



Varga Mihály

## Médiajog és médiaetika



A követelménymodul megnevezése:

Kommunikációs és azzal kapcsolatos gazdasági és informatikai tevékenységek

A követelménymodul száma: 0950-06 A tartalomlelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-009-55



## MÉDIAJOG ÉS MÉDIAETIKA

## ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Ön egy havonta megjelenő, tudományos igényű, ötezer példányban megjelenő szakfolyóirat véglegesített újságírója. Mindössze féléve dolgozik itt, tanulmányainak befejezését követően ez a szerkesztőség élete első munkahelye. Közvetlen főnöke – a lap rovatvezetője –, Önt bízta meg a szakfolyóirat leendő Etikai Kódexének előkészítésével, az információgyűjtés és vonatkozó jogszabályi anyag összegyűjtésének munkálataival.

1.) *Hogyan lát neki ennek a felelősségteljes, és sokféle teendőt igénylő munkának?*

2.) *Mire kell ügyelnie?*

3.) *Milyen témákat és tartalmi fejezeteket kell tartalmaznia egy modern normagyűjteménynek?*



*1. Ábra. Az esetfelvetés során kapott feladat nehézségét jól jellemzi Fuchs Tamás fotóművész illusztrációja.<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Forrás: A PR Herald Kommunikációs Ügynökség archívuma. 2010.november 09.

## SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

A médiaetika szokásrendjének szerkesztéssel és nyilvánosságra hozattal kapcsolatos etikai irányelvei több évtizedes nemzetközi szerkesztői tapasztalatokon alapulnak, hiszen a szakma különböző generációihoz tartozó online és stratégiai kommunikációs tanácsadók dolgozták ki, akik élvezik a médiatudományok és a public relations szakma legmagasabb szintű testületeinek – a Nemzetközi PR Szövetség (IPRA), és a Magyar Public Relations Szövetség szakmai támogatását.

### MÉDIAETIKAI IRÁNYELVEK<sup>2</sup>

Az itt rögzített irányelvek a hétköznapi élet kimondottan bonyolult problémáinak széles köréhez nyújtanak megítélési szempontokat.

A helyes eljárást általában az esetről esetre változó, konkrét körülmények között a szerkesztőség vezetői határozzák meg.

Egy médiaetikai kódex – közvetlenül vagy áttételesen –, a következő négy alapelvre épül:

- szakmai tisztesség,
- politikai és világnézeti függetlenség,
- megbízhatóság,
- és szociális érzékenység.

### 1. BELSŐ ANYAGOK IRÁNTI IGÉNYEK

A médiaetika szokásrendje nem tesz hozzáférhetővé olyan anyagokat, amelyek veszélyeztetnék a tulajdonosok és munkavállalók személyes, vagy anyagi érdekeit, vagy kárt okoznának a szerkesztőség minőségi kommunikációs elveinek. Az egyes szerkesztőségi anyagok iránti igényeket gyakorta a bizalmas információforrások védelme érdekében utasítjuk el. A „hozzáférés” kétféleképpen történhet: a cikk eredeti szövege megtekinthető, vagy további felhasználásra (például bizonyítékként) jogszabályok alapján bekérhető. Az anyag megtekintését – megállapodás alapján –, időnként lehetővé tesszük, de megfelelő bírósági végzésre van szükség az eredeti anyagok átadásához. Következésképpen el akarjuk kerülni azokat a kísérleteket, hogy anyagainkat, alkalmazottainkat és partnereinket bírósági ügyekben felhasználják, ezért a háttéranyagok megtekintését csak kivételes esetekben engedélyezzük. Ebből következően olykor elutasítják a megtekintést és a bírósági végzés nélküli elvitelt, mert a médiatulajdonosainak érdekei így kívánják, s mert nagy a kockázat, hogy az Etikai Kódexben leírt normák sérülhetnek.

<sup>2</sup> Forrás: A PR Herald ([www.prherald.hu](http://www.prherald.hu)) érvényben lévő saját Etikai Kódexe. 2004– jelenleg is.

Nyilvánvaló közérdek esetén lehetővé tesszük a megtekintést, vagy az eredeti írás (bíróági végzés nélküli) elvitelét, ha az nem jelent veszélyt az online magazin munkatársaira. Az ilyen „ártalmatlan” kérések azonban ritkák. Ha valaki engedélyt kap egy adott kézirat (és az ahhoz tartozó) dokumentáció tanulmányozására, akkor általában tájékoztatjuk, hogy az ügyben érintett többi személy és szervezet is megkapja ugyanezt a lehetőséget.

## 2. ANONIMITÁS

A rovatokban szereplő személyek többségét névvel is azonosítani kell. Ez összhangban áll a nyílt információ- és véleménycsere hagyományaival, és egyúttal fontos része a felelősségre vonhatóságnak. Vannak azonban olyan esetek, amikor őrizni kell a névtelenséget. A rovatokban csak akkor lehet névtelenül szerepelni, ha a szerkesztő meg van győződve:

- a téma fontosságáról;
- a várható következményekről (ideértve a nyilatkozatot tevő jelentőségét és a témában való jártasságát);
- arról, hogy a névtelenség nélkül lehetetlen, vagy nem kívánatos a közreműködés;
- arról, hogy a névtelen szereplés várhatólag növeli a szerkesztés színvonalát, és a publicitás hatásait.

A nyilatkozók általában névtelenek maradhatnak, ha a kommunikációs szakmák etikai előírásai ezt megkövetelik. Körültekintőbb megfontolást igényel, ha a névtelenség iránti kérelem többre irányul, mint csupán a megnyilatkozó nevének elhallgatására. Az ilyen eseteket a fentebb felsorolt kritériumok alapján kell mérlegelni. Megengedhető a névnélküliség, ha a megnyilatkozás társadalmi jelentőségű ügyekre világít rá, ugyanakkor súlyos kellemetlenségekhez vagy zaklatáshoz vezethet. Családi élet (válás, otthonról elszökött gyermekek, szerelmi perpatvar); élvezeti szenvedély, vagy egészségi állapot (például kábítószer-függőség, alkoholizmus, szerencsejáték, étvágytalanság); valamilyen társadalmilag elítélendő magatartás, amely azonban még nem bűncselekmény; súlyos bűncselekményekről történő beszámoló, vagy bűncselekményekben történő nyomozás (például besúgók, rabtársak, volt rabok, szélhámosság áldozatainak megvédelmezése).

Az anonimitás akkor is indokolt lehet, ha különben az egyént üldöznék, vagy felelősségre vonnák olyan megnyilatkozásáért, amelyet a szólásszabadság jogszerű gyakorlásaként lehet felfogni. A névnélküliségről szóló döntés a megnyilatkozás tartalmától függ, figyelembe véve azt az eljárást, amellyel szemben ezt a védelmet nyújtjuk. Ne adjunk névnélküliséget olyan megnyilatkozóknak, akik ezzel a fejlett világ igazságszolgáltatásainak (beleértve az európai közösséget is!) kijátszására törekednek.

Nem azonosított személyek által elkövetett törvényellenes tevékenységekről általában csak akkor közlünk tényállításokat, ha azt a főszerkesztő jóváhagyja. Az engedélyeztetés szükséges szintje, és a végső döntés olyan tényezőktől függ, mint – vajon a tevékenység híresemény-e, – vajon a mi orgánunk egymagában számol-e be az eseményről vagy más újságokkal és tömegkommunikációs eszközökkel együtt, – „tipikus” vagy „egyedi” tevékenységről van-e szó az érintett csoport részéről, – milyen mértékű a törvénysértés súlyossága.

Más a helyzet akkor, ha egyes személyek nem szerzőként, vagy interjúalanyként kerülnek kapcsolatba az újsággal. Ilyen esetekben a legfontosabb az ügy tisztességes kezelése, valamint az egyének magánéletébe való szükségtelen beavatkozás elkerülése. Az anonimitás kérésének tiszteletben tartandó esete például az olyan adományozó, aki ajándékát név nélkül kívánja nyújtani. Hasonló a helyzet a szervátültetések donorjainak családjával. Egy sürgető eseményt feldolgozó újságíró számára nehéz lehet eldöntetni, hogy a névtelenség védelme valóban indokolt-e. Minden olyan utalást figyelembe kell venni, amely arra vonatkozik, hogy arra érdemes személy kéri az anonimitást, még akkor is, ha más sajtó szervezetek esetleg nem is ilyen aggályosak.

### 3. ARCHIV ANYAGOK

Körütekintően kell eljárni, ha meghatározott múltbeli történésekről szóló fotográfiákat hasonló jelenlegi események illusztrálására kívánunk felhasználni. Egy zavargásról vagy éhínségről készült archív fotót például mindig pontosan kell azonosítani a helyszín és a felvétel időpontjának megjelölésével. Az archív képek elavulnak. Hóval borított földek júliusban, vagy azok az állványok („kordonok”) a Magyar Parlament körül, amelyeket már régen lebontottak, igazán nem növelik a honlapunk rovatainak szavahihetőségét. Az elavult archív felvételeknek azonban az a legnagyobb veszélyük, hogy esetleg megbántanak, kínos helyzetbe hoznak olyan embereket, akik szerencsétlenségükre valamikor egyszer bekerültek az archívum képanyagába. Ne mutassuk be például ugyanazt a férfit, amint éppen megszondáztatják a rendőrök. Ennél is rosszabb, ha olyan embert mutatunk be, aki már elhunyt, s ezzel fájdalmat okozunk hozzátartozóinak. Mindig fontos ellenőriznünk, hogy az archív fotó tartalma érvényes-e? De arra is figyelni kell, hogy fotón látható emberek vajon mindezt, hogyan fogadják? Az eredeti képanyag készítői gondoskodnak arról, hogy a fotó használatával kapcsolatos különleges feltételek ismertetése is hozzáférhető legyen az archívumban.

### 4. BALESETEK, KATASZTRÓFÁK

A balesetekkel, katasztrófákkal kapcsolatos elemző írásokban a egyensúlyt kell teremteni a teljes és pontos tájékoztatás, valamint a fölösleges aggodalom- és pánikkeltés kötelező elkerülése között.

Bár alaposnak, vállalkozó szelleműnek, de egyúttal érzékenynek is kell lennünk, ezért a szerzők arra törekednek, hogy a hatásos történetek bemutatásával természetesen együtt járó feszültség ne befolyásolja a beszámolóik befogadóit, soha ne lehessen azt érezni, hogy a tudósítók élvezik a sajnálatos események izgalmát. (Lásd a 2006-os zavargásokról, különösen a Magyar Televízió Székházának ostromáról szóló etikátlan HÍR TV-s beszámolót!)

### 5. A TÉNYEK TISZTELETE

Az időpontok, helyszínek, a repülőjáratok számai összefüggésbe ágyazzák az eseményt, és segítenek abban, hogy szűküljön az olvasók idegzetét borzoló körülmények köre.

## 6. A MEGTÉVESZTÉS TILALMA

Az információt ellenőrizni kell! Erről csak akkor lehet eltekinteni, ha a hír forrását teljes bizonyossággal tudjuk, és tökéletesen megbízhatónak ismerjük. A katonai repülőgépekkel kapcsolatos balesetekről, katasztrófákról kapott tudósításokat kötelező ellenőrizni a Honvédelmi Minisztériumban, vagy a NATO Főhadiszállásán! Bármelyik rovatba került téves információt a legelső alkalommal, nyíltan helyesbíteniünk kell!

## 7. ÁLDOZATOK, HOZZÁTARTOZÓK TISZTELETE

A szerkesztők arra törekednek, hogy ne okozzanak még nagyobb megrázkódtatást a sérülteknek vagy a gyászolóknak! Az újságírók gyakran nagy megterhelésnek vannak kitéve. Ezért a szerkesztőségi szelekció során nagyon gondosan kell ügyelni a jó ízlésre és a tapintatosságra! Az interjúk során feltett elhamarkodott és meggondolatlan kérdések sérthetik az interjúalanyt és a médium hírnevét. Ahol csak lehetséges, hagyjuk ki az ilyen kérdéseket. A hírek megszerzése gyakran kemény és cseppet sem vonzó küzdelem. Vannak olyan pillanatok, amikor a szörnyű események átgondoltan részletes bemutatása is indokolt lehet, ilyen kérdésekben a tapasztalt és kellő érzékenységgel rendelkező szerkesztőknek kell árnyalt döntést hozniuk! A beszámolóknak valóban tiszteletben kell tartaniuk az emberek érzéseit. Csökken az olvasóink támogatása, ha arra a következtetésre jutnak, hogy szenzációhajhászok vagyunk, s nem szeretik azt sem, ha a tudósításaink uszítónak tűnnek. Az olvasók gyakorta felháborodnak, és zaklatottá válnak olyan írásoktól, amelyekben az áldozatok önként vettek részt, vagy éppen ők maguk kérték a szereplésüket.

Az olvasók azért reagálnak így, mert nem ismerik a körülményeket. A bevezetésben elmondott néhány megfontolt magyarázó szó elejét veheti az ilyesfajta ellenérzéseknek. A rovatvezetők derítsék fel a balesetek okait, akár rögtön bekövetkezésük után, hiszen a közvéleményt természetszerűleg és helyénvalóan érdekli, hogy hol történt a hiba. Ennek azonban vannak veszélyei. A gyors vélemények, még ha szakértőktől származnak is, tévesek lehetnek. Nem szabad túl sok gyors véleménynek teret adni. A balesetek okainak elszórt említése esetén az a látszat keletkezhet, hogy érzéketlenül és gyorsan próbálunk bűnbakot keresni, ezt pedig el kell kerülni.

