

Kvantitativní sociologický průzkum veřejného mínění

– shrnutí analytika

Hlavní zjištění

Třetina Pražanů zaznamenala informační kampaň týkající se chování v krizových situacích, nejčastěji v MHD a tisku. Kampaň na obyvatele Prahy působí převážně pozitivně či neutrálně a považují ji za důležitou, zejména proto, že krizové situace mohou nastat kdykoli. Neutrální postoj zastávají častěji ti, kteří o kampani slyšeli v průzkumu poprvé.

Míra zaznamenání kampaně

Informační kampaň zasáhla třetinu Pražanů ve věku 18 a více let. Respondenti, kteří kampaň zaznamenali mají vyšší míru pozitivního hodnocení, častěji uvádějí konkrétní kanály a jsou více angažovaní a mají vyhraněnější názor. Respondenti, kteří kampaň nezaznamenali mají častěji neutrální hodnocení, přesto téma považují často důležité.

Rozdíly v zaznamenání kampaně podle věku odpovídají mediálním návykům.

- Mladší respondenti: častěji zaznamenali kampaň online
- Starší respondenti: více přes OOH (out of home reklamu – billboardy, CLV panely, reklamu na zastávkách, v dopravě apod.)

Rozdíly podle pohlaví nejsou zásadní.

- Ženy: hodnotí kampaň o něco pozitivněji, jedná se pouze o menší odchylku

Kampaň častěji zaznamenali vzdělanější segmenty populace.

- Vyšší vzdělání (s maturitou a vyšší): častější pozitivní hodnocení
- Nižší vzdělání (bez maturity): častěji kampaň nezaznamenali

Kanály, kde byla kampaň zaznamenána

Kampaň byla primárně viditelná ve veřejném prostoru a digitálu. Nejčastěji kampaň zaujala v MHD (39 % z těch, kteří ji zaznamenali), a to zejména mladší lidi ve věku 18-29 let (68 %). Přibližně třetina ji viděla v tisku a čtvrtina v online prostředí (častěji muži) a jako OOH.

Hodnocení kampaně

Výrazně převládá pozitivní a neutrální hodnocení nad negativními pocity. Kampaň **vnímají** obyvatelé Prahy **pozitivně v 45 %** případů a **neutrálně** v 46 % případů. Negativně působila na minimum z nich (9 %). Pozitivní hodnocení mírně roste spolu se vzděláním respondentů a udělují ho výrazně častěji lidé, kteří kampaň někde zaznamenali (58 % z nich). Ti, kteří o ní dosud nevěděli a poznali ji až v rámci průzkumu, se častěji uchylují k neutrálnímu postoji (51 % z nich).

Vnímání důležitosti tématu

Téma kampaně je obecně vnímáno jako **významné**, a to i mezi těmi, kteří kampaň nezaznamenali.

9 z 10 respondentů **považuje za důležité vzdělávat** Pražany o tom, jak se chovat v krizových situacích.

- **Dvě třetiny** (67 %) se domnívají, že vzdělávání je důležité, neboť **krizové situace mohou nastat kdykoli**. Tento názor slábne spolu s rostoucím věkem (ve věku 18-29 let ho zastává 76 %, zatímco mezi lidmi 60+ let 60 %).
- **Necelá čtvrtina** (22 %) dotázaných považuje **jakoukoli aktivitu v tomto směru za přínosnou** (častěji ženy).

Muži, častěji než ženy, zastávají názor, že vzdělávání o krizových situacích by mělo být spíše v kompetenci vlády a nikoli města. Celkově tento názor sdílí ale jen 4 % dotázaných.

Závěr a doporučení

Současný tón a sdělení funguje velmi dobře, mezi zasaženými převažuje pozitivní reakce.

Téma je silné (cca dvě třetiny ho považují za důležité a další pětina vítá každou aktivitu v tomto směru).

Rozdíly v zaznamenání vycházejí hlavně z mediálního chování (věk, vzdělání), tomu by se mělo přizpůsobit cílení při dalších kampaních. Např. pro zásah starší populace posílit OOH kanály apod.

Výsledky ukazují, že informační kampaň pracuje s **relevantním a veřejností akceptovaným tématem**. Další rozvoj kampaně by měl být orientován především na **rozšíření dosahu při zachování stávající komunikační strategie**.

