

Kell-e a regionális hír?

A közép-magyarországi régió nyomtatott és online médiumai¹

KOVÁCS NIKOLETTA – TÖRÖK GÁBOR

A sajtóviszonyokról, a médiumok működéséről nagyon nehéz ma pillanatképet festeni. A média az útkeresés időszakát éli, igyekszik megfelelni a modern kor elvárásainak, miközben törekszik a régi formák megtartására is, mert erről a pontról még beláthatatlan, mi lesz a nyerő stratégia és a hosszú távon életképes platform. Már évekkel ezelőtt a nyomtatott sajtó halálát vizionálták, míg a táblagépek elterjedésével a formátumok sokszínű ötlettárában felmerült a digitális printesedés is, mint ergonomikus megoldás. Egyelőre úgy tűnik, nem gyors, mindent radikálisan átformáló forradalom zajlik, hanem lassabb átmenet, hosszabb távú együttélés és identitáskeresés. A kiadók kénytelenek újabb és újabb platformokba investálni, ugyanis ma csak napokra tűnhet úgy, hogy megjósolható, melyik platform marad hosszú távon is sikeres, vagy válik esetleg egyeduralmódóvá valamikor a jövőben.

A regionális médiumok helyzetét ráadásul nem csak ez a forma- és identitáskeresés nehezíti, de számos más ok is – mint például a migráció jelensége és Magyarország Budapest-központúsága - bonyolítja. Ahhoz tehát, hogy a regionális média helyzetét és viszonyait vizsgáljuk, a sajtópiac számos tényezője mellett a globális trendekhez való alkalmazkodásuk mértékét és a regionális tartalmi vonatkozások arányát egyaránt vizsgálnunk kell.

A tanulmány fő kérdései

Az alábbi munkában a Közép-magyarországi régió nyomtatott és online médiumait vizsgálva két fő kérdésre keressük a választ. Az első a platform kérdése: vagyis hogy a regionális tartalom megél-e csupán nyomtatott formában, vagy követi-e a globális

¹ Ez a tanulmány a Budapesti Corvinus Egyetem 4.2.1/B-09/1/KMR-2010-0005. számú TÁMOP program Hatékony állam, szakértő közigazgatás, regionális fejlesztések a versenyképes társadalomért alprojektjében, az Állam és polgárai műhelyben készült.

trendeket, és megjelenik-e az online piacon, illetve a közösségi szíjtokon. Itt megvizsgáljuk azt is, ha nyomtatott és online formában is jelen van, mi a különbség a tartalomban, és melyik népszerűbb az olvasók között. Második fő kérdésünk pedig arra vonatkozik, hogy van-e kereslet a regionális hírekre. Illetve hogy a kereslet elér-e azt a szintet, hogy képes legyen „eltartani” az adott médiumot.

Módszerek

A regionális médiumokról nincsen egységes nyilvántartás Magyarországon, így nincsenek összegyűjtve a hozzájuk tartozó adatok sem. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság bár jegyzi a földfelszíni sugárzású, illetve vezetékes helyi és körzeti médiasugárzók listáját (televíziókat és rádiókat), azon csupán a műsorszolgáltató nevét, címét, telephelyét, frekvenciáját, vételkörzetét, és típusát rögzíti (azaz, hogy kereskedelmi vagy közszolgálati médiumról van-e szó). A nézettségi/hallgatottsági adatokat például egyáltalán nem mérik, azt a tartalomszolgáltatók egyedileg oldhatják meg, ha úgy kívánják.

Az online és a nyomtatott média tekintetében még rosszabb a helyzet, hiszen még csak egy lista sincsen sehol sem: azaz nincsen nyilvántartva, hány és milyen jellegű regionális lap illetve szíjt működik a régióban. Nyilvántartás hiányában így egyenként kutattuk fel az internetes oldalakat, illetve az újságokat, és telefonon vagy e-mailben kerestük meg a hozzájuk tartozó illetékest, akinek feltettük a tanulmányunk szempontjából fontos kérdéseket. Így az adataink önbevallásosak, amiből adódik, hogy nem feltétlenül pontosak. Egyéb lehetőség híján azonban ezekkel dolgozunk.

A médiumok illetékeseinél a tulajdonosról, a foglalkoztatottak számáról, a látogatószámról/példányszámról érdeklődtünk, arról, hogy mely régió számára szolgáltató információkat, és hogy milyen hírforrást használ az adott oldal illetve újság.

Tartalmi szempontból pedig a következőket vettük figyelembe: frissülés/megjelenés gyakorisága, hozzáadott érték (saját tartalom/átvett tartalom aránya), országos/helyi vonatkozású tartalom aránya, tartalom jellege (információ, magazin, reklám, hirdetés...), szöveg/kép arány. Online média esetében az audiovizuális tartalmat (videó, képgaléria) is vizsgáltuk, illetve azt is minden esetben, hogy az adott médium megjelenik-e közösségi médián, és ha igen, ott mennyire aktív.

Gazdasági és társadalmi környezet

A médiapiac több szinten is válságot él át. Nem csupán a már említett platformkérdés nem megoldott, de a gazdasági válság is visszaesést okozott az elmúlt években. Kevesebb hirdetővel és kisebb vásárlóerővel kell számolniuk a médiaüzemeltetőknek.

A MEC médiaügynökség kutatási divíziója, az Analytics and Insight elemzése szerint Magyarországon 2010-ben 7,5 százalékkal csökkent a nettó, azaz az ügynökségi jutalékokat tartalmazó reklámköltés. **[FORRÁS?]** Kizárólag két szegmens tudott növekedni: a kábeltévét 17,7 százalékkal, míg az internetet 3,1 százalékkal nagyobb bevételt könyvelhetett el, mint egy évvel korábban. A legnagyobb, 22 százalékos esést a rádiók szenvedték el, de a nyomtatott sajtó is 16 százalékos visszaeséssel zárta az évet.

A Price Waterhouse Coopers tanulmánya szerint bár már a kilábalás éveiben járunk, a sajtópiacot viselte meg leginkább a válság a médiában, és 2014-ig ebben a szegmensben várható a legkisebb növekedés. **[FORRÁS?]** A nyomtatott sajtó 7,1 százalékos reklámbevétel-csökkenésre számíthat 2011-ben a MEC elemzése szerint. A médiapiac továbbra is a digitális piacok felé tolódik el, emellett azonban nem szabad elfelejteni – figyelmeztetnek az elemzők -, hogy 2014-ben a globális médiapiaci árbevételek kétharmadát továbbra is a hagyományos, nem digitális piacokról származó árbevételek fogják alkotni, ezért a cégeknek mindkét piacon törekedniük kell a megfelelő súlyú jelenlétre.

A digitalizáció sebessége hazánkban megközelítőleg megegyezik a globális átlaggal, illetve a környező országok szintjével. Az előrejelzések szerint Magyarországon 2014-re a digitális piacból származó árbevétel (internetpiac, mobilpiac, televízióhoz, sajtóhoz kapcsolódó online hirdetések, előfizetések stb.) aránya eléri a 37%-ot, azaz a teljes magyar médiapiac 2009 és 2014 közötti bővülésének 69%-a az internetpiacon fog megvalósulni. Az internetpiac térnyerése pedig alapvetően a televíziós és a sajtópiac hátrányára fog majd megtörténni. Ezt a tendenciát erősíti a hordozható digitális eszközök elterjedése is, amely a nyomtatott sajtót helyettesítheti. Egyelőre azonban ezeknek az eszközöknek a magas ára visszafogja az átrendeződést.

Ami azonban a sajtópiac javára válhat, az a társadalom öregedése. Az elsődleges újságolvasó célcsoport ugyanis az idősebbek köréből kerül ki, akik már nehezebben térnek át a digitális formákra. Ugyanakkor a most felnövő generáció már alig olvas nyomtatott sajtót. Az ingyenes nyomtatott lapok, mint például a Metropol megjelenése, vagy az a tendencia, amely a médiumok tematikus és lefedettségbeli szűkülését mutatja (tematikus és regionális médiumok), némiképp visszafogja a reklámpiaci részesedés visszaesését, de jelentősen nem változtat az újságok piacának folyamatos csökkenésén.

Több településen is megjelenő online és nyomtatott médiumok

Helyi Téma lapcsoport

A *Helyi Téma* a közép-magyarországi régióban megjelenik Budapest mind a huszonhárom kerületében, és azon kívül még tíz, a régióba tartozó településen, összesen 790 370 példányban, hetente. Ezzel a legnagyobb példányszámban megjelenő regionális lap a régióban. A lap tulajdonosa egy magyar cég, amely 2004-ben alapította a Helyi Témát. A lap az első ingyenes kerületi lap volt Magyarországon. Kezdetben csak a budai kerületekben jelent meg, és folyamatosan terjeszkedett, ma már az összes budapesti kerületen kívül megjelenik délnyugat- és északkelet-Pest megyében, valamint Bicskén és annak környékén is (de megjelent már több vidéki nagyvárosban is).

A lapnál harminc munkatárs dolgozik főállásban, akik tartalmat állítanak elő. Alapvetően kerületekhez tartoznak az újságírók, de egy újságíróhoz több kerület is tartozhat.

