



Co-funded by
the European Union

SCALE  PCYCLING

HOGYAN VONJUK BE A KÖZÖSSÉGET?

PR3: Upcycling fókuszú
képzési modulokkal
támogatott közösségépítés

Készítette:

Defoin

Projektazonosító:
2021-2-CY02-KA220-
YOU-000050282



TARTALOMJEGYZÉK

Fogalomtár	2
Bevezetés	3
Kommunikáció	4
A fiatalok mint főszereplők	7
Marketing tippek	11
Következtetések	12
Hivatkozások	13

A "ScaleUPcycling - Ifjúsági kompetenciafejlesztés az újrahasználat és az upcycling területén" című projekt az Európai Unió társfinanszírozásával valósul meg. A kifejtett nézetek és vélemények azonban kizárólag a szerzők sajátjai, és nem feltétlenül tükrözik az Európai Unió vagy az EACEA véleményét. Ezekért sem az Európai Unió, sem a támogatást nyújtó hatóság nem tehető felelőssé.

FOGALOMTÁR

Közönség	Emberek egy helyen összegyűlt csoportja, akik egy színdarabot, filmet, beszédet stb. néznek vagy hallgatnak.
Kommunikáció	Folyamat, amelynek lényege az információcsere egy küldő és egy fogadó között egy bizonyos üzenet továbbítása vagy fogadása érdekében.
Kommunikációs stratégia	Egy cél optimális elérését szolgáló, felmenő rendszerben hozott döntések rendszere, amelynek végrehajtása folyamatos.
Információ	Tények egy helyzetről, személyről, eseményről stb.
Üzenet	A feladó által egy adott kommunikációs csatornán vagy médián keresztül a címzettnek küldött információ vagy szóbeli közlés.

BEVEZETÉS

Üdvözlünk a ScaleUpcycling projekt tréningjének hatodik moduljában.



Napjaink gyorsan fejlődő világában a hatékony kommunikáció a siker sarokköve a magánéletben és a szakmában egyaránt. Legyen valaki tapasztalt szakember, vagy fiatal, feltörekvő egyén, aki fejleszteni szeretné kommunikációs készségeit.

Ezt a modult úgy terveztük, hogy felvértezzon téged azokkal az eszközökkel és ismeretekkel, amelyek szükségesek ahhoz, hogy kiemelkedő teljesítményt nyújts az üzeneteid, ötleteid és szándékaid világos és hatásos közvetítésének művészetében. Ezek az ismeretek nagyon fontosak a következő modulhoz, amelyben egy rendezvény megszervezésének és terjesztésének módjával ismerkedünk majd meg.

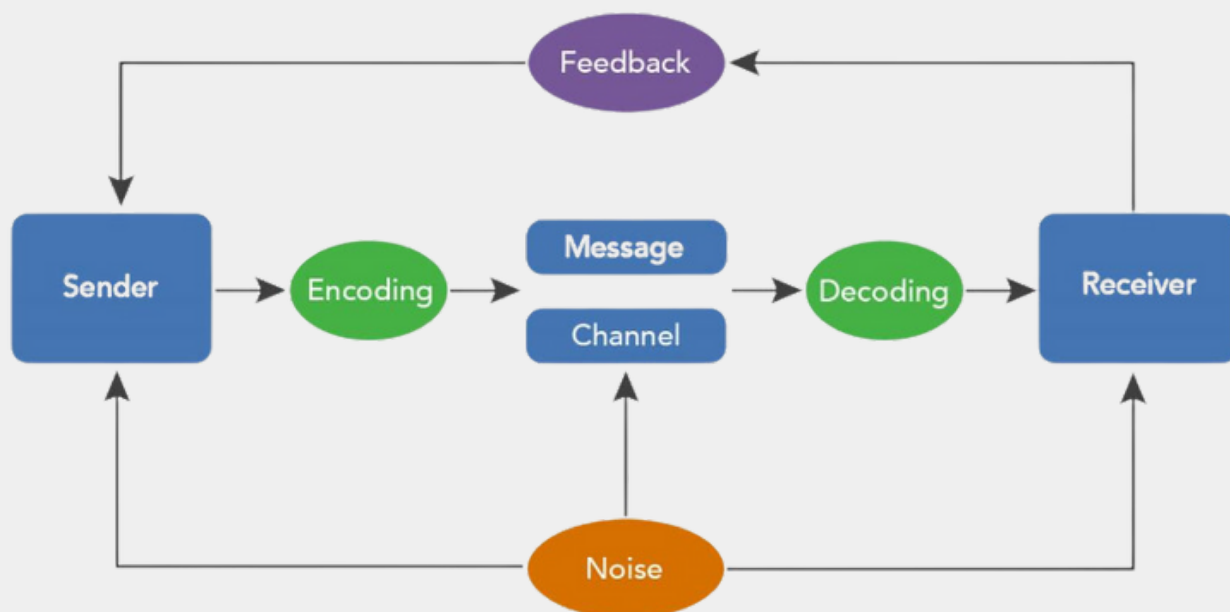
Kezdjük!

