



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### MÉDIA ÚTMUTATÓ ROMA SZERVEZEK SZÁMÁRA

#### Mire jó a sajtó?

A sajtó segítségével szövetségeket és támogatókat is szerezhethetünk ügyünknek

#### Fontos információk

A média nem csak híreket ad, arra is jó, hogy segítsen érdekeink érvényesítésében. Eszköz arra, hogy szövetségeket szerezzünk. Egészen más egy önkormányzati vezetővel négy szemközt vitatkozni arról, hogy igenis szükséges egy orvosi rendelőt nyitni, mint mindezzel kilépni a nyilvánosság elé. Amíg csak zárt ajtók mögött tárgyalunk, könnyen, és akár magyarázat nélkül is elutasíthatja a javaslatot. Ám ha folyamatosan jelennek meg cikkek arról, hogy a környéken sorra betegednek meg az emberek, és esélyük sincs a gyógyulásra, mert nincs pénzük bebuszozni a legközelebbi orvosi rendelőbe, már nehezebb lesz elutasítani a javaslatot, de legalábbis meg kell majd döntését magyaráznia. Ha sikerül a médiát megnyernünk egy közérdekű ügynek, akkor azon keresztül újabb támogatókat szerezhethetünk, és nem egyedül kell küzdenünk.

#### **Győzzük meg az újságírókat, fontos, hogy írjanak a közérdekű ügyekről.**

Ehhez azonban meg kellett győzni az újságírókat: valóban közérdekű és nagyon fontos ügyről van szó, emberek sorsa múlik azon, hogy mellénk állnak-e. Ahhoz pedig, hogy megfelelően tudósíthassanak a történekről, minden információval rendelkezésükre kell állnunk. Az újságírók többsége úgy véli: nem feladata politizálni, lobbizni az erre hivatottak helyett, kötelessége azonban híven tudósítani. Ezért, ha mi összegyűjtünk nekik minden fontos adatot, megismertetjük őket a tényekkel, nem fogják elhallgatni azokat. Abban azonban nekünk kell segítenünk nekik, hogy megtalálják a szerintünk fontos híreket.

#### *Példák a könyvből*

*A Roma Sajtóközpont 1996-ban sajtókampányt szervezett azzal kapcsolatban, hogy a cigány gyermekek nagyon nagy arányban kerülnek kiségitő iskolába, s aki oda jár, annak nagyon kevés az esélye, hogy továbbtanulhasson. A kampány kezdeteként összegyűjtöttünk minden rendelkezésre álló adatot a témáról, felkutattunk olyan roma fiatalokat, akik kiségitő iskolába jártak, kiségitő iskolákat, ahol nagy arányban tanulnak cigány gyerekek, szakértőket vettünk rá arra, hogy nyilatkozzanak. Majd újságírókat kerestünk meg a médiánál, odaadtunk nekik minden háttéranyagot, és rávettük őket, hogy foglalkozzanak a témával. A következő két hétben szinte minden országos lap, rádiós és televíziós hírműsor foglalkozott az ügygel, így az bekerült a köztudatba. A kampány alatt a Roma Sajtóközpont vidéki tudósítói azt a feladatot kapták, hogy ha megyéjükbe látogat az oktatási miniszter, tegyék fel neki a kérdést: hogyan fordulhat elő, hogy a roma gyerekek ilyen nagy számban*



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

*kerülnek kisegítő iskolába. A nyomásgyakorlás sikeres volt: második kollégánk kérdésére a miniszter úgy fogalmazott: valószínű, hogy diszkriminatív az az eljárás, amelynek során ennyi cigány gyerek kerül a kisegítőbe, és a minisztérium tenni fog valamit az ügyben. Ezt a nyilatkozatot aztán újra közölte a lapok többsége, vagyis a téma újra hír lett. Lehet, a cigány gyerekek aránya a kisegítő iskolákban azóta sem változott jelentősen. Ám már sokkal világosabb a közvéleménynek, miként kerülnek oda ilyen nagy számban, Parlamenti felszólalás témája volt az ügy, a Művelődési és Közoktatási Minisztérium felmérést készített, és tervet dolgozott ki a helyzet megváltoztatására, a kisebbségi ombudsman oktatási vizsgálatot készített, és a közoktatási törvény megváltoztatását indítványozta. Vagyis akciónk nyomán valószínűleg változni fog a helyzet.*



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### AZ ÚJSÁGÍRÓ

Ahhoz, hogy sikeresen alakítsuk szervezetünk sajtókapcsolatait az újságírókkal kell jó viszonyt teremtenünk. Az újságírónak az a dolga, hogy kérdezzen, és hogy megírjon valamit, ami nincs egészen rendben. Mert általában a rendkívüli, a szokásostól eltérő érdekli az embereket. Könnyű belátni, hogy olyan újság nem nagyon élne meg a piacon, amely hosszú oldalakon át sorolná azokat az autókat, amelyek baj nélkül eljutottak az M7-esen Siófokig. Érthető módon a lapok a sok ezer szerencsésen célbaért kocsi helyett azzal az eggyel foglalkoznak majd, amelyik balesetet szenvedett.

#### **A jó újságíró gyakran kellemetlen kérdéseket tesz fel.**

Már veszítettünk, ha az újságíróra úgy tekintünk, mint rosszakaróra, még akkor is, ha kényes kérdéseket tesz fel. Általában kisebb az esély arra, hogy egy pozitív hír bekerüljön a lapokba, mint arra, hogy botrányok, konfliktusok kapcsán kerüljünk a médiába: ha a dolgok rendben mennek, akkor az nem érdekli az olvasókat, nem adnak pénzt egy olyan lapért, amiben semmi érdekes, botrányos, szokatlan nincs. Ezért az újságírók néha azzal indulnak neki egy történet feldolgozásának, hogy azt keresik benne, mi a botrány. Ha éppen mi vagyunk a „hunyók” a legokosabb amit tehetünk, hogy megpróbáljuk megértetni, miért tettük, mondtuk azt amit. Időnként hatásos lehet az is, ha elismerjük hibánkat, s elmagyarázzuk, miért is alakult úgy a dolog, ahogy. Általában hatásosabb, ha nem ellenségként kezeljük az újságírókat, hanem azt mutatjuk, komolyan vesszük és partnernek tekintjük őket abban, hogy kiderüljön az igazság.

#### **Nagy a verseny, az újságírók örülnek a segítségnek.**

A lapok, tévé- és rádióállomások között mind élesebb a verseny. Mindenki igyekszik, hogy érdekesebb, szenzációsabb ügyeket találjon a lehető leggyorsabban. Ezért aztán az újságírók a legtöbbször rohannak, néha még arra sem jut elég idejük, hogy minden részletet teljesen megismerjenek. Ám éppen ezért különösen hálásak, ha segítséget kapnak egy szervezettől. Olyanokkal találkozhatnak, akik képesek felelni a kérdéseikre, vagy megfelelő háttéranyagokkal látják el őket.

Ha azt mondjuk valamire, hogy titok, nem rá tartozik, semmi köze hozzá, „hírzárlat” van, akkor minden valószínűség szerint ezzel csak jobban felcsigázzuk az újságírók érdeklődését. Ez természetesen nem azt jelenti, hogy mindig mindet el kell mondanunk — ám érdemes alaposan meggondolni, hogy valóban nyerünk-e azzal, ha valamit megtartunk magunknak.



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### § Jogsabály

*A máig hatályos 1986. II. törvény a sajtóról úgy fogalmaz: A hiteles, pontos, gyors tájékoztatást az állami szervek, a gazdálkodó szervezetek, a társadalmi szervezetek és az egyesületek a saját kezdeményezéseikkel, továbbá a szükséges felvilágosításoknak és adatoknak a sajtó rendelkezésére bocsátásával kötelesek elősegíteni. A sajtó részére felvilágosítást adó személy a valóságnak megfelelő felvilágosítást köteles adni. A sajtó — az érdekelt hozzájárulása nélkül is — tájékoztatást adhat az állami szervek, a gazdálkodó szervezetek és egyesületek, valamint ezek bizottságai nyilvános üléséről, továbbá a bíróságok nyilvános tárgyalásairól. Kivéve, ha állami, szolgálati üzleti vagy magántitkot sért, illetve ha közlése bűncselekményt valósítana meg.*

### Ahol panasszal élhetünk

Más dolog, ha az újságíró nem hajlandó közölni az ügyben közvetlenül érintett személy vagy szervezet álláspontját, ilyen és más esetekben szakmai-etikai fórumhoz fordulhatunk. Ma Magyarországon az újságírók döntő többsége a Magyar Újságírók Országos Szövetsége (MÚOSZ), kisebb számban a Magyar Újságírók Közössége (MUK) tagja. Mindkét szövetségben működik etikai bizottság, amely eljár ilyen ügyekben. Az elmarasztalt újságírót megróhatják vagy akár ki is zárhatják soraikból, döntéseiket nyilvánosságra hozhatják. Mindez persze csak erkölcsi büntetés, az etikai bizottságok afféle becsületbíróságként működnek, határozataik nem kötelezőek senkire. Magyarországon ahhoz, hogy valaki újságíró legyen nem szükséges az, hogy tagja legyen valamely újságíró szervezetnek, de az etikai bizottságok olykor eljárnak olyan tudósítások kapcsán is, amit nem a szervezet tagja írt. Ennek ellenére a MÚOSZ etikai bizottsága határozatainak komoly súlyuk van, általában a lapok is megírják azokat.

