

## KOMMUNIKÁCIÓS KÉSZSÉGEK FEJLESZTÉSE

Deliverable D.T2.1.5

(WP 2, Activity A.T2.1)



LIGHT VERSION, HU





## ARTISTIC

### I. CÉLOK

A segédlet fő célja, hogy a helyi kulturális szereplőket és egyéb érintetteket olyan sokoldalú és átfogó szolgáltatással lássa el, amely lehetővé teszi a szellemi kulturális örökségi környezettel és a befektetőkkel folytatott kommunikáció során szükséges készségek elsajátítását, ezzel hozzájárulva a kommunikáció szerepének tudatosításához. Manapság jelentős szerepe van az optimális üzleti döntések meghozatalához szükséges adatokhoz és információkhoz való hozzáférésben is, amely a szellemi kulturális örökségi (SZKÖ) projektek fenntarthatóságának egyik alapja, azzal együtt, hogy a szigorú előírások, az információs rendelkezések betartása különösen fontos.

Az eszköz célja a helyi szellemi kulturális örökséghez kapcsolódó szereplők kommunikációs készségeinek javítása és fejlesztése, hogy segítse őket tevékenységük hiteles imázsának kidolgozásában. A kezdeményezések pozitív arculatának kialakítása rendkívül fontos a potenciális befektetők tekintetében, továbbá a helyi / regionális / nemzeti érdekelt felek szemszögéből is, akik a szellemi kulturális örökséggel kapcsolatos ötleteket és/vagy projekteket bármilyen más módon támogatni tudják a finanszírozás és megvalósítás érdekében.

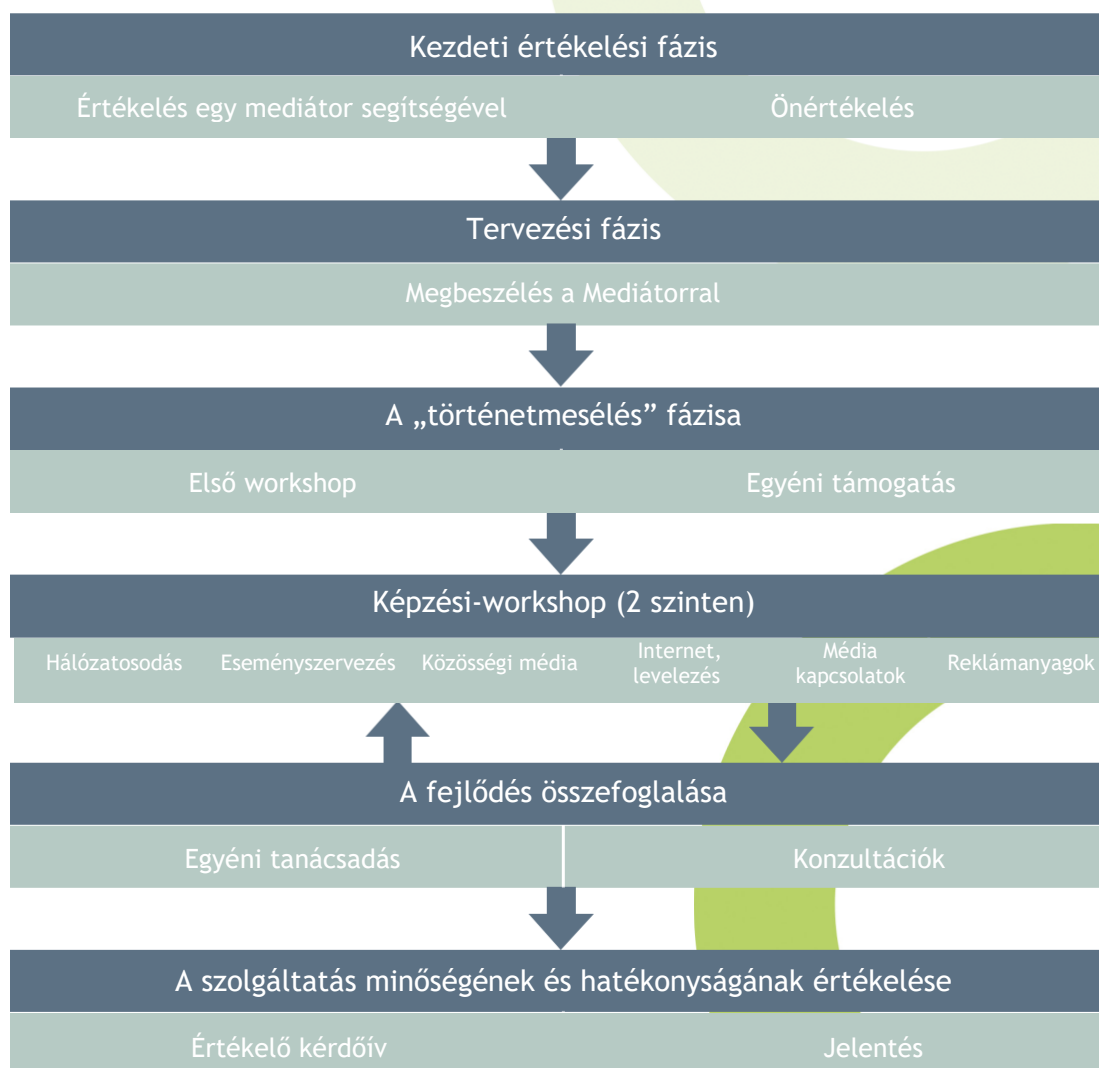
A segédlet elsősorban a Mediátorok és a SZKÖ pontok (az ötletgazdákat támogató szervezetek) munkájának támogatására szolgál, mellyel lehetővé válik számukra, hogy a hozzájuk forduló kulturális szereplők számára egyénre szabott megközelítést alkalmazzanak a szolgáltatásnyújtás bármely szakaszában. A szellemi kulturális örökség sajátosságai meghatározzák az alkalmazott kommunikáció formáját, beleértve hagyományos és modern (elektronikus) eszközöket is. A szolgáltatás módszertana lehetővé teszi a szereplőknek, hogy növeljék tudatosságukat, tudásukat és javítsák készségeiket a hatékony szellemi kulturális örökség projektek és ötletek kommunikációja terén.

