

# A közösséget teremtő lap

A TERÉZVÁROS MAGAZIN MEGÚJÍTÁSÁRA ÉS MŰKÖDTETÉSÉRE VONATKOZÓ KONCEPCIÓ

**E**gy XXI. századi helyi lap megjelentetése nem feladat, hanem lehetőség az önkormányzat számára, hogy az általa képviselt lakosoknak elmagyarázza, mi miért történik a kerületben, hogy átláthatóvá tegye a kerület vezetésének és szolgáltató társaságainak a működését, részletesen bemutassa a munkáját és a részvételiség eszközeit. Módot ad arra, hogy a fenntarthatóság fogalmát több szempontból is megjelenítve növelje a helyiek igényét az élhető város megteremtésére, és hogy közösséggé kovácsolja őket. **Tehát kulcsa lehet egy olyan önkormányzat**

**munkájának, amely a helyiekért és a helyiekkel közösen kíván dolgozni** a városrész felvirágoztatásán.

Mindezt csak igényesen megírt, olvasmányos és figyelemfelkeltő, sok helybelit és terézvárosi történetet bemutató anyagokkal lehet elérni, amelyek nyomán valódi közösséggé formálódnak a lap szereplői és olvasói, azaz a városrész lakói.

## TÖRTÉNETEK ÁLTAL ÉRTETNI – SZERKESZTÉSI KONCEPCIÓ

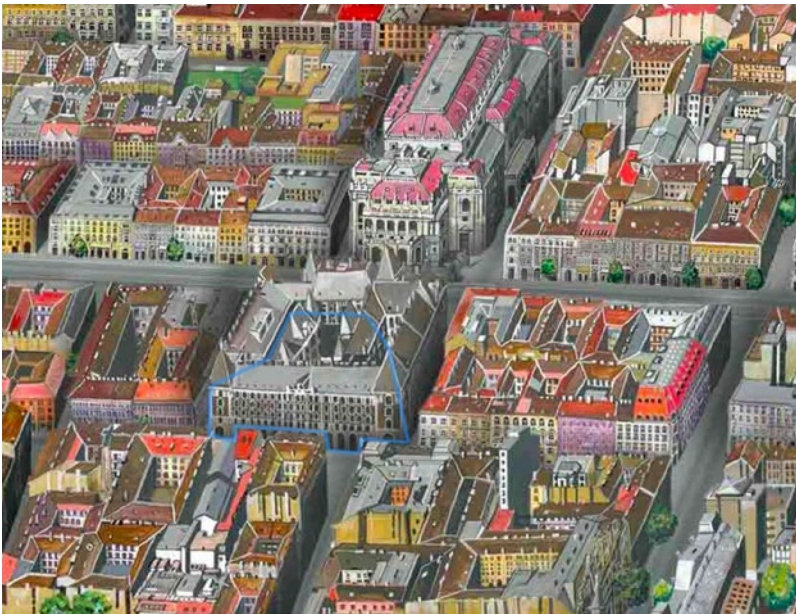
A terézvárosi lapnak a lehető legrészletesebben, ugyanakkor nagyon érthetően kell

bemutatnia az önkormányzat vezetőinek (a polgármesternek, az alpolgármestereknek), a képviselőknek, a tanácsnokoknak, a testület egészének, a bizottságoknak és a szolgáltató társaságoknak a munkáját.

Az **érthetőség** kiemelt szempontja és a közéleti magazin jelleg olvasmányos, színes feldolgozást kíván az önkormányzati ügyek tekintetében is. Fontos a **történetmesélés**, melynek fókuszában a kerületben élő emberek állnak. Amikor például a szociális bérlakások bővítésének szükségességéről és az annak érdekében tett lépésekről beszélünk, a cikket érdemes egy-két érintetti történettel felvezetni az olvasók érzékenyítése érdekében. A határozatokat, rendeleteket, intézkedéseket történetekbe ágyazva szükséges megjeleníteni, hogy a kerület lakosai megértsék azok hátterét, indítékait, céljait, várható hatásait.

