

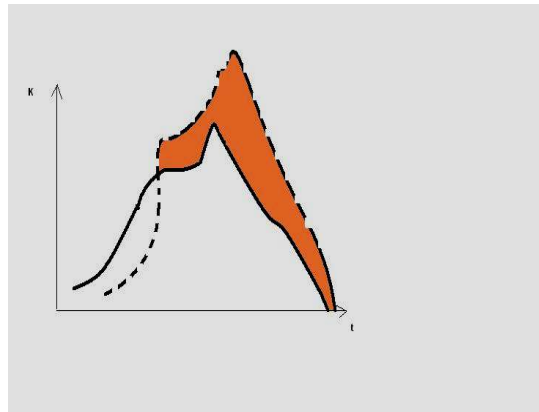
Veszélyhelyzeti kommunikáció

Mit jelent napjainkban a veszélyhelyzeti kommunikáció a beavatkozást végzők, az irányítók, a balesetet elszenvedők és a lakosság számára?

A veszélyhelyzeti kommunikáció célja

A média által közvetített, és jelentsük ki bátran, sokszor – sajnos – sokkoló híradások értékelése általában eltér a tényleges helyzettől, annak reális értékelésétől. Meg kell vizsgálni, hogy ez az értékelésbeli különbség miért valósulhat meg. A kérdésre a választ a kommunikációs csatornában felerősödő zaj, annak szintje adja meg. A már bekövetkezett eseményről különböző mértékű torzulások után jut el az üzenet az adótól, jelen esetben a veszélyhelyzeti kommunikátortól a vevőig, az eseményben érintett lakosságig, fogalmazhatjuk úgy is, hogy a célközönségig.

A híradások értékélését *szekunder* valóságnak, a tényleges helyzet értékelését, pedig *primer* valóságnak nevezzük. *A veszélyhelyzeti kommunikáció alapvető célja a primer és szekunder valóság közötti tér csökkentése, melyet az alábbi ábrával lehet a legjobban érzékeltetni.*



A veszélyhelyzeti kommunikáció kritikus tere

Jelmagyarázat: **K** az esemény nagyságát

t a keletkezéstől az esemény végéig eltelt időt jelenti.

_____ primer valóság

----- szekunder valóság

A veszélyhelyzeti kommunikáció alapvető feladata

Veszélyhelyzet, katasztrófa-helyzet – ha csak a katasztrófatípusok csoportosítására gondolunk – bármikor előfordulhat, tehát fel kell rá készülnünk. Fel kell készülnünk a veszélyhelyzeti kommunikációra, mert e tevékenység az elhárításban résztvevő szervek segítségére van, ezáltal eredményes segítséget nyújthat a veszélyhelyzet felszámolásában. Természetesen figyelni kell arra is, hogy e kommunikációs tevékenységben fellépő zavarok nagyban hátráltathatják az elhárítási, védelmi tevékenységeket. *Kijelenthető, hogy a veszélyhelyzeti kommunikáció önmagában nem képes a károk enyhítésére, viszont hatékonysága nélkül nem lehet eredményes veszélyhelyzet-felszámolásról, a katasztrófa-helyzet gyors elhárításáról*

beszélni. Mindezeket figyelembe véve a veszélyhelyzeti kommunikáció négy alapvető feladatát lehet meghatározni, hogy gyors, pontos, megbízható és hiteles információk lakosság felé történő eljuttatásával nyújtson segítséget a veszélyhelyzet felszámolását irányítók számára.

„A kommunikáció olyan tevékenység (folyamat), amely egy kibocsátó (információforrás) és egy befogadó (címzett) közötti gondolatok közösségét, vagy egyezését hozza létre”.¹

Átgondolva a kommunikáció és a veszélyhelyzeti kommunikáció közötti különbségeket, megállapíthatjuk, hogy a veszélyhelyzeti kommunikáció többet jelent, bővebb információtartalommal bír. Ez a bővebb információtartalom tartalmazza a *szándékoltságot, az indítékok szükségességét, valamint a gondolatok egyezőségét.*

Az előzőekben már említettem a lakosságot, mint a veszélyhelyzeti kommunikáció egyik célcsoportját. Természetesen a kommunikáció ezen speciális részének több célcsoportja is lehet, melyek az alábbiak szerint összegezhetők.

