

Fülöp Tibor

Tűzmegelőzés a médiában

Az aktív tűzmegelőzési szakemberek számára vitán felül áll, hogy a tűzmegelőzés hihetetlenül sokrétű, szerteágazó, sokszínű ezért értelemszerűen érdekes is. Miért üresedett ki eközben a tűzmegelőzési kommunikáció? Mindez akkor, amikor a média egyre professzionálisabb módszereket és szakembereket alkalmaz.

Kiüresedett tűzmegelőzési kommunikáció

A média -akárcsak az életünk egyéb területei is- egyre professzionálisabb módszereket és szakembereket alkalmaz. Egy házilag összebarkácsolott rádióműsor például akkor volt még elfogadható, amikor egy házilag összebarkácsolott rádiókészülék használata is elfogadott volt.

A tűzmegelőzési kommunikáció legtöbbször egyfajta szűfiban készült gyártmány jegyeit hordozza magán.

Az aktív tűzmegelőzési szakemberek számára vitán felül áll, hogy a tűzmegelőzés hihetetlenül sokrétű, szerteágazó, sokszínű ezért értelemszerűen érdekes is.

A tűzmegelőzés szerves része a lakosság figyelemfelkeltő, oktató jellegű vagy tájékoztató propaganda tevékenysége. A lakosság irányába kifejtett propaganda elsősorban a tüzesetek és a hatósági ellenőrzések során szerzett visszatérő, ide vágó tapasztalatokon alapul.

Reálisnak és magától értetődőnek sőt érdekesnek tekintjük, ha a propaganda ezeket a tapasztalatokat tükrözi. Azt észre sem vesszük, hogy a tűzmegelőzés ezerszerű spektrumából ez a propaganda csak egy kis szeletet fed le. Ezzel nem más vesz el, mint a tűzmegelőzés érdekessége; e nélkül azonban unalmassá vált, kiüresedett.

És ezen az úton ez törvényszerű is.

A tűzmegelőzés legnagyobb -és persze legizgalmasabb- részei a mezőgazdaság, ipar, kereskedelem, oktatás, egészségügy, államigazgatás stb. területeire esik. Műszakilag és jogilag integrált tudáshalmaz, mely nem érintheti az egész lakosságot. A médiában kifejtett propaganda eltávolodik a munkavégzés helyétől, a munkahelytől és a lakóhelyre valamint a szabadidő eltöltésének területére koncentrál. (A „lakossági” propaganda kifejezés is igen találó ezért árulkodó is: az emberekhez elsősorban mint lakókhöz szólunk.) Helyesen, hiszen ez az, ami mindenkit érint. A „csomagolás” viszont hagy némi kívánnivalót maga után. A tüzesetek, ellenőrzések mindig ugyanazokat a tapasztalatokat mutatják, ezért mindig ugyanazokat az információkat sulykoljuk. Állandó témák állandó következtetésekkel.

A példa kedvéért összegyűjtöttem néhányat:

Állandó témák

megunt, kiüresedett klisék

- | | |
|---------------------|--|
| • Lakások | konyhatüzek, ágyban dohányzás |
| • Panelépületek | eltorlaszolások, elzárások (rács, folyosó, lépcsőház stb.) |
| • Lakótelepek | parkolás a felvonulási utakon |
| • Fűtés | kályhák, kémények állapota |
| • Karácsony, advent | fenyőtüzek, gyertya, csillagszóró |
| • Erdőtüzek | gyújtogatás, eldobott csikkek |

A tűzmegeelőzés média modellje

A szakmai megalapozottságot továbbra sem nélkülözheti a tűzmegeelőzési propaganda.

E szakmai ismereteket kell kiegészítenünk a mai elvárások mellett nélkülözhetetlen média tudással. Nem a népszerűség vagy a siker várt elérése indokolja ezt a kiegészítést. E nélkül a propagandánk egyszerűen nem hatékony.

