

KOVÁSZNA VÁROS ÖNKORMÁNYZATÁNAK KÜLSŐ KOMMUNIKÁCIÓS TEVÉKENYSÉGE

THE ANALYSIS OF THE EXTERNAL COMMUNICATION ACTIVITIES AT THE LOCAL GOVERNMENT OF COVASNA

RADU ANDREA

Kovászna, Románia

tankoandyka@yahoo.com

Összefoglalás

A tanulmány tárgyát Kovászna Város Önkormányzatának külső kommunikációs tevékenység-elemzése képezi. A kommunikáció fontos szerepet játszik mindenki életében, egy meghatározó tényező nem csak egyéni, hanem a szervezetek működése szintjén is: általa fontos információkat adunk át és kapunk. A kommunikáció segít az embereknek elmélyíteni személyes kapcsolataikat, megoldani problémáikat, kifejezni érzéseiket. Tanulmányomban azt vizsgálom, hogy a kommunikációs tevékenység hogyan alakul egy folyamatos fejlődésben lévő, országos balneoklimaterikus város önkormányzata esetében.

Kulcsszavak: kommunikáció, közigazgatás, közintézmény, önkormányzati PR, információ, kapcsolattartás.

Önkormányzati kommunikáció

„**A** közigazgatási kommunikáció a társadalmi kommunikáció (social communication) szerves része és a társadalmi kommunikáció mindhárom vonatkozására kiterjed (személyközi kommunikáció, szervezetek kommunikációja és interkulturális kommunikáció)” (Béres és Horányi 2001 in Ambrus 2017:44).

Az önkormányzatok működésének hatékonysága nagymértékben függ a kommunikáció milyenségétől, amely a XXI. században nagy fordulatot vett, fejlődött és felgyorsult. Fontos szerepe van a nyilvános menedzsment megvalósításában, a szociálpolitikák kidolgozásában, valamint az átláthatósági döntéshozatal folyamataiban, amelyet Romániában a 2003. évi 52-es törvény szabályoz.

A kommunikáció célja szerint a következő közigazgatási kommunikáció típusokat különböztetjük meg:

- tájékoztatási és felvilágosítási (magyarázati) kommunikáció, amely a közigazgatási hatóság vagy intézmény gyakorlati működésére vonatkozó információk nyújtására, kötelező információ szolgáltatásra az állampolgárok számára vagy a civil szférával való kapcsolatok szabályaira vonatkozik;
- támogatási (promoválási) és valorizálási kommunikáció, amely a közhatóságra vagy -intézményre és a nyújtott szolgáltatásokra, valamint nagyfontosságú szociális témák és javaslatok gyakorlatba ültetésére, megvalósítására vonatkozik;
- megvitatási és javaslati kommunikáció, amely a szervezeti változást érintő projektek kidolgozását és különböző politikák kínálatát célozza. (Ambrus 2017:47)

Ahhoz, hogy az információk időben és kellőképpen a vevőhöz, az érintett célcsoporthoz eljussanak, a közintézményekben erre szakosodott személyeket alkalmaznak és neveznek ki a feladat elvégzése érdekében. Ezt kommunikációs szakembernek (PR-es – aki a kommunikálásért, az információk begyűjtéséért/továbbításáért felel) és/vagy informatikai szakembernek (IT-s – aki az információs technológiák megfelelő működésért felel) nevezik.

Sztereotípiák szerint a közintézmények, települések nem akarnak, nem képesek együtt dolgozni, egymást segíteni, ez viszont a gyakorlatban másképp tárul elénk, amit legjobban a testvértelepülési kapcsolatok, a szervezetek, alapítványok, környező településekkel önkormányzataival való együttműködés cáfol. Egyre több közös esemény kerül megszervezésre és lebonyolításra a kapcsolatok javítása érdekében.