Az újság tartalmának nagy része saját vagy olvasói értesülésekből származik, ezen kívül pedig az MTI ingyenesen elérhető híreit dolgozzák fel. A különböző kerületek *Helyi Témáiban* az anyagok bázisa megegyezik, néhány cikk tér el, és előfordul olyan is, hogy ugyanaz a cikk kissé másfajta interpretációban jelenik meg az egyik, és másban a másik kerület *Helyi Témájában*. (Lásd pl. a 2011. március 23-i számokban a „Cseke Katinka azt szeretné, hogy a focimeccs családi program legyen!” című cikk különböző változatait, pl. „Cseke Katinka kezdő rúgása” a III.

kerületi lapban. Vagy a „Mindenhol aranyesélyes című cikk” – I. és II. kerület – változatait, mint pl. a „Sidi Péter is magára fogadna a londoni olimpián” – III. kerület.)

A címlapon általában az adott heti nagyobb interjúk beharangozója – leadje – van, jobb felül egy rövid bulvárhíré, jobb szélen pedig általában egy modellről szóló írás teasingje fotóval. A Tények rovatban a legfontosabb országos vagy Budapesti politikai és közéleti hírek szerepelnek, vagy velük kapcsolatos írások, néha interjúk. A Téma rovatban jelenik meg rendszerint az egyik címlapsztori, és néhány közéleti, szociális kérdéseket tárgyaló írás. A Sztárok rovat nagyrészt bulvárhíreket tartalmaz, az ismert celebekkel kapcsolatos pletykákat és rövid interjúkat. Itt kap helyet a címlapon is szereplő modell története. A Lendület rovat közlekedéssel foglalkozik, főként autók köré építkeznek. A Budapesti téma laprész tartalmazza a lokális eseményeket, felhívásokat, beszámolókat, interjúkat. Ezután a Sport rovat következik, majd az Ez-az, Hirdetés (apróhirdetések) oldal és Mozaik, rövid, főként külföldi, vagy kisebb érdeklődésre számító magyar bulvárhírekkel.

A *Fővárosi híradó melléklet* a Fővárosi Önkormányzat információs melléklete, amelyben Budapest hírei jelennek meg, az aktuális önkormányzati döntések, sajtóanyagok. De az önkormányzat és a lap pozitív viszonyáról nem csupán ez a melléklet árulkodik: gyakran szerepelnek címlapon olyan írások, amelyek egyértelműen pozitív fényben tüntetik fel a fővárosi intézkedéseket (lásd pl. „Szeretjük a piacjártatot!” című cikket a március 23-i lapszámban). De az ellenzékkel kapcsolatos hírek negatív kontextusba helyezése is gyakori. A cukorhiány kapcsán megjelenő cikkben a magyar cukorgyárak bezárását például gyakran emelik ki: hogy nemcsak az Unió a hibás, hiszen „a Gyurcsány kormány végig asszisztált hozzá”. De a megfogalmazásban máshol sem ügyelnek mindig a politikailag korrekt megfogalmazásra: „Erős a gyanú, hogy a Demszky Gábor vezette főváros elkótyavetyélte a ferihegyi taxidrosztokat” (március 23-i szám). Nemcsak az utalások és a megfogalmazás utal a kormánypártiságra, de az ismert emberek közül is gyakrabban szólaltatnak meg olyat, akinek a pártszimpátiája ismert, és a Fideszhez köthetők, mint például Fábry Sándor, Kokó vagy Csukás István. De szintén a jobboldal által szívesen idézett Wass Alberttől is gyakran olvashatunk idézeteket a lap címlapján.

A *Helyi Téma* honlapja a nyomtatott lap cikkeit tartalmazza. Rovatonként szétválogatva is elérhetjük az írásokat, de kerületenként is megtehetjük ugyanezt. A nyomtatott újság cikkein kívül a Budapest vagy a Hírek rovatban megjelennek

aktuális MTI hírek is, de az online változat leginkább a nyomtatott lap presztízsét hivatott emelni, így nem foglalkozik vele külön szerkesztőség. A netes változatra naponta ezren kíváncsiak. A lap a Facebookon sem túl aktív, de látjolói száma így is meghaladja a 400-at.

Hírhatár Online lapcsoport

A 2010-ben elindított franchise alapon működő lapcsoport régiós olvasottsága havi 350 ezer egyedi látogatóra tehető. Ezzel a *Hírhatár* a legnagyobbak mondható online lapcsoport a közép-magyarországi régióban. Egységes formai és technikai háttérrel rendelkező lokális szájtokat fog össze.

A *Pest Megyei Hírhatár* mint gyűjtő szajt összegyűjti az aszódi, a budaörsi, dunakeszi, gödöllői, gyáli, gyömrői, őrbottyáni, péceli, ráckevei, szentendrei, váci, vecsési és veresegyházi honlapokat, így egy helyről is elérhetőek a régió hírei, településre lebontva.

A legolvasottabb a *Gyömrői Hírhatár* napi kétezer egyedi látogatóval, de ha nem az abszolút számokat nézzük, kiemelkedik a veresegyházi havi 8700 látogatóval, ami a lakosság számához (10 ezer) képest mérve a legjobban teljesítő Hírhatár lap.

A franchise rendszer lényege, hogy a lokális szájtok egy-egy helyi főszerkesztővel üzemelnek, aki nemcsak a hírek begyűjtését és közzétételét végzi, de a potenciális hirdetőik koordinálását is. A helyi lapszerkesztő készen kapja a szoftveres hátteret, betanítják az admin rendszer kezelésére és marketinges ismeretekre, hogy a reklámfelület eladásából is aktívan ki tudja venni a részét, cserébe egyszeri franchise csatlakozási díjat kell fizetnie a település lakosságától függően.

A lapcsoportnak van egy egységes belső hírtára, amelyben az MTI-től átvett országos hírek is szerepelnek, a lokális tartalomért pedig a lapszerkesztők felelősek. Ők gyűjtik össze az aktuális helyi eseményeket, a kulturális híreket, és opcionálisan ők kezelik a szajt közösségi oldalon megjelenő adatlapját annak kommunikációjával együtt. Az egyes oldalakon megegyezik a dizájn, az elrendezés, de a kialakított menüpontok címsorai is, csak a mögöttes tartalom változik a helyi aktualításoknak megfelelően. A Hírhatár célkitűzése az anyahonlap ismertetője szerint az, hogy egységes honlaprendszerrel jelenjen meg az ország minden településén, beleértve a

legkisebbséket is, és ezzel az egységes és könnyen kezelhető rendszerrel ne csak a települések lakói számára nyújtson folyamatosan frissülő, releváns információkat, de össze is kösse a települések lakóit. Jelenleg a közép-magyarországi régióban három újabb szajt indulása várható a már meglévő tizennégy mellett: a Dabasi, a Fővárosi és a Gödi Hírhatár Online-é.

Egy példa: a Gyömrői Hírhatár

A legolvasottabb Hírhatár online médium a *Gyömrői Hírhatár Online*, amelyet naponta kétezren látogatnak. Nyitóoldalán helyi és országos hírek váltakoznak frissességi sorban. Jellemző, hogy az országos híreket is helyi vonatkozással egészítik ki a szerkesztők. Például a népszámlálás közeledtével szinte mindegyik Hírhatár online-on megjelent a hír (az egységes admin rendszerben található hír alapján), és minden esetben helyi vonatkozásokkal egészült ki. A címlap jobb oldalán folyamatosan frissülő időjárás jelentés található, alatta pedig szavazhatnak az olvasók egy őket is érintő kérdésben, például: „Ön igénybe veszi-e a szelektív hulladékgyűjtést?”. Az ez alatt található menüben – szintén a címlapon – pontokba szedve láthatjuk a helyi vonatkozású tartalmakat, mint a helyi nevezetességek, városi intézmények, a képviselőtestület, az ügyelet, vagy a helyi intézmények és szolgáltatók, klubok és egyesületek. Ezen kívül a szajtnak hírlevele is van, amit feliratkozás után kaphatnak meg a lakosok. A nyitólapon az aktuális valuta árfolyamokat is láthatjuk, bankokra bontva. Körben pedig helyi és országos hirdetések (bannerek) futnak, helyi túlsúllyal.

Fórum és chat is van az oldalakon, de nem mindenütt jellemző, hogy aktívan használják a látogatók. Mint ahogy a Facebook-jelenlétben is nagy eltérések vannak. A *Gyömrői Hírhatár* például már megjelent a Facebook oldalán, de olyan friss, hogy egyetlen „lájkolója” van, míg a nagy arányban olvasott *Veresegyházi Hírhatár* nagyon aktív jelenlétet mutat a közösségi szajton, és több mint 1700-an kedvelik. Üzenőfalán nagyjából naponta jelennek meg az újabb cikkek ajánlásai. Interakcióra azonban kevésbé biztatják az olvasókat, hiszen az üzenőfalon megjelent cikkek alatt csak „lájkok” és ajánlások jelennek meg, hozzászólások aligha. A *Pest Megyei* vagy a *Dunakeszi Hírhatár* Facebook oldalán már néha kialakul párbeszéd, sőt vita is.

A frissülés gyakorisága némileg eltérő a különböző Hírhatár oldalakon, de átlagban a napi két új cikk a jellemző szám. Videós tartalom vagy képgaléria nincsen.

A Hírnök Média Online és a Hírnök című lap

A *Hírnök Média Online* elválaszthatatlan a nyomtatásban megjelenő *Hírnök* című laptól, a tulajdonosa mindkettőnek a Hírnök Lapcsalád, és sem szerkesztői gárdájuk, sem tartalmuk nem tér el lényegesen egymástól. A tartalom-előállítók közül két főt foglalkoztat a cég teljes munkaidőben, míg négyen külső munkatársként dolgoznak. A díjazás nem munkaidő alapján, hanem cikkenként történik.