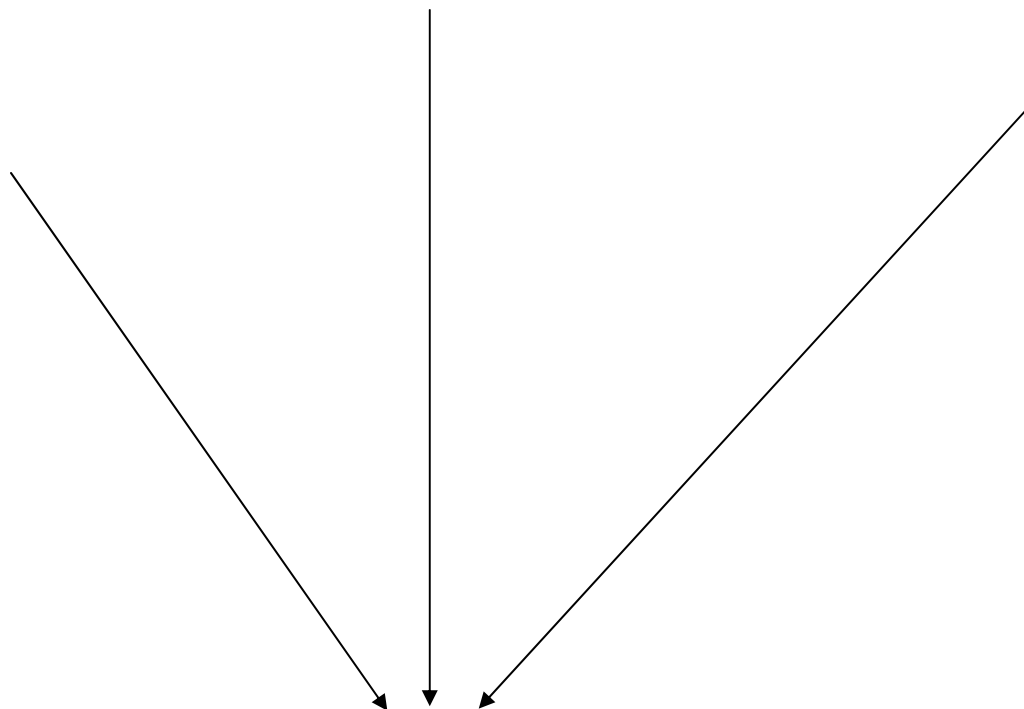
Tovább érdemes fokozni a hatékonyságot az adott kérdés társadalmi háttérének a feltárásával. Először is tudnunk kell, melyik társadalmi réteget vagy rétegeket érint a kérdés? Ha ezt tudjuk, akkor lehet már lehet hozzá megfelelő médiatípust, csatornát, műsoridőt vagy a nyelv használt változatát kapcsolni hozzá. Az egész olyan, akár egy termék marketingmunkája a tervezéstől a kivitelezésig. (Speciális nézőpontból akár annak is tekinthető: a magunk tűzvédelmi „termékét” közvetítjük a lakosság felé.) Ezzel elérhetjük, hogy a propaganda vevője úgy érezheti: ez a tűzvédelem róla és neki szól még hozzá akkor, ott és úgy, ahogy azt hallani szeretné.

Összefoglalva:

Szakmai modell

Média ismeretek

Társadalmi modell



A probléma média modellje

Miért is kell a figyelemfelkeltés?

A 60-70'-es évekhez képest a tévénézési szokások megváltoztak a nyolcvanas években. Eleinte a háztartásonkénti televíziókészülék a család státusának egyik szimbóluma volt; később már nem volt ilyen „nagy szám”, de még büszkeséggel tekintettek a tulajdonosok a képi világ saját bejáratú közvetítőjére.

Épp ezért tisztelték is. A készülék részére kijáró tisztelet nemcsak a politúrozás fényesen tartásában, a porvédő vászonbugyorban, a tetejét díszítő csipketerítőben és a terítőről elmaradhatatlan porcelánállatkában merült ki, hanem a használatában is. A család tagjai szertartásszerűen telepedtek a tévékészülék elé: a megfelelő időben a megfelelő ülőhelyre. A tisztelet legmagasabbra emelt tárgya természetesen maga a tartalom volt. Az éremnek két oldala volt itt is. Egyrészt a kínálat sokkal szűkebb keresztmetszetű volt a mostaninál, ezért az állami televízió műsorszerkesztői mint egyeduralkodók a közszolgálatiágot nagyobb hangsúllyal kezelhették. Nem nagyon volt így olyan műsor, amit esetleg az olcsó mivolta vagy csak a nézettség miatt vittek képernyőre. Másrészt a tévénezők attitűdje sokkal érdeklődőbb volt. Az érdeklődő és aktív figyelés szükséges kelléke volt a külvilágnak küldött üzenetnek: „*A készülékem nemcsak drága és szép, hanem hasznos is.*”