Célcsoportok és azok területei:²

Személyes kapcsolatok: „az emberek még a rossz hírt is hitelesebbnek tartják, jobban elfogadják attól a személytől, akit már ismernek.”³ Ezért fontos a veszélyhelyzet felszámolását végző vezetők közötti egyéni kommunikáció kezdeményezése, fenntartása, és az információ-áramlás folyamatos biztosítása.

Belső kommunikáció: a veszélyhelyzet kezelésében résztvevő vezetők és munkatársak közötti, valamint az irányítást végzők és a beosztottak közötti irányított információcsere.

Külső kommunikáció: nem jelen más, mint a veszélyhelyzetben érintett lakosság, mint külső környezet felé irányuló kommunikációs folyamat, tevékenység *tervezését, szervezését, irányítását és végrehajtását.*

Sajtókapcsolatok: az írott és elektronikus sajtó képviselőivel, szerkesztőségekkel, kiadókkal és azok munkatársaival kialakított kapcsolatok sorolhatók ide.

A veszélyhelyzeti kommunikáció résztvevői

A veszélyhelyzetről, a katasztrófahelyzetről szóló információk célcsoporthoz történő eljuttatására a **válságstáb**, vagy az általa kijelölt személy, *kommunikátor, szóvivő, kibocsátó, informátor* jogosult. Nagyon fontos, és állandóan szem előtt tartandó cél, hogy a kommunikátor soha nem magánszemélyként nyilatkozik, adja át az információt, hanem a katasztrófavédelmet, mint szervezetet testesíti meg. Meg kell említeni azt is, hogy a veszélyhelyzeti kommunikátornak pozitív tulajdonságokkal kell rendelkeznie, mert „a vonzóbb források által közvetített üzenetek nagyobb figyelmet keltenek és jobb emlékezeti hatást érnek el”.⁴

¹ Németh 1992, I kötet, 25.

² Barlai – Kővágó 1996, 27.

³ Heizler 2002, 8.

⁴ Kothler P: 1992. 507.

A kommunikátor leggyakrabban említett három fő tulajdonsága, amelyek a kommunikációs csatornában történő zavaró tevékenységek, a zajok enyhítését elősegíthetik, a *szakértelem, a megbízhatóság és a rokonszenv*. Mind a három tulajdonság egyformán fontos. A *szakértelem* azt feltételezi, hogy a kommunikátor rendelkezik mindazzal a tudáshalmazzal (elméleti és gyakorlati) ami az információt, mint üzenetet alátámasztja. A kommunikátor objektivitása, pontos információi, egyértelmű, a célcsoport által is könnyen érthető megfogalmazása mind, mind a *megbízhatóságot* erősítik. A kommunikátor természetessége, nyíltsága, jó kapcsolatteremtő képessége, esetleges fotogenitása a *rokonszenvet* növelő tulajdonságok között említhetők.

Néhány tulajdonság még, csak felsorolás jelleggel:

- higgadtság;
- kellő tapintat, empátia;
- kellemes megjelenés és
- diplomáciai érzék.

A **célcsoport** a kommunikátor által küldött üzenetet fogadja be, a kommunikációs folyamatban Ő a vevő, akit az üzenet küldője befolyásolni akar, és akitől a visszacsatolást várja. Veszélyhelyzet, egy esetleges katasztrófahelyzet esetén a célcsoport létszáma hatalmas különbözőségeket mutathat. Létszáma a kisebb csoportoktól (lakóközösségek, falvak, települések) a nagyobb csoportokon át (városok, megyeszékhelyek, megyék, esetleg több megye) az országos nyilvánosságig terjedhet.

