



Csernyiné Tóth Éva

## Anyaggyűjtés, szelektálás a sajtóban

 **NSZFI**  
NEMZETI SZAKKÉPZÉSI  
ÉS FELNŐTKÉPZÉSI INTÉZET

A követelménymodul megnevezése:

Az újságírói tevékenység ellátása az írott sajtó különféle orgánumaiban

A követelménymodul száma: 1556-06 A tartalomlelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-001-50

MUNKKANYAG

## ANYAGGYŰJTÉS, SZELEKTÁLÁS A SAJTÓBAN

Az **újságíró** riportokat készít, társadalmi, politikai, gazdasági, kulturális és sporteseményeken, rendezvényeken, sajtótájékoztatókon vesz részt, ezekről beszámolót, híryanagot, ill. kommentárt ír. Interjúkészítés vagy anyaggyűjtés (hírek, cikkek válogatása átírása, szerkesztése) alapján napilapok, folyóiratok, magazinok számára politikusokról, közéleti személyiségekről, közérdeklődésre számot tartó emberekről, ill. témákról cikkeket ír.

Az újságírók a befogadóikkal tömegműzeumokon keresztül kommunikálnak.

Az újságírók a társadalomban közfeladatot látnak el, amikor közérdekű ügyekről tudósítanak, állást foglalnak, kritikát gyakorolnak vagy más módon hatnak az emberek véleményformálására. Ebből a közfeladatból különleges jogok következnek, de kötelességek is. Ezért van nagy jelentőségük a médiajog és a médiaetika kérdéseinek.

A **tömegműzeumok** hírek, üzenetek közvetítésére szolgálnak.

Az újságíró szerepét a hírek folyamában gyakran hasonlítják a „**gatekeeper**” (kapuőr) képéhez. Ez a kapuőr dönt, hogy ki vagy mi mehet át a kapun. A „gatekeeper” hírválasztásában tehát a szerepe szerinti viselkedés és szerkesztőségének előírásai jóval meghatározóbb tényezők, mint szubjektív kritériumai.

A lapkészítési folyamat követelményei mellett a politikai, vagy egyéb érdeklődési orientáltság is befolyásolja a **hírválasztást**.

A **médiaszervezetek** – hírügynökségek, újságok, rádió- vagy tévéadók – olyan szociális rendszerek, melyekben a munkatársak egy szabályokkal meghatározott rendnek vannak alárendelve.

**Az újságírónak gyorsan és megbízhatóan kell választásához megítélnie, hogy milyen jelentőséget tulajdonít egy eseménynek.** Ez a hírérték nemcsak arról dönt, hogy egy esemény érdemes-e a tudósításra vagy sem, hanem hogy a médiumok mennyire emelik ki elhelyezésével, terjedelmével és tálalásával.

Forrás : Claudia Mast : Az újságírás ábécéje

## ESETFELVETÉS—MUNKAHELYZET

**Milyen munkám lesz?**

Tudósítói, riporter, szerkesztőségi munka országos és helyi televízióknál, rádióknál, újságoknál, internetes portálok szerkesztőségeiben, hírügynökségeknél, illetve PR-referensi és médiareferensi, szövívői munka vállalatok és intézmények kommunikációs munkatársaként.

Ez volt Dávid elképzelése, aki már elsős korában is rádiós–televíziós újságíró szakember szeretett volna lenni.

A főiskola diákönkormányzatának köszönhetően kipróbálhatta magát a televízió kamerája előtt és mögött is. Részt vehetett a nyomtatott napilapok szerkesztésében és a cikkek írásában.

Később pedig teljes értékű tagja lett a főiskola internetes újságíró csapatának.

Azt mondják, hogy az újságírás fortélyait csak szakmai tapasztalattal lehet elsajátítani. Az ő esetében megfelelő alap nélkül ez nem lett volna ilyen egyszerű.

Nézzük hát az alapokat, ami egyszerűen az újságolvasással, – a sajtótermékek válogatásával kezdődik...