A szolgáltatás alapvető logikája, hogy az adott célcsoport a szükséges kommunikációs készségeket egy hat szintű támogatási rendszer keretében szerezzék meg / fejlessze a szolgáltatás szintjétől függően, az alábbi elemekből felépítve: önértékelés, workshopok, tanácsadói / konzultációs támogatási szolgáltatások a Mediátor felügyelete mellett (ideértve a szolgáltatás minőségének és a szellemi kulturális örökség szereplők elégedettségének értékelését is), a szellemi kulturális örökség szereplők tudásának és készségeinek értékelése a szolgáltatás igénybevétele után, valamint a szolgáltatás megfelelőségének vizsgálata a szellemi kulturális örökséghez kapcsolódó igények fényében.



## II. A SZOLGÁLTATÁS MUNKAMENETE

Az eszköz fő célja, hogy a helyi szereplőknek és egyéb szervezeteknek átfogó és mindenre kiterjedő szolgáltatást nyújtson, lehetővé téve a szellemi kulturális örökség „környezetével” és a befektetőkkel folytatott kommunikációhoz szükséges készségek elsajátítását. Ennek eredményeként felismerik a kommunikáció szerepét és fontosságát, hatékonyabban jutnak hozzá az optimális üzleti döntések meghozatalához szükséges adatokhoz és információkhoz, s ezzel biztosítják a szellemi kulturális örökség projektek fenntarthatóságát, miközben betartják a szolgáltatott információkhoz kapcsolódó titoktartási és egyéb adatvédelmi előírásokat.





