

Научная статья

УДК 614.84

doi: 10.34987/2712-9233.2024.22.17.001

Проблемы информирования населения в области противопожарной безопасности в современном медиапространстве

Валентин Сергеевич Ларкин

Сибирская пожарно-спасательная академия ГПС МЧС России

Автор ответственный за переписку: Валентин Сергеевич Ларкин, arcimaeva@yandex.ru

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы информирования населения в области противопожарной безопасности в современном медиа пространстве. Проведен анализ статистики по пожарной обстановке в Российской Федерации за 2021-2022 год. Проведено исследование существующей ситуации, касательно информирования населения через средства массовой информации, при помощи сети Интернет. Проведен анализ степени восприятия противопожарной информации для различных возрастных групп.

Ключевые слова: противопожарная безопасность, информирование населения, проблемы информирования населения, современное медиапространство

Для цитирования: Ларкин В.С. Проблемы информирования населения в области противопожарной безопасности в современном медиапространстве // Актуальные проблемы безопасности в техносфере 2024. № 2 (14) С.80-83. URL:<https://doi.org/10.34987/2712-9233.2024.22.17.001>

Problems of informing the population in the field of fire safety in the modern media space

Valentin S. Larkin

Siberian Fire and Rescue Academy EMERCOM of Russia

Corresponding author: Valentin S. Larkin, arcimaeva@yandex.ru

Annotation. The article examines the problems of informing the public in the field of fire safety in the modern media space. The analysis of statistical data on the fire situation in the Russian Federation for 2021-2022 is carried out. A study of the existing situation in terms of informing the public through the mass media, using the Internet, has been conducted. The analysis of the degree of perception of fire information by different age groups was carried out.

Keywords: fire safety, informing the population, problems of informing the population, modern media space

For citation: Larkin V.S. Problems of informing the population in the field of fire safety in the modern media space // Actual problems of safety In the technosphere 2024. No. 2 (14). P. 80-83. URL:<https://doi.org/10.34987/2712-9233.2024.22.17.001>

В современном мире все больше возрастает роль осознанного поведения людей. Не смотря на это, существует постоянно растущая проблема пожарной опасности, т.к. население многих стран, и России в том числе, остается не до конца осознанной и мотивированной. Нормы пожарной безопасности еще не стали нормами морали для людей. Об этом еще в 1975 году писал журналист Владлен Травинский и на сегодняшний день, как мы видим из статистики по пожарам за 2021-2022 год, существенных изменений в этой области не произошло.

Так, за 12 месяцев 2022 г. произошло 352 509 пожаров (за аналогичный период прошлого года (АППГ) – 390 801, -9,8%), на которых погибло 7 746 человек (АППГ – 8 478, -8,6%), в том числе 306 несовершеннолетних (АППГ – 380, - 19,5%), получили травмы 8 140 человек (АППГ – 8 390, -3,0%).

Зарегистрированный материальный ущерб составляет 18,7 млрд. рублей (АППГ – 16,4, 14,0%).

На пожарах спасено 29 069 человек (АППГ – 31 810, -8,6%), эвакуировано 193 544 человека (АППГ – 171 379, 12,9%).

В среднем ежедневно происходило 966 пожаров, на которых погибал 21 человек, получали травмы 22 человека, огнем уничтожалось 135 строений.

Количество погибших на 100 тыс. человек населения – 5,3 человека (АППГ – 5,8), количество травмированных на 100 тыс. населения – 5,6 человека (АППГ – 5,7).

Как мы видим из представленной статистики, в последние годы сохраняется устойчивая тенденция по снижению как количества пожаров, так и гибели людей. Однако, практически за любой период, по статистическим данным отчетливо видно, что каждый год большая часть пожаров приходится на жилой сектор и другие объекты различных форм собственности.

Также, на основании данных статистики за 2022 год, мы видим, что основными причинами пожара в 75% случаев стали:

- неосторожное обращение с огнем, в том числе детская шалость – 27%;
- нарушение правил эксплуатации бытовых приборов и электрооборудования – 25%;
- неисправность и нарушение правил эксплуатации печного отопления – 14%;
- поджоги – 9% [1].

