

# A kommunikáció műfajai

Sajtókapcsolat kialakításának folyamata. Légy a saját sajtósod! – Gyakorlati oktatás

Illés Anita, újságíró

A kommunikáció segít? Című konferencia  
Jászapáti, 2013. április 22.

# A kommunikáció, mint tudományág

A kommunikáció multidiszciplináris tudományág, amely több tudomány módszereit ötvözi. Felöleli a szociológia, pszichológia, nyelvtudomány, esztétika, antropológia különböző területeit.

a kommunikációkutatás gyökerei: Arisztotelész - Rethorica

a korszerű értelemben vett kommunikációkutatás az első világháború után kezdődött – Laswell 1930-as években a háborús propagandát kutatta.

Kutatásaiból nőtt ki a kommunikációs elmélet és módszertan.

Kommunikáció elmélet az 1950-es években Amerikában indult hódító útjára, az 1980-as évektől Európában, az 1990-es évektől

Magyarországon is megjelenik, mint tudományág.

# A kommunikáció fogalma

a kommunikáció szó a latin comunico (közöl, megragad, megoszt, megbeszél) igéből és communicatio (közzététel, teljesítés, gondolatok közlése) főnévből származik  
általános értelmezésben a kommunikáció:

- az emberi társadalom egyik legfontosabb alapjelensége
- egyik legalapvetőbb emberi tevékenység
- információátvitel, információcsere valamilyen jelrendszer (nyelv) segítségével
- egy folyamat, amely során az adó (kommunikátor) a kommunikáció forrása, kódolja az üzenetet, amely a csatornán keresztül eljut a befogadóhoz, vevőhöz. A vevő dekódolja az üzenetet. Ha válaszol is, akkor ő lesz az adó. A folyamat kezdődik újra.
- tájékoztatás, hírközlés
- önkifejezés eszköze

C. H. Cooley: "Kommunikáción azokat a mechanizmusokat értjük, amelyeken keresztül az emberi viszonyok léteznek és fejlődnek.,,

G. Gerbner: "A kommunikáció üzenetek segítségével történő interakció. Az üzenetek: formálisan kódolt szimbolikus vagy reprezentatív események, amelyek jelentését többen osztják egy kultúrában, s amelyeket épp azért hoznak létre, hogy ezt a jelentést hordozzák. Az ilyen "üzenet-események" segítségével történő interakció az ember humanizációs folyamata. Az emberi faj tagjai számára ennek a bölcsőtől a koporsóig, vagy a teljes elszigetelődésig tartó interakciónak a feltételei szabják meg az emberi állapot (human condition) realitását és lehetőségét.,,

G. A. Miller: "Kommunikációról akkor beszélünk, ha egy üzenetforrás jeleket továbbít egy csatornán át a rendeltetési helyén levő felvevőhöz.,,

Wiener: "A kommunikáció az a cement, amely a társadalmat egybeforrasztja."

# Az emberi kommunikáció négy alapszintje

1. **Belső kommunikáció** (intraperszonális) pl. gondolkodás
2. **Személyek közötti, közvetlen komm.** (interperszonális)  
pl. kapcsolatteremtés, kapcsolat fenntartás
3. **Csoportkommunikáció** pl. család, munkahely,  
intézmények, szervezetek közötti információcsere
4. **Tömegkommunikáció** egyirányú kommunikáció, az információ különböző technikai eszközökön át jut el a közönségig. Pl. sajtó, rádió, televízió, internet



# Hogyan jelenik meg a kommunikáció a civil szervezetek életében?

Általánosságban elmondható, hogy a civil szervezetek kommunikációja sokrétű. A leggyakrabban előforduló kommunikációs funkciók a civil szervezeteknél:

- Belső kommunikáció

- Kapcsolattartás, kapcsolatépítés

- Információszerzés

- Rendezvények, programok szervezése

- Kampányszervezés

# Civil szervezetek kommunikációs stratégiája

## Médiapolitika kialakítása

a tömegkommunikációs eszközök felhasználása a szervezet közérdekű kezdeményezésének társadalmi megismertetésében

## Hálózatépítés

kapcsolatépítés, együttműködés a tagokkal, más civil szervezetekkel

## Saját „sajtó”, hírközlés megalkotása

# Civil szervezetek médiapolitikája

Hogyan ismertesse meg magát a civil szervezet a közönségével?

hatékony kommunikáció szükséges ahhoz, hogy a civilek üzenete eljusson célközönségéhez, megismerjék a szervezetet

megfelelő kommunikációs eszközzel eljuttatni az üzenetet a közönséghez

nehézség: pénzübeli források hiányában a civil szervezetek egy jelentős részének nincs lehetősége arra, hogy profi kommunikációs szakembereket, sajtóreferenst foglalkoztassanak

megoldás: Légy a saját sajtósod! Meg kell találni azokat a kommunikációs eszközöket, amelyek segítségével eljutnak a közönséghez, nyilvánossághoz. Fontos a PR tevékenység, az írott, képi megjelenés.

