



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU

16. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand Prix 2023.

Kategorija: Grand PRix za integriranu kampanju

Naziv projekta: **Internet Safety**

Agencija: A1 Hrvatska

Razdoblje realizacije projekta: od veljače 2022. do studenoga 2022.

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: A1 Hrvatska želi doprinijeti razvoju informiranog i uključivog digitalnog društva koje svakom pojedincu i kompanijama pruža jednake mogućnosti za razvoj. Zato neumorno radimo na edukaciji, pružanju smjernica za odgovorno korištenje tehnologijama te razvoju vlastitih sigurnosnih rješenja. Zajedno s Centrom za sigurniji Internet (dalje u tekstu: CSI) već sedmu godinu za redom educiramo mlade o opasnostima u online svijetu, provodimo i edukacije za roditelje o prevenciji i zaštiti djece te educiramo o potencijalnim sigurnosnim opasnostima.

Opći cilj bio je educirati širu javnost i podići svijest o važnosti sigurnosti na internetu. **Specifični ciljevi** bili su dostići 10.000 sudionika DSI-ja; 20 objava o DSI aktivnostima; 115.000 čitanja native članaka; 100.000 pregleda na društvenim mrežama.

Provedba: Povodom Dana sigurnijeg interneta (DSI), kojeg godinama obilježavamo u suradnji s CSI-jem, predstavili medijima, nastavnicima i učenicima međunarodno istraživanje o izloženosti srednjoškolaca sextingu i sextortionu. Potom je slijedila panel rasprava „Za tipkovnicom ili konzolom budi pod kontrolom“, u kojoj su sudjelovali influenceri, social medija stručnjak i psihologica. Sudionici su podijelili svoja iskustva s negativnim sadržajima i prijetnjama na internetu kojima su i sami redovito izloženi, a sve aktivnosti su se streamale na YouTube CSI kanalu. Digitalna kampanja (native i social media objave) odvijala se od svibnja do rujna 2022. te je bila usmjerena na širu javnost i podizanje svijesti o najčešćim oblicima online prijetnji – phishing, malware, botneti, spam i mining (rudarenje). Pokrenuta je i edukativna podstranica posvećena internet sigurnosti na kojoj su korisnici mogli saznati više o tome kako se zaštititi, ali i odigrati kviz o sigurnosti. Također, provodila se interna i eksterna kampanja tijekom listopada kada se globalno obilježava Mjesec kibernetičke sigurnosti.

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije: Ostvareno 32.090 ukupno sudionika DSI-ja; 64 neplaćenih medijskih objava (posebna tema u Otvoreno, gostovanje u Dobro jutro Hrvatska, izjave u svim središnjim televizijskim informativnim emisijama); 213.124 ukupnih čitanja članaka; 140.773 pregleda na društvenim mrežama; 6.690 pregleda Instagram objava, 38.100 pregleda Facebook objava, 91.700 pregleda na Raf the child TikTok računuu, 4.283 pregleda YT video kviza s influencerima (Ugljen, Begić, Internet Mater, Hrustanović). Kampanja je nadmašila očekivanja. Uspješno smo raznim javnostima prenijeli poruke o važnosti održavanja online sigurnosti, ali i podigli svijest o online opasnostima.

Kreativnost i inovativnost: Osim pokretanja službene web stranice s edukativnim materijalom i informacijama, A1 korisnicima smo poklonili godinu dana besplatnog korištenja A1 SafeNET usluge (zaštita od virusa, sumnjivih stranica, neovlaštenog pristupa podacima). U suradnji s CSI-jem obilježili smo DSI raznim aktivnostima. Kako bismo poruku prenijeli do što većeg broja ljudi, u suradnji sa stručnjacima kibernetičke sigurnosti započeli smo seriju native članaka kroz koje smo obrađivali najčešće prijetnje – phishing, malware, botneti, spam i mining. Društvene mreže, kao glavni kanal za komuniciranje s mladima, iskoristili smo za objavljivanje raznih edukativnih postova i kvizova te s influencerima skretali pozornost na najčešće negativne utjecaje (bullying, sexting, nasilni/neprikladni sadržaji).