

médiakapcsolatok

Bernáth Gábor

kapcsolatépítés- és kapcsolattartás

A hatékony sajtómunkához négy irányt mindenképp érdemes végiggondolni:

- 1. folyamatos információnyújtás szervezeti feltételei:** például ki nyilatkozik, miről? ki szedi össze a kommunikálható információkat? hogyan készülnek rólunk képek? van-e válságkommunikációs terv?
- 2. a kiadott anyagok formája** (pl. egyre kevesebb az újságíró, ezért sok médium szívesen fogad félkész anyagokat. Háttéranyag nélkül számok, összefüggések elveszhetnek egy újságírónak stb.): ki készíti ezeket az anyagokat? milyen kapacitás áll rendelkezésre? (pl. adatvizualizációs kapcsolat, stb.?)
- 3. annak végiggondolása, hogy a célcsoportjaink szempontjából releváns médiumok (helyi; szakmai; hír; bulvár- és szórakoztató) igényeinek megfelelő anyagot adunk-e?**
- 4. Vannak-e olyan, kikerülhetetlen akcióink** (pl. sok embert megmozgató offline események), amikről nem lehet nem észrevenni, nem beszámolni? Egy példa:
<https://www.facebook.com/dw.euromaxx/videos/1583071011713808/>

a kapcsolattartás bevett formái

sajtóközlemény

sajtótájékoztató

háttérbeszélgetések

hírlevél

Informális kapcsolatépítési formák:

média-kerekasztal; sajtóreggeli.

mi a hír, és mitől hír?

- érinti és érdekli az embereket
 - tanulságos, példaértékű
 - szórakoztat
 - egyedi
-
- Saját ügyed/híred kapcsán is maradj hírfogyasztó!
Neked érdekes lenne? Ha bizonytalan vagy, kérdezd meg egy bizalmasodat/barátodat/kollégádat!

hírérték-növelők

- ha sokakat érint
- ha keveseket érint, de őket nagyon
- aktualitás
- a szereplők ismertsége, befolyása
- földrajzi közelség
- egyedi, szokatlan, megdöbbentő

a média meggyőzése

Ezt a pár dolgot mindenképpen meg kell mutatni:

- a programunknak van értelme, célja, célcsoportja;
- megoldást árul valamire;
- van pontos helyszíne, tartama, leírása;
- nem egy a sok közül, hanem A PROGRAM!
- mitől más, és mitől több, mint egy szimpla program;
- miért fontos, hogy megvalósuljon, és a sajtó beszámoljon róla.

tanácsok: interjú előtt

Felkészülés:

- Az interjú, vagy sajtótájékoztató előtt közvetlenül mindig szakíts 15-20 percet a felkészülésre, a ruházatodra. 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!
- 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. Ha van ilyen, készülj fel a magyarázatra is.

interjú közben

- Nem kell mindenre tudnod a választ, nyugodtan mondhatod: "utána fogok ennek nézni" .
- Ha egy kérdés nem világos, ne akard te kitalálni, nyugodtan kérdezz vissza.
- Az interjú jellegéből fakad, hogy az újságíró kérdez. Néha olyasmit is, ami nem tartozik a tárgyhoz, vagy tévedést fogalmaz meg a kérdésé-ben. Ilyenkor udvariasan, de határozottan javítsuk ki: „Örülök, hogy megkérdezte, biztosan más is félreértette...” Főleg a televízió- és rádió interjúknál ne hagyjuk magunkat kihozni a sodrunkból.
- Ugyanakkor kerüld az "erről a dolgról nem nyilatkozom" - válaszokat! Különben könnyen abba a szerepbe keveredhetsz, hogy te is "sáros" vagy az ügyben!
- Az újságírók általában a minél erősebb történeteket és kitételeket kedvelik. Ne hagyd, hogy negatív minősítéseket mondassanak ki veled!
- A legrosszabb amit tehetsz, ha vitatkozni kezdesz. De mondhatsz olyat, hogy "ez jó kérdés, de az olvasókat/televíziónézőket/rádióhallgatókat talán jobban érdekli az, hogy...."
- 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 sajnós ezt nem tudod megtenni, de ha akarja kicsit részletesebben ki tudod fejteni a véleményedet.

