młodzież:
  - odbiorcy wymagający odrębnych form edukacji.
  - potrzeby: zrozumienie ryzyka poprzez przykład i zabawę,
  - forma przekazu: proste historie, ilustracje, animacje,
- seniorzy:
  - osoby o zróżnicowanych możliwościach poznawczych i dostępie do technologii.
  - potrzeby: spokojny, czytelny przekaz,
  - forma przekazu: większa czcionka, brak pośpiechu, powtarzalność,
- osoby z niepełnosprawnościami:
  - odbiorcy wymagający zapewnienia dostępności komunikacji.
  - potrzeby: pełna dostępność treści,
  - forma przekazu: zgodna ze standardami dostępności,

- *inne...*:
  - X
  - potrzeby: Y
  - forma przekazu: Z

W komunikacji ryzyka dla poszczególnych grup stosuje się następujące zasady:

- prostota języka i unikanie żargonu,
- koncentracja na tym, co odbiorca może zrobić,
- dostosowanie formy do możliwości percepcyjnych,
- uwzględnienie barier językowych i technologicznych,
- powtarzalność kluczowych informacji,
- *inne...*

Segmentacja odbiorców stanowi podstawę do:

- projektowania kampanii informacyjnych i edukacyjnych,
- doboru formatów (tekst, grafika, wideo),
- wyboru kanałów komunikacji,
- planowania harmonogramów działań,
- *inne...*

## 8

# KANAŁY I NARZĘDZIA KOMUNIKACJI

Instytucja powinna wskazać, które kanały wykorzystuje i w jakich sytuacjach. Mogą to być: media tradycyjne, media społecznościowe, strony internetowe, Alert RCB, aplikacje mobilne, newslettery, komunikacja bezpośrednia czy współpraca z lokalnymi mediami. Opis kanałów powinien także uwzględniać specyfikę odbiorców.

### Przykład do wykorzystania i adaptacji

Celem niniejszego rozdziału jest wskazanie kanałów i narzędzi wykorzystywanych przez [nazwa instytucji] w komunikacji ryzyka oraz określenie zasad ich doboru w zależności od rodzaju ryzyka i grupy odbiorców. Skuteczność komunikacji ryzyka zależy nie tylko od treści, lecz również od właściwego doboru kanału, dostosowanego do potrzeb i możliwości percepcyjnych odbiorców.

W doborze kanałów komunikacji ryzyka stosuje się następujące zasady:

- kanał jest dopasowany do konkretnej grupy odbiorców,
- treść jest dostosowana do możliwości poznawczych i sposobu korzystania z mediów przez odbiorcę,
- stosuje się różnorodność kanałów, aby zwiększyć zasięg i zrozumienie przekazu,
- komunikacja ryzyka ma charakter planowy i powtarzalny, a nie incydentalny,
- *inne...*

Instytucja zapewnia, aby komunikacja ryzyka była:

- dostępna dla osób z niepełnosprawnościami,
- zrozumiała dla osób nieposługujących się językiem polskim,
- dostosowana do różnych poziomów kompetencji cyfrowych,
- dostępna dla osób z ograniczonym dostępem do internetu,
- zrozumiała dla osób w każdym wieku,
- *inne...*

## **Główne kanały i narzędzia komunikacji**

### **Media tradycyjne (telewizja, radio, prasa)**

Wykorzystywane do:

- przekazywania informacji o ryzykach o szerokim zasięgu społecznym,
- docierania do odbiorców o ograniczonym dostępie do internetu,
- wzmacniania wiarygodności przekazu.

Główne grupy odbiorców: mieszkańcy, seniorzy.

### **Media społecznościowe**

Wykorzystywane do:

- prowadzenia działań edukacyjnych i kampanii tematycznych,
- wyjaśniania ryzyk w formie przystępnej i wizualnej,
- budowania dialogu i odpowiadania na pytania.

Główne grupy odbiorców: mieszkańcy, młodzież.

### **Komunikacja bezpośrednia i lokalna**

Wykorzystywana do:

- dotarcia do odbiorców o ograniczonym dostępie do mediów cyfrowych,
- prowadzenia działań edukacyjnych w społecznościach lokalnych,
- wzmacniania zaufania do instytucji.

Główne grupy odbiorców: seniorzy, osoby z niepełnosprawnościami, mieszkańcy.

9

# PRZYKŁADOWE SCENARIUSZE

## Przykład do wykorzystania i adaptacji

Na podstawie przeprowadzonej analizy ryzyka zidentyfikowano X kluczowych obszarów zagrożeń. Dla każdego z nich opracowano scenariusz komunikacji ryzyka, obejmujący opis charakteru zagrożenia i możliwego zdarzenia, główne przesłanie komunikacyjne oraz kluczowe przekazy kierowane do odbiorców.

Scenariusze zawierają również przykładowy komunikat prasowy, zestaw najczęściej pojawiających się pytań dziennikarskich wraz z rekomendowanymi odpowiedziami, a także propozycje konkretnych działań komunikacyjnych, uwzględniających dobór kanałów komunikacji oraz segmentację odbiorców.

Tak przygotowane scenariusze stanowią praktyczne narzędzie wspierające planowanie i realizację działań informacyjnych i edukacyjnych w ramach komunikacji ryzyka.

## Scenariusz 1: Dolina rzeki Y – narastające ryzyko powodzi

### Przykład do wykorzystania i adaptacji

#### Opis zdarzenia

W dolinie rzeki Y od dłuższego czasu obserwuje się niepokojące zmiany. Coraz częściej dochodzi do gwałtownych zjawisk pogodowych, które wpływają na zachowanie rzeki. W jej górnym biegu – tam, gdzie rzeka ma swoje źródła – występują intensywne, krótkotrwałe opady. Woda spływa z dużą siłą, podnosząc poziom rzeki w bardzo krótkim czasie.

Środkowy i dolny odcinek rzeki coraz częściej doświadcza suszy. Wyschnięta gleba nie jest w stanie zatrzymać wody, gdy w końcu pojawia się deszcz. Zamiast wsiąkać, woda natychmiast spływa po powierzchni, zwiększając ryzyko lokalnych podtopień i przeciążenia koryta rzeki.

Zabudowa terenu pogłębia problem. W miejscu dawnych łąk i rozlewisk powstają osiedla, parkingi i drogi. Naturalne bariery zostały zastąpione przez infrastrukturę, która nie zatrzymuje wody. Kanały i rowy odwadniające są coraz częściej zarośnięte lub niedrożne. Wały przeciwpowodziowe nie zawsze są w dobrym stanie technicznym, a regularna kontrola wielu z nich została zaniechana.

W przypadku dłuższych opadów deszczu lub nagłej burzy, sytuacja może bardzo szybko się pogorszyć. Woda znacznie gromadzić się w najniższej położonych częściach miejscowości, zalewając piwnice, ulice i skrzyżowania. W niektórych rejonach może dojść do powodzi błyskawicznej – zjawiska, które następuje tak szybko, że mieszkańcy mają bardzo mało czasu na reakcję.

W perspektywie najbliższych lat ryzyko będzie rosnąć. Klimat się zmienia, a ekstremalne zjawiska pogodowe występują coraz częściej. Z każdym kolejnym sezonem zagrożenie przestaje być hipotetyczne – staje się realnym wyzwaniem dla mieszkańców i władz lokalnych.

#### Główne przesłanie

Zmiany klimatyczne i postępująca urbanizacja zwiększają ryzyko powodzi błyskawicznych i podtopień w dolinie rzeki Y. Choć nie jesteśmy w stanie ich całkowicie wyeliminować, możemy się na nie przygotować i ograniczyć ich skutki. Im wcześniej to zrozumiemy, tym lepiej ochronimy siebie i naszą społeczność.



## Przekazy

- **Zjawiska hydrologiczne zmieniają się, co widać już teraz.**

Rzeka Y zachowuje się inaczej niż jeszcze 10-15 lat temu. Opady są krótsze, ale gwałtowniejsze. Gleba coraz częściej nie wchłania wody, a to zwiększa ryzyko powodzi.

- **Zabudowane tereny nie zatrzymują wody.**

Nowe osiedla, drogi i place uszczelniają powierzchnię – przez co woda nie wsiąka, lecz szybko spływa, przeciążając systemy odwadniające.

- **Naturalne bariery znikają – a wraz z nimi znika bufor bezpieczeństwa.**

Mokradła, rozlewiska i stare kanały odprowadzające wodę są zasypywane lub zaniedbane. Brakuje miejsc, gdzie woda mogłaby się zatrzymać.

- **Zagrożenie dotyczy wszystkich – niezależnie od tego, czy mieszkasz tu od lat, czy dopiero się wprowadziłeś.**

Powodzie błyskawiczne mogą zaskoczyć każdego, zwłaszcza w nisko położonych dzielnicach lub w pobliżu małych, zapomnianych cieków wodnych.

- **Nie trzeba panikować – ale trzeba mówić otwarcie o ryzyku.**

To nie katastrofa, a ostrzeżenie. Warto wiedzieć, co może się zdarzyć i jak się przygotować, zanim przyjdzie kolejna burza.

- *inne...*

## Komunikat prasowy

Dolina rzeki Y pod presją pogody. Powodzie błyskawiczne stają się realnym zagrożeniem – warto wiedzieć, co to znaczy i jak się przygotować.

W ostatnich latach mieszkańcy doliny rzeki Y coraz częściej obserwują gwałtowne zmiany pogody – krótkie, intensywne burze, nagły przybór wody, a potem długie tygodnie bez opadów. Choć brzmi to jak kaprys natury, w rzeczywistości mamy do czynienia z narastającym ryzykiem hydrologicznym, które może dotknąć każdego, kto mieszka w pobliżu rzek, rowów melioracyjnych lub w zagłębieniach terenu.

Specjaliści ostrzegają przed tzw. powodziami błyskawicznymi – to zjawiska, w których po intensywnym deszczu woda spływa z dużą prędkością, zalewając ulice, piwnice i podwórka nawet w ciągu kilkunastu minut. Ryzyko ich wystąpienia rośnie zwłaszcza tam, gdzie:

- gleba jest sucha i nieprzepuszczalna,
- teren został zabudowany, np. nowymi drogami, parkingami i osiedlami,
- brakuje rowów i kanałów odprowadzających nadmiar wody,
- rzeka ma wąskie koryto i nie ma naturalnych rozlewisk.

W przypadku doliny rzeki Y te wszystkie czynniki już dziś występują jednocześnie. Coraz mniej wody zatrzymuje się w glebie, a coraz więcej spływa po powierzchni, przeciążając systemy odwadniające i zwiększając zagrożenie podtopień, nawet w miejscach, które wcześniej uchodziły za bezpieczne.

„Warto zrozumieć, że to nie jest sprawa przyszłości – to się już dzieje. Zmieniliśmy krajobraz, klimat się ociepla, a ekstremalne zjawiska pogodowe występują częściej. Musimy zacząć myśleć o wodzie jako o czynniku ryzyka, nie tylko o zasobie” – mówi rzeczniczka X.

Jakie są proste zasady, które warto znać?


- Woda zawsze szuka najniższego punktu – dlatego najbardziej zagrożone są piwnice, podwórka i ulice w zagłębieniach.
- Uszczelniona powierzchnia (np. asfalt, kostka brukowa) przyspiesza spływ wody.
- Zatkany rów czy kanał może przesądzić o lokalnym podtopieniu.
- Nawet jeśli mieszkasz daleko od rzeki – możesz być w strefie zagrożenia, jeśli deszcz nie ma gdzie odpłynąć.


Nie chodzi o wzbudzenie niepokoju, lecz o świadome podejście do ryzyka. Powodzie błyskawiczne są trudne do przewidzenia, ale im więcej wiemy, tym lepiej możemy się przygotować. Zadbajmy wspólnie o bezpieczeństwo – zaczynając od wiedzy.


W związku z tym prowadzimy szereg działań edukacyjnych, skierowanych do mieszkańców, szkół, samorządów i lokalnych instytucji. W ramach kampanii informacyjnej organizowane są m.in. warsztaty, spotkania z ekspertami, szkolenia dla urzędników oraz materiały multimedialne.

Dokładny plan działań edukacyjnych dostępny jest tutaj: <TUTAJ>

Kontakt dla mediów:

 tel. XXX-XXX-XXX

 XYZ@XYZ.gov.pl

 [www.gov.pl/XYX](http://www.gov.pl/XYX)

## Potencjalne pytania i sugerowane odpowiedzi

- **Czy mieszkańcy powinni się już obawiać powodzi?**

Na obecnym etapie mówimy o podwyższonym ryzyku, nie o bezpośrednim zagrożeniu. Widzimy, że czynniki takie jak intensywne opady w górnym biegu rzeki, przesuszona gleba czy zabudowa terenów zalewowych zwiększają prawdopodobieństwo lokalnych podtopień. Naszą rolą jest informować z wyprzedzeniem, aby mieszkańcy byli świadomi tych zjawisk i wiedzieli, jak się przygotować – na tym polega komunikacja ryzyka.