Az önkormányzati vezetők, képviselők munkáját bemutatni hivatott - általában rövid, száraz, hír jellegű cikkek (az “átadta”, “elérte”, “benyújtotta” típusú megjelenítések stb.) is kaphatnak némi színt, elég hozzá pár keretező mondat a fentiek szerint.

Mind a politikusok, mind a lapkészítők számára érdemes az újságbeli szereplések jellegét a **mennyiségiről a minőségire** áttenni, hiszen három olvasatlan cikk kevesebbet ér, mint egy olvasott. Elolvasni pedig azt az írást fogják a kerület lakosai, amely nekik ad valamit (érthető felvilágosítást, magyarázatot, szórakozást stb), nem pedig a szereplőjének.



Szorgalmaznám olyan riportosan elkészített anyagok megjelentetését, amelyeknek témáját egy-egy **érintetti kör** adja, és annak bemutatásában is segít. Például egy helybeli kerekesszékesekkel bejárni a kerületet, megtapasztalni azt, hogy hol szorul még akadálymentesítésre a városrész. Ezek a történetek nemcsak problémákat jeleníthetnek meg, hanem a különböző csoportok megismerését is elősegíthetik pl. kamaszokat kérdezhetnénk a közlekedési szokásaikról és terveikről, akarnak-e jogosítványt szerezni (spoiler: nem, a mostani tizenévesek számára ez sokkal kevésbé fontos, cserébe viszont szeretnének biztonságos kerékpársávokat, jól sétálható utcákat, jól szervezett tömegközlekedést).

A lap szerkesztésekor érdemes gondolnunk arra, hogy olvasóink nemcsak a kerület vonatkozásában számítanak helyieknek, hanem a **főváros lakói** is egyben. Hogy ne csak az ilyen-olyan minőségű és politikai irányultságú országos médiából tájékozódjanak a fővárosiként őket érintő fontosabb ügyekről, érdemes hírt adni a szomszédos kerületek és Budapest helyieket is érintő fontosabb ügyeiről a fővárosi üzemeltetésű intézményeket érintő rendelkezésektől a biciklis közlekedés fejleményeiig.

Fontos szempont, hogy a lap segítségével mind kerületi, mind fővárosi lakosként megértsék a **részvételiség** fogalmát és megismerjék a lehetőségeiket ezzel kapcsolatban.



A fővárosi és kerületi ügyeken túl a lap közéleti magaziniként lehetőséget ad országos témák helyi megjelenítésére is: kerületi példákkal, megszólalókkal az olvasók sokkal inkább érintettek érezhetik magukat az egészségügyi, oktatási, szociális, közigazgatási és egyéb, nagyobb volumenű ügyekben, ezáltal tudatosabb, **aktívabb állampolgárokká** válhatnak.

**Egy XXI. századi európai főváros helyi lapjának** kiemelt figyelmet kell fordítania a **fenntarthatóságra**, felelőssége van abban, hogy a helyiek ne csak elméleti szinten ismerkedjenek az **élhető város** fogalmával, hanem igényükké váljon annak megvalósítása. Ezt segíti az

a rovat, amely a világ nagyvárosaiból “közvetít”, színes hírekben mutatja be a jó gyakorlatokat. Emellett természetesen a lap többi anyagát is át kell hogy szője a fenntarthatóság gondolata, amely nemcsak a környezettudatos gondolkodást jelenti, de a **társadalmi szolidaritást** is. Ennek kulcsa, hogy minél **többféle** ember és **nézőpont** jelenjen meg, és ezáltal segítsünk a világ összetettségének, csodálatos sokszínűségének megismerésében.

## TARTALOMHOZ A FORMA – SZEMPONTOK A LAYOUT FRISSÍTÉSÉHEZ

A lap layoutjának illeszkednie kell az önkormányzat brandjéhez, emellett pedig úgy érdemes meghatározni az elemeit, hogy azok egyértelműsítsék a lap struktúráját, **segítsenek a hangsúlyok megjelenítésében, árnyalják a mondanivalóját**, sajátos (ismerős, mégis izgalmas) hangulatot teremtsenek.

