



Besenő Ágnes

A szerkesztőség munkája

 **NSZFI**
NEMZETI SZAKKÉPZÉSI
ÉS FELNŐTTKÉPZÉSI INTÉZET

A követelménymodul megnevezése:

A médiaszerkesztőségekben újságírói tevékenység ellátása

A követelménymodul száma: 1555-06 A tartalomazonosító száma és célcsoportja: SzT-012-50



A SZERKESZTŐSÉG MUNKÁJA

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Hírdömping. Az LMP színeiben indul a fizikusok mumusa. Pánik tört ki az újpesti tűzijátékon. Vasárnap hajnalban láthatósági mellényben gázoltak halálra egy török nőt az autópályán. Előzetesben a "tescós" lövöldöző. Ellentmond a nemzetközi jognak a kettős állampolgárság. Heves tűzpárbaj tört ki a mexikói határon. Repülőket veszélyeztet egy elszabadult óriáskeselyű. A Wikilieeks alapítója szerint megvádolása mögött a Pentagon áll. Nem volt telitalálat a hatos lottón. Veretlenül torna győztes a pólócsapat. Vihar várható a Balatonnál.

Mivel induljon ma a híradó esti adása? Mi kerüljön ma a vezércikkbe a legnagyobb napilapok címdoldalán?

1. Határozza meg a vezető hír és a hírérték fogalmát!



1. ábra.

Tanulásmegoldás: megoldása

Újságírói szabadság, felelősség

2. §.

1. 1.

2. A. Az újságírónak tiszteletben kell tartania az emberi jogokat. Nem kelthet gyűlöletet, nem szólíthat fel rasszista megkülönböztetésre népek, nemzetek, nemzetiségek ellen. Vallása, felekezeti hovatartozása vagy állapota, neme, testi, szellemi vagy lelki állapota, mássága, életkora, életmódbeli, életviteli különbözősége miatt nem terjeszthet senkiről előítéletet szolgáló rágalmakat, ezek miatt senkit sem becsmérelhet.

3. B. Etikai vétséget újságíróhoz méltatlan magatartással, valamint megjelent írással vagy képpel, rádióadásban elhangzott vagy képpel a televízióban sugárzott, az újságírói műfajokhoz tartozó alkotással lehet elkövetni. Nyilvánosságra nem hozott – bár előkészített – alkotással etikai vétség nem követhető el. (Az Újságírói etikai kódex 7. §. 1. pontjában megfogalmazott esetekben, a nyilvánosságra nem hozott újságírói alkotás eszköze lehet a magatartással megvalósítható etikai vétségnek.)

4. C. A sajtószabadság gyakorlása nem sértheti a közerkölcsöt. A közerkölcs fogalmát az eljáró tanács értelmezi, és erre az értelmezésre figyelemmel állapíthatja meg a közerkölcs sérelmét, vagy állapítja meg az etikai vétség hiányát. Tekintettel arra, hogy a "közerkölcs" csak aktuálisan – itt és most – állapítható meg, az eljárás során felmerülő kétség esetén az eljáró tanácsok számára az etikai bizottság e tárgyban hozott állásfoglalása irányadó.

5.

6. 2.

7. Az 1. § 1. pontjában meghatározott újságírót megilleti a tájékozódás, a nyilvános közlés, a bírálat, a véleményéhez, meggyőződéséhez, annak kifejtéséhez való jog. Nem kötelezhető véleményével, meggyőződésével ellenkező írás vagy műsorszám készítésére.

8. 3.

9. A munkaadó, a szerkesztő, a tulajdonos nem korlátozhatja az újságíró véleményalkotási, világnézeti, közlési szabadságjogait. Az sem sérti az újságírói etikát, ha az orgánium szellemiségének és jellegének meg nem felelő munkát nem közlik, ugyanakkor etikai vétséget követ el a munkaadó, szerkesztő, a tulajdonos, ha megakadályozza az általa nem közölt mű más fórumon való megjelentetését.

A tulajdonos, a felelős szerkesztő etikai vétséget követ el, ha a sajtótermék előállításakor a sajtószabadság érvényesíthetőségét és a nyilvánosságot alárendeli a sajtótermék árujellegének. Az információs verseny sem indokolhatja, hogy ellenőrizetlen, a valóságnak meg nem felelő információkat közöljenek, hogy az érintett személyek személyiségi jogai sérüljenek.

Vezető hír: mindig a legmagasabb hírértékű eseményről számol be, ritka kivétel az a protokoll hír, amelynek élre kerülését a benne szereplő személy ismertsége és befolyásolása indokolja. Kiválasztása megszabja a hírsorrendet, először az életkörülményeinket leginkább befolyásoló belpolitikai hírek között keressük, majd a külpolitika hírei következnek. Gyakorta a hírek élére kerülnek a balesetekkel, katasztrófával foglalkozó hírek, bár ezek megítélésében nem egységes a szakma. Közzolgálati rádióban és televízióban kialakult gyakorlat, hogy a kormányzati hírek kerülnek a hírek elejére, mondván, hogy a kormányzati döntések alapvető életviszonyainkat befolyásolják. Ez leggyakrabban elegendő indok, de amennyiben a kormánynak nincs érdemi mondanivalója, természetesen ezek a hírek is háttérbe kerülhetnek.

Demokráciában a hírérték az a normatív tényező, amelynek alapján a médiaszemélyzet, a kapuőr a hozzá érkezett információkat feldolgozza, hírré alakítja át.

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

AZ ÚJSÁGÍRÓ FELADATA ÉS KÜLDETÉSE

1. Walter Lippmann médiamodellje

Bonyolult világban élünk, kultúránk az elmúlt évezredekben más és más helyről várt segítséget. Platón *Államának* 4. könyvében emberek ülnek megláncolva egy barlangban, arccal a sziklafal felé. Miután csak a falra vetődő árnyékképeket nézhetik, csekély reménnyel próbálják megfejteni az összefüggéseket. Egyiküknek sikerül letépnie láncait, hogy a Napba nézzen, hogy aztán beszámoljon társainak a külvilágról. Természetesen ő a filozófus, a Nap pedig annak a tudománynak az igazsága, amely nem éri be az árnyakkal, hanem a dolgok igaz értelmét keresi.

Walter Lippmann, a XX. század egyik legjelentősebb amerikai publicistája és politikai gondolkodója 1922-ben *"Public opinion"* című munkájában az újságírás, a közvélemény és a társadalom kapcsolatát vizsgálta. Alaptétele:

"Ez a világ elérhetetlen, láthatatlan, elgondolhatatlan. Korunk embere nem a való világ közvetlen és biztos ismerete, hanem a maga alkotta vagy másoktól átvett képek alapján viselkedik. Fejünkben létezik egy többé-kevésbé valóság-hű kép a világról, és cselekedeteiket ezek a képek határozzák meg."

Lippmann modelljében korunk embere nem a való világ közvetlen és biztos ismerete, hanem a maga alkotta vagy másoktól átvett képek alapján viselkedik. Fejünkben egy többé-kevésbé valóság-hű kép áll össze a világról és cselekedeteinket ezek határozzák meg.

Goethe írja: *"Minden irodalmi tevékenység kezdete és vége az engem körülvevő világ visszaadása belső világom révén."*

RÉGI:	környezet-----tapasztalat	
		EMPIRIKUS
ÚJ:	környezet-----újság, rádió, televízió, internet-----tapasztalat	
	INFORMÁCIÓ	KÉSZEN KAPOTT

Lippmann szerint tárolt képekkel, prekoncepciókkal, előítéletekkel, érzelmekkel operálunk, hogy megfejtsük a külvilágból érkező üzeneteket. Ezek az interpretációk és gondolati extrapolációk mintákká vagy sztereotípiákká állnak össze és ezek a sztereotípiák azok, amelyek az emberi cselekvést meghatározzák. (A sztereotípiák eredetileg kliséket jelentett. A kliséket úgy állították elő, hogy a nyomófelületről készítették öntőmintát, amelyet ólommal öntöttek ki. Lippmann szerint az emberi gondolatokat "öntőmintákba" töltik, az emberek külvilágról alkotott képeibe. Az emberi agy azután előhívja és reprodukálja az eszméket, és az öntőmintáknak megfelelően reagál a külvilág ingereire.)