Az a helyes újságírói magatartás, ha mindaddig elhallgatjuk az áldozatok nevét, amíg a közvetlen hozzátartozót nem értesítették. Hagyjunk méltányos időt a közvetlen hozzátartozók személyes tájékoztatására. Még ha más források már közzé is tették az információt, akkor is bölcsőbb egy ideig visszatartani az anyagot.

Ha a neveket elhallgatjuk, kerülendő minden olyan részlet, amely alapján az áldozat azonosítható. Ritka esetben előfordul, hogy az áldozat személyazonossága a hír szerves része, s így az információ visszatartása nem ésszerű. Fontos közéleti személyiségek esetében nem föltétlenül mérvadóak az egyébként érvényes szabályok.

## 8. A HATÓSÁGI NYOMÁSGYAKORLÁS

Gyakran érkezik kérés a magyar minisztériumoktól, vagy más országok kormányaitól különleges közlemények közzétételére. A főszerkesztő – tekintettel a szóban forgó vészhelyzetre – gondosan mérlegeli az ilyen megkereséseket. Az ilyen különleges közlemények, illetve a velük kapcsolatos információk a jövőben általában a hírvivatokban kapnak helyet. El kell háritani azokat a kísérleteket, hogy az ilyen információt különleges helyekre elkülönítve közöljük!

## 9. BEFOLYÁSOS EMBEREK SZEREPELTETÉSE

Amikor egy tájékoztató rovat jelentős – például kormányzati – érdekeket érint, a szereplők gyakran törekednek annak előzetes megtárgyalására, hogy milyen lesz megnyilatkozásuk természete és helyzete. A rovat szerkezetét és formáját újságírói kritériumok alapján, nem pedig külső nyomásra adott reagálásként, kell kialakítani. Az elfogadhatatlan feltételeket vissza kell utasítani, és ha szükséges, le kell mondani az illető személy szerepléséről. Szokásos körülmények esetén valamennyi közreműködőnek kellő súlyt kell kapnia és ugyanolyan intenzitású keresztkérdésekre kell válaszolnia. Mind a minisztereket, mind bírálóikat higgadtan, elfogulatlanul kell kezelni. A keresztkérdések legyenek határozottak, de udvariasak. Az interjú készítője adjon hangot minden jelentős fenntartásnak vagy sérelemnek, a rovat interjúalanyainak feltett kérdések hangneme legyen egységes!

## 10. BELSŐ ÜGYEK

A szerkesztőség belső ügyeivel kapcsolatos eseményekről más, külső eseményekkel azonos módon kell tudósítani, csak a szokásos körültekintést kell érvényesíteni!

## 11. BŰNÖZŐK NYILVÁNOSSÁGHOZ JUTTATÁSA

Vádlottakkal, és elítéltekkel nem tilos interjút készíteni, de a rovatszerkesztőknek meg kell győződniük arról, hogy a megkérdezett tud-e valóban közérdekű információt nyújtani, és közérdek-e az interjú megjelentetése. A tetteseknek ne adjunk lehetőséget arra, hogy hengegjenek tettükkel vagy dicsőítsék a bűnözést.

Az interjú rejtett útmutatást sem tartalmazhat bűncselekmény elkövetési módjára, és nem adhat tanácsot, hogy miképp lehet a bűnüldözést kijátszani. Nagyon körültekintően kell eljárni, ha külső forrásból ajánlat érkezik a rendőrség által keresett személyekkel való interjúra vagy róluk szóló információra. Ha lehetséges, közöljük az ajánlattevővel, hogy később esetleg kötelező lesz tanúvallomást tennie az ügyben. Minden ilyen esetet a kiadó ügyvezető igazgatója elé kell terjeszteni.



## 12. INFORMÁCIÓS DÍJAK

Vádlottaknak, elítélteknek, huligánoknak, vandáloknak és hasonló személyeknek nem fizetünk. A szerkesztők terjesszék a kiadó vezetője elé bármely kivételre vonatkozó javaslatukat. Az előterjesztést úgy kell mérlegelni, hogy a bűnözők, huligánok nem húzhatnak hasznot törvénytelen, antiszociális cselekedeteikből; indokolt lehet azonban a riportalanyi díj kifizetése, ha a tervezett szereplés olyan közérdekű témáról szól, amelyről a személynek különleges ismeretei vannak (például: börtönviszonyok, az elítéltek társadalmi beilleszkedése).



*2. Ábra Az információk megvásárlása a média részéről csak kivételesen indokolt esetekben fogadható el. Az Illusztráció Fuchs Tamás fotóművész alkotása.<sup>3</sup>*

---

<sup>3</sup> Forrás: A PR Herald ([www.prherald.hu](http://www.prherald.hu)) szerkesztőségi archívuma. 2010. november 10.

### 13. EMBARGO

A szerkesztőség időnként olyan előfeltevés alapján kap embargózott tudósításokat és dokumentumokat, hogy tiszteletben tartja a közzététel legkorábbi időpontját. Ez a rendszer gyakran szolgálja a public relations és az újságíró szakmai érdekét, hiszen az előre megküldött információ megkönnyíti a téma exponálását és elemzését. Az embargó megsértése alááshatja a közérdekű információs rendszer alapját, a bizalmat. Alapvetően tehát tiszteletben tartjuk az embargót. Időnként az embargót – megállapodás alapján – megváltoztatják vagy megszüntetik. Bármely rovat szerkesztőjének a kiadó vezetője elé kell terjesztenie az ügyet, ha az embargót megállapodás nélkül akarja megtörni. A döntésnél számításba kell venni az egyéb rovatokat érintő esetleges hátrányos következményeket is. A szerkesztőnek alapos – saját érdekénél erősebb – okának kell lennie az embargó megtörésére.

Rendkívül fontos, hogy tiszteletben tartsuk az Európa Tanács és az Európa Parlament által kiadott „fehér könyvek” és más parlamenti dokumentumok embargóját. A köztestületek által kiadott embargót is kötelező betartani, ha a túl korai publikálásnak hátrányos külső – például pénzügyi – következménye lehet.

#### MÁS MÉDIA ÁLTAL MEGTÖRT EMBARGÓ

Ha egy másik hírközlő szervezet megtöri az embargót, a mi újságírónknak mérlegelnie kell, vajon olyan mértékű-e az információ közzététele, hogy a mi tájékoztatásunkat láttatná-e rossznak, ha továbbra sem adnánk ki a hírt.

### 14. POLITIKAI BESZÉDEK ELŐZETES SZÖVEGKÖZLÉSE

Ezeket esetenként másképp kell kezelni, mint az előbbieket. Számos politikus hajlandó arra, hogy még az elhangzás előtt idézzon beszédéből az újságíróknak. A szerkesztőink rendszerint tudnak tanáccsal szolgálni abban, hogy az embargó vajon tényleg az előzetes nyilvánosságra hozatal elkerülését szolgálja-e. Amikor előzetes részleteket használunk fel, nyilvánvalóvá kell tennünk, hogy a szónok „várhatóan elmondja” az idézett részeket. A rovatkészítőknek ügyelniük kell azokra a politikusokra, akik előzetesen ki szokták adni és később meg szokták változtatni beszédek szövegét. Mindig tanácsos tehát ellenőrizni, hogy az elmondott beszéd megfelel-e az előzetes változatnak.

### 15. KÖZSZEREPLŐK LÁTOGATÁSÁNAK RÉSZLETEI

Ezeket biztonsági okokból embargózzák. Betartásuk fontos. Általános előzetes tájékoztatást lehet adni, hiszen az embargó rendszerint az időpont és a pontos helyszín részleteire vonatkozik.

## 16. ÉRDEKELLENTETEK

A média munkatársainak külső tevékenysége időnként ellentétes lehet a kiadói érdekekkel. El kell fogadni azt a tényt, hogy az egyéneknek joguk van elfogadható külső tevékenységeket folytatni, s hogy az ilyen aktivitás a tapasztalatok bővítése révén a rovatoknak is hasznára válhat. Azonban a szerkesztőknek kerülniük kell minden olyan tevékenységet, amely elhomályosíthatja szakmai tisztánlátásukat, vagy amelynek nyilvánosságra kerülése károsan érintheti a mi jó hírünket. Kétséges esetben mindig a kiadó vezetője elé kell terjeszteni az ügyet. A hír- és aktuális rovatok készítőinek az esetek többségében engedélyt kell kérniük. Valamennyi szerkesztőségi munkatársat azonosan kell elbírálni, a külső tevékenységeket úgy kell megítélni, hogy mi a rovat érdeke, s nem a személy státusa (meghatározatlan munkaviszonyú, szerződéses vagy alkalmi munkatárs); vagy tevékenységi köre (rovatvezető, szerkesztő, nemzetközi referens, vagy gyakornok) alapján. Egyes külső tevékenységek különösen problémásak. Egyetlen szerkesztőségi munkatárs se vegyen részt semmi olyan - kereskedelmi vagy egyéb természetű - nyilvános támogatási kampányban, amelynek tárgya rovatának témájává válhat. A támogatási kampány különféle formákat ölthet: hirdetések, bannerek, mozgóképek készítése, bármilyen public relations tevékenység. Bizonyos körülmények fennforgása esetén kivétel nélkül mindegyik aggályosnak minősülhet. A hirdetési tevékenység a honlapon megengedett, de a hír- és aktuális rovatok munkatársainak mindig jóváhagyást kell kérniük a stratégiai és marketingvezetőtől. Aki betartja a médiaetika szabályait, az sem írásban, sem szóban nem fog e tekintetben kimutatható hibát elkövetni. A partnereink által kifejtett nyilvános politikai tevékenység különleges elbírálás alá esik.

## 17. JÓSLATOKKAL KAPCSOLATOS SZÓHASZNÁLAT

Egy érték és mértékadó médium nem jósl előre erőszakos eseményeket, sem pedig azok bekövetkezését. Kezeljük óvatosan a „bosszúálló erőszakról” szóló spekulációkat. Ne nevezzük „lázasnak” a zavargásokat, csak ha a helyzet mérete és súlyossága ezt nyilvánvalóan indokolja. Kerüljük a minősítő jelzőket és az uszító kliséket, mint például „dühöngő csőcselék”, „kirobbanó erőszak”, „növekvő feszültség”, „széles körű zavargások”.

- Ne tévesszük össze a híreszteléseket a tényekkel!
- Ne vegyük rögtön készpénznek a résztvevők vagy az önjelölt és magukon kívül senkit sem képviselő vezérek beszámolóit! Még a szemtanúk közlései is lehetnek tévesek.
- A folyóirat beszámolóit ne szítsanak feszültséget és helyi ellenségeskedéseket!
- Ne közöljünk információt, és ne mutassunk fotósorozatokat arról, hogyan lehet otthon fegyvereket gyártani és összeszerelni!

Alaposan meg kell fontolni a holttestek bemutatását. Gyászoló személyekkel ne készítsünk fölösleges interjúkat, ilyen esetekben a legnagyobb érzékenységgel kell eljárni! Az újságíró legyen tudatában annak, hogy az interjúalanyok esetleg sokkos állapotban vannak, inkább védelmeznie kell őket a nyilvánosságtól, mintsem bemutatni. Vannak azonban, akik beszélni kívánnak, és ezzel használunk nekik. Általában nem kell közölni az öngyilkosság és a nemi erőszak részleteit. Lehetőleg érzékeltessük az erőszak mértékét, de kezeljük óvatosan az olyan számadatokat, amelyet nem lehet más forrásból megerősíteni. A tömeg nagyságának becslésekor jelöljük meg a forrást, az erőszakért felelőseket, a sebesülteket, a meggyilkoltak és a megrongált ingatlanok számát. Az adott közösség életének egyik fontos tényezője, hogy a polgári lakosság milyen módon alkalmazkodik a helyzethez, s hogy az erőszak körülményei közepette mennyire őrzi meg a megszokott életvitelét. Ennek is helyet kell kapnia a helyzetről készülő tudósításban. Az erőszakról csak akkor lehet megfelelően tudósítani, ha feltárjuk az okait is. A lehető legrövidebb idő alatt meg kell vizsgálni a helyzet hátterét, azokat a súlyos problémákat és körülményeket, amelyek a zavargásokhoz vezettek. Ha ez az erőfeszítések ellenére sem deríthető ki, akkor ezt kell közölni az olvasókkal! Az erőszak okainak vizsgálata során fel kell mérni az ideológiai és kulturális ellentéteket, és a viszály szervezettségének mértékét. A magyarázatok azonban ne nyújtsanak alapot a pr-rel ellentétes propagandára! A politikai demagógiát is lehet szemléltetni a rovatokban, de a vitató reagálás nem maradhat el!

## 18. OBJEKTIVITÁS, PONTOSSÁG

Bonyolult döntések merülhetnek fel a rasszista felhangú felvonulásokról vagy gyűlésekről szóló tudósítások és az etnikai kérdésekkel foglalkozó cikkek, híryananyagok kapcsán. A rovatkészítőknek bölcsen és érzékenyen kell az objektivitás és pontosság szakmai követelményeit kielégíteniük, anélkül, hogy erkölcsi vagy jogi sérelmet okoznának.

Az etnikai kérdésekről történő írásokra is vonatkoznak az általános követelmények.