Figyelembe véve a célcsoport létszámát, a helyi adottságokat, a veszélyhelyzetet, az esetleges katasztrófa nagyságát, az üzenetet befogadók lelki állapotát, pszichikai fájdalomküszöbét, a legfontosabb feladat a válságstáb és azon belül a kommunikátor számára a tömegpánik elkerülése. A tömegpánik általában fejetlenséggel, céltalan futkosással, tolongással, kiáltozással jár, amely sokszor olyan halálesetekhez vezet, amelyek elkerülhetőek lettek volna (Brüsszel, Heysel stadion 1985.). Ha a katasztrófahelyzetből való menekülési lehetőségek, útvonalak nem elégségesek ahhoz, hogy a veszélyeztetett csoport minden egyes tagja menekülhessen, akkor a mentési lehetőségekért kiélezett harc indul meg, a veszélyhelyzetben lévő személyek erkölcsi kontrollja torzul, nagyon sokszor kiesik, az emberek a közösségi normákat is figyelmen kívül hagyják (Titanic elsüllyedése 1912.).

Veszélyhelyzet esetén különleges célcsoportként kell kezelni a gyermekeket és az időseket.

A veszélyhelyzeti kommunikáció legfontosabb eszközei

A dolgozatban már kitértem a veszélyhelyzeti kommunikációban az adóra és a vevőre, a zavarokra és a zajokra, viszont az üzenettel, mint a veszélyhelyzeti kommunikáció legfontosabb elemével még nem foglalkoztam.

Az üzenet nem más, mint a közlés, a hír, a felhívás, a mondanivaló közlése, az információ átadása. Kialakítása során három nagyon egyszerű, de nagyon lényeges kérdéskört kell tisztázni. *Mi történt?, Mit mondjunk?, Hogyan mondjuk?*

A helyzet tisztázása a veszélyhelyzet elhárításában résztvevőkre hárul, ők azok, akik el tudják dönteni a veszély nagyságát, esetleges kiterjedését, jellegét és a krízishelyzet időpontját, amellyel a *Mi történt?* kérdésre adják meg a választ.

Mit mondjunk? Az üzenet tartalmát a válságstábnak, azon belül a kommunikátornak kell összeállítania, hogy a célcsoport azonosulását kieszközölje, a kívánt reakciót elérje. Lényeg, hogy az üzenet, nevezzük felhívásnak, a célcsoporthoz eljusson.

A felhívás alapvető fajtái :

- *raciónalis:* a célcsoport értelmét veszik célba, logikus és összefüggő magyarázattal szolgál, elmondja a már megtörtént eseményeket, a végzett munkát, és felvázolja a várható fejleményeket;
- *morális:* a célcsoport pozitív érzéseit veszi célba;
- *emocionális:* veszélyhelyzetben lévő emberekhez szól, a helyes cselekvésre ösztönzi az embereket;
- *kombinált.*

Magát a felhívást, annak formáját a veszélyhelyzet, a katasztrófa jellege határozza meg. Az üzenet nyelvezetében a diplomáciai közlemények nagyon megfontolt és átgondolt, gondosan mérlegelt, a szavak, és kifejezések árnyalatnyi különbségeit figyelembe vevő pontosságnak kell dominálnia, *mely a válságstáb, a veszélyhelyzeti kommunikátor nagyfokú szakmai, emberi és erkölcsi felelősségét feltételezi.*

Ezzel szemben a média felelőssége is felmerül. Az üzenet, a hír formai követelménye a drámai szerkezet. „A drámaiság retorikai igényből adódik, hogy az újságírás számára minden katasztrófa szenzációs, váratlan esemény, és mi sem áll távolabb tőlük, mint az a társadalomtudományi magyarázat, amely szerint nagy valószínűséggel megjósolhatók az évenkénti katasztrófák”.⁵

„A drámai szerkesztésmód azonban megkövetelte, hogy a szerencsétlenségek interpretációjánál a váratlanság és a fenyegető veszedelem nagysága legyen a történet kezdete. Ugyanezt a célt szolgálják azok a retorikai fordulatok, amelyek szerint minden aszály, árvíz, földrengés nem egyszerűen szerencsétlenség, hanem 'az utolsó száz év legnagyobb katasztrófája'”.⁶

E két idézettel az írott sajtót mint a veszélyhelyzeti kommunikációs csatornában megjelenő zavaró tényezőt, mint zajforrást kívántam bemutatni.