A fiatal olvasók megszólítása szempontjából nagyon lényeges a **korszerű, figyelemfelkeltő** megjelenés, amely ugyanakkor - az idősebb olvasókra való tekintettel - nem nehezíti meg az olvasást.

Ennek eszközei:

- **figyelemfelkeltő címlap:** ingyenes lapoknál kiemelt jelentőségű, hogy három másodpercet “kap” az újság az új olvasótól; egyből ki kell derülnie, hogy mi ez a lap (megfelelő kopf: felső harmad, olvasható betűk, önkormányzat brandjéhez illeszkedik); címlap sztori: híres ember, izgalmas téma ütős címmel és hatásos, a lap jellegzetes képi világához illeszkedő fotóval; képes vagy illusztrált kiejánlók (2-3): további fontos és érdekes témák értelmezhető képekkel, illetve grafikai megoldásokkal; további szöveges ajánlók.
- **állandó brand elemek** (ikonok): pl. idézet, fun fact, névjegy, stb.
- illeszkedő élőfej
- képszerkesztési elemek: a fotósokkal, képszerkesztővel közösen kialakított **jellegzetes képi világ** (pl. egy bizonyos szűrő vagy gyakran ismétlődő perspektíva); nyomdai adottságok figyelembe vétele; „fotótár” kialakítása: a saját archívumból bármikor felhasználható saját illusztrációk (jellegzetes helyi épületek, gyakori témákhoz - pl. oktatás, egészség-



ségügy - kerületben készült képek stb); **instruált képkészítés:** eseményeken sokféle szögből készült képek: részletek, arcok, totál stb.; interjúknál az újságírói, szerkesztői koncepció megjelenítése

- **korszerű tördelési megoldások** használata pl. keresztes anyagok, kiemelések, képeken megjelenő írások, színes boxok stb.
- **grafikus illusztrációk** a layouthoz illeszkedve
- lazább oldalak: kevesebb szöveg, több illusztráció egy oldalon; nagy címek, szellős leadek
- oldalpárok harmonizációja: ha nem átmenő anyag, akkor különböző struktúra, hogy ne legyen repetitív
- külső és belső borítón szereplő hirdetések a lap layoutjához illeszkedő szerkesztése izgalmas illusztrációkkal



### MINDEN A MAGA HELYÉN – ELKÉPZELÉSEK A ROVATSTRUKTÚRÁT ILLETŐEN

A jelenlegi rovatstruktúra némi frissítésre szorul. Érdeemes megtartani a **kettős felosztást**, amely szerint a lap első felében jelennek meg az önkormányzattal kapcsolatos anyagok, illetve az egyéb fókusz témák, a lap második felében pedig a kulturális és életmód cikkek. A feldolgozás módja az említett **storytelling** technikával azonban egységessé teszi a lapot, melynek főbb rovatait az alábbiak szerint képzelem el.

- **Fókusz témák:** 2-3 oldalpár 2-4 nagyobb összeállítással elsősorban a kerületet érintő történésekhez kapcsolódva, azokat kibontva pl. a testületi ülések döntéseit

elmagyarázó, megszólalókkal keretező anyagok. Nem pusztán leíró, adatokat soroló cikkek, hanem értelmező anyagok, hogy a lakók tudják, mi miért történik a kerületben pl. egy rendeletmódosítás mit jelent, konkrétan mit hozhat az életükbe. Nem kizárólag önkormányzati anyagok, hanem az egészségügyi ellátással, közbiztonsággal, infrastruktúrával kapcsolatos témák is (pl. ingatlanörkép vagy háziorvosi összeállítás).