A *Hírnök* kiadványok havonta megjelenő ingyenes magazinok. Regionális és helyi változatai mellett időszakosan megjelennek országos és tematikus lapjaik (*Családi Hírnök*, *OtthonSzÉpítő*) is.

A lap ingyenes, helyi üzletekben és vállalkozásokban terjesztik, és bár nem hirdetési lapként, hanem magazinként említi a kiadó, a cikkek között semmiféle megkülönböztetést nem élveznek a marketing céllal íródott pr-cikkek. „Fontos kiemelni, hogy lapunk – bár ingyenesen kerül olvasóinkhoz, hogy a reklámok minél több emberhez jussanak el – nem reklámújság! Magazinossága miatt még azok is átlapozzák – és megtalálják a korlátozott mennyiségben megjelenő hirdetéseket – akik egyébként nem szoktak újságot vásárolni!” – vallja a *Hírnök Média Online* oldalán a lapról a kiadó. A célközönségről vallott hitét pedig így foglalja össze: „A *Hírnök Magazin* tartalmi felépítésével elérjük, hogy a tizenéves fiataloktól a nyugdíjas korosztályig találjanak benne érdekességet, illetve a visszajelzések alapján szívesen olvassák, keresik lapunkat. A tartalmat úgy állítjuk össze, hogy a család minden tagja találjon benne magának érdekességet!”. A célközönség talán a hirdetőik felé csábítónak szánt ilyen módú meghatározása jól jelzi az első ránézésre is kaotikusnak tűnő tartalom sokszínűségét. De mivel folyamatosan bővül tematikus repertoárjuk, magyarázatot kaphatunk erre a kaotikusságra: a tematikusan hirdetni vágyók a tematikus kiadványokban/holnapokon hirdetnek, így pontosabban meghatározva és elérve a célközönséget, míg a helyi hirdetőik választhatják az „egész családot” megcélzó magazint, nem korosztály vagy foglalkozás, esetleg érdeklődési kör szerint, hanem területi alapon szétválogatva a célközönségét.

A nyomtatott lap Budapest IV., XIV., XV., XVI., XVII. kerületében, Csömörön, Kistarcsán, Nagytarcsán, Kerepesen, Gödöllőn, Szadán, Mogyoródon, Veresegyházán, Erdőkertesen, Órbottyánban, Gödön, Fóton és Dunakeszin jelenik

meg, településenként/kerületenként 3000-8000 példányban, lakosságszámtól és az adott településen feladott hirdetések számától függően.

A nyomtatott magazin tematikája a hirdetésekhez illeszkedik: mozireklám mellett filmajánlók vannak, felnőttoktatási hirdetések, szaktudást ajánló aprók mellett valamelyik főiskola új szakját, vagy valamely más újdonságát mutatják be, telekommunikációs hirdetések mellett különleges, technológiai újításokat felmutató telefonokról születik írás, míg a lap alján helykitöltésül rendszerint rövid viccek kapnak helyet. A 15-20 oldalas kiadványokban egy oldalnyi traffipax előrejelzést talál az olvasó, a megjelenés szerinti településekre és kerületekre lebontva. De egészségügyi tematikájú, és a tudatos családi pénzbeosztáshoz kapcsolódó cikkek is megjelennek a lap hasábjain. Az újság vége felé kulturális programajánlókat olvashatunk és sudokut tölthetünk ki.

A 2010 eleje óta működő *Hírnök Média Online*-t havonta körülbelül 45 ezren látogatják. A honlap nem könnyen átlátható, és az is gyakori, hogy egy-egy linkre kattintva hibajelzést kapunk. A tartalom főként a nyomtatott lapok tartalmából áll össze. A dizájn sem túl modern, de a törekvés előrefelé mutató: a kiadó tematikus oldalak elindítását tervezi. A Családi Magazin önálló honlapja már működik, az *OtthonSzÉpítőé* hamarosan indul, ami mellett egy vállalkozói és egy médiaspecifikált honlap elindítását is ígérik. Ezekben majd specifikáltan tud keresni a vállalkozó vagy médiaszakember a számára releváns hírek, de legfőképpen hirdetések között.

A Facebookon megjelenik az *Online Hírnök* magazin, a *Családi Hírnök*, és a *Mogyoródi Hírnök* is. Az *Online Hírnök* magazin aktívan postol a közösségi oldalon, de postjai csak 33 „lájkolójához” jutnak el, míg a *Mogyoródi Hírnök* naponta többször is ajánl hirdetéseket 180 kedvelőjének. A *Családi Hírnöknek* több mint 1800 ismerőse van, mert az oldal működtetői okosan nem egy „lájkolható” hivatalos accountot hoztak létre, hanem egyedi személyként regisztrálták oldalukat, és így élhettek azzal a lehetőséggel, hogy ők jelöljék ismerősnek olvasóikat. A *Mogyoródi Hírnök* – talán ezt megirigyelve – szintén létrehozta hasonló profilját, aminek így már 610 kedvelője van.

Hirei.net

A hirei.net egy újabb érdekes modellre épül. A 2011 májusában indult oldal nem sokban különbözik egy híraggregátortól. Egy program válogatja össze a híreket

különböző hírforrásokból, és osztja szét települések szerint. Amelyik település neve szerepel a hírben vagy hirdetésben, azt az adott település hírei oldalára köti be.

Az MTI ingyenes hírei mellett a nagyobb online híroldalak, megyei online újságok híreit és néhány online hirdetési újság hirdetéseit tartalmazza a rendszer, ami mellett olvasói értesülésekre és helyi blogbejegyzésekre is alapoz. A helyi felhasználók pedig ingyenesen tölthetik fel a település programjait, látnivalóit, és a helyi szolgáltatók szolgáltatásaik leírását. Ez utóbbi rovat azonban még elég hiányos.

Egyetlen ember üzemelteti az oldalt, ő végzi az értékesítői munkát, valamint szelektálja és szerkeszti az olvasói híreket teljes munkaidőben. A megjelenő hírek közül nem csak terület szerint lebontva, de tematikusan is válogathatunk, illetve legújabbban kulcsszavakra is kereshetünk. Mindezzel havi 30 ezer látogatót szerez a szájta, a nagyjából háromezer hírei oldallal rendelkező településről. Hirdetések azonban még nincsenek az oldalon – ez talán annak köszönhető, hogy néhány hónapja indult. A hirei.net a Facebookon 107 kedvelővel bír, és nem túl aktív: működése óta mindössze három bejegyzés született.

Minálunk.hu

A minalunk.hu szintén franchise modell szerint működő média. Nemcsak a közép-magyarországi régióban, de a Nyugat-Dunántúlon, Közép-Dunántúlon, a Dél-Dunántúlon, Észak-Magyarországon, Észak- és Dél-Alföldön is vannak szájttai.

Egy-egy település internetes oldalának egy főszerkesztője van, és ő választja meg a cikkírókat. A helyi főszerkesztő szabad kezet kap a felület értékesítésében, és központi oktató anyagból sajátíthatja el az oldal technikai kezelését.

A település szerinti aloldalak rovatai a turizmus, hírek, egészségügy, sport, kultúra, üzlet, technológia, intézmények, társadalom, szabadidő és életmód témái köré csoportosulnak. A dizájn és az aloldal felépítése azonos. Rajtuk a települések éttermei, szolgáltatói és cégei ingyenesen megjelenhetnek külön fül alatt. Ugyanitt a helyi munkalehetőségeket is megtalálhatjuk, és apróhirdetést is feladhatunk. Néhol fórum is működik, ahol a helyi aktuális kérdéseket beszélnek meg a felhasználók. A formátum videók megjelenését is biztosítja, láthatunk is rá több példát, hogy videós beszámolók találhatóak a rovatban a helyi eseményekről.

A legnépszerűbb minalunk.hu oldal a budaörsi, az alapító minalunk.hu tag, napi 15 ezer látogatóval. A budaörsi mellett a budavári, törökbálinti, budakeszi,

gödöllői, Budapest XI. és XVII. kerületi oldalak a működő, aktív minalunk.hu oldalak.

A budaörsi oldalt húsz önkéntes üzemelteti, a főszerkesztő elmondása alapján mindegyikük hobbiból, munka mellett. A budaörsi minálunk rovatai a közélet, képviselő testület, üzleti élet, kulturális élet, a sport, az egészségügy, a helytörténet témái köré épülnek, de van vélemény, külön politika, fiatalok és gyereksarok rovat is. A Retro tv címszó alatt pedig a budaörsi filmarchívumból is szemezgethetünk digitalizált videókat. A Vélemény rovat is igen aktív, a szerkesztők és az olvasók is leírhatják véleményüket a helyi és országos eseményekkel kapcsolatban. A nyitóoldalon kapnak helyet a videók, amelyek a település kulturális vagy közéleti eseményeihez kapcsolódnak. Facebook jelenléte bár néhány hónapja van, aktivitása miatt elhanyagolható, lájkolóinak száma hét.

A Pilisi Nap magazin és a naplapok.hu

A *Pilisi Nap* magazinnak és a naplapok.hu-nak ugyanaz a betéti társaság az üzemeltetője, és a szerkesztőségi gárda is megegyezik. A 32 oldalas nyomtatott lap hatezer példányban jelenik meg havonta, és ingyenesen elérhető öt településen: Budakalászon, Ürömön, Csillaghegyen, Szentendrén és Pomázon.