1. KOMMUNIKÁCIÓ

A kommunikációelmélet szerint a kommunikáció olyan folyamat, amely a kibocsátó és a fogadó közötti információcseréből áll egy bizonyos üzenet továbbítása vagy fogadása érdekében.

"A kommunikáció fontossága az emberekben rejlik, akik különböző típusú információkat cserélnek egymás között, így a kommunikáció egy lényeges tevékenység a társadalom életében, és a nyelv nélkülözhetetlen" (Lesmes et al., 2020, 148. o.).

Egyes kommunikációkutatók, mint Lesmes, Jakobson és mások, azt állítják, hogy folyamatosan kommunikálunk, akár szándékosan, akár akaratlanul. Az emberi kommunikáció területe magában foglalja a beszélt és írott nyelvet, a nonverbális jeleket, a hangokat, sőt az idő, a csend és a tárgyak üzenetközvetítésre való használatát is.



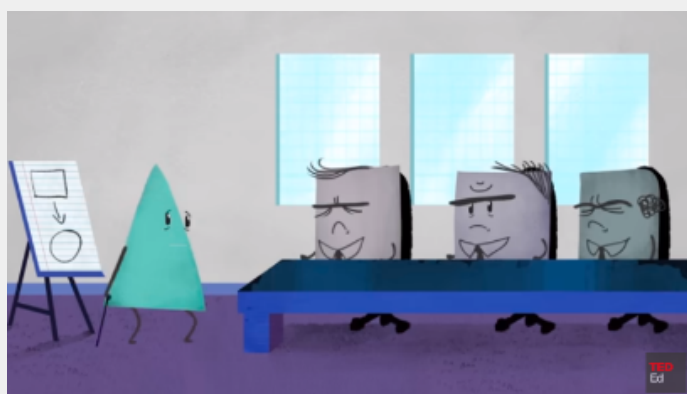
1. kép: A kommunikáció folyamata

Forrás: Jakobson, R. (1963). Essais de linguistique générale.

Ennek a folyamatnak lényeges eleme az aktív hallgatás, amely túlmutat a pusztán halláson. Az aktív hallgatás erőfeszítést, összpontosítást és megértést igényel. Ez nem feltétlenül jelenti azt, hogy egyetért a küldött üzenettel. A valódi hallgatáshoz nemcsak az elhangzott szavakra kell figyelni, hanem a beszélő hangszínére, arckifejezésére, testtartására és érzelmeire is.

A kommunikáció különböző kontextusokban és különböző csatornákon keresztül történik, és ezek a tényezők befolyásolják, hogyan fogadjuk és értelmezzük az üzeneteket.

Kérjük, nézd meg az alábbi videót, amely arról szól, miért fordulnak elő olyan gyakran kommunikációs zavarok, és mit tehetünk annak érdekében, hogy kevésbé legyünk frusztráltak, és jobban kifejezzük magunkat:



Hatékony kommunikáció

Talán veled is előfordult már, hogy sokszor, amikor kommunikálsz, nem azt a választ kapod, amire számítottál. Ez azért történik, mert néha olyan akadályokba ütközünk, amelyek akadályozzák vagy eltorzítják azt, amit mondani szeretnénk.