### Az újságíró szövetségnél etikai panasszal élhetünk.

#### Példák

##### *Horgász a pácban*

*A Sporthorgász című hobbilap 1997. júniusi számában jelent meg egy cikk, amely teljesen általánosítva azzal vádolta a cigányokat, hogy lopják a halakat, a jogvédők támogatásával. „Az emberi jogvédők szerint szegény kisebbségi barátaink szükségből orvhalásznak. Na igen. Kocsmai szükségből. Mert — mint sokan elmondták — egész télen a kocsmában árulták a gereblyézett halat. (...) A felső részen alig van hal, az etnikum itt is működött a télen.” És így tovább. A cikk megjelenése után fordultunk a MÚOSZ etikai bizottságához, többek között arra hivatkozva, hogy az írás az előítéletes gondolkodás állatorvosi lova. Különösen ezért elítélendő, mert egy politikailag semleges hobbilapba képes becsempészni ilyesmit. A MÚOSZ etikai bizott-*



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

sága ezután első fokon figyelmeztetésben részesítette a szerzőt, mert az etikai vétséget követett el. Az eljáró tanács megállapította, hogy a vitatott írás egyes megfogalmazásai valóban alkalmasak a cigányság elleni hangulatkeltésre, ezért sértik az újságírói etikai kódexet. Ugyanakkor nem minősítette ezeket a megfogalmazásokat annyira alpárinak, mint az a bejelentésben szerepelt, s miután egy periférikus szakmai lapban jelentek meg, társadalmi veszélyességét csekélynek ítélte, ezért határozott csak a figyelmeztetés mellett.

A másodfokon eljáró tanács formai hibákra hivatkozva hatályon kívül helyezte a határozatot, ezért meg kellett ismételni az elsőfokú eljárást. Az új eljárásban a szerzőt és a bejelentőt is meghallgatták. Miután az eljáró tanács a tárgyalás során rosszalta a cikket, arra próbálta rávenni a szerzőt, hogy írásban kérjen elnézést, az bejelentette, hogy inkább kilép a MÚOSZ-ból. Bár etikai kérdésben nem MÚOSZ tagokat is el lehet marasztalni, az eljárás folytatása okafogyottá vált. Ám az eljárásról többen beszámoltak, s ha formális határozat végülis nem született, az eljárásnak precedensértéke volt abban a tekintetben, hogy a legnagyobb magyarországi újságírószervezet elítéli azokat, akik általánosságban a cigányokat vádolják bűncselekmények elkövetésével.

### Fontos információk

Végszükség esetén bírósághoz is fordulhatunk, a bíróság kötelezheti a pervesztést helyreigazítás közlésére, s akár jelentős pénzbüntetéssel is büntetheti. Ám egy bírósági eljárás hosszú ideig eltarthat, arról nem is beszélve, hogy ha a pert meg is nyerjük, örökre elveszíthetjük annak a lapnak, műsornak a jóindulatát, amellyel csatáztunk. A per a végső eszköz, ha csak lehet, jobb kiegyezni a szerkesztőkkel, megállapodni velük, hogy miként jelenhet meg a mi álláspontunk is.

### **Reagálj gyorsan!**

#### **Ha lehet, még ma válaszolj!**

A reagálásnál nagyon fontos a gyorsaság: ha tudomásodra jut, hogy egy kényes helyzetben az ellenfél sajtótájékoztatót tartott, érdemes lehetőleg még aznap elmondani a válaszodat az újságíróknak, hogy az újságolvasók már a másnapi újságban egyszerre olvashassák az ellentétes álláspontokat. Ha megkeres egy újságíró, és a véleményedet kéri egy számodra kellemetlen ügyben, jobb ha rögtön válaszolsz, megpróbálsz megértetni a te álláspontodat, ahelyett, hogy az időt húznád, ügyvéddel, perrel fenyegetnéd. Ha egy napilapnak csak másnap válaszolsz, úgy sok olvasót veszíthetsz, akik lehet, hogy nem nézik meg a következő lapszámot.



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### Két hír a lapokból

#### Példák

#### *Kártérítésre kötelezték a Zsarut*

*A Pesti Központi Kerületi Bíróság (PKKB) első fokon 600 ezer forint és kamatainak megfizetésére kötelezte a Zsaru Magazin fenntartóját, az Országos Rendőr-főkapitányságot (ORFK). A magazin az 1997. szeptember 2.-iki számában ártatlan embereket tüntetett fel felismerhető fotók révén veszélyes bűnözőknek, az indokolás szerint megsértve a képmásukhoz való jogukat és emberi méltóságukat. A Zsaru Magazin elmarasztalt cikke négy letartóztatott, majd ártatlannak bizonyult ember személyi jogait sértette meg a fotókkal. A szerkesztőség elismerte hibáját, de azzal védekezett, hogy a fényképek nyomdai hiba következtében váltak felismerhetővé. Az ügy egy tavalyi rendőrségi akcióval kezdődött, amikor 1997. augusztus 13-án hajnali négy órakor a rendőrség Különleges Szolgálat a fegyveres rablók után nyomozva Veresegyházán letartóztatta Radics Jenőt, Radics Jánost, Radics Bélát és Radics Lászlót, akiket a házkutatást követően félmeztelenül a Budapesti Rendőr-főkapitányság (BRFK) épületébe szállítottak. A nyomozók tanúként hallgatták ki Radicsékát, majd ártatlanságuk tisztázása után hiányos ruházatukban még aznap délben szabadon engedték. Tavaly szeptember 23-án a Zsaru Magazinban közölt színes fotókon felismerhetően a sárban fekvő Radicsék láthatók. (...)*

Roma Sajtóközpont

#### Példák a könyvből

#### *A kabaré cigányellenes volt*

*Az ORTT szerint a szilveszteri rádiókabaré cigányellenes előítéletek keltésére volt alkalmas 1998 február 2., hétfő — Az Országos Rádió és Televízió Testület Panaszbizottsága első esetben adott helyt olyan panasznak, melyben a Magyar Rádió egyik műsorát azért kifogásolták, mert az a romákkal szembeni előítéletek keltésére volt alkalmas. Az ORTT nyilatkozatában megállapítja, hogy a szilveszteri „BÚÉK '98” című kabaréműsorban elhangzottak ellentétesek mind a rádiózásról szóló törvény egyes rendelkezéseivel, mind pedig a közszolgálati műsorszámok etikai és szakmai elvárásaival. Az állásfoglalást egy rádióhallgató, Schreiber László százhalombattai lakos panaszára hozta meg a testület. A testület az állásfoglalás indoklásában kifejtette: „a panaszbizottságnak meg kellett állapítania, hogy a kifogásolt műsorszám a magyarországi etnikumok közül kizárólag a roma kisebbséget célozta meg, nemcsak szokványos humor forrásként használta fel ennek az etnikumnak bizonyos életsajátosságait, hanem tág teret engedve olyan poénok megfogalmazásának, amelyek sérthetik ennek az etnikumnak az érzelmvilágát. Sajnálatos módon egyértelműen felismerhető volt, hogy a műsor alkalmas a magyar társadalomban egyébként is meglévő negatív előítéletek felerősítésére.”*

Roma Sajtóközpont



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### § Jogsabály

A helyreigazításnak jogi feltételei vannak. Az erre vonatkozó szabályokat kötetünk függelékében külön közöljük. Itt csak a leglényegesebb pontokat foglaljuk össze:

A megjelenéstől számított harminc napon belül el kell jutnia a szerkesztőségbe a helyreigazítás iránti kérelemnek, ebben pontosan megjelölve azt, mit sérelmezünk és milyen szöveget kérünk közzétenni. Csak ha 8 napon belül — az ennél ritkábban megjelenő periodikák esetében a legközelebbi számban — ennek nem tesznek eleget, csak akkor fordulhatunk bírósághoz. Helyreigazítást akkor kérhetünk, ha valótlan tényt közöl, vagy híresztel rólunk a sajtó, illetőleg valós tényeket hamis színben tüntet fel.

**Helyreigazítást 30 napon belül lehet kérni, megjelölve, mit sérelmezünk, és mit kívánunk megjelentetni.**

A helyreigazítást az kérheti, akinek a személyére a sajtóközlemény nevének megjelölésével, vagy egyéb módon utal, vagy, akinek a személye a sajtóközlemény tartalmából felismerhető. Tehát adott esetben az is kérhet helyreigazítást, akinek csak a neve kezdőbetűit írták ki, ha ennek ellenére azonosítható. (Például egy kis faluban azt írni, hogy a 27 éves faluszéli házában lakó O. L., már elég lehet ahhoz, hogy mindenki tudja ott kiről van szó. Így — bár csak a monogramját közölték — mégis kérhet helyreigazítást, ha a róla megjelenteket sérelmesnek tartja.

A magyar bírói gyakorlat szerint, a jelenleg érvényes szabályok alapján csak tények helyreigazítását lehet kérni, véleményekét nem.

Indokolt esetben rágalmazás, illetve becsületsértés miatt büntetőeljárást is kezdeményezhetünk. Rágalmazást az követ el, aki valaki más előtt a becsület csorbítására alkalmas tényt állít vagy híresztel, vagy ilyen tényre közvetlenül utaló kifejezést használ.

### § Jogsabály

Magyarországon viszonylag ritka, de nem példa nélküli, hogy ha súlyos sérelem ér minket, akkor polgári perben akár nem vagyoni kárunk megítélését is követelhetjük. A nyugati bírósági gyakorlatban szokás nagy összegeket ilyen címen megítélni. Fontos alapelv, hogy mindig annak kell bizonyítania, aki állít valamit. Tehát nem annak, aki cáfol egy kijelentést.



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### A médiamunka tervezése

#### Előkészítés

Gondold végig!

---

Egy-egy ügy nyilvánosságának megszervezése előtt érdemes végiggondolni a következő kérdéseket:

1. Mi a szervezet általános célja, mi a célunk az adott ügyben?
2. Kihez akarunk szólni?
3. Milyen üzenet(ek)et akarunk eljuttatni hozzájuk?
4. Milyen médiumokon keresztül tudjuk mindezt elérni?
5. Milyen eszközök állnak a rendelkezésünkre ehhez?
6. Cselekvésünk időrendje.
7. Költségvetés, a célra rendelkezésre álló pénz.

Konkrét ügyekben tájékozódni érdemes még az alábbi kérdésekben:

8. Mi az aktuális közvélekedés az adott ügyben?
9. Milyen típusú és hangvételű tudósítások születtek a kérdésről a közelmúltban?

