



## Évzáró szakosztályülés

OEE Közönségkapcsolatok szakosztály, 2005. december 14.

Beszámoló az 2005. évben végzett munkáról és a szakmai eseményekről.

### Szakosztályülések

2005. március 10. Akkor a gazdatüntetések miatt elmaradt *Dékány András* előadása, de sor került *Dobrányi Tamás* előadására a Hír TV arculatépítéséről, majd az Erdészeti Főosztály új vezetői, *Klemencsics András* és *Szepesi András* mutatkoztak be.

2005. június 23-án megvitattuk a *Nyitni kék* című dolgozatot, majd *dr. Magyar Erzsébet* pszichiáter tartott előadást és bemutatót az erdő szimbolikájáról és pszichiátriai alkalmazásáról. Délután ismét *Klemencsics András* és *Szepesi András* volt a vendégünk, akik az erdészet nemzetközi eseményeiről adtak tájékoztatást.

Harmadik összejövetelünket a WOODTECH idejére, szeptemberre *Sopronba* terveztük, ahol csak néhányan vettünk részt, ráadásul még „szét is apróztuk” magunkat.

Akik ott voltak, tapasztalták, milyen egy erdészeti ünnepi nagyüzem... Volt két szoboravatás, tudományos ülésszak, évnvítő, WOODTECH események, energetikai szakosztály alakuló ülése.

### A szakmában:

Az év elején sajtókirándulás *Sopronban az Erdészeti Lapok* vendégeiként Egy évvel ezelőtt, novemberben volt az emlékezetes *tátrai vibarkár*...

Április 18-án nálunk is történt egy katasztrófa, *Mátrakeresztesen*...

Május 12-én reagáltunk rá szervezetten egy ÁESZ-Egererdő Rt.-NP közös sajtótúrával

Időközben kikeltek a *gyapjaslepkék*, a sajtó élénk érdeklődéssel kísérte a védekezést...

Nyár elején és végén két *FAO-rendezvény* volt a HM Budapesti Erdőgazdaság Rt. szervezésében, Bujákon, illetve Királyréten.

A 60 éves Egererdő Rt. ünnepsége

### 2005-ben történt még

- Erdészeti múzeum avatása Lentiben
- Vándorgyűlés a Szombathelyi Erdészeti Rt.-nél



Zétényi Zoltán szakosztályelnök

- Erdésznők találkozója Ásotthalmon
- Az Egererdő sajtótájékoztatója a kisvasutakról Szilvásváradon
- Tanösvény avatása az Ipolyerdőnél
- A MEGOSZ nagyrendezvénye a Bakonyban
- Erdei iskola avatása Miskolc-Csanyikban az Erdők Hete alkalmából
- A nyugat-dunántúli szűkárókról nemzetközi sajtótájékoztató és terepi bemutató
- Az ásotthalmi szakiskola épület-avatása
- Költségvetési „kalamajka”
- MEGOSZ-tüntetés
- Elkészült az erdészeti felsőoktatásról egy háromrészes DVD anyag az ERDŐ PR Bt munkája...
- Befejezés előtt áll Nagy László 50 perces tévéfilmje a Tatra pusztulásáról

### 2006-ban várható

Az *AGROINFORM* magazin a Forest-Press-szel közösen erdészeti mellékletet, rovatot indít

Az év elején *ÁESZ sajtótájékoztatóval* egybekötött bemutató Kelet-Magyarországon a falopásokról

Az OEE *tisztújító közgyűlése* május 26-án, majd a *Vándorgyűlés* a Bakonyban

Ősszel a WOODTECH idején *nemzetközi erdőpedagógiai konferencia* Sopronban

### Személyi kérdés...

Szakosztályprogram: *Varga Tamás* Sopronba szóló meghívását ismét megújította

Elmaradásaink: informatikai téma, látogatás egy rádiós és/vagy tévés műhelyben, szerkesztőségben

### A rendezvényekről – meghirdetés és protokoll

A szervezetek általában a sajtót keresik meg, ha valamilyen közlést el szeretnének juttatni a nagyközönséghez. Ennek a leggyakoribb kerete a sajtótájékoztató.

A formája eltérő lehet, hagyományos „előadás” jellegű, illusztrált és/vagy bemutatóval egybekötött, háttérbeszélgetés, sajtóreggeli stb.

A közlés sikeressége nagymértékben függ a tematikától.

### A téma: adott vagy választott

Az adott téma általában valamilyen eseményhez kapcsolódik (évforduló, ünnep, termelési tevékenység, káreset stb.), ehhez kell kitalálni az időpontot, a helyszínt, a szereplőket, a forgatókönyvet.