STEM MARK 20.03.-23.03.2026 / N=503 / Obecná populace ČR 18+ let		Total		Pohlaví		Věk				Vzdělání			V jaké části Prahy žijete?										Příjem domácnosti						Velikost domácnosti				Je osobně tuto kampaň?		Total		
		Celkem	Muž	Žena	18-29	30-44	45-59	60+	Bez maturity	Maturita	VŠ	Praha 1	Praha 2	Praha 3	Praha 4 vč. 11,12	Praha 5 vč. 13,16	Praha 6 vč. 17	Praha 7	Praha 8	Praha 9 vč. 14,18,19,20,21	Praha 10 vč. 15,22	Do 25.000 Kč	25.001- 40.000 Kč	40.001- 50.000 Kč	50.001-60.000 Kč	60.001-80.000 Kč	80.001+ Kč	Odmítá	1 osoba	2 osoby	3 osoby	4+ osob	Ano	Ne	Celkem	N	
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Zaznamenal/a jste osobně tuto kampaň?	Ano	33,0		32,2	33,7	35,0	29,5	30,5	37,7	24,1	35,5	35,6	30,0	36,8	44,8	37,6	33,8	37,5	26,3	25,0	22,4	34,3	39,6	34,7	36,8	28,1	40,6	25,3	29,9	35,8	35,5	29,0	26,3	99,4		33,0	166
	Ne	67,0		67,8	66,3	65,0	70,5	69,5	62,3	75,9	64,5	64,4	70,0	63,2	55,2	62,4	66,2	62,5	73,7	75,0	77,6	65,7	60,4	65,3	63,2	71,9	59,4	74,7	70,1	64,2	64,5	71,0	73,7	0,6	100,0	67,0	337
	Total N	503		239	264	80	146	131	146	112	172	219	10	19	29	109	71	56	19	44	76	70	48	95	68	64	64	87	77	137	197	93	76	167	336	503	
Kde všude jste kampaň zaznamenal/a?	Nezaznamenal/a kampaň	67,0		67,8	66,3	65,0	70,5	69,5	62,3	75,9	64,5	64,4	70,0	63,2	55,2	62,4	66,2	62,5	73,7	75,0	77,6	65,7	60,4	65,3	63,2	71,9	59,4	74,7	70,1	64,2	64,5	71,0	73,7	0,6	100,0	67,0	337
	Online	8,7		12,1	5,7	5,0	7,5	9,9	11,0	6,3	11,0	8,2	0	0	10,3	12,8	7,0	14,3	5,3	6,8	6,6	7,1	10,4	9,5	4,4	10,9	15,6	4,6	7,8	9,5	11,2	5,4	5,3	26,3		8,7	44
	V MHD	12,9		13,4	12,5	23,8	11,6	9,2	11,6	8,9	13,4	14,6	10,0	15,8	10,3	15,6	15,5	16,1	10,5	11,4	6,6	12,9	14,6	14,7	14,7	9,4	12,5	13,8	10,4	10,2	16,2	10,8	11,8	38,9		12,9	65
	V tisku	10,1		8,4	11,7	6,3	8,9	10,7	13,0	8,9	8,7	11,9	20,0	10,5	13,8	11,9	15,5	5,4	0	6,8	3,9	14,3	4,2	11,6	13,2	12,5	15,6	6,9	6,5	9,5	12,2	7,5	9,2	30,5		10,1	51
	Na ulici	8,3		7,5	9,1	12,5	10,3	6,1	6,2	6,3	9,3	8,7	0	10,5	3,4	15,6	8,5	8,9	10,5	4,5	3,9	5,7	8,3	11,6	8,8	4,7	4,7	8,0	10,4	10,2	6,1	9,7	9,2	25,1		8,3	42
	Nic z výše uvedeného	3,2		0,8	5,3	1,3	0,7	1,5	8,2	3,6	2,9	3,2	0	5,3	10,3	1,8	2,8	1,8	5,3	2,3	3,9	2,9	10,4	3,2	2,9	0	3,1	2,3	2,6	5,8	2,0	3,2	1,3	9,6		3,2	16
Q4. Jak na Vás tato kampaň působí:	Total N	503		239	264	80	146	131	146	112	172	219	10	19	29	109	71	56	19	44	76	70	48	95	68	64	64	87	77	137	197	93	76	167	336	503	
	Pozitivně	44,9		46,9	43,2	50,0	47,3	48,9	36,3	37,5	46,5	47,5	50,0	42,1	48,3	42,2	45,1	55,4	36,8	36,4	42,1	50,0	31,3	42,1	42,6	50,0	51,6	50,6	42,9	36,5	50,3	47,3	43,4	58,1	38,4	44,9	226
	Neutrálně	45,5		46,0	45,1	43,8	45,9	38,9	52,1	50,0	44,8	43,8	50,0	47,4	41,4	48,6	42,3	39,3	52,6	52,3	47,4	41,4	47,9	48,4	50,0	37,5	43,8	41,4	49,4	51,8	41,6	41,9	48,7	34,1	51,2	45,5	229
	Negativně	9,5		7,1	11,7	6,3	6,8	12,2	11,6	12,5	8,7	8,7	0	10,5	10,3	9,2	12,7	5,4	10,5	11,4	10,5	8,6	20,8	9,5	7,4	12,5	4,7	8,0	7,8	11,7	8,1	10,8	7,9	7,8	10,4	9,5	48
Děkuji, prosím, výrok, který je vám nejbližší.	Total N	503		239	264	80	146	131	146	112	172	219	10	19	29	109	71	56	19	44	76	70	48	95	68	64	64	87	77	137	197	93	76	167	336	503	
	Ano, krizové situace mohou nastat kdykoliv.	67,4		69,9	65,2	76,3	68,5	68,7	60,3	67,9	64,0	69,9	40,0	68,4	79,3	67,0	76,1	75,0	57,9	54,5	64,5	65,7	66,7	60,0	66,2	73,4	76,6	67,8	64,9	63,5	69,0	64,5	73,7	71,3	65,5	67,4	339
	Ne, je to zbytečné strašení.	6,4		6,7	6,1	5,0	3,4	7,6	8,9	3,6	7,6	6,8	0	5,3	13,8	4,6	4,2	5,4	10,5	9,1	6,6	7,1	2,1	7,4	8,8	6,3	6,3	5,7	6,5	5,1	7,1	8,6	3,9	4,2	7,4	6,4	32
	To nemá být činnost města, spíš vlády.	4,0		5,9	2,3	2,5	4,8	3,1	4,8	3,6	3,5	4,6	10,0	5,3	0	3,7	1,4	3,6	5,3	11,4	3,9	2,9	6,3	5,3	1,5	4,7	1,6	5,7	2,6	7,3	3,0	2,2	2,6	2,4	4,8	4,0	20
	Jakákoliv aktivita v tomto směru je přínosná.	22,3		17,6	26,5	16,3	23,3	20,6	26,0	25,0	25,0	18,7	50,0	21,1	6,9	24,8	18,3	16,1	26,3	25,0	25,0	24,3	25,0	27,4	23,5	15,6	15,6	20,7	26,0	24,1	20,8	24,7	19,7	22,2	22,3	22,3	112
Děkuji, prosím, výrok, který je vám nejbližší.	Total N	503		239	264	80	146	131	146	112	172	219	10	19	29	109	71	56	19	44	76	70	48	95	68	64	64	87	77	137	197	93	76	167	336	503	