Összefoglalva a tévénezők eleve nagyobb áhítattal ültek a tévé elé, emellett a műsorok összességükben nagyobb koncentrációt is igényeltek. A magyar, olasz, francia filmek mellett a tudományos témájú műsorok, egy rendőrségi beszámoló is nagyobb figyelemre számíthatott. Ugyanígy elég volt elmondani, hogy mit tiltanak vagy mit írnak elő pl. a BM rendeletek, a nézők jó eséllyel aktívan nézték és megértették az üzenetet.

A nyolcvanas években (Magyarországon némi késéssel a kilencvenes években) a helyzet azonban gyökeresen megváltozott. Egyre terjedtek azok a háztartások, ahol nemcsak egy tévé volt, hanem kettő, vagy több. Már nem volt különös ereje annak, ha valaki készülékhez jut és meg tud nézni egy műsort. A több készüléket a szaporodó csatornák indokolták, mert így nem kellett a családtagoknak azon veszekedniük, melyikük csatornáját nézzék. A már versenyhelyzetbe kerülő kereskedelmi csatornák már korántsem riadtak vissza olyan „töltelék-műsorok”-tól, amelyek nem igényelnek folyamatos figyelmet. Megnőtt a napi tévézés ideje de egyúttal csökkent az intenzitása is: elsődleges tevékenységből másodlagos tevékenységgé csúszott le, olyasmivé amit valamilyen egyéb más mellett végzünk; tevékenységek háttérévé vált. Ugyanazt a trónfosztást élte meg a tévékészülék, mint korábban a rádió, létrejött a háttér-televíziózás.

Innentől kezdve nem volt elég valamit műsorra vinni, a „néző” figyelmét fel kell kelteni olyan mértékben, hogy megálljon kezében a fakanál, vagy a csavarhúzó és felkiáltson: „*Gyertek csak ide, ezt nézzétek meg!!*”

Ilyen közegben a Magyar Közlönyben megjelent hatályos jogszabályok ismertetése, értelmezése és a belőlük fakadó ajánlott állampolgári jogkövető magatartás vagy tiltott cselekmények ecsetelése a háttér-televíziózó részére valami modern altatódalnak tűnhet a tudatalatti zónájában. Valamint fennáll annak a veszélye, hogy ha eközben megkérdezi az egyik családtag a másikat, mi megy a tévében; a válasz csak ilyesmi lesz: „*Nem tudom, valami hülyeség...*”

Az elengedhetetlen figyelemfelkeltést nem lehet házilag összebarkácsolni, itt már nem elegendő pl. arra utalni hogy ennek akár haláleset is lehet a következménye. Egyszer-egyszer talán bejön, de tartósan építeni rá ugyanolyan hiábavaló vállalkozás mint a gyereknevelést arra alapozni, hogy mindig a szenesemberrel riogatjuk.

A sikeres figyelemfelkeltéshez magas szintű és aktuális médiaismeret valamint gyakorlat szükséges a meglátásom szerint. Csak utalni kívánok pl. arra, hogy a figyelem felkeltésének a hatásosság mellett figyelembe kell vennie a műsorszerkesztés etikai szempontjait is. Ezért vázoltam úgy fel a probléma média modelljét, hogy annak elengedhetetlen része a médiaismereti tudás.

Lehetséges figyelemfelkeltő aspektusok

Aktualitás

Az egyik lehetséges kiút az álmoságból az aktualitásokban rejlő figyelemfókuszáló lehetőség kiaknázása. A legkézenfekvőbb az országos médiumokban nyilvánosságot kapott tüzesetek kapcsán, leginkább annak a helyszínén bemutatni, milyen lehetséges eszközökkel lehetett volna megelőzni az eseményt, vagy az eseménnyel kapcsolatba kerülők biztonságát hogyan lehetett volna javítani; milyen hibákat követtek el.