A **Public Opinion** című műben ezt az elképzelést a következő példával illusztrálja:

"Van egy sziget az óceánon, ahol 1914-ben néhány angol, francia és német él. A sziget távirattal nem elérhető, postahajó is csak hatvannaponként köt ki. Szeptemberben még nem jött, és a szigetlakók még mindig arról az utolsó újságról beszélnek, amely annak a Madame Caillaux-nak a közelgő bírósági tárgyalásáról szól, aki lelőtte Gaston Calmette-t. Ezért aztán szeptember közepén a kolónia szokásosnál is nagyobb kíváncsisággal gyűlt össze a parton, hogy megtudja a kapitánytól, mi volt az esküdtszék döntése. Ehelyett megtudták, hogy hat hete azok, akik közülük angolok és franciák, harcban állnak a szerződéses szent sérthetlenségéért azokkal, akik közülük németek. Hat furcsa héten át úgy cselekedtek, mintha barátok lennének, holott valójában ellenségek voltak."

William L. Rivers és Cleve Mathews amerikai médiaszociológusok szerint, Lippmann modellje a közvélemény és az újságok kapcsolatáról kiterjeszhető a tömegmédiára. A média korunkban az ismeretek legfőbb forrásává vált, a külvilágra vonatkozó üzeneteket juttatja el az emberekhez, akik aztán a közéleti ügyek gondolati képeinek kialakításához használják fel az üzeneteket. **"A tömegmédiákra úgy tekinthetünk, mint amelyek álkörnyezetet iktatnak az ember és az 'igazi' világ közé."**

Ezt a fajta leegyszerűsített, vulgáris, átlagember számára még felfogható és "használható" világot méltán nevezhetjük pszeudovilágnak. Ez a világ burokkal veszi körül az embert, és betüremkedik a közösség kultúrájának uralkodó értékrendjébe, nézeteibe.

LÉTEZŐ REÁLIS VILÁGBAN KELETKEZŐ INFORMÁCIÓ-----MÉDIAKAPU-----FOGYASZTÓ

Az újságíró feladata, küldetése és felelőssége ebből fakad. Vakmerő kísérletet kénytelen tenni a rendkívül bonyolult valós világ ellentmondásos eseményeinek leírására és magyarázatára. Üzeneteket fogalmaz meg, amelyek célba jutva cselekvésre, vagy "nem cselekvésre" ösztönöznek, és mindezt úgy, hogy az eredményt tekintve a felelősség lényegében áthárul a polgárra és a közösségre.

Az Amerikai Újságírók Társaságának alapelve:

1. cikkely – felelősség

"A hírek és vélemények gyűjtésének és terjesztésének elsődleges célja az általános boldogulás szolgálata az által, hogy informálja a népet, és képessé tegye a napirenden lévő témák megítélésre."

A többször módosított magyar sajtótörvény:

"Tv. 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.

(2) A sajtó nyújtson hiteles képet a Magyar Köztársaság politikai, gazdasági, tudományos és kulturális életéről, a nemzeti élet eseményeiről, más országok és népek életéről, így különösen a béke és biztonság megóvása, valamint a társadalmi haladás érdekében kifejtett erőfeszítésekről.

(3) A sajtó segítse elő a társadalmi jelenségek közötti összefüggések megértését és mozgósítson a társadalmi cselekvésre."

A SZERKESZTŐSÉG IRÁNYÍTÁSA

A szerkesztő a saját tevékenységén kívül, ami főként a rovatok tartamának és céljának kidolgozásából áll, a külső munkatársakért is felelősséggel tartozik, folyamatosan koordinálnia, terveznie, szerveznie, ellenőriznie kell az újságírók munkáját. A szakmai fogások és alapelvek mély ismeretén kívül foglalkozása gyakorlása közben szervezőképességét és rátermettségét is bizonyítania kell. Szaktudása, a szerkesztőségi menedzsment megkívánja, hogy ismerje a mindenkori célcsoport kívánságait, igényeit, a konkurenciahelyzetet, munkáját tervezve végezzen közönség- és piackutatást.

2. A médiatermék koncepciójának meghatározása

A szerkesztő a következő szempontok figyelembevételével választja ki a kívánt szerkesztőségi termék tartalmát:

10. **Témák:** a szerkesztőségi gyakorlatban fontos áttekinteni a témák kimeríthetetlen, sokszínű áradatát. Erre szolgálhat egy jól áttekinthető lista vagy tábla a szerkesztőség egyik falán, amely az események időpontját is tartalmazza. Ezzel lehetővé válik az annak folyamatos ellenőrzése, hogy a választott témák mennyire egyeznek meg a közönség ízlésének.
11. **Anyaggyűjtés:** a hírek kiválasztása hírfaktorok segítségével történik. Az anyaggyűjtés professzionális forrásai a hírügynökségek, a külsős munkatársak, tudósítók vagy más alkalmi források, mint például az utca lakója vagy az érintett polgár.
12. **Újságírói műfajok:** a leggyakoribb újságírói műfajok a hír és a tudósítás. A kommentár, a riport, a feature, a glossza használatát tudatosan meg kell tervezni, ennek segítségével nyeri el az újság jellegzetes arculatát.
13. **Megjelenítés:** a cikkek hossza, tördelése, az oldaltükör a lapok olyan jellemzői, amelyekre egyre nagyobb figyelem irányul a média technikai fejlődésével. Ugyanolyan meghatározóak, mint a képen és hangban történő megjelenítés egy televíziós vagy rádiós tudósítás során.
14. **Sorozatok és különleges akciók:** a szerkesztőségi kínálat a napi újságírói tevékenységen kívül tartalmazza a sorozatokat és akciókat is, amelyeket hosszabb távra kell tervezni. Ilyenek például a hallgatók megszólítása a rádiós műfajban egy-egy kulturális eseményről, szezonális vásárról, kiállításról, amelyek promóciós tevékenységek és növelik az adott esemény látogatottságát.
15. **A saját arculat bemutatása és nyilvánossági munka:** bár az újságírói munka minősége meghatározza az adott sajtóorgánium, rádió és televíziócsatorna arculatát, a professzionálisan tervezett nyilvánosság méginkább fokozza a közönség és a reklámpar figyelmét. A szerkesztőségi koncepcióról, illetve a belső munkatársakról a nagyközönségnek átadott információ elősegíti a közönség médiumhoz való kötődését.
16. **Minőség-ellenőrzés:** A szerkesztőségen belüli, napi lap- vagy programkritika a minőségi munka "őrei". Az olvasók, hallgatók, nézők hívásain, levelein, a közönséggel folytatott párbeszédén keresztül megragadhatók a médiatermékről alkotott külső vélemények.



2. ábra.

3. A munka megszervezése a szerkesztőségben

A médiatermék koncepcióján kívül a szerkesztőségi munkát és a tervezést döntően befolyásoló feltételeket a napi aktualitással tudósító médiumoknál:

17. **Szerkesztőségi költségvetés:** a szerkesztőség anyagi lehetőségei a honoráriumokat és az anyaggyűjtés eszközeit tekintve döntően befolyásolják a munka minőségét. Ezenkívül a szükséges hírügynökségi és háttéranyagok, szakkönyvek és folyóiratok megléte ugyanilyen fontos. A szabadúszó, külsős munkatársak fizetése meghatározza a kéziratok hosszát, illetve például a vidékről érkező bejátszások beérkezési gyakoriságát.
18. **A szerkesztőség technikai felszereltsége:** a munkahelyek technikai felszereltsége ideális esetben megfelel az adott sajtóorgánium igényeinek, illetve előzetesen a gyártási folyamatokat a technikai igényekkel összehangolták. Az olyan alapvető feltételekkel mindenképpen rendelkezni kell, mint például a telefon, a számítógép, a fax, az elektronikus szövegfeldolgozási lehetőség, a vágóberendezések és programok, internethozzáférés, mielőtt útjára indulna egy-egy új adás.
19. **A szobabeosztás:** Az alapfelszereltségen kívül szükség van a szerkesztők, asszisztensek, titkárnők irodáira, a szerkesztőségi archívumra és a műszaki felszerelések számára biztosított helyre, mint például a fotólaborra vagy vágószobára. Külön odafigyelést igényel a szerkesztőknek az az igénye, hogy elkülönítve, önállóan végezhesék munkájukat.
20. **A személyi helyzet:** A szerkesztőség munkájára döntő befolyást gyakorol a szerkesztőség tagjainak szakmai felkészültsége. A szerkesztők, gyakornokok, archívusok, grafikusok, szabadúszó munkatársak különböző szakmai kompetenciákat hordoznak, amit csoportosítani kell a napi munkavégzés során.
- 21.