**TANULÁSIRÁNYÍTÓ**

*A szükséges elméleti ismeretek birtokában az újságíró legyen tisztában a következő elméleti tudnivalókkal :*

- A médiától kapott információ értéke
- A szelektív válogatás
- Műsorválasztás
- Az írott sajtó működése
- A rovatok, a vezércikk, a publicisztikák, a híryanagok, az impresszum, a reklám helye a lapban
- A hangsúlyosabb oldalak és oldalrészek
- Információszerzés és információkezelés
- Az információ megszerzésének alapvető módjai, módszerei, eszközei
- Írott és mindenki által hozzáférhető források használata – archívumok, hírügynökségek, dokumentumok
- A helyes forrás megtalálása. A közszereplő, mint forrás. A tájékoztatási kötelezettség
- A forrással való kapcsolattartás szabályai
- Információszerzési helyzetgyakorlat
- Az információ szabadsága

*Rendelkezzen az alábbi gyakorlati ismeretekkel, kompetenciákkal :*

### ***Szövegértés és szövegalkotás***

- szerezzen jártasságot a szövegértelmezésben: értsen látott és hallott szövegeket, tudja követni azok szerkezetét
- legyen képes különféle feladathelyzetekben szövegeket mint információforrásokat használni, szövegekből hiteles és lényeges közleményeket kiválasztani
- ismerje a kortárs írott és elektronikus tájékoztatás (sajtó, rádió, televízió) néhány sajátos műfaját, legyen képes a szöveg objektív és szubjektív elemeinek felismerésére, a hatás megítélésére
- legyen képes megadott témához források alapján anyagot gyűjteni
- ismerje a különböző rendeltetésű szövegműfajok tartalmi, szerkesztési és nyelvi megformálási sajátosságait, legyen képes ilyen szövegek alkotására
- ismerje szakterületének szóbeli és írásbeli szóhasználatát

### ***Kommunikáció***

- legyen képes mindennapi beszédhelyzetekben is tartalmakat ismertetni, különböző konkrét élethelyzeteket nyelvileg sikeresen megoldani (például udvariassági konfliktusokat feloldani, tanácsot, információt adni és kérni, bocsánatot kérni, problémáját feltárni, véleményét meggyőzően képviselni, esetleg módosítani, útbaigazítást kérni és adni, szerepjátékban részt venni, telefonálni)
- tudjon vitában részt venni, legyen képes azt befolyásolni érveléssel, cáfolással másként vélekedő beszédpartner meghallgatására, meggyőzésére, vagy a saját vélemény korrigálására
- legyen képes felismerni és elutasítani a manipulációs szándékot, téves ítéleteket
- ismerje és információs igényeinek megfelelően használja a tömegkommunikációs eszközöket

legyen képes felismerni egyszerű kommunikációs zavarokat, feloldásukat segíteni;

### ***Nyelvhasználat***

- nyelvhasználata a mindenkori kommunikációs helyzetnek megfelelő legyen
- legyen képes arra, hogy írott forrásokból önállóan szelektáljon és értékeljen
- legyen képes adott témához a téma szempontjából lényeges és hiteles információkat összeállítani, s ezeket használni írásban és szóban
- írása legyen olvasható, rendezett, áttekinthető
- helyesírása feleljen meg a magyar nyelv helyesírási szabályzatának
- beszéde feleljen meg a magyar nyelv hangzásbeli és nyelvhelyességi sajátosságainak, a mindenkori beszédhelyzetnek

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

Egy **hír** akkor vált ki érdeklődést az olvasóban, hallgatóban, nézőben, ha lehetőleg minél többet tartalmaz a következő elemekből:

- prominens személyek,
- közelség,
- érzelem,
- előrelépés,
- jelentős következmény,
- konfliktus,
- harc,
- drámaiság,
- kuriózum.

*Winfried Schulz* talált néhány jellemző vonást a **politikai tudósításra**, melyek minden médiumban messzemenőig megegyeznek:

- A tudósításokban szereplő események túlnyomórészt viszonylag rövid időtartamúak.
- A realitás egyszerűen, egyértelműen és világos körvonalakkal jelenik meg. Egyes, különösen magas hírértékkel bíró eseményeket összetettebben és sokrétűbben mutatnak be.

**Hírfaktorok:**

1. **Gyakoriság:**  
minél jobban megfelel egy esemény időpontja a médiumok megjelenési gyakoriságának, annál biztosabb, hogy az eseményből hír lesz.
2. **Küszöbérték:**  
(abszolút intenzitás, intenzitásnövekedés) Létezik a feltűnőségnek egy bizonyos küszöbértéke, melyet az eseménynek át kell lépnie ahhoz, hogy regisztrálják.
3. **Egyértelműség:**  
minél egyértelműbb és átláthatóbb egy esemény, annál inkább válik hírré.
4. **Jelentőség:** (kulturális közelség / érintettség) minél nagyobb az esemény hordereje, annál szélesebb körű érintettséget vált ki, annál inkább válik hírré.

