

A vizuális választási kampányok hatása a közlekedésbiztonságra

Készítette: Csüri Fanni Noa és Maráczai Rodrigó Dávid

IV. Közlekedésbiztonsági Konferencia
Győr, 2026. szeptember 18.



Szerzők



Csüri Fanni Noa

okleveles kulturális antropológus



Maráczai Rodrigó Dávid

SZE Multidiszciplináris Műszaki Tudományi
Doktori Iskola hallgatója

Kiindulópont

KÖZLEKEDÉSBIZTONSÁG

ember

jármű

út és annak
környezete

vizuális
inger



kognitív
terhelés



döntés



Fotó: Kiss Bence/444

A vizsgált székesfehérvári útszakasz a kampányidőszak idején és a kampányidőszakot követően

(saját fényképek)



Elméleti háttér

járművezetői hibázás: figyelem-és információfeldolgozási zavar

(Szabó K. D.: Az autóbuszvezető képzési és oktatási rendszer, valamint a saját hibás események összefüggéseinek vizsgálata az ArrivaBus Kft-nél, Diplomamunka, Széchenyi István Egyetem, Építész-, Építő és Közlekedésmérnöki Kar, Győr, 2025.)



Jogsabályi környezet	
A közúti közlekedésről szóló 1988. évi I. törvény és 2026. évi módosítása	• védi a közúti jelzéseket és garantálja azok láthatóságát • villany- és telefonoszlopon nem lehet hirdetni
A választási eljárásról szóló 2013. évi XXXVI. törvény és 2026. évi módosítása	• meghatározza, hogy milyen engedéllyel, milyen épületeken, hogyan és meddig lehet plakátolni • fás szárú növényre nem lehet plakátot tenni

Cél

- kutatási érdeklődés felkeltése
- kiindulópont nyújtása további kutatáshoz

Kutatási célcsoportok

vezetésoktatók

közlekedési
szakemberek

járművezetői
engedéllyel
rendelkezők

Módszertan

Online kérdőíves felmérés

előny

- anonimitás elősegítheti az őszinte válaszadási hajlandóságot
- egyszerű
- gyors
- költséghatékony

hátrány

- torzulhat a minta
- hólabda mintavétel





Kutatási eredmények - vezetésoktatók

1. Milyen tényezők vonják el általában a leggyakrabban a tanulók figyelmét?

- járműkezelés, mögöttes forgalom
- idegesség, szorongás

2. Oktatóként a kampányidőszak alatt kellett valamin változtatnia?

- plakátok zavaróak voltak, rossz helyen voltak kirakva, táblákat nehezen lehetett észrevenni
- nem vonták el jobban a választási plakátok a figyelmet, mint más azonos méretű köztéri reklámok