3. ábra.

22. **Munkabeosztás:** a szerkesztőségi élet szükségessé teszi a hétfélig, kora reggeli és késő esti munkabeosztást. Ahhoz, hogy gördülékenyen elkészüljön a médiatermék előre meg kell tervezni a szabadságolások időpontját, illetve számítani a betegség esetén kieső munkaerő pótlására.
23. **Lap- és műsorkészítés:** Bár az újságnak mindennap meg kell jelennie az újságárosoknál, a műsorstruktúrát pedig be kell tartani az elektronikus médiumoknál, a szerkesztőségekben mégsem lehet olyan mereven megszervezni a napi tevékenységet, mint más foglalkoztatási ágazatokban. A munkamódszer ugyanis messzemenőig eltérő, ezért a tervezésnek rugalmasnak kell lennie.

4. A szerkesztőség felépítése az írott sajtóban és az elektronikus médiában

Az írott sajtóban a sajtótermék rovatokból épül fel. A klasszikus rovatok a politika, gazdaság, kultúra, helyi ügyek, sport, ezekhez természetesen több rovat is társulhat. A szerkesztőség élén a főszerkesztő áll, aki irányítja a rovatvezető újságírók munkáját. A szerkesztőségeken belül azonban nem gyakori, hogy szigorúan betartsanak a hierarchiát, általában kötetlen, kolegális beszélgetések könnyítik meg a gyakorlati munkát.

Az írott sajtóban a szerkesztőség a következő munkatársakból áll:

Főszerkesztő

Főszerkesztő-helyettes

Szerkesztők

Újságírók

Fotósok

Tördelők

Korrektorok

Az újságírók nevéből adódóan, írják az újságot, nagyrészt ők felelősek az újság tartalmáért. A feladatuk, hogy utánajárjanak minden olyan információnak, amikből később a hírek lesznek. Felkeresik az illetékeseket és „kérdéss-felelek” formában megtudakolják az információk valóságtartalmát, és az információkból ily módon készítenek híreket, tudósításokat, riportokat, melyek az olvasó számára fontosak. Hogy mik is fontos hírek az olvasók számára, azt előzetesen derítik ki, majd az értekezleten döntenek róla, hogy az érdekesebb témák közül melyiket írják meg. A fotósok, mára már nem csak fotósok, hanem videósok is lettek, ugyanis az online média számára videófelvételeket készítenek. Az egyes cikkek megírásukat követően először a szerkesztőkhöz kerülnek, akik leellenőrzik azokat, majd ha megfelelőnek találták őket, továbbküldik a korrektorokhoz. A szerkesztők feladatai közé tartozik még a fotósok, és újságírók koordinálása, a munka szervezése, és az ellenőrzés.



4. ábra.

A korrektorok a szerkesztőktől kapott anyagot nyelvtanilag, és szerkezetileg ellenőrzik, majd ha megfelelőnek találták, továbbítják a tördelőknek. A tördelők feladata, a szerkesztőktől kapott vázlat alapján az újság kinézetének elkészítése. Ebbe beletartozik a hasábolás, képek elhelyezése, és minden formázási munka. Feladatuk befejeztével az anyagot visszajuttatják a korrektorokhoz, akik ismét ellenőrzik azt, majd visszajut a szerkesztőkhöz. Ha mindent rendben találnak és összegyűlt minden anyag, akkor azt továbbítják a nyomdába. A főszerkesztő, és helyettesei állnak kapcsolatban „mindenkivel”. Ők kapcsolják össze a heti szerkesztők által koordinált munkát az online, és offline szerkesztőség között tartják a kapcsolatot a terjesztés, a marketing, az értékesítés, és a nyomda között.

A szerkesztőség létszáma a médium célja és piacon elfoglalt helye szerint változik, a népszerű hetilapoktól a szakfolyóiratokig, a szerkesztőségi munkafolyamatok szervezése más és más. A több folyóiratot ellátó egyszemélyes szerkesztőségtől a professzionálisan strukturált szerkesztőségig terjed, ahol a legújabb kutatások eredményeit használják fel és a munkafolyamatok és a szervezeti felépítés hatékonyságát vizsgálják a sajtótermék versenyképessé tételének érdekében.

A rádió- és televíziótársaságoknak négy területük van, attól függetlenül, hogy a műsorszóró kereskedelmi vagy közszolgálati célokat szolgál, amelyet minden szerkezeti struktúrában megtalálunk:

Igazgatóság

Műsorkészítés

Műszak

Reklámidők eladásának részlege

A lehetséges szervezeti formák és a szerkesztőség szervezettsége is a konkurenciahelyzettől függ, amelyben az adó található. A műszaki hatósugár, a lehetséges reklámmennyiség, a program formátuma, valamint a törvényi előírások határozzák meg a felépítést és az igazgatóság, műsorkészítés, műszak és reklámeladás közötti összefonódás fokát. Összehasonlítva az újságok és folyóiratok szerkesztőinek munkafolyamatát az elektronikus médiumokéval, az elektronikus sajtó tipikus struktúrával bír. Az újságírói munka a szerkesztőségekben zajlik, a szerkesztőségi értekezleten pedig az egyes rovatok, tématerületekért felelős szerkesztők közötti egyeztetés zajlik. A rádióprogramoknál a prózai, illetve a zenei szerkesztőség felelős a műsorokért. A program terjedelme és szervezési formája szerint a prózai szerkesztőség a rovatok különböző számaiból áll. A klasszikus rovatok: a hírszerkesztőség, a témaszerkesztőségek, mint kulturális vagy sport- valamint magazinszerkesztőségek különböző programokból vagy témakörökből tevődnek össze. A közszolgálati médiumoknál az országos és regionális stúdiók és a programszervező stábok egészítik ki a szerkezeti felépítést.

A szerkesztő állandó tevékenységébe a következők tartoznak bele a sajtóorgánium profiljától függetlenül:

- Filmbemutatókon vesz részt, moziba, színházba jár, közönségtalálkozókra vesz részt, tartja a kapcsolatot a szakma képviselőivel.
- Felméri a célközönséget, annak elvárásait, meghatározza mire kíváncsiak, fogékonyak a hallgatók, olvasók, nézők, mit építsen be a műsor struktúrájába.
- Gyűjtőmunkát végez, érdeklődik a potenciális riportalanyokkal kapcsolatban, munkahelyi utasítások és minták alapján. Beépíti munkájába a kapott információkat, önállóan kreatívan alkot, különös figyelemmel a szerkesztőség elvárásaira.
- Időpontot egyeztet a műsor szervezőivel, a műsorterv alapján kiválassza a megfelelő külső vagy belső helyszínt, segítő munkatársakat bevonva a munkába.
- Részt vesz a szerkesztőségi értekezleteken a szerkesztőség elvárásainak megfelelően, kreatívan, segítőkészen szervezi, alakítja újságírói tevékenységét.
- Ötletet ad, kreatívan alkot a műfaj jellemzőit figyelembe véve, a szakmai, formai előírásoknak megfelelően, valamint saját írói szabadsága, stílusa, motívumai alapján.



5. ábra.