Čím je modrá barva tmavší, tím je výsledek **statisticky významně vyšší** než výsledek za všechny respondenty uvedený ve sloupci Total.

Tzn. že ve sledované podskupině je tento názor/jev zastoupen výrazně častěji než v populaci jako celku.

Tmavě modrý odstín ilustruje test statistické významnosti na hladině s pravděpodobností 99,9 %, světle modrý na hladině s pravděpodobností 95%.

Výsledek je **statisticky významně nižší** než výsledek pro všechny respondenty uvedený ve sloupci Total.

Znamená to, že ve sledované podskupině je tento názor/jev zastoupen méně často než v populaci jako celku.

Tmavě červený odstín ilustruje test statistické významnosti na hladině s pravděpodobností 99,9 %, světle červený na hladině s pravděpodobností 95%.

STEMMARK		Total		Pohlaví		Věk		Vzdělání		V jaké části Prahy žijete?										Příjem domácnosti					Velikost domácnosti				Isobně tuto kampaň?		Total						
		Celkem		Muž	Žena	18-29	30-44	45-59	60+	Bez maturity	Maturita	VŠ	Praha 1	Praha 2	Praha 3	Praha 4 vč. 11,12	Praha 5 vč. 13,16	Praha 6 vč. 17	Praha 7	Praha 8	Praha 9 vč. 14,18,19,20,21	Praha 10 vč. 15,22	Do 25.000 Kč	25.001- 40.000 Kč	40.001- 50.000 Kč	50.001-60.000 Kč	60.001-80.000 Kč	80.001+ Kč	Odmítá	1 osoba	2 osoby	3 osoby	4+ osob	Ano	Ne	Celkem	N
Q2. Zaznamenal/a jste osobně tuto kampaň?	Ano	33,0		32,2	33,7	35,0	29,5	30,5	37,7	24,1	35,5	35,6	30,0	36,8	44,8	37,6	33,8	37,5	26,3	25,0	22,4	34,3	39,6	34,7	36,8	28,1	40,6	25,3	29,9	35,8	35,5	29,0	26,3	99,4		33,0	166
	Ne	67,0		67,8	66,3	65,0	70,5	69,5	62,3	75,9	64,5	64,4	70,0	63,2	55,2	62,4	66,2	62,5	73,7	75,0	77,6	65,7	60,4	65,3	63,2	71,9	59,4	74,7	70,1	64,2	64,5	71,0	73,7	0,6	100,0	67,0	337
	Total N		503	239	264	80	146	131	146	112	172	219	10	19	29	109	71	56	19	44	76	70	48	95	68	64	64	87	77	137	197	93	76	167	336		503
Q3. Kde všude jste kampaň zaznamenal/a?	Online	26,5		37,7	16,9	14,3	25,6	32,5	29,1	25,9	31,1	23,1	0	23,1	34,1	20,8	38,1	20,0	27,3	29,4	20,8	26,3	27,3	12,0	38,9	38,5	18,2	26,1	26,5	31,4	18,5	20,0	26,5	0	26,5	44	
	V MHD	39,2		41,6	37,1	67,9	39,5	30,0	30,9	37,0	37,7	41,0	33,3	42,9	23,1	41,5	45,8	42,9	40,0	45,5	29,4	37,5	36,8	42,4	40,0	33,3	30,8	54,5	34,8	28,6	45,7	37,0	45,0	39,2	0	39,2	65
	V tisku	30,7		26,0	34,8	17,9	30,2	35,0	34,5	37,0	24,6	33,3	66,7	28,6	30,8	31,7	45,8	14,3	0	27,3	17,6	41,7	10,5	33,3	36,0	44,4	38,5	27,3	21,7	26,5	34,3	25,9	35,0	30,7	0	30,7	51
	Na ulici	25,3		23,4	27,0	35,7	34,9	20,0	16,4	25,9	26,2	24,4	0	28,6	7,7	41,5	25,0	23,8	40,0	18,2	17,6	16,7	21,1	33,3	24,0	16,7	11,5	31,8	34,8	28,6	17,1	33,3	35,0	25,3	0	25,3	42
	Nic z výše uvedeného	9,6		2,6	15,7	3,6	2,3	5,0	21,8	14,8	8,2	9,0	0	14,3	23,1	4,9	8,3	4,8	20,0	9,1	17,6	8,3	26,3	9,1	8,0	0	7,7	9,1	8,7	16,3	5,7	11,1	5,0	9,6	0	9,6	16