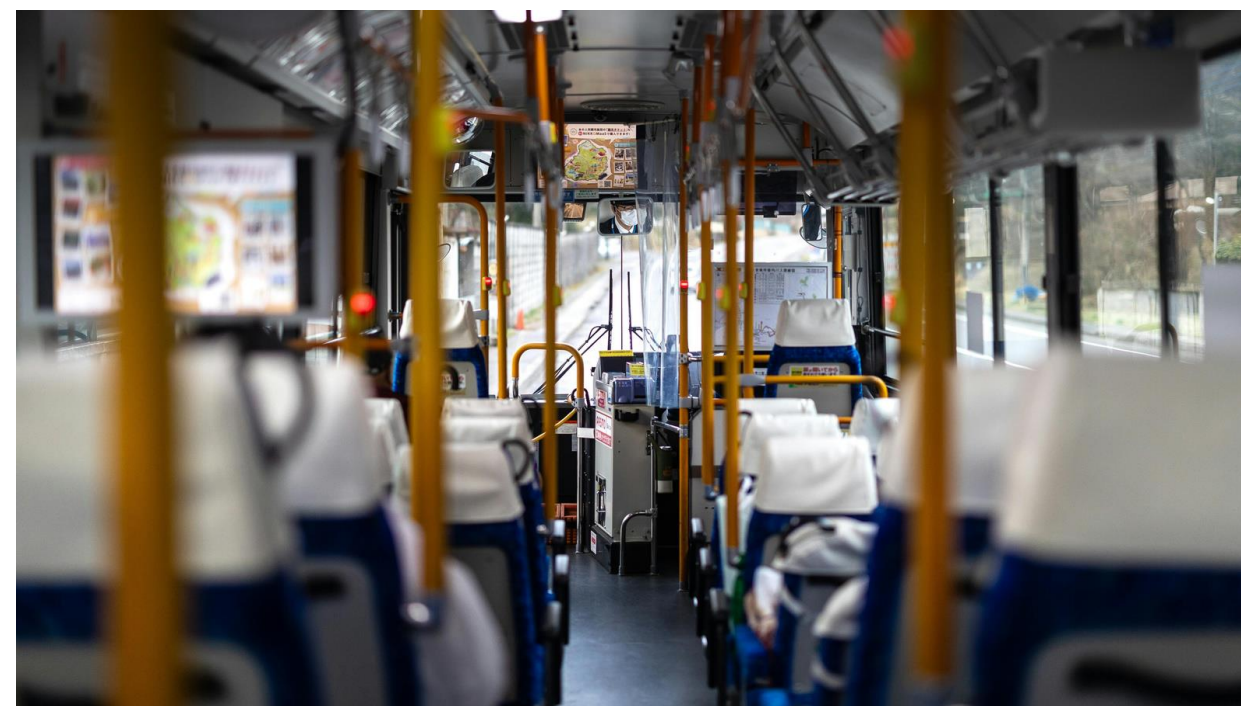
hivatásos járművezetők

1. Milyen tényezők vonják el általában a leggyakrabban vezetés közben a figyelmét?

- közlekedési/ jármű környezetéből származó