- **Co konkretnie oznacza „narastające ryzyko”? Czy jest powód do niepokoju?**

„Narastające ryzyko” oznacza, że warunki sprzyjające powstaniu powodzi występują częściej i coraz częściej się kumulują. Nie oznacza to, że powódź wydarzy się jutro, ale że scenariusz taki staje się bardziej prawdopodobny niż jeszcze kilka lat temu. Komunikujemy o tym teraz, aby mieszkańcy mieli czas na spokojne przygotowanie się i dostosowanie do zmieniających się warunków.

- **Jakie działania powinni podjąć sami mieszkańcy już teraz?**

Warto śledzić lokalne komunikaty pogodowe i hydrologiczne oraz zadbać o drożność rynien i odpływów wokół domu. Mieszkańcy mogą również przygotować się na wypadek podtopień: sprawdzić, gdzie w razie potrzeby można przeparkować samochód w wyżej położone miejsce, zabezpieczyć piwnicę i najcenniejsze rzeczy oraz mieć przygotowany podstawowy zestaw na sytuacje awaryjne, w tym plecak ewakuacyjny na wypadek konieczności ewakuacji. Takie działania zwiększają bezpieczeństwo i pomagają ograniczyć skutki intensywnych opadów.

- **Co instytucje planują zrobić, aby zmniejszyć ryzyko w najbliższych latach?**

Instytucje odpowiedzialne za gospodarkę wodną i infrastrukturę prowadzą analizy oraz planują działania techniczne i środowiskowe, które mogą ograniczać ryzyko w przyszłości.

- **Dlaczego dopiero teraz mówicie o narastającym zagrożeniu?**

Sytuację hydrologiczną monitorujemy na bieżąco. To nie jest sygnał alarmowy, ale etap, w którym zachodzi kumulacja czynników zwiększających ryzyko. Informujemy o tym teraz, ponieważ jest to najlepszy moment, aby mieszkańcy mogli spokojnie przygotować się do sezonu i dostosować do warunków, które zmieniają się z roku na rok.

- **Czy klimat rzeczywiście wpływa na zwiększenie ryzyka powodzi w naszym regionie?**

Tak, obserwujemy większą częstotliwość intensywnych, krótkotrwałych opadów, a jednocześnie dłuższe okresy suszy. Te zmiany wpływają na zachowanie rzek i zwiększają ryzyko gwałtownych zjawisk, szczególnie w dolinach rzecznych. Dlatego tak ważna jest edukacja mieszkańców i działanie z wyprzedzeniem.

- *inne...*

## Scenariusz 2: Wystąpienie epidemii grypy lub wirusa

### Przykład do wykorzystania i adaptacji

#### Opis zdarzenia



Wraz ze zbliżającym się okresem jesienno-zimowym naturalnie rośnie prawdopodobieństwo wystąpienia sezonowych infekcji układu oddechowego, w tym grypy oraz innych wirusów grypopodobnych. Warunki pogodowe charakterystyczne dla tej pory roku, niższe temperatury, częstsze przebywanie w zamkniętych pomieszczeniach i mniejsza cyrkulacja powietrza, sprzyjają sytuacjom, w których wirusy mogą łatwiej się przenosić.

Eksperti podkreślają, że w miejscach o dużej liczbie codziennych kontaktów międzyludzkich, takich jak szkoły, przedszkola, zakłady pracy czy transport publiczny, ryzyko pojawienia się infekcji może być wyższe niż w innych okresach roku. Wpływ na to mają także czynniki takie jak zmienność pogody, obniżona odporność po lecie czy zwiększona mobilność mieszkańców w okresie zimowym.

W tej sytuacji istotne jest, aby mieszkańcy byli świadomi, że możliwość wzrostu zachorowań w sezonie zimowym jest zjawiskiem typowym i przewidywalnym. To dobry moment, aby przypomnieć o prostych działaniach, które ograniczają ryzyko infekcji. Należy dbać o higienę rąk, wietrzyć pomieszczenia, unikać bliskiego kontaktu z osobami przeziębionymi oraz reagować odpowiedzialnie na pierwsze objawy gorszego samopoczucia, na przykład pozostając w domu. Ważne jest również zwrócenie uwagi na potrzeby osób szczególnie narażonych, takich jak seniorzy, dzieci czy osoby z osłabioną odpornością.

W najbliższych tygodniach instytucje zdrowia publicznego będą prowadzić komunikację o charakterze edukacyjnym, aby zwiększyć świadomość i przygotowanie społeczne przed sezonem infekcyjnym. Nie chodzi o alarmowanie, lecz o spokojne podniesienie czujności i przypomnienie zasad, które pomagają zmniejszać możliwość rozprzestrzeniania się wirusów w okresie zimowym.

#### Główne przesłanie

Wraz ze zbliżającym się sezonem zimowym rośnie możliwość zwiększonej liczby infekcji układu oddechowego, w tym grypy i wirusów grypopodobnych. To zjawisko charakterystyczne dla tej pory roku, kiedy warunki sprzyjają łatwiejszemu przenoszeniu wirusów, dlatego ważne jest, aby mieszkańcy byli świadomi potencjalnych zagrożeń i wiedzieli, jak ograniczać ryzyko zachorowania poprzez proste działania profilaktyczne.

## Przekazy

- **Zima sprzyja infekcjom, ale to zjawisko przewidywalne.**

Niższe temperatury i częstsze przebywanie w zamkniętych pomieszczeniach tworzą warunki, w których wirusy mogą łatwiej się przenosić. To naturalny element sezonu, który co roku wiąże się z możliwością wzrostu zachorowań.

- **Mieszkańcy mogą skutecznie ograniczać ryzyko dzięki prostym działaniom.**

Dbanie o higienę rąk, wietrzenie pomieszczeń, unikanie bliskiego kontaktu z osobami przeziębionymi czy pozostawanie w domu w przypadku złego samopoczucia realnie zmniejsza prawdopodobieństwo rozprzestrzeniania się infekcji.

- **Szczególną uwagę warto zwrócić na osoby bardziej narażone.**

Zimowy sezon może być trudniejszy dla seniorów, dzieci, osób z obniżoną odpornością czy chorobami przewlekłymi. Warto zadbać o to, aby miały dostęp do rzetelnych informacji oraz wsparcia w razie potrzeby.

- **Edukacja i świadomość są niezwykle istotne przed sezonem infekcyjnym.**

Komunikacja ma charakter prewencyjny — jej celem jest przypomnienie najważniejszych zasad, które pomagają przygotować się do nadchodzącego sezonu i ograniczyć możliwość zachorowania.

- **Instytucje będą przekazywać regularne informacje.**

W nadchodzących tygodniach mieszkańcy mogą spodziewać się spokojnych, edukacyjnych komunikatów przypominających o profilaktyce oraz o sposobach ochrony zdrowia w sezonie zimowym.

- *inne...*

## Komunikat prasowy

Zbliża się sezon zimowy. Możliwość zwiększonej liczby zachorowań na grypę i wirusy rośnie – warto wiedzieć, co to oznacza i jak się przygotować.

Wraz z nadejściem chłodniejszych miesięcy zmieniają się warunki, które sprzyjają łatwiejszemu przenoszeniu wirusów układu oddechowego. W okresie jesienno-zimowym częściej przebywamy w zamkniętych pomieszczeniach, rzadziej je wietrzymy, a codzienne kontakty – w szkołach, zakładach pracy czy komunikacji publicznej – są bardziej intensywne niż latem. Te czynniki sprawiają, że możliwość wzrostu zachorowań na grypę i wirusy grypopodobne jest wyższa niż w innych porach roku.

Ekspertki zdrowia publicznego podkreślają, że nie jest to sytuacja alarmowa, lecz typowa cecha zimowego sezonu, kiedy warunki środowiskowe sprzyjają infekcjom. Warto jednak wcześniej wiedzieć, jakie czynniki mogą zwiększać ryzyko, i jak przygotować się do nadchodzących miesięcy.

Możliwość większej liczby zakażeń rośnie tam, gdzie:

- wiele osób przebywa blisko siebie w zamkniętych pomieszczeniach,
- higiena rąk i powierzchni jest ograniczona,
- wietrzenie pomieszczeń jest utrudnione przez warunki pogodowe,
- występują duże skupiska dzieci, seniorów lub osób o obniżonej odporności,
- mieszkańcy lekceważą pierwsze objawy przeziębienia i nadal uczestniczą w codziennych aktywnościach.

Choć infekcje sezonowe pojawiają się co roku, to dzięki wiedzy i podstawowym środkom ostrożności można realnie zmniejszać ryzyko ich rozprzestrzeniania się. „To dobry moment, aby przypomnieć sobie zasady, które pomagają chronić zdrowie. Mycie rąk, regularne wietrzenie pomieszczeń, unikanie bliskiego kontaktu z osobami przeziębionymi czy pozostawanie w domu w razie złego samopoczucia – to proste działania, które mają duże znaczenie” – mówi rzeczniczka X.


Co warto wiedzieć przed sezonem zimowym?


- Wirusy przenoszą się łatwiej w zamkniętych, słabo wietrzonych pomieszczeniach.
- Drobne infekcje, często lekceważone, mogą być źródłem dalszych zakażeń.
- Osoby starsze, małe dzieci i osoby z chorobami przewlekłymi są bardziej narażone na cięższy przebieg choroby.
- Wczesna profilaktyka, szczepienia i odpowiedzialne zachowania ograniczają ryzyko zachorowania.


Nie chodzi o wzbudzenie niepokoju, lecz o świadome podejście do ryzyka. Sezon zimowy wiąże się z większą podatnością na infekcje, ale im wcześniej o tym wiemy, tym lepiej możemy się przygotować – dbając zarówno o swoje zdrowie, jak i zdrowie osób w naszym otoczeniu. Zadbajmy wspólnie o bezpieczeństwo – zaczynając od wiedzy.

W związku z tym prowadzimy szereg działań edukacyjnych, skierowanych do mieszkańców, szkół, samorządów i lokalnych instytucji. W ramach kampanii informacyjnej organizowane są m.in. warsztaty, spotkania z ekspertami, szkolenia dla urzędników oraz materiały multimedialne. Dokładny plan działań edukacyjnych dostępny jest tutaj: <TUTAJ>

Kontakt dla mediów:

 tel. XXX-XXX-XXX

 XYZ@XYZ.gov.pl

 [www.gov.pl/XYX](http://www.gov.pl/XYX)

## Potencjalne pytania i sugerowane odpowiedzi

- **Czy mieszkańcy powinni obawiać się epidemii w najbliższych tygodniach?**

W tej chwili mówimy o zwiększonej możliwości wystąpienia większej liczby infekcji, co jest typowe dla sezonu zimowego. Nie ma sygnałów wskazujących na sytuację epidemiczną. Naszym celem jest wcześniejsze przypomnienie o zasadach profilaktyki, aby mieszkańcy mogli świadomie ograniczać ryzyko zachorowania.

- **Dlaczego akurat teraz informujecie o ryzyku infekcji?**

Zima sprzyja przenoszeniu wirusów układu oddechowego, dlatego to najlepszy moment, aby przypomnieć o działaniach zapobiegawczych. Komunikujemy to z wyprzedzeniem, zanim sezon infekcyjny się rozpocznie, po to, aby mieszkańcy mogli spokojnie się przygotować.

- **Czy są grupy, które powinny zachować szczególną ostrożność?**

W sezonie zimowym większą czujność powinny zachować osoby starsze, małe dzieci, kobiety w ciąży oraz osoby z chorobami przewlekłymi. Nie oznacza to, że są narażone na natychmiastowe zagrożenie – chodzi o to, że warto, aby te osoby lub ich opiekunowie zwracali większą uwagę na profilaktykę.

- **Jakie działania profilaktyczne są najskuteczniejsze?**

Najlepsze efekty dają proste, codzienne działania: regularne mycie rąk, częste wietrzenie pomieszczeń, unikanie bliskiego kontaktu z osobami z objawami infekcji oraz pozostawanie w domu w przypadku złego samopoczucia. Warto również rozważyć szczepienie przeciw grypie, szczególnie jeśli należymy do grup narażonych na cięższy przebieg choroby. Takie połączenie profilaktyki codziennej i szczepień znacząco zmniejsza ryzyko zachorowania oraz ogranicza możliwość przenoszenia wirusów na innych.

- **Co powinni zrobić mieszkańcy, którzy zauważą u siebie pierwsze objawy infekcji?**

W przypadku gorszego samopoczucia najlepiej zostać w domu, ograniczyć kontakt z innymi i zadbać o regenerację. To nie tylko chroni nas samych, lecz także zmniejsza ryzyko przeniesienia wirusa na innych, zwłaszcza osoby bardziej wrażliwe na infekcje.