Mivel azonban társas lények vagyunk, a hatékony kommunikáció alapvető fontosságú ahhoz, hogy képesek legyünk közösségekben élni és elérni céljainkat.

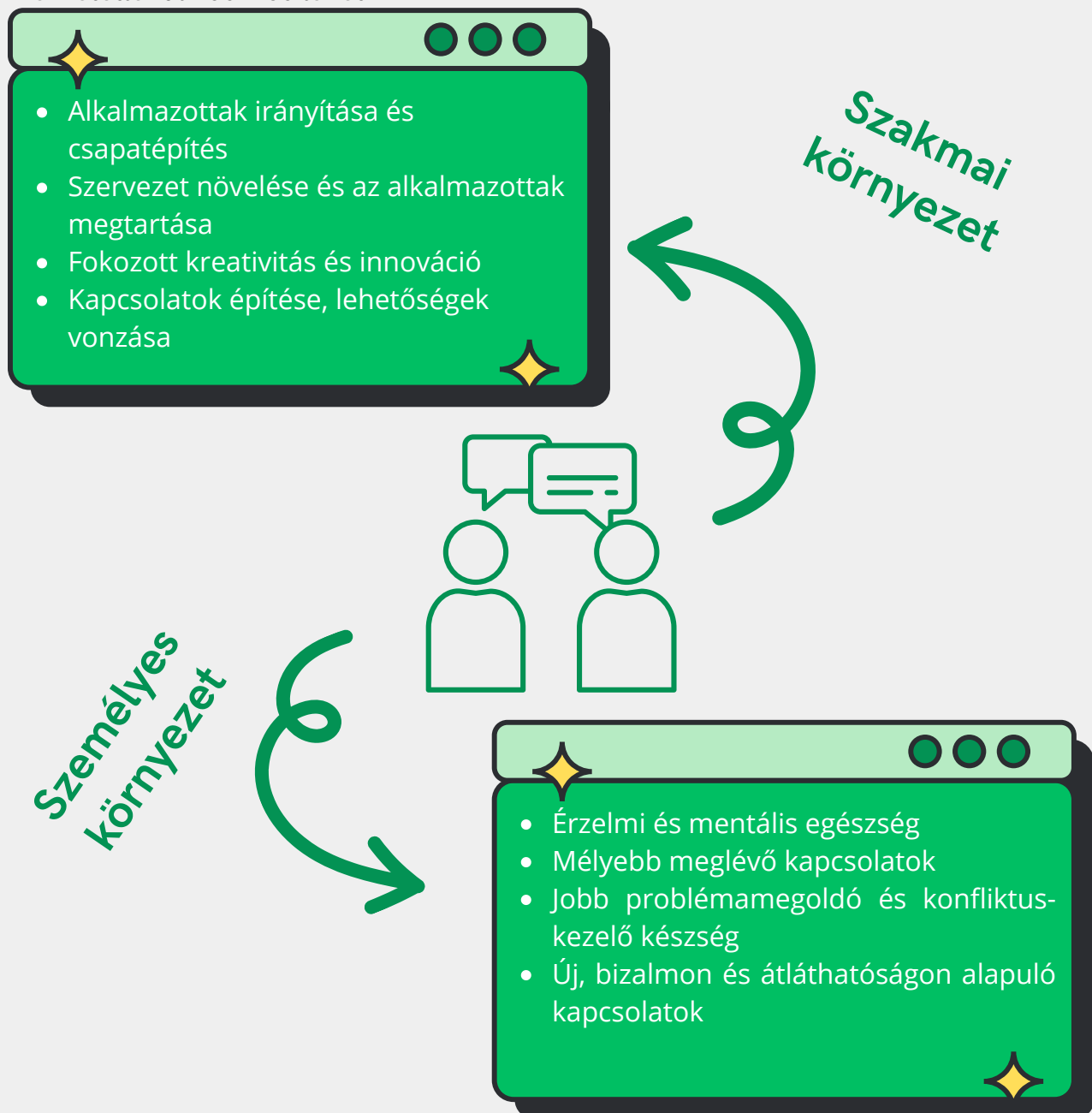
De mit értünk hatékony kommunikáció alatt? Manapság az eszmék, gondolatok, vélemények, ismeretek és adatok cseréjét értjük alatta, biztosítva, hogy az üzenetet világosan és célzottan közvetítsük és megértsük. A hatékony kommunikáció olyan folyamat, amelyben az üzenet a küldő és a fogadó között áramlik. Ha a kommunikáció sikeres, mind a feladó, mind a címzett elégedettséget tapasztal (Lesmes, 2020).