Mindenkor törekedni kell a megszólalók minél szélesebb körének véleményeinek megismerésére! Ha a téma a közösségi politika körébe illeszkedik, törekedjünk helyi szakértői vélemény megismerésére.

A rasszista nézetek kifejezése is lehet a történet része. A kérdés az, hogy az ilyen nézeteket hogyan tálaljuk, mivel ez határozhatja meg jogi és erkölcsi szempontból történő elfogadhatóságukat. Óvatosan válogassuk meg a szavakat. A „faji címkézés” csak akkor használható, ha az része a történetnek. Óvakodjunk a félrevezető sztereotípiáktól. A kisebbségek tagjait nem szabad mindig vagy túlnyomórészt kisebbségi szerepekben ábrázolni. Meg kell jelenniük a társadalom többi tagjához hasonlóan a vásárlók, munkába járók, közlekedők, szavazók, templomba járók stb. szerepében is. Mindennél fontosabb, hogy a borszínre és etnikai hovatartozásra – különös indokok nélkül – sohase hívjuk fel a figyelmet (ugyanaz vonatkozik a nemre, korra, vagy korlátozott képességekre is).

## 19. HIRDETÉSEK, SZPONZORÁLÁS

Árthat a média pártatlanságot és függetlenséget illető jó hírének, ha a vezércikkeket tartalmazó rovatot, vagy bármelyik hírrovátát (Médiakapcsolatok, pr–szakma hírei, net–hírek) külső cég szponzorálná. Kivétel ez alól az állasközvetítéssel kapcsolatos hírrovát.

A tényközlő rovatoknak ezért minden olyasmit el kell kerülniük, amit a szerkesztői tartalom nem indokol. A szerzők csakis alapos okkal nevezzen meg valamely céget vagy terméket. A leíráshoz használt kifejezések feltétlenül legyenek pontosak. A téma szerkesztési követelményein túlmenő mértékben sem vizuálisan, sem verbálisan nem hangsúlyozható valamely cég vagy termék. Az egyedi rovatokban tanúsított óvatosságon túl arra a tényre is ügyelnünk kell, hogy a reklámhadjáratokat egyre kifinomultabb eszközökkel vívják, s gyakorta egyidejűleg több rovatot is megköörnyékeznek. Nem öregbíti a média hírnevét, ha ugyanaz a kereskedelmi célokat szolgáló történet rövid időn belül több rovatban, vagy egymást követő hírlevelekben is megjelenik.

## 20. TÁMOGATÓK MEGNEVEZÉSE A HÍRROVATOKBAN

Az esemény kereskedelmi szponzoraira akkor indokolt a hírrovatokban utalni, ha a szponzor neve része az esemény megnevezésének vagy olyan szoros kapcsolatban áll azzal, hogy névvel együtt érthetőbb a közönségnek, mint anélkül. A támogató cég vagy magánszemély nevének kihagyása fontos újságírói részlet mellőzésével lenne egyenlő, illetve nem volna tisztességes a szponzorral szemben.

## 21. EGYÜTTMŰKÖDÉS

Ha valamelyik rovatkészítő azt szorgalmazza, hogy a kiadó lépjen együttműködési megállapodásra külső szervezettel, pontos információkkal kell rendelkeznie a lehetséges partnernek – harmadik féllel meglévő – finanszírozási vagy szponzorálási megállapodásairól. Ezt jelenteni kell a kiadó stratégiai és marketingvezetőjének.

## 22. BERENDEZÉSEK, TARTÓS FOGYASZTÁSI CIKKEK INGYENES HASZNÁLATA

A sajtómunkát szolgáló eszközök, berendezések ingyenes használatára szóló ajánlatokat el lehet fogadni (telefon, gépjárművek, munkaruhák, hétköznapi berendezési tárgyak). Ha ezek meghaladják azt, ami a sajtómunkához valóban szükséges, jelenteni kell a kiadó vezetőjének. Az ingyenes használat soha nem alapulhat olyan megállapodáson, hogy cserébe egy termék bemutatását, vagy említését nyújtjuk. Ingyenes vagy olcsó eszközöket, berendezéseket és más feltételeket nem szabad elfogadni, ha emiatt felmerülhet annak gyanúja, hogy a rovat szerkesztői integritása veszélybe kerül.

## 23. ROVATTÁMOGATÁS, PUBLICITÁS

A rovatban közreműködő vagy ahhoz speciális eszközöket, feltételeket nyújtó személyeknek, szervezeteknek joguk van arra, hogy véleményüket kikérjék, és udvarias elbánásban részesüljenek, de nem sérthetik a média szerkesztőinek autonómiáját. A kereskedelmi cégeknek és más szervezeteknek meg kell érteniük azt is, hogy nem szponzorálhatják azt a rovat, amelyben szerepelnek. Ez azt a benyomást kelthetné, hogy a médium támogatja az adott szervezetet, annak tevékenységét vagy termékét. Ki kell kérni a kiadó tulajdonosainak véleményét a kapcsolódó hirdetésekről is.

## 24. FOGYASZTÓI TANÁCSADÓK

Az alapos tényfeltáráson és pontosságon túlmenően az újságíróknak a lehető legszélesebb körű információt kell nyújtania ahhoz, hogy az adott cég vagy termék ne részesüljön tisztességtelen előnyben vagy hátrányban. Körültekintőnek kell lenni abban is, hogy ne hanyagoljuk el a kisvállalatokat a nagyvállalkozásokra történő túlzottan gyakori utalásokkal. Ha nyilvánosságtól beérkezett panaszokat teszünk közzé, a szóban forgó vállalatnak meg kell adni a lehetőséget a válaszolásra.

## 25. SPORT

A kereskedelmi szervezetek olykor vitatható módon szponzorálják a sporteseményeket. Ezért a fentebb leírtak szerint a szerkesztőknek figyelniük kell arra, hogy ne nyújtsanak különösen nagy publicitást a szponzoroknak.

## 26. ESEMÉNYEK BEHARANGOZÁSA

Ezek helyet kaphatnak az HÍREK rovatban, de megfelelő módon jelöljük, hogy tájékoztatásról van szó, és az újságírás elvei alapján készülnek. Időnként elkerülhetetlen, hogy az interjúalanyok ne „ejtsenek” néhány megjegyzést valamely közelgő attraktív eseményről. A rovatkészítők azonban kötelesek ezt ésszerű keretek között tartani.

## 27. SZERZŐI JOGOK

A könyvismertetés során kötelező megjelölni a könyv címét és az író nevét, de a kiadó nevét nem. A gyakorlatban azonban a hallgatóság tájékoztatása érdekében – a Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Szövetségével kötött megállapodás alapján –, következetesen vállalni lehet a kiadók nevének, és a megjelenő könyvek árainak említését is.

## 28. A HÍRZÁRLAT IRÁNTI IGÉNYEK

Bármilyen hírzárlat iránti kérést azonnal jelenteni kell az illetékes vezetőnek. A döntést a hír- és aktuális rovatok, valamint a főszerkesztővel konzultálva kell meghozni. A részlegnek szükség szerint egyeztetnie egymással, és a hírszerkesztővel.

A szerkesztőknek minden pillanatban tökéletesen tisztában kell lenniük a veszéllyel, hogy az erőszakhoz folyamodó politikai csoportok „felhasználhatják” őket. Ha egyszer már a közvélemény tudomására hoztunk valamilyen információt, egy későbbi hírzárlat, az eseménnyel összefüggő minden további hír visszatartása akkor szinte teljességgel lehetetlen. Ugyanakkor kísérletet kell tennünk, hogy ne növeljük az emberi életet fenyegető kockázatot. A médiaetika mindezeket figyelembe véve mérlegeli az alábbi kéréseket: tartson vissza olyan információkat, amelyek közlése akadályozná egy helyzet megoldásán dolgozók munkáját, tegyen közzé az emberi életet fenyegető kockázat elhárításához azonnal szükséges pontos információkat. Az utóbbi esetben a médiumunk bármely lépését össze kell hangolni, ha lehetséges, a többi hírközlési eszközzel. Egyúttal meg kell felelnünk a szakszerű tájékoztatás követelményeinek is.

A szerkesztőknek általában szem előtt kell tartaniuk a médiavállalkozás jó hírét illető két – egymással ellentétes – kockázatot. Az egyik kockázat abban rejlik, ha figyelmen kívül hagyjuk az információ visszatartására vonatkozó – például a rendőrségtől kapott – szakszerű tanácsot. A kiadó nem tudna egykönnyen megindokolni egy olyan döntést, amelynek következtében szerepet játszana emberi életek kioltásában. Ez a megfontolás attól függetlenül érvényes, hogy a többi tömegtájékoztatási eszköz közli-e a hírt vagy sem. A másik kockázat a szavahihetőségét illeti. Ez abban áll, ha a hírzárlatra vonatkozó kéréseket – származzanak bár hivatalos szervektől vagy bármely olyan intézménytől, amely az információ áramlásának korlátozására törekszik – túlságosan is engedelmesen teljesítjük. Ne erősödjék az a külső feltételezés, hogy automatikusan és kritikátlanul visszatartja a birtokában lévő információkat. A hír közlése a bűnüldözést szolgálja, például nyomra vezet az emberrablás áldozatának felkutatásában, az információ közlésének folytatása mellett szóló érv lehet, hogy a bűncselekmény elkövetőinek céljait szolgálná a hírzárlat elrendelése. Magyarország demokratikus társadalom, ennek ellenére azt tapasztaljuk, hogy a hírszervezetek következtelenül kezelik a hírzárlatra vonatkozó kéréseket. A főszerkesztőnek el kell fogadnia bizonyos, saját megbízhatóságát fenyegető kockázatot, ha olyan információt tart vissza, amely megjelenhet például az írott sajtóban. Ez újabb ok minden egyes hírzárlati kérés alapos vizsgálatára, de nem indokolja azok szükségszerű elutasítását. Mindig meg kell győződni arról, hogy a hírzárlatra vonatkozó kérés megfelelő rangú és beosztású tisztviselőtől származik-e.

## 29. INTERJÚKÉSZÍTÉS

Az interjú készítője legalább annyira a figyelem középpontjában áll, mint az interjúalany. Olyan kérdéseket kell feltennie, amelyekre a hallgatóság intelligens és független gondolkodású tagjai választ várnak. A makacs kitartás dicséretes, de az interjúalany zaklatása nem az. Alázatra nincs szükség, udvariasságra viszont igen. Az interjú készítője megfelelő módon kifejezheti az interjúalanyt, hogy véleménye szerint a közvélemény mit gondol, és hogyan érez. Ezeket az érzelmeket azonban általában nem veheti át. Az interjúkészítő legyen nagyon körültekintő, nehogy gondatlanul megfogalmazott kérdések vagy indulatos hanghordozás révén az a látszat keletkezzék, hogy eleve állást foglal egy nyilvánosan vitatott kérdésben. Egy interjú megítélése függ az interjúalanytól, az adott témától és a kérdezés körülményeitől. Ami az egyik esetben elfogadható, az elfogadhatatlan egy másikban, ha az interjúalany például zaklatott, vagy másként sebezhető. A riporter kérdései ugyanúgy kifejezhetik az interjúalanyról alkotott ítéletet, mint a kommentárok írott szövege. A médiaetika alapvetően elítéli az olyan technikák alkalmazását, mint az „üldözés a kamerával”, a bejelentés nélkül rögzített telefonhívások és a gépkocsi ablakán behajolva készített interjúk, s a kritikai észrevételeinek a cikkeiben hangot is ad. (A MÉDIA állásfoglalása: ezeket csak akkor szabad használni, ha fontos anyagokat sehogy másként nem lehet elkészíteni).

## 30. ÜZLETI ÉLET A ROVATOKBAN

A szokásos ipari és üzleti élet ügyeivel egy befolyásos médium Európa életének természetes részeként, de csak a szükséges mértékben foglalkozik. A munkahelyeken számos fontos és érdekes probléma fordul elő a munkavállalók és munkaadók közötti vitákon kívül is.

## 31. SZTRÁJKOK

Az érdekvédelmi célú, szervezett munkabeszüntetések csupán kis részét alkotják a gazdasági életnek, de a médiummal szemben mégis nagy követelményeket támasztanak, részben azért, mert kipattanásuk időpontjától kezdve nagy hatást gyakorolnak a közvéleményre. Egy sztrájk menetéről adott friss tájékoztatáson és a feszültségek mértékének érzékeltetésén túl az eseményeket mindig el kell helyeznünk a gazdasági élet általános összefüggéseiben is. Mivel a sztrájkok megosztják az embereket, és az érzelmek is hevesebbé válnak, az újságíróknak és valamennyi rovatkészítőnek olyan körültekintő magatartást kell tanúsítania, hogy az egyik oldallal se azonosíthassák őket. A gondatlan szóhasználat az elfogultság benyomását keltheti, kerüljük tehát az indulattól terhes, érzelmekre ható kifejezéseket. Minél nagyobb méretű a szóban forgó vita, annál nehezebb átfogóan beszámolni róla, részben azért, mert a problémák a gazdasági összefüggéseken túl nyíltan politikaivá is válnak. Éppen ezért fel kell tárni a hátteret, az okokat és a lényegi problémákat. Az iparral kapcsolatos események gyakorta rendkívül bonyolultak és technikai jellegűek.