Teljes állásban csak egyetlen fő, az ügyvezető dolgozik a lapnál, egy üzletkötő „segít be” neki, az újságírók pedig önkéntes munka keretében írják a cikkeket. A tartalom sajtóanyagokból, saját értesülésekből áll össze, és abból, hogy az újságírók jó kapcsolatot ápolnak a helyi intézményekkel, és sajtótájékoztatókra járnak.

A nyomtatott magazin igényes, szép tipográfiájú, és nagyjából fele-fele arányban tartalmaz reklámot és saját tartalmat. Általában egy hosszabb interjúval kezdődik a lap - egy ismert művésszel beszélget az újságíró. Egy ennél valamivel rövidebb portré-szerű cikket is olvashatunk az újságban egy szintén ismert magyar emberről, majd hátrébb lapozva eluralkodnak a női témák, mint a szépségápolás vagy lelki tanácsadás, de helyt kap a sport is – igaz, az is inkább női sport túlsúllyal. És mint afféle női magazinban, egy rövidebb „Tudta-e?” rovat és egy-egy ajánlott recept is felbukkan a családi témák és az asztrológiai előrejelzések mellett. Az utolsó néhány oldalon található reklám előtt pedig egy folytatásos mese van, illusztrációval a gyerekeknek.

A *naplapok.hu* honlap tartalma megegyezik a nyomtatásban megjelenő tartalommal, esetenként kiegészülve néhány aktuális cikkel. A cikkeket Életmód, Klub és Kultúra rovatokba rendszerezve találjuk meg, és külön fül alatt olvashatjuk a magazin pdf-változatát is. A szájt naponta körülbelül 100 látogatója van.

A *naplapok.hu* a Facebookon is megjelenik, 76 kedvelővel, és havonta néhány új postot ír. Ekkor nagyrészt saját cikkeit népszerűsíti, receptet tesz ki az üzenőfalra, vagy ritkábban egy-egy hirdetést oszt meg. Az interaktivitás egyáltalán nem jellemzi: sem a cikkek alatt nem indul beszélgetés – általában egyetlen hozzászólás sincsen, mint ahogy a cikkeket is megjegyzés nélkül postolja a lap -, és fórumokat sem indított.

Buda környéki iránytű

Online és nyomtatott változata is van, mindkettő tulajdonosa egy Kft, a szerkesztőségi gárda megegyezik - leszámítva azt a két állandó munkatársat, aki csak az online lappal foglalkozik. Ebből az is következik, hogy a tartalom némileg eltérő, az online funkciója itt nem csupán a nyomtatott lap népszerűsítése és jelenléte az interneten is, de rendszeresen friss, önálló tartalmakkal egészíti ki a nyomtatásban megjelenő tartalmat.

A nyolc éve kiadott nyomtatott változatnak 2 állandó és 18 külső munkatársa van. Havonta jelenik meg, 13 ezer példányban. Elérhető Budakeszin, Pátyon, Telkiben, Budajenőn, Nagykovácsiban, Remeteszőlősön, Perbálon, Tökön és Zsámbékon. A lap közéleti magazinként definiálja önmagát. A benne megjelenő hírek alapvető bázisát az MTI hírei szolgáltatják, de nagyban támaszkodik saját értesülésekre és lokális hírekre is. A településeket érintő hírek szétválogatva külön lapon szerepelnek, fölötte pedig mindenütt fel van tüntetve, hogy az adott tartalom melyik település számára releváns. Nem csupán aktuális eseményeket találhatunk az újságban – habár túlnyomó többségében azok szerepelnek benne -, de kulturális programajánlók is helyt kapnak. A regionális hírek mellett az országosak aránya eltörpül, és a hirdetések sem zavaró mennyiségben jelennek meg a cikkek között – inkább csoportosítva, a lap végén, néhány oldalon.

Az online oldalon szintén (a vízszintes menüsoron pásztázva) külön menüpontok alatt érhetjük el a különböző régiók híreit, míg a bal oldalon függőlegesen elhelyezkedő rovatok tartalmi szempontból válogatják szét a híreket. A

címlapon szereplő aktuális hírek alatt is – még mielőtt megnyitnánk a cikk linkjét – látjuk, hogy mely település vonatkozásában releváns.

Naponta nagyjából két cikkel frissül a honlap. Az oldalon nem csak hírek és banner hirdetések vannak, de az apróhirdetések számára is tartanak fenn egy külön aloldalt. Ezen kívül a fórum is népszerű, egy-egy aktuálisan égetőbb kérdést feszegető topichoz (mint az önkormányzati választás, vagy a forgalmi rend megváltozása valamely településen) akár száznál is több hozzászólás születik. Bár videós tartalma nincs a szájtak, képgalériája van, és két munkatárs is foglalkozik – főként a print – fotóival.

A folyamatosan frissülő online jelenlétet a hírlevél is támogatja. Az a lakos, aki feliratkozik rá, hetente olvashatja térsége friss híreit. Ők jelenleg 1800-an vannak. A látogatottsági adatokról pontos számot nem árult el a lap tulajdonosa. Az erős online jelenlét mellett meglepő, hogy egyik közösségi médiaszájton sem regisztrált a lap.

Budapesten kívül megjelenő online és nyomtatott médiumok

Várkapu Info

A *Várkapu Info* a lap üzemeltetőjének elmondása szerint a napi 1200-1300 látogatójával a térség leolvasottabb online portálja. A főszerkesztőn kívül, aki szabadidejében nonprofit módon szerkeszti a lapot, még két-három cikkíró tevékenykedik, szintén szabadidejében.

A tartalmat nagyrészt saját értesülések adják. A Pilis környéki települések híreit, eseményeit dolgozzák fel, illetve országos híreket olyan mértékben, amelyek érintik az adott településeket. Ezek a települések: Annavölgy, Budakalász, Dág, Esztergom, Leányvár, Mogyorósbánya, Perbál, Piliscsév, Pilisszentiván, Pilisvörösvár, Solymár, Telki, Tokodaltáró, Üröm, Bajna, Csobánka, Dorog, Gyermely, Mány, Nagykovácsi, Pilisborosjenő, Pilisjászfalu, Pilisszentkereszt, Pomáz, Szomor, Tinnye, Tök, Zsámbék, Budajenő, Csolnok, Epöl, Kesztlőc, Máriahalom, Nagysáp, Piliscsaba, Pilisszántó, Pilisszentlászló, Sárisáp, Tát, Tokod és Úny.

Naponta átlagosan öt hír kerül ki az oldalra. A tartalmak nagy része a hír műfajában születik, de interjúk is megjelennek a lapon.

A vízszintes menüben Videó, Sport, Blog, Hasznos, Nyerj velünk és Nyári táborok rovatokból válogathatunk. A videók jó része más – leginkább országos – médiumoktól átvett anyagok, amelyek valamely pilisi települést érintik. Ezen kívül telefontal vagy kézikamerával felvett vágatlan felvételeket is találunk a videók között, általában az időjárás viszontagságinak témája köré csoportosulva. A Blog aloldal helyi illetőségű blogokat gyűjt össze, és közzéteszi az aktuális bejegyzéseiket az oldalon. A Hasznos címszó alatt linkajánlókat találunk, az orvosi rendelőről és gyógyszertárakról hasznos információkat, de össze vannak itt gyűjtve a posták, a polgármesteri hivatalok, kulturális és oktatási intézmények és a helyi menetredek is. A Nyerj velünk rovat az aktuális nyereményjátékokat és pályázatokat tartalmazza, míg az utolsó menüpont alatt a térségben meghirdetett nyári táborok felhívásait találjuk. A nyitólapon külön ablakban láthatjuk a közelgő térségi eseményeket, és szavazni is lehet egy sokakat érintő kérdésben (pl. Ön mit gondol a 2011-es népszámlálásról?).

A függőleges menüben kisebb hírértékű eseményeket találunk, vagy olyanokat, amik a térség kevesebb lakóját érintik. Ilyen a Baba született, Gyászjelentés, Médiaszemle, Olvasói levél, Pályázatok vagy Önkormányzatok rovat.

A *Várkapu Online*-nak hírlevele is van, amelyre a honlapon lehet feliratkozni, és Facebook accountot is üzemeltetnek a szerkesztők, amelynek közel 900 rajongója van. Az oldal facebookos rajongói oldalán megjelennek azok a cikkek, amelyekkel frissül az oldal, így az összes saját tartalom a közösségi oldalon keresztül is elérhető. Az interaktivitás azonban a *Várkapu Online* esetében sem jellemző, de a cikkekhez az újság internetes oldalán is közvetlenül hozzá lehet szólni.

Zsámbéki-medence Regionális Hírmagazin

A lapnak nyomtatott és online verziója is megjelenik. A nyomtatott újság terjesztési közege Biatorbágyot, Bicskét, Budajenőt, Budakeszit, Etyeket, Herceghalmot, Mányt, Pátyot, Perbált, Telkit, Tökit és Zsámbékot öleli fel. Az újság havonta jelenik meg 2500-3000 példányban, 12-16 oldal terjedelemben. Nem ingyenes, háromféle éves előfizetési díja van a támogatási szándék mértékétől függően: alapesetben 3 ezer forint az éves előfizetése postaköltséggel együtt, a kis VIP előfizetés ötezer forintba kerül, míg a nagy VIP, amihez ingyenes hirdetési lehetőség is jár, tízezerbe.

A lap a pátyi és a zsámbéki eseményeket külön választva tárgyalja. Főképp rendezvényekről, kulturális eseményekről esik szó, közérdekű közleményekkel, néhány hírrel, és hirdetésekkel tűzdelve. Ezen kívül életmód tanácsok is helyt kapnak a lapban, a helyi szolgáltatásokat hirdető reklámok között. Az utolsó néhány oldalon pedig szintén helyi illetőségű hirdetések kapnak helyet.