5. **Összhang:**  
(elvárás) Minél jobban egybevág egy esemény a meglévő elképzelésekkel és várakozásokkal, annál inkább válik hírré.
6. **Meglepetés:**  
(váratlanság, ritkaság) A meglepő dolgoknak nagyobb esélyük van hírré válni.
7. **Folytatólagosság:**  
Egy eseménynek, amelyet egyszer már hírként definiáltak, nagy az esélye, hogy a médiumok továbbra is figyelemmel kísérik.
8. **Változatosság:**  
Egy esemény figyelembevételének küszöbértéke alacsonyabb, ha hozzájárul az összhírkép kiegyenlítéséhez és sokszínűségéhez.
9. **Az elitnemzetek érintettsége:**  
Az események, melyek a gazdaságilag, vagy katonailag erős országokra vonatkoznak, aránytalanul magas hírértékkel bírnak.
10. **Elitszemélyek érintettsége:**  
Hasonlóan az előzőhöz, a prominens és/vagy hatalommal bíró, befolyásos emberekről szóló események magas hírértékűek.
11. **Személyesség:**  
Minél inkább személyes történésekben, sorsokban kerül bemutatásra egy esemény, annál inkább válik hírré.
12. **Negatívitás:**  
Minél „negatívabb” egy esemény (konfliktus, ellentét, agresszió, pusztítás, halál), annál nagyobb figyelemre méltatja a média.

Denis McQuail a **média használatához vezető igényeket** a következőképpen rendszerezte:

1. *Információigény* (tájékozódás, kíváncsiság kielégítése, stb.)
2. *Az öntudat, önazonosság iránti igény* (személyes értékszemplélet megerősítése)
3. *Integráció és szociális kölcsönhatás iránti igény* (azonosulás másokkal)
4. *Szórakoztatási igény* (kikapcsolódás, stimuláció stb.)

### Újságírói tevékenységek

Vannak az újságírói munkának olyan *alapvető feladatai*, melyeket kizárólag a szakújságírók tudnak elvégezni:

- 1. Anyaggyűjtés, dokumentálás:** a jelentéseket, tudósításokat és történeteket össze kell szedni és össze kell állítani. A híreket, információkat a megjelentetésükön kívül dokumentálni és archíválni is kell.
- 2. Kiválasztás, szerkesztés:** az újságírók feladata, hogy a témérdek hírből a szerkesztőség koncepciójának megfelelően válogatni tudjanak.
- 3. Megfogalmazás:** saját cikkeink megfogalmazásánál és megírásánál nagyon fontos a stílus, a nyelv és az adott médiumnak megfelelő kifejezőmód.
- 4. Kommentálás, értékelés:** a véleményalkotó ábrázolásformák – mint a kommentár, vezércikk, glossza, tárca vagy kritika – az újságíróknak véleménynyilvánításra és értékelésre adnak lehetőséget.
- 5. Feldolgozás, megjelenítés:** A médiapiac fejlődése célirányos, az adott médiumra jellemző prezentációt követel meg, valamint olyan szerkesztőségeket, melyek nemcsak azt képesek átgondolni, hogy MIT, hanem a médiatartalom HOGYAN-ját is.
- 6. Tervezés, szervezés:** Minden szerkesztőségnek szüksége van sajátos arculatra. A médiumok egyre inkább abból élnek, hogy valami exkluzívát mutatnak. Minden egyes speciális kínálatot alaposan meg kell tervezni és szervezni.
- 7. Menedzsment:** A szerkesztőség menedzsmentjének feladata nem korlátozódik a munkatársak vezetésére, a szerkesztőség munkabeosztásának és az együttműködés formáinak kidolgozására, hanem feladatuk az új társadalmi kapcsolatok keresése, valamint a már meglévők ápolása.



### ***Professzionalizmus kompetencia révén***

Ehhez az újságíróknak, tekintettel a médiumok fejlődésére, a legkülönbözőbb területeken szükséges otthon mozogniuk: tudniuk kell, hogyan közelítsenek a témához, melyet feldolgoznak. Jól kell ismerniük az újságírói tevékenység lehetőségeit és határait. Szükséges az újságok, folyóiratok, a rádió és a televízió speciális lehetőségeinek alapos ismerete, hogy az illető média erősségeit helyesen fel tudják mérni és tudatosan használják azt.