mondanivaló és stílus

- **Nem kell másnak lenned.** Tévében, rádióban általában jól mutat, ha emberien viselkedünk: elnevetjük magunkat, vagy pillanatnyi zavarunkban megvakarjuk a fejünket.
- Fogalmazz egyszerűen és röviden, ne használj házi kifejezéseket, vagy szakzsargont. Minél rövidebb egy mondat, annál valószínűbb, hogy megértik!
- Használj erős hívószavakat, törekedj képszerűsége, a képek maradnak meg jobban.
- kerüld az "állítólag", vagy "úgy hírlik" kezdetű mondatokat! A forrás nélküli hivatkozások gyengítik a mondánivalódat, és könnyen számon kérhetők.
- Erősíti a mondánivalódat, ha alá tudod támasztani példákkal, egy-egy (nem több!) adattal, érdekes történetekkel, vagy kívülállók véleményével.

interjú után

Az általad adott interjú szerkesztett változatát megjelenés előtt jogod van még egyszer átfutni és válaszaidba belejavítani. A kérdéseket, címeket nem írhatod át, de válaszaidat hozzáigazíthatod. Ezt azért előfordul, hogy nem tartják be. Ha úgy érzed, kiforgatták a szavaidat, panasszal élhetsz, helyreigazítást kérhetsz, az ügy súlyától függően akár bírósághoz is fordulhatsz. Ugyanakkor azt látni kell, hogy az ilyen ügyek hosszan elhúzódnak. Jobb megpróbálni meg-egyezni, és akár egy interjúval, vagy egy másik rendezvényről szóló beszámolóval kérni kárpótlást. Olyan médiummal szemben, amelyikkel már volt rossz tapasztalatod, rögzítsd te is az általad adott interjút, nyilatkozatot.

közösségi média

Bernáth Gábor

új média tér

Az internetes és web2-es technológiák terjedése révén a tájékozódás egyre inkább a hasonló érdeklődésű emberek továbbposztolt tartalmain alapul.

önkifejezés és közönség



Ez az új médiatér minden korábbinál nagyobb lehetőséget ad az önkifejezésre, de egyre kevésbé van kit meggyőzni.

több információ, kevesebb igazság?



Az így előálló médiabuborékokban a híresztelések és átértelmezések ugyanolyan fontosak, mint a hírek maguk, azonban nem kell garantálni az igazságtartalmukat.

Lehetőségek

Nem az a kérdés, hogy a média mit csinál az emberekkel, hanem az, hogy az emberek mit csinálnak a médiával (McLeod, 1991).

Három dolgot biztosan támogat a közösségi média világa:

- az önmegmutatást,
- a közösségépítést és
- a bevonást.

Lehetőségek: önmegmutatás

Felületet adni a megmutatkozásnak (diákjaim mindennapjai a tanodában; ma már mindenki tömegével tud fotókat, filmeket csinálni).

lehetőségek: problémák felmutatása

A „kórházi koszt”-hoz hasonló felületek létrehozása, ahol a tehetetlen dühöngés helyett cselekedni tudunk.



a hasonló problémákkal küzdők összekötése

- **Közösség és szorongásmenedzsment:** a csatlakozás egyik lehetősége, ha összekötjük az embereket azokkal, akiknek hasonló a problémájuk/segíteni tudnak ezek megoldásában. Mint az EMMA születés-történetek felülete, ahol emberek mesélhetnek, kérdezhetnek, megoszthatják a szorongásukat, kételyeiket, vagy éppen szép emlékeiket. Ezzel közösséget is alkotnak.

