

Társadalmi célú kommunikáció a rendészetben

© Kriskó Edina

Nemzeti Közzolgálati Egyetem Közigazgatás-tudományi Kar

Krisiko.Edina@uni-nke.hu

Bevezetés

2014 májusában a Belügyi Tudományos Tanács és a Belügyi Szemle pályázatot írt ki „A segélyhívások (ESR-112) szakszerű fogadásának, szolgáltató jellegének erősítése.” címmel. (www.bm-tt.hu) A témakiírásban szerepelt a hívószámmal kapcsolatos, az állampolgári tudatosságot növelő média (propaganda) tevékenység. Ez alkalomból tekintetem át az egységes európai segélyhívószámmal kapcsolatos ismereteket és kommunikációs előzményeket. Céloom az volt, hogy a kommunikációs tervező munka számára világos helyzetképet rajzoljak, majd nemzetközi jó gyakorlatokat sorakoztassak fel. Jelen tanulmányban az elvégzett kutatómunka legfőbb eredményeit ismertetem.

A 112-vel kapcsolatos állampolgári tájékozottság az Európai Unióban

Az Európai Unió 2013-as riportja szerint hét tagállamban mára a 112 vált a legfontosabb nemzeti segélyhívó számmá is. Ezekben az országokban a lakosokat arra ösztönzik, hogy ezt a számot hívják, bármely sürgősségi szolgálatra is van szükségük (mentők, rendőrök vagy tűzoltók). Ezen országok közé tartozik Dánia, Finnország, Málta, Hollandia, Portugália, Románia és Svédország. Az Eurobarometer a 112-es uniós segélyhívószámmal kapcsolatban az alábbi aspektusokat vizsgálja:

- a 112 tudatosság az unió egyes tagországaiban (nem az állampolgár hazájában, hanem más EU-országban kezdeményezett hívások esetén)
- a 112 tudatosság az utazók körében
- a 112 használata egyéb nemzeti segélyhívószámokkal szemben
- a 112 tudatosság a belülről (saját országból indított segélyhívások esetén)
- a 112-ről való informáltság szintje és az információforrások

A felmérés reprezentatív mintával dolgozik a 15 évnél idősebb uniós polgárok körében. Uniószerre összesen 26.624 interjú készült. Ezek alapján az EU polgárainak legtöbbször nem eléggé tájékozott a 112-es hívószámmal kapcsolatban. Mindössze a lakosok 27 %-a volt tisztában azzal, hogy a szám az unióban bárhol hívható. Öt tagállamban mértek 50% feletti tájékozottságot: Lengyelországban, Szlovákiában, Finnországban, Luxemburgban és a Cseh Köztársaságban. A megkérdezettek 87% tudott legalább egy segélyhívószámot megnevezni vészhelyzet esetére, közülük 32% nevezte meg a 112-t. A felmérés azonban megerősítette, hogy a 112 tudatosság emelkedett a legtöbb EU-országban. Különösen nagymértékű emelkedést mutatott Olaszország, Belgium és Spanyolország (16%, illetve 8-8%).

Azon megkérdezettek közül, akik hívtak valamilyen segélyhívó számot a megelőző egy évben, 45% számolt be arról, hogy a 112-t hívta, 52% a nemzeti segélyhívót nevezte meg. Azok számaránya, akik vészhelyzetben a 112-t hívták Romániában volt a legmagasabb (98%). Tőle mindössze 2%-kal maradt el Finnország. A legalacsonyabb arányszámokat Görögország (3%) és az Egyesült Királyság (4%) produkálta. Tíz válaszadóból 7 ember nem tudott beszámolni róla, hogy kapott volna információt a 112-ről a megelőző évben. Azok, akik találkoztak valamilyen, a segélyhívóval kapcsolatos információval, 63%-ban a televíziót nevezték meg az információ csatornájaként.

A 112-vel kapcsolatos állampolgári tájékozottság Magyarországon

Az Európa Tanács megrendelésére a 112-es hívószámról készült felmérést Magyarországon a TNS Hungary Kft. végezte 1010 interjú lebonyolításával 2013. januárjában. Eszerint a magyar állampolgárok 32% nevezte meg a 112-es hívószámot válaszul arra kérdésre, hogy tudna-e mondani az unióban bárhol hívható sürgősségi segélyhívót. 5% más számot mondott, a megkérdezettek fennmaradó hányada a „nem tudom választ” adta.

