

KILÁTSZANI A HÍRTENGERBŐL!

Mi a célja a kommunikációnak?

Ki a célközönség? Hozzájuk milyen média vezet el?

Időbeli tervezés: Előtte? Közben? Utána?

Mi segíti a kommunikációt? Story-telling, liftbeszéd, szimbólumok, hívószavak

Veszélyek, elkerülendő helyzetek...

RÖVID MŰFAJISMERET

Médiaműfajok három fő ága:

- Híralapú / objektív
- Véleményalapú / szubjektív
- Egyéb / vegyes műfajok

HÍR

- Hír = 5 W + 1 H
- *Who? What? When? Where? Why? How?*
- RÖVID műfaj!
- Információ nem egyenlő a hírral!
- Hír: sokakat érintő, friss információ, változás, újdonság!!!
- Csúcsműfaj?

Mutatkozunk be hírrel!

- Célközönség: a településünk lakói
- Kommunikációs csatorna: helyi rádió
- Cél: telefonos híradás arról, hogy itt vagyunk
- Forma: egyes szám harmadik személyű tudósítás, maximum 30 másodpercben
- Kulcskifejezések:

A Magyar Tempus Közalapítvány képzésére érkezett... , azzal a céllal, hogy, továbbá szeretné megtudni, hogy...

CIKK

- Nyomtatott sajtó klasszikus műfaja
- Átmeneti jelleg: tényekre épül, de a szerkesztés, válogatás, kommentálás szubjektív
- Terjedelmét a befogadó médium profilja határozza meg
- Hangvétele: szakszerűen egyéni
- Illusztrációk!

Készüljünk fel interjúalanyként egy interjúra!

- Mit szeretnék elmondani?
- „Itt és most” fontos témámról 5 kulcsszó, amit mindenképpen el szeretnék mondani
- ... s az 5 szó / kifejezés, amit mindenképpen szeretnék elkerülni...

KÉPEK - KÉPALÁÍRÁSOK

Vizuális információ hármass szerepe:

- figyelemfelkeltés
- értelmezés / emóció segítése
- emlékké alakítás eszköze

SAJTÓMEGHÍVÓ

- E-mailen! Papíralapon csak protokoll, reprezentációs vagy dokumentációs céllal!
- Mindig az újságíró személyes e-mail címére!
- E-mail tárgya: ~~MEGHÍVÓ~~ önmagában SOHA!!!
- Tárgymegjelölés: konkrét témamegjelölés maximum három összetett szóban
- Levéltörzsbe szerkesztve alapinformációk:
 - LEAD – egy frappáns mondat a témáról, célról
 - Esemény címe, időpontja, helyszíne, főszereplője
 - Kontakt és honlap

SAJTÓMEGHÍVÓ MELLÉKLETE

Sajtómeghívó részletesen, benne:

- Hosszabb lead
- Alapinformációk – mint az e-mailben
- Maximum 3 bekezdés tartalmi leírás
- Maximum 1 oldal!

Háttéranyag:

- Még mindig rövid műfaj! 1-3 oldal a témáról
- Nevek, kulcsmondatok: ezeket fogjuk viszontlátni, viszonthallani a sajtóban! 😊
- Adatok, számok – a továbbiakban...
- Néhány szó a rendező intézményekről

SAJTÓKÖZLEMÉNY

- Utólag (egy-két napon belül!) küldendő információ a sajtónak az eseményről
- 90%-ban előre megírható
- Formája: kész cikk -- de ne nevezzük annak, mert a sajtó érzékeny a kreativitására...
- További információhoz kontaktok megadása
- Kép, illusztráció leőhelyének pontos feltűntetése (nem kell mellékletben küldeni!)
- A személyesen megjelent újságíróknak a kísérő e-mailben köszönetnyilvánítás, exkluzivitás fenntartása!

Szimbólumok: mankó a laikusoknak

„Itt és most” fontos témámról 3 közérthető
hasonlat, szimbólum keresése

TÖRTÉNET FONTOSSÁGA!

- Az eseményünknek van előzménye, s remélhetőleg lesz folytatása – mutassuk be!
- Story-telling: a politika és a reklám kedvenc eszköze
- Hősök, kihívások, állomások, erőfeszítések
- Következetes narratíva
- Arcok, egyéniségek, emóciók!

A „ROSSZ HÍR” SZEREPE

- Féljünk-e a negatív információktól?
- Pozitív/negatív hír terjedési sebességkülönbsége
- Kiaknázható, DE! kockázatos
- Kézben tartott kommunikáció kell hozzá!

LIFTBESZÉD

Ismerősünkkel összefutunk a liftben a hetedikre menet. Megkérdezi, mivel foglalkozunk.

Mit válaszoljunk?

Nincs sok idő, az ajtó hamarosan nyílik...

Kulcsfotók keresése a munkánkról...

- Kit, milyen szituációban mutatnánk be?
- Tervezzük meg előbb a képaláírást, aztán a fotót!
- Profi vagy szelfi?

A további kérdésekhez:

Gózon Ákos

gozon@eletestudomany.hu