5. A HÍRSZERKESZTŐI MUNKA

6. A hír jelentősége

Wesley MacLean 1957-ben azt állítja, hogy az információ primer forrása valójában nem az újságíró, hanem az a hivatásos kommunikátor, leggyakrabban információszolgáltatásra szakosodott szerv, mint a kormányzat, rendőrség, önkormányzat stb. kommunikációs szakemberei, a sajtóreferensek, a szóvivők. A hivatásos kommunikátorok érdekeket közvetítenek. Ezek az érdekek a befogadói oldalon is érvényesülnek, a valóság legkülönbözőbb területeiről, a társadalmi jelenségekről már az újságíró, illetve **White**-től (1950) széles körben átvett megnevezéssel a kapuőr továbbítja az információkat, a híreket, messzemenően figyelembe véve a befogadó közönség igényeit. **White** szerint a média nem más, mint szerkesztőségek és személyzetük, a kapuőrök láncolata. **A kapuőr továbbítja az információkat, a híreket messzemenően figyelembe véve a befogadó, a közönség igényeit.** A média nem más, mint szerkesztőségek és személyzetük, a kapuőrök láncolata. Funkciójuk az információk gyűjtése, értékelése, szelektálása, majd feldolgozásuk hírré.

Az ötvenes években a kommunikációkutatás a matematikai információelmélet, valamint a biológia és pszichológia segítségével egy egységes paradigmát dolgozott ki és az első modell, amely Shannon és Weaver nevéhez fűződik (1949), ezeket a hatásokat viseli magán. Alapja az individuális beszélgetés, amely munkahipotézisként ma is használható. A klasszikus kommunikációs modellből (közlő-adó-jel-vevő-dekód) számos következtetést vonhatunk le. A modell áll egy közlőből (személy vagy intézmény), egy adóberendezésből (amely az információt átvitelre alkalmas jellé alakítja), egy csatornából (amely a jelet közvetíti), egy jelből (amely az információ kódolt formája és üzenetként érkezik a vevőhöz), egy vevőből (amely a címzett, vagyis az üzenetet befogadó ember érzékszerve), és egy dekódból (amely a vevőnek az az eljárása, amellyel az érzékelt jelenetet üzenetté alakítja vissza). Az üzenet közvetítése során a jelek segítségével kódolásról és dekódolásról beszélünk. A modellt kiegészíthetjük a médiaszeméllyel, a kapuőrök láncolatával, a közlői oldal professzionális hírgyártóival, a kommunikátorokkal és így máris eljutottunk egy összevont tömegkommunikációs modellhez.



6. ábra.

Harvey Moloth és Marilyn Lester szerint a valóságban keletkező végtelen számú dologból csak keveset veszünk észre. Ezeket nevezzük történésnek. A fenomenológusok álláspontját elfogadva a hír alapja a történés, a történésekről érdekezérelt beszámolókat készülnek és ez lesz az esemény. Az eseményt konstruáló hírgerjesztők lényegében megegyeznek Wesley MacLean kommunikátoraival. Ha végigkövetjük az információ útját, láthatjuk, hogy számos torzuláson megy át. Az információfeldolgozásra szakosodott intézmények, leggyakrabban a hírügynökségek, sajtóügynökségek, illetve primer információkat is gyűjtő nagy felhasználó médiumok, napilapok, televíziók, vagy már eleve szűrt, azaz érdekezérelt beszámolókat kapnak információ-kibocsátással kötelesség-, illetve hivatásszerűen foglalkozó intézményi kommunikátoroktól, sajtóosztályoktól, szövívőktől, vagy már eleve profiljuknak, felkészültségüknek, esetleg politikai elkötelezettségüknek megfelelően ezek az intézmények képeznek szűrőt a valóság és a közönség között. A médium lényegében az a kapu, amelynek áteresztő képessége korlátozott, leginkább ez az áteresztő képesség az egyes befogadó (átlagosan nyitott érdeklődő polgár) ugyancsak átlagos információigényét jelenti. Demokráciában a hírték az a normatív tényező, amelynek alapján a médiaszemélyzet, a kapuőr a hozzá érkezt információkat feldolgozza, hírré alakítja át. Ez a kódolási eljárás, amelynek során az újságíró, a hírszerkesztő feldolgozza a beérkezt nyers információkat, és azokat hírként juttatja el jelek formájában a befogadóhoz, a közönséghez. Míg demokráciában a hírték, addig diktatúrában a politikai, hatalmi megfontolások alapján folyik az információk feldolgozása, szelektálása. Demokratikus viszonyok között az egyes médiákban kialakulnak bizonyos normák, amelyekhez minden szerkesztőnek, újságírónak alkalmazkodnia kell, ha el akarja kerülni, hogy a szakmából kizárják.



7. ábra.

A nyomtatott és az elektronikus sajtó hírszerkesztői leggyakrabban hírügynökségi anyagból dolgoznak, azaz nem nyers információt, hanem kész, feldolgozott híreket vesznek át. A hír- és sajtóügynökségek igyekeznek **uniformizált híreket** kiadni, eleve nem törekedhetnek arra, hogy az információk feldolgozásánál figyelembe vegyék a különböző médiumok eltérő igényeit. **A hírszerkesztői munka a híranyag megismerésével kezdődik**, de tekintettel arra, hogy számtalan hírnek előzménye van, a hírszerkesztő munkaidőn kívül is köteles figyelemmel kísérni a híradásokat. Ezt a jelenséget nevezzük **"hírfolyamnak"**. Figyelemmel kell lenni arra is, hogy melyik időszak, melyik műsorának készítjük a híreket, az összefoglalókat. Előfordulhat, hogy éppen **a műsor jellege befolyásolja a hírértéket vagy a sorrendet**. Egy szakműsorban más számít szenzációnak, mint egy esti tévéhíradóban, és eltérnek a hírszerkesztés szempontjai a közszolgálati, a kereskedelmi vagy éppen a határon túli magyaroknak szánt Duna Televízió esetében.

Leginkább a Magyar Távirati Iroda hívatott, hírügynökség hírekkel ellátni a magyar tömegtájékoztatást. Az MTI hírforrásait tekintve a világ, a nemzeti és a regionális hírügynökségeitől szerzi be az információt.

7. A hír útja

Az MTI egyes szerkesztőségeinek munkatársai képernyős terminálokra írják meg anyagaikat. Ezek összekötésben állnak. Az elkészített híreket fejlécsorokkal látják el, amely tartalmazza a témát, a sürgősség fokát, a kiadás időpontját és a címzetteket. A hírt kiadási joggal rendelkező újságírók javítják, ellenőrzik, és ők azok, akik az anyagot eljuttatják az operátorokhoz, akik elhelyezik a kínálatban. A számítógépeken lévő programok alapján a fejlécsorral kiértékelik, és ennek alapján a megadott időpontban, illetőleg ha kiadási időpontot nem jelölték meg, akkor a hírek beérkezési sorrendjében – de a sürgősségi kód figyelembe vételével – adják ki a címzetteknek. A belpolitikai kiadás naponta 100–150 hírt, tudósítást, hírmagyarozatot, nyilatkozatot tartalmaz, ez évenként 28–30 ezer gépelt oldalt jelent. Az MTI napi kb. 200 külpolitikai vonatkozású hírt ad ki, ezen felül külön feldolgozva 80–100 gyorshírt.

A hírszerkesztőségek a hírügynökségektől kapott kész hírek mellett saját tudósítóikra, más médiumoktól átvett információkra, hivatalos kiadványokra, statisztikákra, előterjesztésekre, kommunikációkra stb. támaszkodnak. Ezek nyers információk, feldolgozásuk hírszerkesztőkre vár.

8. A hír minősítő jegyei

24. Pontosság
25. Kiegyensúlyozottság
26. Tárgyilagosság
- 27.

28. Pontosság: A hír tények és adatok gyűjteménye. A szerkesztőség, illetve az újságíró hitelessége elsősorban azon múlik, hogy kiterjed-e a legapróbb részletek ellenőrzésére is, avagy nem. A hír definíciójából is következik az az igény, hogy **csakis ellenőrzött és valósnak bizonyult információt adjunk közre**. Ellenőrzés nélkül csak az ismert hírügynökségek, a hivatalos közlemények és szakanyagok, szóvivők és sajtóirodák, valamint az információszolgáltatásra szakosodott és kötelezett állami intézmények információit vehetjük át. **A hamis vagy téves hír lejáráthatja az egész intézményt.**



8. ábra.