Все это говорит о том, что важность вопросов обеспечения пожарной безопасности еще не в полной мере осознается большей частью населения нашей страны.

Траты на рекламу и противопожарную пропаганду занимают львиную долю в тратах на профилактику пожаров. В тоже время существует и другая закономерность – профилактику и страхование от пожара может себе позволить более обеспеченное и благополучное население нашей страны, а не население, с более низким доходом, но более нуждающееся в этой защите [2].

Так чего же не достает противопожарной пропаганде в нашей стране? На этот вопрос попытались дать ответ О.Д. Ратникова, М.А. Комова и Г.А. Прытков. Все они сошлись во мнении, что информация, подаваемая населению, слишком научная и «сухая», которая хоть и полезная, содержащая все нормы и правила противопожарной безопасности, но при этом вообще не привлекательная.

Граждане не понимают сложную пожарную терминологию и не могут ее однозначно интерпретировать. Поэтому необходимо при освещении СМИ и в постах сети Интернет убирать существующий языковой барьер и подавать сложную для восприятия информацию более простым языком [3].

Кроме этого существует еще одна проблема – часто в информационных сообщениях встречаются неточности, ошибки и сокращения, которые приводят к искажению информации и вводят читателей в заблуждение.

Приведем в качестве примера следующие словосочетания. Вместо словосочетаний «пожарная безопасность» и «опасные факторы пожара» используют безграмотные сочетания «противопожарная безопасность» и «поражающие факторы пожара». Часто происходит подмен правильного понятия «загорание» понятием «пожар», в результате чего дающиеся рекомендации оказываются в корне неверными и могут привести к гибели людей. Один из примеров – обучение школьников тушению пожара, но это могут делать только профессионалы, но никак не дети, задачей школьников стоит только быстро ликвидировать очаг возгорания [4].

Следующая проблема, существующая в противопожарной пропаганде – отсутствие практически полностью рекламы в СМИ и сети Интернет средств тушения пожаров и его предупреждения, средств

индивидуальной защиты и оборудования для самозащиты и спасения, предназначенной для аудитории разного возрастного контингента [5].

Еще одним, самым важным фактором, является смена поколений. Если рассмотреть людей старшего поколения, то становится очевидным, что они более дисциплинированы и исполнительны вплоть до автоматизма по сравнению с молодежью и людьми среднего возраста, т.к. они выросли на старых лозунгах, которые для них стали шаблонами. В качестве примера приведем некоторые из них на рисунках 1 и 2.



Рис. 1. Плакат с лозунгом выключать свет



Рис. 2. Плакат с лозунгом гасить спички и окурки

Не смотря на выработанный автоматизм по отношению к старым лозунгам, мы видим, что он срабатывает только у людей старшего поколения. Между тем выросло новое поколение россиян, для которого не сформированы привычки и действующие шаблоны по противопожарной безопасности.

Мы видим, что молодежь и люди среднего возраста полностью погрузились в современную жизнь, в которой с одной стороны высокие темпы научно-технического прогресса, вечная спешка в погоне за временем, чтобы всё успеть, и банальная безответственность в этой спешке - с другой [6].

Также мы видим, что до сегодняшнего дня возможности и значение рекламы и противопожарной пропаганды явно оценивались в недостаточной степени и были слабо изучены. Во время практического применения происходит смешивание таких понятий, как агитация, пропаганда, реклама и т.д. Все это приводит к тому, что формы и методы работы применяются неправильно, плюс выдвигаются к ним нереальные требования.

Это выражается в том, что от пропаганды ждут конкретных результатов в виде сокращения количества погибших от пожаров, самих пожаров и ущерба от них. Но по факту для получения конкретных результатов необходимо гораздо больше времени. Не исключена и ситуация, когда результаты вообще не будут получены только методами рекламы и противопожарной пропаганды.

Кроме этого существующие рекомендации для сотрудников, занимающихся рекламной и пропагандистской деятельностью, не достаточно разработаны и не используются в должной мере.