Az aktuális közvélekedéssel kapcsolatban több közvélemény-kutatás készült mint gondolnánk, és egyre több olyan közvélemény-kutató cég van Magyarországon, amely nyitott arra, hogy anyagait rendelkezésre bocsássa, a médiatudósításoknak pedig a legtöbb könyvtárban utána nézhetünk. Ez utóbbiak feldolgozásához néhány hasznos szempont:

- Milyen információkat kapott az adott kérdésről a közönség korábban?
- Mit sugallnak a főcímek? Hogyan lehetett volna a cikk tartalmán javítani?
- Hogyan írja le a cikk az ügyet? Hú képet ad-e az ügyről?
- Idézetek az ügy támogatóitól: kit idéz a cikk? A legerősebb érveket mondták-e el?
- Idézetek az ellenféltől: kit idéz a cikk? Mik a legfontosabb érvei?

#### Példák

---

*A kérdésben alkotott aktuális közvélekedésre jó példa a székesfehérvári „gettóügy” utóélete. A fehérvári polgármester nevében folyamatosan nyilatkozó szakértő gyakran apellált arra a többségi előítéletre, amely szerint a cigányok koszosak, nem vigyáznak az értékeikre, „lelakták” a Rádió utcai házat. Ezek az érvek jelentősen befolyásolták a közvéleményt: egy, a Kód Kft. által végzett közvélemény-kutatás szerint a teljes lakosság közel kétharmada (63%-a) helyeselte a konténerlakásba költöztetés ötletét, és mindössze 15% ellenzte emberi jogi és humanitárius megfontolásból ezt a megoldást. A székesfehérvári önkormányzat, miután*





## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

*a konténerekbe költöztetést – nem utolsósorban a médiában naponta megjelenő híradások hatására – nem tudta véghez vinni, végül úgy döntött, hogy fejenként másfél millió forintot ad a családoknak lakásvásárlásra. A többségi lakosság körében azonban csaknem általános az a vélekedés, hogy a cigányokat már így is túl sok pénzzel támogatják, és a döntés után egymást érték a nyilatkozatok, hogy akkor mi lesz azokkal, akik évek óta várnak lakásra a városban. A Gettóellenes Bizottság ugyan próbálta hangsúlyozni, hogy nem a Rádió utcai családoknak akarnak kivételezést, hanem azt szeretnék, ha Székesfehérvár egy olyan lakásprogramot dolgozna ki, amely minden rászorulókat érint. Ez azonban a közvéleményhez már nem jutott el: a családoknak juttatott másfél milliós támogatást a felmérés szerint a felnőtt lakosság 81%-a ellenezte, 11%-a támogatta. Talán csökkenthető lett volna annak veszélye, hogy a döntés nyomán növekedjenek a cigánysággal szembeni előítéletek, ha a közvélekedésre figyelve a Gettóellenes Bizottság nagyobb súlyt ad a fenti véleményének, vagy ha korábban jobban hangsúlyozza azt a tényt, hogy a lakókonténerbe költöztetés jóval nagyobb anyagi teherrel járt volna.*

### A célok, a célcsoportok és az üzenetek

#### Gondoljuk meg, kinek és mit akarunk mondani

Minden sajtómunka előtt érdemes végiggondolnunk, hogy mi a célunk az adott akcióval. Mit akarunk elérni? (Pl.: Hogy az emberek egy csoportja információkat kapjanak egy ügyről/rendezvényről, stb.? Hogy a közvélemény lehető legnagyobb része tájékoztatást kapjon egy-egy nagyobb horderejű kérdésről? Hogy nyomást gyakoroljunk a helyi politikára egy ügy kapcsán? Hogy szövetségeseket találjunk egy-egy akciónkhoz? Hogy szakembereket győzzünk meg? stb.) Ne akarjunk egyszerre mindenkihez szólni, a különböző célcsoportokat különféleképpen is kell megszólítanunk. Az üzenetek megformálásánál érdemes arra figyelni, hogy a legsikerültebb kampányok általában mindenki által elfogadott általános értékekre is hivatkoznak.

### Állami gondozásba vihetők-e a gyerekek?

Példák

*Ózdon az utóbbi években több lépcsőben lakoltattak ki önkényes lakásfoglaló vagy díjhátralékos roma családokat a város egyik részéből. A korábban jórészt a gyárban dolgozó, és ezért a környező településekről felköltöző családok a kohászati üzem bezárásával egyik pillanatról a másikra veszítették el a munkájukat. Az ózdi önkormányzat azért is siettette a döntést, mert néhány hónap múlva érvénybe lépett volna az új gyermekvédelmi törvény, amelynek értelmében a gyerekeket nem lehetett volna automatikusan állami gondozásba venni, hanem az önkormányzatnak kellett volna gondoskodnia ellátásukról. Közben felröppent a hír, hogy az*



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

önkormányzatnak azért lett egyszeriben fontos az évek óta ott lakó romák kiköltöztetése, mert el akarja adni az egyébként elég jó helyen fekvő telket.

*Mi legyen a családokkal, mit mondjunk az újságíróknak? Mivel érveljünk?*

*Általános közvélekedés: a romák munkakerülők, lelakják a házat, nem fizetnek.*

*Gazdasági érv és a szolidaritás felkeltése. Bemutatni a családokat, akik elmondják: éveken át a vas-  
műben dolgoztak, amit egyik pillanatról a másikra bezártak, nem kapnak azóta sem munkát. (Ózdon ezzel  
szolidárisá tehető a közvélemény azon része, amely szintén hasonló helyzetbe került az üzem bezárásával.)  
Biztosan lehet szerezni a Díjbeszedő Vállalattól olyan kimutatást, amely tartalmazza a településen lakó hátralé-  
kosok számát, és amelyből kiderül, hogy hány embert lehetne még kilakoltatni ezzel az érvvel. Sokan azonban  
maguk is nehezen fizetik a lakásuk rezsijét, és nem szívesen azonosulnak azzal, aki – még ha önhibáján kívül is  
– nem ezt teszi. Meglehetősen elterjedt a társadalomban az „aki iparkodik, jut is valamire” nézete. Nehéz tehát  
együttérzést kiváltani, ha az jelenik meg az újságban, hogy kilakoltatnak valakit, mert nem fizette a számláit.  
Ám ha arról születik cikk, hogy szétszakítanak egy családot, mert utcára teszik őket, és a gyermekeket állami  
gondozásba veszik, akkor feltehetően jobban megértik a probléma súlyát az emberek. Ezért a következő érv:*

*A gyerekek: amennyiben a családokat kiköltöztetik, a gyermekek jó részét állami gondozásba fogják  
venni, elszakítják a szüleiktől, a szülei nélkül kell majd élniük. (Ez az érv a közvélemény nagy részében együtt-  
érzést kelt). Kiszámítható, hogy mennyibe kerülne az államnak a gyerekek állami gondozása, és ez hányszorosa  
a felhalmozódott díjhátraléknak. Az önkormányzat a saját problémáit az állammal fizetteti meg. (Ezzel talán  
szövetségessé tehető az állami szféra.)*

*Érv az önkormányzattal szemben: A helyhatóságot sem érdekli, ha családok életét teszi tönkre, hogy a  
telket eladhassa. (Ezt az érvet azért nem biztos, hogy tanácsos használni, mert általában nehéz bizonyítani, és  
elmérgesítheti a helyzetet az önkormányzattal, amellyel tárgyalni kell.)*

*A fenti helyzetben jól láthatóan többféleképpen érvelhetünk: érvelhetünk az önkormányzat ellen, de  
pozitív értékekért is: a családok egyben maradásáért, stb. A pozitív, és az együttérzésre apelláló érvek álta-  
lában könnyebben megmaradnak a közönség fejében, míg a negatív érvet (az önkormányzat alkuja) elmond-  
hatjuk bizalmasan mondjuk egy újságíróknak, aki megpróbálhat utánajárni. Ez utóbbira könnyebben kapható  
lesz egy politikai napilap gazdasági újságírója. Nem árt néhány adatot összeszedni az ózdi vasműről, és egy  
kisebb felmérést arról, hogy a családok közül hányan veszítették el a munkájukat, stb. Egy olyan lapnak vagy  
tévéműsornak, amely mélyebben foglalkozik egy-egy üggyel, és egy-két családdal interjúlehetőséget megszer-  
vezni azoknak a műsoroknak, lapoknak, amelyek általában nem mennek annyira az ügy mögé.*



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### Hogyan kezdjük?

Ötlet

#### A sajtólista

Minden sajtómunka első lépése, hogy feltérképezzük a környékünkön a dolgozó újságírókat, és azt, miként érhetjük el őket. Figyeljünk arra, hogy az újságírók általában szakosodnak: mindig az adott téma újságíróját hívjuk az eseményekre. Érdeemes felmérni, hogy melyik lapnak, műsornak mi a profilja, mi az ami elsősorban érdekli. A lista összeállítása sok napos fáradtságos telefonálásba, hasonló szervezetek listáinak hosszú böngészésébe kerülhet, de megéri.

#### Készíts sajtólistát!

A listák az elérhetőségek és a címek mellett tartalmazzák azt is, hogy

- az adott szerkesztőségben mikor vannak az anyagleadási határidők (lapzárt)
- ki dönt arról az adott szerkesztőségben, hogy milyen eseményről készüljön tudósítás (szerkesztő)
- van-e az adott szerkesztőségben olyan tudósító, aki a mi témánkra szakosodott
- az események előtt mennyi idővel érdemes őket értesíteni?

### Könnyen áttekinthető archívum

#### Gyűjtsd a fontos cikkeket!

A listák, és a szervezet általános tájékozottsága szempontjából is elengedhetetlen, hogy gyűjtsük folyamatosan lehetőleg minél szélesebb körből a témánkba vágó tudósításokat, és archiváljuk azokat. Sohasem lehet tudni, hogy később ezekből mire lehet még szükségünk.