EMMA: születés-történetek



The screenshot shows the EMMA website interface. At the top left, there are two circular logos: a red one with 'EMMA' and 'egyesület' and a yellow one with 'EMMA' and 'vonal'. Below these is a red navigation bar with menu items: 'Blog', 'Az Egyesületről', 'EMMA vonal', 'Projektjeink', 'Események', 'Dokumentumtár', and 'Sajtószoba'. A search bar is on the right. The main content area features a 'Tag Archive' section with a list of tags including 'ambuláns szülés bábai modell', 'bábák császármetszés', 'double standard emberi jogok', 'EMMA Egyesület', 'EMMA Műhely', 'EMMA vonal', 'ERŐMŰVHÁZ', 'Fazakas Pálma', 'gyermekágy', 'homebirth', 'homebirth Hungary', 'háborítatlanság', 'imprisoned Ina May Gaskin', 'intézményi reform', 'kiállítás', 'Lesley Page Movement', 'nemzetközi támogatók', 'női jogok', 'női jogok nők elleni erőszak', 'presidential clemency regulation', 'roma nők', 'Schmidt Erika', 'szülés', 'szülés kórházban', 'szülés körüli jogok', 'szüléstörténetek', 'szülészeti ellátó rendszer', 'szülészeti ellátó rendszer természetes szülés természetes szülés', 'Temovszky törvényi szabályozás', 'verdict', and 'várandósság'. Below the tags is a section titled 'TEDD MEG AZ ELSŐ LÉPÉST!' with a sub-header 'Published on 2015. április 11. szombat By Fazakas Pálma'. The text below reads: 'TEDD MEG AZ ELSŐ LÉPÉST! – Együtt a nőkkel a hozzáférhető, tiszteletteljes szülészeti ellátásért 2015. március 1-én elkezdjük új projektünket, melynek célja, hogy előmozdítsa az átlátható, mindenki számára hozzáférhető, tisztességes és szakszerű ellátást adó szülészeti rendszer kialakítását. Ennek eléréséhez elsősorban a nők és közösségeik erőforrásaira építünk, őket mozgósítjuk, erősítjük. Célcsoportjaink a'.

On the right side, there is a sidebar with a 'Hogyan segíthetek?' section containing a 'Donate' button and a 'Facebook' button. The 'Donate' section includes a 'Donate' button, logos for VISA, Mastercard, American Express, and Discover, and text: 'Támogass bennünket közvetlenül a Donate gombra kattintással.' and 'Illetve tájékozódhatsz az egyéb támogatási lehetőségekről: Támogatás, segítség felajánlás'.

közösség és média

- Közösséget adni.
- Egy jó facebook csoport nem egyenlő egy jó faliújság lelkes követőivel. Sokkal inkább egy pezsgő, vitáktól sem mentes, folyamatos párbeszédet folytató közösséggel.

közösségépítés a web2-es platformokon

- A „nyomj egy lájkot, ha...”-t helyett valódi **kérdések, aktivizálási** lehetőségek;
- **közös erőfeszítések** felmutatása.
- **Pozitív visszajelzések** Hangsúlyozni az eddigi eredményeket és a részvétel fontosságát. Önbeteljesítő jóslat: ha azt mondjuk, már eddig is sokan csatlakoztak, de még te is kellesz, még többen fognak csatlakozni.

támogatók és „szóvivők” bevonása/szóra bírása

~~— beszéd → meggyőzés~~

- **beszéd → cselekvés** → beszéd → **meggyőzés**
→ beszéd
→ beszéd

A sokak által érzékelt propaganda-nyomás miatt is felértékelődtek a személyes meggyőzés formái és a hitelesség ereje. Ez felveti, hogy van-e elég, az értékeket nyíltan vállaló támogatónk. Érdemes végiggondolni a lehetőségeket az ellenség-fixációktól a támogatók felé fordulásig: az ellenérdekeltek győzködése helyett az egyetértők bevonása és **szóra bírása felértékelődött.**

Sokakat bevonni azonban leginkább kollektív cselekvéssel lehet. Amihez alacsony belépési küszöbök, és pozitív szerepminták kellenek.

facebook: néhány tanács

- A facebook elsősorban közösség építésére jó. Nem egy faliújság. Ehhez sokat kell kérdezni, beszélgetni.
- Kiemelt a folyamatos jelenlét, ami ne nagyon legyen kevesebb, mint heti 3-4 poszt. Ennél kevesebb már nem fog látszani. A legnagyobb látogatottságú oldalak néhány óránként posztolnak.
- Nem kell minden bejegyzésnek eredetinek lennie, lehet mások tartalmait megosztani.
- Vitás kérdésekben kiemelten fontos a gyorsaság (72 órán belül kialakulnak a végleges vélemények).
- Megválaszthatod, hogy hol vitázz.
- Nem csak az van, ami látszik (hallgató olvasók). Sőt, ott vannak a támogatók. Figyeld meg a következő beszélgetésben a lájkok számát. Mikor ugrik ki? **Ők nyilván eddig is ott voltak, csak nem látszottak.**