## 32. JÓTÉKONYSÁGI FELHÍVÁSOK

A rovatok esetenként jótékonyági felhívásokat szándékoznak közzétenni, általában megnevezett karitatív szervezetekkel kapcsolatban. A szerkesztők kötelesek legalább két héttel a szerkesztés javasolt időpontja előtt konzultálni a kiadó (vagy a médiavállalkozás) gazdasági vezetőjével. Ez biztosítja az összehangolást a hasonló tartalmú más rovatokkal, és elkerülhetővé teszi, hogy szükségtelenül sok felhívás hangozzék el, és olyan szervezetek kerüljenek be a rovatba, amelyeknek célkitűzéseivel és módszereivel a folyóirat gyakorlata nincs összhangban. A rovatvezetőknek meg kell győződniük arról, hogy a szóban forgó karitatív szervezet megtette-e a megfelelő intézkedéseket a készpénz- vagy természetbeni adományok fogadására és visszaigazolására. A szerkesztők készítsék fel munkatársaikat az adott rovat számára közvetlenül beérkező adományok kezelésére. Hír- és aktuális rovatok lehetőség szerint ne tegyenek közzé jótékonyági felhívásokat.

Kerüljük az összegyűjteni szándékozott, teljes összeg részletes tárgyalását. A kéretlenül szerkesztőségünkhöz érkező pénzadományokat minden esetben továbbítjuk a megnevezett személyhez vagy szervezethez. Ha a beérkezett pénzeszeg nem továbbítható és a beküldő névtelen, akkor az adományt – lehetőség szerint – az eredeti felhívás céljához közel álló segélyszervezethez juttatjuk el.

## 33. KARITATÍV SZERVEZETEKNEK TÖRTÉNŐ ÁTTÉTELES ADOMÁNYOZÁS

A szerzők kerüljék el „csodálatos” felépülésekről, vagy megmenekülésekről szóló történeteket, ha a túlélő pénzt kér az interjúért, még abban az esetben is, ha arra a karitatív tevékenységre vagy szervezetre kívánja fordítani, amely megmentette az illető életét.

## 34. FELHÍVÁSOK VÉSZHELYZETBEN

Ezek akkor közölhetők, ha súlyos vészhelyzet állt elő bel- és külföldön. E felhívásokat a főszerkesztő jóváhagyásával lehet közzétenni.

## 35. KLISÉK, FELLENGZŐS KIFEJEZÉSEK

A rovatok nem szorulnak rá a fellengzős nyelvhasználatra. Egyszerű, keresetlen és közérthető szavak jobban szolgálják céljai a munkát, mint a harsány és „rámenős” kifejezések. Az egyszerű nyelvezet gyakran „sportszerűbb” is. A hírszövegek írásáról készült különféle magyar nyelvű tankönyvek számos példát mutatnak be a szavak helyes megválasztására. Általában az a lényeg, hogy a gördülékeny és mértéktartó kifejezésmód közvetíti legjobban mondanivalónkat. Kliséket nagyon ritkán használjunk! Gyakran hiányzik belőlük a meggyőzőerő és elcsépelet frázisszerű gondolkodásra, vagy a gondolatok hiányára utalnak.

### 36. A KÖZREMŰKÖDŐKKEL VALÓ BÁNÁSMÓD

A közreműködő személyekkel nyíltan, őszintén és udvariasan kell bánni. A szerkesztőség függetlenségét mindenkor meg kell őrizni, de a közreműködők nem érezhetnek olyasmit, hogy érdekeiket semmibe vesszük, félrevezetjük őket vagy rájuk erőltetjük a szereplést.

### 37. KIVÁLASZTÁS

Egyetlen újságíró vagy munkatárs sem lehet olyan lekötöttje vagy bizalmas ismerőse az interjúalanyainknak, hogy ezáltal veszélybe kerüljön az objektivitás, vagy csorbát szenvedhet a rovat feletti szerkesztőségi ellenőrzés. Az érintettek kiválasztása a téma tárgyalásmódjának megválasztásával függ össze. Minél nyilvánvalóbban ellentmondásos, vitatott a téma, annál fontosabb, hogy a tárgyalás módja kiegyensúlyozott legyen. Ezzel jár, hogy minden jelentős támogatást élvező nézettel foglalkoznunk kell. Amikor a rovat a szóban forgó problémának csak egyik vetületét tárgyalja, akkor az a kíváncsi, hogy egy következő alkalommal a többi aspektus is kapjon hangot.

### 38. BÁNÁSMÓD

A résztvevőket tájékoztatni kell arról, hogy milyen jellegű rovatban fogunk velük kapcsolatos információkat közölni, s hogy melyek a rovat általános céljai. A szerkesztők legyenek körültekintőek, és bánjanak egyenrangúan a rovat készítésének különböző fázisaiban közreműködő szereplőkkel. Egy már megírt cikket csak alapos indokkal lehet kihagyni a rovatból, és ezt udvariasan közölni kell az érintettel. Ha lehetséges, már előre jelezzük ezt az eshetőséget. Minden szereplőnek joga van elkérnie és megkapnia a rovat vázlatos leírást, és tájékoztatni kell őt bármely lényegi változásról. Esetenként a szerkesztő dönthet úgy, hogy a közlés előtt bemutatja a cikket a tények pontosságának ellenőrzése, szakértői vélemény kikérése, vagy az szerkesztéshez különleges módon hozzájáruló szereplő érdekében. Az ilyen előzetes jóváhagyás kérések soha sem értelmezhetők a szerkesztői szabadság korlátozásaként. Egyetlen résztvevő vagy külső testület sem kaphat vétőjogot.

A rovatban szereplőket általában előzetesen tájékoztatni kell a kérdések főbb területeiről. A tájékoztatás részletessége változó. Kivételes körülmények közepette (például a közérdekkel ellentétes ügyeket vizsgáló írárok esetében) az újságírók helyesen érezhetik szükségét, hogy szándékaik titokban maradjanak. Ez nem mentesíti az újságírókat az alól a kötelezettség alól, hogy minden általuk írt anyag legyen tisztességes, igazságos és igaz. Általában alkalmat kell nyújtani a válasza mindazoknak, akiknek a termékét vagy cselekedetét a cikk vizsgálat alá veszi.

Egy érték- és mértékadó médium nem mond le rovatai belső, szerkesztői ellenőrzéséről. Az újságíróinktól elvárjuk, hogy határozottan viselkedjenek azokkal a partnereinkkel szemben, akik az udvariasságot és az együttműködési készséget összetévesztik a szerkesztői ellenőrzés lazításával. A főszerkesztőnek kell eldöntenie, hogy egy adott partner mely feltételei elfogadhatatlanok. A bonyolult ügyeket a kiadó vezetőjéhez kell továbbítani.

### 39. MÉDIAEGYSÉGESSÉG

A munkatársainkat fel kell arról világosítani, hogy bármely rovat számára megszerzett anyagot a kiadó másik részleg is felhasználhatja. Kivételes esetben – ha a partner veszélybe kerülne – megadható az a biztosíték, hogy a közreműködése nem lesz látható vagy olvasható.

### 40. INTERJÚ VISSZAVONÁSÁRA VONATKOZÓ KÉRÉS

Amikor egy interjút már rögzítettek, az alanyak általában nincs vitathatatlan joga a közzétételi hozzájárulás visszavonására. A médiaetika gyakorlatában azonban irányelv, hogy minden ilyen kérést nagyon komolyan mérlegelünk. Hasonlóképpen komolyan megfontolandók azok a kérések is, hogy szakítsuk félbe egy tematikus sorozatot.

### 41. CIKKEK ISMÉTELT FELHASZNÁLÁSA

A korábban már egyszer megjelent anyagokat csak tisztességes összefüggésben lehet a későbbiekben újra felhasználni. Ehhez minden esetben szükséges a partnereink és a szerzőink beleegyezése is, hiszen élet- és munkakörülményei megváltozhattak. A szerkesztőknek mindig meg kell győződnie arról, hogy egy anyag ismételt felhasználása nem ellentétes az anyag eredeti értelmezésével.

### 42. A „NÉP HANGJA” INTERJÚK

Nem szabad az interjút adatfelvételi mintának beállítani. A kérdés módja olyan legyen, ami megfelel a „kapásból adott” interjú természetének. Bár a „nép hangja” interjú célja éppen a spontaneitás, a rögzítés célját nem szabad eltitkolni.

### 43. KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁSOK

A közvélemény-kutatások a beállítódások és a tendenciák tükrözésére jók, de csak bizonyos korlátok között. Ennek ki kell fejeződnie az eredményekről való tudósításban, az adatok felhasználásában. A kutatások főbb típusai: A hagyományos véleményvizsgálatot személyes kérdéssel, országosan ezres- mintán végeztetjük. A telefonon lebonyolított közvélemény-kutatás esetében figyelembe kell venni azt a tényt, hogy csak telefontulajdonosok kerülnek a mintába. A panel-közvélemény-kutatásokban fennáll az a veszély, hogy a minta ismétlődően megkérdezett tagjai esetleg beletanulnak a válaszolásba, és reagálásaik nem-tipikusak. Bármely kutatóintézet tévedhet. Általában plusz – mínusz három százalék a hibahatár. Egy hat százalékos különbség tehát a valóságban akár szoros fej-fej melletti állás is lehet. A szakszerűtlenül végzett közvélemény-kutatás esetében a hibahatár három százaléknál is nagyobb, esetleg sokkal nagyobb. Fenntartással kell kezelni az adatokat, ha egyetlen felmérés alapján mutatnak jelentős véleményváltozásokat. Ügyelni kell a „nem tudom” válaszok arányára!

A felmérések nagyon értékes jelzést képesek adni a társadalom reakcióiról, de valójában jelzéseként, és nem szilárd bizonyítékként kell tudósítanunk róluk. A közvélemény-kutatási eredményeket korábbi felmérések adataival összehasonlítva kell szemlélni. Akkor a legértékesebbek, ha egy irányzat részeként, egy grafikon egy-egy pontjaként fogjuk fel őket. Az összehasonlításnak a lehető leghosszabb időszakokra kell kiterjednie. Választási vizsgálatok esetén legalább a kampány kezdetéig kell visszapillantania. Ha a friss eredmények élesen eltérnek a korábbi tendenciától, lehetséges, hogy nem megalapozott a vizsgálat. A közönséget tájékoztatni kell erről az eshetőségről. Különös óvatossággal kell kezelni a szavazási szándékokról szóló felméréseket. Annak is lehetnek fontos választási következményei, ha a két nagy versengő két párt között csekély -jóval a hibahatáron belüli -, különbség mutatkozik. Egyetlen vizsgálat eredményeiből se vonjunk le messzemenő következtetéseket, s időről-időre említsük meg a hibahatár nagyságát. A felmérési eredmények nem bizonyosságok. „Jeleznek” vagy „sugallnak” valamit, de nem „bizonyítanak”, nem „erősítenek meg”, nem „lepleznek le”. Közölni kell a felmérést végző szervezet nevét, s azt is, kinek a megbízásából készítette a vizsgálatot. Számoljunk be a kérdezés időszakáról és a mintanagyságról. A „sportszerűség” érdekében valamennyi nagy közvélemény-kutató szervezet országos vizsgálatainak eredményeit közölni kell a pártok politikai támogatásáról. Óvakodunk a legfrissebb felmérésről szóló, félrevezető szalagcímeiktől. Bármely vizsgálatról a lehető legteljesebb kutatási jelentés alapján tudósítunk. Járjunk el körültekintően, ha a képernyőn ábrázoljuk a felmérési eredményeket. Ha például a grafikon függőleges tengelyét, mondjuk, 5%-nál kezdjük számozni, a 6%-ot elérő párt népszerűsége sokkal kisebb benyomást kelt.

#### 44. KUTATÁSOK MEGRENDELÉSE

Bármely – tényfeltáró vagy vélemény – vizsgálatot megbízható kutatási szervezettel kell elvégeztetni, a piac- és közvélemény kutatások Etikai Kódexének megfelelően. Bármely kutatási megrendelés előtt kötelező tanácsot kérni a Tudományos Tanácsadó Testület elnökétől. Az a legjobb, ha a rovat a közvélemény-kutatás szükségességének eldöntése után nagyon hamar bevonja a független kutatóinkat. Az ő feladatuk, hogy tanácsot adjanak: ésszerű-e a vizsgálat szándéka és tisztességesen végzik-e el. A média vezetőinek tanácsára szükség lehet az eredmények bemutatásához is. A kutatók és a rovatvezetők véleményének eltérése esetén az illetékes elnökhöz kell fordulni. Ugyancsak az illetékes főtanácsadóhoz kell fordulni, ha egy rovat politikai kutatást akar megrendelni. A média által megrendelt felmérésekre is teljes mértékben vonatkoznak a közvélemény-kutatások természetéről, gyengeségeiről és a tudósításban érvényesítendő körültekintésről fentebb adott irányelvek. A VOKS felmérése nem jobb, nem megbízhatóbb más vizsgálatnál, s ezért nem is érdemel kitüntetettebb bánásmódot, mint más egyéb-részletesen ismert közvélemény-kutatás.

#### 45. LEVELEZÉS

A médium nyilvános szerkesztési kötelezettsége és az általános udvariasság egyaránt megkívánja a beérkező E-mailek és hagyományos levelek gyors és kielégítő feldolgozását. A honlap látogatóitól kapott levelekre az ügyvezetőnek következetesen, udvariasan és lehetőleg – a főszerkesztővel – összhangban kell válaszolnia.