*Az ózdi esetről maradván például bármikor jól jöhet a díjbeszéd vállalatától beszerzett statisztika, vagy egy-két olyan cikk, amely a polgármester korábbi választási ígéreteiről tudósít.*

### A sajtócsomag

#### Készíts sajtócsomagot!

Készítsünk kis sajtócsomagot, amelyet elküldhetünk újságíróknak, vagy odaadhatunk a sajtótájékoztatón. A csomag tartalmazzon rövid ismertetőt a szervezet adatairól, céljairól, eddigi munkájáról, rendezvényeiről, stb. Tegyük bele már megjelent, a szervezetről kedvezően szóló tudósítások fénymásolatát is. Hasznos, ha szerepel benne kit keressenek, ha kíváncsiak a részletekre is.



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### A nyilvánosság fórumai

#### A sajtótájékoztató

A sajtótájékoztató a nyilvánosságteremtés legegyszerűbb formája, amelynek során a legtöbb újságíróat tájékoztathatjuk a legrövidebb idő alatt. Sajtótájékoztatót csak valóban közérdeklődésre számot tartó ügyekben szervezzünk. Ha az újságírók már a másodikról üres kézzel, vagy fanyalogva mennek haza, harmadszorra már nem fognak eljönni. Sajtótájékoztatót csak akkor tartsunk, ha van mondanivalónk, tudunk válaszolni azokra a kérdésekre, amelyeket várhatóan feltesznek majd. Az újságírók, bármit mondunk, azt fogják megkérdezni, ami érdekli őket. Ha van valami, amiről nem szívesen beszélünk, akkor jobb ha össze sem hívjuk a lapok képviselőit. Mert nincs annál kínosabb, amikor csak azt tudjuk hajtogatni, hogy sajnos erre sem akarok felelni, ne haragudjon, de ez most nem aktuális, és így tovább.

**Közérdeklődésre számot tartó ügyben, gyorsan, sok újságíróat tájékoztathatunk.**

#### A meghívó

Mindig írott meghívót küldjünk, amely a pontos

- helyszín,
- időpont (igazodjunk a lapzártákhoz, amely napilapoknál késő délután van, tehát lehetőleg délután háromig fejeződjön be a sajtótájékoztató),
- a sajtótájékoztatót tartók neve és a szervezet, amelyet képviselnek,
- a téma mellett lehetőleg tartalmazza azt is, hogy
- mitől újszerű, vagy közérdekű a téma, amelyről szó lesz. (“az első”, “emberek százait érintő”, stb.)



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### MEGHÍVÓMINTA

Példák

Budapest XXV. ker.  
Roma Önkormányzat  
Tel.: 111-22222

### MEGHÍVÓ

A XXV. kerületi Roma Önkormányzat meghívja Önt december 13-án, 13.00 órakor a szervezet székházában tartandó sajtótájékoztatójára, (XXV. ker. Fő utca 3.) tartandó sajtótájékoztatójára.

A tájékoztatón a létrehozandó új roma középiskola terveiről számol be az érdeklődőknek Lakatos Lajos, az iskolát létrehozó alapítvány vezetője és Nagy Gizella, a kerületi önkormányzat oktatási felelőse.

Az új roma középiskola, amely a városban az első ilyen intézmény lesz, a tervek szerint többszáz fiatal oktatását látja majd el magas színvonalon, létrehozására reményt nyújt az önkormányzat, az alapítvány és a szülők összefogása is.

A tájékoztató után megmutatjuk az új épület makettjét, illetve bemutatjuk az építésre kiszemelt telket (Filmezési, fotózási lehetőség).

Kérjük, hogy részvételi szándékukat jelezzék Nagy Ferenc sajtóreferensnél, a 1111-22222-es telefonszámon, ahol munkatársunk készséggel szolgál felvilágosítással.

Budapest, december 5.

Lakatos Lajos  
kuratóriumi elnök

Ha a sajtótájékoztatóra televíziót is várunk, igyekezzünk érdekes helyszínt választani. Nincs annál unalmasabb látvány, mintha a tévé azt mutatja: egy sötét szobában beszélnek emberek, az újságírók pedig gondterhelten arccal körmölik, amit hallanak. Jó ha a sajtótájékoztató után a tévéseknek, a fotósoknak tudunk valami eseményt mutatni. (Pl. a tornateremavatás után kötélmászó verseny, vagy tanár-diák meccs.)

Minden szerkesztőségbe csak egy meghívót küldjünk: egy lapban csak egy helyen jelenhet meg egy esemény. Ne bosszantsuk az újságírót azzal, hogy kollégáját a helyszínen meglátva jön rá: feleslegesen jött el. Legközelebb aztán hiába hívjuk csak egyiküket, lehet, hogy nem megy újra el.



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### Ötlet

#### **MTI-t meghívni**

##### **Az MTI program-előzetesébe ne felejsünk el bekerülni.**

Érdemes egy héttel korábban értesíteni a Magyar Távirati Irodát (MTI) is. Nemcsak azért, mert az MTI tudósításait megkapja a legtöbb szerkesztőség, így ha nem küld saját újságíró, akkor a távirati iroda jelentését felhasználva mégis közzéteheti a hírt, hanem azért is, mert az MTI készíti heti, illetve napi program-előzetest, amelyet a szerkesztőségek jó része szintén megkap, s így onnan is értesülhetnek a mi programunkról. Ahhoz, hogy a heti programba bekerüljünk az előző hét csütörtökig, a napihoz pedig legalább 48 órával korábban el kell juttatnunk meghívónkat. (Ezért fontos, hogy a sajtólistánkon szerepeljen az MTI megyei tudósítója, illetve a budapesti központnak azon munkatársa, aki a mi témánkkal foglalkozik.)

### Fontos információk

A meghívókat 3-4 nappal az esemény előtt küldjük ki. Egy-két nappal a sajtótájékoztató előtt nem árt, ha még egyszer odatelefonálunk az újságírónak, megkérdezve, hogy megkapta-e a meghívót, illetve számíthatunk-e a megjelenésére. Ez a telefonbeszélgetés alkalmat ad arra is, hogy meggyőzzük a húzódozó újságírót: érdemes eljönniük.

### **Felkészülés a sajtótájékoztatóra**

#### **Négy-öt gondolatnál többet ne próbáljunk meg kifejtetni.**

Válasszuk ki azt a négy-öt fontos érvet, gondolatot, amely alátámasztja a sajtótájékoztató üzenetét! Ez az üzenet az, amiről mindenképpen szeretnénk, ha megjelenne: a sajtótájékoztató ennek, és az azt alátámasztó négy-öt érvnek a bővebb kifejtése. A tájékoztatón ne beszéljen két-három embernél több: egy hírben, ha túl sokan ugyanazt, vagy akár túl sokat akarnak mondani, elsikkadhat a lényeg.

Válasszunk ki magunk közül valakit, aki a sajtótájékoztatót vezeti, bemutatja szereplőket, és elmondja azt is, hogy ki melyik részletéről fog beszélni az ügynek. A mondandónk végén ő kérdezze meg, hogy van-e az újságíróknak kérdésük.



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### Jelenléti ív

A sajtótájékoztatón adjunk körbe egy üres lapot, és kérjük meg az újságírókat: írják rá nevüket és azt, hogy melyik szerkesztőségben dolgoznak. Ez segíthet az újságíró-listánk folyamatos korrigálásában és kiegészítésében. Egyszerűbben tudjuk majd összeszedni vagy utólag visszakeresni a tájékoztatóról megjelent híreket.

### Háttéranyag

Mindig készítsünk, és osszuk ki az újságíróknak egy egyoldalas írásos háttéranyagot. Ebben alkal- munk van leírni és néhány szóban kifejtetni az üzenetünket is: így nem pusztán az újságíró lankadó figyelmére hagyatkozunk. Ha fontos adatok, számok szerepelnek, amelyeknél lényeges, hogy pontosan jelenjenek meg, érdemes írásos anyagot készíteni, amelyben egyébként nem árt leírni a sajtótájékoztatót tartók nevét, pon- tos tisztségét sem. Az sem árt, ha szerepel rajta egy név és egy telefonszám, akihez később fordulhatnak az érdeklődők.

### HÁTTÉRANYAGMINTA

Példák

#### Háttéranyag a Vásárpitkei Cigány Kisebbségi Önkormányzat sajtótájékoztatóhoz

**1999 február 2.**

Tel.: 111-22222

#### HÁTTÉRANYAG

Vásárpitke város képviselőtestülete 1999. január 15-i ülésén döntött arról, hogy haladéktalanul az utcára rakja a Dinnye utca 2. és 4. szám alatti bérházakban lakó díjhátralékos családokat.

Tavaly több tárgyalást kezdeményezett a helyi kisebbségi önkormányzat, előbb halasztásos részletfize- tést kezdeményezve (1998. március 12.), szociális lakásprogram kidolgozását kezdeményezve (1998 április 1.), ezek azonban az önkormányzat elképzeléseinek nem változtattak. Időközben elkészült a kisebbségi önkor- mányzat felmérése (1998 június) is a kiköltöztetésre váró családoktól.

A felmérés szerint a kilakoltatásra váró családok keresőképes tagjainak többsége (40-ből 32 fő) 1993, a vásárpitkei gyümölcsfeldolgozó bezárása óta munkanélküli, díjhátralékuk azóta halmozódott fel. A Díjbesze-



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

dő Vállalat kimutatása alapján a Gyümölcsfeldolgozó bezárása előtt a 23 családból mindössze kettőnek volt díjhátraléka. A településen és a környező településeken levő munkalehetőségek ismeretében a kilakoltatásra váró családoknak igen kicsi esélyük volt elhelyezkedni.

Vásárpitke város önkormányzata két, a tavalyi év során beadott javaslatunk ellenére sem szervezett a városban sem átképző programokat, sem közmunkaprogramot, amelynek révén legalább a munkanélküli segélyre jogosulttá válhatott volna a munkanélküli családok többsége. (Utóbbi tavaly a megyében Homokvár község szervezett sikerrel a hasonló helyzetbe került lakosoknak.)

A Vásárpitkei Cigány Kisebbségi Önkormányzat véleménye szerint a döntés diszkriminatív.