Utazómajom

Utazómajom

Kezdőlap

Ejegyzések

Képek

Hírek

Képek

Ejegyzések

Hírek

Képek

Hírek

Új létrehozása



Tetszik



Követem



Megosztás



Tomi Brah Gyönyörű hely! Mi jelenleg is itt vagyunk. Szállásnak a Villa Garden Tropea -t nagyon ajánlom (a főmajom által jöttünk ide és nem bántuk meg). Rendkívül kedvesek az emberek itt. Autót sem kell bérelni visznek a partra/hoznak a partról. Meghívtak a baráti körükbe vacsorázni igazi "tropeai különlegességeket" ehettünk (10-12 féle étel). És a medencézés itt a "hegytetőn", kilátással a tengerre sem valami rossz 😊😊

Tetszik · Válasz · 🗨️👍 67 · július 15., 8:35



Anna Kádár És árat tudsz írni? Kösz

Tetszik · Válasz · július 15., 8:57



Helga Végh Migránsok nincsenek..?

Tetszik · Válasz · 🗨️👍 3 · július 15., 9:03



Tomi Brah Árat bookingon nézz, sokmindentől függ (apartman vagy szoba stb).

Tetszik · Válasz · július 15., 9:15



Tomi Brah A parton vannak indiai árusok, nem erőszakosak és jól lehet alkudni az áraikat 😊

Tetszik · Válasz · július 15., 9:16



Szabó Péter Jaj fejezzétek már be ezt a migránsozást. 1 éve még azt sem tudtad hogy létezik ilyen szó. Fent leírták már hogy nincsenek és képzeld. Tenyleg nincsenek. 3 hete voltunk és nincsenek. De egyébként ha mondjuk vannak is, az miben befolyásolja a nyaralásod?

Tetszik · Válasz · 🗨️👍 33 · július 15., 9:16



Mogyorósi Enikő Osztom, ha oda egyek, én is migráns leszek 😊

Tetszik · Válasz · 🗨️👍 11 · július 15., 9:26



Orsi Jakab Ha migráns madarakra gondolt (és szeretném hinni, hogy arra gondolt!), akkor igen, biztosan akad egy pár... 😊

Tetszik · Válasz · 🗨️👍 3 · július 15., 10:56

facebook csoportok: néhány tanács1.

- Komoly későbbi következményekkel járó döntés, hogy a csoportod nyílt; zárt; vagy esetleg titkos. Mind másra jó, széles körű bevonásra csak a nyílt, közösségépítésre a zárt is alkalmas, ez témától függ. Egy nyílt csoportból is kizárható valaki, aki trollkodni jön.
- Ugyanilyen fontos kérdés, hogy a csoportodban bárki posztolhat, vagy csak ha az admin engedi? Az utóbbi megoldással nagyobb befolyásod van arra, hogy mi jelenik meg a csoportban, de kevesebb lesz a vita, és a spontán bejegyzés, kevesebb lesz az interakció. Az embereknek könnyen kedvét szegi, hogy írjanak valamit, amiről majd valaki eldönti, hogy megjelenhet-e.

facebook csoportok: néhány tanács2.

- Ha bárki posztolhat, akkor lesz dolgod a beszélgetések moderálásával. Érdeemes végiggondolni, hogy mi az a pont, amikor valakinek törlöd majd a bejegyzését. A vita általában jót tesz egy csoportnak, egy idő után azonban például egy személyeskedő, támadó figura csak elvonja a figyelmet a valódi kérdésektől.
- A közösségi média végül is leginkább aktivizálni tud. Ehhez azonban végig kell gondolni, hogy a like-okat hogyan váltod konkrét cselekvéssé. Mit kérsz azoktól, akik kedvelik a tevékenységed? Vagy megelégszel azzal, hogy kedvelik?
- Egy jó facebook csoport folyamatos jelenlétet igényel. Érdeemes ezt is koordinált csapatmunkává tenni egy szervezet részéről, vagy akár „vendégszerkesztőket” felkérni.