## 1. KEZDETI ÉRTÉKELÉSI FÁZIS

A kezdeti értékelési szakasz célja, hogy meghatározza, hogy a szellemi kulturális örökséghez kapcsolódó alkotónak a kommunikációs készségei és kompetenciái milyen szinten vannak. Az eljárás lehetővé teszi, hogy ezt a részt önértékelési formában vagy Mediátor segítségével végezzék el. Függetlenül attól, hogy az ügyfél önmaga végzi el, vagy az együttműködésről dönt, ez a szakasz a diagnosztikai lap kitöltéséből áll, ami elektronikus (Excel-táblázat) és nyomtatott formában is elérhető.

## 2. TERVEZÉSI FÁZIS

A tervezési szakasz célja, hogy segítse az ügyfelet a cselekvési terv összeállításában, az ügyfél által a diagnosztikai adatlapban megjelölt igények, és a Mediátorral folytatott egyéni találkozók eredményeként kapott adatok alapján (a kiegészítő egyéni konzultációk szabadon választhatók). A válaszokat rögzíteni kell az erre a célra kialakított adatlapon, amely elősegíti a szolgáltatás folytatásának az ügyfél igényeihez való igazítását.

A következő lépés az ügyfél céljait listába szedni az adatlap segítségével. Az egyeztetett célokat be kell írni a megfelelő rubrikába, meghatározni azok elérésének kívánt dátumát és a referenciaértéket. Az „Érték” oszlopnak üresnek kell lennie, kitöltésére az összefoglaló szakaszban kerül sor.



### 3. „TÖRTÉNETMESÉLÉSI” (STORYTELLING) FÁZIS

A folyamat ezen részében minden helyi szereplő (ügyfél) megismeri kreatív munkájáról szóló narratívák létrehozásának szabályait. A storytelling workshop/műhely tervezett, ajánlott időtartama legalább 5 óra (1 nap) és legfeljebb 12 óra (2 nap) - a műhely résztvevőinek számának, tudásuk, készségeiknek és igényeiknek függvényében. A műhely során az ügyfél megtanulja, hogyan írhat történeteket alkotómunkájáról, ezzel alapot teremtve érdekes tartalmak létrehozásához a közösségi médiában, nyilvános megjelenésekhez, személyes találkozókhöz, továbbá egyéb audiovizuális anyagok készítéséhez. A műhely résztvevője megtanulja:

- milyen hatással van az adott történet a hallgatóra,
- miért érdemes a történetmesélés eszközével élni az üzleti életben,
- mik a történet felépítésének alapvető elemei és hogyan lehet ezeket használni,
- milyen történetmesélési típusok vannak,
- hogyan lehet kritikusan kezelni a létrehozott történetet, és hogyan lehet azt továbbfejleszteni.

A Mediátor vagy a műhelyvezető szerepe az, hogy ösztönözze a résztvevőket egy narratívum kialakítására, azaz minden résztvevő legalább egy tevékenységéhez kapcsolódó történetet elkészítsen. Különös figyelmet kell fordítani a kritikai (de építő jellegű) megjegyzések bemutatására. A műhelynek meg kell győzni a résztvevőt arról, hogy a saját történetének megfelelő elkészítése képezi a környezetével folytatott kommunikáció alapját. Ezeknek a tartalmaknak nem kell feltétlenül tökéletesnek lenniük, de számít a keletkező tartalom érzelmi kifejezése és hitelessége, amely erősebb hatást gyakorolhat az üzenet címzettjére.

A műhely anyagai számos hivatkozást tartalmaznak az interneten található referencia videófájlokhoz. Legtöbbjük kizárólag olyan képi anyagokon alapul, amelyek további információ és magyarázatok nélkül is képesek hatni a nézők érzelmeire. Ahol van szöveg, ott legtöbb esetben angol nyelvű vagy angol feliratos anyag érhető el. Javasoljuk, hogy keressen a workshop nyelvének megfelelő hasonló tartalmú videóanyagokat, hogy a nyelvi akadályok ne korlátozzák a tartalom megfelelő megértését, illetve, hogy a bemutatott anyagokat vitassák meg a workshop folyamán. Ez a feladat megköveteli, hogy a Mediátor vagy a műhelyvezető személy „érzékeny” legyen, és megfelelően képes legyen meghatározni a bemutatott anyag hatását a nézőre.



