03. A tömegkommunikáció jellemzői és funkciói

A tömegkommunikáció során valamilyen médium közvetítésével nagyszámú befogadó részére ugyanazt az üzenetet egyidőben lehet átadni.

Az üzenetet a befogadók (célközönség) az újságíróktól vagy műsorkészítőktől kapják. A tömegkommunikációban megjelenő üzenetek válogatottak és szerkesztettek (ezért a manipuláció lehetőségét magukban rejtik).

**Tömegkommunikációs eszközök típusai**

* auditív (halással fogadjuk be, rádió)
* vizuális (látással fogadjuk be, újság (sajtó))
* audiovizuális (látás és hallás, tv)

**Tömegkommunikációs eszközök**

* elektronikus, televízió
* rádió
* internet
* nyomtatott, újság vagy sajtó
* plakát

Ugyanúgy a tömegkommunikáció is nyelvi és nem nyelvi eszközökkel tájékoztatnak, felhívnak, érzelemkifejező funkciójukkal élnek, kapcsolatteremtő tartó záró szerepük van. Esztétikai funkciót hordoznak és értelmező funkció (metanyelvi) szerepet töltenek be.

A tömegkommunikációs eszközök használata során nemcsak leírt vagy kimondott szavak hatnak ránk, hanem az ezeket kísérő színek, képek, hangok, zene is. Sok esetben tudatalatti hatásra is törekszenek a műsor készítői.

**A tömegkommunikáció funkciói**

* tájékoztat
* véleményt formál, magyaráz
* közösségépítés
* oktat, értéket közvetít
* szórakoztat

**Tömegkommunikációs műfajok**

**Nyomtatott sajtó**

* legrégebbi médiaműfaj (tömegközlési és tájékoztatási eszköz)
* több csoportosítási szempontja van, megjelenés rendszeressége, terjesztés helye, tartalmuk, célzott közönség, nyelvük illetve műfaj szerint
  + tájékoztató (informcáiós) sajtóműfajok (hír, információ, közlemény, tudósítás, riport, interjú)
  + véleményközlő (publicisztikai) sajtóműfajok (cikk, kommentár, glossza, jegyzet, nyílt és olvasói levél, kritika)

**Rádiós műfaj**

Lehet írott anyagot előadó, megszólaltató műfajok (hír, jegyzet, gloszza, levél), illetve olyan hangos anyagok, amelyek közvetlenül a rádió részére készültek. Fontos az érthető, tiszta beszéd, pontos és tömör megfogalmazás.

**Televíziós műfaj**

1950-es évektől létezik, legkiterjedtebb műfaj. Különböző fejlett jelrendszereket képes kombinálni, kép, hang, emberi beszéd.

**Az internet**

Legösszetettebb műfaj, a fentiek mindegyike megtalálható rajta.

**A tömegkommunikációs szövegfajták műfaji sajátosságai**

**Hír**

* újságírás
* legyen friss, közérdekű, fontos
* ha a négy alapvető kérdésre válaszol (kivel/mivel, hol mikor mi történt) akkor kishírről beszélünk
  + ha miért hogyan-ra válaszol akkor kifejlett hír
* in medias res hír avagy dolgok közepébe vágó hír
* paródiahír, távolról valamilyen részlet felől közelítő hír

**Információ**

A hír alapja és hírláncok összessége, tehát több, kisebb hírre bontható, az újságokban megjelenő információ mindig címes.

**Közlemény**

Valamilyen vállalat, szervezet, magánszemély fontos, közérdekű informácóját tartalmazó üzenet, a sajtó általában szó szerint adja közre.

**Tudósítás**

Felel a ki, mi, hol, mikor, mit, miért, hogyan kérésekre, pontos, tárgyilagos és tényszerű. Hír és tudósítás közötti különbésg az az hogy a tudósítást készítő mindig a saját maga által látott, halott, tapasztalt, átélt eseményről számol be.

**Riport**

Fontos a riport írójának a személyes jelenléte, a riportban az író elbeszélő, cselekvő és résztvevő is lehet. Valóságban megtörént eseményről tudósít úgy, hogy a részvevőket is megszólaltatja, fontos hogy cselekménye van, párbeszédek, stb. Szerkezete: bevezetés (érdeklőds felkeltése), tárgyalás (közvetítés, párbeszéd), befejezés (lezárás: zárt befejezés, nyitott befejezés (kérdések, stb.)), több témája lehet.

**Interjú**

Újságíró kérdéseivel párbeszédes formájú, közönség számára érdekes információk. Általában közérdekű téma, és az újságíró nem cselekvő mint egy riportban hanem közvetítő, faggató szerepet tölt be.

**Cikk**

Minden olyan írás ide tartozik amelyek megjelennek újságokban.

**Kommentár avagy hírmagyarázat**

Hírek, információk megértését segíti, háttérmagyarázattal.

**Glossza**

Rövid, tömör, szókimondó, ironikus, csattanóval záruló vers, kigúnyolható valós jelenségből indul ki.

**Jegyzet**

Életből vett, hétköznapi eseményről ír, rövid és stílusesközben gazdag, hangvétele lehet komoly, humoros, lírai, drámai vagy akár ironikus.

**Nyílt levél**

Közérdekű, nyilvánosságra tartozó témájú ismert vagy kitalált személynek szóló levél.

**Olvasói levél**

Olvasó véleménye, hozzászólása, tanácskérése a lapban olvasottakkal kapcsolatban.

**Kritika**

Egy műalkotásnak a bemutatására készült értékelő leírás. Tárgya lehet irodalmi, színházi, zenei, képzőművészeti alkotás, stb. Egy egyszerű bemutatástól a tudományosan alátámasztott információt ír le.

**Tömegkommunikáció hatáskeltő, figyelemfekeltő eszközei**

* a színek célzott használata (élénk színek, kontrasztok (fekete-fehér, színes))
* hangerő változtatása (általában reklámok hangosabban szólnak)
* nyomtatásban külalak, betűstílus, betűszín, kiemelés, aláhúzás, az ábra a szövegben
* képi témaválasztás, társadalmi célú reklámok erős érzelmi hatása
* nyelvi stílus

**Tömegkommunikáció hatása a gondolkodásra**

Észrevétlenül tanulhatnak az emberek viszont ennek hatására leszoktathatnak az önálló gondolkozásról és az ismeretszerzésről akár manipulálhatnak.

**Módszerei**

* híres emberek fogadtatnak el árucikket
* a csomagolás eladhatóvá teszi a terméket
* félelemkeltés, bűntudatra alapozó meggyőzés (egészségügyi reklámok)
* hivatkozás társadalmi csoporthoz, réteghez való tartozásra
* szándékos hiánykeltés
* beetetés