29. Kiegyensúlyozottság: A tisztességes tájékoztatás kiegyensúlyozott. Ez azt jelenti, hogy az újságíró igyekszik a lényegre kiemelni és a téma feldolgozásában teljességre törekszik. A kiegyensúlyozott írás mindig tényszerű, de a kiegyensúlyozatlan írás is az lehet. Az egyik leggyakoribb manipulációs eljárás éppen az, hogy egy ügy feldolgozásánál tényszerűen ismertetjük az egyik fél álláspontját, ám a másikat elhallgatjuk. Ez a manipuláció éppen azért veszélyes, mert reálisan az újságíró nem hazudik, nem közöl valótlan tényeket, és így nehéz rajtakapni, viszont fontos tényeket elhallgat, vagy egyszerűen nem gyűjti be azokat. Egy hír akkor teljes, ha az újságíró sokoldalú összefoglalóját adja az esemény valamennyi lényeges elemének. Manipulációs lehetőséget rejt magában persze az a lehetőség is, hogy a hír megannyi apró, reális, de lényegtelen részletet tartalmaz, miközben lemond a lényeges tények összegzéséről.

30. Tárgyilagosság: A hír tárgyilagosa, ha úgy számol be egy eseményről, ahogyan az a valóságban megtörtént. A tárgyilagosság tehát valósághűséget jelent és ennyiben a hírközlés talán legfontosabb alapelvét valósítja meg. Csak az az újságíró tárgyilagosa, aki képes elszakadni az előítéleteitől és a vágyálmaitól. A tárgyilagosa (objektivitásra a lehető legjobban törekvő) tudósítás úgy jut el a befogadóhoz, hogy az eredeti információt nem torzítja el a tudósító személyes véleménye, előítélete vagy külső befolyás. Az első lépés, hogy minden újságíró tisztázza az egyes problémákról kialakított véleményét, vessen számot politikai szimpátiájával, véleményalkotásának korlátaival, és ha ezt megtette, már könnyebben tud tárgyilagosa lenni. További konfliktusforrást jelent az, hogy a legtöbb ügy bonyolult, összetett problémát takar és ezeket a szövevényes eseteket szinte lehetetlen valósághűen ábrázolni. Ennek ellenére törekedni kell arra, hogy a lehető legteljesebb képet kapja a közönség. Ez azt jelenti, hogy az alaphírt megfelelő mennyiségű háttér információval kell tájékoztatni, pontosan annyival, amennyi információ a megértéshez szükséges. A megfelelő háttér információ nélkül még a tárgyilagosa tájékoztatás is zavart kelthet. A háttér információ vagy előzményekre utalás nem tévesztendő össze a kommentárral. A közönség csak akkor képes saját véleménye kialakítására, ha nem rendelkezik a megfelelő háttér információkkal, és segítségére vagyunk azzal, hogy felismerje és megértse az összefüggéseket.

9. A hír fajtái

31. A feldolgozott hír: a nyers információ egy megfelelő szakmai eljárás során elnyeri azt a formát, amely megfelel a médium fajtájának. Az alapinformációt ki kell egészíteni minden olyan információval, ami utal az előzményekre és összefüggésekre. A háttér információ része a hírnek, de csak annyira, amennyire az alaphírt kiegészíti.



9. ábra.

32. Az ideális hír:

- egységes (az információ csokor lényegének megtalálása, a hír ennek mentén való felépítése)
- tömör (a szerkesztés után nem érdemes a hírt tovább rövidíteni, minden kimarad, ami a megértéshez nem szükséges)
- világos (követhető és értelmezhető logika szerint épül fel, lehetőleg nincs benne idegen- vagy szakzó)
- egyszerű (a közönség képes felfogni és áttekinteni)

- friss (a legújabb információ az érdekes, a sajtó kötelessége a gyors tájékoztatás, ezért az információt csak kivételes esetekben lehet visszatartani)
- arányos (terjedelemre vonatkozik, melyet a hírérték határoz meg, nem feltétlenül csak a rovatokban, hanem a média egészében kell, hogy tetten érhető legyen)

33. **Tényhír:** minden tömegkommunikációban a tartalom részének tekintjük, egymás mellé teszi a szereplőket, és ezekre vonatkozó kérdések alapján közelíti meg. Az első sajtóértesülés egy legutóbb történt társadalmilag számottevő eseményről, amely válaszol a 4W képletben kifejezett kérdésre.

34.

35. **Teljes hír:** Az első sajtójelentés egy legutóbb történt társadalmilag számottevő eseményről, amely válaszol a 4W képletben kifejezett kérdésekre.

- Who (ki)?
- What (mi)?
- Why (miért)?
- When (mikor)?
- Where (hol)?
- + How (hogyan)?
-

36. **Mínuszos hír:** az a hír, amely csak alapinformációt tartalmaz (tényhír). Alacsony hírértékű, nincs címe, manipulációs hír.

37.

38. **Címes hír:** magasabb hírértékű.

39.

40. **Hírblokk:** tematikusan egymáshoz kapcsolódó hírek csoportosítása.

- hazai (külpolitikai, belpolitikai)
- külföldi, politikai hírek (magyar vonatkozású, nem magyar vonatkozású)
- gazdasági jellegű hírek (nem feltétlenül – speciális hírmagazin)
- kulturális hírek (nem feltétlenül – speciális hírműsor)
- színes hírek
- közlekedés
- meteorológia
- sport (attól függ, ki a szerkesztő)

41. **Átmenő hír:** a blokkokat köti össze.

42.

43. **Vezető hír:** a legmagasabb hírértékű hír.

44.

45. **Kemény hír:** uralkodó, aktuális esemény.

46.

47. **Puha hír:** gazdasági folyamatok, trendek, statisztikai elemzések stb. Az angolszász sajtóban egyleduralkodó.

10. A hír felépítése

A hír mindig a **lead**-del kezdődik, majd ezt követi a **body**, vagyis a hírtest, végül pedig a hír lezárása.



10. ábra.

Lead: elsősorban a rádióban és a televízióban terjedt el ez az angol szó. Leggyakoribb fordítása a **vezérmondat: a hír első, bevezető mondatát jelenti**. A lead eldönti a hír sorsát. Ha a lead jól van megírva, nagy az esélye, hogy a közönség odafigyeljen a hírre. A lead-nek, akárcsak a nyomtatott sajtóban a címnek **két funkciója** van: **tartalmi és figyelemfelkeltő**. Alapelv, hogy a lead, írója tartalmi kérdésekben nem tehet engedményt, nem tupírozhat szenzációvá alacsony hírértékű információt. A jó lead rövid, de ez a rádióban, televízióban nem mindig igaz, lehet hosszú, többszörösen összetett mondat is, ha tartalmilag indokolt. A lead **harmadik funkciója: egyszerre választja el és köti össze a híreket**. A hírsorrend megállapításánál az egyes hírek felvezetésénél, a lead-ek megfogalmazásánál törekedni kell arra, hogy a hírszerkesztő utaljon az egyes híreket összekötő kapcsolatra, tematikára. El kell döntenie, melyik a **legmagasabb hírértékű információ**, és a lead-nek arról kell szólnia.

Body: a hírtest, azokat az információkat tartalmazza, amelyek a lead-be már nem fértek bele, viszont hozzátartoznak a hírhez. Előfordul, hogy a hallgató csak a hír közepénél figyel fel az információ fontosságára, ezért különösen baleseteknél, katasztrófáknál a zárómondatban, vagyis a hír lezárásánál szükséges megismételni a helyszínt.

11. A háttérmagyarázat

A hír háttérét bemutató (hírháttér) rövid tájékoztatást, információt értjük a háttérmagyarázaton. Sokszor indokolt, hogy röviden bemutassuk egy-egy hír háttérét, hiszen az olvasók (hallgatók, nézők) számára érthetőbbé válik a hír tartalma, ha emlékeztetik az előzményekre.

A háttérmagyarázatban a legfontosabbak a tények, korábban kivel, mi, mikor, hol, hogyan és miért történt, mit jelentenek a hírben szereplő nevek, fogalmak. A háttérmagyarázat elhelyezi a hírt a világba. A háttérmagyarázatba sem az esemény értékelése, sem a minősítő jelzők nem férnek bele.