Emellett a kisebb, helyi jelentőségű eseményeket is be lehetne mutatni. Azonban mindvégig ügyelni kell arra, hogy megmaradjunk az adott eseménynél, legfeljebb finom célzásokat téve a visszatérő problémákra. Pl.: *”Nézzük meg ezt a tüzet okozó kályhát, melynek elhelyezésénél tipikusan azt a hibát követték el...”*

Az aktualitásokra való reagálás hátránya, hogy gyors reagálást igényel, kevesebb időt hagyva a felkészülésre. Emellett az adott téma kiválasztása véletlenszerű, lehet, hogy olyasmiről kell beszélni, ami a hivatalos álláspont szerint nem a legfontosabbak közé sorolandó.

Személyesség

Aktuális témakörrel lehet személytelenül is beszélni, de sokkal célravezetőbbnek tartom a személyes vonatkozások feltárását.

Az adott kérdésben jártas szakember nem közvetíthet érzéseket, az események résztvevői azonban minden további nélkül. Az átélt és közvetített érzések (pl. félelem, megdöbbenés, bűz stb.) közelivé és valóságossá tehetik az egyébként elidegenedett témaköröket is.

Az események résztvevői rendszerint hétköznapi emberek, így a néző (vagy olvasó, hallgató) számára sokkal könnyebb az empatikus beleélés, a saját magának a helyzetbe való behelyettesítésének folyamata. E nélkül az átélés nélkül a problémával való azonosulást kizártnak tartom. A propagandánk célja úgy gondolom, pontosan ez a fajta azonosulás az adott kérdéssel, ezért a személyesség ilyen formában nem kerülhető meg.

Sztereotip gondolkodás

A sztereotip gondolkodás mechanizmusa során egy adott csoporthoz, vagy irányzathoz, stílushoz *automatikusan* kapcsolunk tulajdonságokat, jellemzőket. Ez akkor sem jogos, ha a kérdéses tulajdonság az adott csoport *többségére* igaz, hiszen a sztereotip gondolkodás szerint a *(közel)100%-ra* igaz. Legsúlyosabb formája az előítéletes attitűd, amikor valós személyt ítélünk meg a fejünkben élő sztereotípiák alapján, figyelmen kívül hagyva az egyén cselekedeteit és megnyilvánulásait. Természetesen léteznek pozitív sztereotípiák is például „A japánok jók a közelharcban.”, pedig nyilván tömegével léteznek olyan japán férfiak, akik soha életükben nem tanultak és nem is tudnak verekedni.

Sztereotípiák mindenhez tapadnak, értelemszerűen a tűzoltósághoz is. Érdemes ezt végiggondolni, hiszen a tűz megelőzés Magyarországon elválaszthatatlan a tűzoltóságtól. Ilyen, testületünkhöz ragadt sztereotípiák lehet a „A tűzoltó az egy nagydarab valaki, illik hozzá a bajusz.” Ehhez nyilván a kolléganőinknek is volna néhány szava.

Az, hogy milyen sztereotípiák léteznek, csak pontos feltárás után lehetne megállapítani.

Ha tisztában lennénk ezekkel a sztereotípiákkal, akkor

1. felléphetnénk a számunkra káros, esetleg alapot nélkülöző sztereotípiák ellen,
2. az általunk irányított kommunikáció felépítését és megfogalmazásait hatásosabbá tehetnénk e tudás birtokában.

Természetesen vigyázni kell arra, hogy a folyamat ne váljon hatásvadászattá. Lehetséges területe lehetne az alkalmazásnak olyan humoros közeg, ahol a pozitív, túlzoltokra vonatkozó sztereotípiák megteremti az otthonosság, ismerősség érzését a nézőben és felkelti a figyelmét. A humoros körítés viszont azt üzenné: „Az egészséget nem kell komolyan venni, csak vicc az egész.”