	Total N		166	77	89	28	43	40	55	27	61	78	3	7	13	41	24	21	5	11	17	24	19	33	25	18	26	22	23	49	70	27	20	166	0		166
	Q4. Jak na Vás tato kampaň působí:	Pozitivně	44,9		46,9	43,2	50,0	47,3	48,9	36,3	37,5	46,5	47,5	50,0	42,1	48,3	42,2	45,1	55,4	36,8	36,4	42,1	50,0	31,3	42,1	42,6	50,0	51,6	50,6	42,9	36,5	50,3	47,3	43,4	58,1	38,4	44,9
Neutrálně		45,5		46,0	45,1	43,8	45,9	38,9	52,1	50,0	44,8	43,8	50,0	47,4	41,4	48,6	42,3	39,3	52,6	52,3	47,4	41,4	47,9	48,4	50,0	37,5	43,8	41,4	49,4	51,8	41,6	41,9	48,7	34,1	51,2	45,5	229
Negativně		9,5		7,1	11,7	6,3	6,8	12,2	11,6	12,5	8,7	8,7	0	10,5	10,3	9,2	12,7	5,4	10,5	11,4	10,5	8,6	20,8	9,5	7,4	12,5	4,7	8,0	7,8	11,7	8,1	10,8	7,9	7,8	10,4	9,5	48
Total N			503	239	264	80	146	131	146	112	172	219	10	19	29	109	71	56	19	44	76	70	48	95	68	64	64	87	77	137	197	93	76	167	336		503
Q5. Případá Vám důležité, aby město Praha vzdělávalo své občany o tom, jak se chovat v krizových situacích? Vyberte, prosím, výrok, který je vám nejbližší.	Ano, krizové situace mohou nastat kdykoliv.	67,4		69,9	65,2	76,3	68,5	68,7	60,3	67,9	64,0	69,9	40,0	68,4	79,3	67,0	76,1	75,0	57,9	54,5	64,5	65,7	66,7	60,0	66,2	73,4	76,6	67,8	64,9	63,5	69,0	64,5	73,7	71,3	65,5	67,4	339
	Ne, je to zbytečné strašení.	6,4		6,7	6,1	5,0	3,4	7,6	8,9	3,6	7,6	6,8	0	5,3	13,8	4,6	4,2	5,4	10,5	9,1	6,6	7,1	2,1	7,4	8,8	6,3	6,3	5,7	6,5	5,1	7,1	8,6	3,9	4,2	7,4	6,4	32
	To nemá být činnost města, spíš vlády.	4,0		5,9	2,3	2,5	4,8	3,1	4,8	3,6	3,5	4,6	10,0	5,3	0	3,7	1,4	3,6	5,3	11,4	3,9	2,9	6,3	5,3	1,5	4,7	1,6	5,7	2,6	7,3	3,0	2,2	2,6	2,4	4,8	4,0	20
	Jakákoliv aktivita v tomto směru je přínosná.	22,3		17,6	26,5	16,3	23,3	20,6	26,0	25,0	25,0	18,7	50,0	21,1	6,9	24,8	18,3	16,1	26,3	25,0	25,0	24,3	25,0	27,4	23,5	15,6	15,6	20,7	26,0	24,1	20,8	24,7	19,7	22,2	22,3	22,3	112
	Total N		503	239	264	80	146	131	146	112	172	219	10	19	29	109	71	56	19	44	76	70	48	95	68	64	64	87	77	137	197	93	76	167	336		503

Barevná ilustrace u naměřených hodnot uvádí, nakolik se informace za danou podskupinu odlišuje od informace za celou sledovanou populaci.



Čím je modrá barva tmavší, tím je výsledek **statisticky významně vyšší** než výsledek za všechny respondenty uvedený ve sloupci Total.
Tzn. že ve sledované podskupině je tento názor/jev zastoupen výrazně častěji než v populaci jako celku.
Tmavě modrý odstín ilustruje test statistické významnosti na hladině s pravděpodobností 99,9 %, světle modrý na hladině s pravděpodobností 95%.
Výsledek je **statisticky významně nižší** než výsledek pro všechny respondenty uvedený ve sloupci Total.
Znamená to, že ve sledované podskupině je tento názor/jev zastoupen méně často než v populaci jako celku.
Tmavě červený odstín ilustruje test statistické významnosti na hladině s pravděpodobností 99,9 %, světle červený na hladině s pravděpodobností 95%.

