

Kommunikációs lehetőségek az idősek tájékoztatásában

Communication options for informing the elderly

Balogh Eszter tűzoltó főhadnagy
Vas Vármegyei Katasztrófavédelmi Igazgatóság, szóvivő
eszter.balogh@katved.gov.hu
ORCID: 0009-0001-7668-0474 

Absztrakt:

Felgyorsult világunk egyik problémája, hogy az emberek egyre kevesebbet tudnak foglalkozni lakókörnyezetükkel, a rájuk leselkedő veszélyekkel. A katasztrófavédelem egyik kiemelt feladata, hogy a rendelkezésükre álló kommunikációs felületeken keresztül tájékoztassák a lakosságot az adott időszakra vonatkozó magatartási szabályokról, prevenciós üzeneteken keresztül. Ezek közül egész évben, de a téli időszakban kiemelt jelentőséggel bír a halálos és személyi sérüléssel járó tüzesetek megelőzése. Az üzenetek egyik problémája az - amellett, hogy nap mint nap találkozhatunk ezekkel a különböző híradásokban, social média felületeken -, hogy még mindig van olyan közösség, amelyhez ezek ritkán vagy egyáltalán nem jutnak el.

Feladatom, hogy a leginkább veszélyeztetett idős, a megszokott kommunikációs csatornáktól elzárt rétegek körében felmérést végezzek annak érdekében, hogy megtudjam, hogy mik azok a felületek, amelyek a rendelkezésükre állnak, amelyeknek köszönhetően eljuttatható hozzájuk az életmentő információ. Ezen tudás birtokában célokom, hogy az általuk meghatározott felületeket felhasználva a későbbiekben még hatékonyabbá tegyem a tájékoztatást.

Kulcsszavak: megelőzés, tájékoztatás, tüzesetek, halálesettel járó tüzesetek, kommunikáció, social média, platformok, lakosság, peremterületen élők

Abstract:

One of the problems of our fast-paced world is that people are less and less able to deal with their living environment and the dangers lurking around them. It is a paramount task of disaster management to inform the population about the rules of conduct for the given period, through prevention messages, via the communication interfaces available to them. Of these, especially in the winter period but throughout the year, the prevention of fires leading to death and personal injury is of particular importance. One of the problems with the messages is that - in addition to the fact that we can see them every day in various news reports and social media platforms - there is still a community that these messages rarely or never reach.

My task is to conduct a survey among the most vulnerable elderly people, who are cut off from the usual communication channels, in order to find out what interfaces are available to them, thanks to which life-saving information can be delivered to them. Armed with this knowledge, my aim is to use the interfaces defined by them to make the flow of information even more effective in the future.

Keywords: prevention, information, fires, fatal fires, communication, social media, platforms, population, marginalized

1. BEVEZETÉS

A kommunikáció legfontosabb szereplői az adó, a vevő és van közöttük egy tér, ami a kommunikációt talán a leginkább hangsúlyossá teszi, ez pedig a csatorna. Ahhoz, hogy az adó és a vevő üzenete célba érjen, fontos, hogy egy olyan csatornát válasszanak, ami a kódolt információ eljuttatására leginkább alkalmas. [1, pp. 15-20] Ez minden közösség esetében más és más. Manapság, a digitális kihívások korában egyből az internetre és a televízióra gondolunk, mint potenciális csatornára. Mi a legegyszerűbb formája tehát annak, hogy egy nagy közösséget elérjünk, vetődik fel bennünk a kérdés, és talán sokat gondolkodnunk sem kell, egyből a közösségi médiafelületek jutnak eszünkbe. Ha azt szeretnénk, hogy egy információt minél szélesebb körben, minél gyorsabban el tudjunk juttatni az adott célközönségnek, akkor posztolunk például a Facebookon, az Instagramon, vagy - ami manapság a digitális médiát használó fiatalok körében leginkább elterjedt -, készítünk egy izgalmas tartalmat a TikTok-ra. Igaz, hogy az idősebb korosztály is egyre szélesebb körben használja a social média felületeket, azonban még mindig magas azon főleg peremterületen élő és idős korosztályúak száma, akik nem ismerik az internetet. A feladat pedig ezáltal az, hogy megválaszoljam, milyen formában lehet elérni az idős korosztályt, és hogyan továbbítsunk feléjük a korcsoportjukat is érintő üzeneteket.

2. KUTATÁS MÓDSZERE

2.1. A témaválasztás indokolása, időszerűsége

A BM Országos Katasztrófavédelmi Főigazgatóság a vármegyei/fővárosi katasztrófavédelmi igazgatóságok bevonásával a fűtési szezon kezdete előtt, és a nyári időszakban is folyamatosan tesz közzé preventív jellegű közleményeket, üzeneteket, kommunikál a nyomtatott-, és az online médiában, valamint a televízióban, a rádiós műsorokban is egyaránt megfogalmazza üzeneteit a lakosság irányába.

Annak ellenére, hogy a tömegtájékoztatás széles spektrumon mozog, van olyan közösség, akikhez az üzenet mégsem jut el, vagy nem ér célba. A téli hónapokban szinte nem telik el úgy hét, hogy ne tudósítanának arról, hogy emberáldozatot követelt egy lakástűz, otthonok váltak a tűz martalékává. Ezek többsége az emberi gondatlanság miatt történt. Odafigyeléssel és szabálykövető magatartással ezek a tüzesetek is megelőzhetőek lehetnének. [2] A leginkább veszélyeztetettek azok az idősök, akik egyedül élnek, valamint az olyan peremterületen élők, akik a mindennapi életfenntartáshoz elegendő szolgáltatásokkal vészelik át napjaikat. Egy 2022. augusztusi összesítés szerint több mint ötezer lakástűzhez riasztották már a 2022. évben a tűzoltókat országszerte, melynek során háromszázhuszonegyen megsérültek és ötvenketten életüket veszítették. [3] Ezen információk tudatában megkérdőjelezhetetlen a téma súlya és kutatásának fontossága. Amennyiben az üzenet a megfelelő csatornán keresztül jutna el az érintettekhez, akkor a tüzesetek száma akár meg is feleződhetne, látványosan csökkenhetne a személyi sérülésekkel és halállal végződő tüzesetek száma, és egy olyan korosztályhoz juthatna el az életmentő információ, amely a leginkább ki van téve a halálos lakástűzek veszélyeinek.

2.2. Kutatási hipotézisek

Az első feltételezés szerint a halálos eredetű tüzesetek által leginkább érintett korosztály tájékoztatására nem a social média felületek és a telekommunikációs eszközök útján tudunk eljutni, hanem inkább előtérbe kerülnek a tömegtájékoztatás hagyományos módszerei, például a nyomtatott sajtó.

A második feltételezés, miszerint azokhoz az emberekhez, akik nem engedhetik meg maguknak, hogy előfizetésük legyen vármegyei, vagy helyi napilapokra, azoknál a falvakban lévő hirdetőtáblákon való figyelemfelhívás lehet segítségükre az információszerzésnél.

Harmadik feltételezés, hogy előtérbe kerülhetnek - az önkormányzatok segítségével - a szórólapok, amelyeken rövid, lényegre törő információkkal, színes képes illusztrációkkal és figyelemfelhívó képekkel találkozhatnak az olvasók.

2.3. Kutatási célkitűzések

Kutatásom célja az volt, hogy a leginkább veszélyeztetett körbe tartozók, azaz az idős korosztály és közülük is kiemelten a peremterületen élők körében felmérjem, melyik módszer lenne a legmegfelelőbb arra, hogy a tájékoztatásuk a preventív jellegű témakörök esetében is naprakészen megtörténhessen, és televízió, nyomtatott sajtó vagy okos eszközök hiányában is értesüljenek az őket érintő veszélyekről, és ezek birtokában tudják otthonukat és lakókörnyezetüket biztonságosabbá tenni. A kutatás célja volt az is, hogy az üzenet eljuttatására szolgáló csatorna birtoklása a vevő részéről ne járjon többletköltséggel. Ezen információk beszerzéséhez szükséges volt az érintettekkel való kapcsolatfelvétel, amelynek köszönhetően a személyesen kaptam információt az érintettektől arról is, hogy a tájékoztatás mely módját részesítik előnyben, milyen intézkedések szükségesek ahhoz, hogy a vizsgált réteg is belekerüljön abba az információláncba, amelyen keresztül első kézből értesülhetnek az őket érintő veszélyekről.