A kommunikáció sokféle módon nyilvánul meg, beleértve a verbális és nem verbális kifejezéseket, az írásbeli és vizuális jeleket, valamint az aktív hallgatást. Különböző helyzetekben zajlik, akár személyesen, akár online (fórumok, közösségi hálózatok és weboldalak), akár telefonon (alkalmazások, hívások és videók) vagy levélben.

A Forbes magazin (2018) cikke szerint ahhoz, hogy a kommunikáció hatékony legyen, hét alapvető tulajdonságnak kell megfelelnie, amelyeket gyakran a kommunikáció 7 C-jeként emlegetnek: világos, tömör, konkrét, korrekt, koherens, teljes, udvarias (Clear, Concise, Concrete, Correct, Coherent, Complete, Courteous).

A hatékony kommunikáció előnyei

A hatékony kommunikáció előnyei az élet különböző területein, például a munkahelyen, az oktatásban és a személyes kapcsolatokban is megmutatkoznak. Ha sikeresen fejleszted a kommunikáció művészetét, az mindezen területeken mérhetetlenül hasznos lehet.



Hogyan tud segíteni a hatékony kommunikáció. Saját szerkesztés
Forrás: <https://www.coursera.org/articles/communication-effectiveness>

2. A FIATALOK, MINT FŐSZEREPLŐK



Amint már említettük, ez a modul szorosan kapcsolódik a 4. modulhoz (A fiatalok mint nagykövetek) és a 7. modulhoz (Hogyan szervezzünk és népszerűsítsünk rendezvényeket?). A fiatalok ma a kommunikáció mozgatórugói és aktív szereplői. Folyamatosan ki vagyunk téve a különböző médiumoknak, mint például a televízió, a különböző online platformokon megjelenő reklámok és különösen a közösségi média.

A fiatalok sokkal jobban tudnak kommunikálni, mint korábban. A fiatalok egyik fő előnye, hogy képesek alkalmazkodni az új kontextusokhoz. Az új generációk olyan környezetbe születtek, ahol a technológia egyre inkább átvette az analóg és hagyományos módszerek helyét. Ezért van az, hogy te, mint fiatal, képes vagy alkalmazkodni a kommunikáció új formáihoz. Mégis, a kommunikációs készségeket trenírozni kell, és tisztában kell lennünk azzal, hogy a fiatalok hogyan játszhatnak vezető szerepet, különösen a környezetvédelmi kérdésekben.