- *inne...*

## Scenariusz 3: Cyberatak na usługi publiczne

### Przykład do wykorzystania i adaptacji

#### Opis zdarzenia



W ostatnich latach w krajach Unii Europejskiej obserwuje się wyraźny wzrost liczby cyberataków wymierzonych w usługi publiczne, w tym administrację samorządową, służbę zdrowia, transport, systemy edukacyjne oraz kluczową infrastrukturę cyfrową. Ataki te często polegają na czasowym blokowaniu dostępu do usług, próbach przejęcia danych lub zakłóceniu działania systemów informatycznych, na których opierają się codzienne procesy w instytucjach państwowych i lokalnych.

Choć w Polsce nie odnotowano sytuacji, która skutkowałaby długotrwałą niedostępnością usług publicznych na dużą skalę, zwiększona aktywność cyberprzestępców w Europie pokazuje, że ryzyko takich zdarzeń istnieje również u nas. Współczesne usługi – od rejestracji wizyt lekarskich, przez platformy edukacyjne, po lokalne systemy komunikacji miejskiej – opierają się na technologii, co sprawia, że ich bezpieczeństwo zależy od odporności cyfrowej całego systemu.

W takiej sytuacji mieszkańcy powinni być świadomi, na czym polega tego typu zagrożenie oraz jakie działania mogą podjąć, aby chronić swoje dane i ograniczyć skutki ewentualnych zakłóceń. Odpowiedzialne zachowania cyfrowe – takie jak używanie silnych haseł, ostrożność wobec podejrzanych wiadomości czy regularne aktualizacje oprogramowania – znacząco podnoszą odporność zarówno użytkowników indywidualnych, jak i całego państwa.

W najbliższym czasie instytucje odpowiedzialne za cyberbezpieczeństwo będą publikować materiały edukacyjne, które mają pomóc mieszkańcom lepiej przygotować się na sytuacje, w których usługi publiczne mogą działać wolniej lub być chwilowo niedostępne z powodu incydentu cybernetycznego. Celem jest budowanie świadomości i spokojne przypomnienie o działaniach prewencyjnych, które warto podjąć zawczasu.

#### Główne przesłanie

W Europie rośnie liczba cyberataków wymierzonych w usługi publiczne, dlatego warto wiedzieć, jak chronić swoje dane i przygotować się na sytuację, w której wybrane usługi mogą być chwilowo zakłócone. Świadomość zagrożeń oraz podstawowe nawyki cyfrowe znacząco zmniejszają ryzyko poważnych skutków ataków.

## Przekazy

- **Cyberataki na usługi publiczne to zjawisko rosnące w Europie.**

Coraz częściej obserwuje się próby blokowania systemów administracji, służby zdrowia, edukacji czy transportu. To trend, który dotyczy wielu krajów, dlatego warto zwiększyć czujność.

- **Proste nawyki cyfrowe pomagają ograniczyć ryzyko.**

Silne, unikalne hasła, ostrożność wobec podejrzanych wiadomości, aktualizowanie urządzeń oraz aplikacje znacząco zmniejszają podatność na cyberataki.

- **Warto przygotować się na możliwe chwilowe utrudnienia w działaniu usług.**

W sytuacji cyberataku instytucje publiczne mogą czasowo ograniczyć dostęp do wybranych systemów. W takich przypadkach zaleca się cierpliwość, korzystanie z oficjalnych komunikatów i unikanie niezweryfikowanych informacji.

- **Ochrona danych osobowych to odpowiedzialność wspólna.**

Dbłość o własne bezpieczeństwo cyfrowe wzmacnia odporność całego systemu publicznego, ponieważ wiele ataków zaczyna się od pojedynczych kont użytkowników.

- **Instytucje będą prowadziły regularną komunikację edukacyjną.**

Mieszkańcy mogą spodziewać się poradników, ostrzeżeń i wskazówek dotyczących bezpiecznego korzystania z usług online.

- **inne...**

## Komunikat prasowy

Coraz więcej cyberataków na usługi publiczne w UE. Warto wiedzieć, jak chronić swoje dane i przygotować się na możliwe zakłócenia.

W wielu krajach europejskich odnotowano w ostatnich miesiącach zwiększoną liczbę cyberataków wymierzonych w usługi publiczne. Dotyczy to m.in. szpitali, urzędów, szkół, systemów transportu oraz lokalnych instytucji korzystających z usług cyfrowych. Ataki mogą prowadzić do czasowego spowolnienia lub braku dostępności usług, a także prób wyłudzenia danych.

Ekspertcy cyberbezpieczeństwa podkreślają, że taka aktywność nie jest powodem do paniki, lecz sygnałem, że warto przypomnieć podstawowe zasady bezpieczeństwa. W Polsce nie odnotowano w ostatnim czasie zdarzeń powodujących długotrwałą niedostępność usług publicznych, lecz doświadczenia państw UE pokazują, że ryzyko takich incydentów jest realne.

Warto być świadomym czynników, które zwiększają podatność na cyberataki. Ryzyko rośnie, gdy:

- korzystamy z prostych lub powtarzających się haseł,
- otwieramy podejrzaną wiadomości lub linki,
- nie aktualizujemy urządzeń i aplikacji,
- logujemy się do kont przez publiczne, niezabezpieczone sieci Wi-Fi,
- udostępniamy dane osobowe bez upewnienia się, kto jest nadawcą wiadomości.

Choć większości cyberataków można zapobiegać, wymaga to prostych i regularnych działań. Bezpieczeństwo cyfrowe zaczyna się od podstaw. Warto zadbać o silne hasła, nie klikać w podejrzaną linki i aktualizować oprogramowanie. To niewielkie wysiłki, które naprawdę robią różnicę.


Co warto wiedzieć?


- Ataki mogą prowadzić do chwilowych utrudnień w działaniu usług publicznych.
- W takich sytuacjach należy śledzić wyłącznie oficjalne komunikaty instytucji.
- Podstawowa cyberhigiena chroni nie tylko nas, ale wspiera odporność państwa.
- Przed korzystaniem z usług internetowych warto sprawdzić, czy nadawca wiadomości jest wiarygodny.


Naszym celem jest zwiększanie świadomości i budowanie odporności cyfrowej społeczności. W związku z tym prowadzimy działania edukacyjne skierowane do mieszkańców, szkół, samorządów i lokalnych instytucji. Przygotowujemy poradniki, materiały wideo, warsztaty oraz spotkania z ekspertami.

Dokładny plan działań edukacyjnych dostępny jest tutaj: <TUTAJ>

Kontakt dla mediów:

 tel. XXX-XXX-XXX

 XYZ@XYZ.gov.pl

 [www.gov.pl/XYX](http://www.gov.pl/XYX)

## Potencjalne pytania i sugerowane odpowiedzi

- **Czy Polacy powinni obawiać się cyberataków na usługi publiczne?**

Nie mówimy o bezpośrednim zagrożeniu, lecz o rosnącym trendzie w Europie. Naszym celem jest wcześniejsze przygotowanie mieszkańców na sytuacje, w których usługi mogą działać wolniej lub być chwilowo niedostępne, oraz przypomnienie o prostych zasadach cyberhigieny.

- **Dlaczego informujecie o tym właśnie teraz?**

W ostatnich miesiącach wiele państw UE odnotowało wzrost liczby cyberataków. Chcemy z wyprzedzeniem edukować mieszkańców, aby wiedzieli, jak chronić swoje dane i rozpoznawać podejrzane działania w sieci.

- **Czy są grupy szczególnie narażone?**

Na cyberataki narażeni są wszyscy użytkownicy usług cyfrowych, jednak osoby starsze, dzieci i użytkownicy mniej obeznani z technologią mogą łatwiej paść ofiarą oszustwa. Dlatego warto zwrócić uwagę na edukację cyfrową w swoich rodzinach i miejscach pracy.

- **Co powinni zrobić mieszkańcy, jeśli zauważą podejrzaną wiadomość lub działanie?**

Najlepiej nie otwierać linków ani załączników i zgłosić incydent odpowiedniej instytucji, np. CERT Polska. W przypadku zakłóceń w działaniu usług publicznych warto śledzić oficjalne kanały informacyjne instytucji.

- **Jak się chronić?**

Regularne aktualizowanie urządzeń, używanie silnych i unikalnych haseł, uwaga na wiadomości od nieznanymi nadawców, unikanie publicznych sieci Wi-Fi i ostrożność wobec próśb o podanie danych osobowych. To proste kroki, które znacząco zmniejszają ryzyko.

- *inne...*

10

# STRATEGIA DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH – POWÓDŹ W DOLINIE RZEKI Y

Poniżej przedstawiono konkretne rozwiązania w zakresie tworzenia kompletnego planu kampanii informacyjno-edukacyjnej – w tym przypadku na podstawie narastającego ryzyka powodzi błyskawicznych dla mieszkańców Doliny rzeki Y.

Plan ma charakter sezonowy – obejmuje okres 3 miesięcy przypadających na sezon deszczowy, kiedy prawdopodobieństwo wystąpienia gwałtownych opadów i podtopień jest najwyższe. Celem działań jest zwiększenie świadomości mieszkańców o zagrożeniu, przekazanie praktycznych porad dotyczących przygotowania się na ewentualną powódź oraz budowanie postaw proaktywnych opartych na wiedzy, a nie strachu.

Wszystkie proponowane treści są opracowane w spokojnym, zrozumiałym tonie i są zgodne z zasadami komunikacji ryzyka, a nie komunikacji kryzysowej. Oznacza to komunikowanie zagrożenia z wyprzedzeniem, w sposób rzeczowy i pozbawiony paniki, tak aby budować zaufanie mieszkańców i gotowość do działania.

## MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

### Przykład do wykorzystania i adaptacji

#### Kanały

Podstawowym kanałem komunikacji ryzyka jest Facebook, który umożliwia dotarcie do szerokiego grona mieszkańców, w tym osób starszych oraz społeczności lokalnych skupionych w grupach osiedlowych i wiejskich. Platforma ta wykorzystywana jest do publikowania postów edukacyjnych, przekazywania lokalnych informacji oraz promowania wydarzeń takich jak spotkania informacyjne, warsztaty czy konsultacje z mieszkańcami.

Instagram pełni funkcję kanału uzupełniającego, wspierającego przekaz wizualny i docierającego przede wszystkim do młodszych odbiorców. W komunikacji ryzyka wykorzystywane są tam przede wszystkim krótkie formy graficzne, takie jak karuzele infografik oraz krótkie materiały wideo, które w przystępny sposób wyjaśniają zjawiska i przypominają podstawowe zasady przygotowania.

Platforma X (dawniej Twitter) jest kanałem do publikowania krótkich, faktograficznych komunikatów, odsyłających do pogłębionych treści na stronie internetowej. Kanał ten może służyć również do prostowania nieprawdziwych informacji oraz przypominania kluczowych faktów w okresach zwiększonego zainteresowania tematem.

Materiały wideo publikowane są w serwisie YouTube. Filmy o długości 45-90 sekund, oparte na zasadzie „jeden temat – jeden materiał”, pozwalają na spokojne i zrozumiałe wyjaśnienie zagadnień związanych z ryzykiem przy udziale eksperta lub przedstawiciela instytucji, wzmacniając wiarygodność przekazu.

#### Segmentacja

Podstawową grupą odbiorców są mieszkańcy doliny rzeki Y jako całość. W ich przypadku komunikacja ryzyka koncentruje się na prostym wyjaśnianiu zjawisk oraz pokazywaniu, „co to oznacza w praktyce” dla codziennego funkcjonowania. Przekazy mają charakter edukacyjny i porządkujący wiedzę, a ich celem jest budowanie ogólnej świadomości zagrożeń oraz zachęcanie do podstawowych działań przygotowawczych, m.in. poprzez checklisty i proste instrukcje.

Szczególną uwagę strategia poświęca osobom mieszkającym w nisko położonych budynkach oraz posiadającym piwnice, które są bardziej narażone na skutki podtopień. Komunikacja kierowana do tej grupy ma charakter wysoce praktyczny i skupia się na konkretnych działaniach ograniczających ryzyko strat, takich jak zabezpieczenie wejść, odpływów czy mienia. Przekazy są krótsze, bardziej instruktażowe i nastawione na szybkie zastosowanie w praktyce.

Odrębną grupę stanowią nowi mieszkańcy, którzy często nie posiadają wiedzy o lokalnych uwarunkowaniach hydrologicznych i historii zdarzeń. W ich przypadku komunikacja ryzyka pełni funkcję informacyjną i orientacyjną – pomaga zrozumieć specyfikę terenu oraz sprawdzić, czy miejsce zamieszkania znajduje się w obszarze podwyższonego ryzyka. Wykorzystywane są tu przede wszystkim mapy edukacyjne oraz materiały typu „sprawdź i dowiedz się”.

Strategia uwzględnia również potrzeby seniorów oraz osób sprawujących nad nimi opiekę, dla których kluczowe znaczenie ma czytelność i prostota przekazu. Treści kierowane do tej grupy są krótsze, pozbawione nadmiaru informacji, z wyraźnymi elementami wizualnymi i przypomnieniami dotyczącymi podstawowych kwestii, takich jak przygotowanie leków, dokumentów czy dostęp do informacji w przypadku przerw w dostawie prądu.