2.4. Kutatás módszere

A pályamunka felépítésében törekedtem arra, hogy az olvasó megértse a problémát, majd a fogalmi körök tisztázását követően sorra vettem azokat a tájékoztatási módszereket, amelyeken keresztül a katasztrófavédelem jelenleg is tájékoztatja a lakosságot az egyes időszakban az arra jellemző veszélyforrásokról. Ezt követően a kutatásom eredményét megosztva felvázoltam egy esetlegesen megvalósulható tájékoztatási formát az érintett lakosság elérésére. Mindezeket figyelembe véve a kutatásom módszerének egy hagyományos eljárást választottam. A vizsgált lakosságot kérdőíveken keresztül igyekeztem megszólítani. Ezáltal kerestem választ a téma kapcsán bennem megfogalmazódott kérdésekre és tártam fel azokat a lehetőségeket, amelyek a későbbiekben nagy segítséggel lehetnek a vizsgált réteg elérésére és az üzenetek célba juttatására, ezáltal egyfajta felelős magatartás kialakítására.

3. TÉMA ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA

A BM Országos Katasztrófavédelmi Főigazgatóság tevékenysége és a szervezet kommunikációja kiemelt szereppel bír a lakosság élet-, és vagyonbiztonságának megővésében. Nem telik el úgy nap, hogy a híradásokban – legyen az online felületen, nyomtatott sajtóban, vagy televízióban - ne találkoznánk a katasztrófavédelem által közölt hírekkel. A kommunikáció során nagy hangsúlyt kapnak a preventív üzenetek, azonban nap mint nap kell számolni olyan hírekkel is, ahol valamilyen káresemény kommunikálása történik a már említett felületek valamelyikén. Vannak esetek, amelyek pozitív kimenetelűek, azonban olyanokkal is gyakran találkozhatunk, ahol emberi áldozatokkal is számolni kell. A tanulmányt éppen ezért a már hagyományos, immár megszokott módszerek bemutatásával kezdem. Ezeken keresztül felvázolom, hogy a katasztrófavédelem milyen kommunikációs csatornákat használ az üzenetek célba juttatására. Mielőtt tisztáznánk azt, hogy milyen felületeken történik az információáramlás fontos sorra vennünk, hogy ezen üzenet átadásáért ki a felelős. A katasztrófavédelem esetében az üzenetek célba juttatója a szóvivő. A szervezetet képviselve az ő személye felel a napi események kommunikálásáért és a preventív témájú üzenetek vevő részére történő átadásáért. A BM Országos Katasztrófavédelmi Főigazgatóságon ezt a szerepet a szóvivő, távollétében annak helyettese, míg a vármegyei és a fővárosi igazgatóságon a vármegyei/fővárosi szóvivő látja el. [4] A kutatásom témájaként is megjelölt halálos lakástüzek megelőzése egész évben a fő témakörök közé tartozik. Amellett, hogy a fűtési időszak kezdetekor megkezdődik a prevenciós témájú üzenetek továbbítása a lakosság irányába, a híradásokban is rendszerint találkozhatunk azon események kommunikálásával, amelyek

meghatározóak voltak vagy a tűzoltói beavatkozás tekintetében, vagy a lakosság oldaláról nézve. Egyes esetekben a felelős magatartás pozitív példájának bemutatása is megtörténik, azonban ezek száma még mindig nem megfelelő.

4. KATASZTRÓFAVÉDELEM ÁLTAL HASZNÁLT TÁJÉKOZTATÁSI MÓDSZEREK

Ebben a fejezetben azokat a csatornákat mutatom be, amelyek a katasztrófavédelemnél az üzenetek célba juttatására szolgálnak a lakosság irányába. Ezek a már jól bevált csatornák évtizedek óta szolgálják a tájékoztatást, az információ közvetítését, és rétegek széles körét tudják elérni, így az egyes csatornákon, a megcélozni kívánt közösség számára a megfelelő tartalommal, a kívánt hangnemben történik az üzenet továbbítása. Elsőként a hagyományosabb csatornákat mutatom be, azaz a nyomtatott sajtót, a rádiót és a televíziót majd az online felületeket vizsgálom meg. A katasztrófavédelem kommunikációját a hatályban lévő „A hivatásos katasztrófavédelmi szervek kommunikációs tevékenységének rendjéről szóló 25/2020. számú BM Országos Katasztrófavédelmi Főigazgatóság főigazgatói intézkedése” szabályozza. A hivatásos katasztrófavédelmi szerv ezen szabályzó szerint látja el a kommunikációs feladatait. A szóvivők azok, akik a katasztrófavédelem által közölt hasznos információkat, preventív jellegű üzeneteket eljuttatják a lakosság irányába, valamint a médiaérdeklődésre számot tartó eseményekről tájékoztatják a helyi és az országos médiatartalom szolgáltatókat. Nyáron a viharokra, a hőségriasztásra, a szabadtéri rendezvények szabályaira figyelmeztetnek, ősszel a mustgázzal kapcsolatos szabályokról kommunikálnak. A fűtési időszakban kiemelt figyelmet szentelnek a halálos lakástüzek megelőzésére, a füstérzékelő berendezések beszerzésének népszerűsítésére, valamint egész évben hasznos tanácsokat adnak a szén-monoxid mérgezések megelőzésére. A szóvivők preventív jellegű üzeneteket elsősorban a honlapon osztják meg a lakossággal, azonban a nyomtatott sajtóban képekkel illusztrálva, valamint a rádióban interjúk során informálják a lakosságot a megelőzés fontosságáról. A televízióban stúdióbeszélgetések alkalmával, vagy az Országos Tűzmelegítési Bizottság által készített videók megosztásával hívják fel a figyelmet. Az elmúlt években a social média felgyorsult fejlődésével is felvette a szervezet a versenyt, így a Youtube csatorna mellett Facebook, Instagram és Twitter profilt is üzemeltet a katasztrófavédelem. A központi gondozásban lévő felületek megtöltésre kerülnek a vármezei tartalmakkal, így a fiatal korosztály is széleskörűen értesülhet az őket és lakókörnyezetüket esetlegesen fenyegető veszélyekről. Ezen kívül számos rendezvényen, az Országos Tűzmelegítési Bizottság és a Területi Tűzmelegítési Bizottság standjánál is lehetősége nyílik a lakosságnak tájékozódni. Hogy mik azok a további területek és felületek, amelyekre érdemes még kiterjeszteni a kommunikációt, a kutatásból kiderül. [5, pp. 41-46]

5. KUTATÁS-KÉRDŐÍVES MÓDSZER

A halálos és személyi sérülésekkel járó tüzesetek által leginkább veszélyeztetett lakosságot érintő kutatásom hipotéziseinek vizsgálatára kvantitatív kutatási módszert választottam. Ennek oka az volt, hogy a peremterületen élő idős lakosságot leginkább a papíralapú kérdőíves kutatási módszerrel tudtam megszólítani. A nyomtatott, papíralapú kérdőíveket falvakban, városokban élő közösségekhez is eljuttattam. A kérdőíveken az eldöntendő kérdések mellett feleletválasztós és véleményt kifejtő kérdéseket is intéztem feléjük, így átfogó képet kaptam arról, hogy mi a véleményük a kutatási témáról. A probléma feltárása mellett igyekeztem olyan kérdéseket is feltenni, amivel arra sarkallom őket, hogy maguk fogalmazzák meg, milyen tájékoztatásra van igényük, mi az, amivel segíthetjük őket, hogy információkhoz jussanak. Így a későbbiekben célzottan tudja feléjük intézni a szervezet a preventív jellegű üzenetek átadását, megelőzve ezzel halálos és személyi sérüléssel járó tüzesetek kialakulást otthonaikban és lakókörnyezetükben. [6, pp. 96-104] A kérdőív kitöltésének ideje 2022. augusztusa volt, és összesen ötvenhárom ember válaszolta meg a kérdéseket.