## 46. LEVELEK, E-MAILEK

A közönség levelei szólhatnak a kiadónak általában, vagy az egyes rovatoknak, vagy valamelyik újságírónak, külső szerzőnek. Az utóbbi esetekben az illetékes feladata, hogy a levelekre megfelelő módon válaszoljanak. A szerkesztőknek és a rovatkészítőknek szem előtt kell tartaniuk, hogy a média irattárosa nyilvántartást vezet a beérkezett levelekről. Ez elsősorban a kényes kérdésekben kapott levelekre, valamint a rendszeres levélírók szűk körére vonatkozik.

A szerkesztőségnek címzett levelekkel közvetlenül a kiadó vezetője foglalkozik. A legtöbb rutinjellegű levélre a Párbeszéd rovat vezetője válaszol. A szerkesztők és rovatkészítők a lehető legrövidebb idő alatt reagáljanak, ha a válasz megírásához segítséget kérnek tőlük. A kiadó vezetője felelős az elnöknek, vagy a főszerkesztőnek címzett, valami a két szakembert közvetlenül érintő levelek időben történő megválaszolásáért. A munkatársak nagyon körültekintően kommunikáljanak a levélírókkal. A kiadó ügyvezetője és a stratégiai és marketingvezető levelekre adott válaszainak másolatát minden esetben megküldi a főszerkesztőnek is.

Bizonyos esetekben levélírók közléseivel központilag kell foglalkozni. Évtizedes szerkesztői tapasztalatunk alapján tudjuk, hogy melyek ezek az esetek. Az ilyen, eredetiben vagy másolatban beérkező leveleket a címzett ne válaszolja meg, hanem továbbítsa a kiadó titkárságára. A honlapon közölt válaszoknak tükrözniük kell a média egészének gondolkodásmódját. A szerkesztőség által felkért rovatkészítőknek közvetlenül a főszerkesztőhöz kell benyújtaniuk válaszlevelük tervezetét, jóváhagyásra.

## 47. ROVATOK SZERKESZTÉS

A rovatokat követő érdeklődésre mindig udvariasan, és – erőnk szerint – átfogóan válaszolunk, a médiaetika szokásrendi gyakorlatának megfelelően. A munkatársak azonban kiemelt körültekintéssel járnak el alkalmazottaink vagy partnereink privátcímének, magántelefonszámának közreadása során.

## 48. SZÖVEGEK, KÉPEK

Amikor csak lehetőségünk van rá, adjuk ki az érdeklődőknek a már közölt rovatok írott szövegét. Elsősorban azoknak küldjük meg a cikkek anyagát, akik joggal állítják, hogy közük van a rovathoz, vagy annak témájához. Ugyanígy járunk el azokkal is, akik úgy érzik, hogy a szóban forgó téma rájuk nézve hátrányos volt. Az ilyen kéréseket kezeljük óvatosan.

Csak a korrektúrázott és véglegesített szövegeket rakjuk ki a honlap nyilvános felületeire. Szövegek alapszabály szerint illetékteleneknek nem adhatók ki a megjelenés előtt. Alapszabály szerint udvariasan el kell utasítani azokat a kéréseket, amelyek a háttér-dokumentációkra vonatkoznak. Bármely, nem közvetlen megrendelésére készült szövegvariáns nyilvánosságra kerülése sértheti a szerzői jogokat.

A szerkesztők általános szabályként, saját hatáskörben dönthetnek a rovatban szereplőktől saját szövegükkel kapcsolatban beérkezett kérésekről. (Ha a teljes publikáció szövegét küldjük meg, akkor a partnereink figyelmét kötelező felhívni arra, hogy tartsák tiszteltben a többiek jogait, és az érintettek engedélye nélkül ne hozzák nyilvánosságra az anyagot.

Az ügyvédek megkereséseivel a kiadó vezetője foglalkozik. A sajtótól beérkező kéréseket is a kiadó ügyvezetőjének kell továbbítani. A kiadó vezetőjének joga van közvetlenül az egyes rovatosztályoktól szövegeket bekérni, de ő felelős a szükséges engedélyek beszerzéséért is. Kutatási célú kérésekre különleges eljárás érvényes, ezeket a Tudományos Tanácsadó Testület elé kell utalni. A felmerülő költségek miatt is fontos, hogy – a kérések egységes kezelése érdekében –, minden indokolt megkeresés ehhez a körhöz fusson be.

#### 49. AUTENTIKUS KUTATÁSOKRA VONATKOZÓ KÉRÉSEK

A médium szellemi anyagainak értékesítésével a stratégiai és marketingvezető foglalkozik. A kereskedelmi szempontokon túl vannak szerkesztési és szakmapolitikai megfontolások is. Az együttműködési megállapodások alapján működő hírcseréktől eltekintve, csak akkor adunk ki anyagokat, ha megfelelő, különleges biztosítékot kapunk felhasználásuk körülményeiről. Kivételes esetben a főszerkesztő dönthet úgy, hogy oktatási vagy képzési célra hozzáférhetővé teszi valamely rovat anyagát egy külső szervezet számára.

#### 50. A CIKKEK ELŐZETES MEGTEKINTÉSE

Kívülállóknak rendszerint az alábbi okok egyike miatt engedjük meg, hogy szerkesztés előtt elolvashassanak egy-egy írást. Hírgenerálás, vagy publicitás keltése céljából, illetve – kivételes esetben – a szereplőknek vagy más közreműködőknek adunk lehetőséget ténykérdésekkel kapcsolatos megjegyzésekre. A média saját pr-ét szolgáló ügyek esetében be kell tartani néhány egyszerű szabályt.

A külső pr-ért felelős munkatárssal együttműködve szervezzük meg a megtekintést; ne mutassunk be a cikket túl sokkal az szerkesztés előtt; lehetőleg csak kész, jóváhagyott változatot. Az ellenőrző szűrőkön átment anyagokat mutassunk be, ne pedig olyanokat, amelyeknél még egyéb munkálatok vannak hátra. Nem kell kiadni embargót, ha nem szükséges, vagy ha nem vagyunk biztos a betartásában. Az embargó csábít a megszegésre; ne túlozzuk el a program egyes vonatkozásait a kérdésekre adott válaszokban és a média saját nyilvánosságszervezése során. A szóróanyagaink legyenek ugyanolyan megbízhatóak, mint egy jó cikk. Kritikai és politikai vonatkozású írások előzetes megtekintései problémákat okozhat. Az újságíró a tényleges megjelenés előtt felkérheti a közreműködő politikusokat, hogy reagáljanak az adott írásra, s ezt előzetesen közölheti. Ezért az előzetes megtekintés rendszerint elfogadhatatlan, mert a munkánkba való beavatkozáshoz vezethet. A politikai szempontból kényes, vagy várhatóan társadalmi vitát kiváltó írásokat vagy ne mutassuk be előzetesen, vagy csak a szerkesztés időpontjához közeli napon, vagy közöljük előre, hogy a válaszkritika csak a megjelenés után publikálható. A rovatkészítőknek időnként kényelmes vagy előnyös, hogy a tényleges bemutatás előtt megengedik a megtekintést a szereplőknek vagy a rovatban más módon közreműködő személyeknek, szervezeteknek. Erre csak megállapodás alapján kerülhet sor. Ez a kivételes, nem pedig az általános eljárás. Egyetlen interjúalanynak, vagy más közreműködőnek sincs olyan joga, hogy követelhesse a megtekintést. Az előzetes ismertetés engedélyezésével azonban rovat készítője nem adja fel szerkesztői befolyását és felelősségét.

Ha egy rovatban szereplő szervezet azért kap lehetőséget az előzetes kontrollra, hogy válaszolni tudjon, akkor azt a megjelenés előtti időpontra időzítjük.

## 51. MEGJELENÉS ELŐTTI KONTROLL

Előzetes megtekintések engedélyezésénél vegyük figyelembe az alábbiakat! Mindig számoljunk azzal a kockázattal, hogy kísérlet történik a rovat szerkesztésébe való beavatkozásra. Érdemes vállalni a kockázatot, ha ezáltal egyébként elutasított, fontos interjú elkészítése, vagy információ megszerzése válik lehetségessé. Elfogadható az olyan megállapodás, amikor egy érintett csak a rá vonatkozó részt tekinti meg az írásból; de tegyük egyértelművé, hogy az előzetes bemutatás célja a ténybeli hibák kiigazítása; szögezzük le, hogy minősítés, megítélés dolgában a rovatkészítőé a végső döntés joga; tegyük világossá, hogy a végső szerkesztői ellenőrzés a rovatkészítő joga; lehetőség szerint a felvétel készítése előtt és írásban rögzítsük az ilyen megállapodást. Szervezetek néhanapján, magánszemélyek még ritkábban fellépnek olyan igénnyel, hogy csak abban az esetben működnek közre, vagy jelennek meg a rovatban, ha a velük készített interjút teljes egészében és megszakítás nélkül mutatjuk be, vagy hogy azt más rovatokban ne adjuk le. Az ilyen feltételek általában nem fogadhatók el. Kivételes az olyan megállapodás, hogy egy felvett anyag felhasználását csupán egy meghatározott rovatra korlátozzák. Általános szabály, hogy a kiadó egyik részlege számára rendelkezésre álló anyag a rovat bemutatását követően, vagy olykor már azelőtt is, a többi divízió számára is hozzáférhető. Ha valakit megkörményeznek egy korlátozó feltétel elfogadása végett, konzultáljon a főszerkesztővel. Ritka lehetőség, hogy az írások jövőbeni felhasználásáról a média tájékoztatja az érintett egyént vagy szervezetet.

## 52. NEM SZAKMAI SZERVEZETEK ANYAGAI

A rovatok időnként a tömegkommunikációtól független személyektől vagy szervezetektől is kapnak anyagokat. Bizonyos ilyen anyagok esetében a szokásos szerkesztői megfontolások alapján kell eljárni, például egy földrengés pusztításairól készült amatőr videofelvétel kapcsán. Egy katasztrófa vagy merénylet áldozatairól készített amatőr videofelvétel vagy más anyag megítélését az érzékenység vezérelje, hiszen tapasztalatlanok készítettek, és így gyakran túlzottan, kegyetlenül kifejezők lehetnek. Az illegális csoportoktól származó, vagy törvénytelen tevékenységekkel foglalkozó anyagok különleges elbírálást igényelnek. Ezeket nem elsősorban újdonságértékük miatt kell felhasználni. Bemutatásukat inkább az támasztja alá, hogy olyan információt tartalmaznak, amelyekről a közvéleménynek nyilvánvalóan tudnia kell. Az ilyen anyagok általában váljanak a tényfeltáró és kiegyensúlyozott újságírás részévé, s ne használjuk őket összefüggéseikből kiszakítva, magyarázat nélkül. A rovatok nem köthetnek szerződést ilyen anyagok megszerzésére, és fizetésre sem kerülhet sor. Közölni kell, hogy amint arra lehetőség nyílik, kötelező átadnia az anyagot a rendőrségnek annak közlésével együtt, hogy milyen módon tett szert a dokumentumokra. A nem belső munkatársaktól származó anyagok felhasználásánál minden esetben meg kell valamiképp jelölni a forrást. Egy amatőr videofelvételt is jelölni kell. Ez gyakran játszhat fontos szerepet a tudósítás körülményeinek megítélése során.

## 53. NŐK

Sok nő Magyarországon még ma is úgy érzi, hogy diszkrimináció éri a médiában, és gyakran valóban ez a helyzet. Ezért is fontos szerkesztők megfelelő szóhasználata. A munkahelyek és szerepek leírásánál használjunk olyan fordulatokat, amelyek figyelembe veszik az érintettek érzékenységét. Helytelenek és valószínűleg sértőek azok a rovatok, amelyek megfontolatlan módon leszűkített vagy másodlagos szerepekben ábrázolják a nőket. Számos esetben lényegtelen, hogy a szóban forgó személy nő-e vagy férfi. Kerüljük el az olyan kifejezéseket és gesztusokat, helyzeteket, amelyek ősdi és lealacsonyító sztereotípiákat idéznek fel.

## 54. OBSZCENITÁS, KÁROMKODÁS

A káromkodások visszatetszést keltenek. Abszolút szabályok nincsenek, de a rovatdöntések kapcsán kötelező megfontolni az alábbiakat: milyen rovatban és összefüggésben jelenik meg a szó vagy a kép; melyik programban és milyen időpontban sugározzuk; mi a téma. (Egy AIDS-el foglalkozó szerkesztés, például, szükségképp tartalmazhat olyan anyagokat, amelyek a közönség jelentős részében visszatetszést kelthetnek). Ha nem vagyunk biztosak a dolgunkban, forduljunk tanácsért a főszerkesztőhöz, vagy a Tudományos Tanácsadó Testület tagjaihoz. Ocsmány káromkodások közreadása esetében kötelező kikérni a jóváhagyást. (Ilyen volt például Pörzse Sándor – a Jobbik parlamenti képviselőjének –, trágár bekiabálása a Magyar Parlament ülésén, 2010. november 09-én.)



## 55. ÖREGEK

A rovatkészítők súlyos hibát követnek el, ha olyan látszatot keltenek, hogy az „elaggottak” vagy „az öregek otthona” köti le a figyelmüket. Az általános helyzetet és az egyedi eseteket egyaránt be kell mutatni. Az idős korosztálytagjaival nem szabad úgy bánni, hogy úgymint csak „öregek”, „aggastyánok”, vagy ami még rosszabb, „öregek és zavaros gondolkodásúak”.