- **Nagyinterjú:** helyi vagy fővárosi politikusokkal, szakemberekkel, közéleti figurákkal (művészekkel, orvosokkal, tájépítészekkel, nagyvállalkozókkal, újságírókkal, sztárokkal stb), akik a kerülethez (is) köthetők, a városrész valamelyik intézményében lépnek fel, adnak elő vagy a kerületet érintő témában kérdezhetők pl. rákszűrési akció indul - híres orvossal interjú a legújabb fejleményekről a rák megelőzésben, -gyógyításban
- **Kerületi hírek:** 3-4 kisebb anyag, hírek, interjúk
- **Nézőpont:** fővárosi, szomszédos kerületekkel kapcsolatos, illetve országos témák a helyi vonatkozások megjelenítésével sokféle műfajban (riport, jegyzet, interjú stb)
- **Helytörténet:** a főváros egyik legpatinásabb kerülete tele van beszédes épületekkel. Jó tollú újságírók ezek titkait helytörténészek, a lakók és elérhető források segítségével könnyen megfejtetik és élvezetes stílusban közreadhatják.
- **Tárcanovella rovat:** minden lapszámban más szépíró(k) novellája
- **Kulturális ajánló oldalpár:** könyv, film, színház, rendezvény ajánlók, mini interjúkkal és egy állandó tévés rovattal, az anyagokat a szerkesztőség tagjai és külsős újságírók készítik - egy oldalpáron 5-6 színes anyag. Különböző szintű kulturális érdeklődést kielégítő, egyszerűen, de szellemesen megfogalmazott írások

- **Portré/Interjú/riport:** megannyi izgalmas ember él, dolgozik a kerületben a színházak láthatatlan emberei, kereskedőcsaládok tagjai, a startupok izgalmas figurái, vendéglátósok, szolgáltatók stb - őket mutatja be a mesélős sorozat
- **Kis színes hírek a kerületből:** ünnepek, versenyek, évfordulók
- **Életmód:** gasztro (helyi árusokat és idényélelmiszereket fókuszba helyező rovat riportos elemekkel), népszerű tudomány, pszichológia, egészségmegőrzés stb. (szponzorált tartalmak is)
- **Nagyvilág** (akár külső címlap): böngészni való kis színes anyagok a világ városaiból: korszerű megoldások az élhető városokért, streetart, sztárok, zöldítés stb.



## SZÁGULDÓ RIPORTEREK MŰHELYE – GONDOLATOK A SZERKESZTŐSÉGI MUNKÁRÓL

A szerkesztőség **2-3**, a storytelling technikát ismerő, használó, a hétköznapi embereket szívesen megszólító, jó tollú **szerkesztő-újságíróval**, **4-5 állandó külsős szerzővel** és egy alkalmi szerzőkből álló **színes csapattal** meg tudja valósítani a fenti terveket.

A szerkesztőségben végzett munka a heti egy laptervező értekezletet leszámítva nem lenne elvárás, de egy jól működő, jó hangulatú, **műhelyként** működő szerkesztőségben általában dolgozói igény. A fent vázolt lap elkészítése sok-sok “járkálást” feltételez, a kerületben élők megszólítása érdekében az újságírók **száguldó riporterekként** bukkannak fel a kerület intézményeiben, szórakoztató és kereskedelmi egységeiben. **Ismerik a kerület lakóit és a helyiek is őket**, tudják, hogy kit keressenek, ha megjeleníteni kívánt örömmük, bánatuk, információjuk

van. A külsős újságírók a **változatosságot** garantálják, az olvasók számára a kétféle “gárda” biztosítja a magas színvonalú szolgáltatást, amelyet egy igényes helyi lap jelenthet számukra. Sem szerkesztési, sem gazdasági szempontból nem érdemes egy önkormányzati lapnak nagy szerkesztőséget fenntartania.

A lap átalakítása nyilvánvalóan nem tud egyik percről a másikra megtörténni, a tervek teljes megvalósulása körülbelül **fél évet** vehet igénybe. Az első hónapokban a meglévő szerkesztőségnek kell esélyt adni, hogy az új szerkesztési elvek szerint próbáljanak dolgozni (és azok érvényességéről visszajelzéseket adni) **erős főszerkesztői támogatással**. Ebben az időszakban a fent ismertetett színes közéleti magazin megvalósulását külsős újságírók hatékonyan tudják segíteni.