médiakapcsolatok kialakítása



# Sajtószervezés feladatai

sajtókapcsolatok kialakítása

sajtólista összeállítása, frissítése *(szerkesztőség címe, megjelenés, újságíró elérhetősége stb.)*

személyes megismerkedés az újságíróval

folyamatos kapcsolat legyen a szervezet és a sajtó képviselői között *(elérhetőségek biztosítása)*

háttéranyagok, információk biztosítása megfelelő időben a sajtó részére

sajtórendezvények, sajtótájékoztatók szervezése

sajtóközlemények, hírlevelek készítése

sajtóreggelik-, ebédek, vacsorák szervezése

sajtófigyelés *(megjelent cikkek, fotók elemzése, archiválása)*



# Milyen hír érdekelheti az újságírókat?

Azok a hírek, információk „lépik át a szerkesztők ingerküszöbét” általában, amelyek sokakat érintenek, érdekességet, újdonságot tartalmaznak:

aktuális *(pl. a szervezet során következő rendezvénye, nyertes pályázat, kitüntetés stb.)*

helyi, országos érdeklődésre számot tart

mély érzelmi töltet jellemezze *(pl. Négy erdélyi katona története, eredményes mentőkutyás akció)*

hírességhez köthető *(pl. Rékasi Károly jászkapitány)*

konfliktus *(pl. zöld szervezetek tiltakozó akciója a fakivágások ellen)*

egyediség, különlegesség *(pl. nyugdíjas klub több száz darab palacsintát sütött a falunapon)*

hitelesség *(információforrás)*

# A pozitív hír



A pozitív kommunikáció valamilyen értéket közvetít, pozitív gondolatok, élmények közzétételét helyezi előtérbe. Pozitív hírek „gyártásával” civil szervezetünkről megnyerő, kedvező kép alakul ki a nyilvánosságban.

*„Amikor a negatív hírből pozitív lesz.” Vannak olyan témák, például a közbiztonsággal kapcsolatos hírek, amelyek általában negatív hírként jelennek meg a híradásokban (betört, megölte, megtámadta stb.). A polgárőr egyesületek több településen részt vesznek a közbiztonság javításában. A negatív híreket „eladhatják” pozitívumként, ha mondjuk sikeresen megakadályoztak egy betörést. Ehhez hasonló akciók megjelenésével kedvező kép alakul ki a polgárőrökről.*

Általában pozitív hírként jelennek meg: civil szervezetek különböző hagyományőrző, helytörténeti, közösségi rendezvényei, jótékonyági, környezetvédő kezdeményezések, pályázati hírek, fejlesztések, kutatások, könyvek, kiadványok szerkesztése stb.

# Hol adjunk hírt?



A hír üzenete, célközönsége meghatározza a médiaszereplést. A tervezés során választ kell adni a következő kérdésre: a civil szervezet programja, rendezvénye, akciója, pályázata, beruházása, kezdeményezése stb. helyi, kistérségi, megyei, országos vagy akár nemzetközi közönségnek szól-e?

A kérdésre adott válasz alapján választjuk ki, hogy hol adjunk hírt az aktuális eseményekről:

városi, megyei, országos újság, TV, rádió

téma jellege szerint: napilap, szaklap, tematikus

műsorok



# Milyen a jó sajtóközlemény?

levélpapír tervezett levélfejléccel (szervezet logója, neve, elérhetősége)

rövid összefoglaló egy adott témáról, eseményről, amely a következő kérdésekre ad választ: Ki? Mit? Hol? Miért? Mikor?

a főcím legyen: rövid, érdekes, figyelemfelkeltő

az első bekezdés: a legfontosabb tényeket tartalmazza, amelyekről hírt adunk

közérthető megfogalmazás jellemezi (idegen szavak kerülése)

szerkesztése tagolt, átlátható

aktuális, újdonságot tartalmazzon

a sajtóanyagot küldő civil szervezet neve, címe

a kapcsolattartó elérhetősége

a sajtólistánk alapján küldjük szét a leggyorsabb technológiával, majd hívjuk fel a szerkesztőséget, hogy megkapták-e a sajtóközleményt



# Hogyan szervezzünk sajtótájékoztatót?

Kiket szeretnénk meghívni? – név, elérhetőség összeírása

Meghívó elkészítése (szövege rövid, lényegét tartalmazza, hol, mikor, ki, milyen témában tartja a sajtótájékoztatót. Jól megközelíthető helyre szervezzük, akár a témával kapcsolatos helyre. Időpontja délelőtt 10-11, vagy délután 13.30-15 óra. Időtartama 30-45 perc.)

Visszajelzés kérése a meghívással kapcsolatban

A meghívót a rendezvény előtt egy héttel küldjük ki

Érdeklődünk, hogy megkapták-e a meghívót

A sajtótájékoztatóra állítsunk össze sajtóanyagot (1-2 oldal)

Használjunk a tájékoztatón vizuális eszközöket

Névjegykártyacsere

Vendéglátás, reprezentációs ajándék

A sajtótájékoztatót követően érdeklődhetünk, hogy mikor várható a cikk megjelenése

# Interjú a civil szervezet képviselőjével

Amennyiben a civil szervezetnek interjú formájában van lehetősége megjelenni egy lapban, el kell dönteni, hogy ki nyilatkozzon az újságírónak (a szervezet vezetője, adott téma felelőse stb.).

Hogyan készülünk az interjúra? Kérdezzük az újságírót!

Az interjú személyes, telefonos lesz vagy email-ben történik?

A cikkhez készít fotót vagy a szervezet biztosítson fotót?

A szervezeten kívül más civilek is szerepelnek? Ha igen, kik?

Mennyi ideig tart az interjú? Mikor jelenik meg? Melyik rovatban?

Az interjút megjelenés előtt az újságíró elküldi az interjú alanyának korrektúrázásra. Ezt követően a szerkesztő stilárisan javíthat. A cím, alcím szerkesztőség hatáskörébe tartozik. Az interjúalany a saját nyilatkozatába belejavíthat. Aláírásával beleegyezését adja az interjú megjelentetésébe.

Köszönöm megtisztelő figyelmüket!

További információ: Illés Anita

06 30 356 9010

[illesanita1980@gmail.com](mailto:illesanita1980@gmail.com)