Istotną grupą odbiorców są także rodziny z dziećmi, dla których komunikacja ryzyka koncentruje się na bezpieczeństwie domowym i podwórkowym oraz na planowaniu działań w gronie rodziny. Przekazy akcentują znaczenie rozmowy z dziećmi, ustalenia zasad postępowania oraz prostych reguł bezpieczeństwa, które mogą być zrozumiałe również dla najmłodszych.

## Standardy

Przekazy kierowane do odbiorców powinny być utrzymane w tonie edukacyjnym i rzeczowym, z naciskiem na praktyczne znaczenie informacji dla mieszkańców. Komunikaty nie powinny zawierać sformułowań budzących niepokój ani sugerujących bezpośrednie zagrożenie, jeżeli nie wynika to jednoznacznie z sytuacji. W centrum przekazu znajduje się wyjaśnienie zjawiska oraz wskazanie możliwych działań przygotowawczych.

W komunikacji prowadzonej w mediach społecznościowych oraz w materiałach towarzyszących rekomenduje się stosowanie spójnej struktury treści, obejmującej:

- krótkie wprowadzenie wyjaśniające, dlaczego dany temat jest istotny z punktu widzenia odbiorcy,
- zestaw 3-5 konkretnych, prostych wskazówek opisujących możliwe działania,
- odwołanie do pogłębionych informacji dostępnych na stronie internetowej wraz z czytelnym wezwaniem do działania (np. sprawdzenie materiałów, pobranie checklisty, zapisanie informacji lub przekazanie jej dalej).

Podstawowym formatem są infografiki, przygotowywane zgodnie z zasadą „jeden temat – jedna grafika”, zawierające czytelne i krótkie komunikaty tekstowe. Uzupełnieniem są karuzele składające się z kilku slajdów, umożliwiające stopniowe przedstawienie zagadnienia, oraz krótkie materiały wideo o charakterze wyjaśniającym, publikowane cyklicznie w trakcie sezonu.

W celu angażowania odbiorców i monitorowania ich potrzeb informacyjnych wykorzystywane są także proste formy interaktywne, takie jak pytania i ankiety, realizowane w ograniczonej częstotliwości.

Materiały wizualne powinny zawierać opisy alternatywne, materiały wideo – napisy, a zastosowane kroje pisma i kontrasty kolorystyczne muszą umożliwiać swobodny odbiór treści przez osoby starsze oraz osoby z ograniczeniami wzroku. Dostępność traktowana jest jako integralna część jakości komunikacji ryzyka, a nie element dodatkowy.

## Trzymiesięczna kampania w mediach społecznościowych

Óś tematyczna na 12 tygodni (gotowy „plan redakcyjny”)

- Czym jest powódź błyskawiczna i dlaczego u nas?
- Mapa ryzyka: sprawdź swój adres + „woda szuka najniższego punktu”.
- Dom/ posesja: odpływy, rynny, rowy – proste działania.
- Piwnica i nisko położone miejsca: TOP 5 zabezpieczeń.
- Pakiet awaryjny: co mieć i gdzie trzymać.
- Plan rodzinny: kontakt, miejsce zbiórki, zwierzęta.
- Samochód i dojazd: gdzie NIE parkować, „przeparkuj samochód możliwie wysoko”.
- Dzieci i młodzież: bezpieczeństwo na podwórku i przy ciekach.
- Zaufane źródła: IMGW/ RSO/ strona gminy – jak sprawdzać, Poradnik Bezpieczeństwa.
- Po podtopieniu: bezpieczny powrót, prąd, skażenia.
- Wspólnota: sąsiedzi, seniorzy, wsparcie lokalne.
- Podsumowanie sezonu + mini-ankieta + aktualizacja materiałów,
- *inne...*

## Założenia harmonogramu

Stały, powtarzalny harmonogram publikacji, który umożliwia systematyczne docieranie do odbiorców bez nadmiernego natłoku informacji:

- 2-3 publikacje tygodniowo przez okres około 12 tygodni, co pozwala na stopniowe budowanie świadomości i utrwalanie kluczowych przekazów w czasie zwiększonego ryzyka.
- *inne...*

Harmonogram publikacji opiera się na czytelnym podziale funkcji poszczególnych dni tygodnia. W dni robocze publikowane są treści o charakterze edukacyjnym i przypominającym, których celem jest wyjaśnianie zjawisk oraz utrwalanie podstawowych zasad przygotowania. Z kolei publikacje realizowane w okresie weekendowym mają lżejszą formę i służą angażowaniu odbiorców, porządkowaniu wiedzy lub prezentowaniu ciekawostek i krótkich faktów związanych z omawianym ryzykiem.

Godziny publikacji powinny być dostosowane do zwyczajów odbiorców, tak aby zwiększyć prawdopodobieństwo zapoznania się z treścią. W przypadku mediów społecznościowych zaleca się publikowanie materiałów w godzinach wieczornych, gdy mieszkańcy częściej korzystają z tych kanałów, przy jednoczesnym zachowaniu elastyczności i możliwości korekty harmonogramu na podstawie obserwowanej aktywności użytkowników.

Konieczne jest jednak dokonanie analizy statystyk dot. aktywności odbiorców na prowadzonych kanałach i profilach oraz uwzględnienie wyników w tworzeniu harmonogramu.

Tak zaplanowany harmonogram sprzyja regularności, przewidywalności i spójności działań komunikacji ryzyka, umożliwiając skuteczne dotarcie do odbiorców bez eskalowania przekazu.

Tydzień	Temat przewodni	Wtorek – treść edukacyjna	Czwartek – treść przypominająca/ praktyczna	Sobota – treść angażująca
1	Czym jest powódź błyskawiczna i dlaczego u nas?	Post edukacyjny + infografika: „Czym jest powódź błyskawiczna?”	Karuzela: „Dlaczego dolina rzeki Y jest narażona”	Ankieta: „Czy słyszałeś o powodzi błyskawicznej?”
2	Mapa ryzyka i ukształtowanie terenu	Post: „Woda szuka najniższego punktu”	Karuzela: „Sprawdź, czy Twój dom jest w strefie ryzyka”	Quiz: „Co wpływa na spływ wody?”
3	Dom i posesja – odpływy i rynny	Post: „Dlaczego rynny i rowy mają znaczenie”	Infografika: „5 rzeczy do sprawdzenia przed ulewami”	Q&A: pytania mieszkańców
4	Piwnice i nisko położone miejsca	Post: „Dlaczego piwnice zalewa najszybciej”	Karuzela: „TOP 5 zabezpieczeń piwnicy”	Ankieta: „Masz piwnicę?”
5	Pakiet awaryjny	Post: „Po co pakiet awaryjny przy podtopieniach”	Infografika: „Co włożyć do pakietu i gdzie go trzymać”	Checklista do zapisania
6	Plan rodzinny	Post: „Dlaczego warto mieć plan rodzinny”	Karuzela: „Plan kontaktu i miejsce zbiórki”	Pytanie otwarte: „Czy macie plan?”
7	Samochód i dojazd	Post: „Dlaczego nie wjeżdżać w wodę”	Infografika: „Gdzie NIE parkować przy ulewach”	Quiz: „Mit czy fakt?”
8	Dzieci i młodzież	Post: „Bezpieczeństwo dzieci przy ciekach wodnych”	Karuzela: „Zasady bezpieczeństwa dla dzieci”	Grafika do zapisania
9	Zaufane źródła informacji	Post: „Gdzie sprawdzać wiarygodne informacje”	Infografika: „IMGW, RSO, strona gminy, Poradnik Bezpieczeństwa”	Ankieta: „Skąd czerpiesz informacje?”
10	Po podtopieniu	Post: „Bezpieczny powrót po zalaniu”	Karuzela: „Prąd, woda, skażenia – o czym pamiętać”	Q&A: pytania po podtopieniach
11	Wspólnota i sąsiedzi	Post: „Dlaczego wsparcie sąsiedzkie ma znaczenie”	Infografika: „Jak pomóc seniorom i osobom samotnym”	Pytanie: „Komu możesz pomóc?”
12	Podsumowanie sezonu	Post: „Czego się nauczyliśmy w tym sezonie”	Karuzela: „Najważniejsze zasady w pigułce”	Mini-ankieta + zaproszenie do aktualizacji materiałów

## Przykładowe treści postów oraz grafiki

### Post 1 (Edukacyjny)

„Czym jest powódź błyskawiczna?”

Czy wiesz, że powódź błyskawiczna może wystąpić w naszej okolicy nawet w ciągu kilkudziesięciu minut od gwałtownej ulewy? 🌧️

Powódź błyskawiczna to nagłe zalanie terenu spowodowane intensywnym deszczem. Taka woda spływa szybko po zboczach i ulicach, często zaskakując mieszkańców. W Dolinie rzeki Y ryzyko jest realne – pamiętamy sytuację z [rok wydarzenia], kiedy ulewa zamieniła ulicę w potok.

W kolejnych postach pokażemy, jak zabezpieczyć dom i rodzinę. Bądźcie z nami!



(Grafika: ilustracja przedstawiająca schemat powodzi błyskawicznej – chmura z ulewnym deszczem nad doliną, strzałki pokazujące spływ wody do rzeki).

## Przykładowe treści postów oraz grafiki

### Post 2 (Angażujący)

Quiz: Jak dobrze jesteś przygotowany?

? **\*\*QUIZ:\*\*** Sprawdź, czy jesteś gotów na powódź!

1) Czy masz w domu latarkę, apteczkę i zapas wody na 3 dni?

- a. Tak, zawsze pod ręką
- b. Chyba muszę to przygotować

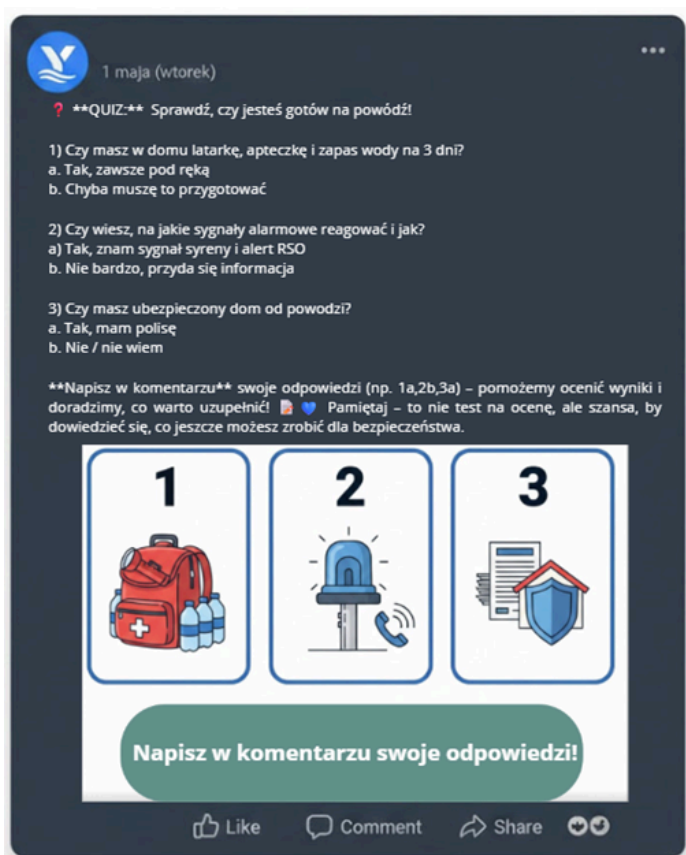
2) Czy wiesz, na jakie sygnały alarmowe reagować i jak?

- a. Tak, znam sygnał syreny i Alert RCB
- b. Nie bardzo, przyda się informacja

3) Czy masz ubezpieczony dom od powodzi?

- a. Tak, mam polisę
- b. Nie/ nie wiem

**\*\*Napisz w komentarzu\*\*** swoje odpowiedzi (np. 1a, 2b, 3a) – pomożemy ocenić wyniki i doradzimy, co warto uzupełnić! 📝❤️ Pamiętaj – to nie test na ocenę, ale szansa, by dowiedzieć się, co jeszcze możesz zrobić dla bezpieczeństwa.



(Grafika: obrazek quizowy – np. rysunki: plecak ratunkowy, syrena alarmowa, dokumenty – z numerami 1, 2, 3 odpowiadającymi pytaniom).

## Przykładowe treści postów oraz grafiki

### Post 3 (Przypominający)

„Nie zapomnij o ubezpieczeniu”

💡 **\*\*Przypominamy: Ubezpieczenie to też forma przygotowania.\*\*** Powódź może spowodować straty, ale ubezpieczenie domu czy mieszkania od skutków powodzi pomoże Ci stanąć na nogi po ewentualnej szkodzie. Jeśli jeszcze nie masz polisy – rozważ kontakt z ubezpieczycielem. Ważne, by polisa obejmowała powódź (czasem trzeba wykupić dodatkową opcję). To inwestycja w święty spokój 😊

Więcej o ubezpieczeniach piszemy tutaj [link do artykułu „Dlaczego warto się ubezpieczyć” w zakładce].