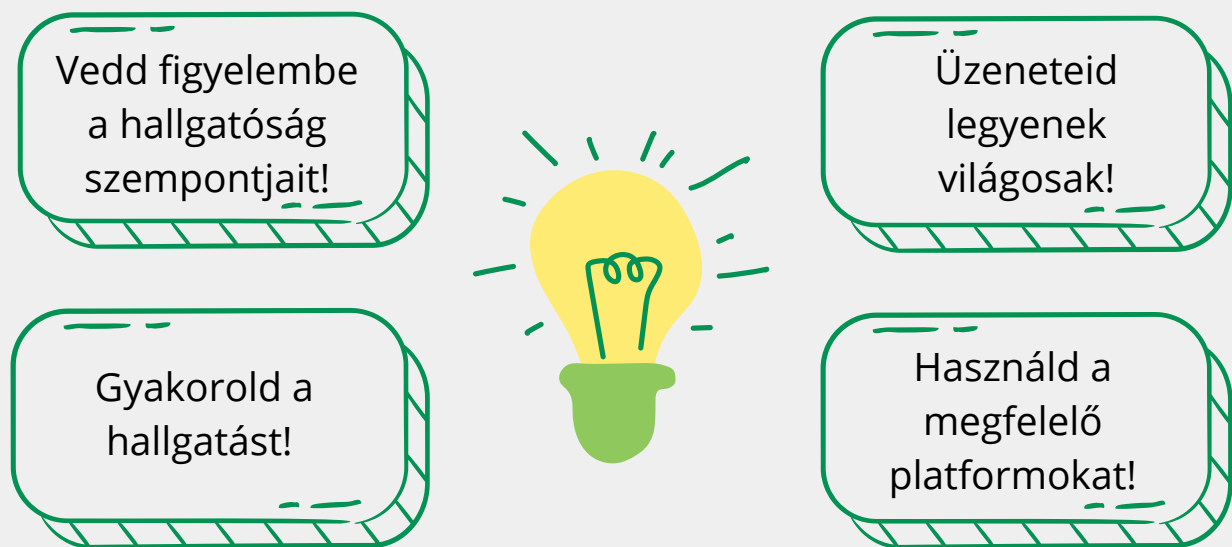
A fiatalok gyakran naprakészek a körülöttünk zajló eseményekkel kapcsolatban. Az innovatív kontextushoz igazított nyelvhasználat, a kreatív eszközök használata a vonzó tartalom létrehozásához, vagy az új alkalmazások használata az egyik oka annak, hogy a fiataloknak vezető szerepet kell vállalniuk a kommunikációban, az emberek elérésében, és abban, hogy képesek legyenek bevonni a közösséget a különböző részvételi és közösségfejlesztési folyamatokba.

Az alábbiakban olyan eszközöket kínálunk, amelyek segítenek Önnek irányítani mindazokat a kommunikációs készségeket, amelyekkel rendelkez, és amelyekkel valószínűleg nem vagy tisztában, vagy nem vagy képes felismerni és teljes mértékben kiaknázni őket, hogy csatornázni tudd őket, és a lehető legtöbbet hozd ki abból, amit tudsz.

Ez a modul nemcsak a kommunikációs készségeidet fejleszti, hanem egy rövid bevezetés a marketing működésébe is, arra az esetre, ha esetleg közösség-szervező szeretnél lenni.

Kommunikációs stratégiák

Mint minden más készség, a kommunikáció is fejleszthető gyakorlással. Van néhány lépés, amelyet érdemes követnünk annak érdekében, hogy jobban bevonjuk a közösséget.



2. kép: Gondolattérkép. Saját szerkesztés

Forrás; <https://www.coursera.org/articles/communication-effectiveness>

Vedd figyelembe a hallgatóság szempontjait!

A célközönség megértése és ismerete segít abban, hogy hatékonyan közvetítsd az üzenetedet. Az egyik fontos tényező, amit ezen a ponton szem előtt kell tartanunk, az az, hogy az alkotáshoz kapcsolódnunk kell. Ezért létfontosságú, hogy tudjuk, kit fogunk megszólítani, hogy tudjuk, hogyan kell az üzenetet aszerint létrehozni, hogy kivel akarunk foglalkozni. Annak a térnek a megértése, amelyben mozgunk, és a használt nyelvezetnek a megértése kulcsfontosságú ahhoz, hogy "beilleszkedjünk" a közösségbe.

Hogyan találod meg a célközönségedet 6 kérdésben:

1. Hány éves a célközönség?
2. Hol élnek a potenciális vevőid?
3. Milyen neműekhez szeretnél szólni?
4. Hogyan népszerűsíted a termékeidet a célközönségednek?
5. Milyen online platformokat használnak?
6. Milyen típusú tartalom működik a legjobban számukra?