Bonyolultabb a helyzet, ha a „szerepléshez” kell a témát kitalálni. Fontos, hogy a választott témához is lehessen eseményt kapcsolni, de legalábbis bemutatni valamit (látványt a képpel dolgozó sajtó számára). Egyébként ez az igazi kreatív munka a PR-os számára.

### Az időpont

Milyen szempontokat vegyünk figyelembe, ha az eseményt megelőzően csak egy sajtótájékoztatót tartunk:

A havi- és hetilapok igénye az átfutás miatt általában nehezen teljesíthető. Ők nem is nagyon járnak a napi eseményekhez kapcsolódó sajtótájékoztatókra.

Napilapok, rádió, tévé: Ha az eseményen nincs tájékoztató, akkor a lehető legközelebb legyen az eseményhez.

Ha sajtótájékoztató is van az eseményen, akkor egy-két héttel megelőzően célszerű beharangozni. Természetesen, csak akkor, ha nagy jelentőségű, ritka eseményről van szó.

Ilyen országos esemény előtt, hónapokkal, előzetes tájékoztatót érdemes szervezni (pl. OMÉK, Vándorgyűlés).

*A bétén belül:* lehetőleg ne essen egybe más rendezvényekkel. Ez nagyon nehéz operatív felderítő munka,

és minél kisebb szervezetről van szó, annál nehezebb a dolga a szervezőnek.

A hét eleje és a hét vége nem túl jó (értekezlet, vikend).

*Napszak:* ne túl korán, ne túl későn.

#### *A meghívó:*

Nyomdai vagy fax, e-mail?

A külső megjelenés témafüggő: ritka, egyedi esemény megérdemli a nyomdai kivitel.

Általában egyszeri behirdetést alkalmaznak, de a hatékonyság sokkal jobb, ha megismételjük az értesítést, illetve, ha két „műfajt” alkalmazunk, és e-mailt és faxot is küldünk. A drótposta könnyen elhallódik, nagy a bizonytalansági tényező (nem nézik meg stb.). A fax kézzel fogható, kisebb az esélye az eltűnésnek.

#### *A külalak:*

Logó: fontos és hasznos, felismerhetővé teszi. Ugyanakkor az e-maileknél vigyázni kell arra, hogy a nagyméretű logó letöltése lassú, ami kellően ellene dolgozik a rendezvényünknek.

Tipográfia: akinek van ideje és érzéke, az nyugodtan játsszék a betűtípusokkal a kiemelésekhez. Arra azonban figyelni kell, hogy a tartalom és a forma egysége ne boruljon föl, a komoly eseménynél nem engedhető meg a játékos betűtípus.

Kiemelések: a négy alapinformációt (ki, mit mikor, hol?) feltétlenül érdemes kiemelni betűtípussal és/vagy „fetteléssel”.

Kinek címezzük, kinek küldjük?

Ha van személyes kapcsolat, akkor neki; ha nincs, akkor vezetőnek és szerkesztőnek is, lehetőleg névre szólóan; a szerkesztőségekbe naponta több tucat meghívó érkezik!

Célszerű ismeretlen terepen előre tájékozódni, főlhívni a szerkesztőséget és valakivel megbeszélni a meghívó címzettjét.

#### *Kell-e cím?*

Hasznos és jobb egy *frappáns, blickfangos cím*, mint az, hogy *Meghívó* (nyilván nem elküldő).

A hírszerkesztés alapelveinek megfelelően a *ki, mit, mikor, hol?* kérdésekre kapjon választ az olvasó.

Ezek sorrendjén lehet vitatkozni, de talán a legredundánsabb maga a cím: *Meghívó*. Véleményem szerint ez nyugodtan elhagyható, helyette a téma leírásából szerkesztett figyelemfelkeltő kiemelés töltheti be jól a cím szerepét. Ezt követhetik jó kiemelésekkel az alapinformációk: ki, mit, mikor, hol?

#### *Mi tartalmazzon a meghívó?*

A bőbeszédű, hosszú, locsogó meg-

hívó az ügy halála. Az újságírók hajlamosak rápillantva kidobni az ilyet. Tehát rövid, tömör és jól strukturált legyen, megfelelő kiemelésekkel.

A szöveg: nem kell „zene”, bevezető szöveg, tárgyalás stb. nem olvassák el.

Ha a cím, a szereplők, a téma nem elég informatív, sok az ismeretlen körülmény, csak akkor van szükség egy-két rövid, magyarázó mondatra.

Stílus: Az egymondatos meghívókba jól belebonyolódhatunk.