### ***Alapvető újságírói kompetenciák***

1. Tárgyi hozzáértés
2. Szakmai hozzáértés
3. Megjelenítési készség
4. Szervezési készség

### ***Anyaggyűjtés, szelektálás a sajtóban :***

A médiumok felhasználóira nap mint nap különböző kínálatok és információk özöne zúdul, amiből választaniuk kell. Az anyaggyűjtés, a hírek terjesztése és ismertté válása egy szelekciós láncolatnak van alárendelve, mely a hírügynökségek tudósítóitól a médiumokon keresztül a médiahasználó hírválasztásáig terjed.

#### **Hírügynökségek:**

A médiumok szerkesztői a hírek és jelentések kínálatából állandóan választani kényszerülnek, melyeket aztán továbbítanak más szerkesztőségeknek, vagy a közönségnek. A hírügynökségi szerkesztők naponta a legkülönbözőfélebb forrásokból kapják az információkat és tudósításokat. A beérkezett információknak azonban csak egy töredéke hagyja el a hírügynökségeket.

A téma kiválasztása után általában az anyaggyűjtéssel kezdődik a tulajdonképpeni újságírói munka. Célja az, hogy felkutassa az események okait, átvizsgálja az információkat, és újakat

szerezzen, és végül nyilvánosságra hozza azokat. Ennek előfeltétele az alapos anyaggyűjtés és az újságírói kompetencia, mert az újságíró egy hír tartalmáért mind médiajogi, mind szakmai szempontból megfelel.

***Az újságíró felelősségének fő ismérvei az anyaggyűjtés során:***

1. **Fontosság:** általános jelentőségű-e a téma?
2. **Érvényesség:** az információk megfelelnek-e a valóságnak?
3. **Érthetőség:** megfelelően tömörek és átfogóak-e az infók ahhoz, hogy meg lehessen érteni az eseményt?

Az „újságírói kompetencia” fogalma alatt – az anyaggyűjtéssel és a körüljárt esemény vagy téma ábrázolásával összefüggésben – a következő képességeket lehet összefoglalni:

- szakmai tudás reakciókészséggel kombinálva,
- kétely a forrásokkal, informátorokkal, hivatalos jelentésekkel és nyilvános véleménnyel szemben,
- az információk kritikus felülvizsgálata,
- önkritikus viselkedés és önkontroll,
- függetlenség az általánosan uralkodó véleménytől, pártpolitikai, gazdasági vagy pénzügyi érdekektől,
- a téma precíz és részletező leírása,
- valamint az esemény lehetséges okainak és várható következményeinek felvázolása.

Az újságíró gyakran szerez tudomást egy addig ismeretlen témáról vagy történésről többé-kevésbé megbízható informátoroktól.

### **Sajtóirodák és sajtókonferenciák**

Ezek a legfontosabb információforrások az újságírók számára. Általában ez az első lépcsőfok, ha egy új témában kezdenek anyagot gyűjteni. Ezek az irodák kérésre megadják a médiumoknak a kívánt információkat.

Minden újságírónak a lehető legnagyobb fenntartásokkal kell viseltetnie az információ átvizsgálásánál és az objektív tudósításnál a szerkesztőségeket elárasztó, PR – összejövetelekre szóló meghívások sokaságával szemben, ha meg akar felelni az alaposság követelményének.

További nélkülözhetetlen segédeszközök az anyaggyűjtés során:

- az archívum és az anyaggyűjtés a számítógépes hálózaton

Az anyaggyűjtésnek nem akkor van vége, ha az újságíró mindent tud, hanem ha minden kézenfekvő kérdésre megkapta a választ, és átlátja az összefüggéseket.

A digitális továbbítási technika lehetővé teszi, hogy világszerte információk tömegét hívhassa le bárki, akár egy otthoni komputeren keresztül is vagy pedig munkahelyén.

Az *online információknál* meg kell különböztetni az internet információit és az online adatbankok szolgáltatásait. Az interneten nincs a hálózaton belül egy olyan szaktekintély, aki rendszerezné és átláthatóvá tenné az információtömeget, ami persze megnehezíti a tájékozódást és a különböző információk keresését, de ez a hálózat varázsa is egyben. (Keresőprogramok és katalógusok)

Az *online anyaggyűjtés* az újságírói munka egyre jelentősebb részévé vált. Azonban a hagyományos módszerek soha nem szoríthatók ki ezáltal az anyaggyűjtés során.