5.1. A kutatás résztvevői – a minta

A célközönség megfogalmazásánál olyan embereket akartam megszólítani, akik peremterületen élnek. Ők kutatásomban az idősebb – leginkább nyugdíjas - korosztályúak, akik még a hagyományosabb tájékoztatási módszerek hívei. Az összehasonlítás érdekében a nyugdíjas korúak mellett, néhány fiatalabb, faluban élő embert is megkérdeztem. A kérdőívek kitöltése név megjelölése nélkül történt, ugyanis az első megfigyelésem az volt, hogy bár nagyon segítőkész mindenki, amint feltettem a kérdést, hogy részt vesznek-e egy kutatásban, mindenki megijedt és nem akart részt venni a felmérésben. Többek között emiatt is volt szükség arra, hogy a kérdőíven is feltüntessem azt, hogy kutatásomat milyen céllal hajtom végre. Ezáltal az embereknek is világossá vált, a kérdőív kitöltése az ő érdekeiket is szolgálja. A halálos tüzesetek többsége azokon a helyeken történik, ahol a szegényebb, hátrányosabb helyzetű, egyedül élő idős ember él, de rendszerint találkozhatunk olyan esetekkel is, amikor a városokban többlakásos társasházakban történik. Ennek okán a városban, tömbházban élő lakosságot is megkérdeztem.

	41-50 év közötti	51-60 év közötti	61-70 év közötti	71-80 év közötti	81-év feletti	Összesen
Nő	1 fő	3 fő	12 fő	11 fő	2 fő	29 fő
Férfi	0 fő	2 fő	11 fő	9 fő	2 fő	24 fő
Összesen	1 fő	5 fő	23 fő	20 fő	4 fő	53 fő

1. táblázat A kutatás résztvevői, készítette: a szerző

A kutatásban résztvevők eloszlásából látszik, hogy főként az ötven évnél idősebbek kerültek a kérdések célkeresztjébe. A nők és a férfiak eloszlása közel azonos számú volt. Legmagasabb számban a hatvan és a nyolcvan év közöttiek adtak válaszokat az általam feltett kérdésekre, ami célzottan történt így, ugyanis ők, akik leginkább veszélyeztetettek a halálos és személyi sérüléssel járó lakástüzek által, valamint hozzájuk nem jut el az online felületeken a hír. Így ennek a korosztálynak kell a tájékozódási szokásait megvizsgálni ahhoz, hogy a kutatás elérje a célját.

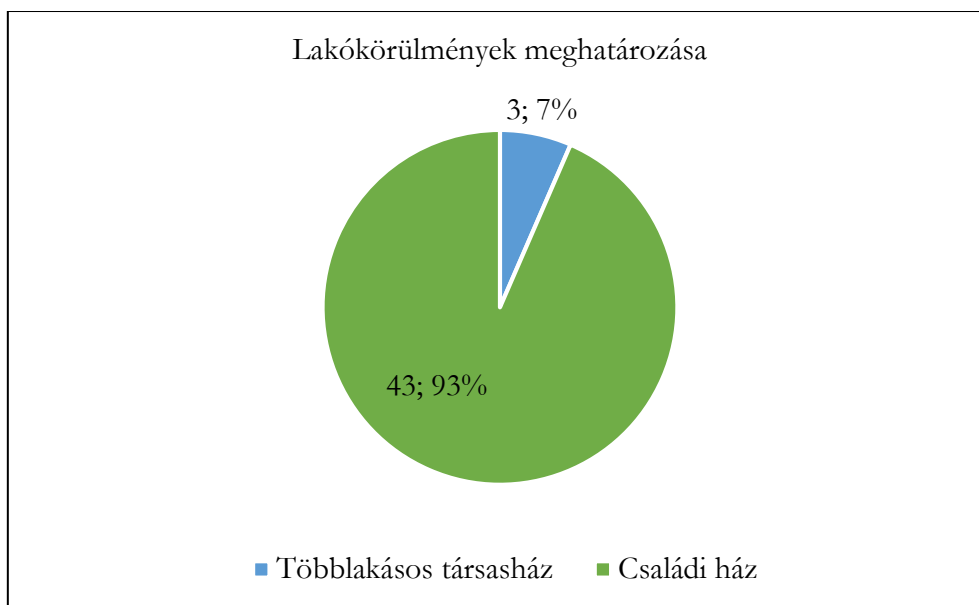
5.2. Adatok elemzése

A kérdésekre adott válaszokat összesítettem, majd azok elemzését a következőkben kérdésről-kérdésre haladva analízálom és az általam készített ábrákon keresztül szemléltetem. A teljes kérdőívet a tudományos munka *1. számú melléklete* tartalmazza.

Az ábrák sorszámát úgy alakítottam ki, hogy az kövesse a kérdőív egymást követő kérdéseinek sorszámát.

Az ábrák mindegyikének forrása a saját kutatásom. Az első két kérdésre kapott válaszokat a fenti táblázat tartalmazza, így a harmadik kérdésre adott válaszok elemzéseivel folytatom a munkámat.

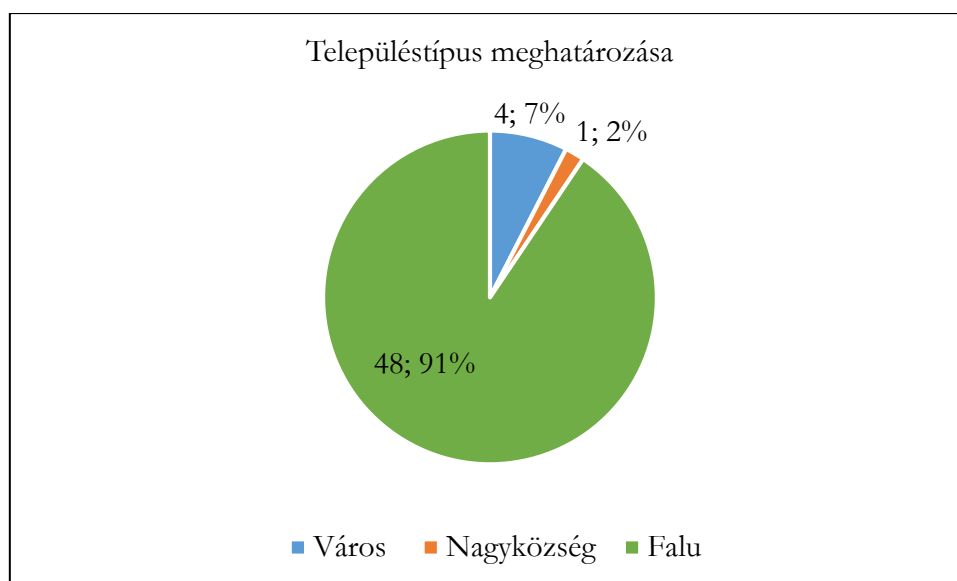
5.2.1. Lakóköriülmények meghatározása



1. ábra A kérdőívet kitöltők lakóköriülményeinek meghatározása, készítette: a szerző

A nem és az életkor meghatározását követően tisztázni akartam, hogy a kérdőívet kitöltő lakosság milyen lakóköriülmények között él. Ahogy az ábrán is látszik a kitöltők többsége, azaz nyolcvanhárom százaléka kertés, családi házban él, míg kis hányada, mindössze tizenkilenc százaléka lakik többlakásos társasházban. A tíz – társasházban élő - kitöltő is megfelelő képet tud adni arról, hogy milyen tájékozódási módszereket részesítenek előnyben. Vizsgálatom fő témája nem arra terjed ki, hogy ki milyen ingatlanban él, inkább az az érdekes, hogy az idősebb korosztály milyen tájékozódási formákat választ. Mindez valamilyen szinten összefügg azzal, hogy az adott faluban vagy városban milyen lehetőségek állnak a rendelkezésükre.