A sajtókapcsolatok, a külső- és belső kommunikációs tevékenységek gyakorlása, tudatosítása és fejlesztése térségünkben közel egy évtizede kezdett elindulni a fejlődés útján. Azelőtt nem volt annyira elterjedt és közsímet a PR fogalma, a kommunikációs tevékenység (bővített formája), nem tulajdonítottak nagy fontosságot a PR szakember alkalmazására és foglalkoztatására. Egyes településeken még most is inkább az indirekt médiaszereplés alkalmazandó (amikor a médiaorgánumok keresik meg a „szereplőt”), mintsem a direkt megnyilvánulás (amikor a “szereplő” keresi meg a médiaorgánumot, információkat, híreket ad át amelyeket leközlnek az olvasók részére). Ezért gyakran megesik az, hogy a lakosság nem egyformán és nem egy ugyanazon időben értesül az őket érintő dolgokról. Ebből kifolyólag a nem hivatalos információszerzési módszerekhez folyamodnak, amit egyszerűen „pletykának” neveznek.

Akadályok az önkormányzati kommunikációs tevékenység gyakorlása során

A kommunikációs tevékenységek gyakorlása során akadályok, nehézségek is fellépnek és talán ezek okozzák a legnagyobb problémákat. Ilyen akadályként említhetjük a következőket: nyelvezet/szókincs használata, a megváltozott és alkalmazott technikai eszközök használata, a túl sok közlést – a kommunikáció túltengését –, a médiában, közösségi oldalakon megjelenő megjegyzések, hozzászólások, érdekcsoportok befolyása. (Ambrus 2017:50)

Az intézmény tevékenységéről, a közpolitika formálásáról a lakosságot értesíteni kell. Ezt pedig a 2001. évi 544-es törvény előírásainak betartásával kell megtenni.

Külső kommunikáció a közigazgatási intézményekben

Mindenik település kiemelkedő és egyik legfontosabb közintézménye a helyi önkormányzat, amelynek vezetői és alkalmazottai, többek között, a gördülékeny hivatali ügyintézésért, információk továbbításáért, a választópolgárok jólétéért dolgoznak.

Ahhoz, hogy megfelelő kommunikációs kapcsolatról beszélhessünk, szükséges a hatékony kommunikációs csatornák feltérképezése, kiválasztása. Más és más célcsoportokról beszélünk, így olyan lehetőségeket kell kiválasztani, amelyekkel minél több embert el lehet érni. Fontos, hogy a választópolgárok is kapcsolatba tudjanak lépni az önkormányzat képviselőivel, alkalmazottaival. Ezáltal tiszta képet kapnak a vezetők és alkalmazottak arról, hogy mennyire tudták megértetni magukat, mennyire jutottak el adott információk a célcsoporthoz, milyen észrevételeket, hiányosságokat, pozitívumokat, javaslatokat fogalmaznak meg.

Az önkormányzati PR feladata és célja a kölcsönös bizalom kiépítése, a támogatottság megnyerése az önkormányzat céljai iránt, a környezet tolerancia-képességének növelése az önkormányzat iránt, az együttműködési készségek fejlesztése valamint a megállapodás.

A személyek közérdekű információkhoz való szabad hozzáférése

A személyek információkhoz való szabad hozzáféréseinek lehetőségét a 2001.évi 544. törvény szabályozza. A törvény értelmében, az információkhoz való szabad hozzáférés az egyik alapelv az önkormányzat és a lakosság kapcsolatának alakulásában.

A személyek információkhoz való szabad hozzáférés jogának a megtagadása, időn kívüli megválaszolása, felelősségre vonást és fegyelmi büntetést eredményezhet.

Emellett, a tömegtájékoztatási eszközöknek is kell biztosítani a közérdekű információkhoz való szabad hozzáférést, amelyet szintén 2001 évi 544. törvény szabályoz és ír elő. Eszerint, a tömegtájékoztatási eszközöknek biztosítani kell, garantsáltan, a közérdekű információkhoz való szabad hozzáférést. Ez konkretizálja a választópolgárok jogait az információkhoz való hozzáférésre. A hatékony kommunikáció és tájékoztatás céljából, az önkormányzatok ki kell nevezzenek egy szóvivőt, aki a kapcsolattartásért felelős.

Az önkormányzatok kötelezettségei közé tartozik a sajtótájékoztatató megszervezése és lebonyolítása, az információk átadása és a sajtótájékoztatató közben felmerült kérdések megválaszolása.

Közigazgatási kampányok

A kampányokat bizonyos célok elérése érdekében terveznek meg és dolgoznak ki. Lehet akár egy probléma megoldására, cél elérésére vagy adott helyzet javítására.