Q1. Víte, co je cílem této kampaně?
Ne
ano
Asi ano
Jste schopen zvládnout nouzovou situaci? Máte vše potřebné? Zkontrolujte jak na tom jste a hlavně zachovávejte klid.
být připraven na nečekané události
Co dělat v nouzové situaci?
nevím, jaké nouzové situace myslíte, ale asi bych začala zjišťovat informace z netu
předpokládám, že připravenost na mimořádnou situaci
být připraven na kritickou situaci
být v klidu a připraven
Zvládnout nepředvídanou situaci
seznámit občany s možností krizové situace a s tím, jak na ni reagovat.
Ano
informovat občany, jak se mohou připravit na krizové situace
vím
Patrně příprava obyvatelstva řešení nějakých nenadálých událostí
Upřímně ne
Krizové situace, evakuace
jak se zachovat v krizové situaci
ne
Ne
Nevím
informace o krizových situacích?
Připravit lidi aby věděli co dělat pokud se bude něco dít
Ano
Poskytnutí první pomoci
Ne
Je to srozumitelné
Příprava na krizové situace, jestli máme doma vše potřebné, kdyby došlo k potížím typu ozbrojený konflikt, delší výpadek proudu, dostupnosti potravin, odchodu do bezpečí... Vyšla k tomu příručka.
Připravenost na nouzové situace
nevím, přesně, jen rámcově
Znam-li postup řešení nouzové situace
těžko říci, nepřiďte mi to úplně jasné z této reklamy a písmo pod obrázky je celkem malé
info ohledně rychlého opuštění domova.
Jak se připravit, kdyby nastal stav nouze, např valka
ne
CO dělat v případě krize.
Ne
Ještě jsem to neviděla upozornění na případný Black out nebo katastrofa
asi upozornit na web, kde jsou informace o tom, jak se chovat v nouzové situaci, ale jenom hádám z toho letáku
Prevence připravenosti při nouzové situaci
Proč bych to neměla vědět?
Cílem je osvěta ohledně nečekaných situací
Nevím
cílem kampaně je připravit lidi na nouzovou situaci kdy nepujde elektřina, budou zavřené obchody, nepůjdou vybrat peníze apod
vedet jak se zachovat v krizových situacích, napr poskytnout první pomoc, znat potřebná telefonní čísla a vedet kam se obrátit, co dělat napr při požaru atd
vzdělanost a informovanost občanů v krizových situacích
Osvěta obyvatelstva při krizových situacích
Naučit lidi řešit nouzové situace.
nevím, vidím to poprvé
informace
netuším
Ne
Vím
připravit lidi na nouzový stav
Nevím
Edukovat o nouzovém plánu a šířit připravenost na krizové situace
Umět si poradit
nevím
ano
Informovat občany o tom, jak se mají chovat v nouzových případech, co mají mít připraveno pro evakuaci, jak komunikovat o situaci s dětmi atd.
příprava obyvatelstva na krizové situace
Tusím...
aby lidi byli připraveni na vse
Nemám vše potřebné
Aby lidé byli připraveni v nečekaných situacích a byli schopni pomoci lidem ve svém okolí či sobě
Připravit lidi na krizovou situaci.
Být připraven na nenadálé události, tj. Blackout, povodně, výpadky elektřiny apod
Seznámit lidi s možnostmi zvládnutí nouzových situací.
Být připraven a napanikařit
ano
Vyhodit peníze z obecního/státního rozpočtu
Pravděpodobně připravit lidi na nečekané, nouzové situace
Poučit občany o nouzových situacích, chování v těchto situacích, příprava na ne
Snad ano
ne
Příprava domácností na různé nouzové situace
Trochu vím
nikdy jsem o ní neslyšel
Jde o to trochu pozvednout pražský lid, v případě, že je potká mimořádná událost, tak aby věděli jak reagovat.
ano jedná se kampaň co dělat v situacích jako jsou živelné pohromy, válka atc. Tedy jak by se měl člověk zachovat a jaké by měl mít zásoby
PREVENCE
Co dělat v nouzi
Civilní ochrana- jak se chovat při vyhlášení nouzových situací
Nevím
Informovat a edukovat ohledně krizových situací, napr. valemého konfliktu.
Příprava obyvatelstva na krizové situace
Nevím
ano, vím
ne, neviděl jsem ji
Ne
ano - to, co kdysi zahrnovala výchova civilní obrany
Ne
Ano, mám brožurku
Připravit obyvatele Prahy na krizové situace
ne
Zjevně se jedná o poskytnutí info pro případ mimořádných událostí
ne
Nevím