⁵ Császi <http://www.c3.hu/~jelkep/JK993/csaszi/csaszi.htm>

⁶ Császi <http://www.c3.hu/~jelkep/JK993/csaszi/csaszi.htm>

A veszélyhelyzeti kommunikáció üzenetétől, tulajdonképpen az adótól és a vevőtől is, független tájékoztatási rendszer a *csatorna*.

A kommunikációs csatorna szerep szerinti megkülönböztetése:

- *közvetlen*: emberek közötti kapcsolat útján jut el a célcsoporthoz
- *közvetett*: különböző médiumok, amelyek nagyobb csoportokhoz szólnak

Az érzékszervekre történő elsődleges hatás szerinti csoportosítás:

- *a médiumok vizuális csoportja*: írott sajtó, szórólap, plakát, hirdetés
- *auditív eszközök*: rádió, magnetofon, hangosbeszélő, sziréna (pl. Paks körzetében).
- *audiovizuális médiumok*: televízió, mozi, kiállítás, rendezvény.

A válságstábnak minden esetben figyelembe kell vennie a tömegkommunikáció belső törvényszerűségeit, hiszen így tudja üzenetét a célcsoportokhoz a leghatékonyabban továbbítani. Az újságíró számára a továbbítandó üzenet nem más, mint egy *hír* a sok közül. A szerkesztő, a hírszerkesztő, a felelős szerkesztő, mielőtt a hírt közlésre alkalmasnak minősíti, többek között felméri annak hírértékét, a helyi politikai viszonyokat, a döntésben szerepet játszik a szerkesztő szubjektivitása is.

„A hír értékét növelő tényezők:

- aktualitás, frissesség;
- az események meglepő ereje;
- a résztvevők, a szereplők ismertségi foka;
- az esemény tematikai kerete, előtörténete;
- az okozott konfliktus, normasértés mértéke;
- a földrajzi és kultúrkörnyezeti közelség”.⁷

A mai kor társadalmában a médiumok presztízse folyamatosan nő, melyek közül jelentősen kiemelkedik a televízió, mint a társadalmi magatartásformák erőteljes alakítója. Ez a jelenség mindenképpen fontos a veszélyhelyzeti kommunikációban, mert a képernyőn keresztül közvetített üzenetet az emberek véleményezik, megtagyargalják, és természetesen továbbítják, de ekkor már saját nézeteiket, esetleg „érdekvédelmüket” is beleszővik.

Ez a folyamat jól megfigyelhető egy, a társadalom számára jelentős hírértékkel bíró hír bejelentését követően (pl. a tömegközlekedési eszközökön). Így a hírek a személyes kommunikáció folyamatában értelmezve, átfórmálva jutnak el a következő befogadóig. Ezen folyamat jelentős torzulást eredményez, melynek a végeredménye a *rémhír* kialakulása.

A rémhír általában a veszélyhelyzetben lévő egyén, csoport életében kialakuló súlyos zavar következtében jön létre. Ekkor az emberek több-kevesebb időre elvesztik biztonságérzetüket, kíváncsiak a helyzet okaira, a felelősökre és a lehetséges megoldásokra. Ilyenkor kezdik egymást, a jól értesültek szerepében tetszelegve, különböző rémhírekkel befolyásolni.

⁷Barlai – Kővári 1996, 37.

Megállapítható tehát, hogy a veszélyhelyzetben lévők bizonytalanság érzete, valamint a hivatalos információk iránti kielégítetlen vágy az oka a rémhírek kialakulásának.

A veszélyhelyzeti kommunikáció tervezése

Szituációelemzés, erő- és eszközszámvetés

A veszélyhelyzet során a válságstáb felméri a várható veszélyek jellegét, az idejét és a veszélyt követő események intenzitását és kiterjedését, megvizsgálja, milyen belső és külső kommunikációs rendszer áll a rendelkezésre.

Belső erőforrások:

- a szervezet vezetése;
- a válságstáb kommunikációs tevékenysége;
- szakemberek száma;
- a szervezeti egységek közös tevékenységének megszervezése.