Kádár (2008) szerint általános értelemben a kampány olyan kommunikációs tevékenység, amely célja mérhető eredmények elérése nagy célcsoportra vonatkozóan bizonyos időráfordítás alatt. A kampány átfogó, meghatározott célt követő, összehangolt kommunikációs tevékenység.

A közigazgatási kampányok célja változó. Célja a figyelemfelkeltés, tájékoztatás, szenszibilizálás, mobilizálás attitűd-és viselkedésváltoztatás.

Kutatás és kutatási módszer ismertetése

Vizsgálatom helyszíne Kovászna, a mofetták és az 1000 borvízforrás városa, az egykori Orbaiszék központja. A települést a természeti környezete, gyógyhatású mofettái és borvízforrásai nemzetközileg híressé, ismertté és közkedvelté tették.

Kovászna a Kárpátok lábainál, 550 m. tengerszint feletti magasságon fekszik. 1952-ben nyert el a városi státuszt és 1968 óta Kovászna megye névadó települése. A XVI. században került sor az első okleveles említésére, akkor még Kowazma néven. Az idő elteltével beleolvadt Vajnafalva (románul – Voinești) és Csomakőrös (románul – Chiuruș) amely adminisztratív szempontból is a város fennhatósága alá tartozik (Benkő, Fábián 1995:9). Nevét a savanyú(=kvaszna) vizek sokaságáról kapta, hiszen ritka ekkora területen (158 km²), több mint ezer borvízforrást találni. Hírnevének alakításához hozzájárul a hírhedt Pokolsár, amely egy iszapos, kénes-széndioxidos gázkitörés, amelyet 1881-ben „Pokolsár Fürdőintézet” néven nyitottak

meg. Ma egy inox kupola, lánggal a tetején, borítja amelyet még az előző födésből mentettek meg. (...)

A település folyamatos fejlődésben van, országos balneoklimaterikus gyógy-üdülőhelyként emlegetik. Terápiás hírnevéről azonosítható. A városnak számtalan értéke van. A városatyák olyan projekteken dolgoznak folyamatosan, amelyek által ezek az értékek kiemelhetők, mert ezeket az értékeket nyilvánosságra kell hozni és meg kell ismertetni az emberekkel.

Kutatási módszereim a következők voltak: interjúzás, kérdőívezés és a megfigyelés. Az interjúkészítést azért tartom fontosnak, mert ezáltal az emberek sokkal nyitottabbá válnak és számos olyan fontos információt oszthatnak meg. A kérdések előre meghatározottak voltak, így strukturált interjúról beszélhetünk.

A kérdőív tizenöt (15) nyitott és zárt kérdést tartalmazott. A kérdőívezés – az információk megszerzésének egyik fontos és leghatékonyabb eszköze. A lekérdezés során kevesebb idő alatt több embert értem el és kérdeztem le.

A megfigyelés módszerét hosszabb ideig alkalmaztam. Az elemzési munkámhoz hozzájárultak a korábbi tapasztalataim is.

Eredmények

Kovászna város lakossága rétegzett, más és más emberek alkotják így adott kérdésekben, tapasztalataik szerint másképp vélekednek. A következőkben a lakosság véleményét mutatom be az önkormányzat különböző tevékenységeire vonatkozóan. Azon kérdések eredményeinek prezentálására kerül sor, amelyek fontosak és kiemelkedő szerepet kapnak a kommunikációs tevékenység fejlesztésében.

A kérdőív tizenöt (15) kérdést tartalmazott, nyitott és zárt kérdésekkel, a válaszadás önkéntes és névtelen volt. Fontosabb témakörök a lakosság elégedettsége a kommunikációs-, törvényhozói-, végrehajtói-, fejlesztői tevékenységgel, az önkormányzat kommunikációs tevékenysége a hétköznapiakon illetve események alkalmával, az ügyintézés, a városban megszervezett főbb események, kommunikációs eszközök, észlelt negatívumok és pozitívumok.

Az adott válaszokból kitűnik, hogy a kovásznai lakosok nagy része szeret itt élni. Ezt azzal motiválták, hogy csendes és szép a táj, tiszta és egészséges a levegő, a környezet, itt él a család, a barátok, itt van kialakítva az élete, itt születtek és ez a szülővárosuk, az otthonuk. Vannak olyan személyek is akik részben, vagy egyáltalán

nem szeretnek itt élni. Ezt a munkahelyek és szórakozóhelyek hiányával, az infrastruktúra fejletlenségével és a kulturális programok hiányával indokolták.