Forrás : Claudia Mast : Az újságírás ábécéje

### **Tudományos újságírás**

A gyakorlat az, hogy az újságíró /szerkesztő, rovatvezető / olvasói érdeklődését és a társadalmi elvárásokat figyelembe véve választja ki az érdekesnek, aktuálisnak vélt tudományos témát és ahhoz keresi meg az illetékesnek, kompetensnek tartott szakembert. A tudós – jó esetben – az újságírói kérdésekre adott válaszaival tájékoztat, oktat, informál. Miért mondtam, hogy jó esetben? Mert előfordulhat, – sőt gyakran előfordul, – hogy a kérdező újságíró felkészültsége nem elég a szervezett beszélgetéshez, Nem képes inspirálni partnerét, és nem képes jól kérdezni sem.

Ha ezek a szakmai hátrányból eredő hiányosságok nem túlságosan súlyosak, áthidalhatók, akkor a tudós informátor általában jóindulatúan kiegészíti vagy korigálja a kérdéssort. Ám ha a kérdező nemcsak laikus, de alapvetően felkészületlen és tájékozatlan is, akkor a helyzet reménytelen.

Ilyenkor a szakember – egyszeri tapasztalatát általánosítva, közös nevező alá vonva az újságírót, – joggal háborog, és utólag sajnálja a beszélgetésre fordított időt.

Az olvasó, aki nem feltétlenül képes az írás szakmai megítélésére, kielégítetlen marad, és vagy tudja, vagy csak érzi, hogy jobban járt volna, ha a cikk meg sem születik, mintha a tájékoztatás szakemberének hibájából téves, vagy fél-információkhoz jut.

A munkamegosztás másik, ugyancsak gyakori formája, amikor az újságíró nem interjút, hanem cikket ír, és ehhez saját – több forrást felhasználó – anyaggyűjtés révén szerzi meg az ismeretterjesztéshez szükséges tényanyagot.

Mások műveiből válogatja a közvetítendő ismereteket, és ismeri – illetve ismerteti meg – informátorai, forrásai egybehangzó, vagy eltérő véleményét. Ilyen esetben az újságíró a forráskezelés általános szabályait betartva, lényegében önállóan dolgozik, szerkeszt, szelektál .

Munkájának alapossága, korrektsége a megkövetelt szakmai minimum.

Tapasztalt hírlapíró azonban még ezzel sem éri be: a garanciát számára – és az olvasó számára is – a megfelelő szakmai kontroll, szaklektor bevonása jelenti. A szakember és a média képviselőjének együttműködése többnyire olyankor is célszerű, amikor a szakismeretekkel szolgáló tudós maga fogalmazza meg közlendőjét, “kész” anyagot ad át a szerkesztőnek.

Aki elolvassa és rendszerint úgy dönt, hogy a közölhetőség, a közérthőség, vagy mondjuk az olvasmányosság érdekében ő maga, vagy egy munkatársa tovább dolgozik a szövegen.

Ez a tevékenység, – stilizálás, húzás, szakkifejezések magyarázása – sem mindig konfliktusmentes.

Nem elég, hogy a közvetítő újságíró jól végezze a maga munkáját, az is szükséges, hogy a szakember, tudós, orvos vagy közgazdász elfogadja a cikk érdekében végzett korrekciókat.

Kiemelten fontos fóruma a tudományos újságíróknak, – amiről eddig csak mellékesen esett szó, a tudományos hetilapok, folyóiratok, magazinok családja.

Ezek az orgánumok egyfelől eleve előnyösebb helyzetben vannak napilapos kollégáiknál. Kevésbé szorítja őket a hely és az idő. Ha a téma és a cikk megérdemli, kérhetnek, kiharcolhatnak nagyobb terjedelmet és több időt is szánhatnak egy-egy munkára.. / Elúszni persze a hetilapnál sem lehet.

Még akkor sem, ha az újságíró tudós partnere az, aki nincs tekintettel a lapzártára.../

**Forrás** : dr. Földes Anna : Hogyan alakítható ki a tudós-társadalom és a média közös nyelve? : CEO Konferencia (A média szerepe az egész életen keresztül tartó tanulásban) Budapest, 2008. május 8.

**Feladat**

Felkészülés egy tetszés szerinti interjúra. Az interjú témájának meghatározása. A megkérdezettek kiválasztása, megnyerése. Az interjú vázának megtervezése. Előzetes megbeszélés. – Információgyűjtés.