ne
ne
upozornit na nebezpečí
Sdílet obyvatelům tipy jak zvládnout krizové situace
Připravit lidi na něco
pomocť lidem
Ne.
upozornit na nouzové situaci a zkontrolovat co je potřeba při těchto akcích mít a jak se zachovat
Nevím
Akce upozorňuje lidi aby se připravili na nečekané situace. Měli zásobu jídla, vody a hotovosti na 72 hodin.
Ne
Upozornit na nouzové situace
ne
Upozornit na to, když se mi stane nečekaná situace
Cílem kampaně je nebyť překvapen v případě mimořádné události, být připraven, nepanikařit, mít základní zásoby potravin, mít jistotu, že i v případě mimořádné události se máme na koho obrátit.
Aby lidi věděli co mají dělat kdyby se něco stalo
Pomoc
Stručné jednoduché instrukce pro různé situace
Ne
Nevím
Být připravený na případ nouze, evakuace, povodně a dalších živelných pohrom
ne
ne
evakuace??
zvýšit povědomí a připravenost populace na rizikové události
informovat obyvatelstvo, jak se připravit na krizové stavy
jak postupovat v případě ohrožení
Upozornit na možnost připravit se na kritické situace.
Informovat občany co mají dělat v mimořádných situacích. Snaha o náhradu za zrušenou brannou výchovu na školách.
ne
příprava na mimorádnou situaci
bezpečnost a její pomocníci
jak se mám připravit na nouzové situace a mít zásoby na 72 hodin
Ne
nevím
Krizové situace, povodně, sněhová kalamita, válka atd
Ne
Příprava na krizové situace
Jak se zachovat při číhajícím nebezpečí
Prežit v nečekaných situacích (přírodní pohromy, blackout, útok).
Vybuzuje k informovanosti občanů o tom, jak se chovat v situacích jež nejsou běžné
Finta
ne
Umět se zachovat v krizové situaci
nevím
Jak se chovat v krizových situacích.
Ne
Co dělat v nouzové situaci
ano
ne nevím
Snad ano
snad
Ne, poprvé jsem to zahlédl včera v metru. Nejspíš několik návodů, co dělat při mұ.
evakuace
ne
ano
Buď připraven
Něco málo
Ne
Dát návod jak se chovat v určitých situacích
Ne
ano
Návod, jak se připravit na katastrofy.
Vzdělávat osoby pro případ krizové situace a předcházet jim
připravit se na nouzovou situaci
zjistit si bližší informace jak se chovat v krizových situacích
nejsem si jist
Ne
Jak se zachovat v krizové situaci
Nevím
dostali jsme letáček
Jak se zachovat v krizi
Ne
příručka pro obyvatele co dělat v nouzových situacích
informace jak se chovat například při povodni...
zvládání nouzové situace
nevím
ne
nejsem si jistá. možná kurz první pomoci?
ANO
Navštívit web, na kterém se můžu vzdělat o tom, jak řešit nepříjemné situace, pravděpodobně týkající se bydlení (výpad elektřiny, vytopení, zloději...) či osobního zdraví. Možná se jedná o pojišťovnu??
Příprava na možný válečný konflikt
Asi vím, buď připraven na nečekané situace! Ráda si vše prohlednu a zjistím, co mi doma chybí. Moc užitečná kampaň!
informovat občany jak se chovat v případne nenádále nouzové sitauci
ano
nevím
ne
ano
Jak se chovat v krizových situacích.
obeznamit a preventivne varovat
Být na vše vždy připraven
Nic
Asi rady co dělat v nouzových situacích
Ne
Informovat o tom jak si poradit v nouzove situaci
ne
ne
Aby lidé byli připravenější na nouzové situace
ano přibližně vím
Příprava na válku?