12. A hírműsorokkal szemben támasztott szakmai–etikai követelmények

48. Nem közvetíthetnek elhamarkodott feltételezéseket, demagóg értékítéleteket.
49. A hírműsorok nem teremtik, hanem közvetítik az eseményeket.
50. Megengedhetetlen a valóságban össze nem tartozó hírek manipulatív, egymás mellé szerkesztése.
51. Minden érintett fél jogát tiszteletben kell tartani a megszólalásra.
52. Minden fontos hírt a lehető legrövidebb időn belül közölni kell.
53. Ha megbízhatatlan forrásból származó hírt adunk közre, a médium akkor is viseli a felelősséget, ha a hír után közlésként bocsátotta ki.
54. Hírt visszatartani csak indokolt esetben – hiteles forrás hiányában – szabad (baleset, bűneset).



11. ábra.

13. A hírértéket befolyásoló faktorok és tényezők

Winfried Schulz (1990) szerint a kapuőrök az információk szelektálásánál elsősorban a közönség kívánságait és érdeklődését szem előtt tartva próbálják rekonstruálni az eseményeket. Azokat a faktorokat szedte össze, amelyek figyelembe vételével döntenek az újságírók arról, hogy mely események válnak hírré, és melyek nem.

14. Hírfaktorok

55. **Gyakoriság:** Minél jobban megfelel egy esemény időbeli lefolyása a médiák megjelenési gyakoriságának, annál biztosabb, hogy az eseményből hír lesz.
56. **Küszöbfaktor** (abszolút intenzitás, intenzitásnövekedés): Létezik a feltűnésnek egy bizonyos küszöbértéke, amelyet az eseménynek át kell lépnie ahhoz, hogy regisztrálják.
57. **Egyértelműség:** Minél egyértelműbe és átláthatóbb egy esemény, annál inkább válik hírré.
58. **Jelentőség** (kulturális közelség/érintettség, jelentőség): Minél nagyobb az esemény hordereje, minél nagyobb megütközést vált ki, annál inkább válik hírré.
59. **Összhang** (elvárás, kívánhatóság): Minél jobban egybevágnak egy esemény a meglévő elképzelésekkel és elvárásokkal, annál inkább válik hírré.
60. **Meglepetés** (váratlanság, ritkaság): A meglepő dolgoknak van a legnagyobb esély, hogy hírré váljon, persze csak akkor, ha az elvárások keretein belül meglepő.
61. **Folytatólágosság:** Egy esemény figyelembevételének küszöbértéke alacsonyabb, ha hozzájárul az összhírkép kiegyenlítéséhez és variálásához.
62. **Variáció (változatosság):** Egy esemény figyelembevételének küszöbértéke alacsonyabb, ha hozzájárul az összhírkép kiegyenlítéséhez és variálásához.

63. **Elit-nemzetek vonatkozása:** Az események, melyek elit-nemzetekre vonatkoznak (gazdaságilag vagy katonailag erős országok), aránytalanul magas hírértékkel bírnak.
64. **Elit-személyek vonatkozása:** Hasonló érvényes az elit-személyekre, azaz prominens és/vagy hatalmas, befolyásos emberekre.
65. **Személyesítés:** Minél jobban személyesítve van egy esemény, cselekedet vagy személyek sorsát ábrázolja, annál inkább válik hírré.
66. **Negativitás:** Minél "negatívabb" egy esemény, minél jobban vonatkozik konfliktusra, ellentétre, agresszióra, pusztításra vagy halálra, annál nagyobb figyelemre méltatja a média.



12. ábra.

15. A hírértéket befolyásoló tartalmi tényezők (Lutz Erbring szerint)

67. Az események aktualitása és meglepő ereje

68. **Aktualitáson nyilvánvalóan azt értjük, hogy az információ a lehető legfrissebb legyen.** De érthetjük alatta azt is, hogy nyilvánosságra hozatal időszerű. Május környékén, tanévzáraskor teljesen értelmetlen információt közölni arról, hogy szeptemberben, az új tanévben lesz-e elegendő tankönyv. Minden szerkesztőség az első közlés jogáért küzd, az újságírók, amikor kapcsolatot építenek ki a közélet szereplőivel, leggyakrabban a következő mondatot mondják: "ugye megígéri, hogy ezt először és csak nekem jelenti be". Aki második, lemarad a konkurenciaharcban.

69. **Meglepő erő:** beszélhetnénk a szenzációról is, mindig az a különös, ami eltér a megszokottól, az elvárttól, a napi gyakorlattól. Minél nagyobb az eltérés, annál nagyobb a meglepő erő. Az ikerszüléseknél éppen gyakoriságuk miatt ma már a négyes ikrek születése sem tekinthető különösebben meglepőnek, ezért itt a hatos, nyolcas ikrek születése bír egyedül meglepő erővel. Egy közepes földrengés Japánban alig bír hírértékkel, de Magyarországon, a Kárpát-medencében, ahol még gyengébb földremlökések is csak kivételesen fordulnak elő, nyilvánvaló meglepő erő.

70.

71. Az események a már bevett tematikai keretbe helyezhetősége

72. Ez azt jelenti, hogy **előnyt élvez az az információ, amelynek a közönség számára is ismert előzménye van.** Ha ugyanazon a napon fognak el két gyilkost, a közönség számára az az izgalmasabb elkövető, aki után már hosszabb ideje nyomoz a rendőrség és az üldözés számos részlete már ismert. Ugyanez igaz bármely más hír esetében is, legyen szó egy elhúzódo privatizációs ügyletről vagy egy labdarúgó átigazolásáról.

73.

74. Az eseményben részt vevők ismertsége és befolyása

75. Ismert személy az, aki pusztán a nevével azonosítható. Ők azok, akik különösebb magyarázat nélkül megjelenhetnek egy kezdő hír sorában: Michael Jackson halott, Szalai Annamária szerint jól átgondolták a médiarendszer átalakítását. Befolyásolásról akkor beszélhetünk, ha a személy a fontos, nem a tisztsége: ittás vezetés miatt lemondott Nógrád megye rendőrfőkapitánya. A közönség számára teljesen érdektelen, hogy hogy hívják a Nógrád megyei rendőrkapitányt, az érdekelheti, hogy ittasan vezetett, akinek az átlagnál magasabb erkölcsi követelményeknek kell megfelelnie.

76.

77. Az esemény által okozott konfliktus, kár vagy normasértés foka

78. Önmagában a konfliktus még nem bír hírértékkel. A rendszerváltásig Magyarországon néhány millió forint elsikkasztása szinte szenzációszámba ment, ma már a küszöbérték megközelíti a százmilliót.

79.

80. Geográfiai és kulturális közelség

81. Aki az előbbit illeti, kézenfekvő, hogy minél közelebb történik valami, annál inkább foglalkoztat minket: ha Pakisztánban árad egy folyó, annak kisebb a hírértéke, mintha a szomszéd megyében történt volna.

16. A hírértéket növelő formai tényezők

A hírérték formai kritériuma lényegében az információ táalása, és nyilvánvalóan összefügg a tartalommal: a hír legyen közérthető, tömör, pontos és félreérthetetlen.

Ami a szóhasználatot illeti, kerülni kell az idegen szavakat, használatuk csak akkor indokolt, ha nincs megfelelő magyar szó, kifejezés. Ugyancsak hiba a nehezen kimondható szavak használata.

A média számára a szenzáció, a címlap sztori, a vezető hír nélkülözhetetlen. Szükség van azokra a hírekre, amelyekkel el lehet adni az újságot, a rádió- vagy televíziókészülék elé lehet ragasztani a hallgatót, illetve a nézőt.

A szenzációhajhászás és a közönség sokkolása bár rövidtávon hozhat eredményeket, **hosszú távon visszaüthet**. Napjainkban egyre jobban **felértékelődik a megbízhatóság**, a szenzációkerülő, **objektív előadásmód, tárgyyszerűség (tény és adatszerűség)** – ez mind formai kritérium-, és ha ezek a stílusjegyek valóban áthatják a médiumot, akkor az intézmény presztízse önmagában is a hírértéket formailag növelő tényező.

A hírtől el kell választani a kommentárt. (Ez mind formai, mind tartalmi követelmény.)