## 56. PÁRTATLANSÁG

A szerkesztés egyik legfontosabb szempontja a pártatlanság. A publikációk szerkesztési gyakorlatának végső soron a nemzet egészét kell szolgálnia. Ez azt jelenti, hogy ismerjük és becsüljük az emberek százazreinek egymástól különböző ízlését, véleményét és gondolkodásmódját. Mindez erőfeszítést és képzelőerőt kíván. Minden rovatvezető kísérelje figyelemmel és dolgozza fel a területére tartozó jelentősebb társadalmi tevékenységeket, és irányzatokat. Az objektív tényközlő rovatok készítői legyenek nagyon körültekintőek és igényesek. A hírekkel kapcsolatos döntéseket a legmagasabb szintű szakértelem hassa át. Az események feldolgozásához kötelezően hozzátartozik az elmélyült vizsgálódás. Óvakodjunk a gyors és leegyszerűsítő jellegű, közkeletű feltételezésektől. Gyakran kell tudósítanunk arról, hogy egy vitában vagy esemény kapcsán mi a véleménye az érintett intézményeknek, és a fontosabb résztvevőknek. A jó tudósítás azonban nem elégszik meg ennyivel. Olyan intelligens és jól informált beszámolót kell adnunk, hogy ennek alapján a közönség véleményt tudjon formálni. Az újságíró hangot adhat értékelő véleménynek, de tilos a megfellebbezhetetlen vagy más nézeteket figyelmen kívül hagyó állásfoglalás. Az értékelő vélemény akkor a leginkább helyénvaló, ha egy tapasztalt állandó szerző, vagy kommentátor tekintélye és szavahihetősége, s az érthetően bemutatott tények támasztják alá. Az értékelő véleménynek a közönség szemében is lényeglátónak és tisztességesnek kell lennie. A pártatlan rovatai alapján az olvasók, vagy a honlap látogatói ne érezzék, hogy a szerzőnek elfogult a személyes véleménye a szóban-forgó ügyről. A rovatvezetők, az újságírók és a partnereik nem kelthetik azt a benyomást, hogy már eleve megvolt az értékítéletük a szóban forgó témáról. Nem engedhető meg, hogy a nyilvánosság egy-egy meghatározott állásponttal azonosíthassa a szerkesztőket, és a szerzőket a rovataik szempontjából jelentős kérdésekben. Az interjúkérdések sem nyíltan, sem burkoltan nem tartalmazhatnak szélsőségesen elfogult véleményt. Lehetnek bennük szubjektív megjegyzések, amelyek segítik megmagyarázni vagy elemezni a problémákat, de csak akkor, ha nem fejeznek ki sem nyílt, sem rejtett személyes elfogultságot. A képeket, grafikonokat és más szemléltető anyagokat is pártatlanul kell megválasztani és közreadni.



3. ábra. Az Illusztráció Fuchs Tamás fotóművész munkája<sup>4</sup>

**ÖSSZEFOGLALÁS** Egy független újságírónak nem kell föltétlenül gondoskodnia arról, hogy minden egyes cikkben, vagy híryanagban megszólalhasson valamennyi érintett fél. Lehet helyénvaló a téma szűk fókuszba állítása is. De az esemény ismertetését és az interjúalanyok kérdésésének módját ilyenkor is a pártatlanság szellemének kell meghatározni. A főszerkesztő, a szerkesztők, és állandó tudósítók kötelesek gondoskodni arról, hogy egy ésszerű időszakon belül eleget tegyenek a témájukkal kapcsolatos sokféle nézet és érdekek bemutatásának. Nem elfogadható álláspont, hogy más közlési eszközök majd gondoskodnak az egyensúlyt megteremtő nézetek kifejezéséről.

Vannak azonban olyan esetek, amikor valamennyi fontos nézetnek helyet kell kapnia egyetlen rovatban, vagy azért mert valószínűtlen, hogy egyhamar visszatérjen a témára, vagy pedig a probléma különlegesen kényes és sürgető volta miatt.

<sup>4</sup> Forrás: PR Herald (www.prherald.hu) szerkesztőségi archívum. 2010. november 09.

A leggondosabban azokkal a bonyolult problémákkal kell foglalkoznunk, amelyekről komoly és mással perlekedő állítások hangzanak el. A rövid tudósításokból építkező hír- és magazinrovatokban rendszerint egy bizonyos időszak alatt, az események fejlődésének megfelelően, apránként dolgozzuk fel teljesen a témát. Az elemző rovatokban kezdettől fogva legyen világos az átfogó szándék. Konkrétan kell törekednünk arra, hogy egy rovatban, vagy egy tervezett sorozatban vegyük figyelembe mindegyik felet. Még ha nem is lehet minden aspektust részletekbe menően megvizsgálni, akkor is tükrözni kell mindegyiket. Bármely vizsgálódásnak messzemenően figyelembe kell vennie az összefüggéseket. Lehet, hogy ehhez nem elegendő a szokásos energiaráfordítás. Meg kell fontolni további információ-feltárással foglalkozó személyek bevonását. A szerkesztőknek elegendő időt kell kapnia a téma alapos vizsgálatára.

Ha az anyagot már összegyűjtöttük, a végső formába öntés a szokásosnál több időt igényelhet. A rovat korai szakaszában kell bevonni a főszerkesztőt. Ha egy téma rendkívüli mértékben ellentmondásos, csak a nyilvánvalóan pártatlan feldolgozás mutathatja be és elemezheti megbízhatóan az eseményeket.

A rovatnak minden vonatkozásában – az írott szövegtől az interjúk kérdésein át az anyag kiválasztásáig – meg kell tudnia győzni a közönséget arról, hogy a problémát elfogulatlanul, előre megfogalmazott végkövetkeztetések nélkül, tisztességesen tártuk fel.

Még apróságok is olyan színben tűnhetnek fel, mintha egy előzetesen meglévő álláspontról árulkodnának, különösen, ha megismétlődnek. A „De...” vagy más kifejezések szükségtelen használata például ellenségesnek vagy elutasítónak látszódhat.

A kommentárok legyenek nagyon körültekintőek, hogy ne tartalmazzanak a tények által nem tökéletesen igazolt, átfogó vagy részletes következtetéseket.

A bonyolult, s különösen a gyorsan lezajló események szemtanúit ne tekintsük, és ne mutassuk be kétségbevonhatatlanul megbízhatóként. Még a gyakorlott megfigyelők beszámolóit is el szoktak térni egymástól. Ha egy szemtanú állítását nem lehet megerősíteni, akkor ezt egyértelműen közölni kell! Fenntartással kell kezelni az ismeretlen személyazonosságú tanúkat, és azokat a személyeket, akik „csak háttér-információként” hajlandók megfigyeléseiket közölni.

## TANULÁSIRÁNYÍTÓ

A sajtóról az 1986. évi II. törvény (Stv.), valamint a végrehajtásáról szóló 12/1986. (IV. 22.) Minisztertanácsi rendelet rendelkezik. E jogszabályok megalkotásakor, a rendszerváltozás előtt, a média, így a sajtó is — szinte kizárólagos — állami tulajdonban voltak.

A magyarországi sajtó szervezetének kialakítása, működtetése és finanszírozása egyaránt állampárti iránymutatások, párthatározatok formájában történt. Ugyanakkor közvetlen cenzúra nem érvényesült, a nyolcvanas évekre az „öncenzúra” határozta meg a sajtószabadság határait.<sup>5</sup>

### A SAJTÓTÖRVÉNY

A sajtótörvény nem az alkotmány sajtószabadságot deklaráló kiindulási pontjából, hanem a tájékoztatás feladatából indul ki.

Stv. 2. § (1) A Magyar Köztársaságban mindenkinek joga van arra, hogy tájékoztatást kapjon szűkebb környezetét, hazáját, a világot érintő kérdésekben. A sajtó feladata — a hírközlés más eszközeivel összhangban — a hiteles, pontos és gyors tájékoztatásról való gondoskodás.

Ezt nem csupán önállóan, de a különféle szervezetek támogatásával kell elérnie.

Stv. 4. § (1) A hiteles, pontos és gyors tájékoztatást az állami szervek, a társadalmi szervezetek és az egyesületek a saját kezdeményezéseikkel, továbbá a szükséges felvilágosításoknak és adatoknak a sajtó rendelkezésére bocsátásával kötelesek elősegíteni.

Különleges — nehezen értelmezhető, s még nehezebben ellenőrizhető, számonkérhető — feladatot is meghatároz a törvény: "A sajtó segítse elő a társadalmi jelenségek közötti összefüggések megértését." (Stv. 2.§ (3)).

Azonban a tájékoztatásnak természetes korlátai vannak!

Stv. 3. § (1) A sajtószabadság gyakorlása nem valósíthat meg bűncselekményt, vagy bűncselekmény elkövetésére való felhívást, nem sértheti a közérkölcset, valamint nem járhat mások személyhez fűződő jogainak sérelmével.

Ezeknek a korlátoknak az értelmezése, tartalommal való kitöltése számos bírósági eljárás, eseti döntés, valamint Polgári Kollégiumi határozat során alakul(t) ki.

További korlátokat a sajtótermékek terjesztésére is meghatároz a törvény:

<sup>5</sup> Forrás: Dr. Száldobágyi Zsigmond Csongor: 1556\_06\_008 SZT–elem, NSZFI, 2010

Stv. 17. § (1) Nem szabad nyilvánosan közölni azt a sajtóterméket,

- a) amelynek elkobzását a bíróság vagy a szabálysértési hatóság elrendelte,
- b) amelyet a büntető ügyben eljáró vagy a szabálysértési hatóság lefoglalt addig, amíg a lefoglalást meg nem szüntetik,
- c) amelynek nyilvános közlését az ügyész felfüggesztette vagy a bíróság megtiltotta,
- d) amelyről a szerkesztésre és a kiadásra vonatkozó legfontosabb adatok hiányoznak.

A sajtótörvény szabályozási körébe vonta a sajtótermékek definiálását; a kiadással, a kiadásra való jog meghatározásával, a sajtó szervezeti rendjével, az újságírókkal kapcsolatos szabályok megalkotását.

A törvény alkalmazásában sajtóterméknek számít:

Stv. 20.§ b) sajtótermék: az időszaki lap egyes lapszámai, a rádió- és a televízióműsor, a könyv, a röplap és az egyéb szöveges kiadvány – ide nem értve a bankjegyet és az értékpapírt –, a zeneművet, a grafikát, rajzot vagy fotót tartalmazó kiadvány, a térkép, a nyilvános közlésre szánt műsoros filmszalag, videokazetta, videolemez, hangszalag és hanglemez, továbbá bármely más tájékoztatást vagy műsort tartalmazó, nyilvános közlésre szánt technikai eszköz;

f) időszaki lap: az a napilap, folyóirat és egyéb lap, valamint ezek melléklete, amely egy naptári évben legalább egyszer megjelenik, azonos címmel és tárgykörrrel kerül kiadásra, évfolyamszámmal, sorszámval, keltezéssel van ellátva, és akár eredeti szerzői alkotásként, akár átvett fordításként az újságírói, az írói vagy a tudományos műfaj körébe tartozó írásművet (hírt, tudósítást, cikket, riportot, tanulmányt, verset, elbeszélést stb.) fényképet, grafikát, karikatúrát vagy rejtvényt közöl.

Korlátozások érvényesülnek az egyes sajtótermékek viszonyában. Hiszen egyfelől:

Stv. 12. § (1) Mindenkinek jogában áll sajtóterméket előállítani és nyilvánosan közölni.

Ez azt jelenti, hogy szabadon alapítható gazdasági társaság, vagy más szervezet, mely sajtóterméket jelentet meg, illetve erre magánszemélynek is minden előzetes feltétel teljesítése nélkül lehetősége van. Ám az időszaki kiadványok előállítására és nyilvános közlésére csak előzetes bejelentést követően kerülhet sor.

A sajtótörvény megemlékezik két fontos intézményről:

- Magyar Távíráti Iroda;
- kötelespéldány szolgáltatási kötelezettség.

A Magyar Távirati Iroda, az Országgyűlés által alapított Közzolgálati Közalapítvány kizárólagos tulajdonában álló egyszemélyes részvénytársaság működéséről, szervezeti felépítéséről és feladatairól az "1996. évi CXXVII. törvény a nemzeti hírügynökségről" rendelkezik. Feladata a sajtó hiteles hírekkel való ellátása. Ennek érdekében kiterjedt belföldi és külföldi tudósítói hálózattal rendelkezik, valamint híreket vásárol más hírügynökségektől is. E feladatot eredetileg a Kormány felügyelete alatt látta el (a 1037/1986. (VI. 26.) MT határozat alapján), amíg azt az Alkotmánybíróság alkotmányellenesnek nem minősítette 1995-ben (61/1995. (X. 6.) AB határozat). Az alkotmányellenesség legfőbb indítéka a meghatározó befolyás, melyet mint felügyelő szerv érvényesíthetett.