Azok közül, akik a megkérdezést megelőző 12 hónapban utaztak külföldre (valamely uniós tagországba), a válaszadók 41%-a nevezte meg a 112-t mint az unióban szabadon hívható, bárhol elérhető segélyhívószámot. Azok a válaszadók tehát, akik a megelőző időszakban utaztak, nagyobb tájékozottságot mutattak (Uo. 19). A megkérdezettek 16%-a számolt be róla, hogy a felmérést megelőző egy évben hívott valamilyen sürgősségi segélyhívószámot. Közülük 28% mondta, hogy a 112-t hívta, 70% a nemzeti segélyhívószámot tárcsázta, 1% mindkettővel próbálkozott (Uo. 37).

A 112-ről kapott információk tekintetében is igen színes az európai körkép. A magyarok 31%-a számolt be arról, hogy találkozott valamilyen a 112-es hívószámmal kapcsolatos információval saját országában a megelőző évben. (5% adott nem tudom választ.) A magyarok 67%-a a televíziót, 12%-a az újságot, 15% valamilyen köztéri felületet, 15% a rádiót nevezte meg az információ forrásaként. Mindössze 8% nevezte meg információforrásként családtagjait vagy ismerőseit, barátait. A magyarok 18%-a az interneten találkozott a 112-vel kapcsolatos információkkal.

A segélyhívószámok és az európai 112

A segélyhívószámok rövid története

A telefonálás tárcsázás előtti korszakában a hívó egyszerűen kérte a kezelőt és megmondta, kít keres. „Kérem, kapcsolja a rendőrséget!” Nem volt szükség hívószámok ismeretére. Az operátor felelt azért, hogy a hívó elérje a címzettet. A kisvárosokban pedig gyakorta a telefonkezelő maga volt, aki minden időben tudta, hol érhető el az orvos, az állatorvos vagy éppen a rendőri személyzet, netán a tűzoltóság.

A tárcsázás és az automatikus kapcsolat korszaka azonban magával hozta a hívó nagyobb felkészültségének igényét. A hívó ugyanis vagy a kezelőt kérte vagy maga tárcsázta a kívánt hívószámot. Ehhez azonban – a gyakran cserélődő hívószámok

közepett – legtöbbször fel kellett ütnie a telefonkönyvet és kikeresnie a számot. Különösen nehéz helyzetben voltak például az új-zélandiak, akiknek a hatvanas években mintegy 40 számcserevel volt dolguk, mielőtt a 111-es hívószám bevezetésre került. (<http://en.wikipedia.org>) Részben erre a problémára válaszul vezette be később az USA, Kanada és az Egyesült Királyság a 0-ás hívószámot vészhelyzet esetére, amelyen a kezelő jelentkezett. Döntően ez a rendszer maradt fenn egészen az 1970-es évekig, különösen Észak-Amerikában.

Az első segélyhívószám rendszert 1937. július 1-jén vezették be Londonban a 999-es hívószámmal, majd kiterjesztették az egész országra. Hogy a kezelő figyelmét mindenképp felhívják a veszélyre, a 999 tárcsázásakor a csengőhang mellett felgyulladt egy piros lámpa is. Gyakori megoldás volt az azonos számokból álló hívószám bevezetése (ami a mai napig sem ritka: 888 Somalia Police, 999 Zambia Police), mondván, annak tárcsázására nem kell különösebb gondot fordítani egy súlyos stresszhelyzetben, könnyen megjegyezhető és hívható. (Uo.)

A segélyhívások új, a bajbajutottak számára lényegesen egyszerűbb korszakát hozták el a mobiltelefonok, amelyek immár átjárhatóvá tették az országhatárokat. Az eltérő hívószámok problematikáját ráadásul a gyártók igyekeztek kiküszöbölni. A mobilok és SIM-kártyáik előre programozva tartalmazzák a segélyhívószámok listáit. Ezek a számok hálózat és SIM-kártya nélkül (lezárt billentyűzettel) is hívhatók. A telefonok a GSM hálózatra csatlakozva maguk is frissítik listáikat, roaming esetén is.