5.2.2. Település típusának meghatározása

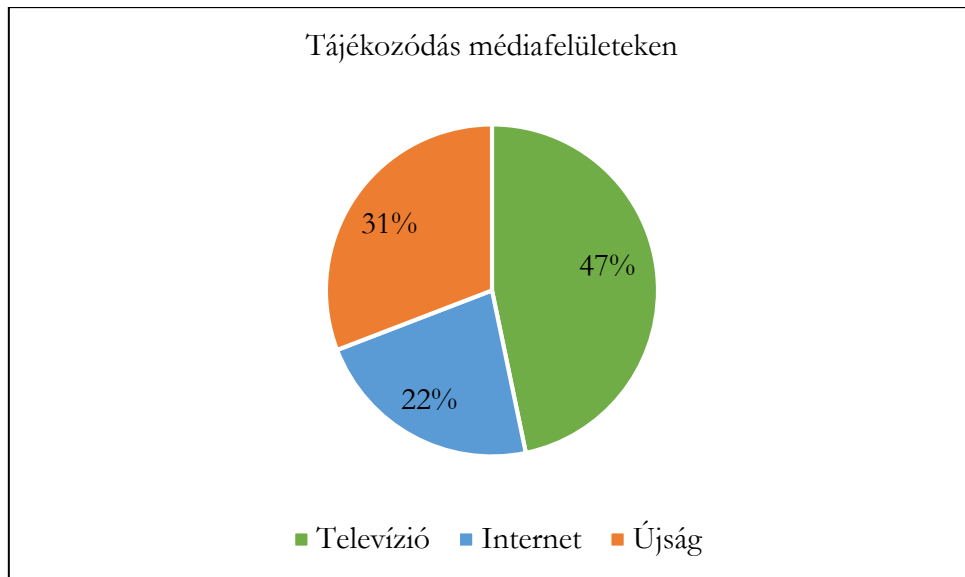


2. ábra A kérdőívet kitöltők településének típus szerinti meghatározása, készítette: a szerző

A válaszadók kilencvenegy százaléka falun, hét százaléka városban él, és mindösszesen két százalék nagyközség lakosa. Ennek alapján a falvakban élők válasza a mérvadóak.

5.3.3. Tájékoztatói módszerek

Ennél a kérdésnél arra voltam kíváncsi, hogy ki milyen felületet választ arra, hogy tájékozódjon az aktuális hírekről. Három felületet jelöltem meg a válaszadásnál, így a kitöltőknek az internet mellett a televízió és a nyomtatott újság választási lehetőség állt a rendelkezésükre. Míg az előző kérdéseknél egy lehetőséget lehetett választani, addig ennél a kérdésnél már több választ is bejelölhettek. A válaszok alapján van, aki olvas, de mellette televíziót is néz, és van olyan ember is, aki mindhármát éppúgy fogyasztja. Ennél a résznél már több szempontból tudtam vizsgálni a válaszokat, amelyeket az ábrát követően ki is fejték.



3. ábra A kérdőívet kitöltők által megjelölt médiafelületek, ahonnan tájékoztódnak az aktuális hírekről, készítette: a szerző

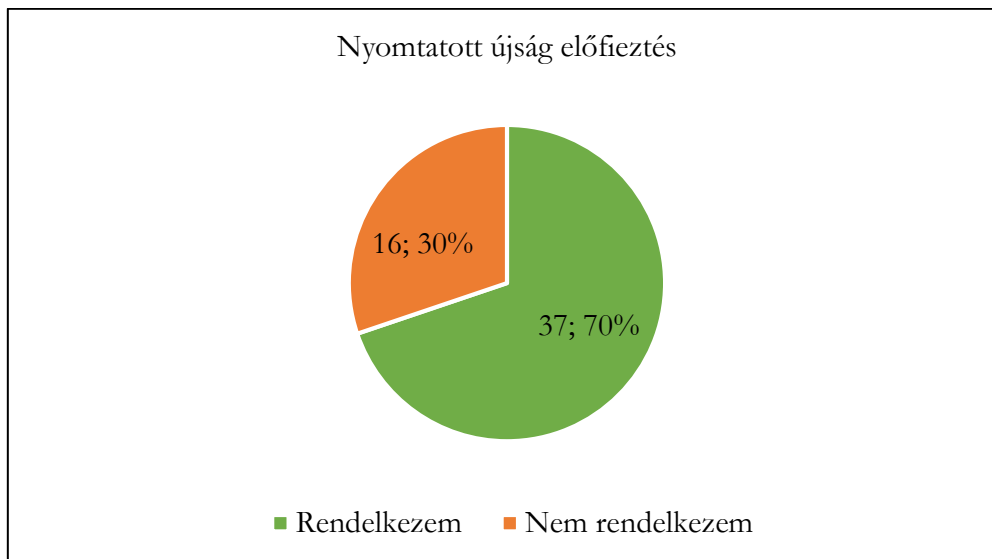
Az ábrán is egyértelműen látható, hogy a legtöbb ember a televíziót használja az aktuális hírek forrásaként. Harmincegy százalékuk újságot olvas, míg huszonkét százalék internetet használ. Az idősebb generáció vizsgálatával ez a kutatási eredmény nagyjából előre megjósolható volt, ugyanis a kutatásban résztvevők átlagéletkora meghaladta a hetven évet. Ez az eredmény azt is bizonyítja, hogy a háztartások többsége rendelkezik televízióval. Az idős generáció az esti órákban a televízióban lévő híradón keresztül tájékoztodik az aktuális eseményekről, míg megmaradt számukra a hagyományosnak mondható nyomtatott újságra való előfizetés, ami szintén segíti őket a világban lévő történésekről való tájékozódásban. Érdekes volt számomra, hogy a vizsgálat során egy ember egyik válaszlehetőséget sem választotta. Ennek oka, hogy olyan körülmények között él, ahol nincs lehetősége egyik felület fogyasztására sem. Megvizsgáltam itt továbbá azt is, hogy milyen eloszlásban jelölték be az egyes médiafelületeket. Az ötvenhárom válaszadó közül tizenegy csak a televízió válaszlehetőséget jelölte be, míg ketten csak interneten való böngészés alkalmával olvasnak a nagyvilág híreiről. Hatan a televíziót és az internetet együttesen jelölték meg, míg tizenheten televíziót néznek és újságot is olvasnak. Tizenhatan mindhárom válaszlehetőséget bejelölték, ezzel is bizonyítva, hogy a tájékozódás széles tárháza áll rendelkezésükre annak érdekében, hogy hírfogyasztásban naprakészek legyenek. Az a két válaszadó, aki csak az internetet jelölte meg, mindegyik hatvan évét betöltött, ám a hetvenedik életévét még el nem ért válaszadó volt.

Azok a fogyasztók, akik az internetet is bejelölték válaszukban, mind hatvan és hetvenöt év között voltak. A hetvenöt évnél idősebbek a televíziót és az újságot nevezték meg válaszaikban. Mindez megmutatja azt, hogy az életkor és a médiafelületek fogyasztása között egyfajta párhuzam húzható, míg ez nem mondható el a nem és a fogyasztási szokások relációjában. Az, hogy valaki milyen nemű, nem befolyásolja azt, hogy újságot olvas, rádiót hallgat, online médiát használ, vagy televíziót

néz. A nem és a fogyasztási szokás között tehát nem húzható párhuzam. A városi emberek a televíziót és az újságot jelölték meg válaszukban, míg voltak olyanok, akik mindhárom felületet használják a hírfogyasztásra. Aki egyik felületet sem választotta, falun él.

5.3.4. Nyomtatott média előfizetés

Miután megvizsgáltam, hogy ki milyen felületen fogyasztja a híreket, kíváncsi voltam arra is, hogy a kérdőívet kitöltők között ki rendelkezik havi, heti vagy napilap előfizetéssel és amennyiben rendelkezik, akkor milyennel. Minderre azért volt szükségem, hogy megtudjam a vizsgált közösséget milyen nyomtatott felületeken lehetne elérni az üzenetek célba juttatásához.