(Grafika: rysunek domku z parasolem ochronnym lub banknoty i dokument polisy. Ewentualnie ikonka tarczy symbolizująca ochronę).

## Pomiar skuteczności

Na potrzeby realizacji Strategii Komunikacji Ryzyka przyjmuje się konkretne, realistyczne wartości wskaźników skuteczności (KPI) dla działań prowadzonych w mediach społecznościowych. Wskaźniki te mają charakter operacyjny i orientacyjny – służą monitorowaniu skuteczności przekazu oraz podejmowaniu decyzji korygujących, a nie rozliczaniu działań w trybie wynikowym.

**W zakresie zasięgu** kampanii zakłada się, że miesięczny zasięg treści komunikacji ryzyka powinien obejmować co najmniej 40% obserwujących profil instytucji. Utrzymanie zasięgu na tym poziomie uznaje się za wystarczające dla działań o charakterze edukacyjnym i prewencyjnym, realizowanych w sposób ciągły i bez eskalacji przekazu.

**W odniesieniu do kliknięć** w linki prowadzące do strony internetowej (CTR) zakłada się docelowy poziom CTR na poziomie około 1%. W przypadku treści strictly edukacyjnych, takich jak checklista, poradniki czy materiały do pobrania, osiągnięcie wartości na poziomie 1% lub wyższej traktowane jest jako potwierdzenie skutecznego kierowania odbiorców do pogłębionych treści. Spadek CTR poniżej tego poziomu powinien skutkować analizą formy przekazu i wezwania do działania, a nie zmianą treści merytorycznej.

**Za kluczowy wskaźnik jakości** komunikacji ryzyka uznaje się zapisania i udostępnienia treści edukacyjnych. Strategia zakłada, że:

- zapisanie posta przez odbiorców na poziomie około 2% zasięgu,
- oraz udostępnienie treści na poziomie około 0,5% zasięgu,

świadczy o wysokiej użyteczności i praktycznej wartości publikowanych materiałów.

**W zakresie interakcji** informacyjnych zakłada się, że w trakcie trwania kampanii sezonowej pojawianie się kilku do kilkunastu pytań miesięcznie w komentarzach i wiadomościach prywatnych jest zjawiskiem pożądanym i świadczy o zainteresowaniu odbiorców tematyką ryzyka. Pytania te stanowią podstawę do aktualizacji treści strony internetowej, materiałów informacyjnych oraz planu publikacji.

Ocena realizacji wskaźników KPI prowadzona jest w ujęciu kwartalnym, z odniesieniem do wyników z poprzednich kwartałów. Osiągnięcie założonych wartości uznaje się za potwierdzenie prawidłowego doboru treści, formatów i kanałów komunikacji ryzyka.

## MEDIA TRADYCYJNE

### Przykład do wykorzystania i adaptacji

#### Kanały

W ramach strategii rozróżnia się media lokalne oraz media ogólnopolskie, którym przypisuje się odmienne funkcje komunikacyjne.

Media lokalne (lokalne rozgłośnie radiowe, prasa regionalna i lokalna, telewizje lokalne) stanowią podstawowy kanał komunikacji ryzyka dla mieszkańców doliny rzeki Y. Ich rolą jest tłumaczenie zagrożeń w odniesieniu do lokalnych uwarunkowań, historii zdarzeń oraz specyfiki danego obszaru. Media lokalne umożliwiają dotarcie do odbiorców w sposób bezpośredni i zrozumiały, a także wspierają dystrybucję informacji o działaniach edukacyjnych, spotkaniach z mieszkańcami oraz dostępnych materiałach informacyjnych. Przekazy realizowane za pośrednictwem mediów lokalnych mają charakter edukacyjny i przygotowawczy, a ich celem jest zwiększenie świadomości ryzyka oraz promowanie prostych działań prewencyjnych.

Media ogólnopolskie (radio, prasa i telewizja o zasięgu krajowym) pełnią w strategii komunikacji ryzyka rolę uzupełniającą i kontekstową. Wykorzystywane są przede wszystkim do osadzania lokalnych zagrożeń w szerszym obrazie zmian klimatycznych, trendów środowiskowych oraz systemowych działań państwa w zakresie ochrony ludności. Komunikacja prowadzona w mediach ogólnopolskich nie dotyczy bieżących zagrożeń operacyjnych ani szczegółowych lokalizacji, lecz służy edukacji ogólnospołecznej, budowaniu zrozumienia mechanizmów ryzyka oraz wzmocnieniu wiarygodności instytucji publicznych jako źródeł rzetelnej informacji.

W obu przypadkach strategia zakłada świadome planowanie obecności w mediach tradycyjnych, oparte na spójnych przekazach, jasnym rozróżnieniu komunikacji ryzyka i komunikacji kryzysowej oraz ścisłej koordynacji wypowiedzi instytucjonalnych.

#### Segmentacja

Podstawową grupą odbiorców mediów lokalnych są mieszkańcy doliny rzeki Y, w szczególności osoby starsze oraz osoby, które czerpią informacje głównie z radia, prasy lokalnej i telewizji regionalnej. W ich przypadku komunikacja ryzyka koncentruje się na spokojnym tłumaczeniu zjawisk oraz odnoszeniu ryzyka do realiów najbliższego otoczenia. Przekazy mają charakter informacyjno-edukacyjny i wskazują, jakie znaczenie dane zagrożenie może mieć dla codziennego funkcjonowania mieszkańców oraz jakie proste działania przygotowawcze warto podjąć.

Szczególną grupą odbiorców są osoby zamieszkujące tereny nisko położone, w tym właściciele budynków z piwnicami, które częściej śledzą lokalne serwisy informacyjne i audycje interwencyjne. Komunikacja kierowana do tej grupy w mediach tradycyjnych ma charakter praktyczny i instruktażowy, z naciskiem na ograniczanie strat materialnych oraz przygotowanie nieruchomości do intensywnych opadów. Przekazy te często uzupełniają informacje przekazywane w mediach społecznościowych i podczas spotkań bezpośrednich.

Odrębną grupą są nowi mieszkańcy regionu, którzy poprzez media lokalne oraz regionalne poznają specyfikę miejsca zamieszkania. W ich przypadku media tradycyjne pełnią funkcję orientacyjną i edukacyjną, pomagając zrozumieć lokalne uwarunkowania hydrologiczne, historię zdarzeń oraz podstawowe zasady bezpieczeństwa. Przekazy skierowane do tej grupy zachęcają do zapoznania się z mapami ryzyka oraz materiałami dostępnymi na stronie internetowej instytucji.

Media ogólnopolskie kierują swoje przekazy do szerokiego grona odbiorców w skali kraju, w tym osób spoza regionu, decydentów, opinii publicznej oraz środowisk eksperckich. W tym przypadku segmentacja odbiorców ma charakter funkcjonalny, a komunikacja ryzyka koncentruje się na wyjaśnianiu mechanizmów zjawisk, zmian klimatycznych oraz systemowych działań państwa. Przekazy te nie odnoszą się do bieżących zagrożeń, lecz budują ogólną świadomość i zrozumienie ryzyk.

## Standardy

Przekazy kierowane do odbiorców za pośrednictwem mediów tradycyjnych powinny być utrzymane w tonie edukacyjnym, spokojnym i rzeczowym, z naciskiem na praktyczne znaczenie przekazywanych informacji dla mieszkańców. Komunikaty nie powinny zawierać sformułowań budzących niepokój ani sugerować bezpośredniego zagrożenia, jeżeli nie wynika to jednoznacznie z sytuacji. W centrum przekazu znajduje się wyjaśnienie zjawiska oraz wskazanie możliwych działań przygotowawczych, a nie relacjonowanie zdarzeń o charakterze alarmowym.

W komunikacji prowadzonej w radiu, prasie i telewizji rekomenduje się stosowanie spójnej i powtarzalnej struktury wypowiedzi, obejmującej:

- krótkie wprowadzenie wyjaśniające, na czym polega dane zjawisko i dlaczego ma ono znaczenie dla odbiorców,
- omówienie kluczowych mechanizmów lub czynników wpływających na ryzyko w danym obszarze,
- wskazanie 2-4 prostych działań lub zasad, które mogą zostać podjęte przez mieszkańców w ramach przygotowania,
- odwołanie do pogłębionych informacji dostępnych na stronie internetowej instytucji lub w materiałach informacyjnych,
- *inne...*

Podstawowymi formatami wykorzystywanymi w mediach tradycyjnych są wypowiedzi eksperckie, rozmowy studyjne, artykuły wyjaśniające oraz materiały publicystyczne, które pozwalają na spokojne i kontekstowe przedstawienie zagadnienia. W radiu i telewizji preferowane są krótkie, jasno sformułowane wypowiedzi, natomiast w prasie i serwisach informacyjnych – teksty umożliwiające szersze omówienie tematu i jego lokalnych uwarunkowań.

Przekazy kierowane do mediów lokalnych mają odnosić się do specyfiki regionu i doświadczeń mieszkańców, przy zachowaniu tych samych standardów językowych. W mediach ogólnopolskich komunikacja powinna mieć charakter bardziej ogólny i systemowy, koncentrujący się na wyjaśnianiu zjawisk oraz budowaniu świadomości ryzyk w skali kraju.

Wszystkie materiały i wypowiedzi przygotowywane na potrzeby mediów tradycyjnych powinny być jasne, zrozumiałe i dostępne, bez nadmiernego użycia terminologii specjalistycznej. Jeżeli użycie pojęć technicznych jest konieczne, powinny one zostać wyjaśnione w sposób przystępny dla odbiorcy nieposiadającego wiedzy eksperckiej. Dostępność przekazu traktowana jest jako integralny element jakości komunikacji ryzyka, a nie element dodatkowy.

### **Trzymiesięczna kampania komunikacji ryzyka w mediach tradycyjnych**

Strategia komunikacji ryzyka zakłada realizację trzymiesięcznej, sezonowej kampanii informacyjno-edukacyjnej w mediach tradycyjnych, obejmującej radio, prasę oraz telewizję, ze szczególnym uwzględnieniem mediów lokalnych. Kampania prowadzona jest w okresie zwiększonego ryzyka intensywnych opadów i ma na celu stopniowe budowanie świadomości zagrożeń oraz utrwalanie podstawowych zasad przygotowania mieszkańców.

Ós tematyczna kampanii w mediach tradycyjnych jest spójna z planem działań prowadzonych w innych kanałach komunikacji i obejmuje kolejno zagadnienia związane z mechanizmami powodzi błyskawicznych, lokalnymi uwarunkowaniami ryzyka, przygotowaniem gospodarstw domowych i rodzin, bezpieczeństwem dzieci, korzystaniem z wiarygodnych źródeł informacji oraz zasadami postępowania po podtopieniach. Tematy te są rozwijane etapami, w sposób umożliwiającą odbiorcom stopniowe przyswajanie wiedzy i odnoszenie jej do własnej sytuacji.

W ramach kampanii przyjmuje się stały i przewidywalny rytm obecności w mediach tradycyjnych, dostosowany do specyfiki poszczególnych kanałów. W mediach lokalnych zakłada się regularne pojawianie się treści edukacyjnych i wyjaśniających, takich jak rozmowy eksperckie w radiu, artykuły informacyjne w prasie lokalnej oraz krótkie materiały w regionalnych programach telewizyjnych. Ich celem jest spokojne tłumaczenie zjawisk, przypomnienie podstawowych zasad bezpieczeństwa oraz odsyłanie do pogłębionych materiałów informacyjnych.

Media ogólnopolskie wykorzystywane są w sposób bardziej selektywny, przede wszystkim do realizacji materiałów o charakterze kontekstowym i edukacyjnym. Wystąpienia w radiu, prasie i telewizji o zasięgu krajowym służą wyjaśnianiu mechanizmów zjawisk hydrologicznych, zmian klimatycznych oraz systemowych działań państwa w zakresie przygotowania na zagrożenia, bez odnoszenia się do bieżących zdarzeń lokalnych.

Harmonogram działań w mediach tradycyjnych opiera się na czytelnym podziale funkcji czasowych. W pierwszej fazie kampanii dominują materiały wprowadzające i wyjaśniające, których celem jest uporządkowanie wiedzy i zbudowanie podstawowego zrozumienia ryzyka. W środkowej części kampanii akcent przesuwa się na treści praktyczne i przypominające, dotyczące przygotowania domów, rodzin i najbliższego otoczenia. W końcowej fazie kampanii pojawiają się materiały podsumowujące, porządkujące wiedzę oraz zachęcające do dalszego korzystania z dostępnych materiałów edukacyjnych.

Częstotliwość i forma obecności w mediach tradycyjnych powinna być dostosowana do ich charakteru oraz zwyczajów odbiorców, przy zachowaniu zasady umiarkowanej intensywności przekazu. Kampania nie zakłada codziennej obecności w mediach, lecz regularne, zaplanowane wystąpienia i publikacje, które wzmacniają rozpoznawalność tematów i sprzyjają utrwalaniu kluczowych przekazów bez eskalowania komunikacji.