Jak se chovat v nouzové situaci, co musím mít připraveno
Kampaň připomíná občanům, že by měli přemýšlet o tom, jak by reagovali na situaci způsobenou živelní katastrofou, válečným konfliktem, výpadkem elektrické energie a podobně. Aby byli schopni se o sebe a své blízké v těchto situacích postarat.
prevence
snad ano
Příprava na krizové situace, blackout, bez vody
Příprava na nenadálou situaci - válka, konflikt, black-out a co dělat, co nakoupit
Předpokládám, že jak být připraven v případě nečekané náhlé události (bez elektřiny, povodně nebo jiné živelné pohromy, válka...)
Asi jsou to rady jak si počínat v nebezpečí
Připravit se na nepříznivé události.
nějaký druh osvěty, zřejmě jak si poradit v nestandardních či krizových situacích
Ne
příprava při krizi
Zjistit, zda lidé vědí, co dělat, kdyby nastala jakákoliv nouzová situace.
Ne
informace, co dělat v případě nějakého ohrožení
Zřejmě nějak obeznámit obyvatele, co dělat v krizových situacích.
upozornit na připravenost v nouzové situaci
nevím
Asi ne
nevím
ne
Prevence lidí při katastrofách
netuším
Ne
Trochu
informovat o tom jak se připravit na různé nouzové situace
Být připraven s evakuačním zavazadlem, zásobami min na 3 dny a zachovat klid.
Ano
Osvěta pro nouzové situace - co má člověk delat
Ne
dostat povědomí o potřebných úkonech občanů v případě stavu nouze (např. vojenského napadení, nebo živelní pohromy)
Cílem je informovat veřejnost o tom jak se chovat ve výjimečných situacích
Informovat o tom jak být připraven na krizové situace
nejsem si jistá, tipuju že upozorňuje, že lidi obecně moc nevědí jak reagovat na krizové situace a že na nějakém webu se to můžou dočíst
Řešení kritických situací
ne
Podat informaci
Zvládnout krizové situace.
informace od státu pro občany, co mají delat v pripade krizové (nebezpecne) situace
Poradím, si i bez hraběcích rad. Jen aby Chciválkové nepřivedli válku až k nám.
Ano vim
informovat a pomoct lidem v případě krizové situace
Asi informace o krizových situacích a jak je řešit a jak být na ně připraven
Nevím
Informovat před situacemi ohrožení, at uz valkou ci prirodniimi vlivy
Vzdělávání pro krizové situace
ani ne
Že má být člověk připraven na nečekané situace
Ne
ano
Nějaká příprava na nouzi
Informace co dělat při náhlé nouzové situaci
Informovat občany o tom, co mohou dělat v případě krize, přírodní katastrofy apod. Také učí, jak je možné se připravit předem.
Ano.
Zvýšit povědomost o zvládání krizových situací
ano vim
zásoby potravin a pitné vody alespoň na tři dny
Jak se chovat v krizové situaci
Upozornit, že se můžou v životě vyskytnout situace, o kterých nevíme a které nečekáme. Na takové situace ale musíme být nějak připravený, abychom ji dokázali dobře zvládnout a přežít.
Starat se sám o sebe.
ano
Zvládnou nějakou nouzovou situaci, vědět co dělat, co mít připravené doma
Podle obrázků si uvědomit co nám pomůže a navštívit je.
Ano
Připravit nás na nouzovou situaci
ano
ne
Ano, brožuru jsem si přečetla.
ano
Nezaznamenal jsem ji, ale vypadá to na kampaň, která má připravit lidi na krizové situace
To, že žijeme v době, kdy chtějí vládnoucí entity válčit a proto se snaží lidi připravit na situace, kdy bude potřeba opustit své domovy.
nyní hlavně činnost při válce
Informovat občany o chování během nouzových situacích
Jak se zachovat v krizových situacích
Informovanost o zvládání krizových situací
být připraven v případě válečného konfliktu
Cílem je zvýšit informovanost v případě mimořádné situace jako je např. požár, evakuace nebo nehoda a také zlepšit a zrychlit reakce na tuto situaci.
jak se zachovat v případě mimoradne situaci
moc né
informovat o chování v krizových situacích
Připravit sa na nudzové situácie
informovat občany co dělat v nouzové situaci?
Vzdělávání obyvatelstva
Připravenost na nouzovou situaci
připravit se na nouzové situace
To nevím
SOS
povědomost o první pomoci
Kampaň na první pomoc
nesetkal jsem se s ní ale asi je to součást osvěty v CO
Nevím, vidím to první
Kampaň jsem neviděl, ale asi jak udělat první pomoc a podobně
osvěta
Ano
Být připraven na nečekané situace
Upozornit obyvatele Prahy, jak se připravit na nenadálou situaci, která může nastat.
Ano
příprava obyvatel na nouzové nebo krizové situace?
Info obyvatelstvu v nouzových situacích
Myslím, že ano

NEVÍM
Najít pomoc při zvládnutí nouzové situace
ani ne
chování v nouzové situaci?
Ne
Moc toho nevím
ne
Tak trochu ano
Netuším, vypadá to jak bobříci pro skauty. Ale možná spíš nějaký varovný stítky.
Ne
nevím
Poruchy elektřiny
Příprava na krizovou situaci
Informace a příprava na nouzové situace.
Ne
Ano
Co dělat když se něco děje
Údajně poučit lidi, jak se mají chovat v krizových situacích
nevím
aby lidé uměli zachránit život
Ano
oživit znalosti lidí
Připomenout lidem, aby se zamysleli, zda mají sjednána všechna potřebná pojištění.
příprava na nouzovou situaci
Ne
Poplach
Poskytnout první pomoc a zavolat záchranku.
Cílem je naučit lidi reagovat na nouzové situace
Zvýšit bezpečnost v okolí
Příprava na krizové situace
Pravděpodobně je cílem, aby byli lidé připraveni na krizové situace a byli schopni přežít pár dnů bez elektřiny, zásobování apod.
nevím
Netusum
Aby lidé vedeli co dělat když se něco stane
Být připraven na případ blackoutu, živelní katastrofy, případně jeného nebezpečí.
připravit lidi na nouzovou situaci
Cílem je dát občanům, jednoduché, ověřené a praktické návody, které jim pomohou zvládnout krizové situace bezpečně a v klidu.
Volat 112
Ne
ne
Naučit lidi chování v nouzových situacích
Připravenost na krizové situace
Nevím
ne
Nevím
Rozšíření informací o evakuaci
Ne
být připraven a nebýt překvapen
nevím
Připravit obyvatelstvo na živelní pohromy, nehody, průmyslové havárie i válečné události.
nevím
Částečně
nevím
nemám poněti
Připravenost na krizové situace.
Telefon a nouzová čísla
Poučit co dělat
Cílem je poskytnout informace,aby člověk věděl,jak se zachovat v dané situaci,jak poskytnout např.v oblasti zdraví první pomoc.
být připraven na nouzovou situaci
Pomůcka pro přípravu na krizové situace (blackout, povodně...).
Vidím to poprvé, ale podle mého kampaň sleduje na přípravu v případě mimořádné události či krizové situace z naturogenního či antropogenního původu
Znalost chování v určitých situacích.
Ne
Co si vzít v případě ohrožení při válečném konfliktu
Kontrola připravenosti v nouzovém stavu
informovat společnost, jak se má chovat, když nastane krizová situace
Mám leták
Nevím přesně, ale tuším.
nevím
Nevím
nevím
Ano
Ne
Jak být ready na krizi třeba blackout
Snad ano
Naučit lidi být připraveni pro případ např. dlouhodobého výpadku proudu nebo živelné katastrofy
nevím
Jak zvládat krizové situace na veřejnosti
připravit se na neočekávanou situaci, co musíme mít doma připraveno na 72 hod. v případě ohrožení
Bezpečnost v krizových situacích
Ano, co mít připraveno doma pro případ nějaké nepředvídané situace. (Dlouhodobější odpojení energie, vody atd.
Věci pro případ nouze
Jak se spořádaně chovat v případě evakuace v nouzových a mimořádných událostech.
Cílem je být připravený na nenadálé situace.
ne
Aby byl člověk připraven v případě nouze.
Netuším
Ano
ne
Ne
Ne
Jak se zachovat v nouzové situaci
NE
příprava na nenadálou situaci
Nevím
Netuším
Ano.
Nevím
Aby nedocházelo k panice občanů
připravit lidi v praze na možné nouzové situace, jak se připravit, sbalit a podobně