4. ábra A kérdőívet kitöltők rendelkezése nyomtatott újság előfizetéssel, készítette: a szerző

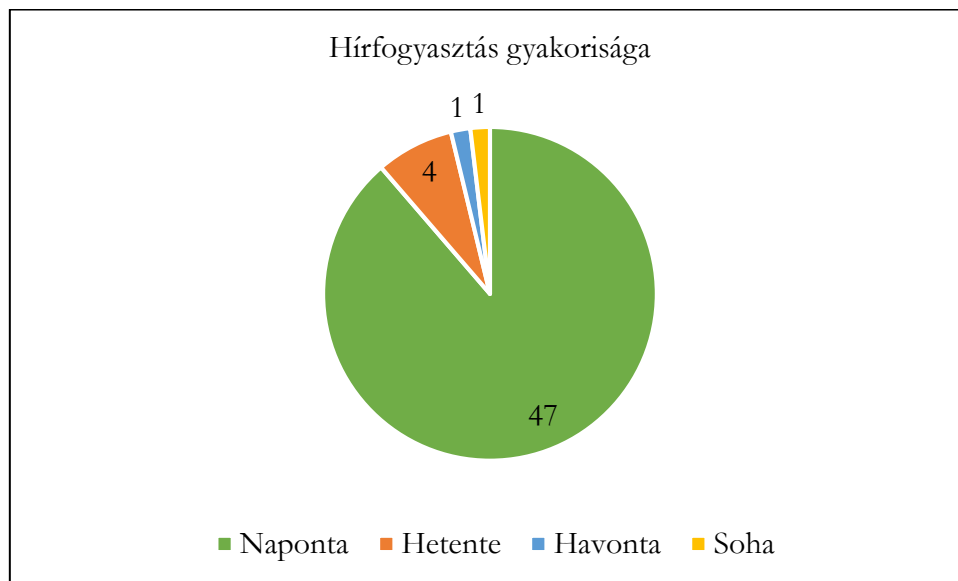
Harmincheten, azaz a válaszadók hetven százaléka rendelkezik valamilyen havi, heti vagy napilap előfizetéssel. Tizenhat ember, azaz harminc százalék semmilyen előfizetéssel nem rendelkezik. A válaszokból is látszik, hogy a vizsgálatban résztvevők egy harmada nem részesíti előnyben azokat a médiumokat, amelyek valamilyen pénzügyi vonzattal járnak.

A kérdés a televízió előfizetésekre is vonatkozott, ám a számok alapján a nyomtatott média vizsgálata szükségszerűbb. Kérdésemben arra is kitértem, hogy amennyiben rendelkeznek előfizetéssel, akkor nevezzék meg ezeket. Harminchét ember közül harmincan a vármegyei napilapot tüntették fel válaszukban. Ezt a felületet tartják annak, ahonnan naprakészen, nem csak a vármegyében történt főbb eseményekről, de akár országos hírekről is tájékozódhatnak. A vármegyei napilapban rendszeresen jelennek meg a katasztrófavédelem figyelemfelhívó közleményei, a nagyobb tüzesetekről és a műszaki mentésekről szóló cikkek, amelyek éppúgy figyelemfelhívó tartalommal bírhatnak. Ezek közül előnyt élveznek a címlapra szánt, képpel illusztrált tartalmak, ahol nem csak a szövegnek, de a képnek is nagy súlya van. Minden emberre nagyobb hatással van az, ha a leírtakat egy kép alapján illusztrált tartalommal tudja társítani. Ennek okán a hosszabb lélegzetvételű anyagok nagyobb hatással lehetnek az emberekre, mint a nyomtatott lapok oldalán megjelent kis szövegkisebbségek. A vármegyei napilapok mellett olyan bulvármagazinokkal találkozhattam, mint a *Blikk* és a *Story* magazin. A lakosság előszeretettel forgatja a pletykamagazinokat, melyekben egy elrejtett, figyelemfelhívó üzenet is nagy jelentőséggel bírhat. Ezek az újságok színesek, képekkel ellátottak, így a vizuális beállítottságú olvasó számára is maradandóbb felhívást tartogathat. Az ilyen felületekre való bekerülés nagy jelentőséggel bírhatna. A bulvármagazinokat azonban nem minden réteg engedheti meg magának, továbbá vannak olyanok, akik azt gondolják, hogy a bulvárhíreket tartalmazó lapok nem megfelelő hírforrások, így nem vásárolják azokat. A válaszok között felfigyeltem egy olyanra, ahol a válaszadó az alábbiakat írta az

előfizetés megnevezéséhez: „képes újságok”. Mindez árulkodó jelként mutatkozhat. Ahogy azt már korábban is megfogalmaztam az idősek gyakran forgatják a képes magazinokat, ezekben inkább a képek mintsem a szövegtartalom dominál. Fontos tehát ezen réteg számára a több kép, kevesebb szöveg arány. Elgondolásom szerint egy jó kép mesélni tud, és ha az üzenet közlője egy jól konstruált kép formájában próbálja meg a célt elérni, már fél sikert aratott.

5.3.5. Hírfogyasztás gyakorisága

A következő kérdés a hírek fogyasztásának gyakoriságára terjedt ki. A válaszok közül az érdekelt, hogy ki az, aki napi rendszerességgel, hetente többször, vagy csak havonta hallgat, olvas híreket. Ezek mellett természetesen annak lehetőségét is megragadtam, hogy egy olyan válaszlehetőséget is felkínáljak, ami által megtudjuk, hogy vannak-e olyanok, akik egyáltalán nem olvasnak vagy hallgatnak híreket.



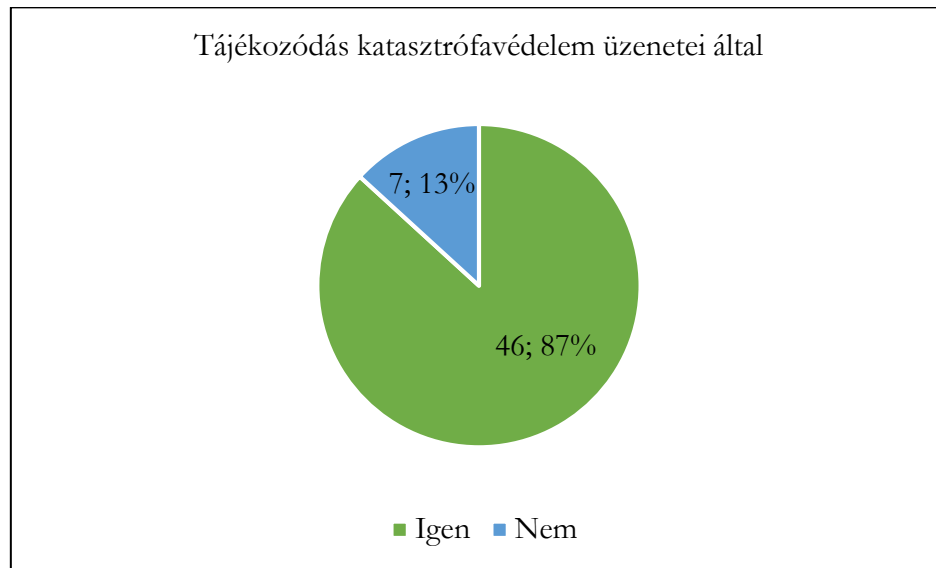
5. ábra A kérdőívet kitöltők hírfogyasztása, készítette: a szerző

A diagram is szemlélteti, hogy a többség naponta tájékozódik az aktuális hírekről, míg a válaszadók közül összesen négyen vannak olyanok, akik csak hetente kíváncsiak arra, hogy mi történik a nagyvilágban. Egy ember volt, aki azt jelölte be, hogy csak havonta tájékozódik, míg egy ember egyáltalán nem olvassa, nézi vagy hallgatja a híreket. Ezen mutatószámra azért is volt szükség, hogy bizonyosságot nyerjen az, hogy nap, mint nap szükség van arra, hogy aktuális információkkal lássuk el a minket körülvevő társadalmat. Üzeneteinket naponta próbáljuk meg eljuttatni a megcélzott kívánt közönségnek. A korábbiakban is találkozhattunk egy olyan kitöltővel, aki egyik médiafelületet sem nevezte meg tájékozási felületként, mert azt jelölte, hogy nincs előfizetése sem. Ez a válaszadó volt az egyetlen, aki azt választotta, hogy egyáltalán nem tájékozódik az aktuális hírekről.