Tak zaplanowana kampania w mediach tradycyjnych zapewnia spójność, przewidywalność i komplementarność działań komunikacji ryzyka, wzmacniając ich skuteczność i zaufanie odbiorców do przekazywanych informacji.

## Przykładowy harmonogram

Założenia ogólne:

- harmonogram sezonowy (12 tygodni),
- dominacja mediów lokalnych, uzupełniająco media ogólnopolskie,
- 1-2 działania tygodniowo w mediach lokalnych,
- selektywna obecność w mediach ogólnopolskich (co 2-4 tygodnie),
- spójność tematyczna z działaniami w mediach społecznościowych i na stronie internetowej,
- *inne...*

Tydzień	Temat przewodni	Media lokalne – główne działania	Media ogólnopolskie – działania uzupełniające
1	Czym jest powódź błyskawiczna i dlaczego u nas?	Wywiad w radiu lokalnym: „Czym jest powódź błyskawiczna” + artykuł wyjaśniający w prasie lokalnej	Komentarz ekspercki w prasie ogólnopolskiej (kontekst zmian klimatu)
2	Mapa ryzyka i ukształtowanie terenu	Audycja radiowa: „Woda szuka najniższego punktu” + tekst: jak czytać mapy ryzyka	—
3	Dom i posesja – odpływy i rynny	Artykuł poradnikowy w prasie lokalnej + krótkie wejście w TV regionalnej	—
4	Piwnice i nisko położone miejsca	Wywiad radiowy + tekst: „TOP 5 zabezpieczeń piwnicy”	Krótki komentarz ekspercki w radiu ogólnopolskim
5	Pakiet awaryjny	Artykuł poradnikowy + rozmowa w radiu lokalnym	—
6	Plan rodzinny	Wywiad w TV regionalnej: „Dlaczego warto mieć plan rodzinny”	—
7	Samochód i dojazd	Audycja radiowa: „Nie wjeżdżaj w wodę” + artykuł lokalny	Komentarz ekspercki (radio/ TV): bezpieczeństwo na drogach

<b>Tydzień</b>	<b>Temat przewodni</b>	<b>Media lokalne – główne działania</b>	<b>Media ogólnopolskie – działania uzupełniające</b>
8	Dzieci i młodzież	Materiał w TV regionalnej + artykuł w prasie lokalnej	—
9	Zaufane źródła informacji	Audycja radiowa: „Gdzie sprawdzać wiarygodne informacje”	Wzmianka ekspercka w mediach ogólnopolskich
10	Po podtopieniu	Artykuł: „Bezpieczny powrót po zalaniu” + rozmowa radiowa	—
11	Wspólnota i sąsiedzi	Materiał publicystyczny w prasie lokalnej + radio	—
12	Podsumowanie sezonu	Wywiad podsumowujący + artykuł zbiorczy	Artykuł ekspercki: wnioski sezonowe

## Pomiar skuteczności działań w mediach tradycyjnych

Na potrzeby realizacji Strategii Komunikacji Ryzyka przyjmuje się konkretne, realistyczne wartości wskaźników skuteczności (KPI) dla działań prowadzonych w mediach tradycyjnych, obejmujących radio, prasę oraz telewizję. Wskaźniki te mają charakter operacyjny i orientacyjny – służą monitorowaniu obecności tematyki ryzyka w przestrzeni medialnej, ocenie spójności przekazu oraz podejmowaniu decyzji korygujących, a nie rozliczaniu działań w trybie wynikowym.

**W zakresie zasięgu** kampanii zakłada się, że w ujęciu miesięcznym tematyka komunikacji ryzyka powinna pojawić się:

- co najmniej 2-4 razy w mediach lokalnych (radio, prasa, telewizja regionalna),
- co najmniej 1 raz w mediach ogólnopolskich w okresie trwania kampanii sezonowej.

Utrzymanie takiej częstotliwości obecności uznaje się za wystarczające dla działań o charakterze edukacyjnym i prewencyjnym, realizowanych w sposób planowy i bez eskalowania przekazu.

**W odniesieniu do jakości** ekspozycji medialnej przyjmuje się, że podstawowym wskaźnikiem skuteczności jest liczba materiałów o charakterze wyjaśniającym i edukacyjnym, a nie krótkich wzmianek informacyjnych. Strategia zakłada, że co najmniej połowa publikacji i wystąpień w mediach tradycyjnych powinna mieć formę rozmów, wywiadów lub artykułów pozwalających na omówienie zjawiska i wskazanie możliwych działań przygotowawczych.

**Za kluczowy wskaźnik jakości** komunikacji ryzyka w mediach tradycyjnych uznaje się spójność przekazu i jego zgodność z przyjętymi standardami, w szczególności:

- używanie języka edukacyjnego i niealarmowego,
- wyraźne rozróżnianie komunikacji ryzyka i komunikacji kryzysowej,
- obecność elementu „co to oznacza dla mieszkańców” oraz „co można zrobić”.

Ocena ta prowadzona jest w oparciu o przegląd materiałów medialnych oraz monitoring treści.

**W zakresie reakcji odbiorców** jako wskaźnik pomocniczy przyjmuje się liczbę zapytań kierowanych do instytucji po publikacjach w mediach tradycyjnych, w tym telefonów, e-maili lub zgłoszeń przekazywanych przez jednostki lokalne. Pojawienie się kilku do kilkunastu zapytań miesięcznie w trakcie kampanii sezonowej traktowane jest jako zjawisko pożądane i świadczące o zainteresowaniu tematyką ryzyka. Powtarzalność pytań stanowi podstawę do aktualizacji materiałów informacyjnych oraz dalszego planowania przekazów.

Ocena realizacji wskaźników KPI prowadzona jest w ujęciu kwartalnym, z odniesieniem do wcześniejszych okresów kampanii oraz analogicznych działań realizowanych w poprzednich sezonach, o ile dane takie są dostępne. Osiągnięcie założonych wartości uznaje się za potwierdzenie prawidłowego doboru kanałów, tematów i form komunikacji ryzyka w mediach tradycyjnych.

## KOMUNIKACJA BEZPOŚREDNIA

### Przykład do wykorzystania i adaptacji

#### Kanały

Podstawowym kanałem komunikacji bezpośredniej są spotkania informacyjne z mieszkańcami, organizowane przez jednostki samorządu terytorialnego lub inne instytucje odpowiedzialne za ochronę ludności. Spotkania te służą wyjaśnianiu lokalnych uwarunkowań ryzyka, omawianiu możliwych scenariuszy oraz prezentowaniu prostych działań przygotowawczych. Ich formuła powinna sprzyjać zadawaniu pytań i wymianie informacji, a nie jednostronnemu przekazywaniu komunikatów.

Istotnym kanałem komunikacji bezpośredniej są również warsztaty i szkolenia, kierowane do określonych grup odbiorców, takich jak mieszkańcy obszarów podwyższonego ryzyka, przedstawiciele wspólnot mieszkaniowych, sołtysi, radni, nauczyciele czy pracownicy instytucji lokalnych. Działania te mają charakter praktyczny i umożliwiają omówienie konkretnych problemów oraz dostosowanie przekazu do specyfiki danej grupy.

Strategia zakłada wykorzystanie dyżurów informacyjnych oraz punktów konsultacyjnych, organizowanych okresowo w urzędach, domach kultury lub innych łatwo dostępnych lokalizacjach. Tego rodzaju kanały pozwalają mieszkańcom na indywidualny kontakt z przedstawicielami instytucji oraz uzyskanie odpowiedzi na pytania dotyczące ryzyka i sposobów przygotowania.

Ważnym elementem komunikacji bezpośredniej jest współpraca z lokalnymi liderami i pośrednikami informacji, takimi jak sołtysi, zarząd wspólnoty osiedla, zarządcy nieruchomości, organizacje pozarządowe czy parafie. Kanał ten umożliwia dotarcie do osób mniej aktywnych informacyjnie oraz wzmacnia wiarygodność przekazu poprzez wykorzystanie zaufanych lokalnie źródeł.

Komunikacja bezpośrednia może być również realizowana w ramach wydarzeń lokalnych o charakterze społecznym i edukacyjnym, takich jak festyny, pikniki rodzinne, dni otwarte czy wydarzenia szkolne. W takich sytuacjach przekazy dotyczące ryzyka powinny mieć formę krótkich, przystępnych rozmów, uzupełnionych o materiały informacyjne i odwołania do innych kanałów komunikacji.

Wszystkie działania z zakresu komunikacji bezpośredniej powinny być planowane i koordynowane z pozostałymi kanałami komunikacji ryzyka, tak aby przekazy były spójne, uzupełniały się wzajemnie i nie prowadziły do eskalowania komunikacji ani rozbieżnych interpretacji zagrożeń.

## Segmentacja

Podstawową grupą odbiorców komunikacji bezpośredniej są mieszkańcy doliny rzeki Y jako całość. W ich przypadku komunikacja ryzyka koncentruje się na prostym i zrozumiałym wyjaśnianiu zjawisk oraz na pokazywaniu, co oznaczają one w praktyce dla codziennego funkcjonowania mieszkańców. Spotkania informacyjne, rozmowy i konsultacje mają charakter edukacyjny i porządkujący wiedzę, a ich celem jest budowanie ogólnej świadomości zagrożeń oraz zachęcanie do podstawowych działań przygotowawczych, m.in. poprzez omówienie checklist i prostych instrukcji.

Szczególną uwagę strategia poświęca osobom mieszkającym w nisko położonych budynkach oraz posiadającym piwnice, które są bardziej narażone na skutki podtopień. Komunikacja bezpośrednia kierowana do tej grupy ma charakter wysoce praktyczny i skupia się na konkretnych działaniach ograniczających ryzyko strat, takich jak zabezpieczenie wejść, odpływów, instalacji oraz mienia. Przekazy mają formę krótkich, instruktażowych rozmów i warsztatów, nastawionych na szybkie zastosowanie omawianych rozwiązań w praktyce.

Odrębną grupę odbiorców stanowią nowi mieszkańcy, którzy często nie posiadają wiedzy o lokalnych uwarunkowaniach hydrologicznych ani o historii wcześniejszych zdarzeń. W ich przypadku komunikacja bezpośrednia pełni funkcję informacyjną i orientacyjną – pomaga zrozumieć specyfikę terenu, poznać lokalne zagrożenia oraz sprawdzić, czy miejsce zamieszkania znajduje się w obszarze podwyższonego ryzyka. Wykorzystywane są tu przede wszystkim mapy edukacyjne oraz materiały typu „sprawdź i dowiedz się”, omawiane w trakcie spotkań lub konsultacji.

standardowe formy przekazu informacyjnego oparte na komunikacji dźwiękowej mogą być niewystarczające. W ich przypadku działania koncentrują się na systematycznym i wyprzedzającym przekazywaniu wiedzy o zagrożeniach w formach wizualnych i pisemnych, z wykorzystaniem prostego języka, piktogramów, infografik oraz materiałów wideo z tłumaczeniem na polski język migowy. Komunikacja ma charakter edukacyjny i przygotowawczy – jej celem jest budowanie zrozumienia lokalnych zagrożeń, zapoznanie z możliwymi konsekwencjami ich wystąpienia oraz pokazanie, jakie działania można podjąć wcześniej, aby ograniczyć potencjalne straty. Spotkania informacyjne i konsultacje, organizowane w ramach komunikacji ryzyka, powinny uwzględniać dostępność materiałów dostosowanych do potrzeb tej grupy, tak aby osoby głuche i niedosłyszące mogły samodzielnie i świadomie przygotować się na wystąpienie sytuacji kryzysowej.

Strategia uwzględnia również potrzeby seniorów oraz osób sprawujących nad nimi opiekę, dla których bezpośredni kontakt z przedstawicielami instytucji ma szczególne znaczenie. Przekazy kierowane do tej grupy są formułowane w sposób prosty, spokojny i pozbawiony nadmiaru informacji, z naciskiem na kwestie praktyczne, takie jak przygotowanie leków i dokumentów, dostęp do informacji w przypadku przerw w dostawie prądu oraz możliwości uzyskania wsparcia w sytuacjach podwyższonego ryzyka.

Istotną grupą odbiorców komunikacji bezpośredniej są także rodziny z dziećmi, dla których działania informacyjne koncentrują się na bezpieczeństwie domowym i podwórkowym oraz na wspólnym planowaniu postępowania na wypadek podtopień. Przekazy akcentują znaczenie rozmowy z dziećmi, ustalenia prostych zasad zachowania oraz budowania poczucia bezpieczeństwa poprzez wspólne przygotowanie planu rodzinnego, z uwzględnieniem potrzeb najmłodszych.

## Standardy komunikacji bezpośredniej

Przekazy kierowane do odbiorców w ramach komunikacji bezpośredniej powinny być utrzymane w tonie edukacyjnym, spokojnym i rzeczowym, z naciskiem na praktyczne znaczenie przekazywanych informacji dla mieszkańców. Komunikacja nie powinna zawierać sformułowań budzących niepokój ani sugerujących bezpośrednie zagrożenie. W centrum przekazu znajduje się wyjaśnienie zjawiska oraz wskazanie możliwych działań przygotowawczych, które mogą zostać podjęte przez mieszkańców w codziennym funkcjonowaniu.