tényezők - pl. megszokott útvonalon megjelenő új vizuális ingerek

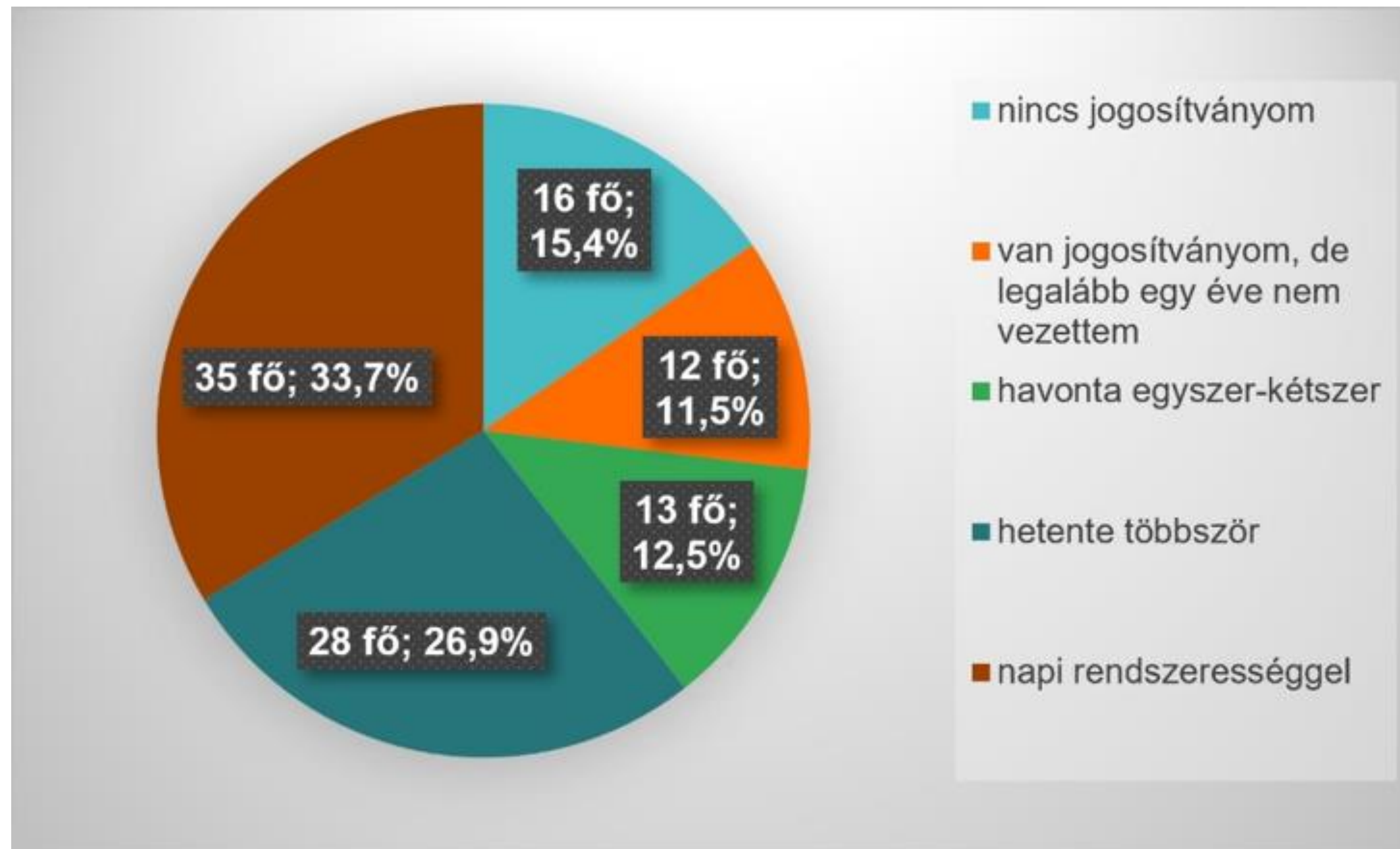
2. Más közlekedési eszközök vezetőire, utasaira Ön szerint hatottak a plakátok?