## 4. KÉPZÉSI WORKSHOP FÁZIS

Ez a szakasz hat workshopból áll, amelyek mindegyike alap- és kibővített részre oszlik (két szintű előrehaladás). Azok a résztvevők, akik az alpműhelyt már elvégezték és áttekintést kaptak a Mediátortól, valamint szeretnék tovább bővíteni képességeiket ugyanazon tárgyban, kihasználhatják a kibővített szintű műhelyek előnyeit.



### 4.1. HÁLÓZATOSODÁS



A hálózati workshop résztvevője megtanulja, hogyan kell tudatosan létrehozni az üzleti kapcsolatok hálózatát. A résztvevő megtanulja:

- mik a hálózatépítés előnyei,
- a címzettek különböző csoportjainak működési elvei,
- a kapcsolatépítés módszerei.

A kibővített részben a műhely résztvevői megismerkednek a közösségi finanszírozással kapcsolatos ötletekkel és alapelvekkel.

[E tematikus műhely számára információs és oktatási anyagok lettek kidolgozva.](#)



## 4.2.ESEMÉNYEK SZERVEZÉSE



A műhelyfoglalkozás célja, hogy felkészítse a résztvevőket - mindenekelőtt kulturális jellegű -események és rendezvények független szervezésére. A workshop után a résztvevő képes lesz elkészíteni a szükséges dokumentumokat és megtervezni az esemény megrendezéséhez szükséges tevékenységeket. Az alap részben az esemény előkészítéséhez kapcsolódó kötelező jellegű feladatokat tárgyaljuk, azaz a koncepciót, a költségvetést és az ütemtervet. Ismertetjük a rendezvényhez szükséges partnerek és szponzorok bevonásának különböző módszereit, ezenkívül megvitatjuk a vonatkozó rendeleteket és a szükséges nyilvántartásokkal kapcsolatos kérdéseket. Áttekintjük a hatékony rendezvény lebonyolításához szükséges tervezés alapjait (mint például a térbeli elosztás).

A kibővített rész az esemény szervezésével kapcsolatos azon elemek leírását tartalmazza, amelyeket figyelembe kell venni és végre kell hajtani az esemény megszervezése érdekében, ugyanakkor ezek hiánya nem jelenti az esemény veszélyeztetését. Ez a verzió megvitatja a médiatámogatás megszerzésének, a telefonos ügyfélszolgálatoknak, a meghívóknak és a levelezéseknek, a jelentések és a lehetséges referenciák beszerzésének kérdéseit. Az anyagok kibővített változata áttekintést nyújt az interneten zajló események szervezéséről, ideértve az élő közvetítések létrehozását a Facebook és a YouTube közösségi oldalakon. Az utóbbi esetben lépésről lépésre leírtuk a technikai előkészítés módját és a megfelelő beállítások elvégzését az átvitel sikeres előkészítése érdekében.

[E tematikus műhely számára információs és oktatási anyagok lettek kidolgozva.](#)



## 4.3. KÖZÖSSÉGI MÉDIA



A „Közösségi média” műhely elsősorban a Facebookra összpontosít, de más hasonló portálokat is megvitát, például az Instagram, a LinkedIn és a Twitter. A műhely résztvevői ismereteket szereznek a fiókok létrehozásáról és a profilok kezeléséről ezen platformokon. Ezenkívül, amikor a Facebookról beszélünk, bemutatjuk a Messenger alkalmazás megfelelő konfigurációját is.

A kibővített rész a Facebook statisztikai elemzésével kapcsolatos kérdéseket ismerteti - a résztvevők megtanulják felmérni a felhasználók elérését, részvételét és reakcióit a közzétett bejegyzések kapcsán. Ezenkívül, a workshopon ismertetik a Facebook fizetett promóciós eszközét, amely hatékonyan képes támogatni a platformon jelenlévő szereplők szakmai profiljának marketing és kommunikációs tevékenységeit. A bemutatott ismeretek elősegítik a kommunikációs csatornák, például a közösségi média tudatos használatát és azok leghatékonyabb felhasználását.