A továbbiakban, a hivatal négy főbb tevékenységére vonatkozó véleményt mutatom be. Ez nem más, mint a kommunikációs tevékenység, törvényhozói tevékenység, végrehajtói tevékenység és fejlesztői tevékenység.

A kommunikációs tevékenység nem más, mint kapcsolattartás, legyen szó szakmai kapcsolatok fenntartásáról, sajtókapcsolatokról, a lakossággal való kapcsolattartásról, a lobbytevékenységekről, kríziskommunikációról stb. Bár a válaszadók többsége valamilyen formában elégedett az önkormányzat kommunikációs tevékenységével, mégis van egy arány, akik többet és jobb kommunikációs tevékenységet igényelnek és várnak el. A kommunikációs eszközök, csatornák és módok folyamatos fejlődésben vannak és egyre többet igényelnek. Bár az új technológia számos tapasztalatot és ismeretet igényel, mégis az emberiség segítségére van a gyors és hatékony kommunikációért, a rövid idő alatt nagy célcsoport elérhetőségéért és a gyors válasz, feedback eljuttatásáért.

Törvényhozói tevékenység alatt nem mást, mint a törvények, szabályok megalkotását értjük. A válaszadók nagyobb mértékben elégedettek az önkormányzat törvényhozói tevékenységével. Megalkotott törvények és szabályok szerint élünk, amelyeket folyamatosan aktualizálni, frissíteni és ismertetni kell.

A végrehajtói tevékenység a fennebb említett törvények és szabályok alkalmazását és betartatását jelenti. Az elégedettség szintjén ebben az esetben is változó. A végrehajtói tevékenységgel kapcsolatos elégedetlenségnek gyakran adnak hangot a közösségi oldalakon. Számos olyan bejegyzés található, miszerint az önkormányzat erre alkalmazott személyzete nem gondoskodik a törvények és szabályok betartatásáról. A vezetőség próbálja bevonni a lakosságot, ezzel készítetve arra, hogy a közjó érdekébe tegyenek javaslatokat és fogalmazzák meg észrevételeiket.

A fejlesztői tevékenységre való tekintettel kapcsolatban a statisztika bizonyítja, hogy a lakosok várnak és számítanak új beruházásokra, fejlesztésekre. Bár az önkormányzat folyamatosan dolgozik a fejlesztéseket elősegítő projekteken, a lehetőségek megteremtésén, az anyagi források beszerzésén, mégis ez egy időigényes és nehéz feladat, amelyet a külső emberek nem igazán értenek meg, vagy nem is akarják megérteni.

Az önkormányzat kommunikációs tevékenysége különböző a hétköznapiakon és az események, ünnepek közeledtével. Ebben az esetben is megosztó a vélemény,

hiszen itt is öt válaszlehetőség közül dönthettek a megkérdezettek. De mindkét esetben szükséges a kommunikációs tevékenység javítása.

A hivatali ügyintézés ritkán minősülnek könnyen lebonyolítható feladatnak, sőt gyakran, sokaknak okoz fejtörést. Ez részben a bürokrácia, részben a szervezeti felépítés hibája, utóbbin inkább lehet változtatni.

A városban számos ifjúsági-, sport-, kulturális-, oktató-, vallási eseményre kerül sor. A kutatásom során azt az öt fontos eseményt ismertetem, amelyek kiemelkedő szerepet töltenek be a város életében. Ez nem más, mint a Kőrösi Csoma Sándor Napok, Turisztikai Szezonnyitó, Juhászlakodalom (Nedeia Mocănească), Kovásznai Várospanapok, Karácsonyi Ünnepségsorozat.

Ez az a néhány esemény, amely kiemelkedő hatással és jelentőséggel bír a lakosok életében. Mivel nem lehet mindenki elvárásának teljesen eleget tenni, a lakosság különbözőképpen vélekedik.