Также нет единого мнения по вопросу, кто обязан заниматься такой деятельностью, и существует несколько диаметрально противоположных точек зрения [7].

Рассмотрим две таких точки зрения. Первая говорит о том, что пожарные вообще не должны заниматься пропагандистской и рекламной деятельностью и это удел ученых, журналистов, художников

и других специалистов, связанных с творческими профессиями. Вторая точка зрения настаивает на том, что необходимо возложить обязанности по рекламе и противопожарной пропаганде на всех работников пожарной охраны, т.к. они больше владеют информацией и смогут без искажений ее донести.

Не смотря на существующий ряд проблем, очевидно, что пропаганда является важным этапом по формированию навыков по противопожарной безопасности. Самым оптимальным, на наш взгляд, является компромисс в существующих точках зрения по решению существующих вопросов по противопожарной безопасности и поиск единства в представленных выше подходах.

Помимо этого при изучении последних данных исследования GfK, мы видим, что в 2019 году в России интернетом пользовались 79,8% взрослого населения и на начало 2023 года количество пользователей составляло уже 88,2%. Также произошел рост количества пользователей сети Интернет среди лиц старше 16 лет с 91 млн. до 94,4 млн. человек. Самую большую динамику показали пользователи в категории 50-64 года (с 63 до 66%) и в категории 65+ (с 26 до 36%) [8].

Таким образом, становится очевидным, что проблемы информирования населения в области противопожарной безопасности можно и нужно решать с использованием современного медиaprостранства (СМИ, соцсетей в Интернет, различных сайтов, посвященных противопожарной пропаганде и т.д.), т.к. при этом будет охвачена большая часть населения нашей страны.

Список использованных источников

1. Анализ обстановки с пожарами и их последствиями на территории Российской Федерации за 12 месяцев 2022 года. // МЧС России. сайт– URL: <https://xn--d1afzn.xn--p1ai/files/306/analiz-dnpr-2022.pdf?ysclid=lqnsbr3rld104019888> (дата обращения: 22.11.2023).
2. Кафидов В.В. Пропаганда и реклама в пожарном деле. - М.: Видное, 2001. -176 с.
3. Лазарев А.А. К вопросу однообразия эмоционального компонента противопожарной пропаганды / Матер. 24-й науч.-техн. конференции «Системы безопасности – 2015». - М.: Академия ГПС МЧС России, 2015. - С. 468-471.
4. Вдоль стены на ощупь. О некоторых ошибках и неточностях, встречающихся при освещении вопросов пожарной безопасности в учебной литературе/А.В. Матюшин и др.//ОБЖ -2004. - № 11. - С. 31-35.
5. Андреев Ю.А. Использование методов и средств пропаганды и социальной рекламы для предупреждения пожаров на особо охраняемых природных территориях: учебно-методическое пособие. / Ю. А. Андреев, А.Ю. Андреев, Д. С. Серебrenников; по ред. А. В. Брюханов; проект ПРООН/МКИ «Расширение сети ООПТ для сохранения Алтае-Саянского экорегиона». – Красноярск, 2012. - 86 с.
6. Кафидов В.В., Севастьянов В.М. Пропаганда и реклама в пожарном деле. Второе издание переработанное и дополненное. – Видное, 2002. - 201с.
7. Кружков А.П., Лазарев А.А., Пуганов М.В. и др. Организация противопожарной пропаганды органами государственного пожарного надзора: учебное пособие. - Иваново: ИВИ ГПС МЧС России, 2011. - 125 с.
8. Прирост интернет-аудитории в 2019 году обеспечили пенсионеры. // РБК. Статья от 13.01.2020. – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/13/01/2020/5e1876549a7947210b5ef636?ref=vc.ru (дата обращения: 22.11.2023).

Статья поступила в редакцию 20.05.2024, одобрена после рецензирования 10.06.2024, принята к публикации 25.06.2024.

The article was submitted 20.05.2024, approved after reviewing 10.06.2024, accepted for publication 25.06.2024.