Ha többet szeretnél megtudni, nézd meg az alábbi videót:



Gyakorold a hallgatást!

Az aktív hallgatás ritka gyakorlat a társadalomban, a minket érő folyamatos ingerek miatt ezt folyamatosan gyakorolnunk kell. Idetettünk neked egy videót, hogy többet tudj meg erről a gyakorlatról. Néhány technika, amit alkalmazhatsz: a testbeszéd megfigyelése, bátorító szóbeli jelzések adása, átgondolt kérdések feltevése és az ítélezésmentes hozzáállás gyakorlása.

Üzeneteid legyenek világosak!

A hatékony kommunikáció érdekében támaszkodj a kommunikáció 7 C-jére, amiről korábban már beszéltünk.

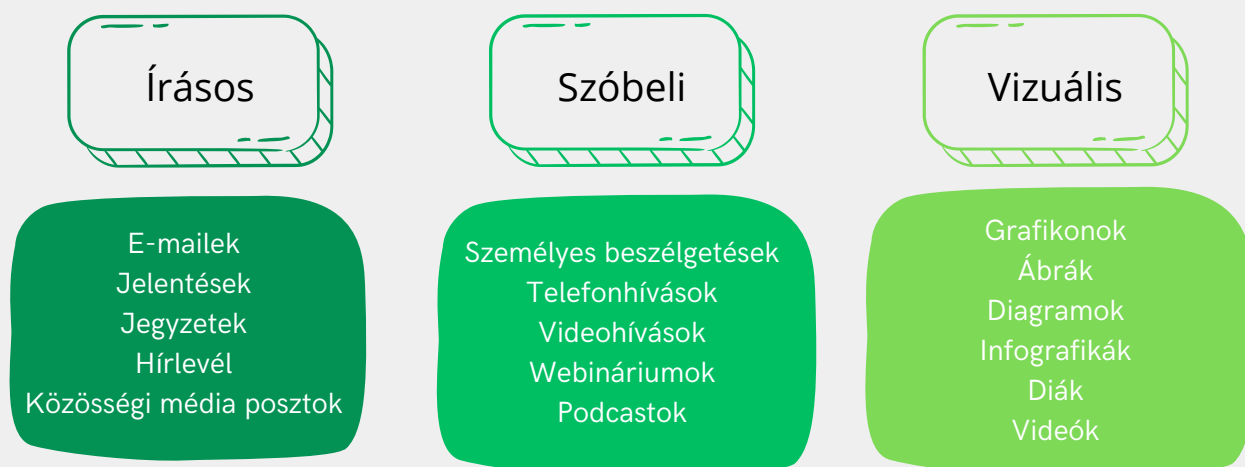
Használd a megfelelő platformokat!

A hatékony kommunikáció kulcsa a megfelelő platform (személyes, virtuális vagy egyéb) kiválasztása. Az alábbiakban részletesebben áttekintjük ezeket. Fontos továbbá, hogy értékeljük az egyes helyzetekben szükséges prioritási szintet és a kommunikáció típusát.

Kommunikációs csatornák

Mi az a kommunikációs csatorna?

A kommunikációs csatorna az üzenet továbbításának eszköze vagy módja. A következő típusait különböztetjük meg:



3. kép: Kommunikációs csatornák. Saját szerkesztés

Forrás: <https://www.linkedin.com/advice/3/how-do-you-choose-most-effective-communication>

Napjainkban a közösségi hálózatok és az online weboldalak egyre elterjedtebbek. Különböző csatornahálózatok léteznek, hogy a kommunikáció könnyebben folyjon (Rai, U & S.M. Rai, 2008, 49. o.). Egyesek talán nem is tekinthetők közösségi hálózatoknak, de attól még online kommunikációs csatornák. Költségek szempontjából a közösségi médiában az a legjobb, hogy az időn kívül semmibe sem kerül.