5.3.6. Katasztrófavédelem figyelemfelhívó üzenetei

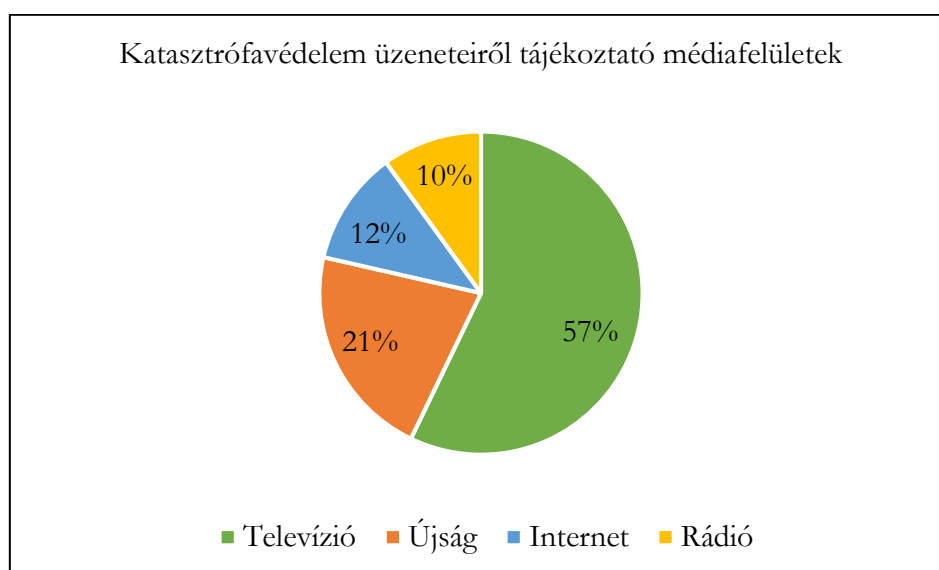
A nyolcadik pontban egy olyan kérdést fogalmaztam meg, amelyben érdekelt, hogy a tesztet kitöltők szoktak-e találkozni a katasztrófavédelem figyelemfelhívó üzeneteivel. Így a téli, fűtési időszakban a halálos lakástüzek megelőzésével, vagy egész évben a szén-monoxid adta veszélyekkel. Eljutnak-e hozzájuk azok a preventív üzenetek, amelyek birtokában a lakókörnyezetük biztonságosabbá válhat és a tűzbiztonság is magas szinten fenntartható lenne. A kérdésnél egy további támpontra is kitértem. Arra kértem a válaszadót, hogy amennyiben találkozik ezekkel az üzenetekkel, azokat mely kommunikációs csatornákon keresztül jutott el hozzá. Így egyfajta átfogó képet kaphatunk

arról, hogy a korábbiakban bemutatott, a katasztrófavédelem által a tömegtájékoztatásra használt felületek mennyire szolgálnak arra, hogy a közölni kívánt információt az érintettek felé eljuttassuk.



6. ábra A kérdőívet kitöltők véleménye arról, hogy értesülnek-e a médiában a katasztrófavédelem figyelemfelhívó üzeneteiről, készítette: a szerző

A válaszadók nagy többsége, azaz nyolcvanhét százaléka nap mint nap találkozik a különböző felületeken a katasztrófavédelem által közölt üzenetekkel, figyelemfelhívásokkal. Tizenhárom százalék - hét ember - az, aki semmilyen felületen nem kap ilyen figyelemfelhívó, tüzeseteket megelőző üzeneteket. Ez az a réteg, aki leginkább érintett a halálos lakástüzek által. Ezen válaszadók mindegyike hetvenöt év feletti, és hetente néz, hallgat vagy olvas híreket. Azonban így is különös, hogy ezek alkalmával sem találkozik, szinte soha a katasztrófavédelem által összeállított megelőző célzatú anyagokkal. Kérdésemben arra is kitértem, hogy azon kitöltők, akik igen választ adtak, mely felületeket jelölték meg, ahol találkoznak ezekkel az információkkal. Ezen adatok a katasztrófavédelem kommunikációjában a későbbiek során is segítségként szolgálhatnak, hiszen megmutatják, hogy melyek azok a felületek, amelyekre hangsúlyt kell fektetni a kommunikáció során, és még sűrűbben, szélesebb és átfogóbb tartalmak átadását kell azokon kezdeményezni.

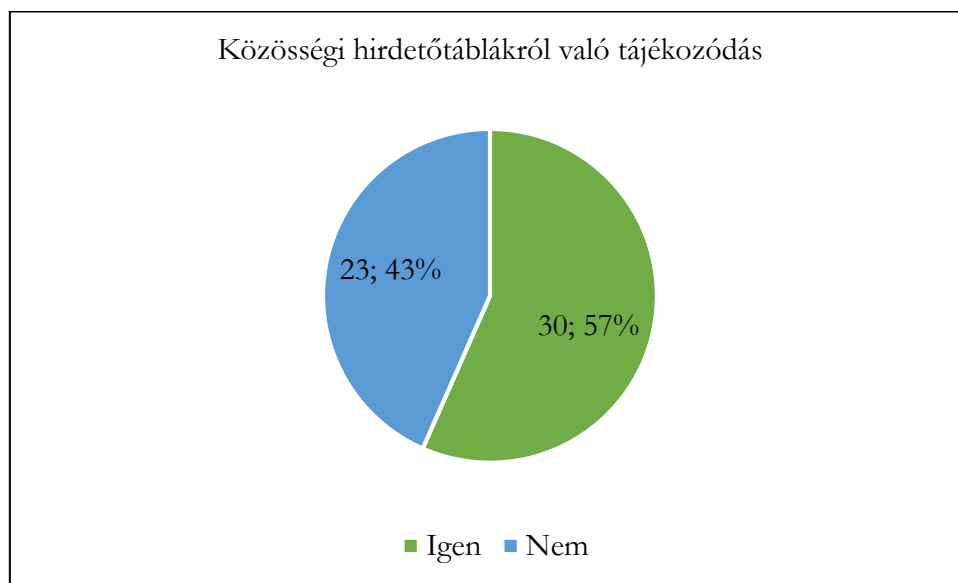


7. ábra A kérdőívet kitöltők mely médiafelületeken találkoznak a katasztrófavédelem üzeneteivel, készítette: a szerző

A legtöbben a televízióban találkoznak a katasztrófavédelem preventív jellegű üzeneteivel, a második legtöbb szavazatot az újság kapta, míg a rádiót hallgatók és az interneten tájékozódók szinte azonos arányban vannak. Ennél a résznél is megállapítható, hogy a kérdőív által vizsgált korosztály számára nem a közösségi médián keresztül történő tájékoztatás lesz elsősorban a mérvadó. Náluk a hagyományos tájékoztatási módszerek, így a televízió és a nyomtatott újság nagyobb szereppel bír a mindennapi tájékozódás alkalmával.

5.3.7. Községi hirdetőtáblákon elhelyezett információk

Városokban is, de falvakban még nagyobb jelentősége van a falu központjában lévő hirdető tábla. Érdekel, hogy az ezeken megjelelő dokumentumokat, információkat mennyire kíséri figyelemmel az általam vizsgált mintalakosság.

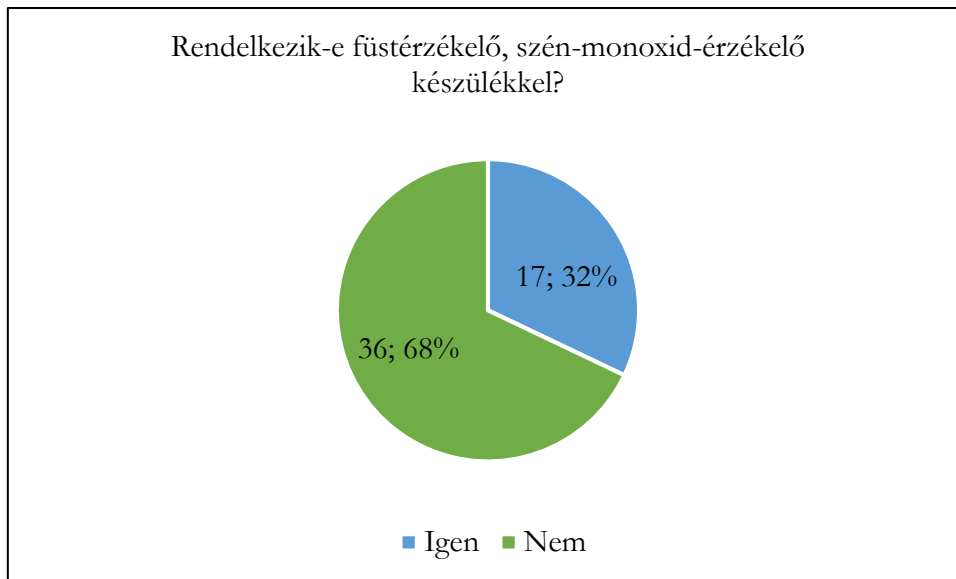


8. ábra A kérdőívet kitöltők tájékozódása a közösségi hirdetőtáblákról, készítette: a szerző