Ano, dát obyvatelům ČR informace o tom, co dělat v krizových situacích.
Nic o tom nevím
nevím
Připravit lidi na krizové situace
Poskytování rady v případě nouzové situace.
Ne
aby byl člověk připraven na mimořádné situace
První pomoc ?
Netuším
osvěta co dělat v krizovy situaci
Nová kampaň pro případ nějaké krizové situace a ověření připravenosti obyvatel Prahy na různé situace.
ne
Ano
Návody jak si poradit při problémech
Myslím si
Ano vím
Asi informovat o tom co dělat v nouzové situaci
Byt připravený třeba na "blackout", mít vše doma a být v klidu.
Asi zvýšit povedomie o osobnej zodpovednosti jedinca
Že tam jsou informace o tom, jak postupovat v krizové situaci
Přiblížit lidem problematiku zvládání různých krizových situací.
Vedet jak se chovat v dane situaci
Ano
Tak asi se jedna o bezpečnost a připravenost obyvatelů
Zajistit si vše potřebné v nečekané situaci
Situace dlouhodobého výpadku el. proudu, tel. sítí, vody atd
Jak zvládnout nouzovou situaci
Připravit na nečekané události, např. blackout
Řídit se podle pokynů
jak se připravit na nouzový stav
osvěta ohledně náhlé krizové situace
nevím
ano
Ne.
Byt připraven na první 3 dny nouzove situace
Ano
Příprava na válku
připravit lidi na nouzové situace
Nevím.
Připravenost na krizové situace
Tak napůl
připravenost na krizové situace
Osvěta obyvatel jak se zachovat v případě krizových situací (přírodní katastrofy, válka,...) a doporučení co mít připraveno předem.
Návod, co mít doma a jak se zachovat v krizových situacích
Doufám, že vím.
ne
ne
Informace
Nouzové situace.
Nevím.
Naučit se, co dělat v nouzové situaci
Instrukce obyvatel na krizové situace
ano
Tak trochu
Upozornění jak se chovat v takové situaci
nevím
Ano
Informovat o postupu v krizi
zvládnout nouzovou situaci
Nevím
nevím
Nevím. Pravděpodobně bych zůstal doma, případně v garáži.
Pomoc v nouzové situaci
Edukace co dělat v krizové situaci
Poutač na informace o CO
tuším, že zvýšit povědomí o základních postupech pro přežití
Aby lidé věděli jak se zachovat např. v případě katastrofy
poučit obyvatelstvo o chování v krizových situacích
Ne
edukovat obyvatelnost v případě nouzové situace, či napadení naší země agresorem
Netuším, tuto kampaň vidím poprvé v životě
Asi ano, ale plakat vidím poprvé.
Byt připraven ve vyjimecných situacích
Ne
Prevence a řešení krizových a mimořádných situací
Ne
Vedet, co udelat v nouzove situaci.
Osvěta, jak se chovat v nouzovych situacích a nepanikařit
Upozornit občany, aby doma měli nouzové zásoby pro případ výpadku elektřiny, apod.
nouzová situace, přírodní katastrofy, jak se zachovat, co dělat
Poradit lidem, když dojde k nějaké nenadálé situaci
Připravit lidi na krizovou situaci, sdelit zakladni informace co delat
porozumění
Připravit se na 3 dny krizové situace.
nevím
Nevím
Ne
nevím, nezmám
Řešení krizové situace, evakuace.
Volat 112
Tunelování rozpočtu?
tak na 70%
Připravit lidi na nějakou křítovou situaci a redukovat je, jak v takových situacích jednat
Co dělat v nouzové situaci
Ne
Ano, informace o chování se v případě nouze a katastrofy.
Informovat lidi o tom, jak se připravit na nouzové situace a např co mít doma za zásoby
Informovanost občanu
Evidentně informovat občany o tom, co mají dělat v případě nějaké krize. Resp. jak se na takovou případnou krizi připravit.
Ano, snaží se edukovat obyvatele v rámci nečekaných pohrom a přípravy na ně.

upozornit na způsoby řešení krizových situací
Jak se zachovat v krizivých situacích
Mít zásobu vody a trvanlivých potravin, připravit si doklady a příp. peníze a zlato
Nevím