MUNKANYAG

**Feladat :** Riport a napilapokban. Miről kell, lehet, érdemes riportot írni? Élményszerűség és tárgyilagosság. A valóság visszaadásának, bemutatásának problémái. Témaválasztás, anyaggyűjtés egy választott riporttal kapcsolatban.

MUNKANYAG

**Feladat**

Néhány jellegzetes élő magazin részletének elemzése a múltból és a jelenből.  
Mi az, ami ezekből fölhasználható a mi munkánkban? Szelektálás, válogatás sajtótermékekből.

MUNKANYAG

**Feladat**

Az újságírói anyaggyűjtés forrásai

Egy választott cikkhez tervezzen, válogasson anyagot,- nevezze meg az információforrásokat,- és indokolja választását!

MUNKANYAG



## ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

### 1. feladat

Anyaggyűjtési, keresési módszerek a könyvtárban, a sajtó-és a hangarchívumban és az interneten.

Az összegyűlt háttéranyagok alapján a műsorvezető felkészítése, döntés az adásba kerülő cikkekről és archív hanganyagokról.

### 2. feladat

Információs források.

Az újságíró saját információs hálózatának megszervezése.

A feldolgozás néhány változata: hír, tudósítás, interjú.

## MEGOLDÁSOK

A feladatok egyénileg eltérő jellegéből következően, azokra általánosan érvényes megoldás nem adható.

Minta megoldás :

Anyaggyűjtési, keresési módszerek a könyvtárban, a sajtó-és a hangarchívumban és az interneten :

**Az üzleti és közhasznú információ a magyar közkönyvtárakban**

Külföldön a könyvtárak már megtalálták helyüket a professzionális információszolgáltatók mellett. Magyarországon nagy a lemaradás. A nemzetközi könyvtári szervezetek is számításba veszik a közkönyvtárat is, mint üzleti információt nyújtó intézményt. Az üzleti információ forrásai több elv szerint csoportosíthatók. A közkönyvtárak inkább az alapinformációk forrásait gyűjtik. A Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár példája. Források a banki információ területéről.

***Az üzleti információszolgáltatás könyvtári helyzete Magyarországon***

Az üzleti információszolgáltatás Magyarországon általában nem tartozik a könyvtárak szolgáltatásai közé. Bár külföldön több működő megoldást, projektet találunk, itthon egyikben se bővelkedünk. Maga a kérdésfelvetés is (van-e helye a könyvtárban az üzleti információszolgáltatásnak) vitákat gerjeszt, de ettől függetlenül kikerülhetetlen. Ha megfelelő válaszokat nem is tudunk adni, megvizsgálhatjuk mi működhetne és működik hazánkban is. A könyvtárnak meg kell találnia azt a feladatkört, amit el tud látni és azt a területet ahol egyáltalán felveheti a versenyt a profi üzleti alapon működő információszolgáltatókkal.

Külföldön több nemzeti könyvtár is magára vállal ilyen jellegű feladatokat. Többek között a British Library és a Bibliothèque Nationale de France is külön részlegesen foglalkozik az üzleti információ szolgáltatásával, kutatásával. A magyar nemzeti könyvtár ezt a funkciót soha nem vállalta fel és a magyar könyvtári törvény szerint nem is feladata.

Az 1997. évi XL. törvény a közkönyvtárak feladatai közé sorolja a közhasznú információszolgáltatást. Az előző könyvtári stratégia egy rövid bekezdésben említi az üzleti információszolgáltatást, mint könyvtári feladatot. Az új stratégia nem említi a területet.

### ***A könyvtártípusok***

A különböző könyvtártípusoknak a felhasználói köre más és más, különböző igényekkel. „Más a feladata egy kisvárosi közkönyvtárának, és más egy gazdasági profilú felsőoktatási intézmény vagy tudományos intézet szakkönyvtárának. Az elsőként említett nagyon jó, ha kiindulópontokat ad használójának, segít az eligazodásban, utóbbiak pedig már professzionális szolgáltatásokkal kell, hogy a hozzájuk fordulóknak rendelkezésére álljanak. A vállalati könyvtárakról, újabb elnevezéssel információs központok kiemelt (és speciális) feladatairól nem is beszélve.” (Kiszl Péter). A közkönyvtárak az általános tájékoztatást adhatják meg, kiindulási pontot, legalapvetőbb kérdésekben. A hazai közkönyvtárak a közhasznú információszolgáltatásba ágyazottan szolgáltatnak üzleti információt, illetve elkülönítve kezelik az ilyen típusú állományt. Erre példa lehet a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár Böngésződjének elkülönített részlege, illetve a nagyobb városi, megyei könyvtárak.