A kitöltők ötvenhét százaléka tájékozódási helyszíneként nevezte meg a település központjában lévő közösségi hirdetőtáblát, míg negyvenhárom százaléka nem tájékozódik erről a felületről. Ennek oka lehet az, hogy a lakosság túlnyomó része nem is jár arra, ahol ezt meg tudná tenni. Olyan idős emberekről van ugyanis szó, akik nem, vagy csak segítséggel tudják elhagyni otthonukat, így a közösségi hirdetőtábla közelében lévő boltba vagy buszváróba sem mennek, ahol pedig lehetőségük adódna ezen táblán elhelyezett tájékoztató anyagok elolvasására. Azoknak az embereknek, akiknek megadatik a lehetőség, hogy eljussanak a hirdetőtáblákhoz, azok használják is ezeket a felületeket arra, hogy új információk birtokába kerüljenek.

5.3.8. Füstérzékelő és szén-monoxid-érzékelő rendelkezésre állása a háztartásokban

A katasztrófavédelem a megelőző kommunikációja során folyamatosan hangsúlyozza két nagyon fontos eszköz beszerzését az ingatlanokba, amelyek életmentők lehetnek. Ezek pedig a füstérzékelő, valamint a szén-monoxid-érzékelő berendezések. Tizedik kérdésemben ezen olcsón beszerezhető, ám de annál inkább hasznos eszközök háztartásokban való meglétére voltam kíváncsi.



9. ábra A kérdőívet kitöltők rendelkezése a háztartásokban füstérzékelő és szén-monoxid-érzékelő készülékkel, készítette: a szerző

A számok magukért beszélnek. A válaszadók nagy többsége - hatvannyolc százaléka -, semmilyen olyan készülékkel nem rendelkezik, amely a mindennapjaik biztonságát szolgálja. A korábbi tapasztalataim is azt bizonyították, hogy azokban a háztartásokban, ahol a szén-monoxid-érzékelőt megvásárolják, ott a füstérzékelőt is könnyebben beszerezik, ezáltal is növelve a biztonságérzetüket. Az általam kérdezettek véleményét figyelembe véve elszomorítónak tartom az arányokat. A kérdések megválaszolásánál is felfigyeltem arra, hogy az emberek fejében zavar van azzal kapcsolatban, hogy melyik készüléket, mire is használhatják. Van, aki azzal magyarázta, hogy nincs füstérzékelő készüléke, hogy a fűtőberendezés, amit használ, a házon kívül helyezkedik el. Ez azonban nem elegendő ahhoz, hogy a biztonságban érezze magát. Számos olyan példát láthattunk az elmúlt időszakban is, ahol a melléképületként használt fűtőházban keletkezett a tűz és a lángok a lakóingatlanra is átterjedtek. És akkor még itt vannak a dohányzás okozta halálos tüzesetek is, amelyek szintén az idősebbeket szokták érinteni, vagy a karácsonyi és az adventi időszakban a gyertyák és fényfüzerek okozta tüzesetek, de ide sorolhatjuk még az elektromos meghibásodás adta eseteket is, amelyek mind akár sérüléshez, vagy esetleg halálhoz vezethetnek. Voltak olyan válaszadók is, akik a kérdést követően és a vizsgálat fő témájaként meghatározott tüzeseteket megcélzó kommunikációt olvasva fogalmazták meg magukban, hogy a készülékekre igenis szükség van. Válaszukban megjelölték ugyan, hogy nem rendelkeznek füstérzékelővel, de tervezik annak beszerzését.

Volt olyan válaszadó is, aki hangsúlyozta, hogy megbízható szakemberrel évente átnézetni a tüzelő, fűtőberendezéseit, ennek okán nincs szüksége a készülékekre.

5.3.9. Szöveges, képes figyelemfelhívó üzenetek előnyben részesítése

Utolsó előtti kérdésemben arra kerestem a választ, hogy az általam megkérdezett emberek a szöveges vagy a képes figyelemfelhívó üzeneteket részesítik-e inkább előnyben, mely tartalmakra figyelnek fel jobban, arra, amelyik képpel illusztrált, színes tartalom, avagy inkább az írott tartalmakat olvassák és értelmezik.



10. ábra A kérdőívet kitöltők véleménye arról, hogy a képes vagy a szöveges figyelemfelhívó üzeneteket részesítik előnyben, készítette: a szerző

A válaszok alapján – ha figyelemfelhívásra gondolunk – a résztvevők hatvan százaléka a szöveges tartalmakat részesíti előnyben. Véleményük szerint azok alapján jobban tudnak tájékozódni. A válaszadók negyven százaléka jelölte be, hogy a képes tartalmakat szereti jobban. Számomra ez az eredmény meglepő volt. Úgy gondoltam, hogy az idősebb emberek jobban szeretik, ha valami színes képekkel illusztrált, és kevesebb az a tartalom, amit olvasniuk kell. Ez a feltételezésem nem igazolódott be a válaszok alapján, ugyanis ez a korosztály szívesebben olvas és részletesebben tájékozódik az őket fenyegető veszélyekről, legyen az szén-monoxid, mustgáz vagy a vizsgált témám a halálos lakástüzek megelőzése.

5.3.10. Kérdőívet kitöltő lakosság javaslatai

Az utolsó kérdésnél arra kértem a kérdőívet kitöltőket, hogy fejtssék ki véleményüket azzal kapcsolatban, hogy milyen javaslataik lennének arra, hogy a korosztályukhoz még könnyebben eljussanak a katasztrófavédelem preventív jellegű üzenetei. Erre ugyanis nagy szükség mutatkozik, hiszen ki tudná jobban megmondani, hogy milyen felületeken kellene nagyobb hangsúlyt fektetni az információ átadására, mint maguk az érintettek. Nagy többségük, huszonkét ember azt a javaslatot adta, hogy szórólapokon keresztül, a postaládákba kerüljenek a tájékoztatók, így mindenki otthonába eljutna a fontos üzenet. Olyan válaszadó is volt, aki külön kihangsúlyozta, hogy ezek az üzenetek rövidek, lényegre törőek legyenek, és a fő mondanó nagybetűvel, kiemelve kerüljön rajtuk megjelenítésre. Többen a régi, hagyományos módszerekhez nyúlnának vissza és a falvakban a katasztrófavédelem szakemberei által élőszavas megszólalásokat tartanának. Ezeken a falu lakói szívesen vennének részt, így az üzenetet személyesen lehetne célba juttatni, ezeken a fórumokon az idősebbek pedig fel tudnák tenni az őket érintő kérdéseiket is. Mint írták ezek a tájékoztatók lehetnének olyan - falvakban egyébként is megtartott - eseményeken, amelyen többen összegyűlnek. Ilyenek többek között a nyugdíjasoknak tartott idősök találkozója vagy a falunap. Két kitöltő azt írta, hogy ők örülnének neki, ha időszakonként tájékoztató sms-t kapnának a mobiltelefonjukra, vagy e-mailben jutna el hozzájuk az információ. Többen azt írták, hogy elegendőnek tartják azt a tájékoztatást, amelyet a katasztrófavédelem juttat el a lakosság irányába. Szerintük a lakossággal van a probléma, akikhez az üzenet eljut, ám mégsem veszik figyelembe az elmondottakat, és azokat olvasva, hallva vagy látva is éppen ellenkezőleg cselekednek.