Az egységes európai segélyhívó, a 112

A 112 1991-ben lett az Európai Unió hivatalos, egységes, ingyenesen hívható segélyhívó száma. Az unió tagállamainak 2/3 részében párhuzamosan működik más helyi segélyhívószámokkal (mint hazánkban a 104 és a 105). Nálunk 1999-ben került bevezetésre.

Bevezetésének első éveiben azonban itthon először csak olyan telefonos szolgáltatás volt, amely nem rendelkezett háttér-infrastruktúrával. 2007-ben a koordinációs feladatokat a Közigazgatási és Elektronikus Közszolgáltatások Központi Hivatala (KEKKH) vette át. Ekkor a hívásokat a BRFK és a megyei rendőr-főkapitányságok fogadták. Fontos állomás volt az Európai Parlament 2011 novemberében elfogadott írásbeli nyilatkozata, amelyben a 112 kiterjesztésének szándékát fejezte ki. Kiterjesztés alatt a szolgáltatás siket, nagyothalló vagy beszéd fogyatékos személyek számára történő (jelnyelven és valós idejű feliratozással való) hozzáféréseinek biztosítását értették. E törekvés is jelzi, hogy a hívószám széleskörű használata kiemelt prioritássá vált, amely által a rendészeti kommunikáció klasszikus társadalmi célú feladat kellős közepén találja magát.

2014. május 22-én az M1 tévécsatorna esti híradója arról számolt be, hogy immár élesben működik a 112-es segélyhívó-rendszer, s a bajba jutottak arra számíthatnak, hogy segélyhívásukra 5 másodpercen belül reagál a fogadó fél. Az újabb mérföldkő a szeptember 9-én átadott két új hívásfogadó központ volt: a 296 fővel működő szombathelyi és a 323 fővel üzemelő miskolci központ.

Az új központok beüzemelése „lehetővé teszi a készenléti szervek együttműködési folyamatainak korszerűsítését, valós idejű adat- és hangkapcsolatot biztosít az érintett szereplők, irányítók és végrehajtók között.” (www.hvg.hu b) Az új rendszerben a segélykérési csatornák széles skálája, telefon, eCall, SMS, MMS, internet is kezelhetők. A diszpécserok pedig a bonyolult, sok embert érintő

helyzetekben közvetlen konferenciakapcsolásban, az adatok teljes megosztásával hangolhatják össze az irányító tevékenységet.

A rendszer minden esetben kiírja a hívó fél telefonszámát és térképen megjeleníti annak tartózkodási helyét. Az operátorok nemzetközi protokoll alapján fogadják a hívásokat és teszik fel kérdéseiket a betelefonálókknak, s teszik meg a szükséges intézkedéseket.

A társadalmi célú kommunikáció

A TCR célja és karaktere

Sas István „Reklám a jóért” címen megjelent könyve híven kifejezi azt, amiről a 112-es hívószám népszerűsítése szól. Közüggé tenni egy témát, valamit, ami jó, ami társadalmilag hasznos, és valamilyen kívánatos magatartásra ösztönöz. Tulajdonképpen egyszerűen hangozna, ha a reklám szakma nem támasztana igen komoly követelményeket a társadalmi célú kommunikációval szemben:

„A társadalmi célú reklámok értéke a téma feldolgozásában, a tálalás módjában, a racionális és emocionális érvelés erejében, a drámai felépítésben, a tömörségben és a konkrét műfajra (filmre, plakátra) való lefordítás ötletességében egyszerre érhető tetten.” (Sas, 2010:37)

A TCR legfőbb eszköze, hogy élményközösségbe léptet. Az üzenetet úgy kódolja, hogy annak megfejtéséhez, a befogadó aktív közreműködésére van szükség, bele kell adnia magát az értelmezési folyamatba. A szokásos, nyílt csatornákkal szemben előnyben részesíti a rejtett impulzusok révén elérhető hatásokat. Az üzenet gyakran nem is tudatosodik – művészi komponálásának lényege éppen ez. Az asszociációk aktivizáló erejére épít, szimbólumokból, metaforákból, analógiákból építkezik, a dallamot és allegorikus jelleget sem veti meg.