A hírügynökségek alkotmányos működésének feltételeként a törvénynek ki kell zárnia, hogy a közzolgálati hírügynökségben akár az állam szervei, akár egyes társadalmi csoportok a hírszolgáltatási tevékenység tartalmára meghatározó befolyást gyakorolhassanak. Az Alkotmány ugyanis, miként a rádió és a televízió esetében, úgy a hírügynökségek tekintetében is megköveteli mind az államtól, mind pedig az egyes társadalmi csoportoktól, illetve azok szervezeteitől való szabadságot.

Az állami szervektől való szabadság követelménye a törvényhozással és a Kormánnyal szemben egyaránt fennáll, egyikük sem juthat a hírszolgáltatás tartalmát befolyásolni képes szervezetben meghatározó befolyáshoz, ahogy egyébként politikai pártok, érdekképviselői szervezetek befolyása sem lehet meghatározó.

**A hírügynökségi munkáról tanultak alapján írja le, hogy mire kell ügyelni a sajtóközlemények szerkesztőségi átvétele során!**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## MÉDIATÖRVÉNY

Bár a Magyar Rádió és a Magyar Televízió már a rendszerváltozás előtt meghatározó szereplője volt a közvélemény alakításának, jogi szabályozottsága meglehetősen csekélyre sikeredett. Egyes minisztertanácsi határozatok (pl.: 1047/1974) inkább a pártállami elvárásokat rögzítették. A sajtótörvény 1986-ban az első törvényi szintű jogforrásként felemlíti, de ekkor is csak felületes szabályozás történt. S ennek is inkább a gomba módra szaporodó helyi stúdiók megregulázása volt a célja.

A rendszerváltozás során folyamatosan megfogalmazódott az igény egy jogállami szabályozás létrehozására. A pártok közötti erőviszonyok azonban csak egy konszenzust tudtak kialakítani: e törvény kétharmados jellegét. S aztán épp ez lett a gátja a jogszabály megalkotásának.

Hosszú küzdelmek árán 6 év után, 1995. december utolsó napjaiban fogadták el az 1986. évi I. törvényt a rádiózásról és a televíziózásról.

Bár közkedvelt néven: médiatörvény, valójában (és pontosan) az 1996. évi I. törvény a rádiózásról és televíziózásról. Hatálya azonban a címnél némileg tágabb: az kiterjed a műsorszolgáltatásra és az ezzel összefüggő műsorterjesztésre is — a Magyar Köztársaság területén működő szervezetek esetén.

### A.) Írott, kontra elektronikus közlés

Ezzel az élet egy új területére tör be a részletes, sokszor inkább a megalkotásának körülményeit tükröző jogi szabályozás. Amíg hosszú évszázadokon keresztül a szóbeli véleményformálást csupán a sajtó írásos volta törte át, azt mára jelentőségében messze felülmúlta a rádió és a televízió térnyerése. Ezt sok társadalmi változás mellett elősegítette, hogy — bár a világon a népesség egyre nagyobb arányban részesül iskolai képzésben, így írástudóvá válik —, ám ezeknek a médiumoknak az üzenetéhez még erre a terjedő tudásra sincs szükség. Elegendő a hang és a vizuális információ, élmény befogadása. Ennek a politikában is messzemenő következményeit már a XX. század közepétől az amerikai, majd más országok választási kampányaiban is kihasználják — nálunk is ez vált a politikai kommunikáció fő terepévé.

Ugyanakkor más a gondolathordozó eszköz elérhetősége. Amíg a papírból csupán az anyagi források befolyásolják a felhasznált mennyiséget, s reciklálhatósága, egyszerű előállítási technológiája miatt ez egyre alacsonyabb áron való elérhetőséget jelent, az elektronikus médiák számára a hordozó frekvenciák nem állnak korlátlanul rendelkezésre. S ez elsősorban a földfelszíni szabad sugárzású adókra érvényes. Ugyan összetettebb technológiákkal (digitális műsorszórás, műholdas közvetítés) növekszik a kiosztható csatornák száma, ám ehhez megfelelő végponti berendezésekre van szükség. A frekvenciák kiosztását — a hullámterjedés fizikai jellemzőinek figyelembe vételével — pedig nemzetközi egyezmények szabályozzák.

Az eltérő szolgáltatói helyzet eltérő szabályozást igényel. Ez már a 2.§ értelmező rendelkezéseiből is kitűnik — az írott sajtó közérthető fogalmai helyett itt részletesen definiált, a köznyelvitől eltérő jelentéstartalommal megjelenő kifejezésekkel, fogalmakkal találkozunk.

A média hatalmát leginkább mégis az alapelveket megfogalmazó rész mutatja — nem lehetőségeivel, hanem a reá rótt korlátok miatt:

Média tv. 3. § (1) A Magyar Köztársaságban a műsorszolgáltatás — e törvény keretei között — szabadon gyakorolható, az információk és a vélemények műsorszolgáltatás útján szabadon továbbíthatók, a nyilvános vételre szánt magyarországi és külföldi műsorok szabadon vehetők. A műsorszolgáltató — a törvény keretei között — önállóan határozza meg a műsorszolgáltatás tartalmát, és azért felelősséggel tartozik.

(2) A műsorszolgáltató köteles tiszteletben tartani a Magyar Köztársaság alkotmányos rendjét, tevékenysége nem sértheti az emberi jogokat, és nem lehet alkalmas a személyek, nemek, népek, nemzetek, a nemzeti, etnikai, nyelvi és más kisebbségek, továbbá valamely egyház vagy vallási csoport elleni gyűlölet keltésére.

(3) A műsorszolgáltatás nem irányulhat semmilyen kisebbség, sem bármely többség nyílt vagy burkolt megsértésére, kirekesztésére, annak faji szempontokon alapuló bemutatására, elítélésére.

4. § (1) A közérdeklődésre számot tartó hazai és külföldi eseményekről, vitatott kérdésekről a tájékoztatásnak sokoldalúnak, tényyszerűnek, időszerűnek, tárgyilagosnak és kiegyensúlyozottnak kell lennie.

(2) A műsorszolgáltatásban közzétett műsorszámok összessége, illetőleg ezek bármely tartalom vagy műfaj szerinti csoportja nem állhat párt vagy politikai mozgalom, illetve ezek nézeteinek szolgálatában.

(3) A műsorszolgáltató politikai tájékoztató és hírszolgáltató műsorszámaiban műsorvezetőként, hírolvasóként, tudósítóként rendszeresen közreműködő munkatársak — a munkavégzésükre irányuló jogviszonyuktól függetlenül — műsorszolgáltatónál politikai hírhez véleményt, értékelő magyarázatot — kivéve a hírmagyarázatot — nem fűzhetnek.

(4) A műsorban közzétett hírekhez fűzött véleményt, értékelő magyarázatot e minőségének és szerzőjének megnevezésével, a hírektől megkülönböztetve kell közzétenni.

Az említett könnyű hozzáférés a befolyásszerzés kirívóan könnyű terepévé vált nem csupán a reklámok, de a világnézeti, vallási, tudományos és társadalmi nevelésben is. Mivel a gyermekeket a legkönnyebb befolyásolni, illetve védtelenségüket kihasználni, ezért számos korlátozó szabály biztosítja a közlés etikáját. Ennek egyik eszköze a műsorszámok tartalmi szempontok szerinti kategorizálása.



Média tv. 5/A. § (1) A műsorszolgáltató — a műsor-előzetes, a hírműsorszám, az időszerű eseményekkel foglalkozó műsorszám, a sportműsorszám valamint a reklám kivételével — valamennyi, általa közzétenni kívánt műsorszámot a közzétételt megelőzően az 5/B. § szerinti kategóriák valamelyikébe sorolja.

(2) A műsor-előzetes nem tehető közzé olyan időszakban, amikor az általa bemutatott, ismertetett műsorszám nem lenne közzétehető.

(3) Időszerű eseményekkel foglalkozó műsorszám, sportműsorszám, illetve reklám nem tehető közzé olyan időszakban, amelyben tartalmának megfelelő kategóriába sorolása esetén közzétételének — előre láthatóan — nem lenne helye.

5/B. § (1) Azt a műsorszámot, amely korhatárra tekintet nélkül megtekinthető, az I. kategóriába kell sorolni.

(2) Azt a műsorszámot, amely tizenkét éven aluli nézőben félelmet kelthet, illetve amelyet koránál fogva nem érthet meg vagy félreérthet, a II. kategóriába kell sorolni. Az ilyen műsorszám minősítése: tizenkét éven aluliak számára a megtekintése nagykorú felügyelete mellett ajánlott.

(3) Azt a műsorszámot, amely alkalmas a tizenhat éven aluliak fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására, különösen azért, hogy közvetett módon utal erőszakra, illetve szexualitásra, vagy témájának meghatározó eleme az erőszakos módon megoldott konfliktus, a III. kategóriába kell sorolni. Az ilyen műsorszám minősítése: tizenhat éven aluliak számára nem ajánlott.

(4) Azt a műsorszámot, amely alkalmas a kiskorúak fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására, különösen azért, hogy meghatározó eleme az erőszak, illetve a szexualitás közvetlen, naturális ábrázolása, a IV. kategóriába kell sorolni. Az ilyen műsorszám minősítése: tizenhét éven aluliak számára nem ajánlott.

(5) Azt a műsorszámot, amely alkalmas a kiskorúak fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésének súlyosan kedvezőtlen befolyásolására, különösen azért, hogy pornográfiát vagy szélsőséges, illetve indokolatlan erőszakot tartalmaz, az V. kategóriába kell sorolni.

5/C. § (1) A II. kategóriába sorolt műsorszám tizenkét éven aluliaknak szánt műsorszámként, illetve ilyen műsorszámok között nem tehető közzé, egyébként megfelelő jelzéssel bármikor közzétehető.

(2) A III. kategóriába sorolt műsorszám megfelelő jelzéssel ellátva 21.00 és 05.00 óra között tehető közzé.

(3) A IV. kategóriába sorolt műsorszám csak 22.00 és 05.00 óra között tehető közzé, megfelelő jelzés feltüntetése mellett.

(4) Az V. kategóriába sorolt műsorszám nem tehető közzé.

5/D. § (1) Műsorszám - e törvényben meghatározott kivételekkel — csak a kategóriájának megfelelő módon tehető közzé.

(2) A műsorszám közzétételének kezdetekor közölni kell annak minősítését.

(3) Az egyes műsorszámok közzétételekor a kategóriájuknak megfelelő jelzést piktogram formájában a képernyő valamelyik sarkában is meg kell jeleníteni úgy, hogy az a műsorszám teljes időtartama alatt látható legyen. Az I. kategóriába tartozó műsorszámok esetében a jelzést nem kell feltüntetni. Rádiós műsorszolgáltatóknál jelzést nem kell alkalmazni.

Számos, a műsorszolgáltatókat elmarasztaló döntés oka e szabályok megsértése. A fogyasztók birkaságát (tehát e szabályozás okát) mi sem jelzi jobban, mint az egyes televíziós csatornák "elsötétítés" alatti nézettsége...

Azonban ezeknek a határoknak a megtartása nem esik egybe a szolgáltatók üzleti érdekeivel, így számos módon kijátszani igyekeznek. Ezt segíti a társadalmi közfelfogásban az egyes események, cselekmények megítélésének oldódása is. Azok az etikai normák, melyek alapján az előző generációk nevelkedtek (az erőszak, a nyílt szexualitás, stb. megítélése szempontjából) az angolszász kultúra rendszerváltozás utáni dömpingje hatására elenyésztek.

## B.) Irányító felügyelet

Sokáig kérdés volt, hogy kinek joga irányítani a rádiók, televíziók működését. Történtek kísérletek a kormány hatáskörébe szervezésre is, mely nyilvánvalóan — a választások nyertesének megfelelő politikai légkört erősítve — a sajtószabadság megnyirbálása lett volna. Az Alkotmánybíróság is kimondta ennek alkotmányellenességét 1992-ben (37/1992 (VI. 10.) AB határozat). Érdemes nem csupán a döntést, hanem annak művés indoklását is felidézni (s bár e helyütt csak a médiatörvény szabályozási körébe tartozóan idézünk, a sajtóra vonatkozó megállapításai is máig hatóak):

A véleménynyilvánítási szabadságot a rádió és televízió esetében azonban jogilag részletesen szabályozott szervezeti megoldásokkal kell biztosítani. A szervezeti megoldások alkotmányosságát az minősíti, hogy elvileg képesek-e biztosítani a társadalomban meglévő vélemények teljes körű, kiegyensúlyozott arányú és valóság-hű kifejezésre jutását, valamint a közérdeklődésre számot tartó eseményekről és tényekről való elfogulatlan tájékoztatást.

Az elvi lehetőség természetesen nem garantál tényleges függetlenséget — ez már nem jogi, hanem erkölcsi kategória.

## C.) Műsorszolgáltatók típusai

A médiatörvény két szolgáltatói típust határoz meg eltérő kötelezettségekkel:

- közszolgálati;
- nem közszolgálati (köznyelvben: kereskedelmi).

Közszolgálatiak a Magyar Rádió Zrt., a Magyar Televízió Zrt. és a Duna Televízió Zrt.

Más szempontú osztályozás szerint:

- közszolgálati műsorszolgáltató (a közszolgálat meghatározó szereplője);
- közműsor-szolgáltató (a közszolgálati műsorok vannak többségben saját szabályzata alapján).

Mindkettő számára kötelező elvárás:

A közszolgálati műsorszolgáltató és a közműsor-szolgáltató különösen köteles a nemzet, a nemzeti, az etnikai, a nyelvi és más kisebbségek méltóságát és alapvető érdekeit tiszteletben tartani, nem sértheti más nemzetek méltóságát.