Az újság online verziója a nyomtatott lap cikkeit tartalmazza, illetve a teljes újság pdf változatát, és hetente frissül. Facebook oldala egy hónapja indult, egyelőre csupán két cikk jelent meg az üzenőfalán, és mindössze négy rajongót mondhat a magáénak.

„Dabasrégió” Online Hírportál

Az online lap közel negyven térséget fed le: Apajt, Alsónémedti, Áporkát, Bugyit, Ceglédbercelt, Csévharasztot, Dabast, Dánszentmiklóst, Délegyházát, Dunaharaszti, Dunavarsányt, Felsőhajost, Felsőpakonyt, Gyált, Hernádot, Inárcsot, Kakucsot, Kiskunlacházát, Kunpeszért, Ladánybenét, Lajosmizsét, Mikebudát, Monort, Monorierdőt, Nyáregyházát, Ócsát, Örkényt, Pilist, Pustavacsot, Taksonyt, Tatárszentgyörgyöt, Táborfalvát, Újhartyánt, Újlengyelt, Üllöt, Vasadot és Vecsést. Látogatottsága napi 450 és 1500 között mozog. A lapot egy főszerkesztő és két szerkesztő szerkesztik.

Híreik nagyrészt saját értesülések – a honlapon kérik az olvasók segítségét, hogy küldjék be értesítéseiket -, illetve az országos hírek helyi vonatkozásai az MTI híreinek felhasználásával.

A portál rovatai az Önkormányzat (önkormányzati, intézményi közérdekű hírekkel), Gazdaság, Közérdekű (pályázatok, világnapok, fontos régiós események), Kultúra (régións fesztiválok, kiállítások, előadások koncertek, versenyek felhívásai és a róluk szóló beszámolók gyűjteménye), Sport (helyi sportolók és csapatok eredményei), Életmód (egészség, életmód, horoszkóp), Programok, Választások (polgármester választás, közgyűlési hírek), Európa (árfolyam, és Európai uniós hírek), Hitélet, 112 (balesetek, bűnügyek a térségben), Állás, Nyereményjáték (aktuális nyereményjátékok), Publicisztika (a szerkesztők személyes hangvételű, szubjektív írásai), Olvasói levelek (tartalma nagyrészt megegyezik a publicisztika rovatával), Horoszkóp, Népszámlálás (a 2011-es népszámlálással kapcsolatban született hírek).

A honlapon naponta átlagosan 5-10 új írás jelenik meg, hétvégén is. A nyitólapon a friss cikkek mellett időjárás jelentés, valuta árfolyam táblázat is van, de a MÁV és Volán menetrendeket is egyetlen kattintással elérhetjük. A „Dabasrégió” *Online Hírportál* nem jelenik meg a közösségi szíjtokon.

Dabasi Újság

A Dabasi Újság Dabas város önkormányzatának ingyenes lapja. 11 éve jelenik meg, 6100 példányban, havonta a Polgármesteri Kabinetiroda szerkesztésében. Négy fő főállásban szerkeszti az újságot, ők mindannyian a hivatal apparátusához tartoznak. Az újság terjedelme 24, 28 vagy 32 oldal, hírei lokálisak.

A rovatai: Rendezvényeink, Önkormányzati hírek (a város épülésének, szépülésének hírei, közérdekű és testületi hírek, pályázati felhívások, a közösségi ház programjai, anyakönyvi hírek, házasságkötések, gyászjelentések, születésnaposok), Intézményeink hírei (kiállítások, foglalkozások, képzések, klubok programjai, eseményei), Kultúra (aktuális évfordulók, beszámolók kulturális eseményekről), Hitélet (ifjúsági, egyházi találkozók, egyházi műemlékekkel kapcsolatos hírek, etikai kérdéseket boncolgató írások, egyházközségek hírei), Kitekintő (írások évfordulókról, történelmi eseményekről, kirándulásokról) és Sport. A rovatokban kapcsolódó, az újság végén teljes oldalas, javarészt regionális hirdetések találhatóak. Az újság pdf formátumban teljes tartalmában letölthető Dabas Város Önkormányzatának honlapjáról.

A lap nem jelenik meg közösségi szíjtokon.

A Ceglédi Panoráma és a Panoráma Online

A *Ceglédi Panoráma* nyomtatott változata 2007 óta létezik, Cegléden és környékén terjesztik, 15 ezer példányban. Kéthetente jelenik meg, 64 oldalon. Online változatát a printtől független cég üzemelteti, és heti 20-25 ezer látogatót tudhat magáénak.

Az online tartalom nem frissül új hírekkel, kizárólag a nyomtatott lap cikkei jelennek meg rajta, a következő lapszám megjelenéséig egyenletesen elosztva. Csak helyi vonatkozású eseményeket és olyan országos híreket dolgoz fel, amelynek van helyi vonatkozása. A település kulturális és közéleti eseményeit, helyi érdekes emberekkel készített interjút, sportteljesítményeket, helyi események ajánlóit

tartalmazza, közérdekű közleményeket (mint egy helyi intézmény elköltözése), a lakosokat érintő felújításokat és közületi eseményeket írnak meg, helyi vonatkozású pályázati, intézményi híreket, pártrendezvényeket,. Több oldalon olvasói leveleket közöl a lap és vélemény cikkeket (amelyek valamely helyi eseményt, történetet, vagy helyi vonatkozású hírt kommentálnak). A História rovat a helységhez kötődő régebbi hagyományos eseményt, vagy egy régi intézmény, szokás történetét idézi fel. Az Új Széchenyi Terv program keretében megvalósuló projektekről is több oldalon közölnek szubjektív beszámolókat, illetve a program keretében megvalósuló szakkörökről, képzésekről és lehetőségekről felhívásokat, minden oldal tetején az Új Széchenyi terv logójával. Az újság végén egyházi hírek és egyházi témájú írások kapnak helyt, amely után egy oldalon néhány hirdetéssel viccek következnek az utolsó nagyobb interjú előtt. Végül az újság öt-tíz oldalnyi sport rovattal zárul. Országos vonatkozású hirdetések főként a lap elején és végén vannak, közben apróhirdetések és kisebb (1/4, 1/8 oldalnyi) reklámok vannak, amik főként helyi szolgáltatásokat hirdetnek, jellemzően az idősebb korosztályt megcélozva (látás- és hallásjavítás, gyógyszer-, aranyérműtét és temetkezési hirdetések).

A *Ceglédi Panoráma Online* lényegében a nyomtatott lap online változata, amelynek - a lap főszerkesztője elmondása szerint – a presztízsérték növelése a célja. Rovatai a Hírek, Kistérség, Politika, Vélemény, Ember, Fiatalok, Magazin, Sport, Programok, Fórum, Apró és Galéria. A fórum beteljesíti a funkcióját, hiszen ez az oldal valóban interaktívan működő rovata. A Beszéljük meg! fórumtopik a legnépszerűbb, közel tízezer hozzászólással. A közösségi szájtkon nincs jelen sem a lap nyomtatott, sem az online verziója.

Cegléd Info

A *Cegléd Info* kizárólag interneten megjelenő térségi médium. Tulajdonosa egyedül működteti a lapot, önmagát Cegléd sajtóreferensének nevezi, de nincsen önkormányzati kötődése. A tartalmat maga állítja elő saját értesülésekből, illetve az MTI helyi vonatkozású híreiből. A város honlapján is a Cegléd Info hírei jelennek meg. A sajtó olvasottsága átlagosan naponta 2200-ra tehető.

A címlapon a hírek mellett a következő fülek jelennek meg, amelyekre egyetlen gombnyomással átnavigálhatunk: CTV (*Ceglédi Városi Televízió*), VÁRVAG (VÁRVAG Városfejlesztési és Vagyongazdálkodási Nonprofit Közhasznú Kft.),

Panoráma Online, HírTV, Origo, Index. Ebből a szempontból egyfajta gyűjtőoldalként is üzemel, amelyről könnyen elérhetőek más médiumok hírei is. A bal oldali menüsor a saját tartalmakat jeleníti meg, első helyen a hirdetésfeladással. Hírek, Programok, Sport és Időjárás rovatra kattinthatunk még, de az ügyeletek és a moziműsor is itt van összegyűjtve. Itt találjuk még a ceglédi cégek és mesterek jegyzékét, a Tudomány és Életmód rovatot, de van világgazdasági elemzéseket tartalmazó aloldala is, amin jórészt helyi kötődésű doktoranduszok publikálnak. A sor végén foglal helyet a Horoszkóp és Viccek rovat. Az előbb felsorolt tematikai bontás mellett érdekesség Biri néni rovata, amely egyfajta olvasói levél-gyűjtemény, ezzel a felvezető szöveggel: „Biri néni egy ceglédi idős asszony, akinek jó a megfigyelő képessége, követi a ceglédi történéseket, mindenről van véleménye és szereti is ezt elmondani. A *Ceglédinfónál* hallgató fülekre talált, így megígértük neki, hogy oldalainkon helyet adunk írásainak”. Az oldalon a hírek és bannerek mellett van még helyi telefonszám- és vállalkozáskereső, valamint apróhirdetések.

A *Cegléd Info* facebookos oldalát 76 felhasználó kedveli. A lap üzenőfalára naponta tesz ki új cikkeket, van úgy, hogy hármát-négyet is, de megjegyzések ritkán születnek, párbeszéd pedig egyáltalán nem alakul ki a kipostolt cikkek alatt.