### ***Az üzleti információ típusai***

Az üzleti élet különböző területei szerint feloszthatjuk az üzleti információt is több területre. Kiszl Péter Üzleti információ, céginformáció és a könyvtárak című könyve ezt meg is teszi. Ebből emelünk ki egy-két példát. (31. oldal) A magyarországi üzleti és egyben vállalkozói információk legfontosabb típusai:

- céginformáció (beleértve a termékekre és szolgáltatásokra vonatkozó információkat)
- banki és tőzsdei információ
- szabadalmi, használati- és ipari minta, védjegy információ
- statisztikai információ
- vállalkozás-fejlesztési információ
- gazdasági fejlődésre vonatkozó információk, előrejelzések, elemzések, átfogó (nemzeti) információk

Az információk több szintre sorolhatók. Ezek közül az egyik az elemzés nélküli publikus információk nagy csoportja, a másik a minősített (értékhozzáadás) információk csoportja. A típusok legfőbb magyar szolgáltatóit összegyűjthetjük és egy ilyen lista segíthet a tájékozódásban, tájékoztatásban. A közkönyvtár feladata lehet, hogy a szolgáltatásokat, adatbázisokat bemutatja, ismerteti, használatukat segíti. A szolgáltatóknak érdemes lenne bemutatni demo verziókat szélesebb nyilvánosság számára elérhetővé tenni. A könyvtárak általában konzorciumokba tömörülnek egy adatbázis(csoport) előfizetésére. Egy szakkönyvtár könnyebben be tudja mérni a felhasználói kör nagyságát, a kihasználtságot és az igényeket. A különböző szolgáltatók adatbázisainak jelentős hányada elérhető

térítésmentesen. Mégis, az „átlagos” felhasználó ezek létezéséről se tud. Van néhány terület, ahol az információk egy-egy szolgáltató, honlap ismeretével is teljes képet mutatnak. Például statisztikai információnál ilyen a KSH adatbázisai, iparjogvédelemnél a Publikus IParvédelmi Adatbázis Család.

### ***A közkönyvtárak és az üzleti élet***

Az UNESCO és az IFLA már évtizedekkel ezelőtt foglalkozott a közkönyvtárak mai feladataival, szerepvállalását az üzleti életben már ekkor megfogalmazták.

- A közkönyvtár segíti az egyének és a helyi közösség gazdasági–kulturális fejlődését, biztosítja összes alkalmas információhordozót
- különös figyelmet szentel a helyi társadalom sajátos csoportjainak, beleértve a különböző szempontból hátrányos helyzetűeket csakúgy, mint a gazdasági élet szereplőit vagy a felnőttoktatásban résztvevőket.
- az információs szolgálat határait szélesen vontta meg: a helyi vezetőktől a közhasznú tájékoztatáson át a turisták kiszolgálásáig.
- „Ma úgy látszik, azoknak a véleménye igazolódik, akik elvárják e könyvtáraktól (ám egyre inkább nem az egyes intézményektől, hanem együttesüktől, rendszereiktől!), hogy továbbra is eleget tegyenek a felvilágosodás korától hagyományos kulturális és szabadidős szükségleteket kielégítő társadalmi és kulturális küldetésüknek, ugyanakkor álljanak rendelkezésre a céltudatos, racionális, a szakmai és egyéni boldogulás igényeinek, a társadalmi és piacorientált információs szükségletekkel megjelenő használóknak.”
- ”Tehát valamennyi állampolgár könyvtára, nem pedig népkönyvtár, amely kis korúnak tekintett olvasóknak megszűrt szép- és ismeretterjesztő irodalmat kölcsönöz.”
- információs centrum, mindenféle ismeretinformációt nyújt megszorítás és korlátozás nélkül
- „valamit” nyújtani, a könyvtárhasználat indítékát jelentő probléma megoldásához legalább az első, kiinduló információt megadni, majd a rendszer, illetve a virtuális globális könyvtár megfelelő pontjához irányítani és/vagy azok szolgáltatásait közvetíteni”

### ***Az üzleti információk forrásai, a FSZEK szolgáltatásainak bemutatása***

Az információforrásokat ismertetjük, a banki információ területéről vett példákkal.