Az önkormányzat kilakoltatási terve érdekes módon csak a Dinnye utcaiakat érinti: nem kapott felszólítást az a további 200, a településen élő roma és nem roma család, akiknek az elmúlt években a Díjbeszedő Vállalat kimutatása szerint 50 ezer forintnál magasabb a hátraléka. A Dinnye utcaiak átlagos tartozása 40 ezer forint, összesen 920 ezer forint. A település díjhátralékosainak összes tartozása az adatok szerint ennek ötszöröse, 4.6 millió forint.

*A döntés gazdaságilag pazarló.*

A dinnye utcaiak körében készített felméréseink szerint a 23 érintett családból 17 nem tud hova költözni, és elképzelhető (mint ahogy azt a polgármester is nyilatkozta a Pitykei Harsona február 2-i számában) gyermekeiket állami gondozásba vetetik. A döntés hatására az állami gondozásba vett gyermekek száma elérheti a huszonkettőt, amely a költségvetésnek 8 millió forintjába kerülhet évente. Az önkormányzat 920 ezer forint tartozás miatt évi 8 millió forint kifizetését akarja a kormányzatra hárítani.

*Nem számol továbbá a családok szétesésével, a gyermekeknek és szüleiknek okozott lelki károkkal. Nem számol olyan más rendelkezésre álló lehetőségekkel, amelyekkel megoldódhatna a probléma:*

Több település példája bizonyítja, hogy a hasonló helyzetben levőknek nyújtott részletfizetési kedvezmények után a tartozás jelentős része egy-két év alatt leolvadt. Csak a megyében két hasonló nagyságú településen sikerült az elmúlt években mindenki számára megfelelően rendezni ezt a kérdést: Halmoson és Homokváron.

### Apropók

Jó lehetőséget teremt a szereplésre, ha olyan dolog kapcsán tartunk sajtótájékoztatót, vagy szervezünk valamilyen sajtóeseményt, amely egyébként is nagy nyilvánosságot kap. Millió ilyen apropót találhatunk: a Ki Mit Tud?-tól a tanévkezdeten, az aratás kezdetén, egy törvénytervezet parlamenti vitáján keresztül, valamely ünnepen át egy nagy visszhangot kapott helyi eseményig. A jó sajtószervező folyamatosan vadássza a híreket, eseményeket, amelyek lehetőséget adnak a szervezetnek a megszólalásra.





## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

*Egy iskolai program nyilvánosságának megteremtéséhez például jó apropó lehet a továbbtanulási jelentkezési lapok leadásának határideje, egy iskolai verseny, egy, a gyerekek által tartott sajtótájékoztató, egy nyitott nap, valamilyen kulturális esemény a magyar kultúra napján, egy kise emlékműsor valamelyik híresebb költő/író születésnapján, stb. Bármely apropó kapcsán elmondható az a néhány mondat, amelyet az oktatási program kapcsán lényegesnek érzünk.*

### Elemezzük a megjelent cikkeket

#### **Elemezzük a megjelent cikkeket, értékeljük a sajtótájékoztatót.**

Bennük volt-e minden -- számításba véve a különböző médiumok közötti különbségeket is -- , amit el akartunk mondani? Ha nem, mi lehetett ennek az oka? (Válasszunk legközelebb érdekesebb témát? Írjunk jobb háttéranyagot? Beszéljenek kevesebben? Készítsük jobban elő a sajtótájékoztatót?)

Ha valaki tudósított a sajtótájékoztatónkról, hívjuk fel, és köszönjük meg a cikkét. Ha egy újság nem tudósított, a legrosszabb amit tehetünk, hogy sértődötten felhívjuk az illetőt, számon kérve az elmaradt cikket. Telefonáljunk neki, udvariasan fejezzük ki sajnálatunkat, és kérdezzük meg, szerinte mit csináljunk a jövőben másként, tudunk-e a segítségére lenne valamivel.

A megjelent cikkek másolatát archiváljuk: ez még jól jöhet valamely későbbi bemutatkozáson. Nagyobb a tekintélye annak a szervezetnek, amelynek nagyobb a sajtója.

### Más lehetséges támogatók

**Ha lehetőség van rá, hívjunk el más, a témában érintett fontos személyiségeket is a sajtótájékoztatóra, és tartsuk vele együtt az eseményt.**

*A sajtótájékoztató szervezésekor érdemes végiggondolni: tudunk-e valakit, aki „kívülről” tudná meg támogatni a mondanivalónkat, és meghívható-e előadóként a sajtótájékoztatóra. Az ózdi példára visszatérve: jobb, ha az állami gondozás költségeit, vagy azt, hogy a családok szétszakítása mekkora károkkal járhat, nem mi, hanem egy gyámügyi szakértő, a helyi nevelési tanácsadó munkatársa, stb. mondja el. Ha nem vagyunk benne biztosak, hogy az illető minket fog támogatni a nyilatkozatával, akkor inkább ne hívjuk meg: nem az a dolgunk, hogy vitafórumot szervezzünk, hanem hogy a saját álláspontunkat mondjuk el a sajtótájékoztatón. Az újságíró majd elintézi maga, hogy megszólaltassa az ellenérdekelt feleket.*



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### Ötlet

---

#### A helyszín

Ha lehet, keressünk érdekes helyszínt. Mondjuk egy rossz lakáshelyzetről szóló sajtótájékoztató megtartható egy düledező viskóban is. Kétségtelen, hogy a tévében, a fényképeken mindez hatásosabban fog mutatni, mint egy átlagos terem.

Persze a sajtótájékoztatók többségét teremben tartják. Ha nem találunk alkalmasabbat, egy kisvendéglő különtermében vagy a kultúrház klubszobájában is megtarthatjuk a sajtókonferenciát. Nem mutat jól, ha túl nagy a terem és elvesznek benne az emberek, és az sem szerencsés, ha már csak a fal mellé tudnak összépreéledni.

Ha szervezetünknek van emblémája, akkor azt egy jól látható helyen, lehetőleg olyanon, amit a kamerák nem tudnak kikerülni, függesszük ki. Szokás ilyet elhelyezni a beszélő feje fölött, vagy mögötte. Ha tévét is várunk, akkor jó ha van konnektor a reflektoroknak. Arra is fel kell készülnünk, hogy a rádiótudósítók egy nyugodt, telefonos szobából akarják leadni tudósításukat.

### Példák

---

*Néhány éve egy Pest megyei településen meglehetősen morbid kilakoltatás történt. Míg a ház lakója – egy, a gyermekeit egyedül nevelő asszony – a gyerekekkel vidékre ment rokonait meglátogatni, az önkormányzat kilakoltatta a családot. Miután nem állt rendelkezésre más önkormányzati ingatlan, a család értékeit a település hullaházába és a ravatalozóba hordták, jobb híján ide kellett költöznie a családnak is. Az ügyben az asszony védelmére kelő budapesti roma jogvédő szervezet sajtótájékoztatót tervezett, és úgy döntöttek, hogy nem budapesti irodájukat, hanem a ravatalozót választják helyszínül, ahol a család lakik. Aznap a fontosabb televíziók és rádiók, másnap a lapok többsége is beszámolt a sajtótájékoztatóról. A Kurír szalagcíme ez volt: „Sajtótájékoztató a hullaházból”. Ha jobban belegondolunk, egy-egy család kilakoltatása bármely nap megtörténhet, és – bármennyire komolyan érinti is az adott családot – nem biztos, hogy nagy esély van arra: országos ügyé tehető, különösen nem egy bulvárlapban. Ez esetben azonban maga a helyszínválasztás mindennél jobban elmondta a helyzetet, és keltette fel az újságírók érdeklődését.*



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### Időzítés

#### Fontos információk

A sajtótájékoztatót legjobb délelőtt 11-12 vagy délután 13-15 óra között tartani. 35-40 percnél hosszabbra tervezni nem érdemes, mert nem fogják megvárni a végét. Ugyanakkor, ameddig az újságírók kérdeznek, addig illik válaszolni.

Hétvégén nehezebben jönnek el az újságírók, kevesebb lap is jelenik meg. Ugyanakkor kevesebb a hír is, úgyhogy gyakran ilyenkor könnyebben bekerülhetünk a hírfolyamba, olyasmivel is, ami hét közben el-sikkadna. Érdemes megnézni az MTI programját, az általunk tervezett időpontban nincs-e valamilyen más hasonló esemény, amely miatt kevesebb újságíró jönne el.

Szokás úgy szervezni a sajtótájékoztatókat, hogy utána a tévéknek, rádióknak rövid interjúban elmondjuk még egyszer, egészen röviden összefoglalva a leglényegesebbeket.

### A sajtóközlemény

A sajtóközlemény ugyanúgy minden médium informálására szolgál, és általában akkor szokták igénybe venni. A reagálásnál nincs idő sajtótájékoztató szervezésére. A sajtóközlemény eljuttatható a lapokhoz közvetlenül, vagy a Magyar Távirati Iroda Országos Sajtószolgálatán (OS) keresztül, amely minden olyan anyagot, amely nem tartalmaz alkotmányellenes kitételeket vagy reklámot, szerkesztetlen változatban, díjmentesen közöl.

*Az OS közleményeket nem minden esetben olvassák a szerkesztők. Ha mégis ezt a megoldást választjuk, feltétlenül telefonáljunk a lapokhoz, és hívjuk fel a figyelmüket az anyagra! Tudnunk kell azt is, hogy az újságíró szakma szabályai szerint a lapokat újságírók írják. Ezért a lapok nem szívesen közölnek mások által készített közleményeket. Számolnunk kell azzal, hogy közleményünknek csak egy részletét idézik, nem is biztos, hogy azt, amelyik nekünk a legfontosabb, esetleg olyan kommentárt fűznek hozzá, amely ellentétes a mi szándékainkkal.*

A közlemény előnye, hogy gyorsan sok helyre eljuttatható, világosan megfogalmazhatjuk benne gondolatainkat, esetleg olyanok is elolvassák, akik arra már nem vennék a fáradságot, hogy egy sajtótájékoztatóra elmenjenek. Hátránya, hogy a szerkesztők általában nem szeretik, hiszen az újságok nem azért vannak, hogy közleményeket hozzanak nyilvánosságra, valamint hogy az esetleges félreértéseket nem tudjuk megmagyarázni. (Segíthet a dolgon, ha megadunk egy nevet és egy telefonszámot, azét, aki bővebb információval szolgálhat a közleménnyel kapcsolatban). Miután mindenkinek ugyanazt küldjük, nem tudjuk az egyes médiumok fazonjára igazítani. Egészen különleges esetektől eltekintve csak az írott sajtóban jelenik meg, a rádiók, tévék csak a legritkábban foglalkoznak a közleményekkel.