## TÚL A SZERKESZTÉSEN – A FELELŐS SZERKESZTŐ EGYÉB FELADATAI

A Terézváros magazin felelős szerkesztőjének a print lap gördülékeny elkészítésén (az önkormányzattal, szolgáltató társaságaival és intézményeivel való kapcsolattartás; témakutatás és -kiosztás; cikkírás; cikkszerkesztés; a tördelés támogatása; nyomdai előkészítés biztosítása stb) és magas színvonalú tartalmának biztosításán túl egyéb feladatai is vannak.

### Honlap a kerületiek szolgálatában

Fontos feladat a felhasználók számára a lehető legátláthatóbb, jól használható, minél több hivatalos ügy elintézésre és minden lényeges **információ gyors megtalálására alkalmas honlappá** fejleszteni a jelenlegi oldalt.



A Terézváros weboldal lehetőséget ad arra, hogy a print lapban megjelent cikkeket több képpel, hosszabban is elérhetővé tegyük, illetve hogy a fontosabb, nem csak a kerületiek számára hasznos, valamint a fiatalabb olvasóknak is érdekes cikkeket megfelelő keresőszavak beállításával “megfuttassuk” az interneten, így a print lap számára is **csatornázzhatunk** be innen olvasókat.

### Első az olvasó

A lap megújítása előtt érdemes **kutatást** végezni a kerületiek körében, hogy megtudhassuk, hogy jellemzően kik és miért olvassák a magazint, miből látnának kevesebbet vagy többet az újságban. Így megakadályozható az olvasóvesztés (amely a lapátalakítások jellemző veszélye), és az alkalmi olvasók igényeinek figyelembevételével új **törzsközönséget** is nyerhetünk, esetleg **új olvasókat** is szerezhethetünk. A kutatásból képet kaphatunk a kerület lakóinak és így a magazin célcsoportjának összetételéről, amely fontos tudás a témák megválasztásának és megjelenítésének szempontjából.

### Hol a lap?

Ingyenes és fizetős újságoknál egyaránt problémát okozott okozni a **terjesztés**, amelynek hiányosságai miatt sok-sok olvasónak esélye sincs találkozni a lappal. Ha nem kerül bele minden postaládába a Terézváros magazin, az a kerület lakóinak és a lapot kiadó önkormányzatnak egyaránt veszteséget okoz. Az új felelős szerkesztő első feladatai között kell szerepeljen a terjesztés ellenőrzése, és az annak során feltárt problémák orvoslása.

### Spóroljunk közpénzt

Minél több **hirdetési pénzt** sikerül becsatornázni a lapba, annál kevesebb közpénzt kell az előállítására és terjesztésére fordítani (és annál több jut más fontos, bevételt képezni nem tudó területekre), tehát az önkormányzat által üzemeltetett újságnak elemi érdeke, hogy minél inkább a hirdetési bevételekből tartsa fenn magát.

A hirdetőik számára a kerületi lap esetében a példányszámnál fontosabb a nehezen mérhető olvasói szám, ezért fontos a magazin ismertségének, **népszerűségének növelése**, amelyet egyrészt úgy lehet elérni, ha a lap minél több helyszínen (önkormányzati intézményekben, az önkormányzat hirdetési felületein) megjelenik, másrészt ha a kerületiek szereplőként, megszólalóként, érintettként jobban bevonódnak a lap készítésébe, akkor élő reklámjaivá is válnak az újságnak.

Ezeket túl a legfontosabb természetesen az, hogy igényes, informatív és olvasmányos lap legyen a Terézvárosi magazin. Nemcsak az a fontos, hogy hányan veszik kézbe, de az is, hogy mennyi időt töltenek el az olvasásával (tehát az újság cikkeinek egységesen magas színvonalat kell képviselnie).

A hirdetőik számára fontos, hogy milyen környezetben jelenik meg a hirdetésük, így a fent vázolt igényes megjelenés elengedhetetlen feltétele a hirdetői bevételek növelésének. A lap értékes borítófelületei, belső oldalai és az akár a szerkesztőség által maga minőségben előállított **szponzorált tartalmak** mind a helyi vállalkozások, mind az egyéb termékek és szolgáltatások népszerűsítésére alkalmasak lehetnek, amelyet egy részletes **kiajánlólóval** érdemes a potenciális hirdetőik számára bemutatni.

Kertész Anna