Külső erőforrások felmérésénél vizsgálni kell:

- kik az érintettek;
- milyen segítséget kell számukra megadni;
- milyen és mennyi információt kell a médiumoknak feltárni.

Az erőforrások felmérésén túl azt is számba kell venni, hogy kik lehetnek azok a személyek, akik a veszélyhelyzeti kommunikációban szerepet kaphatnak. A szóvivő kiválasztása, képzése a szervezet szempontjából kiemelkedő jelentőséggel bír, hiszen ő lesz az az ember aki a veszélyhelyzeti kommunikáció során a szervezet „arca”-ként, a szervezet külső megtestesítőjeként hivatott eljuttatni az üzenetet a célcsoport számára.

A kommunikációs tervnek a mellékletét kell hogy képezze egy jól megfogalmazott, a feladatokat áttekintő ügyrend és egy kimutatás az együttműködők és végrehajtók nevééről, valamint az elérhetőségeikről. *A kimutatást naprakészen kell tartani!*

A célcsoportok meghatározása

A kommunikációs tevékenység folyamán az elküldött üzenetekkel szemben, esetleg magával a szervezettel szemben a nagyközönség 20 %-a csak a negatívumokra összpontosít, így kommunikációs ellenfélnek tekintendő, 60% általában semleges, sem negatív hátráltató ereje, sem pedig pozitív támogató ereje nincsen, 20 % pedig feltétlen támogatását adja.

A legfontosabb feladata a kommunikációs folyamatnak a semlegesek ösztönzése, a 60%-ból minél nagyobb tömeg megnyerése, a támogatók csoportjába való irányítása. Nem a már említett kommunikációs ellenfelekkel kell csatázni, hanem a pozitív viszonyultságú célcsoportot és a semleges csoportot kell a leghatásosabb közleményekkel ellátni.

Célmeghatározás

Amennyiben a szituációelemzésen, erő és eszköz számvetésen, valamint a célcsoportok meghatározásán túl vagyunk, el kell döntenünk, hogy mit akarunk, milyen célt kívánunk elérni, de mindenképpen szem előtt kell tartani, hogy a cél elérésének módja még nem fontos. ***A legfőbb cél a már tárgyalt kritikus tér csökkentése.*** A veszélyhelyzeti kommunikátornak kell tudni, hogyan tudja befolyásolni a célcsoportot, annak melyik részére kell hogy hasson a megfogalmazott üzenetek elküldésével.

Az üzenet megtervezése

Fontos, hogy a kommunikátor tudja, a rendelkezésére álló információhalmazból mit és mennyit mondjon el a célcsoport számára, hogyan adja át az üzenetet, hogy a kívánt reakciót elérje.

Alapelvek a hitelesség érdekében:

- csak az ismert és valós tényeket szabad közölni;
- azonosulás a kárt szenvedettekkel;
- a károk helyrehozásának kommunikatív bemutatása.

Az első nyilatkozatra való felkészülés nagyon fontos a kommunikátor számára, mert az események menetében bekövetkezhetnek olyan változások, amelyek az üzenetek panelesítését már nem teszik lehetővé.

„Az első nyilatkozat tartalmának elvi vázlata:

- a csúcsesemény megtörténtének elismerése;
- a katasztrófa és következményei helyének pontos körülhatárolása;
- (ha ismert) a csúcsesemény jellege, természete és azonnali hatása;
- milyen konkrét intézkedéseket tettek, illetve tesznek a helyzet javítására;
- mikorra várható, hogy irányítani tudják az eseményeket;
- történt-e sérülés, halálozás, illetve az anyagi kár (becsült) értéke;
- sajnálat, részvét kifejezése”.⁸

Alapelv, hogy a vázlat alapján összeállított üzenet sorrendisége nem fontos, a sorrend attól függően változhat, hogy a szóvivő a hangsúlyt melyik vázlatpontra kívánja helyezni.