#### D.) ORTT, Médiatanács

Az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) feladata volt az alkotmányban meghatározott elvek érvényesítése, valamint a műsorszolgáltatásra vonatkozó szabályok betartásának ellenőrzése. E testület függetlenségét is igyekeztek körülbástyázni különféle szabályokkal.

A **2010. évi LXXXII. törvény** a felügyeleti jogosultságokat alaposan átalakította. Az Országos Rádió és Televízió Testület helyébe a Médiatanács lépett, melynek a jogszabály szerint a fő feladata:

##### Média tv. 31.§ (3) A Médiatanács

a) a tájékoztatási monopóliumok lebontásával és újak létrejöttének megakadályozásával, a műsorszolgáltatók piacra lépésének és függetlenségének elősegítésével védi és biztosítja a szólásszabadságot, ennek érdekében ellátja a médiapiac és a szomszédos piacok felügyeletét, elemzi az érintett piacokon fennálló versenyt, illetve annak hatékonyságát, azonosítja az egyes érintett piacok szereplőit, és meghozza a törvényben szabályozott monopóliumellenes hatósági döntéseket;

b) figyelemmel kíséri a sajtószabadság alkotmányos elveinek érvényesülését, erről tájékoztatást ad az Országgyűlésnek.

A Tanács tagjainak függetlenségét hivatott biztosítani, hogy:

Média tv. 31.§ (4) A Médiatanács és tagjai csak a törvénynek vannak alárendelve, és tevékenységük körében nem utasíthatók.

Azonban a kinevezési rendszer feltételei miatt (is) számos támadás célpontjává vált az új testület.

A Médiatanács mellett működő Panaszbizottság segíti a kiegyensúlyozott tájékoztatás követelményeinek betartását.

**Milyen aktuális jogszabályi változások történtek a médiatörvény hatálybalépése óta!**

<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
---

**E.) Reklám**

A sajtótermékek esetében a reklámok gátja nem annyira jogszabályi, mint értékesíthetőségi kérdés: ha nincs tartalom, a fogyasztó nem vásárolja meg az adott sajtóterméket.

Azonban a kínálat említett szűkösége folytán ez az elv nem érvényesíthető az elektronikus szolgáltatások esetében. Ezért a médiatörvény határokat szab. Két kategóriát különböztet meg, eltérő szabályok felállításával:

- reklámok;
- támogatott műsorszámok.

A reklámkorlátok részben a reklámozás időtartamával, részben tartalmával kapcsolatban is szigorú szabályokat állapítanak meg. (Ennek következménye, hogy az egymást bemószeroló kereskedelmi csatornák munkatársai — a másik csatorna műsorát — stopperrel a kézben kísérik figyelemmel: szabálysértés, s retorziót remélve.)

A támogatott műsorok esetében a fő tilalomfák:

- közvetlenül a műsorszámhoz kapcsolódóan meg kel nevezni a támogatót;
- párt, politikai mozgalom nem lehet támogató (s a támogató nevében sem szerepelhet párt neve, jelszava, emblémája);
- nem reklámozható termék előállítója, nagykereskedelmi forgalmazója, vele kapcsolatos szolgáltatás nyújtója sem jelenhet meg támogatóként.

A reklámtevékenységet külön törvény szabályozza: az 1997. évi LVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenységről helyébe a 2008. évi XLVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól lépett.

## ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

### 1. feladat

Melyik a 4 legfontosabb szabályozó elve egy médiaszerkesztőség Médiaetikai Kódexének?

- 1.) \_\_\_\_\_
- 2.) \_\_\_\_\_
- 3.) \_\_\_\_\_
- 4.) \_\_\_\_\_

### 2. feladat

Ki kérhet sajtó-helyreigazítást és hogyan?

---

---

---

---

### 3. feladat

Gondolja végig a mindennapi újságírói tevékenység során megsérthető lehetséges médiaetikai helyzeteket! Említsen legalább 10 normasértési esetet, és írja le azokat a következő szabadon hagyott helyre!

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_
8. \_\_\_\_\_
9. \_\_\_\_\_
10. \_\_\_\_\_

**4. feladat**

Melyek a műsorszolgáltatók típusai?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. feladat

Sorolja fel a médiajogot szabályozó alapvető törvényeket és azokat kiegészítő egyéb, releváns jogforrásokat!

- 1.) \_\_\_\_\_
- 2.) \_\_\_\_\_
- 3.) \_\_\_\_\_
- 4.) \_\_\_\_\_
- 5.) \_\_\_\_\_
- 6.) \_\_\_\_\_

## MEGOLDÁSOK

### 1. feladat megoldása

Egy médiaetikai kódex – közvetlenül vagy áttételesen –, a következő négy alapelvre épül:

1. · szakmai tisztesség,
2. · politikai és világnézeti függetlenség,
3. · megbízhatóság,
4. · és szociális érzékenység.

### 2. feladat megoldása:

Sajtó-helyreigazítást az kérhet, akinek a személyére a sajtóközlemény — akár nevének megjelölésével, akár egyéb módon — utal, vagy akinek a személye a sajtóközlemény tartalmából felismerhető (PK 13.). Mivel a személyhez fűződő jogokat csak személyesen lehet érvényesíteni, ezért sajtó-helyreigazítást is csak az kérhet, akire a kifogásolt közlés vonatkozik, vagy akinek a személyét a közlemény érinti. Jogi személy is kérhet sajtó-helyreigazítást ha a közlemény a tevékenységére vonatkozik; ám ha a jogi személy valamely tagjára, csupán e tag fordulhat a közlés ellen.

### 3. feladat megoldása

Embargó sértés

Hamis tényállítások

Manipuláció az illusztrációkkal

Csúsztatás, ferdítés

Kétértelmű megfogalmazások

Információforrás védelmi elvének megsértése

Magánélet védelmi elvének megszegése

Bizalmas információk – beleegyezés nélküli –, kiszivárogtatása

Lejáratási kampányokban történő közreműködés

A pártatlanság elvének be nem tartása



#### 4. feladat megoldása

A médiatörvény két szolgáltatói típust határoz meg eltérő kötelezettségekkel:

- közszolgálati;
- nem közszolgálati (köznyelvben: kereskedelmi).

Közszolgálatiak a Magyar Rádió Zrt., a Magyar Televízió Zrt. és a Duna Televízió Zrt.

Más szempontú osztályozás szerint:

- közszolgálati műsorszolgáltató (a közszolgálat meghatározó szereplője)
- közműsor-szolgáltató (a közszolgálati műsorok vannak többségben saját szabályzata alapján).

#### 5. feladat megoldása

A médiajog szakterületének három legfontosabb, közvetlen jogforrása:

**A 2010. évi LXXXII. törvény**

**az 1986. évi II. törvény a sajtóról, és**

**az 1996. évi I. törvény a rádiózásról és televíziózásról.**

További törvények, melyek értelmezik és kiegészítik ezt a jogterületet:

- **1959. évi IV. törvény a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről, valamint az 1952. évi III. törvény a polgári perrendtartásról;**
- **1978. évi IV. törvény a Büntető Törvénykönyvről és az 1998. évi XIX. törvény a büntetőeljárásról;**
- **1999. évi LXXVI. törvény a szerzői jogról;**
- **2008. évi XLVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól.**

**IRODALOMJEGYZÉK****FELHASZNÁLT IRODALOM**

Bajomi-Lázár Péter: Média és társadalom. Budapest: PrintXBudavár Zrt. & Médiakutató Alapítvány. 2008

Rivers, William L. – Mathews, Cleve: Médiaetika. Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest, 1999

Rivers, William L. Médiaetika [ford. Doubravszky Sándor, Jánossy Ilona]. Budapest, Bagolyvár Kiadó, 1993. 366 p.

Silverstone, Roger: Miért van szükség a média tanulmányozására? Budapest: Akadémiai Kiadó. 2008

Székely László dr.: Magyar sajtójog. A Magyar Újságírók Országos Szövetsége – Bálint György Újságíró Iskola kiadása, Budapest, 1997

Száldobágyi Zsigmond Csongor Dr.: 1556\_06\_008 SZT-elem, NSZFI, 2010

**AJÁNLOTT IRODALOM**

Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás: Média-nyilvánosság-közvélemény. Budapest: Gondolat. 2007

Babbie, Earl: A társadalomtudományi kutatás gyakorlata, Balassi Kiadó, Budapest, 1998

Barratt, Michael: Médiaszereplés felsőfokon egy bennfentes útmutatója [ford. Doubravszky Sándor, Jánossy Ilona]. Budapest, Bagolyvár Kiadó, 2001. 156 p.

Bérces Zoltán: A szolgáltatások szabad áramlása az Európai Közösségben. Jura, 1996. május

Bethlenfalvy Gábor: Sajtókapcsolati műhelytitkok. Budapest, Bagolyvár Kiadó, 2000.

Császi Lajos: Médiakutatás a kulturális fordulat után. Médiakutató, ősz. 93–108. o. 2008

Cseh Gabriella – Sükösd Miklós: A médiatörvény, és ami utána következik. Budapest: OSI/Alkotmány és Jogpolitikai Intézet, 1997

Csigó Péter: Közéleti diskurzusok és identitások a népszerű média terében. Miért nincs hatásuk a kereskedelmi híradóknak? Médiakutató, 2005. tél, 33–57. o.

Eco, Umberto: Már nem átlátszó a képernyő. Az új középkor. Budapest: Európa Könyvkiadó. 1992

- Fülöp Géza: Sajtótörténet, sajtóismeret. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, 1993. 94 p.
- Fürtös László – Szokolczai Árpád: Értékek változásai Magyarországon 1978–93. Szociológiai Szemle, 1994. január
- Gerbner, George: A média rejtett üzenete. Budapest: Osiris & MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport. 2000
- Gerbner, George: A média rejtett üzenete: válogatott tanulmányok. [ford. Nagy Zsolt]. Budapest, Osiris Kiadó, 2002. 157, p.
- Gillen, Terry: A meggyőzés mesterfogásai pozitív befolyásolási technikák [ford. Doubravszky Sándor]. Budapest, Bagolyvár Kiadó, 1999. 231 p.
- Goldberg, Bernard: Médiahazugságok: a CBS veterán riportere leleplezi hogyan torzítják el a híreket [ford. Morvay Péter, Szabó Ibolya Anna]. Budapest, Focus Kiadó, 2004. 303. p.
- Halmai Gábor: Sajtószabadság és személyiségi jogok, EJIDK – AduPrint Kiadó, Budapest, 1998
- Kajdiné Suhajda Zsuzsa – Kardos Lea: Reklámjogi és reklámetikai kézikönyv. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1998
- Kerekes Zsuzsa – Zombor Ferenc: Az információs jogok és a sajtó, EJIDK, Budapest, 1999
- Kézdi Kovács Zsolt: Esély és kudarc. In: Médiakönyv 1998. Budapest: Enamiké. 1998
- Kindler J. – Zsolnai I.: Etika a gazdaságban. Keraban, 1993
- Király Miklós (szerk.): Az Európai Közösség kereskedelmi joga. KJK. 1998
- Marinov Iván et al.: Legendavadászat szóbeszéd, tévhitek, átverések nyomában. Budapest, HVG Kiadó, 2006. 344 p.
- Mast, Claudia: Az újságírás ábécéje: bevezetés a szerkesztőségi munkába [ford. Schurk Viktória]. Budapest, Greger–Delacroix, 2000. 371 p.
- MPRSZ Alapdokumentumai I., II., III. (Gárdonyi és Székesfehérvári Nyilatkozat), Magyar Public Relations Szövetség, Budapest, 1994–1996
- Nyíri Tamás: Alapvető etika, Szt. István Társulat, Budapest, 1994
- O'Sullivan, Tim: Médiaismeret [ford. Bényei Judit]. Budapest, Korona Kiadó, 2002. 466 p.
- Rogers, Jenny: Befolyásolási képesség [ford. Borbás Andrea]. Budapest, Scolar Kiadó, 2000. 94 p.
- Somogyi Zoltán: Az erkölcsi értékek világa. Magvető, 1984

A 0950-06 modul 009-es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

- 1.) 54 321 01 0010 54 03 OKJ-azonosító „*Újságíró I.*”
- 2.) 54 321 0100 52 02 OKJ-azonosító „*Lapkiadó szerkesztő munkatársa*”
- 3.) 54 321 0100 52 05 OKJ-azonosító „*Újságíró II.*”

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozáshoz ajánlott óraszám: **22 óra (8 óra elmélet és 14 óra gyakorlat).**

MUNKKANYAG

A(z) 0950–06 modul 009–es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

<b>A szakképesítés OKJ azonosító száma:</b>	<b>A szakképesítés megnevezése</b>
55 213 01 0010 55 02	Intézményi kommunikátor
55 213 01 0010 55 03	Sajtótechnikus
55 213 01 0010 55 04	Sportkommunikátor
55 213 01 0010 55 01	Idegennyelvi kommunikátor

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:  
10 óra

MUNKANYELVI ANYAG

MUNKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv  
TÁMOP 2.2.1 08/1-2008-0002 „A képzés minőségének és tartalmának  
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap  
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet  
1085 Budapest, Baross u. 52.

Telefon: (1) 210-1065, Fax: (1) 210-1063

Felelős kiadó:  
Nagy László főigazgató