- 7 válaszadó szerint a kampányidőszak legalább bizonyos mértékben hatással volt a közlekedők hangulatára vagy viselkedésére



Kutatási eredmények - járművezetői engedéllyel rendelkezők

A 104 kitöltő 73,1%-a (76 fő) rendelkezik járművezetői engedéllyel és vezet legalább havi egy-két alkalommal

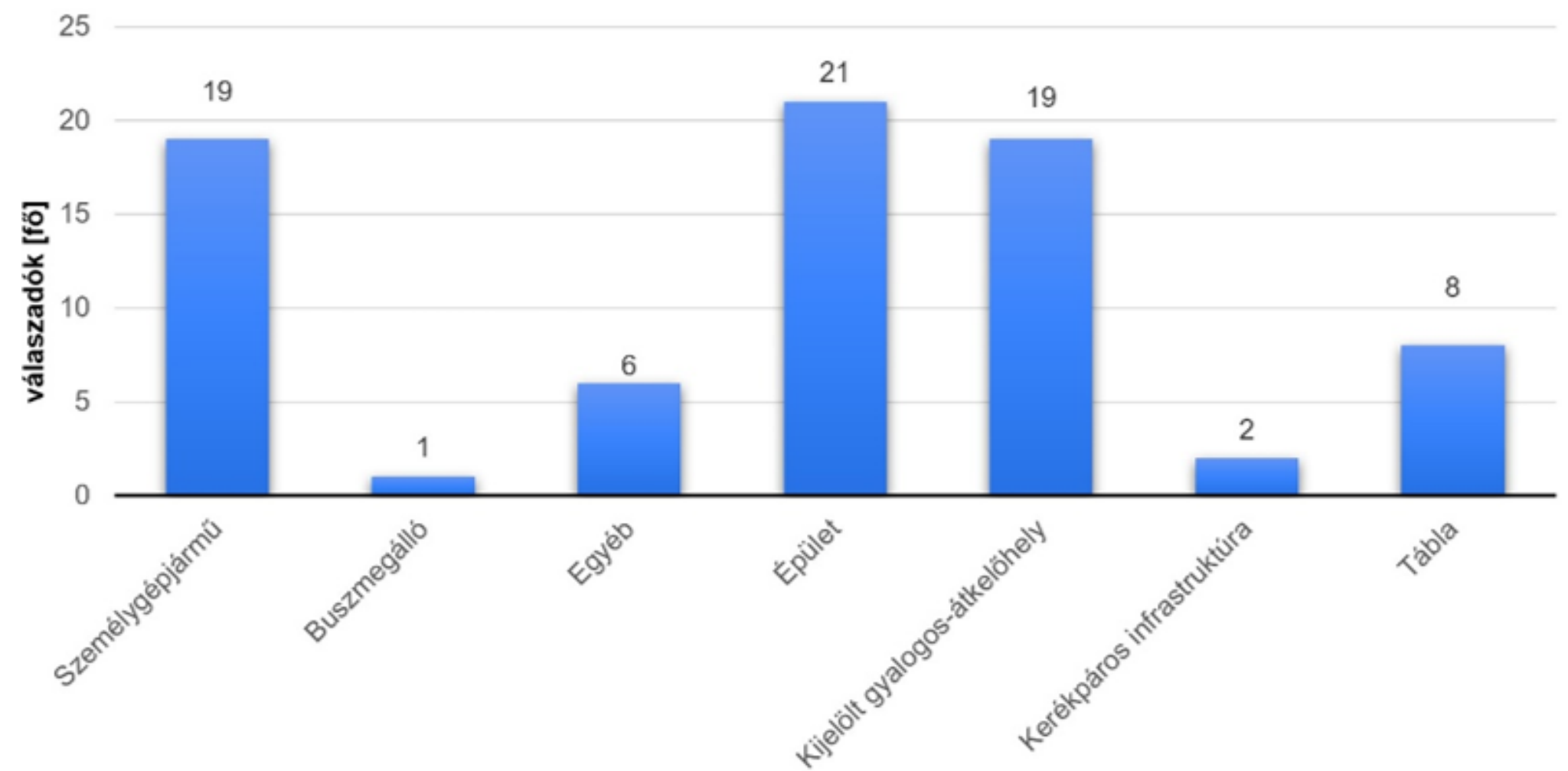


(saját szerkesztés)

1.Milyen, a környezetből érkező tényezők tudják megzavarni közlekedés közben? Soroljon fel 3-5 ilyen kategóriát!

A válaszokból az derült ki, hogy a közlekedés résztvevői vezetés, utazás közben zavaró tényezőként azonosíthatják a különböző hirdetéseket, legyenek azok bármilyen jellegűek.

2. Nevezze meg azt a dolgot, amelyet elsőként azonosított (látott meg, ismert fel) az alábbi képen!



kitöltők válaszaiból létrehozott kategóriák nevei

(saját szerkesztés: észlelési kategóriák kampányidőszakon kívüli környezetben)

3. Nevezze meg azt a dolgot, amelyet elsőként azonosított (látott meg, ismert fel) az alábbi képen!



(saját szerkesztés: észlelési kategóriák kampányidőszakon belüli környezetben)