Csatorna-kiválasztás

Az üzenet minél gyorsabb célba juttatása érdekében a veszélyhelyzeti kommunikátornak mindig a leghatékonyabb és lehetőleg a legkisebb zajjal működő csatornákat kell kiválasztania. Lényeg, hogy a lehető legkorábbi és leggyakoribb tájékoztatás hangozzék el mind a belső, mind a külső kommunikációs rendszeren, jusson el a média elektronikus és nyomtatott részéhez. Figyelni kell a média ellenőrzésére, hiszen nem mindig az üzenet küldőjének szándéka szerint történik a tájékoztatás.

⁸Barlai – Kővágó 1996, 44.

A csatorna kiválasztásánál a kommunikátornak figyelembe kell vennie, hogy a társadalom elsősorban a tv-híradóból, az írott sajtóból, a különböző rádiók híreiből és egyéb csatornák útján értesül az eseményekről. Ebben az esetben viszont fontos a sorrend!

A veszélyhelyzeti kommunikáció dokumentálása, értékelése

Dokumentálás

Az események utólagos értékelése érdekében a végzett feladatokat, az elhárítási folyamatot, a veszélyhelyzet, katasztrófa kialakulásától kezdődően az elhárítási munkálatok befejezéséig írásban is rögzíteni kell. Természetesen a katasztrófavédelem szervezetinél ki vannak építve azok a szervezeti elemek, egységek, amelyek alapfeladatai közé tartozik az események rögzítése. A szóvivő kommunikációs naplójának tartalmaznia kell *a célmeghatározást, az elküldött üzenetek lényegét, a csatornák igénybevételét, milyen nyilatkozatok kerültek a médiába, szükség volt-e helyreigazításra, milyen intézkedések lettek megígérve, mikor lettek értesítve a közreműködő szervek, melyek voltak a kulcsproblémák, valamint milyen konkrét intézkedést eszközölt a szóvivő.*

Értékelés

A veszélyhelyzet, a katasztrófa elmúltával a felszámolásban végző szervezetek az elvégzett feladatokat áttekintik, elemzik és értékelik. Az értékelés egyik alapvető eleme a veszélyhelyzeti kommunikáció értékelése. Az értékelés nem más, mint a felszámolást végzők feladatainak, tevékenységének, az emberi cselekvések sorozatainak elemzése, amikor az alapelv az őszinteség, az esetlegesen vétett hibák feltárása, valamint a jövőbeni feladatok összessége.

„Az értékelés főbb szempontjai:

- a) a tevékenység összegzett tapasztalatai;
- b) a válságkommunikáció részletes értékelése;
 - az előkészítő lépések, az információs csomagok, a listák elérhetősége, naprakésztsége, megfelelő felhasználásuk módja;
 - ki, mit, hol, mikor, miért, kinek mondott, mit ígért;
 - az információ beszerzésének, továbbításának gyorsasága, pontossága;
 - milyen volt a médiavisszhang tónusa, mennyire pontosan adta vissza a történéseket;
 - a szóvivő személyes munkájának hatékonysága;
 - hogyan ítélte meg a célközönség és a közvélemény az eseménysorozatot, mennyire sikerült a kritikus teret szűkíteni;
 - a tevékenység erős és gyenge oldalai, azok okai;
 - következtetések;

c) feladatok:

- a válságkommunikáció javítására;
- az új tervezés érdekében”.⁹

Felhasznált irodalom:

Németh Márta : *Külkereskedelmi Marketing Kommunikáció I-II.* Külkereskedelmi Főiskola. Budapest,1992

Barlai Róbert-Kővágó György: *Válság (katasztrófa) kommunikáció Tanulmányok és szemelvények.* Petit Real Könyvkiadó, Budapest,1996.

Heizler György: *Az ismerőstől még a rossz hírt is jobban elfogadják.* Katasztrófavédelem 2002. 2. szám.

Kothler P: *Marketing management: elemzés, tervezés, végrehajtás, ellenőrzés.* Műszaki Könyvkiadó. Budapest, 1992.

Császi Lajos: Katasztrófák média-reprezentációja

<http://www.c3.hu/~jelkep/JK993/csaszi/csaszi.htm>

Czomba Péter t. alez. parancsnok

BM OKF Országos Tűzoltóparancsnokság

⁹Barlai – Kővágó 1996, 48-49.