A kommentár, a vélemény nem része a hírnek, és amennyiben mégis az, nyilván manipulációról van szó. A hír kizárólag adatokat, tényeket tartalmazhat, a vélemény még akkor is, ha mentes a befolyásolási szándéktól, **csak a híren kívül kaphat helyet**.

A közönség számára nyilvánvalóvá kell tenni, hogy hol ér véget a tájékoztatás, és hol kezdődik a véleményközlés. Ez még akkor is követelmény, ha egyébként aligha lehetséges a véleményektől, kommentárelemektől mentes tájékoztatás. Elsősorban a közszolgálati médiumoktól igényli a közönség joggal, hogy lehetőség szerint **puszta tényekre szorítkozzon, a véleményalkotást bízza a közönségre.**



13. ábra.

A kereskedelmi médiumok, elsősorban a bulvársajtó nyíltan felvállalja, hogy a hírekkel szemben előnyben részesíti a véleményt, a kommentárt. Ezeknél a médiumoknál jól megfigyelhető az arányok torzulása, egy-két mondatos tényhírhoz hosszú, kommentáló, magyarázó véleménycsokrot fűznek, nyilván kereskedelmi szempontok miatt.

Összefoglalva: a hírértéket formailag növelő tényező, hogy a hír a lehető legkisebb arányban tartalmazzon véleményt, spekulációt.

17. A hír objektivitása (Umberto Eco szerint)

A 60–70-es évek vitái: két alapvető kérdés,

- mi a különbség a hír és a kommentár között (az objektivitás mércéje)
- a sajtó könnyen a hatalom eszközévé válhat, pártok vagy gazdasági csoportok irányítása alá kerülhet (mindez azzal járhat, hogy valódi funkciója nem a tájékoztatás lesz, hanem az, hogy rajta keresztül küldjenek egymásnak hatalmi csoportok kódolt üzeneteket).

Eco szerint ez a két téma mára elavult. Sokan állították, hogy az időjárás-jelentésen kívül **igazán objektiv hír nem létezik**, a hír és a kommentár elválasztása önmagában nem elegendő, hiszen már akkor manipulálunk, amikor **szelektálunk** a hírek közt, vagy amikor eldöntjük, hogy melyik hírt hova **tördeljük**.

Jó példa erre az úgynevezett tematikus összeállítás: akkor van szó erről, amikor egy rádió vagy televízió műsor, vagy akár az újság egy oldala ugyanarról a témáról közöl anyagokat, amelyek nyilván mind egyedi esetek, de kiválasztásukkal kifejezetten befolyásolják a közönséget. Kódolt üzenetek küldözgetése helyett mára megváltozott a politikusok szóhasználata, leszoktak a zsargonról, **igyekeznek a mindennapi élőbeszédhez közelíteni**, tisztában vannak azzal, hogy üzenetük csak akkor juthat el a közönséghez, ha annak megfajtásához nincs szükség külön kódra. Ugyanakkor a sajtó hajlamos arra, hogy különböző témákat, ügyeket közhelyekkel közvetítse. A **sztereotípiáknak** valóságos kézikönyve alakult ki.

18. A hír forgalomképessége

Demokratikus sajtóviszonyok között kivételes esetben fordulhat elő, hogy **a médium egy hírt visszatart**.

Leggyakoribb esetei:

- **ha az információnak alacsony a hírértéke**
- **ha az információt még nem ellenőrizték**
- **ha az információt ellenőrizték, de nem bizonyult igaznak**
- **ha az információszolgáltatásra szakosodott szerv** (igazságszolgáltatási szerv, rendőrség stb.) **hírzárlatot rendel el** és a szerkesztőség gondos mérlegelés után eleget tesz a hír visszatartása iránti kérelemnek
- **embargó**
- **ha az információ nyilvánosságra hozatalának jogi (törvényes) akadályja van.**

Összefoglalás:

Demokráciában a hírérték az a normatív tényező, amelynek alapján a médiaszemélyzet, a kapuőr a hozzá érkezett információkat feldolgozza, hírré alakítja át.

A vezető hír mindig a legmagasabb hírértékű eseményről számol be, ritka kivétel az a protokoll hír, amelynek élre kerülését a benne szereplő személy ismertsége és befolyásolása indokolja. Kiválasztása megszabja a hírsorrendet, először az életkörülményeinket leginkább befolyásoló belpolitikai hírek között keressük, majd a külpolitika hírei következnek. Gyakorta a hírek élére kerülnek a balesetekkel, katasztrófával foglalkozó hírek, bár ezek megítélésében nem egységes a szakma. Közzolgálati rádióban és televízióban kialakult gyakorlat, hogy a kormányzati hírek kerülnek a hírek elejére, mondván, hogy a kormányzati döntések alapvető életviszonyainkat befolyásolják. Ez leggyakrabban elegendő indok, de amennyiben a kormánynak nincs érdemi mondanivalója, természetesen ezek a hírek is háttérbe kerülhetnek.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

82. Keresse meg az interneten az újságírók etikai kódexének a Magyar Újságírók Szövetsége által összeállított változatát. Írja le, mit jelent az újságírói felelősség és szabadság?
- 83.
84. Ön egy közszolgálati televízió csatorna hírműsorokért felelős munkatársa. Az Ön feladata, hogy a hírműsorok szerkesztőségét megújítsa. Milyen munkamegosztást alakít ki? Hogyan válogatja ki közvetlen munkatársait? Milyen hírműsorokat tervez, és milyen struktúrában?
- 85.
86. Készítsen írásos tervet (cikkvázlat, rovatterv, szinopszis, interjúterv, riportterv) az öregedő társadalom témakörben a Népszava online számára!
- 87.
88. Ön egy közszolgálati televíziós tájékoztató műsor szerkesztője. Feladata, hogy a legfontosabb globális problémákkal kapcsolatban egy összefoglaló műsort készítsen. Melyek a legfontosabb globális problémák? Mi okozta őket, van-e remény, milyen remény van a megoldásukra?
- 89.
90. Keresse meg az internet egyik hírportálján (például www.index.hu, www.origo.hu) a nap vezető hírét, amely Ön szerint a legnagyobb napi aktualitással bír! Írjon háttérmagyarázatot hozzá!
- 91.
92. Írjon tudósítást egy nagy hírértékű eseményről, Ön által tetszés szerint választott témában (baleset, katasztrófa stb.)! Tudósítsa például egy vulkánkitörés után zajló mentési munkálatokat! Közelítse meg a feladatot a helyszínen dolgozó tudósító és a napi híradót összeállító felelős szerkesztő szemszögéből! Válasszon egy párt dolgozzák fel a munkafolyamat mindkét változatát együtt!

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Sorolja fel a hír forgalomképességének korlátait!

2. feladat

Írja le, milyen részekből épül fel a hír!

3. feladat

Sorolja fel, milyen munkatársakból áll a szerkesztőség az írott sajtóban?

4. feladat

Fejtse ki milyen szempontok szerint határozza meg a szerkesztő a médiatermék koncepcióját!

5. feladat

Fejtse ki mi az újságíró feladata Walter Lippmann médiamodellje és William L. Rivers és Cleve Mathews amerikai médiaszociológusok szerint?

MEGOLDÁSOK

1. feladat

A médium a hírt visszatartja, ha:

- ha az információnak alacsony a hírértéke
- ha az információt még nem ellenőrizték
- ha az információt ellenőrizték, de nem bizonyult igaznak
- ha az információszerzésre szakosodott szerv (igazságszolgálati szerv, rendőrség stb.) hírzárlatot rendel el
- embargó
- ha az információ nyilvánosságra hozatalának jogi (törvényes) akadályja van.

2. feladat

A hír mindig a lead-del kezdődik, majd ezt követi a body, vagyis a hírtest, végül pedig a hír lezárása.