W komunikacji prowadzonej podczas spotkań informacyjnych, warsztatów i konsultacji z mieszkańcami rekomenduje się stosowanie spójnej i powtarzalnej struktury rozmowy, obejmującej:

- krótkie wprowadzenie wyjaśniające, na czym polega dane zjawisko i dlaczego ma ono znaczenie dla mieszkańców danego obszaru,
- omówienie 3-5 najważniejszych, konkretnych działań przygotowawczych, które można wdrożyć samodzielnie,
- wskazanie źródeł pogłębionych informacji, w tym materiałów dostępnych na stronie internetowej oraz materiałów drukowanych,
- zachęcenie do zadawania pytań i dzielenia się wątpliwościami w bezpośredniej rozmowie,
- *inne...*

Podstawową formą komunikacji bezpośredniej są rozmowy i prezentacje prowadzone w niewielkich grupach, które umożliwiają dostosowanie tempa i zakresu przekazu do potrzeb uczestników. Uzupelnieniem są proste materiały pomocnicze, takie jak checklisty, schematy i mapy edukacyjne, wykorzystywane jako wsparcie rozmowy i punkt odniesienia dla mieszkańców po zakończeniu spotkania.

W trakcie komunikacji bezpośredniej szczególną uwagę należy zwracać na jasność i zrozumiałość przekazu, unikanie specjalistycznego języka oraz tłumaczenie pojęć technicznych w sposób przystępny. Prowadzący spotkania powinni stosować proste przykłady i odniesienia do lokalnych realiów, które ułatwiają odbiorcom zrozumienie omawianych zagadnień.

Komunikacja bezpośrednia powinna być prowadzona w sposób dostępny i inkluzywny, z uwzględnieniem potrzeb osób starszych oraz osób z niepełnosprawnościami. Tempo wypowiedzi, forma prezentacji oraz materiały pomocnicze powinny umożliwiać swobodny odbiór treści przez wszystkich uczestników. Dostępność traktowana jest jako integralny element jakości komunikacji ryzyka, a nie element dodatkowy.

## Trzymiesięczna kampania komunikacji ryzyka – działania bezpośrednie

Strategia komunikacji ryzyka zakłada realizację trzymiesięcznej, sezonowej kampanii działań bezpośrednich, ukierunkowanej na bezpośredni kontakt z mieszkańcami doliny rzeki Y w okresie zwiększonego ryzyka intensywnych opadów. Kampania ta ma charakter informacyjno-edukacyjny i stanowi uzupełnienie działań prowadzonych w mediach społecznościowych, mediach tradycyjnych.

Oś tematyczna kampanii działań bezpośrednich jest spójna z tematyką komunikacji realizowanej w innych kanałach i obejmuje kolejno zagadnienia związane z mechanizmami powodzi błyskawicznych, lokalnymi uwarunkowaniami ryzyka, przygotowaniem gospodarstw domowych i rodzin, bezpieczeństwem dzieci, korzystaniem z wiarygodnych źródeł informacji oraz zasadami postępowania po podtopieniach. Tematy te są realizowane etapami, w sposób umożliwiający mieszkańcom stopniowe przyswajanie wiedzy oraz odnoszenie jej do własnej sytuacji.

W ramach kampanii przyjmuje się stały i przewidywalny rytm działań bezpośrednich, obejmujący spotkania informacyjne, warsztaty tematyczne oraz dyżury konsultacyjne. Działania te planowane są w cyklach tygodniowych lub dwutygodniowych, w zależności od dostępności mieszkańców oraz możliwości organizacyjnych jednostek realizujących kampanię. Częstotliwość działań pozwala na systematyczne docieranie do odbiorców bez nadmiernego obciążenia informacyjnego.

Harmonogram działań opiera się na czytelnym podziale funkcji poszczególnych etapów kampanii. W początkowej fazie dominują spotkania o charakterze wprowadzającym i wyjaśniającym, których celem jest uporządkowanie wiedzy i zbudowanie świadomości ryzyka. W środkowej części kampanii akcent przesuwa się na działania praktyczne, takie jak warsztaty i konsultacje dotyczące zabezpieczenia domów, piwnic i posesji. W końcowej fazie realizowane są spotkania podsumowujące oraz działania utrwalające wiedzę i zachęcające do dalszego korzystania z dostępnych materiałów informacyjnych.

Forma i terminy realizacji działań bezpośrednich powinny być dostosowane do zwyczajów i możliwości odbiorców, z uwzględnieniem preferowanych godzin spotkań (np. popołudniowych lub weekendowych). Strategia zakłada elastyczność harmonogramu oraz możliwość modyfikacji planu działań w oparciu o frekwencję, zgłaszane potrzeby informacyjne oraz obserwowane warunki pogodowe.

Tak zaplanowana kampania działań bezpośrednich sprzyja regularności, przewidywalności i spójności komunikacji ryzyka, umożliwiając pogłębiony dialog z mieszkańcami oraz skuteczne utrwalanie kluczowych przekazów bez eskalowania komunikacji.

Założenia ogólne:

- działania prowadzone na poziomie lokalnym,
- 1–2 działania bezpośrednio tygodniowo (w zależności od możliwości),
- preferowane godziny popołudniowe lub weekendowe,
- spójność tematyczna z innymi kanałami komunikacji,
- udział partnerskich instytucji/ podmiotów (np. Państwowa Straż Pożarna),
- *inne...*

Tydzień	Temat przewodni	Forma działania	Grupa docelowa	Cel działania
1	Czym jest powódź błyskawiczna i dlaczego u nas?	Spotkanie informacyjne	Mieszkańcy ogółem	Wyjaśnienie zjawiska i lokalnych uwarunkowań
2	Mapa ryzyka i ukształtowanie terenu	Konsultacje + mapy edukacyjne	Mieszkańcy, nowi mieszkańcy	Sprawdzenie ryzyka dla miejsca zamieszkania
3	Dom i posesja – odpływy i rynny	Warsztat praktyczny	Właściciele domów	Pokaz prostych działań przygotowawczych
4	Piwnice i nisko położone miejsca	Warsztat instruktażowy	Osoby z piwnicami	Ograniczenie strat materialnych
5	Pakiet awaryjny	Spotkanie + checklisty	Mieszkańcy ogółem	Przygotowanie pakietu awaryjnego
6	Plan rodzinny	Warsztat rodzinny	Rodziny z dziećmi	Plan kontaktu i bezpieczeństwa
7	Samochód i dojazd	Spotkanie tematyczne	Kierowcy	Bezpieczne parkowanie i poruszanie się
8	Dzieci i młodzież	Zajęcia edukacyjne	Dzieci, rodzice	Bezpieczeństwo w czasie ulew
9	Zaufane źródła informacji	Dyżur informacyjny	Mieszkańcy ogółem	Korzystanie z wiarygodnych komunikatów
10	Po podtopieniu	Spotkanie instruktażowe	Mieszkańcy zagrożonych obszarów	Bezpieczny powrót i porządkowanie
11	Wspólnota i sąsiedzi	Spotkanie sąsiedzkie	Mieszkańcy, seniorzy	Wsparcie lokalne i pomoc wzajemna
12	Podsumowanie sezonu	Spotkanie podsumowujące + ankieta	Mieszkańcy ogółem	Utrwalenie wiedzy i wnioski

## **Przykładowe aktywności w ramach kampanii „Bezpieczna Dolina rzeki Y” w ujęciu działań bezpośrednich:**

- **Cykl spotkań informacyjnych z mieszkańcami**

Przed rozpoczęciem sezonu zorganizowany zostanie cykl spotkań w każdej zagrożonej miejscowości doliny. Będą to otwarte spotkania wiejskie/ osiedlowe odbywające się w świetlicach, remizach OSP lub szkołach.

Spotkania poprowadzi wójt/ burmistrz lub przedstawiciel urzędu (np. inspektor zarządzania kryzysowego) wraz z sołtysem jako współgospodarzem. Obecni będą też reprezentanci straży pożarnej (PSP lub OSP) oraz Policji. Spotkanie może potrwać ok. 60-90 minut.

- **Warsztaty i pokazy praktyczne**

W ramach kampanii planuje się zorganizowanie 1-2 praktycznych wydarzeń, które nauczą konkretnych umiejętności – np. szkolenie z pierwszej pomocy i zachowania w sytuacji kryzysowej.

Przy okazji kampanii, można przeprowadzić krótkie szkolenie, jak udzielić pierwszej pomocy osobie porażonej prądem czy podtopionej, jak zabezpieczyć siebie przed chorobami (w kontekście powodzi – np. jak odkazić rany mając kontakt z brudną wodą). Takie warsztaty praktyczne mogą odbyć się np. w siedzibie OSP.

- **Konsultacje indywidualne**

Dla mieszkańców, którzy mają specyficzne problemy lub obawy, instytucja może zapewnić możliwość konsultacji bezpośredniej z urzędnikiem/ ekspertem.

Można też wykorzystać wydarzenia gminne – np. podczas festynu ustawić stoisko „Zapytaj o bezpieczeństwo”, gdzie ludzie swobodnie w luźnej atmosferze porozmawiają o swoich obawach.

- **Współpraca z lokalnymi liderami i organizacjami**

Bezpośrednia komunikacja to nie tylko formalne spotkania. Warto zaangażować księży, sołtysów, Koła Gospodyń Wiejskich (KGW), lokalne stowarzyszenia.

Plan: dostarczyć im materiały i poprosić o poruszenie tematu na własnych spotkaniach, np.

- ksiądz podczas ogłoszeń może przypomnieć o kampanii i zachęcić starszych parafian do wzięcia ulotek,
- KGW na warsztatach kulinarnych może wspomnieć o tym, co zrobić z zapasami żywności w razie ewakuacji lub zorganizować warsztaty kulinarne z przygotowania zapasów z długim terminem przydatności do spożycia.

Takie oddolne kanały zwiększają zasięg i wiarygodność przekazu (ludzie słuchają osób, którym ufają na co dzień).

## Spójność z zasadami komunikacji ryzyka

We wszystkich powyższych działaniach bezpośrednich kluczowe jest utrzymanie odpowiedniego tonu i podejścia:

- Nigdy nie straszmy katastrofą, tylko uprzedzamy o możliwości i dajemy rozwiązania, np. na spotkaniu zamiast mówić „Będzie tragiczna powódź i wszystko zniszczy”, powiemy „Istnieje ryzyko powodzi, dlatego już teraz robimy X i Y, a od Was potrzebujemy Z, byśmy wspólnie byli przygotowani. To zmniejszy ewentualne straty”.
- Okazujemy empatię – rozumiemy, że ludzie mogą się bać lub złościć. Reagujemy spokojnie, tłumaczymy co się da, przyznajemy jeśli coś jest poza naszą kontrolą, ale wskazujemy co możemy zrobić i na czym polega ryzyko.
- Słuchamy mieszkańców – to nie mają być pogadanki z jednej strony. Dajemy przestrzeń na wypowiedzi, nawet krytyczne, i traktujemy je poważnie. Jeśli pojawi się plotka czy fałszywa informacja, prostujemy ją z szacunkiem, w oparciu o fakty.

Po spotkaniach warto zrobić podsumowanie w mediach, np. w social mediach: „odbyło się spotkanie w sołectwie X, dziękujemy mieszkańcom, poruszono tematy... (wymienić 2-3 pytania i odpowiedzi). Kolejne spotkanie tu i tu – zapraszamy”. To pokazuje transparentność i realne działanie.

Dzięki tym działaniom bezpośrednim mieszkańcy poczują, że kampania nie jest tylko „na pokaz”, ale realnie interesuje się ich bezpieczeństwem. Tworzy się atmosfera wspólnoty celów – my (władze, służby) i Wy (społeczność) razem dbamy o naszą dolinę. To buduje społeczną odporność i sprawia, że w razie faktycznego kryzysu ludzie będą bardziej skłonni współpracować, a mniej panikować.

## Pomiar skuteczności działań w ramach komunikacji bezpośredniej

Na potrzeby realizacji Strategii Komunikacji Ryzyka przyjmuje się konkretne, realistyczne wartości wskaźników skuteczności (KPI) dla działań realizowanych w ramach komunikacji bezpośredniej, obejmujących spotkania informacyjne, warsztaty, konsultacje oraz dyżury informacyjne dla mieszkańców. Wskaźniki te mają charakter operacyjny i orientacyjny – służą ocenie dotarcia do odbiorców, jakości dialogu oraz adekwatności przekazywanych treści, a nie rozliczaniu działań w trybie wynikowym.

**W zakresie zasięgu** działań bezpośrednich zakłada się, że w trakcie trwania kampanii sezonowej realizowane są:

- co najmniej 1-2 działania bezpośrednie tygodniowo na obszarze objętym kampanią,
- przy czym w ujęciu miesięcznym działania te powinny objąć kilkadziesiąt osób (np. 30-100 uczestników), w zależności od wielkości gminy lub miejscowości.