[E tematikus műhely számára információs és oktatási anyagok lettek kidolgozva.](#)





## 4.4. INTERNET, LEVELEZÉS, HONLAPOK SZERKESZTÉSE



Az „Internet, levelezés, weboldalak kezelése” műhely felkészíti a résztvevőket az internet forrásainak hatékony felhasználására a szellemi kulturális örökséggel kapcsolatos tevékenységeik során. Az alap workshopon a webhely létrehozásának módjairól, valamint arról van szó, hogy például a szerver miben különbözik a tárhelytől. Bemutatjuk a jól szerkesztett marketing e-mailek és hírlevelek elemeit és jellemzőit is. A műhely gyakorlati tanácsokat tartalmaz az internetes tartalom létrehozásával kapcsolatban, míg az összefoglaló bemutatja, hogyan lehet növelni az egy weboldalra tett látogatások számát.

A kibővített rész a résztvevőket felkészíti a CMS-sel (Tartalom Menedzsment Rendszer) kapcsolatos kérdésekre, amelynek köszönhetően könnyen kezelheti webhelyét. A műhely során fontos szerepet játszik a hatékony pozicionálást meghatározó szabályok vizsgálata. Az egészet további tanácsok egészítik ki, amelyeknek köszönhetően a műhely résztvevői megismerkedhetnek többek között a fotójelentések és az infografikák készítésének szabályaival is.

[E tematikus műhely számára információs és oktatási anyagok lettek kidolgozva.](#)



## 4.5. MÉDIA KAPCSOLATOK



A „Médiakapcsolatok” műhelytalálkozó célja, hogy felkészítse a résztvevőket arra, hogy képesek legyenek önállóan előkészíteni a kapcsolattartást a médiával. Bemutatja a szövegek megfelelő, könnyen befogadható formázásának alapelveit. Megvitatásra kerülnek a különböző újságírói műfajok, például a sajtóközlemény és az interjú, valamint az anyagunkat megfelelően szemléltető fénykép kiválasztásával kapcsolatos kérdések is. A workshop elmagyarázza, hogyan lehet újságírói adatbázist létrehozni, és hogyan tudjuk hatékonyan terjeszteni az információkat. Ennek a tudásnak ismeretében a műhely résztvevői előkészíthetik és terjeszthetik sajtóanyagaikat, amelyek nagyobb eséllyel jelenhetnek meg a médiában.

A kibővített rész olyan kérdésekre terjed ki, amelyek nem kapcsolódnak közvetlenül a tartalom létrehozásához, de ettől függetlenül fontos tevékenységeknek tekinthetők a médiakapcsolatok területén. Megmutatják, hogyan lehet hosszú távú és gyümölcsöző kapcsolatot kialakítani a szerkesztőségekkel, valamint bemutatják a médiafigyelés alapelveit. Végezetül, elmagyarázzuk a hatékony válságkommunikáció alapelveit, amelyek hasznosak lesznek a médiakapcsolatok nehezebb pillanataiban. Ebben a részben a műhely résztvevői olyan készségeket szereznek, amelyek lehetővé teszik a saját, és az általuk képviselt entitások arculatának felépítését és gondozását.

[E tematikus műhely számára információs és oktatási anyagok lettek kidolgozva.](#)



## 4.6. REKLÁMANYAGOK



A „Reklámanyagok” műhely felkészíti a résztvevőket a promóciós anyagok előkészítésére. Az alap rész az alapvető formákat és azok alkalmazását tárgyalja: névjegykártyák, szórólapok, plakátok, hirdetőtáblák és egyéb promóciós eszközök. A jól megtervezett logó elemeit és tulajdonságait szintén bemutatjuk. Ezenkívül megvitatják az interneten található grafikák használatával kapcsolatos kérdéseket: hol lehet azokat jogszerűen beszerezni, hogyan néz ki a szerzői jog kérdése, mi is az a Creative Commons licence.