Budakeszi Hírmondó és a Budakeszi Hírmondó online portál

Ezek a médiumok az önkormányzat tulajdonában vannak, az online portál a szerkesztők elmondása szerint egyelőre csak próbaverzióban üzemel.

A lap összesen 7 főt foglalkoztat, mindannyiukat külsősként, teljesítménybérezéssel. Egy ügyvezető–szerkesztő, két újságíró, egy fotós, egy korrektor, egy tördelő és egy reklámszervező dolgozik a megjelenésen.

A húsz éves lapot ötezer példányban terjesztik, amit hamarosan 6500-ra terveznek emelni. A *Budakeszi Hírmondó* ingyenes újság, havonta jelenik meg 16+4 oldalon.

A tartalom nagyrészt saját értesülésekből áll, amelyek a település élete köré szerveződnek, esetenként az MTI helyi vonatkozású híreit is felhasználják. A lapban megjelennek az önkormányzat hírei, testületi határozatok, gyakorlati hírek (például az idejű lapszámokban az önkormányzat egy-egy osztálya mutatkozik be, hogy így az olvasók könnyebben eligazodjanak, hogy kihez kell fordulni az éppen aktuális kérdésükkel), a lakosságot érintő információk, kulturális események és

programajánlók is. A plusz négy oldalból egy keresztretjvény, három pedig helyi hirdetés.

Az online portálon, ami 2010 novembere óta üzemel, naponta két-három helyi vonatkozású hír jelenik meg. Látogatóik száma a 10 hónap alatt a százezret érte el, egyedi látogatóinak száma havonta négyezer körül van. A nyomtatott lap példányszámainak pdf verziója mellett városi linkgyűjteményt, programajánlót és egy több száz fényképet tartalmazó helyi eseményekről készült fotógalériát érhetünk el. A lap nincsen regisztrálva közösségi oldalon.

Budaörsi Napló és a Budaörsi Napló online

Budaörsi Napló és a *Budaörsi Napló online* vállalkozásként kiadott, nem önkormányzati tulajdonú médiumok. Nyomtatott változata havonta jelenik meg, 40-44 oldalon minden hónap tizedike körül, 2500-as példányszámban. A célközönséget Budaörs és a környék (Törökbálint, Érd, Budakeszi, Bp. XI. és XII. kerület) lakói teszik ki.

A lapnak három állandó, teljes állású dolgozója van, és nyolc-tíz külsős, aki teljesítmény szerint, azaz cikkszámra kapja a fizetését. Egy fő foglalkozik a lap nyomdai előkészítésével, egy a hirdetéseket kezeli, két-három fő pedig terjesztési feladatokat lát el. Egy példányszám ára 186 forint, ezen kívül pedig a lap szponzorációkból és a hirdetésekből tartja fenn magát.

Nagyjából negyedévente jelentet meg az újság tematikus számokat, de ennél gyakrabban ad ki tematikus mellékleteket, amelyeket a laphoz csatolva, illetve önállóan, a város intézményeiben, ingyenesen is terjesztenek. Így a tematikus mellékletek példányszáma négyszerese a *Budaörsi Naplóénak*.

A tartalom nagy része saját tartalom, amin kívül sajtóanyagokból, sajtóközleményekből és az MTI híreiből merítenek a tartalom előállítói. A hírek mellett véleménycikkek is megjelennek a lapban, akár közéleti, politikai témában is. Gazdasági témájú cikkek is születnek, a helyi intézmények körüli kérdéseket feszegetők, mint ahogy a társasági élettel foglalkozók is. A témák feldolgozása nem a helyi lapok megszokott szárazságát hozza, hanem igyekszik az embereket valóban foglalkoztató hírekkel és kérdésekkel foglalkozni. (Lásd például a 2011. szeptemberi szám „A város valódi vezetője nem mindig az, akinek pozíciója van” – „Ki hozza a

fontos döntéseket?”, vagy a „Botrány nélkül zajlott az 1. számú iskola évnyitója; az új igazgató nem nyilatkozik” című írásokat.)

A lap online változata a főszerkesztő elmondása szerint átalakítás előtt van, a tervük az, hogy egy naponta frissülő, aktív oldalt hozzanak létre, amely nem csupán a nyomtatott lap cikkeit és híreit tartalmazza, hanem folyamatosan frissül Budaörs és környéke híreivel. Egyelőre az oldal csupán a nyomtatásban is megjelent írásokat tartalmazza, és hirdetéseket sem helyeznek el rajta. A lapnak közösségi szájta oldala sincsen.

Aszód Info online

Az *Aszód Info* egy helyi képviselő által magánvállalkozásként üzemeltetett közéleti online médium, amely nyitó lapját három részre osztva jeleníti meg a tartalmát: az aktuális híreket, a sporthíreket és a helyi médiát. Bár szlogenje az, hogy „hírek, események, vélemények”, saját, folyamatosan frissülő tartalmat és véleményt aligha találunk az oldalon. Nagy részletességgel jelennek meg azonban a nem napi aktualitású aszódi információk. Az első menüpont az Aszódról címet viseli, és rákattintva Aszód történetéről, látnivalóiról, az ezeket bővebben tartalmazó könyvekről olvashatunk, de megtalálhatjuk itt Aszód térképét is. Az Önkormányzat címszó alatt szintén nem a friss önkormányzati híreket találjuk, hanem a testület felépítését, a bizottságok felépülését, a város kitüntetettjeit és a testvérvárosokat, míg a többi menüpontban a városháza nyitva tartásáról, vagy a civil életet alakító egyesületekről és körökről olvashatunk. Az Aktuális rovatban beszámolókat találunk a helyi eseményekről, és programajánlókat, sportegyesületek és a 2010-es választások szintén nem túl friss híreit. De tájékozódhatunk a *Galga TV* és a *Régió+* helyi csatorna műsorairól is, vagy feladhatunk apróhirdetést.

Az oldalt naponta nagyjából százan látogatják, Facebook vagy egyéb közösségi média profilja sincsen.

Aszódi Tükör

Aszód város önkormányzatának lapja, amelyet ingyen terjesztenek. Az *Aszódi Tükör* havonta 12 oldalon jelenik meg, 2400 példányban. Főszerkesztője nem teljes állásban készíti a lapot, július óta egyedül (támogatások megvonása miatt).

A tartalmat saját, lokális hírek adják. Önkormányzati, pályázati híreket tartalmaz, Aszód cégeinek, intézményinek, infrastrukturális változásainak híreit. A város eseményiről, ünnepeiről képes riportokkal számol be, de tartalmaz könyvajánlót és lakossági tájékoztatókat is. Terjedelmének nagyjából a felét a - főként helyi – hirdetések teszik ki. A lap alján az egyes cikkek alatt külön logóval jelölik azokat a cikkeket, amelyekhez a lap Facebook oldalán külön képgaléria tartozik. A lap három hónapja jelent meg a közösségi oldalon, és rajongóinak száma meghaladja az ötszázat.

Érdi Lap – A polgári összefogás lapja, és az Érdi Lap online

Az *Érdi Lapot* az Összefogás Egyesület alapította 2003-ban, és tartja fenn ma is. A lap célkitűzése – honlapján található önpozicionálása szerint - lokálpatrióta érzelemvilág tükrözése. Szerkesztői bevallottan a keresztényi-keresztényi, nemzeti és vallásos értékek, érdekek mentén szerkesztik, a lapban kiemelt fontosságot tulajdonítanak a közerkölcsnek, a köztisztességnek és a közjónak. Az *Érdi Lap* az egyházak szellemiségéről, megújulási akaratáról, közösségi törekvéseiről is kíván szólni, mint ahogy a civil szerveződések, egyesületek és klubok kezdeményezéseinek is helyt ad. Ezzel a vállalt nézetével és értékrendszerével egyedülálló a térségben.

Havonta kétszer, tizenkétezer példányban jelenik meg, 12-16 oldalon, ingyenesen. A hirdetésekből, pályázatokból, magánszemélyek és cégek szponzorálásával tartják fenn magukat. A tartalmat egy fő szerkeszti és írja főállásban, külsős cikkírók segítségével. Az önkormányzati dolgozók is írnak cikket önkéntes alapon a lapba, a hirdetéseket pedig kiszervezik.

A tartalom nagyobb rész foglalkozik politikával, mint általában a helyi lapok, az írások körülbelül fele érint helyi és országos politikát, és némelyik véleményírás éles hangon szól az ellenzéki pártokról, legfőképpen az MSZP-ről. (Lásd a 2011. szeptemberi szám *Ki érti ezt? Ellen/zék/ség/fél, vagy a Hideget, meleget - egy szájból...* című írást.) A politikán kívül a kultúra kap még fontos szerepet és nagyobb teret a lapban, aminek a végén sporthíreket is olvashatunk. Az újság majdnem felét (a 12 oldalból 5-öt, 6-ot) a hirdetések foglalják el, amelyek szinte mind helyi vonatkozásúak.

A honlap egyelőre csupán a nyomtatott újság pdf változatát tartalmazza, a lappal kapcsolatos tudnivalók mellett (impresszum, hirdetésfeladás, terjesztés...), a látogatottságot nem mérik, közösségi oldalon nem jelennek meg.