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

*A közleményt úgy kell megfogalmazni, hogy az is értse miről van szó, aki nem ismeri az előzményeket. Terjedelmét tekintve egy gépelt oldalnál ne legyen hosszabb: a napilapok tudósításai is átlagosan egy gépelt oldalnyi terjedelműek. Hasznos, ha a közlemény elején néhány mondatban összefoglaljuk a mondandókat, ez a belépő ahhoz, hogy egyáltalán elolvassák a szerkesztők. A sajtóközlemény mindenképpen adjon választ a következő kérdésekre: ki (a szervezet, személy, amely közzéteszi a közleményt), mit (a hír, amiről tudósítani kívánunk), miért, (miért fontos, mitől hír) mikor(dátum).*

### A háttérbeszélgetés

A háttérbeszélgetés jó alkalom arra, hogy informálisan (anélkül, hogy megírnák) tájékoztassuk az újságírókat. Jogos a kérdés, ha nem írhatják meg, akkor mi érdekük egy ilyen beszélgetésen részt venni, de gondoljunk bele, hogy egy-egy zavaros, vagy zűrös ügynél mennyit számíthat az, hogy az újságírónak van elegendő információja, és ezek alapján kérdéseket tehet fel, akár az ellenérdekelt félnek. Háttérbeszélgetést csak valóban megbízható újságíróknak tartunk: sokszor túl nagy a csábítás arra, hogy kérésünk ellenére megírják, amit bizalmasan mondtunk el nekik.

### **Kötetlenül bonyolult dolgokat is elmagyarázhatunk.**

Ahhoz azonban, hogy a következő háttérbeszélgetésre is eljőjenek, valóban fontos és különleges információkat kell adnunk: ha úgy döntöttünk, hogy megbízunk bennük, még véletlenül se érezzük velük azt, hogy a dolgok legjavát elhallgatjuk. Egy ilyen háttérbeszélgetésen, miután a bizalomról szól, az újságírók is feltehetnek kényes kérdéseket. A háttérbeszélgetés rendszeressé tehető pl. havi sajtó-reggelik formájában, ahol néhány szendvics és egy csésze kávé még közvetlenebbé, egyszersmind rendszeressé teheti a beszélgetéseket. Ezek az események hosszú távon érdeklődő újságírókat köthetnek a szervezethez.

Ugyanakkor érdemes szembenéznünk vele, hogy nincs biztosítás az ellen, hogy valaki megírja, amit bizalmasan elmondtunk. Mindenesetre a háttérbeszélgetés jó eszköz lehet arra, hogy saját álláspontunkról meggyőzzük az újságírókat, ha úgy tetszik, befolyásoljuk őket. Sok újságíró szereti, ha ilyen alkalommal kikérik a véleményét is valamiről, és még az is előfordulhat, hogy hallunk egy jó ötletet. Ugyanakkor nem illik háttérbeszélgetésen elmondani olyasmiket, amelyek a nagy nyilvánosságra tartoznak. A közérdeklődésre számot tartó híreket az újságíróknak meg kell írniuk, még akkor is, ha ezeket úgynevezett háttérbeszélgetésen mondták el nekik.



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### A nyilatkozat / interjú

Az interjú olyan lehetőség, amelynek során egy-egy téma kapcsán az interjúalany hosszabban kifejtheti gondolatait. Ha igazán sikeres akar lenni a nyilatkozó, akkor bizony alaposan fel kell készülnie a várható kérdésekre.

#### Ötlet

Az interjú vagy sajtótájékoztató előtt közvetlenül mindig szakíts 15-20 percet a felkészülésre, a ruházatra. A felkészülés során érdemes végiggondolni azt a három-négy (nem több!) gondolatot, amit mindenképp szeretnél, hogy megjelenjen, és a legfontosobbat már az elején elmondani, majd interjú közben megismételni. Ugyanúgy készülj válasszal a lehető legkényesebb kérdésekre is! Az újságírók általában nem szeretik, ha valaki előre elkéri tőlük a kérdéseket. Az ilyen interjúalanyokat inkább elkerülik. De azt bátran megkérdezhetjük előre, hogy miről szól majd az interjú, mik lesznek a főbb témái. Nem árt, ha felkészülünk, utánanézzünk az adatoknak, számoknak, hogy frappánsan és pontosan felelhessünk majd. Az interjú jellegéből fakad, hogy az újságíró kérdez. Néha olyasmit is, ami nem tartozik a tárgyhoz, vagy tévedést fogalmaz meg a kérdésben. Ilyenkor udvariasan, de határozottan javítsuk ki: „Örülök, hogy megkérdezte, biztosan más is félreértette” vagy: „biztosan én fogalmaztam rosszul, hogy félreértette, de”, stb. Főleg a televízió- és rádió interjúknál ne hagyjuk magunkat kihozni a sodrunkból. A nyugodt, de határozott válasz hatásosabb. Sok riporter szereti meglepni az alanyát váratlan kérdéssel, ezzel kizökkenteni a rutinmondatokból. A lehetőségekhez képest készüljünk ezekre is. Tévében, rádióban általában jól mutat, ha emberien viselkedünk: elnevetjük magunkat, vagy pillanatnyi zavarunkban megvakarjuk a fejünket. A jó riporter, ha előre össze is írja a kérdéseit, hagyja magát sodródni a beszélgetéssel.

Így aztán nekünk is van esélyünk befolyásolni a társalgás menetét. Ha valamit nagyon el akarunk mondani, de sehogyan sem akar szóba jönni, bátran mondhatjuk: „én a maga helyében megkérdezném, hogy” -- erre általában nehéz nemet mondani. A mondanivalónkkal nem (csak) a riportert akarjuk meggyőzni, hanem az olvasókat, nézőket, hallgatókat.

#### **Örülj, ha igazán kérdeznek tőled.**

Ezért aztán, annak örüljünk, ha az újságíró keményen kérdez, megpróbál minket zavarba hozni, „megfogni”. Sokkal hatásosabb, ha kemény szópárbajban jutunk eredményre, mintha egy olyan újságíróval hoz össze a sors, aki „alánk kérdez”, s így esélyünk sincs, hogy meggyőzzük a kétkedőket. A jó riporter felkészül az interjúra. Ennek leggyakoribb módja, hogy elolvassa a korábban az interjúalannal készült beszélgetéseket. Ezért aztán a válaszolónak sem árt észben tartania, korábban mit mondott, mit mondott másként, van-e valami olyasmi, amivel most ellent fog mondani magának. Ha talál ilyet, készüljön fel a magyarázatra is. Ám ha nem kerül szóba a dolog, akkor nem érdemes magyarázkodni.



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### Fontos információk

Az írott sajtóban megjelenő interjúk általában egy viszonylag hosszabb beszélgetés írásos, szerkesztett összefoglalói: az élő beszédhez képest sok rövidítést, egyszerűsítést tartalmaz. Az újságíró szükségképpen átfogalmazza azt amit hallott, előfordul, hogy mást tart fontosnak mint mi, vagy esetleg olyan szavakat használ, amiket mi sohasem.

Ha visszakérjük elolvasni az interjút, és szükségesnek tartjuk, kérhetjük ezek kijavítását is, de lehet, hogy az újságíró, akinek mégiscsak ez a szakmája, jobban tudja, miként lehet valamit hatásosan megfogalmazni.

#### **A számodra fontos dolgot inkább többször is mond el.**

Ha újságba készül interjú, bátran kérdezzünk vissza, mondjuk el többször a fontos mondatokat, esetleg fogalmazzuk meg többféleképpen is azokat. Általában hatásosabbak a rövid, frappáns mondatok, a kis történetek, imponáló ha valaki adatokkal tényekkel, idézetekkel tudja alátámasztani mondanivalóját.

Az írott interjúknak kétféle változata van. Az egyikben kérdések és válaszok váltogatják egymást, a másikban, amely mind elfogadottabb nálunk, angolszász szokás szerint összefoglalják az általunk elmondottakat. („A kilakoltatással kapcsolatos kérdésünkre Kovács József elmondta, hogy.”). Utóbbinál — az úgynevezett függő beszédes interjúnál — sokkal inkább a tényekre kell koncentrálnunk, míg a hagyományos esetében lényegesebb lehet néhány eredetien, szellemesen megfogalmazott mondat.

#### **Telefoninterjúnál mindig röviden, világosan fogalmazz.**

A telefoninterjú során még fontosabb követelmény a rövid, világos fogalmazás. Telefonon nehéz elmagyarázni bonyolultabb dolgokat, nagyobb a félreértés veszélye, és ilyenkor értelemszerűen nem nagy interjúk készülnek, inkább gyors reagálásokat, véleményeket gyűjtenek össze az újságírók. Ha már kénytelen vagy telefoninterjút adni, feltétlenül olvastasd vissza az újságíróval a szöveget!

Az interjúkat általában magnóra rögzítik az újságírók, gyakran így tesznek a telefonos beszélgetéseknél is. Minderre jó emlékeznünk, ha utólag reklamálunk. Gondoljuk végig, tényleg mit mondtunk, mert könnyen lehet, hogy az újságíró birtokában ott a hangfelvétel.

Az interjút jogunk van visszakérni és elolvasni megjelenés előtt.