Leghatékonyabb kommunikációs eszközként a következőket emelték ki a válaszadók: újságok, plakátok, személyes találkozók, sajtótájékoztatók, internet, saját kiadványok, telefon. Ezekből a kommunikációs eszközökből az önkormányzat legtöbb esetben az újságokat, plakátokat, internetet és a telefont használja. Fontos figyelembe venni a lakosok elvárásait és igazodni kell azokhoz. A lakosok más és más kommunikációs eszközöket használnak így a célcsoportokat különböző eszközökön kell elérni, megszólítani, cselekvésre készíteni.

Az önkormányzat – újságíró kapcsolatáról két újságírót kérdeztem, akikkel előzetes egyeztetések alapján készítettem interjút.. A következő, előre meghatározott, kérdéskörökre kerestem a válaszokat: milyen gyakran jelenik meg információ az önkormányzatról a napilapokban, milyen gyakran keresik fel az önkormányzatot az újságírók/az önkormányzat az újságírókat, mi a véleményük az újságíróknak az önkormányzat kommunikációs tevékenységéről illetve, hogy milyen javaslataik lennének a kommunikációs tevékenység javítása érdekében.

A kérdésekre kapott válaszokból kitűnik, hogy az önkormányzat jó kapcsolatot ápol mindkét újság szerkesztőségével. A városról információk szükség esetén, alkalmától függően jelennek meg. Nem lehet információk gyakoriságáról beszélni. Írások és információk szükség és alkalom esetén jelennek meg az újságban.

Arra a kérdésre, hogy az újságírók milyen gyakran keresik meg az önkormányzatot információk szerzése és közlése céljából megtudtuk, hogy az újságírókkal való kapcsolattartás szinte mindennapos. A találkozási időpont egyeztetése, néha az infor-

mációk megszerzése online vagy telefonon zajlik le, ahogy a megjelenítendő anyagok továbbítása is. Az újságírók bátran és bizalommal fordulnak az önkormányzat képviselőihez, a városatyákhoz információk beszerzése céljából, akár személyesen akár telefon. A telefonos kapcsolattartás, mindkét alany esetében, szinte mindennapos.

Az önkormányzat képviselői is nyitottak a sajtóval. Az újságírók pozitív változások sokaságát sorolták fel a külső kommunikációs tevékenységre való tekintettel. A jelenlegi városvezetés többnyire munkaidőn kívül is elérhető és bármikor hajlandóak beszámolókat, információkat, fotókat megosztani adott eseményekről, történésekről.

Pozitívumként többnyire, mindkét esetben, azt emelték ki, hogy a városatyák mindig elérhetőek és szorítanak időt a válaszadásra, nyitottak és mindig naprakész információkkal rendelkeznek. Negatívumként a sajtótájékoztatók hiányát emelték ki.

Bár az önkormányzat jó kapcsolatot alakított ki és ápol az újságok képviselőivel, mégis fogalmazódnak meg hiányosságok. Ahogy a lakosság is igényli a személyes találkozókat, fórumokat, úgy a sajtó képviselői is igénylik a sajtótájékoztatók megszervezését és lebonyolítását. Bár egy kis városról beszélünk, mégis minden nap akad olyan információ, amelyet meg kell osztani a város lakóival.

Az önkormányzat által használt kommunikációs eszközök a plakátok, szórólapok, újságok, hirdetőtáblák, internet (közösségi oldal és saját weboldal) és telefon. Plakátokat események közeledtével készíttetnek és helyeznek ki a városi hirdetőtáblákra. Az újságban való szereplés gyakori, sőt ez a leggyakrabban használt kommunikációs eszköz. Magyar és román nyelvű újságokban offline és online is jelennek meg információk. Az információk kiközlésére és az újságírókkal való kapcsolattartásra van kinevezett személy. Négy újságban rendszeres a megjelenés. Ezek a Háromszék, Székely Hírmondó, Mesagerul de Covasna és Observatorul de Covasna napilapok. Adott esetben, ha más újságtól keresik fel a városatyákat, nem hátrálnak meg és amennyiben lehet, megválaszolják a feltett kérdéseket.