Gödöllői Hírek és Gödöllői Hírek online

A *Gödöllői Hírek* önmagát közérdekű városi lapként definiálja, és magánvállalkozásként működik, 1997 óta. 2011-től kétheti rendszerességgel jelenik meg, 2500 példányban. Egy lapszám ára 80 forint, előfizetéssel 75, nyugdíjasoknak pedig 65 forint. A lapnak két állandó munkatársa van és négy-öt külső, akik cikkenkénti bérezésben részesülnek.

A tartalom saját értesülésekre és sajtóanyagokra támaszkodik, MTI előfizetése nincsen. A közéleti hírek mellett (helyi kulturális, tudományos híreken, esemény-beszámolókon kívül aktuális program- és képzésajánlókcal is találkozhatunk itt) helytörténeti aktualitásokról is olvashatunk, de találunk intézményi, céges híreket, rejtvényt, apróhirdetést és sportrovatot is. Az újság terjedelmének majdnem felét a helyi hirdetések teszik ki (a nyolc oldalból 3 és fél oldalt foglalnak el a legutóbbi lapszámokban).

Online oldala a *Hírhatár Online* Lapcsoport tagja. Az oldalról a lap pdf formátumban is letölthető. A tartalom magja és a szerkesztőség megegyezik a nyomtatott lapéval, de az online tartalom folyamatosan frissül. A címlapon legfelül a legújabb saját cikkek váltakoznak a hozzájuk tartozó fotókkal, alatta pedig a friss hírek mellett a friss apróhirdetések foglalnak helyet, ugyanakkora ablakban, majd ezalatt újra a saját tartalom, a hosszabb cikkek jelennek meg. Ezekből napi egy-kettő kerül fel az oldalra, míg hírek közül valamivel több, akár négy-öt is. A hírek mellett a helyi cégek és üzletek jegyzékét is megtaláljuk a lapon, de igényes képgaléria aloldal is van, több száz fotóval. Lejjebb recept és jogi rovatot találunk, amelyek bár egy éve elindultak, még mindig az első cikkeket tartalmazzák csak.

A lap szerkesztőjének/szerkesztőségének (?) politikai nézeteiről a honlap alján található számláló árulkodhat az alábbi felirattal (352) napja nem indult el az a termálfürdő beruházás, amit a 2010. október 14-én esküt tett 'lokálpatrióta többségű' városvezetés választási programjában megígért a gödöllői lakosoknak".

Az online látogatottságot nem mérik, közösségi szájtton nincsenek regisztrálva.

Vörösvári Újság és a Vörösvári Újság online

A lap Pilisvörösvár önkormányzatának közéleti havilapja. 1300 példányban jelenik meg 32-36 oldalon. Egy lapszám ára 250 forint. 3 szerkesztő-újságíró főállásban, 4 pedig mellékállásban dolgozik a lapnál.

Az újságban helyi beszámolók jelennek meg helyi eseményekről képriportokkal, önkormányzati hírek nagy részletességgel beszámolva a hírekkel kapcsolatos sajtótájékoztatókról és beszédekről, gyakran a témában kulcsfontosságú szerepet betöltő személyekkel készített interjúkkal. Közérdekű híreket, mint az új hivatalok és ügyfélszolgálati irodák megnyitása, pályázati felhívásokat olvashatunk, hosszas tájékoztatókat a képviselőtestület határozatairól és rendeleteiről, intézményi híreket, de van építészet rovat és utazás, programajánló, kulturális rovat is szubjektív beszámolókkal, szépirodalom versekkel, novellákkal. A Sport és hobbi rovatban helyi, kimagasló eredményt elért lakosokkal készített interjúkat találunk, a Közlekedés rovatban a közlekedésben bekövetkező változásokról olvashatunk, valamint közlekedéssel kapcsolatos kulturális eseményekről. A Tudomány rovatban tudományos hírek mellett publicisztikák is megjelennek például a helyes táplálkozásról. A Közbiztonság rovatban a helyi bűnügyeket és baleseteket írják meg. A Fórum rovatban főként szerkesztőségi leveleket és véleményeket fogalmazzak meg, de olvasói leveleket is közzé tesznek, míg a lap vége felé házasságkötési, halálozási és születési hírek vannak. Hirdetések minimális számban kapnak helyet az újságban, a közérdekű hirdetések száma jóval magasabb.

A lap internetes verziója a nyomtatott újság tartalmát kibővítve közli, de egyéb tartalmat nem jelenít meg, látogatottsági adatot nem mérnek, közösségi oldalon saját profiljuk nincsen.

Új Szentendrei Hírlap

Céges tulajdonban lévő lap, amely 21 éve jelenik meg, kéthetente, 12 oldalon. Ára 95 forint. A példányszámot a tulajdonos nem árulta el. A lapot a két tulajdonos és egy főállású alkalmazott készíti saját lokális értesüléseikre és az MTI által kiadott hírekre támaszkodva.

Az újságban több folytatásos cikksorozat jelenik meg. Az egyik ilyen hamarosan induló sorozat a Gyöngyszem, amelyben a szerzők olyan

„gyöngyszemeket” mutatnak be, „amelyek csak közelről láthatóak, és bizony hamis gyöngyök”. Egy már létező sorozat az Élet 60 év felett, amelyben olyan embereket mutatnak be, „akik életében nem okozott törést a nyugdíjba vonulás”. Civil kezdeményezésekről is beszámol az újság és a hozzájuk kapcsolódó eseményekről, olvasói leveleket közöl, interjú keretében megkérdezi a képviselő testület egy-egy tagját egy előzőekben felvetett olvasói kérdésre, amely a lakosokat foglalkoztatja. A Temetőbogár szintén egy cikksorozat, amely a helyi temetőhöz fűződő történeteket, legendákat dolgozza fel, vagy az ott nyugvó halottak érdekes történeteit. Az Értékek és közösség rovatban főként közösségi-, és klubtevékenységekhez kapcsolódó írások születnek, a Hírmondó rovat pedig rövid helyi híreket közöl. Majd újra helyi kérdéseket feszegető, vagy valamely kétes jövőjű intézmény esélyeit latolgató írás vagy interjú következik. Az is előfordul, hogy egy helyi ismertebb ember halálának okán írnak megemlékezést a szerzők. A hirdetések nagy része az Új Szentendrei Hírlapban is helyi, egy apróhirdetés oldal is található a lapban.

Internetes változata, hozzá kapcsolódó honlapja és közösségi oldal regisztrációja sincsen.

Budapesten megjelenő online és nyomtatott médiumok

BudapestStart Hírportál

A hírportál céges tulajdonban van, de a budapesti önkormányzatok támogatásával üzemel. A Budapestet és a budapestieket érintő hírek jelennek meg a portálon. Egyetlen szerkesztője van, aki kezeli a tartalmakat az oldalon, de minimálisan nyúl csak bele azokba. A hírek sajtószolgálatok híreiből származnak, az MTI-től, az MTI OTS híreit (gazdasági sajtószolgálat) is használják, kapcsolatban állnak médiaügynökségekkel, PR cikket jelentetnek meg, közhasznú, intézményi híreket, és 70 ezres adatbázisuk van a fővárosi cégekről. Saját tartalom nincsen az oldalon.

A főoldalon budapesti hírek vannak vegyesen válogatva, alatta egy dobozban a legfrissebb hírek pörögnek, még lejjebb pedig Kerületi hírek, Gazdaság, Közlekedés, Politika, Kék hírek, Sport, Kultúra, Vállalati hírek rovatokat pörgethetünk végig. A fenti menüből ugyanezeket tudjuk elérni kiegészítve az Oktatás, a Zöld

Budapest rovatokkal, és egy második menüben találunk még Közhasznú, Szabadidő, Sport intézmények, Ékszer, Való Világ 5 és térkép menüpontokat.

Meglepő, hogy a kerületi híreknél nem tudjuk kerületekre bontani a híreket, azok vegyesen, frissességi sorrendben jelennek meg a rovatban – igaz, a keresőben beállíthatjuk, hogy mely kerület hírei között szeretnénk rátalálni a kulcsszóra. A cégjegyzék a hírekkel ellentétben rendezett. A jobb oldali menüsorban a kerület nevére kattintva sorba rendezve megjelenik a kerület intézményeinek és szolgáltatóinak jegyzéke. Ez tűnik a portál leghasznosabb részének, hiszen a hírek – bár a Budapestet nem érintő hírek ki vannak közülük gyomlálva – nem túl rendezettek, és hozzáadott érték sincsen. Pedig a szajt facebookos adatlapján így határozzák meg az oldal célját: „A portál célja és törekvése a Főváros teljes körű virtuális megjelenítése, az információk katalogizálása, és szűrtén a Felhasználói igényeknek megfelelő megjelenítése. Az oldal üzemeltetésének kizárólagos célja, hogy a főváros információi (intézményi, szociális, kulturális, gazdasági) a lehető legegyszerűbben, és leggyorsabban jussanak el a lakossághoz”. Napi olvasottsága mégis átlagosan 1000-1200 között mozog. Hirdetés minimális számban jelenik meg a szájtton.

A Facebookon a *Budapest Startnak* több mint kétezer rajongója van. Érdekes, hogy a közösségi oldalon a portál szinte kizárólag bulvárhíreket jelentet meg, így a lap facebookos profilja elválik a szájtétől. Ezek a postok ráadásul nem a Budapest Startra mutatnak, hanem a qz.hu-ra, amely a kereskedelmi csatornák valóságshow-inak és tehetségkutatóinak bulvárhíreit interpretálja. A lap facebookos megjelenésekor nyitott fórumokat ugyan, de a legtöbb nem is kezdett működni. Amelyik igen, az is az indulása után nem sokkal elhalt. Az interaktivitás a postok alatt sem működik.