A megfelelő kommunikációs csatorna és technika kiválasztása létfontosságú, mert ezek befolyásolják, hogy a közönség hogyan fogadja az információt, hogyan kódolja azt, és hogyan reagál az üzenetre.

Ha olyan csatornát és technikát választasz, amely nem felel meg az üzenetnek, a célnak és a közönségnek, az valószínűleg zavart, félreértést vagy ellenállást vált ki a címzett vagy a közönség részéről.

Hogyan válaszd ki a leghatékonyabb kommunikációs csatornát?

A legjobb csatorna és kommunikációs technika kiválasztásának első lépése a célközönség meghatározása.

Közösségi hálók

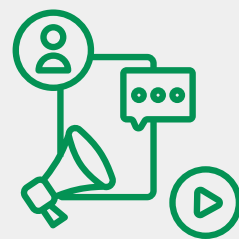
Napjainkban a közösségi hálók az információk, ötletek, projektek és vállalkozások terjesztésének egyik fő forrásává váltak. Ezért fontos, hogy a szervezet által vetített kép minden területen egyedi legyen, és hogy a digitális tevékenységek összhangban legyenek azzal a képpel, amelyet közvetíteni szeretnének (Camacho, M. 2017, 77. o.).

Számos olyan fiatal aktivista, influencer, vállalkozó és kommunikációs vezető van, aki a közösségi hálózatokon keresztül széles körben ismertté vált. Ilyen például:

Eva, a középiskola végzős diákja és kiváló szónok, nemrégiben a Future Business Leaders of America országos rangsorában a 11. helyen végzett a nyilvános beszédben. A "Venom" podcast házigazdája, ahol befolyásos nőkkel készít interjúkat, hogy inspirálja a fiatal nőket.



3. MARKETING TIPPEK



Napjainkban az internetnek köszönhetően az egyének az üzenetek cseréje és a tartalom hozzáadása révén a terjesztés erőteljes eszközévé váltak. Ez eltolódást jelent a hagyományos kommunikációs modellről a másoknak való reagálás és befolyásolás jelenlegi lehetősége felé (Bermejo, 2008 in González et al. 2019).

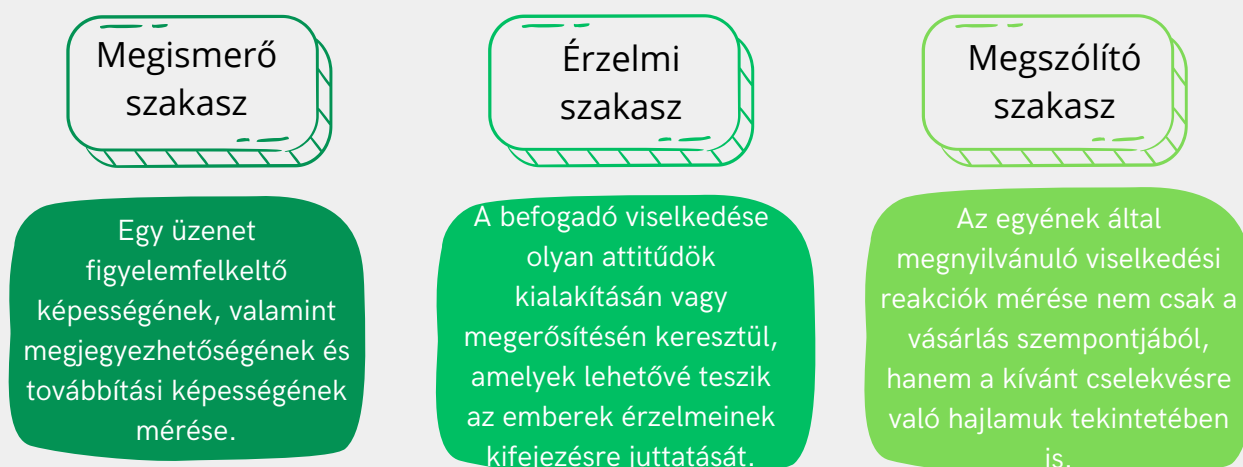
Kattints a képre a videó megtekintéséhez!