Az internet adta lehetőséget nagyon jól kilehet aknázni és ezt többnyire a Kovászan Város Önkormányzata meg is teszi. Az önkormányzat rendelkezik saját weboldallal (www.primariacovasna.ro) amely egy könnyen átlátható weboldal, az információkat naponta töltik fel és minden elérhetőség, közérdekű információ megtalálható az oldalon. Az oldalt viszonylag kevesen használják. Főként más közintézmények szokták böngészni, adatok, információk beszerzése céljából. A lakosság számára viszont, sokkal könnyebb és kényelmesebb a közösségi oldalon beszerezni a szüksé-

ges információkat. Ezért bár az önkormányzatnak van saját közösségi oldala, mégis a polgármester közösségi oldalán található az információk többsége. Gyakori az az eset is, amikor online üzenetben jeleznek neki problémákat, javaslatokat, amelyeket igyekeznek lehetőségéhez mérten a leggyorsabban megoldani, megoldatni, életbe léptetni.

Fontos kiemelni azt, hogy a városnak van két applikációja, egy turisztikai (Covasna by TCP) és egy hibát bejelentő alkalmazás (CityReport) amelyek kezelésére és az adatok frissítésére szintén van két kijelölt személy az önkormányzatban. Ezek az applikációk a helyi lakosok és turisták segítségére vannak és a várossal kapcsolatos információkat tartalmaz, mint például szálláslehetőségek, éttermek, látványosságok, közintézmények elérhetőségei, közelgő események és azok leírásai stb.

Kovácsna Fejlesztési Stratégiájában (2016-2020), amelyet a KAM Regionális és Antropológiai Kutatások Központjának kutatócsoportja hozott létre, számos olyan észrevétel/javaslat fogalmazódik meg, amelyeket mára már az önkormányzat sikeresen létrehozott, kialakított, javított.

Ilyen fontos tényező például, hogy a városnak van egy elfogadott és az Állami Találmány és Márkanév Hivatalnál bejegyzett brandje – logója és szlogenje –, amely hozzájárul a könnyebb beazonosításhoz. Kétségtelen, hogy fontos *„a fürdőváros sajátos értékeinek – főként a borvíz, mofettaágaz, ionizált levegő – népszerűsítésére, köztudatba való bevitelére. A márka ugyanakkor meghatározó azonosítója a fürdővárosnak, mely megkülönbözteti a versenytársaktól. A várost eddig főként gyógykezelési hagyományáról ismerték, kevésbé a felhasznált egyedi gyógytényezőkről.”* (forrás: *Háromszék Napilap*). A bejegyztetés érdekében létrehoztak egy arculati kézikönyvet is, amelyet a lakosok is bármikor elkérhetnek és használhatnak.

Javaslatok

Az elemzés során számos olyan probléma merült fel, amelyekre az alábbi javaslatok fogalmazódtak meg:

- *Kommunikációs iroda létesítése*: egy személy kinevezése, aki kimondottan az önkormányzat kommunikációs tevékenységéért, kiadványok szerkesztéséért, sajtóval való kapcsolattartásért felel, a teljes kommunikációs tevékenységet ellátja és hozzájárul a bizalmi szint fokozásához
- *Sajtótájékoztatók megszervezése* – legalább havonta egy sajtótájékoztató megszervezése és lebonyolítása

- *Fórumok, személyes találkozók megszervezése és lebonyolítása* – a lakosok igénylik a személyes találkozásokat, beszélgetéseket, ilyen fórumokat negyedévente lehetne szervezni egy közösségi teremben, olyan időintervallumban, amikor a lakosság többsége részt tud venni
- *Saját kiadványok szerkesztése*. szintén negyedévente lehetne kiadni tájékoztató lapokat/füzetet lehetőség szerint, ami közérdekű információkat, híreket, esemény beszámolókat, esemény beharangozót tartalmazna. Ezeket el lehet helyezni a Turisztikai Információ Irodában, szállodákban, közintézményekben. Kezdetben lehet kevesebb példányszám, aztán igény és szükség szerint lehet a példányszámot növelni vagy csökkenteni
- *Internet* – az internet számtalan lehetőséget nyújt. A weboldal szerkesztésével és az információk feltöltésével olyan ember kellene foglalkozzon, aki jól ismeri az intézményt, tud alkalmazkodni a technológia fejlődéséhez és minden korcsoportnak könnyen érthető és kezelhető weboldalt készít. Ehhez szükséges lenne egy IT-s alkalmazása, aki az oldalt rendszerezné és az információkat helyben feltöltené. Emellett, egy hivatali közösségi (Facebook) oldal működtetése is szükségszerű lenne, amit szintén a kommunikációért felelős személy kezelne.
- *TV és rádió szereplés* – közismert turisztikai városként fontos a médiában való szereplés. Egy egy reklámvideó beküldése, promóvideó szerkesztése hozzájárulni a turizmus fellendítéséhez és a turisták bevonásához
- *Ifjúsági Tanács létrehozása és bevonása a Helyi Tanácsba* – fontos, hogy az önkormányzat folyamatosan tájékoztatva legyen az ifjúság helyzetéről, elvárásairól, szükségességeiről. Erre a legegyszerűbb módszer a fiatalok bevonása az önkormányzat tevékenységeibe (erre tökéletes példa a Moldovai Köztársaság, Kisinyó városában sikeresen működő Ifjúsági Tanács, amelye a Helyi Tanácsban kiemelkedő szerepet tölt be és nagy támogatottságot élvez).