Budapest egy-egy kerületének nyomtatott és online médiumai

Az adott keretek között lehetetlen vállalkozás lenne Budapest összes kerületének minden médiumát bevonni az elemzésünkbe, így csupán arra vállalkozunk, hogy két kerületet kiválasztva, annak legjellemzőbb, legismertebb nyomtatott lapját és online szájtját vegyük górcső alá. Az előzőekben már érintettünk olyan lapokat, amelyeknek van helyi vonatkozású klónja, ezeket értelemszerűen itt már nem elemezzük. (Például bár a Helyi Téma mindegyik kerületben megjelenik, vagy a Hírhatár Online-

nak is sok kerületben van helyi vonatkozású aloldala, ebben a pontban már külön nem elemezzük őket, hiszen megtettük azt az előzőekben.)

A Józsefváros című lap

A *Józsefváros* kéthetente 55 ezer példányban megjelenő ingyenes önkormányzati újság. Két főállású munkatárs dolgozik a lapnál, és két-három külsős, változó munkaórában. A tartalom előállítók között hol egy, hol két fotós szerepel, ők is külső munkatársak. A tartalom alapanyagát saját értesülések és az MTI hírei adják.

A lapban önkormányzati hirdetések és felhívások szerepelnek, intézményi hírek, hosszú interjúk valamelyik politikussal, gyakran a polgármesterrel. A Köztér rovatban főként a kerület közbiztonságával foglalkozó írások jelennek meg, míg az Egészség rovatban az egészségügyi intézmények felhívásai mellett betegségek leírásait is olvashatunk. A Kultúra címszó alatt a helyi események beszámolóit kapnak helyet, majd egyházi hírek, programajánlók és pályázati felhívások következnek. Az Otthon rovat célközönsége a háziasszonyok, akik itt hasznos tanácsokkal gazdagodhatnak, és új recepteket ismerhetnek meg. A lap rejtvényel és hirdetésekkel zárul.

Van úgy, hogy a bevett tematikát felrúgja egy fontos esemény. Például a szeptemberi hajléktalanokkal kapcsolatos népszavazás okán 10 oldalon foglalkozott a lap a kérdéssel, külön részletesen tárgyalva az egyes pártok véleményét az ügygel kapcsolatban. De nem csupán a politikai álláspontokat járták alaposan körül, de a hajléktalanság kérdését is: interjú született szakemberrel, és a hajléktalanok addiktológiai ellátásáról is jelent meg írás.

A lapnak külön online szájtja nincsen, pdf formátumban letölthető Józsefváros hivatalos honlapjáról. Közösségi médián nem jelenik meg.

A Józsefváros.hu

A VIII. kerület egyetlen lokális online médiuma az önkormányzat honlapja. Rajta önkormányzati híreket olvashatnak, közérdekű és intézményi adatokhoz juthatnak, és online is intézhetik ügyeiket a helyi lakosok. A tipikus önkormányzati szájt felépítése szerint polgármesteri köszöntőt is találunk az oldalon, programajánlót, és

hasznos letölthető dokumentumokat. Hírek is a főoldalon jelennek meg, amelyeknek jó része a Józsefváros című újság cikke.

Budai Polgár

A lapot 1992 óta adják ki, 2008-ig a II. kerületi önkormányzat hivatalos lapja volt, azóta külső cég készíti. Kéthetente jelenik meg, 50 ezer példányban. Főszerkesztője teljes állásban szerkeszti a lapot, tíz-tizenöt cikkíró pedig cikkenkénti díjazással dolgozik. Tartalmát a saját, lokális hírek, háttér-információk adják.

Megjelennek benne önkormányzati hírek és hirdetések, közérdekű információk (pl hivatali nyitva tartások, fogadóórák, pályázati felhívások), intézményi (óvodai, iskolai) hírek, van helytörténeti rovat, programajánló, illetve rövid beszámolók, interjúk valamely programról olykor képgalériával. Beszámolókat találunk benne a közösségi élet eseményeiről, olvasói leveleket, olvasók által beküldött születésnapi és egyéb köszöntéseket, a hitélet híreit. A Környezet rovatban zöld hírek vannak. A Kedves szomszéd rovat egy-egy hosszabb interjút közöl a kerületben élő neves emberrel. Hátrébb lapozva keresztretjvényt és apróhirdetéseket találunk. A 24 oldalas lap nagyjából nyolc oldalát foglalják el a hirdetések és reklámok.

A lapnak van saját, igényes honlapja, de a naprakészség itt sem jellemző. Az online tartalom megegyezik a nyomtatottéval. A lapot pdf, lapozható formátumban, eredeti formájában is olvashatjuk a szájon. Közösségi oldalon nem jelenik meg.

Összegzés

A lokális médiumok szinte minden településen való jelenléte azt mutatja, hogy igény van a helyi tartalmakra. A régió szinte minden településén működik online szájt, vagy létezik helyi újság, de az is gyakori, hogy mindkettő. Több településen előfordul, hogy egymással konkurálnak a helyi médiumok. A nyomtatott lapnak gyakran online felülete is van, amin néhol igyekezik a szerkesztőség az online adta lehetőségeket kihasználni gyorsaság, frissesség és interaktivitás terén. Általános tendencia az online piacon való megjelenés, az összkép azonban azt mutatja, hogy nagyon kevés médium használja kreatívan és intenzíven az internetet. A közösségi szájtokon pedig

még inkább szürke a helyzet. Sokan felismerték, hogy fontos a web2-n való jelenlét, és így talán nagyobb publicitást szerezhettek a híreiknek, használni a platformok előnyeit azonban vajmi kevesen tudják.

A lapcsoportok és hírfranchise-ok létezése arra utal, hogy igény van valamiféle egységes megjelenésre, könnyen átlátható rendszerre. Az üzleti oldalon pedig azt mutathatja, hogy több helyi médium üzemeltetése a hirdetési bevételekhez arányosan kevesebb hozzáadott értéket igényel, így jobban megérheti. A hirdetőik ugyanis minden településen változnak, míg egy lapcsoport esetében a lokális lapok nem specifikusan helyi hírei között akadhatnak átfedések.

Az ország legnagyobb lapkiadói, mint az Axel Springer vagy a Sanoma Media Budapest a közép-magyarországi régióban nem adnak ki helyi lapokat, csupán vidéken jelennek meg. Ez éppúgy, mint az a tény, hogy Budapest kerületeiben is kis számú helyi médiumot találunk, azt mutatja, hogy a régióban, főképpen Budapesten kisebb az igény a lokális médiumokra, hiszen Magyarország Budapest-központú. A budapestiek az országos médiából is tudnak tájékozódni a körülöttük történő eseményekről. Budapest kerületeiben online médiát elenyésző számban találunk az önkormányzatok sajtóin kívül. Bár helyi, kerületi lapok mindenütt megjelennek, ez leginkább a hirdetési piac struktúrája miatt lehet így. A nyomtatott lapok esetében ugyanis feketén-fehéren ki lehet számolni, hogy adott hirdető mellett mekkora lapszámot érdemes kinyomni úgy, hogy ne legyen a tulajdonos veszteséges – mint ahogy láttunk is erre gyakorlatot, hogy a lapszámot a hirdetési kedv határozza meg adott hónapban. Az interneten azonban nagyon nehéz megbecsülni a hirdetésekől származó potenciális bevételeket, online kialakulatlan a hirdetés díjszabása, mint ahogy a hatékonyságmérés is – a bevett módszer még mindig a kattintásszám alapján határozza meg a hatékonyságot, amiről már jó ideje úgy vélik, hogy nem hatékony mutató.

A tanulmányunk első kérdésére tehát a válaszunk az, hogy megél a print online nélkül, hiszen számos példát találtunk rá. De az is látszik, hogy általában szűkös keretből gazdálkodhat. Bár jellemző, hogy a modern kor kihívásainak megfelelően igyekszik a lap online is jelen lenni, arra azonban arányaiban még mindig kevés a próbálkozás, hogy az online felület adta lehetőségekkel éljenek is. Hiszen a napra- sőt percre készség, a hozzáadott tartalom, a saját tartalmak fejlesztése, az audiovizualitás drága, plusz emberi erőforrást igényel, a kereskedelmi alapon való finanszírozása pedig nehézkes. A közösségi sajtókon való elenyésző

intenzitású jelenlét azt is mutatja, hogy bár a szándék megvan, a tudatos használat messze nem jellemző.

A tartalom-előállítók nagy része nem teljes állásban dolgozik az adott médiumnál, ez is kiderült, sokkal inkább jellemző, hogy lelkesedésből, hobbiként írnak, szerkesztenek, vagy megrendelésre készítenek cikket, és darabszámra kapják a fizetésüket. Ezért aztán ha a tartalomból próbálunk a célközönségre visszakövetkeztetni, nehezen eldönthető, hogy azért tűnik úgy, hogy a lapok nagy része az idősebb korosztályt célozza, mert a hirdetők őket szeretnék elérni, vagy azért, mert a készítők maguk is az idősebb korosztályból kerülnek ki.

És az előzőekben már meg is válaszoltuk tanulmányunk második fő kérdését, hogy szükség van-e regionális hírekre. Igen, összességében úgy tűnik, van rá igény. Azt azonban, hogy a médium milyen színvonalon, milyen platformon, milyen hangnemben szólal meg és kiknek, sok összetevő kombinációja határozza meg, amit nem ritkán a tulajdonosok lapuk létéért folytatott küzdelme vezet.