TCR a rendészetben

A rendőrség kommunikációja, az alapvető rendészeti funkciókból adódóan (bűnmegelőzés, bűnfelderítés, az igazságszolgáltatás előkészítése, közrend és biztonság fenntartása, helyreállítása), nem lehet más, mint társadalmi célú kommunikáció. Ha a szervezet szól, az valamilyen közhasznú eszme, gondolat, üzenet továbbítása az emberek bizonyos csoportjaihoz, pozitív magatartásuk ösztönzése érdekében (Hoffmann, 1997:9). Célrendszerében visszaköszönnek a társadalmi célú reklámok (kommunikáció) legfőbb intenciói: viselkedés elsajátítása (valami érdekében), rossz példa elutasítása (valami ellen), kívánatos magatartás követése (tanulás), vélemények, eszmék elutasítása (tiltakozás), vélemények, eszmék támogatása (aktivitás), ügyek, emberek megsegítésére (támogatás, segítségnyújtás) (Sas, 2010).

A segélyhívásokkal kapcsolatos TCR feladat

A téma adott: informálni a lakosságot a 112 elérhetőségéről, funkciójáról, használatáról és elrettenteni a rosszindulatú telefonálókat attól, hogy a 112-t indokolatlanul hívják, s ezzel a készenléti egységeket feleslegesen terheljék.

Az előbbi feladat, s a hozzátartozó üzenetek megfogalmazása az első lépés, azután következhet csak az attitűdformálás. S mivel már meglévő – berögződött – rossz gyakorlat megváltoztatása a cél, itt többlépcsős kommunikációs folyamatra van szükség. Szükség van valamilyen figyelemfelkeltő elemre, a helyes gyakorlat (kívánatos magatartás) bemutatására, s érzelmi és racionális érvekre a meggyőzésben. A téma feldolgozását megkönnyíti azonban, hiszen szinte korlátlan alkotói szabadságot enged, hogy a témát közmegegyezés övezi: az emberek legtöbbször nem kell meggyőzni arról, hogy a gyors segítségnyújtás jó dolog, társadalmilag hasznos, a 112 tehát jó kezdeményezés, amely az állampolgárok biztonságáért van.

Segélyhívószámokat népszerűsítő külföldi kampányok

Skócia

A skót rendőrség „Tárcsázza a 101-et!” kampánya egy (nem veszélyhelyzeti) rendőri telefonszámot népszerűsített. A tájékoztatásban kiemelt üzenet volt, hogy ez nem sürgősségi segélyhívó, hanem egy új közvetlen kapcsolatba lépési mód a skót rendőri szervekkel. A „Mikor hívja?” kérdésre a következő válaszokat adták:

- ha kisebb közlekedési balesetet szenvedett
- ha valamilyen rongálás történt
- ha ellopták az autóját
- ha drogkereskedelem gyanúja merül fel
- ha bűncselekmény tanúja volt
- ha eltűnt személlyel találkozott, hollétéről tud
- bűnmegelőzési tanácsra van szüksége
- ha beszélni szeretne egy helyi rendőrrel. (www.scotland.police.uk)

A gyakori kérdések között egyértelműen tudatosításra került, hogy ez nem a 999-et kiváltó szám, hanem más célokat szolgáló kontaktlehetőség. A siket, nagyothalló és beszéd fogyatékos személyek számára szöveges kapcsolat felvételi módra is lehetőséget biztosítanak (1 800 1 101). (Uo) A 101 hívásának díja (15p) a hívás helyétől, hosszától, időpontjától és a használt hálózattól független. Angliában és Walesben is elérhető hívószám.

Vancouver

A 9-1-1-hez kötődő „Don't let non-emergencies compete with real ones” kampány azt próbálta tudatosítani egy köznevelő kampány (public education campaign) keretében, hogy mikor hívja valaki a 911-et, s mikor ne, mi tekinthető ebből a szempontból vészhelyzetnek. (www.ecomm911.ca) Itt a célkitűzés nagyon hasonló volt a magyar rendőrség jelenlegi kommunikációs céljaihoz.