Trombi- egy apró példa

Legtöbben talán emlékszünk a „Trombi és a tűzmanó” rajzfilmsorozatra. Teljes mértékben eltalált lépésnek tartom e filmecek akkori megtervezését és elkészítését. Gondoljuk csak végig:

- pontosan körülhatárolt célközönsége volt,
- nyelvezete megfelelt a célközönségnek (a képi nyelvet is ideértve),
- a filmeket a célközönség igényeinek megfelelő időben sugározták,
- sikeres volt a célközönség körében, ezért eredményesnek mondhatjuk,
- a sikeres rajzfilmeknél előfordul a kisugárzó hatás: idővel a felnőttek is megismerik és megszeretik

Ez utóbbi jelenség már előfordult a magyar televíziózás történetében. Szabó Ildikó-Bognár Tibor: „*Irreális valóságok*” c. munkájukban három magyarországi sorozatot elemeztek 1983-ban („*Futrinka utca meséi*”, „*Kukori és Kotkoda*” és a „*Frakk, a macskák réme*”). Ezek a mesefilmsorozatok többször szerepeltek a televízióban; és tekintve, hogy akkoriban csak két tévécsatorna volt elérhető, nemcsak a gyerekekre voltak hatással, hanem még a felnőttekre is.

Az akkoriban elmaradhatatlan 7-10 perces *Esti Mesék*-ben futottak a rajzfilmek. Tanulságos, hogy e meséket a felnőttek 13-22% -a is nézte (mely a szülők körében még magasabb lehetett). A 0-100 érték között pontozható tetszési index terén pedig 73-80 pontot szereztek e gyerektörténetek a *felnőttek* körében.

Változatlan formában talán nem lehet az archívumból sikeresen elővenni, de egy digitális hang-és színrögzítés után talán még használható lenne.

Ugyanilyen hatásossággal kell megcéloznunk a tiniket, időseket, háziasszonyokat, egyetemistákat, középkorúakat stb.

Ki ad ötletet az erdő gyűjtőgátóinak?

Az erdőtüzek mostanában éppúgy hozzá tartoznak a nyárhoz, mint a nyaralás. Egyre több helyen, egyre gyakrabban, több kimutatható kiindulási ponttal. Úgy tűnik, mintha az egész folyamat önmagát gerjesztené.

Az alábbi néhány sorban arra kívánok utalni, hogy nagyon is önmagát gerjeszti, és ebben a folyamatban –vagy megszakításában– óriási felelősségük rejlik a kommunikátoroknak.

Az első amit le kívánok szögezni, hogy az erdőtüzek sorozata lehet egyrészt természetvédelmi, gazdasági, turisztikai stb. kérdés is, de a kommunikáció szempontjából elsősorban társadalmi jelenség. Azért az, mert az erdőt az egész társadalom használja szabad bejárással, oltásához a társadalom által fenntartott tűzoltóságok szükségesek. Legfőképpen mégis azért, mert a médiákon keresztül a legszélesebb nyilvánosságot kapják, így az egész (világ)társadalom tudomást szerez róla, és szinte egy emberként háborodik fel rajta. Ilyen körülmények hatására az erdőben elkövetett szándékos tűzokozás is egyértelműen társadalmilag meghatározott. A tűzokozó –hacsak nem egy marslakó– szintén a társadalom tagja, épp ezért elkerülhetetlenül éri a társadalmi hatások.

Az erdőtüzek sorozata tehát nem egy közömbös tölteléktema, ezért az emberek érdeklődnek a részletek iránt. Ilyen helyzetben nem mindegy, mit mondunk róla.

Az erdőtüzek keletkezését igen ritka esetben lehet bizonyítani. Az elmúlt évtizedek erdőtűz vizsgálati anyagi közt alig találunk olyan fényképet, filmfelvételt, tanúvallomást, tárgyi bizonyítékot, amely minden kétséget kizáróan határozza meg a tűz keletkezésének módját és helyét. Itt ne feledjük, hogy a magyar jogrendben csak egyféle bizonyíték létezik: az, amelyik egy bírósági tárgyalás során is megállná a helyét.¹ A 12/2007 (IV.25.) ÖTM rendelet 15. §. (4) bekezdés alapján, ha nem lehet a tűz keletkezését bizonyítékkal alátámasztani, akkor a keletkezési okot „ismeretlen”-ben kell megjelölni.