Utrzymanie takiej skali działań uznaje się za wystarczające dla komunikacji ryzyka o charakterze lokalnym i edukacyjnym.

**W odniesieniu do frekwencji** przyjmuje się, że udział co najmniej 10-20 osób w pojedynczym spotkaniu informacyjnym lub warsztacie stanowi wynik satysfakcjonujący. Niższa frekwencja nie jest traktowana jako niepowodzenie, jeżeli spotkanie umożliwia pogłębioną rozmowę i indywidualne dopasowanie przekazu do potrzeb uczestników. Warto jednak dokonać analizy z czego może wynikać.

**Za kluczowy wskaźnik jakości** komunikacji bezpośredniej uznaje się aktywność uczestników, w szczególności:

- zadawanie pytań podczas spotkań,
- zgłaszanie konkretnych problemów lub wątpliwości,
- odnoszenie przekazywanych informacji do własnej sytuacji.

Pojawienie się kilku do kilkunastu pytań w trakcie jednego spotkania lub cyklu spotkań traktowane jest jako zjawisko pożądane i świadczące o rzeczywistym zainteresowaniu tematyką ryzyka.

**Jako wskaźnik pomocniczy** przyjmuje się również liczbę zgłoszeń następczych, takich jak zapytania telefoniczne, e-mailowe lub kierowane za pośrednictwem jednostek lokalnych po zakończeniu spotkań. Powtarzalność pytań lub problemów sygnalizowanych przez uczestników stanowi podstawę do aktualizacji materiałów informacyjnych, scenariuszy spotkań oraz dalszego planowania działań komunikacyjnych.

Ocena skuteczności komunikacji bezpośredniej prowadzona jest w ujęciu kwartalnym, z uwzględnieniem:

- liczby i rodzaju zrealizowanych działań,
- frekwencji i aktywności uczestników,
- zgłaszanych potrzeb informacyjnych.

Osiągnięcie założonych wartości KPI uznaje się za potwierdzenie prawidłowego doboru form, tematów i sposobu prowadzenia komunikacji bezpośredniej w ramach komunikacji ryzyka.

11

# METODY EWALUACJI SKUTECZNOŚCI PRZEKAZÓW

Institucja powinna ustalić, jak będzie monitorować efektywność swoich działań — poprzez analizę mediów, badania opinii, statystyki odsłon, liczbę interakcji, zasięgi komunikatów oraz przegląd narzędzi wykorzystywanych przez obywateli.

## Przykład do wykorzystania i adaptacji

Celem ewaluacji jest systematyczna ocena skuteczności działań komunikacji ryzyka prowadzonych przez [nazwa instytucji] oraz wykorzystywanie uzyskanych wniosków do doskonalenia treści, form i kanałów przekazu. Ewaluacja pozwala sprawdzić, czy komunikaty są zrozumiałe, docierają do właściwych odbiorców i realnie wspierają przygotowanie społeczeństwa na zagrożenia.

## Zasady ewaluacji

Ewaluacja działań komunikacji ryzyka opiera się na następujących zasadach:

- prowadzona jest ciągle, a nie wyłącznie po pojedynczych kampaniach,
- koncentruje się na przygotowaniu i świadomości, a nie na reakcji kryzysowej,
- obejmuje zarówno dane ilościowe, jak i jakościowe,
- jej wyniki służą modyfikacji i ulepszaniu kolejnych działań,
- *inne...*

## Monitorowanie obecności i odbioru w mediach

Monitoring mediów pozwala ocenić, czy komunikaty instytucji są właściwie interpretowane oraz czy wymagają doprecyzowania lub uzupełnienia.

Institucja monitoruje obecność tematów związanych z ryzykami w mediach poprzez:

- analizę publikacji w mediach tradycyjnych i internetowych,
- ocenę tonu przekazu (informacyjny, neutralny, alarmistyczny),
- identyfikację najczęściej pojawiających się pytań i nieporozumień,
- obserwację narracji dotyczących zagrożeń,
- *inne...*

## **Analiza danych z kanałów komunikacji**

Skuteczność przekazów oceniana jest również na podstawie danych statystycznych, które pozwalają określić, które treści i formaty są najbardziej efektywne dla poszczególnych grup odbiorców, w szczególności na podstawie:

- liczby odsłon i zasięgów materiałów informacyjnych,
- liczby interakcji (komentarze, udostępnienia, reakcje),
- czasu spędzonego na stronach z treściami edukacyjnymi,
- liczby pobrań materiałów informacyjnych,
- *inne...*

## **Wskaźniki zasięgu i dotarcia**

Cel: sprawdzić, czy komunikat w ogóle dotarł do grupy docelowej.

Przykładowe wskaźniki:

- liczba odsłon materiałów informacyjnych (strona www),
- zasięg postów edukacyjnych w mediach społecznościowych,
- liczba emisji materiałów w mediach tradycyjnych,
- liczba pobrań poradników lub infografik,
- liczba subskrybentów newslettera,
- *inne...*

*Przykład zapisu w Strategii:*

Skuteczność dotarcia oceniana jest m.in. na podstawie liczby odsłon i zasięgu materiałów edukacyjnych publikowanych w ramach komunikacji ryzyka.

## **Wskaźniki zaangażowania**

Cel: ocenić, czy odbiorcy zwrócili uwagę i weszli w interakcję z treścią.

Przykładowe wskaźniki:

- liczba udostępnień i komentarzy,
- średni czas spędzony na stronie z treścią edukacyjną,
- liczba kliknięć w materiały dodatkowe,
- liczba zapisów na wydarzenia informacyjne,
- *inne...*

*Przykład zapisu w Strategii:*

Poziom zaangażowania odbiorców oceniany jest na podstawie interakcji z treściami komunikacji ryzyka, w tym liczby udostępnień, komentarzy oraz czasu poświęconego na zapoznanie się z materiałami informacyjnymi.

## Wskaźniki zrozumienia przekazu

Cel: sprawdzić, czy komunikat został poprawnie zrozumiany.

Przykładowe wskaźniki:

- odsetek poprawnych odpowiedzi w krótkich ankietach (np. „Co zrobić przed powodzią?”),
- spadek liczby powtarzających się pytań do instytucji,
- analiza komentarzy pod kątem nieporozumień,
- *inne...*

*Przykład zapisu w Strategii:*

Zrozumienie przekazu monitorowane jest poprzez analizę wyników krótkich badań ankietowych oraz ocenę jakości reakcji odbiorców, w szczególności identyfikację powtarzających się pytań i potencjalnych nieporozumień interpretacyjnych.

## Wskaźniki przygotowania i gotowości

Cel: ocenić wpływ komunikacji ryzyka na postawy i przygotowanie.

Przykładowe wskaźniki:

- odsetek odbiorców deklarujących znajomość zasad postępowania,
- wzrost liczby wejść na strony z checklistami przygotowawczymi,
- liczba pobrań list „co przygotować”,
- zainteresowanie lokalnymi spotkaniami edukacyjnymi,
- *inne...*

*Przykład zapisu w Strategii:*

Wpływ komunikacji ryzyka na poziom przygotowania i gotowości społeczeństwa oceniany jest m.in. na podstawie deklarowanej znajomości zasad postępowania oraz zainteresowania materiałami i działaniami o charakterze przygotowawczym.

## Wskaźniki jakościowe

Cel: uchwycić rzeczywiste potrzeby i bariery.

Przykładowe wskaźniki:

- opinie jednostek terenowych,
- sygnały od partnerów lokalnych,
- wnioski z konsultacji lub spotkań,
- *inne...*

*Przykład zapisu w Strategii:*

Ocena jakościowa prowadzona jest w oparciu o informacje zwrotne od jednostek terenowych, partnerów instytucjonalnych oraz wnioski płynące z konsultacji i spotkań, pozwalające identyfikować realne potrzeby informacyjne i bariery komunikacyjne.

## Przegląd cykliczny

Rekomendowany cykl:

- po każdej większej kampanii sezonowej,
- raz w roku – przegląd całości działań,
- *inne...*

Zakres przeglądu:

- co zadziało,
- co nie dotarło,
- co wymaga uproszczenia,
- co zmienić w kolejnym cyklu,
- *inne...*

*Przykład zapisu w strategii:*

Działania z zakresu komunikacji ryzyka podlegają cyklicznemu przeglądowi, realizowanemu po zakończeniu kluczowych kampanii oraz w ujęciu rocznym, w celu oceny skuteczności przekazów, identyfikacji luk informacyjnych oraz wprowadzenia niezbędnych korekt w kolejnych cyklach komunikacyjnych.

# 12 PROCEDURA AKTUALIZACJI STRATEGII

Strategia Komunikacji Ryzyka jest dokumentem żywym, podlegającym dostosowaniu do zmieniających się uwarunkowań. Jej aktualizacja ma na celu utrzymanie skuteczności działań informacyjnych i edukacyjnych oraz zapewnienie, że komunikacja ryzyka pozostaje adekwatna do realnych potrzeb odbiorców.

Dokument powinien przewidywać jasną procedurę aktualizacji, np. co dwa lata lub po wystąpieniu znaczącego zdarzenia kryzysowego. Pozwala to na uwzględnianie zmian technologicznych, nowych zagrożeń i doświadczeń z działań operacyjnych.

## Przykład do wykorzystania i adaptacji

Celem niniejszego rozdziału jest określenie jasnej i przewidywalnej procedury aktualizacji Strategii Komunikacji Ryzyka [nazwa instytucji], tak aby dokument pozostawał aktualny, użyteczny i dostosowany do zmieniających się warunków społecznych, technologicznych i środowiskowych.

Regularna aktualizacja strategii umożliwia uwzględnianie nowych zagrożeń, zmian w sposobach komunikacji oraz wniosków płynących z realizowanych działań informacyjnych i edukacyjnych.

Strategia Komunikacji Ryzyka podlega:

- przeglądowi okresowemu – nie rzadziej niż raz na 2 lata – ma charakter planowy i służy utrzymaniu spójności dokumentu z aktualnym profilem ryzyka oraz praktyką komunikacyjną instytucji,
- aktualizacji doraźnej – w przypadku istotnych zmian wpływających na sposób komunikowania ryzyka. Może zostać przeprowadzona wcześniej w szczególności w przypadku:
  - pojawienia się nowych lub istotnie zmodyfikowanych ryzyk w obszarze kompetencji instytucji,
  - zmian legislacyjnych wpływających na obowiązki informacyjne i edukacyjne,
  - istotnych zmian technologicznych (np. nowe kanały komunikacji, narzędzia cyfrowe),
  - wniosków wynikających z ewaluacji działań komunikacji ryzyka,
  - zmian w strukturze instytucji lub podziale kompetencji.

Aktualizacja nie jest uzależniona wyłącznie od wystąpienia zdarzeń nadzwyczajnych, lecz wynika z potrzeby ciągłego doskonalenia komunikacji ryzyka.

Za koordynację procesu aktualizacji Strategii Komunikacji Ryzyka odpowiada [wskazana komórka/funkcja], we współpracy z:

- komórkami merytorycznymi odpowiedzialnymi za analizę ryzyk [wskazana komórka/funkcja],
- jednostkami realizującymi działania komunikacyjne i edukacyjne [wskazana komórka/funkcja],
- jednostkami terenowymi lub partnerami instytucjonalnymi [wskazana komórka/funkcja].

Proces aktualizacji ma charakter wewnętrzny i roboczy, a jego celem jest poprawa jakości działań, a nie formalne rozliczanie realizatorów.

Przegląd koncentruje się na aspektach praktycznych i użytkowych dokumentu, a analizie podlegają w szczególności:

- aktualność zidentyfikowanych ryzyk,
- adekwatność segmentacji odbiorców,
- skuteczność wykorzystywanych kanałów i narzędzi komunikacji,
- wyniki ewaluacji i wskaźniki skuteczności,
- spójność strategii z innymi dokumentami planistycznymi.

Proces aktualizacji obejmuje:

- zebranie wniosków z ewaluacji działań komunikacji ryzyka,
- identyfikację obszarów wymagających zmiany lub uzupełnienia,
- przygotowanie propozycji aktualizacji,
- uzgodnienia wewnętrzne,
- zatwierdzenie zaktualizowanej wersji dokumentu.

Zmiany w strategii są dokumentowane i komunikowane jednostkom odpowiedzialnym za jej realizację.

Aktualizację dokumentu zatwierdza Rzecznik Prasowy [Instytucji]/ Dyrektor Biura Prasowego/ Dyrektor Komunikacji.

Dokument powstał w ramach realizacji projektu RESIL-POL  
(101193065 — RESIL-POL — UCPM-2024-TRACK1)  
współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej.

Directorate-General for European Civil Protection and Humanitarian Aid Operations (ECHO)  
ECHO.B – Strategy and Policy, B.3 – Prevention and Preparedness Capacity building



**Co-funded by  
the European Union**

**RCB**

Rządowe Centrum  
Bezpieczeństwa