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### Néhány tanács interjúalanyoknak

- Interjú közben kerüld az „állítólag”, vagy „úgy hírlik” kezdetű mondatokat! A forrás nélküli hivatkozások sok gyengítik a mondanivalódat, és könnyen számonkérhetőek.
- Az újságírók általában a minél erősebb történeteket és kitételeket kedvelik. Ne hagyd, hogy negatív minősítéseket mondassanak ki veled!
- Nem kell mindenre tudnod válaszolni: nyugodtan mondhatod: „utána fogok nézni, most nem tudok erre válaszolni”.
- A legrosszabb amit tehetsz, ha vitatkozni kezdesz a sajtóval, de mondhatsz olyat, hogy „ez jó kérdés, de az olvasókat / televíziónézőket / rádióhallgatókat talán jobban érdekli az, hogy”
- Erősíti a mondanivalódat, ha alá tudod támasztani példákkal, érdekes történetekkel, vagy kívülállók véleményével.
- Fogalmazz egyszerűen és röviden, ne használj házi kifejezéseket, vagy szakzsargont: az olvasónak mindig kevesebb információja van: többet kell elmondanod, mintha a munkatársaddal beszélgetnél! - - Minél rövidebb egy mondat, annál valószínűbb, hogy megértik!
- Kerüld az „erről a dologról nem nyilatkozom” típusú válaszokat! Különben könnyen abba a szerepbe keveredhetsz, hogy te is “sáros” vagy az ügyben!
- Ha egy kérdés nem világos, ne akard te kitalálni, hanem nyugodtan kérdezz vissza.
- Az általad adott interjú szerkesztett változatát megjelenés előtt jogod van még egyszer átfutni, s válaszaidba belejavítani. A kérdéseket, címeket nem írhatod át, de válaszaidat hozzáigazíthatod.
- Készülj egy-két frappáns, jellemző, könnyen megjegyezhető mondattal, jelszószerű kijelentéssel.
- Ne hagyd magad behúzni a csőbe. Ha a kérdés úgy kezdődik, hogy feleljen igennel vagy nemmel..., de te erre így nem tudsz, vagy nem akarsz, bátran mond azt, hogy sajnos ezt nem tudod megtenni, de ha akarja kicsit részletesebben ki tudod fejteni a véleményedet.

A sajtótörvény szerint az újságíró köteles a nyilvános közlésre készített nyilatkozatot a nyilatkozatot adó személynek - kérésére - bemutatni; azt nem közölheti, ha ehhez a nyilatkozatot adó személy azért nem járul hozzá, mert nyilatkozatát az újságíró megváltoztatta. Vagyis pusztán azért nem vonhatunk vissza egy interjút mert meggondoltuk magunkat. A jogszabály a visszavonás indokaként a “megváltoztatta” kifejezést használja. Mint arról korábban szóltunk a nyomtatott interjúk nem szó szerintiiek, hanem azokat általában “megváltoztatják”, szerkesztik. Itt természetesen az érdemi változtatásokról van szó.



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### Rádióinterjú, felvétel és élő adás

A tévének, rádióknak készülő interjú során lényegesen több dologra kell figyelni, mint a nyomtatott sajtónak adott interjúnál. A rádióban nem csak az fontos, mint mondunk, hanem az is, hogyan. A legjobb gondolat is élvezhetetlenné válik, ha érthetetlenül hadarunk, motyogunk. Kellemetlen, ha valaki megsérti magyar nyelv elemi szabályait, „suk-süköl”.

#### Ötlet

Ha felvétel készül nyugodtan elmondhatjuk ugyanazt többször is, hogy majd ki lehessen választani a legjobbat. Ha belezavarodtunk egy mondatba nem érdemes erőlködni, bátran kezdjük újra. Ha úgy érezzük, hasonlóan az írott interjúnál, megkérhetjük a riportert, hogy játssza vissza nekünk a megvágott anyagot. Ez technikailag kétségkívül bonyolultabb, de sokszor megéri a vesződés. Az élő szó sokkal hatásosabb. Amíg azt viszonylag könnyen elhiszik az emberek, hogy az újságíró torzított, amikor leírta a mondanivalónkat, egy rádióinterjúnál nehezebb erre hivatkozni, hiszen „saját fülemmel hallottam, hogy mit mondott”. Ugyanakkor vágással akár alapvetően is megváltoztatható a mondanivaló lényege.

### **Próbaként hallgasd vissza magnóról, amit mondtál!**

Az élő adásnál nincs esély a javításra. Amit kimondtunk, már nem tehetjük el nem hangzottá. Ezért különösen fontos, hogy az interjú előtt végiggondoljuk, mit is akarunk mondani és azt hogyan tudjuk a leghatásosabban megfogalmazni.

#### Ötlet

Készüljünk fel a kellemetlen kérdésekre. A hirtelen beállott csend a hallgatónak sokszor beismerést jelent, azt az érzetet kelti, hogy már védekezni sem tudunk. A profi nyilatkozók ilyenkor valami semmiséggel szoktak felelni, megpróbálnak mellébeszélni, és addig kigondolni a választ. Ha számunkra kellemetlen dolgokról is esik szó, sokszor az őszinteség igazán hatásos lehet. Élő adásban különösen vigyázzunk arra, nehogy riportert „csőbe húzzon” minket. Utasítsuk vissza, hogy olyan dolgokat mondasson ki velünk, amelyeket később megbánunk.





## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

Nem szabad hagyni például, hogy rávegyenek olyasmikre, amit nem akarunk. Ha a kérdést úgy teszik fel: kérem válaszoljon igennel vagy nemmel, ám nem lehet így felelni, akkor bátran mondjuk azt: sajnos igennel vagy nemmel nem tudok, ám...

Ha a riporter úgy kérdez: ugye maga is azt gondolja, hogy kollégája nem alkalmas erre a munkára - bátran utasítsuk vissza azt, amit a mi véleményünként kívánnak feltüntetni, ám mi másként gondoljuk.

### Televíziós interjú

A televízió esetében minden részlet számít: a ruházattól a frizuráig, vagy addig, hogy mi áll a háttérben. A televízió képernyőjén minden felnagyítódik: egy alig észrevehető fintor is betöltheti az egész képernyőt, s egészen más hangsúlyt adhat a mondanivalónknak. Mondhatja valaki a legjobb gondolatokat, ha közben izzad, az azt a hatást keltheti, hogy „megizzasztotta a műsorvezető”, valami nincs rendben.

Ötlet

**Tévéinterjúnál minden részlet számít, a ruha, a frizura, a gesztusok, az arckifejezés is. Persze a frappáns fogalmazás is lényeges.**

A televíziós viseletet illetően az emberek általában szigorúbban ítélnék, mint a mindennapokban. A férfiaknál a közönség inkább elvárja az öltönyt, nyakkendőt, a nőknél is a konzervatívabb viseletet. Természetesen itt is fontos szempont, hogy az alkalomhoz illően öltözzünk: rosszul venné ki magát, ha valaki éppen egy nyomortelep közepén állva nagyestélyiben nyilatkozna. Érdeemes olyan apróságokra is figyelni, hogy nem jó apró mintás ruhát felvenni, mert az kellemetlenül vibrál a képernyőn. Aki gyakrabban szerepel a tévében, annak érdemes kikísérleteznie, hogy milyen gesztusok állnak jól neki, mennyire segíti mondanivalóját ha gesztikulál, illetve mennyire nehezíti a figyelmet. Főként eleinte érdemes visszaneézni, visszahallgatni a műsorokat és értékelni mi volt jó, mit kellene legközelebb másként. Még egy fontos gyakorlati tanács: soha ne tegyünk úgy megjegyzéseket, hogy abban bízunk: kikapcsolták már a mikrofont. Bármilyen megtörténhet, csak olyat mondjunk, amit nyilvánosan is vállalnánk.

### Válaszolj ügyesen

Ötlet

A sátoraljaújhegyi önkormányzat úgy dönt, hogy a szomszédos Ricséről beköltözött és „a város életébe beilleszkedni nem tudó” bűnöző elemeket kitelepíti a városból, és a jövőben mindent megtesz azért, hogy



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

megakadályozza az ilyen elemek beköltözését. Kaltenbach Jenő a határozatot törvénytelennek minősítette. Az ügy kapcsán sokan támadták az ombudsmant, hogy „a bűnözőket védi”, „fogalma sincs arról, hogy mi történik Sátoraljaújhelyen” a sátoraljaújhelyiek jogos önvédelméről van szó, és sokan a cigányok bűnözésével érveltek. A Magyar Rádió egyik élő műsorában egy asztalhoz ültette Kaltenbach Jenő (K.J.) kisebbségi ombudsmant, Laczkó Károly (L.K.) sátoraljaújhelyi polgármestert, és válaszolniuk kellett a betelefonáló hallgatónak (H.) is<sup>1</sup>. Műsorvezető: Bocskay Zsolt (M.V.) Az alábbiakban olyan részletek olvashatók a vitából, amelyek jó példái lehetnek egy élő vitaműsorban előálló helyzeteknek, és válaszoknak, illetve annak, hogy mi a dolga egy jó műsorvezetőnek.

### Kritika a „közvélemény” nevében

(Az egyik hallgató egy szerinte túl erős kijelentést kifogásol, amit az ombudsman tett a sátoraljaújhelyi önkormányzattal kapcsolatban.)

(H) — Na hát, ha elhangzott, akkor magának nyilvánosan bocsánatot kellett volna kérni a Sátoraljaújhelyi Polgármesteri Hivataltól és a polgármester úrtól is.

(K.J.) — Ez az ön véleménye.

(H) — Nem az én véleményem, szerintem minden tisztességes magyar embernek ez a véleménye.

(K.J.) — Beszerezte minden tisztességes embernek a véleményét?

### Érintetté tenni az ellenfelet

„(H) — Mikor fognak önök megvédeni, ha önök így biztatják őket, akik mind büntetett előéletűek, akikről most is szó van, harmadik helyről vannak kitelepítve, akkor mit gondol uram, mi lesz ennek a vége?”

(K.J.) — Szeretném még egyszer elmondani, (...) hogy természetesen szó sincs arról, hogy bűnözőket védelemben részesítsünk.

(H) — De ön védelmébe veszi. Uram Ön miniszteri fizetést kap azért, hogy a cigányokat velünk szembe állítsa?