A fentiekből következik, hogy ha másért nem is, de a jogszerű magatartás okán az erdőtüzek kapcsán alapvetően ismeretlen keletkezési okról kell beszélnünk.

¹ A több keletkezési helyszín valójában kizárásos módszer: kizártnak tekinthető, hogy a harmatcsepp, üvegdarab gyújtó hatása; exotherm rothadás egyszerre több helyen okozzék tüzet. A kizárásos módszer viszont nem bizonyíték, ugyanis senkit sem végeztek ki gyilkossági ügyben pl. azzal a felkiáltással, hogy „Az a helyzet, hogy mindenkinek alibije van, úgyhogy téged lógatunk fel.”

Emellett létezik egy súlyosabb ok is, amiért a kommunikációban lehetőség szerint kerülni kell a „gyújtogató”, „gyújtogatás”, „szándékos tűzokozás” kifejezéseket és az egész kapcsolódó gondolatkört. Ez az ok pedig a médiakommunikáció hatásmechanizmusa.

Ahhoz, hogy ezt pontosabban megértsük, vissza kell mennünk az ipari termelés előtti időkre, ahol a leggyakrabban előforduló létformát a faluközösségek, tanyák adták. Az ismeretet a földművesek részint saját tapasztalat, részint a családtagokkal folytatott mindennapi kapcsolat révén szerezték meg. Ezt az elsődleges információforrást egészítették ki a falubeliek és nagy ritkán a szomszédos faluból jött emberek. Az kivételes esemény számba ment, ha valaki idegen ember valami messzi eseményekről tudósíthatott, mint ezt *Családi kör* c. versben nyomon követhetjük.

*„De mikor aztán a vacsorának vége,
Nem nehéz helyen áll a koldus beszéde;
Megered lassanként s valamint a patak,
Mennél messzebbre foly, annál inkább dagad.
Beszél a szabadság véres napjairul,
S keble áttüzesül és arca felpirul,*

*Beszél azokról is - szemei könnyben úsznak -
Kikkel más hazába bujdosott... koldusnak.*

*Elbeszéli vágyát hona szent földére,
Hosszu terhes útját amíg hazaére.
Az idősb fiú is leteszi a könyvet,
Figyelmes arcával elébb-elébb görnyed;
És mihelyt a koldús megáll a beszédben:
„Meséljen még egyet” - rimánkodik szépen.”*

Arany János: Családi kör (részlet)

Lényeges, hogy a távoli eseményekről nemcsak tájékozódtak, hanem az eseményekhez kapcsolódó viselkedési mintákat is megjegyezték, hogy alkalomadtán ezt a tudást mozgósítsák magukban. Csak így volt lehetséges, hogy a szabadságharc idején az önkéntes harcosokat toborzó embereket lelkesen ünneplő közösségek fogadták. Távoli eseményekre vonatkozó információk és viselkedési minták híján bambán bámuló embereknek kellett volna elmondani előlről: mi is az a szabadságharc, miért tört ki és miért jó az, ha az életüket kockáztatják érte.

Jelenlegi, iparosítást régen megélő, információs társadalmunkban az életünkhöz szükséges ismeretek tagoltsága megmaradt a régi:

- A legmegbízhatóbb információkat közvetlen tapasztalás útján szerezzük: aligha lehetne elhíttetni velünk, hogy a krumpli kék, piramis alakú és keményebb az acélnál, hiszen közvetlen tapasztalatunk van valódi tulajdonságairól.
- A valóság megismerésének következő fontos területe számunkra a rokonok, kollégák, barátok ismerősök elbeszélése a saját tapasztalataikról, élményeiről. Ezeket szinte átéljük mi is amikor egy hozzánk közel álló mesél el valamit: nagyon valóságosnak tűnik, de nagy ritkán rajtakapjuk a mesélőt -esetleg utólag- ,hogy egy kicsit elferdítette az eseményeket. Egyéniségtől függően bizonyos mértékig bele is kalkuláljuk ezt a torzítást az információ belső feldolgozása során.
- Távoli vagy közvetlen tapasztalással el nem érhető jelenségekről tudomást szerzünk: itt azonban az média és az információs technológiák földcsuszamlásszerű mértékben tártak elénk lehetőségeket. Már korántsem vagyunk arra szorulva, hogy egy otthonunkba tévedt koldus vagy vándor mondja el azt, amire kíváncsiak vagyunk.