Vancouverben 2014-ben a segélyhívások száma minden hónapban meghaladta a havi 60.000 hívást. A hívások száma drasztikusan, mintegy 20-30 %-kal emelkedett a nyári hónapokban. (Augusztusban 84 ezret meghaladó telefonhívást regisztráltak). Egész évben 96 és 98% között mozgott azon hívások száma, amelyekre a központ 5 másodpercen belül reagált. (www.ecomm911.ca b)

Az okostelefonnal rendelkező célközönséget apró képes feladványokkal szólították meg a hatóságok. A feladat annak eldöntése volt, (a 9-1-1 hívását igénylő) vészhelyzet van-e a képen. A válasz QR-kód olvasó segítségével volt elérhető. Azok számára, akiknek a telefonján nincs QR-kód olvasó, a weben tették közzé a feladványok megoldásait.

Fontos cél volt a véletlenszerű hívások visszaszorítása is. Ebben a reklámban arra kérték a mobiltelefon tulajdonosokat, hogy tárolják elővigyázatosan készülékeiket (zsebben, táskában), hogy ne történjenek kéretlen segélyhívások. Kérik továbbá az állampolgárokat, hogy ne programozzák be előre a hívószámot telefonjaikba.

California

A Cal Poly Egyetem a Kaliforniai Kormányzó Hivatal Segélyhívó Szolgálatával karöltve kísérleti kampányt indított a sürgősségi beavatkozást nem igénylő, de a 911-es számra érkező hívások visszaszorítása érdekében. A tavalyi adatok azt mutatják, több mint 26 millió hívás érkezett a 911-re Kaliforniában, s ennek csak mintegy 35%-a volt valódi vészhelyzet. A probléma tehát a tengerentúlon is hasonló, mint az unió tagállamaiban. (<http://mustangnews.net>)

Természetesen itt is az a hatósági (s állampolgári félelem is), hogy valódi vészhelyzet esetén a vonal foglalt lesz, s nem jut azonnali segítséghez az, akinek szüksége lenne rá. A kampány során az eseménymarketing eszközével, nyomtatott hirdetésekkel, a rádió és az online média felhasználásával érték el a célcsoportokat.

A kezdeményezésbe bevont 5 intézmény egyike a California State University Stanislaus volt. A rendőri fakultás számos más eszközt bevetett: bódékat állítottak fel a campuson, közérdekű közleményeket fogalmaztak, s elindították a Ploy Alerts-rendszert, amelynek keretében a hallgatók SMS üzenetekben kaptak biztonsági közleményeket mobiltelefonjaikra. Azonnali fizikai fenyegetésekről szóló információkat osztottak meg a campus közösségével – az SMS alapú rendszerbe regisztrált - mobiltelefonokon, PDA-kon, okostelefonokon és műholdas telefonokon keresztül.

Ebben a kampányban szintén szó esett egy nem sürgősségi típusú hívószámról (együttes pozícionálsá), a 211-ről. (<http://afd.calpoly.edu>) A mikor hívja a 911-et? kérdésre, rövid válaszokat fogalmaztak meg:

- életveszélyes esemény,
- folyamatban lévő bűncselekmény vagy baleset,
- orvosi vészhelyzet,
- súlyos sérüléssel járó közlekedési baleset,
- tüzeset,
- vészhelyzetet előidéző körülmény bejelentésére.

A campus területén kék telefonokat helyeztek el a segélyhívások lebonyolításához, amelyeket kék fénnel világítanak meg, hogy éjszaka is könnyen megtalálhatóak legyenek a készülékek. Az egyetemi „Kék Fény” (Blue Light) vonal egyetlen gombnyomásra kapcsol a 911-es egyetemi diszpécserhez.

A tájékoztató anyagok arra is kitérnek, milyen adatokat adjon meg feltétlenül a hívó, ha a 911-hez fordul: neve, tartózkodási helye és a veszélyhelyzet típusa. Felhívják a hívó figyelmét, hogy a diszpécser további kérdéseket tehet fel. Kéri a segélykérőt, hogy maradjon vonalban, ha azt biztonsággal megteheti, amíg a diszpécser nem bontja a vonalat.