Összefoglalás

Kutatásom alapját Kovászna Város Önkormányzatának külső kommunikációs tevékenységének elemzése képezte. A kutatási munkámhoz szükséges információkat három módszer alkalmazásával sikerült begyűjteni, kvalitatív és kvantitatív módszerek alkalmazásával egyaránt.

A hatékony kommunikáció és kapcsolattartás fontos a kovásznai lakosok és az önkormányzat számára. Az önkormányzat igyekszik minél több kommunikációs eszközt használni, de a lakosok sokkal többet várnak el, ugyanis a fejlett technikai eszközök újabb és újabb kommunikációs lehetőségeket tárnak fel előttük.

A kommunikációnak kiemelt szerepe van az önkormányzat és a lakosok, turisták, testvértelepülések, civil szervezetek, közintézmények kapcsolatában. Bár az önkormányzat számos kommunikációs eszközt alkalmaz az információk átadása érdekében, a lakosok és a média igényli a közvetlen információátadást, a személyes találkozást és a kerdez-felelek lehetőségét. A sajtókapcsolatok jól megszervezettek, az önkormányzat- és a sajtó képviselői szinte naponta kapcsolatban vannak.

A kommunikációs tevékenység terén egy fejlődés érzékelhető, de még így is bőven akad javítanivaló. Szükség van egy kommunikációs terv kidolgozására és annak betartására, ahhoz, hogy hatékony és megfelelő kommunikációról beszélhessünk. A település kommunikációs és PR tevékenységei növelik a térség versenyképességét, forrásbevonások lehetőségét, a pozitív imázs kialakulását és fenntartását.

Egy ilyen nevezetes településen, mint Kovászna, szükséges, hogy a kommunikációs tevékenységet komolyan vegyék és fektessenek bele annak érdekében, hogy újabb fejlődési szinteket érhessen el.

Összességében elmondható, hogy az önkormányzat külső kommunikációs tevékenységével nagy mértékben elégedettek a lakosok, viszont figyelembe kell venni a javaslatokat és használni azokat a kommunikációs eszközöket, amelyek segítségével rövid idő alatt több embert el lehet érni és minőségi információkat lehet átadni.

Szakirodalom

- Ambrus Zoltán (2017): Közigazgatási Kommunikáció és Közkapcsolatok, Csík-szereda
- Almásy Gyula – Belényesi Emese – Gáspár Mátyás (2015): Önkormányzati szervezetfejlesztés, Tordas és Társa Kft. Budapest
- Benkő Gyula – Fábián Ernő (1995): Kovászna. Trisedes Press Kiadó, Kovászna
- Kádár Magor Elek (2007): A média, mint partner. Gyakorlati kézikönyv a médiával való kapcsolattartás módszereiről. Kriterion Kiadó, Kolozsvár
- Legea nr. 544 din 2001 privind liberul acces la informațiile de interes public (publicată în Monitorul Oficial nr. 663/23 octombrie 2001)

Abstract

The subject of my work is the analysis of the external communication activities at the Local Government of Covasna. In the XXI.th century each form of communication became indispensable. We are communicating permanently, verbally or non-verbally, we are developing and maintaining relationships even with people who are living on different continents, through the help of some advanced communication technologies. In my study, I examine how communication activity develops in the case of the municipality of a nationwide balneoclimatic, constantly evolving city.

Keywords: communication, public administration, public institution, PR, information, contact.