

A publicisztikai

Ismeretek a tömegkommunikációról, a sajtóműfajokról, a publicisztikai stílusról

- Tömegkommunikáció: nagy tömegek tájékoztatása sokak számára hozzáférhető eszközök (újságok, rádió, tévé) útján.

A médiaműfajok

Napjainkban a tömegtájékoztatás a sajtó, a rádió és a televízió segítségével történik.

- Sajtóműfajok:

- tájékoztató (hír, közlemény, tudósítás, riport, interjú),
- véleményközlő (kommentár, glossza, jegyzet, nyílt levél, olvasói levél, kritika).

1. A sajtóműfajok:

Csoportosítása:

- Megjelenés rendszeressége szerint: napilapok, kéthetente, havonta megjelenő.
- Terjesztés helye szerint: országos, határon túli, helyi regionális, intézményi.
- Tartalmuk szerint: politikai- közéleti, szórakoztató, vegyes lapok.
- Célzott közönség szerint: életkor, szakmai csoportok, helyi közösségek, művészeti, kritikai, diák, műsorlap.
- Nyelvük szerint: egynyelvű, két- vagy több nyelvű.

A. *A tájékoztató sajtóműfajok*

- **A hír:** az újságírás egyik alaplóműfaja. A hír akkor jó, ha friss, közérdekű, fontos és válaszol az alábbi négy kérdésre: kivel vagy mivel, hol, mikor, mi történt, mi fog történni. Ez a kishír. A kifejtett hír: miért és hogyan kérdésekkel van kiegészítve.
- **Az információ:** alapja a hír. Az információ hírlancok összessége, azaz több kisebb hírre bontható.
- **A közlemény:** valamilyen vállalat, szervezet, magánszemély fontos, közérdekű információját tartalmazó üzenete. Szó szerint adják közre.
- **A tudósítás:** a hír rokona. Felelnie kell a ki, mi, hol, mikor, mit, miért és hogyan kérdésekre. Fontos a személyes jelenlét. Tudósítás készülhet kísérletről, kiállítás megnyitásától, balesetről, szokatlan természeti látványról, mindennapi eseményről. Az újságíró szemlélő és leíró.
- **A riport:** fontos az újságíró személyes jelenléte. Az újságíró elbeszélő, cselekvő résztvevő. A riport a valóságban megtörtént eseményről, cselekményről tudósít úgy, hogy a résztvevőket is megszólaltatja. A riport legfontosabb jellemzője, hogy cselekménye van. A jó riportból nem hiányozhat a helyzetrajz, a jellemfestés, a képzelőerő és a személyes hang. Témája: egy esemény, egy táj, egy ember, egy embercsoport, egy szakma bemutatása, valamilyen ok kiderítése... Három szerkezeti egység: bevezetés, leírás, befejezés.
- **Az interjú:** az újságíró kérdései segítségével, párbeszéd formában, a közösség számára érdekes információk hangzanak el egy-egy közérdekű dologgal kapcsolatban. Az újságíró közvetítő szerepet tölt be, kérdez, lehet „faggató” szerepe.

B. *A véleményközlő sajtóműfajok*

- **A cikk:** fogalmán a köznyelv minden olyan írást ért, amely az újságokban megjelenik. A sajtóműfajok körében a cikk azonban egy külön műfajt,

még hozzá egy kevert műfajt képvisel. A jó cikkben a tény- és véleményközlő részek egymásra épülnek, és jól kiegészítik egymást.

- **A kommentár:** vagy más néven hírmagyarázat a hírek, információk, megértését segíti elő azzal, hogy hozzájuk háttéranyagot fűz. A hírben előforduló, kevésbé ismert vagy már feledésbe merült eseményt, fogalmat magyarázza meg.
- **A glossza: rövid, tömör, szókimondó, ironikus, csattanóval záruló írás. Személyes hangvételével, a stílus eszközök alkalmazásával az olvasó érzelmeire, humorérzékére kíván hatni. A glosszatípusú írások szerzője valamilyen kigúnyolható, pellengérré állítható valós jelenségből indul ki, azt bírálja. Nyelvhasználatára a stíluskeveredés jellemző. Különböző nyelvi rétegek szavai, kifejezései keverednek a szövegben, s keltenek humoros hatást: a nagyvárosi szleng, az ifjúsági nyelv, a tájnyelv.**
- **A jegyzet:** az életből vett, rendszerint valamilyen hétköznapi esemény egy-egy szálát ragadja meg, rövid, ám stílus eszközökben gazdag írás. Hangvétele: komoly, humoros, lírai, drámai és ironikus.
- **A nyílt levél:** valamilyen közérdekű, nyilvánosságra tartozó témáról levélformában egy ismert vagy fiktív személynek szól.
- **Az olvasói levél:** olvasók véleményét, hozzászólását, tanácskérő sorait tartalmazó írás.
- **A kritika:** vagy műbíráló valamilyen, műalkotásról készült bemutató, értékelő írás. Tárgya lehet: irodalmi, színházi, képzőművészeti, zenei alkotás, tévé-, rádióműsor vagy film.

• **A publicisztikai stílus főbb jellemzői:** A publicisztikai stílus jellemző vonása a közérthetőség, a meggyőzésre, a közvetlen hatásra való törekvés. Ennek megfelelően kedveli a közkeletű nyelvi kifejező eszközöket, fordulatokat, szólásokat, a hatásos neologizmusokat; szereti az időszerű vonatkozásokat, nagy számban használja a figyelemfelkeltő, hatásos címeket. Több nyelvi rétegből is merít, attól függően, hogy mi a célja. A beszélt nyelvhez hasonlóan olykor pongyola. Divatszavakat, neologizmusokat is használ, ezért jelentős a nyelvművelő szerepe. A mondatok szerkezeti felépítésében általában a világosságra törekszik. Jellemzi a változatos szókészlet (minden stílusrétegből merít), érthetőség, értelmi-érzelmi hatáskeltés, retorikai eszközök alkalmazása, a mondatok szerkezeti és modalitásbeli változatossága.