Az Európai 112 Nap

Minden év február 11-én rendezzi meg az Unió az Egységes Európai Segélyhívó Napját, a 112 Napot. (www.112foundation.eu)

Lengyelország

A lengyel hatóságok arra használták fel a nemzetközi segélyhívó európai napját (február 11.), hogy a köztudatban erősítsék a 112-vel kapcsolatos pozitív attitűdöket és ösztönözzék a felelősségteljes viselkedést. Kiemelt célcsoportként a fiatal, telefonnal már rendelkező korosztályt szólították meg. Lehetőséget kaptak az óvodás korú gyermekek, hogy látogatást tegyenek a poznani segélyhívó központban, ahol különféle versenyek keretében tanulhatták meg, hogyan kell használni a segélyhívót. A legfontosabb annak tudatosítása volt, mikor tárcsázzák a sürgősségi vonalat.

Románia

A sürgősségi egységek, tűzoltók és rendőrök Románia mind a 41 megyéjében jelen voltak rendezvényeikkel ezen a napon. Nyílt napok, iskolai programsorozatok, az európai segélyhívóval kapcsolatos versenyek és promóciós anyagok széles skálája vett részt a köznevelésben. Bemutatásra kerültek a logisztikai és intervenció egységek, felszereléseik és speciális eszközeik. A fiatalok gyakorlati bemutató keretében ismerkedhettek meg az újraélesztés eszközeivel. A 112-vel kapcsolatos tájékoztatásom egy teljes héten keresztül futottak a médiában az Európai Ifjúsági Olimpia Téli Fesztiválja alatt (amely ugyancsak február közepén került megrendezésre).

Horvátország

Események széles skáláját valósította meg a hívószám nemzetközi ünnepén. Nyílt napot tartott iskolások és óvodások számára a 112 Központban. Bemutatták a gyermekek számára a Nemzeti Védelmi és Mentési Programot, kiállítást rendeztek a mentési eszközökből, berendezésekből és mentőautókból. A média és a helyi önkormányzatok számára ismerettéka 112 addigi eredményeit. Promóciós anyagokat helyeztek ki az iskolákba, bevásárlóközpontokba és utasterminálókra. A helyi rádió és televízió csatornákon speciális műsorokat sugároztak.

Észtország

Az Estonian Emergency Response Centre (EERC) a 112 nap alkalmából sajtókonferenciát szervezett. Az általános iskolákban előadásokat szerveztek, hogy megtanítsák a tanulóknak a 112-es segélyhívó használatát. Minden észt óvodában (mintegy 200) arra kérték a gyerekeket, hogy rajzolják a hóba, vagy alkossák meg hóból a 112-es hívószámot és fotózzák le, s küldjék el. A 112 Facebook idővonalán azután valamennyi fotót közzétették.

Összefoglalás

A kívánatos állapot az állampolgári tudatosság azon foka, amelynél az állampolgárok tisztában vannak az Egységes Segélyhívó Rendszer funkciójával, elérhetőségével, működésének elvével és gyakorlatával, tudják, mikor kell a számot tárcsázniuk. Nem élnek vissza a hívószámmal, nem hívják indokolatlanul vagy rossz szándéktól vezérelve, nem keverik más hívószámokkal és segélyvonalakkal. Az állampolgárok előzékenyen bánnak mobiltelefonjaikkal, hogy a véletlen hívásokat elkerüljék (érintő képernyő): lezárják a telefon billentyűzetét, ha a telefont zsebbe, táskába rakják. Nem programozzák be előre a segélyhívószámokat, mert szükség esetén fejből tudják a könnyen bebillentyűzhető számsort.

A hazai 112-es kampányok kontextuális hátterét a nemzetközi kampányok eddigi tanulságai, az európai segélyhívó kötelező arculati elemei (www.112foundation.eu b), s az első fejezetben vázolt állampolgári tájékozottság és attitűdök adják. A kommunikációs munka pedig az iskolás célcsoportnál indul, s az egyedül élő, idős, bajban kizárólag a telefonjához fordulni tudó korosztállyal zárul. A feladat nem kicsi, de a nemzetközi gyakorlat immár jó gyakorlatok (és eszközmixek) sorát hozza.

Irodalomjegyzék

HOFFMANN Istvánné (1997). *Propaganda, reklám*. Budapest: MKK.
SAS István (2010). *Reklám a jóért*. Budapest: Kommunikációs Akadémia.