A szakaszos jobb: Téma: Időpont: Helyszín

Egyeztetés a dátumban: december 14-én (szerdán), 14.00 órakor v. 14.30-kor

Megnevezés: „xy vezérigazgató úr sajtótájékoztatót tart”

A külsők nem részei a hierarchiának, ezért a nekik írt tájékoztatóban nem kell urazni.

A közlekedés: A nem megszokott, nehezen megközelíthető helyszín elérésének leírása fontos (térkép, tömegközlekedés, parkolás).

#### *Megerősítés*

A meghívó elküldése után néhány nappal feltétlenül rá kell kérdezni, megkapta-e, számíthatunk-e rá? Ez a kapcsolat gondozásának is jó alkalma.

A helyszín: jól megközelíthető, jó közlekedés.

Különleges helyszín: étterem, hajó, autóbusz, vonat, terepen, színházban, közel a termeléshez (zaj).

Az érkezők fogadása: kellemes, udvarias hostess vagy host, jó kiállású kolléga/nő; hangos köszöntéssel, mosolyogva, hogy otthon érezze magát az érkező, irányítsa, hogy *ne kelljen keresgélnie*.

Jelenléti ív, esetleg névjegy.

A jelenléti ívre ne a beosztást kelljen beírni, hanem a médiumot és a kapcsolat adatait.

#### *A sajtótájékoztató tere, dinamikája*

A berendezés, elhelyezkedés: Témafüggő.

Amennyiben hivatalos, közlő jellege van a rendezvénynek, akkor a formális jelleget hangsúlyozhatjuk a térközsabályozással:

– „elnöki” asztal, emelvény, a székek párhuzamos sorokban, szögletes rendben, az előadó állva beszél.

Ha partnerségre törekvő, megnyerésre, segítségre apelláló a rendezvény, akkor a kötetlenséget kell hangsúlyozni a térközsabályozással:

– asztal nélkül, a székek félkörben elhelyezve, rendszertelenül, az előadó ülve tájékoztat.

A megnyitás: ha a rendezők egyszerre bevonulva jelennek meg, az pontosságot, hivatalosságot jelent, ha várakozva, ténferegve egyenként szédelegnek oda, az a hallgatóság lebecsülését üzeni.

Koreográfia: a levezető moderátor a hatalom jelképe. Növeli a távolságot, de szervezi a rendezvényt. Ha a főszereplő gyakorlott tájékoztató, jó kommunikátor, akkor érdemes a lebonyolítást átengedni neki. Egyébként a jó moderátor általában segíti a rendezvényt (kérdéseknél).

Hasznos, ha az asztalon vannak *névtáblák, funkciókkal*.

#### *A szereplők:*

Fontos a számuk: *csopordinamikailag meghatározhatja a tájékoztató sikerét (és főképpen kudarcát)*. A túlzott szereplési vágy leszerelése a PR-os nagyon kényes és veszélyes feladata.

*A kétszereplős a legjobb:* feladatmegosztás, ellenpont (az érdeklődés fenntartása; más téma, más-más karakter, férfi-nő, idősebb-fiatalabb).

Fontos, hogy lehetőleg ne legyenek riválisok a szereplők.

Minél több a szereplő, annál jobban elnyúlik, nehéz az érdeklődést fenntartani, szétesik, ellentmondások adódnak, miről ki beszéljen, átfedések, egymás szavába vágnak, vitatkoznak, rivalizálnak stb. A tájékoztató üzenete pedig elsikkad.

*A felkészültség egyensúlya:* fontos, hogy a szereplők felkészültsége azonos szintű legyen. A részletkérdésekben pedig adják át a szót egymásnak, a célszerű munkamegosztás szerint.

*A külső megjelenés* ne legyen diszsonáns, ne legyen félreérthető jelentése (az egyik elegánsan, a másik lazán). Az öltözet egyértelmű legyen (egyenruha).

*A tájékoztató:* rövid, tömör, lényegre törő legyen.

*Szemléltetés:* csínján kell bánni vele; ismétlés, felolvasás nem jó; illusztratív legyen, jól látható, technikailag tökéletes, mert ellenkező hatást vált ki, ront.

*Háttéranyag:* elegendő példányban az érkezőkor kell kiosztani.

Adatok, tények rövid, tömör, de ne legyen betűre ugyanaz, mint ami elhangzik.

Lehet CD, lemez.

*Kérdésekre* időt hagyni, jó, ha név és médium szerint szólítjuk a kollégákat. Ezzel mintát adunk a bemutatkozásra.

*Befejezés:* nem szabad a kérdésre kínosan várni, ha nincs, köszönjük, lehetőség egyéni interjúkra.

**Zétényi Zoltán**

OEE Közönségkapcsolatok szakosztály