A megismerés felépítése megmaradt ugyan, az arányok azonban drámaian megváltoztak. A távoli vagy közvetlen tapasztalással el nem érhető jelenségek közvetett megismerése elsöprő túlsúlyba kerültek. Ez azonban csak úgy lehetséges, hogy elfogadjuk: a médiákban (újságban, tévében, rádióban stb.) közölt információkat -némi válogatás után- valóságosnak fogadjuk el.² A helyzet ráadásul a fonákjára fordult: egy esemény csak akkor válik valósággá számunkra, ha megjelenik a médiában.

A hitelesség

Hiteles információforrásnak számít a Tűzoltóság, OKF, ha tüzesetekről esik szó. A tűzoltókat elfogadják felkészült szakembereknek e téren. Tüzesetekkel e mellett csak a társadalom

nagyon szűk rétege kerül kapcsolatba, ráadásul akkor is csak inkább egy esetben egyéneként. A tüzesetek szándékolatlan keletkezése viszont kifejezetten egy olyan terület, ami láthatatlan a társadalom számára, áthatolhatatlan homály fedi. Ilyen helyzetben a hiteles információforrás kis túlzással azt mond a jelenségről, amit akar. Ez viszont igen felelős, visszacsatolás nélküli helyzet, mely súlyos mentális károkozással is végződhet.

Egyáltalán nem mindegy, hogy az erdőtüzeket hogyan találjuk, az pedig főleg lényeges miként kommunikáljuk a keletkezésük körülményeit, vagy éppen az arra vonatkozó spekulációkat.

Ha visszatérően az erdőtüzeket és a gyújtogatást együtt emlegetjük, akkor a két fogalom idővel elválaszthatatlanul összekapcsolódik. És ebben az esetben teljesen mindegy, hogy a szándékos tűzokozást állítjuk, cáfoljuk, felháborodunk rajta vagy csak latolgatjuk, feltevésekbe bocsátkozunk. Mint utaltam rá, az információ nem pusztán egy elszigetelt tudásmorzsa, hanem viselkedési mintákat is közvetít. Az erdőtüzek és a gyújtogatás notorikus egymáshoz illesztése valami ilyesmit üzenhet:

„Ha felgyújtasz egy erdőt, csak olyasmit teszel, amit előtted már sokan megtettek büntetlenül.”

Az erdő előnyeit az egész társadalom élvezi, megsemmisülése fájdalmas országos, sőt néha nemzetközi szinten. Veszélyes állapot ez a mai Magyarországon, ahol tömegével akadnak a társadalom által kismizmizett, megsértett, dühös vagy elégedetlen emberek: aki nem hiszi, csak pillantson bele a médiákba.

Persze nem teljesen kizárt gyújtogatásról beszélni erdőtűz kapcsán. Ennek leghelyesebb formájának azonban azt tartom, amikor illusztrációképp be tudják vágni a hírekbe, amint a megbilincselte gyújtogatót elvezeti a rendőrség (emlékezzünk csak pl. a bizonyítottásra). Ennek üzenete ugyanis az volna: *„Ha ezt meg mered tenni, akkor így jársz!”*

A fentiek tükrében úgy gondolom nem megengedhető, hogy a kommunikáció tartalmát az éppen aktuális divattartalmak határozzák meg. Sokkal inkább kívánatosnak tartom, hogy a nyilatkozatok stabilan álljanak a felelősség, átgondoltság, hatástani előtanulmányok talaján.

*Fülöp Tibor
tűzvédelmi mérnök
szociológus*

2 A hitelesség szempontjából nem annyira magát az információt, mint inkább az információforrást vizsgáljuk: egy adott újságot, tévécsatornát, rádiócsatornát tekintünk megbízhatónak.