- AlapinformációkKözhasznú információkat, kézenfekvő alapadatokat, elérhetőségi adatokat találhatunk szaknévsorokban, telefonkönyvekben, adattárakban, különböző gyűjtőoldalakon.

#### **· Népszerűsítő kiadványok**

A népszerűsítő kiadványok célja a lakosság megismertetése a különböző szolgáltatásokkal és szolgáltatókkal.A banki információk csoportját vizsgálva: A Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár Böngészőjének üzleti részlegében megtalálható többek közt egy sorozat, Amit tudni kell... címmel. A füzetek közül több is témánkba vágó: bankválasztás és banki szolgáltatások, befektetési alapok, befektetők védelme, devizapiac, magánnyugdíj-pénztár, egészségpénztár, önkéntes nyugdíjpénztár. Az ilyen típusú kiadványok szaktudás nélkül is érthetőek, fogalommagyarázatuk világos és a célnak megfelelően egyszerűsített.

- **Gyűjtőoldalak**

A gyűjtőoldalak kiindulási pontul szolgálhatnak, de tartalmuk nem feltétlenül ellenőrzött és karbantartott. Az információk nincsenek rangsorolva és minősítve. A Startlap szolgáltatásai, az Origoklikkbankja a Linkpark az [Ok.hu bankinformációs adatbázisa](#) ebbe a kategóriába sorolható.

- **Napi sajtó**

A napi sajtóban szintén elérhetőségi adatokat, új szolgáltatásokról értesítéseket és a közérdeklődésnek örvendő, a hazai és külföldi gazdasági életet érintő témákban cikkeket és (szak)véleményeket olvashatunk. Az interneten elérhető sajtó a csatorna jellegéből adódóan sokszínű és gyorsan változó, lehetőséget ad a kapcsolódó cikkek, témák azonnali megismerésére. Az [Index gazdasági rovatát](#), vagy a [Figyelő online változatát](#) itt említjük meg. A [Napi Gazdaság](#) online változata összehasonlító táblázatokat kínál, például befektetések terén.

A Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár, mint már említettük, az alapinformációk szolgáltatásában vállal szerepet. A FSZEK Böngészdejében elkülönített részleget találunk, ahol üzleti és jogi kiadványok érhetőek el. Szakkönyveket itt nemigen találunk, inkább népszerűsítő kiadványokat, illetve adatbázisokat. Az üzleti információ típusai közül a céginformáció van a legjobban reprezentálva. A Közhasznú Információs Szolgálat a nyolcvanas évek óta működik, történetéről és feladatairól a [TMT](#)-ben jelent meg egy cikk. A Szolgálat telefonon és személyesen kereshető fel. A [hónap érdekesebb kérdéseiből](#) (és az ezekre adott válaszokból) gyűjteményt találunk lapjukon. A példák között böngészve úgy látjuk, nem sok üzleti kérdés futott be, de néhány pénzügyi kalkulátort kerestek olvasók. Témakörönként, így külön az üzleti élettel és kereskedelemmel kapcsolatban összegyűjtöttek [hasznos linkeket](#) és (elsősorban ingyenes) adatbázisokat. Elmondható, hogy alapinformációkat, elérhetőségi adatokat, gyűjtőoldalakat innen kiindulva jól megtalálhatunk.

Forrás : <http://krono.inaplo.hu/index.php/intra/7-incult/612-az-uezleti-es-koezhasznu-informacio-a-magyar-koezkoenyvtarakban>

IRODALOMJEGYZÉK

Ajánlott irodalom:

- **Claudia Mast : Az újságírás ábécéje (Bevezetés a szerkesztőségi munkába) : Greger-Dealcroix Kiadó – Budapest**
- Angelusz Róbert: Kommunikáló társadalom
- Masuda: Az információs társadalom
- Malcolm F. Mallette: Újságíró kézikönyv
- Galántai – Komáromy: Légy boldog az Interneten
- Dr. Szeles Péter: Public Relations a gyakorlatban, Geomédia szakkönyvek, Bp. 1999.
- Malcolm F. Malette (szerk.): Újságíró kézikönyv kelet-közép európai újságírók számára, MUOSZ, Bp. 1992.

A(z) 1556–06 modul 001–es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
54 321 01 0100 52 02	Lapkiadói újságíró-szerkesztő munkatársa
54 321 01 0100 52 05	Újságíró II.

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

12 óra

MUNKANYELVI

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