4. Milyen táblákat lát a képen? Nevezzen meg legalább három példát!

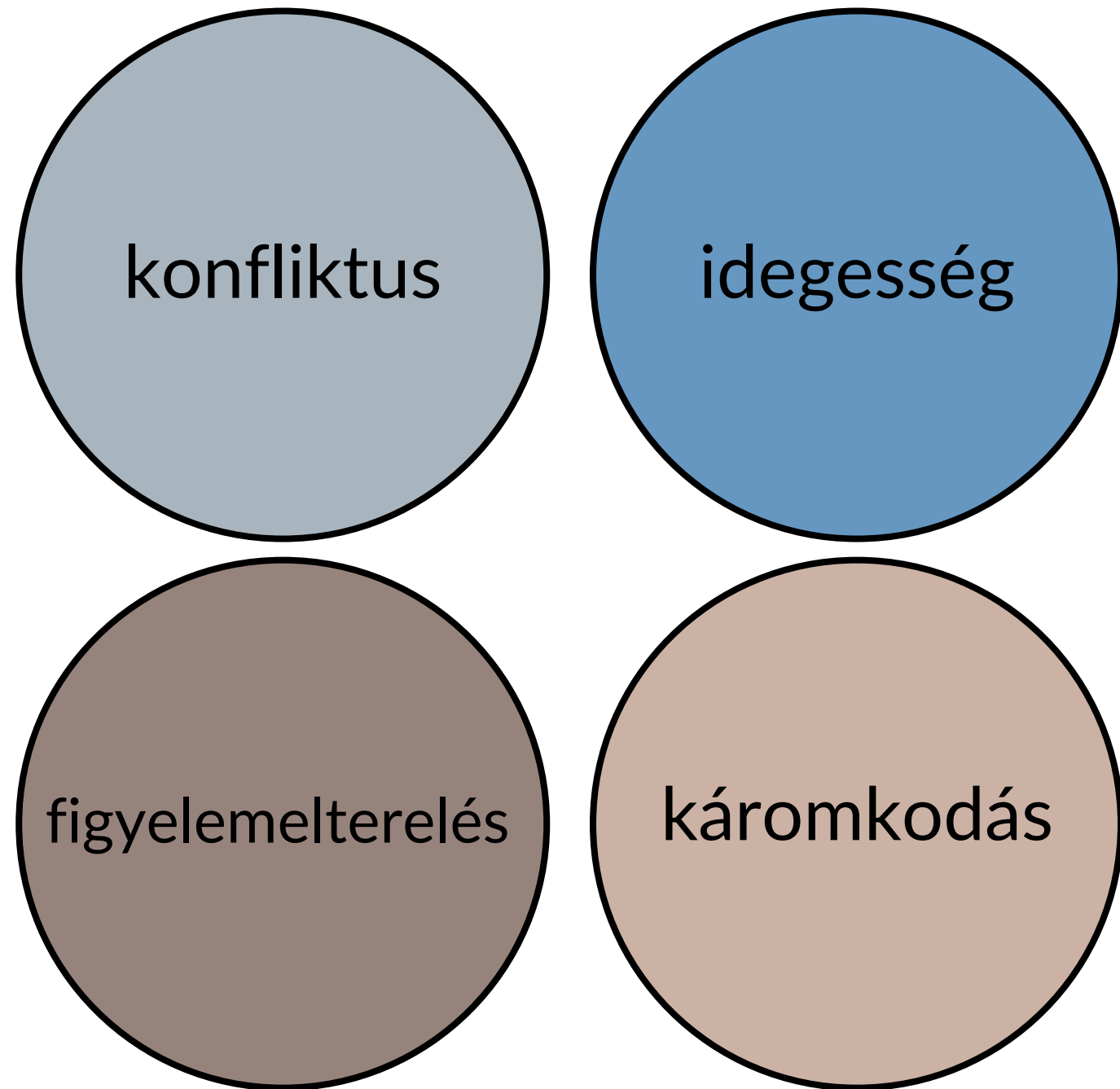
- 3 fő: választási plakátokra utaló tényezőt is megnevezett

5. Milyen plakátokat lát a képen?

- “kampánytáblákat, aztán biciklisáv és buszmegálló”

Pontosabb eredményt a szem mozgását figyelő szemkamerás vizsgálattal kaphatunk!

Választási plakátok hatásai



- vizuális infláció

RÍTUS

- ismétlődő esemény
- szabályok, szimbólumok
- ciklikusság
- kiszámíthatóság

(Moore és Myerhoff nyomán Neulinger Ágnes; Urbán Csilla)

A kampányidőszak nem hétköznapi attitűdök felvételére, cselekvésekre is ösztönözheti az embereket, amelyek közvetetten veszélyeztetik a közlekedésben résztvevőket.

Összegzés

A választási kampányidőszakban megjelenő plakátok a közlekedési környezet meghatározó vizuális elemeivé válnak, amelyek rövid idő alatt jelentősen növelik a járművezetők által feldolgozandó információk mennyiségét.

A vizsgált közlekedők képesek megkülönböztetni a közúti jelzőtáblákat és a plakátokat, ugyanakkor egyes esetekben a választási plakátok elsődleges vizuális ingerként jelentek meg, ami arra utalhat, hogy képesek felhívni magukra a figyelmet még közlekedési környezetben is.

Eredményeink részben alátámasztották azt a feltételezést, hogy a vezetési feladathoz közvetlenül nem kapcsolódó vizuális ingerek növelhetik a kognitív terhelést, ezáltal kedvezőtlenül befolyásolhatják az észlelési és döntéshozatali folyamatokat.

Nemcsak a kihelyezett választási plakátoknak, hanem magának a választásnak, mint rítusnak is érdemes a közlekedésbiztonságra gyakorolt hatásait vizsgálni.

**Köszönjük a figyelmet!
Várjuk megtisztelő kérdéseiket!**



Csüri Fanni Noa
fanninoa@gmail.com

Marácz Rodrigó Dávid
rodrigo.maraczi@gmail.com