A hatékonyság meghatározása és a főbb mérési technikák

A Spanyol Reklámszövetség (AEA) szerint a hatékonyságot úgy lehet meghatározni, mint a reklám azon képességét, hogy betöltse a tervezett feladatát.

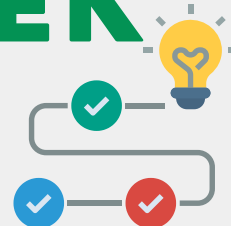
Megállapíthatjuk, hogy a hatékonyság mérésére használt fő technikáknak három fő szakasza van: a megismerő szakasz, az érzelmi szakasz és a megszólító szakasz (Beerli & Martin, 1999 in González et al. 2019).



4. kép: A hatékonyság mérése. Saját szerkesztés

Forrás: González et al. 2019. Effective communication models in advertising campaigns. A strategic analysis in the search for effectiveness

KÖVETKEZTETÉSEK



A kommunikáció az egyik módja annak, hogy az emberek információt küldjenek és fogadjanak. Amikor egy ember beszél, akkor azért teszi, mert van mondanivalója, és szavaival általában egy adott kontextusban akar álláspontot kialakítani.

Ezért ahhoz, hogy olyan üzeneteket tudjunk létrehozni, amelyek hatással lehetnek a társadalomra, olyan készségeket kell kifejlesztenünk, amelyek lehetővé teszik számunkra a hatékony kommunikációt. A környezet védelméről szóló üzenet erőteljes üzenet, különösen az új generációk számára, akik egy olyan világot akarnak létrehozni, amely alkalmas a létezésre, ezért a fiataloknak készségeket kell fejleszteniük, hogy képesek legyenek egy üzenetet közvetíteni és több ember tudatosságát növelni. Jó eszközökkel az üzenetek hatékonyabbak, és több közösség fordulhat egy közös cél felé.



HIVATKOZÁSOK

Balakhonskaya. L ., Balakhonsky. V & Gustokashina. A (2002) "Newstalgia" as Digital Marketing Communication Strategy. DOI: 10.1109/ComSDS55328.2022.9769130

Camacho, M. (2017) Formación de Portavoces : Cómo Conseguir una Comunicación Efectiva Ante Los Medios y Otros Públicos, Editorial UOC.

Coles, L. (2015). Marketing with Social Media: 10 Easy Steps to Success for Business.

Coursera. What Is Effective Communication? Skills for Work, School, and Life (visited on 21 of November 2023)

<https://www.coursera.org/articles/communication-effectiveness>

Fielding. M (2006). Effective communication in organisations.

González Oñate, C., Vázquez Cagiao, P. & Farrán Teixidó, E. (2019). Effective communication models in advertising campaigns. A strategic analysis in the search for effectiveness. Communication & Society, 32(4), 109-124.

Jakobson, R. (1963). Essais de linguistique générale. París: Minuit.

K. Lesmes-Silva, E. J. Barrientos-Monsalve y M. C. Cordero-Díaz, "Comunicación Asertiva ¿estrategia de competitividad empresarial?", Aibi revista de investigación, administración e ingeniería, vol. 8, no. 1, pp. 147-153, 2020, doi: <https://doi.org/10.15649/2346030X.757>

Rai. U & Rai S.M (2008) Channel of communication. Effective communication. Himalaya Publishing House.

Premios eficacia (visited on 21 of November 2023) <https://www.premioseficacia.com/>

Zbanke, Leo (2019) Creative communication

https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file-2219/CC_booklet_V1_compressed.pdf

A JÖVŐT NEM ÖRÖKÖLJÜK, HANEM ÉPÍTJÜK. TEREMTSÜNK FENNTARTHATÓ VILÁGOT A JÖVŐ GENERÁCIÓI SZÁMÁRA!

Látogass el a HUB-ra:

<https://www.scaleupcycling.eu/>

Kövess bennünket:



SCALEUPCYCLING



Defoin



CTRIA