A kibővített rész felkészíti a résztvevőket arra, hogyan működjenek együtt egy számítógépes grafikai tervezővel a különböző anyagok tervezése területén. Megvitatjuk a számítógépes grafikával kapcsolatos alapvető technikai kérdéseket: raszter- és vektorgrafika, különböző grafikus fájlrendszerekre, fájltypusok. Elmagyarázzuk a színek kompozíció alapelveit és azok fontosságát, valamint a serif és a sans-serif betűtypusok közötti különbséget. Ennek eredményeként a workshopok résztvevői felkészültek lesznek gyümölcsöző és harmonikus együttműködésre a számítógépes grafikai tervezőkkel, aki elkészíti a megrendelt promóciós anyagaikat.

[E tematikus műhely számára információs és oktatási anyagok lettek kidolgozva.](#)



## ARTISTIC

## 5. A FOLYAMAT ÖSSZEFOGLALÁSA

A műhelyhez kapcsolódó rész elvégzése után összefoglalják a műhely résztvevőjének előrehaladását. Ebből a célból hasznos lesz egy cél listát létrehozni a szolgáltatáson belüli támogatási út megkezdése előtt. Annak érdekében, hogy az egész helyesen történjen, az „Érték” oszlopot kell kitölteni a végrehajtott tevékenységek tényleges állapotának megfelelően. Ezután lehet elemezni a szolgáltatást igénybe vevő helyi szereplők által elért eredményeket, meghatározva azokat a tevékenységeket, amelyek teljesítése a legkevésbé okozott gondot, és amelyek a legtöbb problémát jelentették, és el kell gondolkodni arról, hogy mi javítható azokon a pontokon, amelyeknek szükségük van fejlesztésre.

## 6. A SZOLGÁLTATÁS MINŐSÉGE

### 6.1.ÉRTÉKELŐ KÉRDŐÍV

Az értékelő kérdőív fontos lépés a szolgáltatás ügyfél általi értékelésében. A felmérés kérdései a szolgáltatás teljes menetének értékelésére, valamint az egyes workshopok részletes értékelésére vonatkoznak, amelyekben a résztvevők részt vettek. Átlagos skálákon alapulnak, amelyek lehetővé teszik az indikátorok ötpontos skálán történő értékelését. Az egészet egy tudáspróba egészíti ki, amelynek célja a tudás tesztelése, amelyet a szolgáltatáson belüli bármilyen támogatási forma résztvevői megszereztek.

### 6.2.JELENTÉS

Minden egyes résztvevő jelentéssel kapcsolatos anyagai a következő kitöltött dokumentumokat tartalmazzák: diagnosztikai lap, szükséglet munkalap, a célok munkalapja és az értékelési kérdőív.

### FÜGGELÉK

- Mediátor kézikönyv
- Diagnosztikai munkalap- excel file
- Értékelési kérdőív
- Történetmesélés - workshop anyagok
- Networking - workshop anyagok
- Események szervezése - workshop anyagok
- Közösségi média - workshop anyagok
- Internet, levelezés, honlap üzemeltetés - workshop anyagok
- Média kapcsolatok - workshop anyagok
- Reklámanyagok - workshop anyagok



## KAPCSOLATTARTÓ

PP09: RZESZOW REGIONAL DEVELOPMENT  
AGENCY

Beata Hulinka

[bhulinka@rarr.rzeszow.pl](mailto:bhulinka@rarr.rzeszow.pl)

Małgorzata Kilian

[mkilian@rarr.rzeszow.pl](mailto:mkilian@rarr.rzeszow.pl)

 [www.facebook.com/projectARTISTIC](https://www.facebook.com/projectARTISTIC)

 [www.linkedin.com/in/artistic-project](https://www.linkedin.com/in/artistic-project)

 [@ARTISTIC\\_CE](https://twitter.com/ARTISTIC_CE)

 [@projectartistic](https://www.instagram.com/projectartistic)