Lead: elsősorban a rádióban és a televízióban terjedt el ez az angol szó. Leggyakoribb fordítása a vezérmondat: a hír első, bevezető mondatát jelenti. A lead eldönti a hír sorsát. Ha a lead jól van megírva, nagy az esélye, hogy a közönség odafigyeljen a hírre. A lead-nek, akárcsak a nyomtatott sajtóban a címnek két funkciója van: tartalmi és figyelemfelkeltő. Alapelve, hogy a lead, írója tartalmi kérdésekben nem tehet engedményt, nem túpírozhat szenzációvá alacsony hírértékű információt. A jó lead rövid, de ez a rádióban, televízióban nem mindig igaz, lehet hosszú, többszörösen összetett mondat is, ha tartalmilag indokolt. A lead harmadik funkciója: egyszerre választja el és köti össze a híreket. A hírsorrend megállapításánál az egyes hírek felvezetésénél, a lead-ek megfogalmazásánál törekedni kell arra, hogy a hírszerkesztő utaljon az egyes híreket összekötő kapcsolatra, tematikára. El kell döntenie, melyik a legmagasabb hírértékű információ, és a lead-nek arról kell szólnia.

Body: a hírtest, azokat az információkat tartalmazza, amelyek a lead-be már nem fértek bele, viszont hozzátartoznak a hírhez. Előfordul, hogy a hallgató csak a hír közepénél figyel fel az információ fontosságára, ezért különösen baleseteknél, katasztrófáknál a zárómondatban, vagyis a hír lezárásánál szükséges megismételni a helyszínt.

3. feladat

Az írott sajtóban a szerkesztőség a következő munkatársakból áll:

Főszerkesztő

Főszerkesztő-helyettes

Szerkesztők

Újságírók

Fotósok

Tördelők

Korrektorok

4. feladat

93. **Témák:** a szerkesztőségi gyakorlatban fontos áttekinteni a témák kimeríthetetlen, sokszínű áradatát. Erre szolgálhat egy jól áttekinthető lista vagy tábla a szerkesztőség egyik falán, amely az események időpontját is tartalmazza. Ezzel lehetővé válik az annak folyamatos ellenőrzése, hogy a választott témák mennyire egyeznek meg a közönség ízlésének.
94. **Anyaggyűjtés:** a hírek kiválasztása hírfaktorok segítségével történik. Az anyaggyűjtés professzionális forrásai a hírügynökségek, a külsős munkatársak, tudósítók vagy más alkalmi források, mint például az utca lakója vagy az érintett polgár.
95. **Újságírói műfajok:** a leggyakoribb újságírói műfajok a hír és a tudósítás. A kommentár, a riport, a feature, a glossza használatát tudatosan meg kell tervezni, ennek segítségével nyeri el az újság jellegzetes arculatát.
96. **Megjelenítés:** a cikkek hossza, tördelése, az oldaltükör a lapok olyan jellemzői, amelyekre egyre nagyobb figyelem irányul a média technikai fejlődésével. Ugyanolyan meghatározóak, mint a képből és hangból történő megjelenítés egy televíziós vagy rádiós tudósítás során.
97. **Sorozatok és különleges akciók:** a szerkesztőségi kínálat a napi újságírói tevékenységen kívül tartalmazza a sorozatokat és akciókat is tartalmaz, amelyeket hosszabb távra kell tervezni. Ilyenek például a hallgatók megszólítása a rádiós műfajban egy-egy kulturális eseményről, szezonális vásárról, kiállításról, amelyek promóciós tevékenységek és növelik az adott esemény látogatottságát.
98. **A saját arculat bemutatása és nyilvánossági munka:** bár az újságírói munka minősége meghatározza az adott sajtóorgánumból, rádió és televíziócsatorna arculatát, a professzionálisan tervezett nyilvánosság méginkább fokozza a közönség és a reklámpiac figyelmét. A szerkesztőségi koncepcióról, illetve a belső munkatársakról a nagyközönségnek átadott információ elősegíti a közönség médiumhoz való kötődését.
99. **Minőség-ellenőrzés:** A szerkesztőségen belüli napi lap- vagy programkritika a minőségi munka "őrei". Az olvasók, hallgatók, nézők hívásain, levelein, a közönséggel folytatott párbeszédre keresztül megragadhatók a médiatermékekről alkotott külső vélemények.

5. feladat

Walter Lippmann, a XX. század egyik legjelentősebb amerikai publicistája és politikai gondolkodója 1922-ben "Public opinion" című munkájában az újságírás, a közvélemény és a társadalom kapcsolatát vizsgálta. Alaptétele: "Ez a világ elérhetetlen, láthatatlan, elgondolhatatlan. Korunk embere nem a való világ közvetlen és biztos ismerete, hanem a maga alkotta vagy másoktól átvett képek alapján viselkedik. Fejünkben létezik egy többé-kevésbé valóság-hű kép a világról, és cselekedeteiket ezek a képek határozzák meg." Lippmann modelljében korunk embere nem a való világ közvetlen és biztos ismerete, hanem a maga alkotta vagy másoktól átvett képek alapján viselkedik. Fejünkben egy többé-kevésbé valóság-hű kép áll össze a világról és cselekedeteinket ezek határozzák meg. William L. Rivers és Cleve Mathews amerikai médiászociológusok szerint, Lippmann modellje a közvélemény és az újságok kapcsolatáról kiterjeszthető a tömegmédiára. A média korunkban az ismeretek legfőbb forrásává vált, a külvilágra vonatkozó üzeneteket juttatja el az emberekhez, akik aztán a közéleti ügyek gondolati képeinek kialakításához használják fel az üzeneteket. "A tömegmédiákra úgy tekinthetünk, mint amelyek álkörnyezetet iktatnak az ember és az 'igazi' világ közé." Ezt a fajta leegyszerűsített, vulgáris, átlagember számára még felfogható és "használható" világot méltán nevezhetjük pszeudovilágnak. Ez a világ burokkal veszi körül az embert, és betüremkedik a közösség kultúrájának uralkodó értékrendjébe, nézeteibe. Az újságíró feladata, küldetése és felelőssége ebből fakad. Vakmerő kísérletet kénytelen tenni a rendkívül bonyolult valós világ ellentmondásos eseményeinek leírására és magyarázatára. Üzeneteket fogalmaz meg, amelyek célba jutva cselekvésre, vagy "nem cselekvésre" ösztönöznek, és mindezt úgy, hogy az eredményt tekintve a felelősség lényegében áthárul a polgárra és a közösségre.

IRODALOMJEGYZÉK**FELHASZNÁLT IRODALOM**

Claudia Mast: Az újságírás ábécéje (Bevezetés a szerkesztőségi munkába), Greger–Delacroix Kiadó–SZTE–BMI, 1998

Havas Henrik: A sajtóműfajok elmélete (egyetemi jegyzet), Budapest Média Intézet, 2002

Zsolt Péter: Médiaháromszög, EU–Synergon Kft., Vác, 2001

Zsolt Péter: Médiaetika, EU–Synergon Kft., Vác, 2003

<http://www.muosz.hu/kodex.php?page=etikai&sub=etikaikk03>

AJÁNLOTT IRODALOM

Bálint György: A toronyőr visszapillant. I–II. Magvető, Bp., 1966 Diurnus

Diurnus (Bodor Pál): A kíváncsiság mestersége. HQD

David Habelstam: Mert övék a hatalom. Európa Könyvkiadó, Bp., 1988

William L. Rivers–Cleve Mathews: Médiaetika. Bagolyvár Kiadó, Bp., 1999 Média az ezredfordulón (Szerk.: Róka Jolán) SZTE, 2000

Műfajismeret (Szerk.: Bernáth László) MÚOSZ – Sajtókönyvtár

Pirityi Sándor: A nemzeti hírügynökség története 1880–1996. MTI Kiadói Kft. Bp. 1996

Szabó Katalin: Kommunikáció felsőfokon. Kossuth Kiadó, Bp., 2001

Szerdahelyi István: Műfajelmélet mindenkinek, Akadémiai Kiadó, 1997

A(z) 1555-06 modul 012-es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
54 321 01 0010 54 01	Rádióműsor-vezető, konferanszié
54 321 01 0010 54 02	Televízióműsor-vezető, konferanszié
54 321 01 0010 54 03	Újságíró I.
54 321 01 0100 52 01	Fotóriporter
54 321 01 0100 52 02	Lapkiadói újságíró-szerkesztő munkatársa
54 321 01 0100 52 03	Rádióműsor-szerkesztő munkatársa
54 321 01 0100 52 04	Televízióműsor-szerkesztő munkatársa
54 321 01 0100 52 05	Újságíró II.

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

23 óra

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