

### 2005. május - **Javaslat az erdészeti PR- és sajtómunka javítására**

#### **Felütés**

A Zengő-ügy után a tátrai széldöntés tovább erodálta a szakma presztízsét, és nem sokon múlott, hogy a gyapjaslepke-inváziót is az erdészek nyakába varrják.

Az első két ügy sajtóját szinte bénultan fogadta a szakközönségünk. A lymantriatámadás sajtóbéli tükröződése, számát tekintve, nagyon nagy, irányát illetően erősen megosztott és bizonytalan. De kabátlopási ügybe keveredni még pillangók miatt sem érdemes. Ezért is dicséretes, hogy létrejött az ERTI és az AESZ szakértelme, valamint az MTA presztízse mentén a múlt év végi, sikeres sajtótájékoztatóval egybekötött konferencia. Ez mintaként szolgálhat, hogy így kell működnie egy gyors reagálású szakmai és sajtóműveletnek.

Most is vallom, amit néhány évvel ezelőtt mondtam egy Woodtech-konferencián: megérett a helyzet arra, hogy a szakma képviselői kijöjjenek az erdőből, és ország-világ elé tárják az erdészet értékeit. Az erdésztársadalom a sajtószeroplés tekintetében nem veheti fel a versenyt a gépkocsigyártókkal vagy a mobil-telefonía nagymenőivel, de a jelenlegi, szinte „titkos” szakmaképen és a korlátozott ismertségen feltétlenül változtatnunk kell.

A változtatáshoz két feltétel szükséges, és mindkettő szemléletváltást igényel: az erdészeti szakmai körnek nyitnia kell a társadalom felé, és mindezt offenzívan kell tennie. Ez utóbbi azért fontos, mert a rivális intézmények és szervezetek, partikuláris érdekeik mentén és a sajtó jelentős részének támogatásával, az erdészet társadalmi támogatásának csökkentésére törekednek.

Ennek ellensúlyozására csak egy átgondolt, hatékony és offenzív PR- és sajtómunkával nyílik lehetőség.

A nyitás lehetőségei és eszközei Magyarország nemzeti erdőstratégiájában jelent meg először a sajtó és a közönségkapcsolatok szerepe. A Nemzeti Erdőprogram jogszabályi helye kell, hogy bátorítson bennünket az erdészet külső kommunikációjának megerősítésére. Ez a céljai között említi a nyílt párbeszéd lehetőségének biztosítását a társadalom és az erdészet között.

A szakmai kommunikáció gyengeségei miatt a társadalom számára elsősorban a fakitermelés került előtérbe, a közvélemény a sajtó közvetítésével ezen keresztül ítéli meg az erdészek tevékenységét. Ezzel együtt paradigmaváltás tanúi is vagyunk, az évszázadok alatt kialakult fatermesztési prioritás megváltozott, és az erdő multifunkcionális szerepe került előtérbe. Emiatt szükséges az erdőgazdálkodás és a társadalom kapcsolatának újrafogalmazása, az erdő közüggé tétele is.

A szakma érdekérvényesítő képességének javítása feltételezi a társadalmi támogatottság növelését, ami szinte kizárólag a PR- és sajtómunkán keresztül érhető el.

E célkitűzés megvalósításához tudatos és szervezett PR- és sajtómunkára van szükség, amelyhez a forrásokat is meg kell teremteni.

A jelenlegi helyzet megköveteli, hogy kellő tájékoztatást adjunk és ezáltal valóságghű képet közvetítsünk a sajtón keresztül a szakmáról, a szakmai tényekről a közönség számára. A médiumok által negatív beállításban közvetített események (fakivágások, tarvágások, falopások, kullancsveszély stb.) többnyire „ártatlanul” sodorják a szakmát kárhozottat szerepbe. Ez utóbbira sajnálatosan jó példa a már említett Zengő-ügy. (Lásd a szerző

tanulmányát az Erdészeti Lapok októberi mellékleteként vagy a ForestPress oldalain!)

Haszonelvű társadalmunkban nem lehet mindent a kapcsolatokon keresztül elintézni, de szakmánk sajátos értékei olyan előnyöket jelentenek, amelyeket kihasználva a siker reményében kezdhethetünk offenzív sajtómunkába.

Az egész szakma PR-tevékenységén javítani kell, és ebbe be kellene vonni a közép- és felsőfokú oktatástól kezdve a gazdálkodást folytatókon át a szakmai és igazgatási szervekig minden intézményt és résztvevőt.

Ezért dolgozatomban az egész szakmára vonatkozó megfontolásokat teszek.

### **A célközönség**

A hatékony PR- és sajtómunka előtt ki kell jelölni a célközönséget, és tisztázni kell a szakma üzeneteit. Az előbbi a nehezebb feladat, mert mondhatnánk, hogy természetesen az egész társadalom – a kemény szociológiai ismérvek szerint a népesség apraja-nagyja, a nők és a férfiak, a városlakók és a vidéken élők, az iskolázottak és az alacsonyan képzettek – alkossa az erdészeti kommunikáció célközönségét.

Ez túl nagy feladat, nagyon költséges, ezért célszerű szűkíteni a kommunikáció irányát.

A legfontosabb feladat a tanuló ifjúság elérése. Ennek egyik hatékony formája az erdei iskola.

Kiemelt fontosságot tulajdonítok a nők felé irányuló közléseknek. Egyrészt azért, mert hagyományosan kulcsszerepet töltenek be a gyermekek nevelésében, másrészt fogékonyak az életmóddal kapcsolatos kérdések iránt.

A városiak és vidékiek közül elsősorban a városlakókat tartom célszerűnek elérni, mert ők távolabb élnek az erdőtől és könnyebben elérhetők a médiumok számára. Emiatt valószínűleg az erdőről és az erdészetről több a pontatlan, egyoldalú „ismeretük”.

A fenti hipotéziseket célszerű volna egy közvélemény-kutatással megerősíteni vagy cáfolni.

Erre jó példa lehet a vadásztársadalom szervezetei által a múlt évben végeztetett kutatás a vadászattal kapcsolatos társadalmi ismeretekről. (folytatjuk) ZÉTÉNYI ZOLTÁN