(K.J.) — Nem asszonyom, én az Ön jogait is védem, amikor azt mondom, hogy csak törvényes eszközökkel lehet fellépni törvénytelen cselekedetekkel szemben.

<sup>1</sup> (Szerintem, Kossuth Rádió, 1997.08.29., műsorvezető: Bocskay Zsolt)



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

*(Az ombudsman úgy próbálja a határozat abszurditását bemutatni, hogy az ellenfelet felszólítja: képzelje el, hogy a határozatot rajta alkalmazzák. (Ez sokkal erősebb érv, mintha hosszú jogi fejtegetésbe kezdene):)*

(K.J.) — Polgármester úr, ne adj isten önnek el kell költöznie, vagy ön a saját akaratából elköltözik mondjuk Budapestre...

(L.K.) — Rossz a páros ombudsman úr, ne folytassa.

(K.J.) — Nem, nem. Mit szól ön ahhoz, hogyha Budapesten alávetik egy beilleszkedési vizsgálatnak előre, még mielőtt be tudna jelentkezni?

(A polgármester inkább tagadja, hogy erről lenne szó, az ombudsman erre tárgyilagos, rövid ellen választ tud adni:)

(L.K.) — Kérem, itt ilyet senki nem fogalmazott meg.

(K.J.) — Ez van a határozatban.

(A polgármester tovább cáfol:) — Ön olvassa fel a határozatnak ezt a részét, ami erre vonatkozik.

(K.J.) — Kérem szépen, azt mondja ... (hosszan idéz a határozatból). (Mindig legyen nálad, amire hivatkozol!)

(H) — Jó napot kívánok. Én az ombudsman úrnak szeretnék egy ajánlatot tenni. (...) Legyen szíves és költözzön oda Sátoraljaújhelyre közéjük legalább három hónapra.

(M.V.) — De ez az égvilágon semmire nem adna megoldást.

(H) — Dehogynem, dehogynem. Mindjárt megtudná, ha az ő gyerekeit vernék össze, mert ....

(K.J.) — Mi tetszik várni ettől?

(H) — Egy pillanat. (...) Eddig csak közhelyeket, közhelyeket, közhelyeket mondott. Ön nincs tisztában a dolgokkal. Vannak tényleg rendes cigányok és vannak elviselhetetlen cigányok.

(M.V.) — Mint ahogy vannak tényleg rendes nem cigányok és ... (a hallgató kizökken, inkább másik témát kezd:)

(H) — Ne ezen lovagoljunk. Ez az egyik. A másik pedig ...”



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### Mit ne tegyünk?

Más szervezetekhez hasonlóan az újságok szerkesztőségei is hierarchikus felépítésűek: minden újságírónak van főnöke. Az újságírás azonban olyan munka, ahol az etikai, a szakmai, vagy az emberi diszkréció határai kevésbé egyértelműek, mint máshol. Nincs olyan közszereplő vagy sajtószervező, akit életében legalább egyszer ne sértett volna meg újságíró, akár azért, mert azt érezte, hogy megfeszített munkája egyik legfontosabb eredményéről egy sort sem írt, vagy azért, mert olyan dolgokat írt le róla, amit azért mondott el, mert bízott az ígéretében, hogy nem fogja megírni. Nagyon nagy a tétje annak, hogy mit tudnak meg a munkánkról mások, és azt a képet, amit magunkról akarunk mutatni – bármilyen pontosan és kritikusan is lássuk saját tevékenységünket – folytonosan átszínezi az újságírók személyisége, előfeltevései vagy akár a pillanatnyi hangulatuk. Csak vesztes lehetsz, ha egy bakiktól hemzsegő újságcikk miatt egyből a főnökét hívod fel az újságírónak, vagy egyből negatív hozzáállást feltételezel egy kritikus cikk mögött. Adott esetben figyelmeztetik, vagy akár megbüntetik az újságírót, de attól csak még egy oka lesz arra legközelebb, hogy egy történet legrosszabb verzióját írja meg rólad. Ellenben az újságíró is meggyőzhető. Természetesen, mint ahogy bárhol máshol, az újságírók között is akadnak szűk látókörű, vagy előítéletes emberek, akikből hosszú távon sincs esély kinyerni egy mákszemnyi korrektséget. Ilyen esetekben nem marad más hátra, mint a sorozatos helyreigazítási kérelem, vagy felhívni a főnökét.

### Ha a riporter ellenséges

#### Tanácsok

---

Előfordul az ilyesmi is. Aki igazán profi nem lepidik meg, nem sértődik meg (persze nem kell mindig mindenáron szerepelni), hanem felkészül. A kérdésben megfogalmazott tévedéseket javítsuk udvariasan ki.

#### **A profi soha nem sértődik meg.**

„Örülök, hogy megkérdezte, biztosan más is félreértette” vagy „biztosan én fogalmaztam rosszul, hogy félreértette, de” formulák általában hatásosak szoktak lenni. Főleg a tévé rádió interjúknál ne hagyjuk magunkat kihozni a sodrunkból. A nyugodt, de határozott válasz hatásosabb. Ha ellentmondáson kapnak rajta, próbáljuk megmagyarázni, miért változott az álláspontunk. Elismerni egy tévedést általában hatásosabb, mint végsőkéig kitartani egy tévedés mellett. Ha állandóan közbevág nyugodtan feleljük azt, hogy előbb szeretnénk befejezni az előző válaszunkat, vagy hogy mi sem szakítottuk őt félbe.



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

### Trükkök és ötletek

#### Ötlet

#### A kiszivárogtatás

Az újságírók fontosabbnak tartják azt, amit csak ők tudnak, annál, amit már mindegyik kollégájuk. Sok szervezet használja már csak ezért is a kiszivárogtatás technikáját. A kiszivárogtatás általában nagyobb érdeklődést kelt a téma iránt, és így az többször „eladható”.

*Egy nagy formátumú tervet be lehet jelenteni egy sajtótájékoztatón (egy alkalom), de ki lehet szivárogtatni az egyik lapnak (1), a megjelent hír kapcsán másnap megkeresnek a többi laptól, hogy ne maradjanak le a hírről (2), ahol elárulhatsz hangsúlyozottan részinformációkat, megemlítve, hogy másnap sajtótájékoztatót (3) tartasz a témáról, ahol az összes részletet ismerteted majd. Ennél a technikánál természetesen nagyon kell ügyelni az információk adagolására: ha egyből elmondasz mindent, nem marad muníciód a következő napokra. Fel kell arra is készülnöd, hogy az általad kiszivárogtatott ügyel kapcsolatban másokat is megkérdeznek majd.*

#### Ötletek

Az eddigi javaslatok célja sok esetben az volt, hogy bizonyítsák: az újságíró legalább annyira rá van szorulva az informátorára, mint a közszereplő az újságíróra. Ez különösen igaz a roma ügyek esetében: az újságírók zömének nincsenek megfelelő kapcsolataik a roma közösséggel, ezért sokszor csak nagyon homályos képpel rendelkeznek arról, hogy például mi történik egy cigánytelepen.

#### A jó személyes kapcsolat aranyat ér.

Ám ha valaki segít nekik ebben, és megmutatja egy ilyen telep mindennapi életét, elképzelhető, hogy másképpen fogja látni a romákkal kapcsolatos helyzetet. Ugyanez vonatkozik a közösségi élet legkülönbözőbb eseményeire: egy-egy bálon, vagy más közösségi eseményen olyan emberekkel ismerkedhet össze, akikről később portrékat írhat, meginterjúvolhat, stb. Ezekre azonban nem lesz alkalma egyfajta vezető nélkül, anélkül, hogy valaki ne vinné be őket a közösségbe. A jó sajtómunka elképzelhetetlen folyamatosan ápoltt, jó személyes kapcsolatok nélkül.

#### Hír és vélemény

#### Ha nincs hír, csináljunk.

Az újságírókat sokkal inkább a hírek érdeklik, mint a vélemények: ha nincsenek hírek, „csináljunk.” Szervezzünk valamilyen programot. (Szervezzük meg, hogy az újságírók elmelessenek egy éjszakai razzára,



## A projektet támogatja az Európai Unió és a Magyar Köztársaság

lássák kikkel találkoznak ott a rendőrök, vigyük el őket a családsegítő központ egy fogadóórájára vagy egy cigánytelepre, ahová lehet, hogy a segítségünk nélkül el sem mernének menni, stb.) Az élet általában sokkal érdekesebb, mint egy szürke teremben, egy sajtótájékoztatón felolvasott nyilatkozat. Egy átlagos újságíró magától soha nem fog eljutni egy cigánybálba, ám ha magunkkal visszük, akkor sokkal jobb cikket tud írni a roma hagyományok továbbéléséről, mint ha órákig magyaráztuk volna neki, miként is néz mindez ki.

### Bejutni a hírekbe

Az újságírók általában örömmel veszik, ha segítséget kapnak egy egy új történet feldolgozásához. Számukra egy történet annál jobb, minél inkább megfelel az alábbi követelményeknek:

#### Ötlet

Jól időzített — valamilyen oknál fogva aktuális. Lehet ez egy évforduló (cigány kárpótlásról a roma holocaust évfordulóján), esemény, valaki kitüntetése stb.

#### Gondolkozzunk azon, kinek mi lehet az érdekes.

Az olvasók, hallgatók, nézők között tartson számot érdeklődésre — a médium célközönségének szóljon. Egy halászzattal foglalkozó szaklapba nem lehet elsütni építőiparral kapcsolatos információkat.

**Konfliktus** — viták, ellentmondások, botrányok jól mutatnak a lapokban

**Híresség** — az olvasókat, nézőket érdeklik a híres emberek, a mindennapjaik, a véleményük stb.

**Kivételesség** — ne felejtsük el, az a hír, ha a postás harapja meg a kutyát, nem az, ha a kutya a postást.

**Hitelesség** — jobb ha több forrásból ellenőrizhető a hír.



**Roma Sajtóközpont**  
1078 Budapest  
Nefelejcs u. 39.  
Tel/fax: +36 1 321-1810  
Honlap: [www.rroma.hu](http://www.rroma.hu)