6. KÖVETKEZTETÉS

A kvantitatív kutatás által egy átfogó képet kaphattunk arról, hogy az idősebb, peremterületen élő lakosság milyen formában értesül a katasztrófavédelem által az irányukba indított információkról. Azáltal, hogy megtudtuk, hogy a népességnek ezen hányada milyen tartalmakat fogyaszt, milyen lehetőségeik vannak a hírek fogyasztására, azzal egy olyan irányba tudjuk elmozdítani a szervezet preventív jellegű kommunikációját, amely hatékonyabban és célzottan érheti el azokat az embereket, akiket eddig nem talált meg. A válaszok birtokában olyan előadássorozatok vagy tájékoztató anyagok összeállítását lehet elkezdni, amelyek kiegészítik azt a fajta tájékoztatást, amely a nyomtatott sajtóban, az online felületeken, a rádióban és a televízióban juthat el a lakossághoz. Mint tudjuk a nyomtatott sajtó egyre inkább háttérbe szorul, csökkenő igény mutatkozik az írott tartalmakkal való szolgáltatásra. Kutatásomban is bizonyított, hogy a vizsgált réteg a nyomtatott tartalmak fogyasztója, így a nyomtatott sajtó kiszorulásával még kevesebb lehetőségük lesz arra, hogy tájékozódjanak. Mivel az idősebbek és a szerényebb körülmények között élők a leginkább veszélyeztetettek a személyi sérüléssel és halálesettel járó tüzesetek által, ezért szükséges a számukra olyan célzott felületeket kialakítani, amelyek által az információt el tudjuk juttatni hozzájuk és ezzel életüket is nagyobb biztonságban tudhatjuk.

A téma bemutatásánál, még a kutatást megelőzően három hipotézist fogalmaztam meg, amelyek beigazolása, esetleg cáfolata történt meg a kutatás során vizsgált válaszokból. Első hipotézisem szerint a vizsgált korosztály számára a tájékoztatás nem a social média felületeken, mindinkább a nyomtatott sajtóban és a hagyományos felületeken kell, hogy történjen. Ezen hipotézisem a vizsgálat során többször is bebizonyosodott. A válaszadók nagytöbbsége ugyanis a televízió mellett még mindig a nyomtatott sajtót használja arra, hogy híreket fogyasszon. Igaz sokan használják az internetet tájékozódásra, ám a javaslatnál is bebizonyosodott, hogy a szórólapon történő tájékoztatás is nagyobb előnyt élvezne, mint az interneten továbbított üzenetek.

Második hipotézisem arra vonatkozott, hogy a hirdetőtáblák szolgálhatnak a tájékoztatásra azoknál az embereknél, akik nem engedhetik meg maguknak, hogy előfizetéssel rendelkezzenek havi, heti vagy napilapokra. Ezen hipotézisem is helytállónak bizonyult, ugyanis a válaszadók többsége bejelölte, hogy a hirdetőtábláról szívesen tájékozódik. A számadatokat tekintve jóval többre számítottam azokra, akik a falvakban vagy városokban is a hirdetőtáblákat használják információforrásnak, ám így is többen veszik ezeket figyelembe, mint akik nem.

Harmadik és egyben utolsó feltételezésem a szórólapokkal kapcsolatban volt. Azt fogalmaztam meg, hogy az emberek örülnek annak, ha az önkormányzatok szórólapokon keresztül tájékoztatják őket a katasztrófavédelem célzott üzeneteiről. A válaszadók szerint is ez helytálló és előszeretettel olvasnák is ezeket, ám inkább szöveges tartalommal legyenek ezek ellátva, mintsem képekkel és rövid, lényegre törő információkkal. Ennek tudatában azt mondhatom, hogy a harmadik hipotézisem csak részben igazolódott be.

A tanulmány által elsőként megtudhattuk azt, hogy miért is fontos beszélni a személyi sérüléssel és halálesettel járó tüzesetek megelőzésének kommunikációjáról. Ezen kívül arról is képet kaptunk, hogy miért is az idős emberek körében kell vizsgáldnunk a téma kapcsán. Az előszót követően aztán egy rövid betekintést engedünk a katasztrófavédelem kommunikációjába, amely jelen körülmények között arra szolgál, hogy a preventív jellegű üzenetet átadják a lakosság számára. Ezt követően a probléma is kifejtésre került, végül pedig a tanulmány fő részét képező kvantitatív kutatás eredményeit bontottam ki. Ebben választ kaptunk a korábban felmerült kérdésekre és további fejlődési irányelveket is megnevezhettünk a kommunikációban, amellyel még több embert tudunk elérni a közeljövőben. A téma jelentősége, mint olvashattuk, nem vitatott. Az pedig, hogy milyen lépéseket tudunk tenni annak érdekében, hogy a fejlődés megtörténjen ezen a téren, csak rajtunk áll.

Kérdőív1. Válaszadó neme:

- Nő
- Férfi

2. Válaszadó életkora:3. Kérem, adja meg lakóköriülményeit:

- Többlakásos épületben lakom
- Kertes/családi házban lakom

4. Kérem, adja meg, hogy milyen településen él:

- Város
- Nagyközség
- Falu

5. Kérem, hogy jelölje meg, hogy milyen felületen tájékozódik az aktuális hírekről:

- Televíziót nézek
- Internetet használlok
- Újságot olvasok

6. Rendelkezik-e televízió, nyomtatott havi/heti/napilap előfizetéssel? Ha igen, melyikkel. (Nyomtatott médium esetében jelölje meg, hogy melyik újság tekintetében rendelkezik előfizetéssel).

- Igen
- Nem

Nyomtatott sajtó megnevezése:

7. Milyen gyakran hallgat/néz híreket?

- Napi rendszerességgel
- Hetente többször
- Havonta
- Nem hallgatok, olvasok híreket

8. Szokott-e találkozni a katasztrófavédelem figyelemfelhívó üzeneteivel (szén-monoxid-mérgezés, mustgáz, halálos tüzések megelőzése)? Ha igen, hol?9. Tájékozódik-e a városban/nagyközségben/faluban lévő közösségi hirdetőtáblákról?10. Rendelkezik-e füstérzékelő, szén-monoxid-érzékelő berendezéssel? Ha igen, melyikkel? Ha nem, akkor miért?

- Igen
- Nem

11. Szöveges, esetleg képes/videós figyelemfelhívó üzeneteket részesíti előnyben?

- Szöveges üzeneteket előszeretettel olvasom
- Színes képeket tartalmazó grafikákat részesítem előnyben

12. Milyen javaslattal élne annak érdekében, hogy jobban elérjenek Önhöz a figyelemfelhívó üzenetek?

Köszönöm, hogy a kérdőív kitöltésével hozzájárult pályamunkám sikerességéhez!

Vigyázzon magára, vigyázzunk egymásra, otthonunk és lakókörnyezetünk tűzvédelmére!

8. IRODALOMJEGYZÉK

- [1] P. Bajomi-Lázár, *Média és társadalom*, Budapest: PrintXBudavár Zrt. -Médiakutató Alapítvány, 2008, pp. 15-20.
- [2] Belügyminisztérium Országos Katasztrófavédelmi Főigazgatóság. „BM OKF Hivatalos honlapja – Híreink - Félév alatt 4167 lakástűz, 49 halott és 298 sérült.” [Online]. Elérhetőség: www.okf.hu (2022.08.15)
- [3] Belügyminisztérium Országos Katasztrófavédelmi Főigazgatóság. „KAP Online, katasztrófavédelmi adatszolgáltató program tűzeseti/műszaki mentési jelentés adatszolgáltató felület” [Online]. Elérhetőség: BM OKF Intranet (2022.08.15)
- [4] Belügyminisztérium Országos Katasztrófavédelmi Főigazgatóság. „A hivatásos katasztrófavédelmi szervek kommunikációs tevékenységének rendjéről szóló 25/2020. számú Főigazgatói intézkedés” [Online]. Elérhetőség: BM OKF Intranet normatár (2022.08.15)
- [5] F. Fekete és I. Sándor, *Kommunikációs lehetőségek válságos helyzetben*, Budapest: BKE. Vezetőképző Intézet, 1995, pp. 41-46.
- [6] J.-P. Pauchard, *A lakosság magatartása katasztrófabhelyzetben*, Budapest: Honvédelem, 1989/5, pp. 96-104.