

Diaspora informacijos sraute: kaip būti išgirstiems?

Gegužės 6 d. įvyko baigiamasis virtualių renginių ciklo „Diaspora: ką galime kartu?“ susitikimas, kuriame pasaulio lietuvių bendruomenių lyderiai ir komunikacijos ekspertai iš įvairių šalių ieškojo būdų, kaip užtikrinti organizacijų veiklos sklaidą net ir su minimaliais biudžetais. Pagrindinis renginio metu užduotas klausimas – kaip diasporos iniciatyvoms nepasiklysti informaciniame sraute ir pasiekti ne tik savo bendruomenę, bet ir žiniasklaidą.

Pasauliolietuvis.lt

Remiantis diskusijos dalyvių įžvalgomis, diasporos bendruomenėms pateikti šie pagrindiniai patarimai, kaip efektyviau bendradarbiauti su žiniasklaida ir didinti savo matomumą:

Atsakomybė ir bendradarbiavimas

- **Paskirkite atsakingą asmenį:** Bendruomenėms rekomenduojama turėti konkretų žmogų, atsakingą už ryšius su žiniasklaida. Tai užtikrina komunikacijos operatyvumą, kuris žurnalistams yra kritiškai svarbus dėl griežtų terminų (*deadline’ų*).
- **Megzkite asmeninius ryšius:** Efektyviausia yra susirasti konkrečius žurnalistus, rašančius diasporos temomis, ir kurti su jais tiesioginį ryšį, pranešti apie įvykius, siūlyti temas ir pašnekovus.
- **Pasitelkite profesionalias kompetencijas:** Bendruomenės nariai, išmanantys dizainą ar mokantys rašyti tekstus, turėtų būti įtraukiami į komunikacijos kūrimą, kad turinys būtų kuo profesionalesnis ir

patrauklesnis.

Veiksmų skatinimas

- **Nelaukite „tobulo momento“:** Geriau komunikuoti iš karto, kai tik vyksta iniciatyva, net jei informacija nėra visiškai nušlifuota. Jei informacija įdomi naujienų portalui, ją apdoros ir auditorijai pateiks redakcijos darbuotojai.
- **Informuokite iš anksto:** Apie svarbius renginius žiniasklaidai reikėtų pranešti prieš kelias savaites, o televizijos laidoms net prieš kelis mėnesius ar visus metus, kad redaktoriai galėtų įtraukti juos į savo planus.
- **Nebijokite kitų kalbų:** Jei auditorija (pvz. *Facebook* paskyros sekėjai) kalba keliomis skirtingomis kalbomis, verta apsvarstyti komunikaciją ne tik lietuvių, bet ir šalies kalba, kad žinia pasiektų platesnį ratą.



„Diaspora: ką galime kartu?“ trečiojo renginio skrajutė

Turinio kūrimas ir istorijų paieška

- **Ieškokite „herojų“ ir emocijų:** Žiniasklaidai, o ypač televizijai, reikia ne sausų faktų, o įkvepiančių, gyvų žmonių istorijų, per kurių asmeninę patirtį atskleidžiama bendruomenės veikla.
- **Gvildenkite gilesnes temas:** Naujienų portaluose trūksta platesnių straipsnių apie diasporos įtaką, globalią reikšmę, taip pat jaunimo iniciatyvas bei atvirus pasakojimus apie migracijos iššūkius, o ne tik „sėkmingą sėkmę“.

- **Naudokite akį traukiančias antraštes:** Kadangi naujienų portalų redaktoriai kasdien gauna tūkstančius pranešimų, pirminė žinutė (antraštė ar el. laiško pavadinimas) turi būti *kabinanti* ir išsiskirianti.

Techninė kokybė ir formatai

- **Užtikrinkite vaizdo ir garso kokybę:** Rengiant vaizdo medžiagą televizijai, itin svarbus geras garsas. Patariama naudoti bent paprastus išorinius mikrofonus, nes telefono mikrofonas dažnai neužtikrina reikiamos kokybės.
- **Mąstykite „epizodais“:** Komunikaciją rekomenduojama planuoti ne kaip vienkartinį įvykį, o kaip nuoseklių istorijų ciklą ar „epizodus“ per ilgesnį laikotarpį.
- **Išnaudokite skirtingus kanalus:** Nors „Facebook“ grupės yra naudingos, patariama išeiti iš savo „burbulo“ ir naudotis naujienlaiškiais, video formatais bei tiesiogiai kreiptis į žiniasklaidą.

Giedrės Simanauskaitės prezentacija: Kodėl žmonės nebeateina į bendruomenių renginius?

Renginių viešinimas

- **Komunikuokite anksti ir dažnai:** Pradėkite informuoti apie renginį gerokai anksčiau, kad atsidurtumėte žmonių kalendoriuose. Teigiama, kad žinutė turi nuskambėti bent septynis kartus, kol žmogus ją įsimena, todėl vieno pranešimo nepakanka.
- **Laikykitės rutinos:** Reguliarūs susitikimai (pavyzdžiui, kiekvieną paskutinį mėnesio trečiadienį) padeda kurti tradiciją ir leidžia žmonėms lengviau planuoti savo laiką.
- **Siųskite priminimus:** Efektyviausia priminti apie renginį likus savaitei, trims dienoms ir renginio dieną.
- **Gerbkite laiką:** Būkite punktualūs ir koncentruoti. Laiko vagystė laikoma viena didžiausių nuodėmių komunikacijoje, todėl venkite tuščiažodžiavimo ir eikite tiesiai prie esmės.

Turinio kūrimas ir „istorijų pasakojimas“ (*storytelling*)

- **Venkite „lozungito“:** Atsisakykite dažnai naudojamų frazių apie

„trispalves širdis“ ar „vienybės jėgą“. Vietoj deklaratyvaus patriotizmo įrodinėjimo stenkitės būti autentiški.

- **Istorijos veikia geriau nei faktai:** Žmonės istorijas įsimena 22 kartus geriau nei sausus faktus ar statistiką. Pasakokite apie konkrečius žmones, jų iššūkius ir patirtis.
- **„Džeimso Bondo“ efektas:** Pradėkite savo pranešimą ar pristatymą stipriai ir įtraukiančiai nuo pirmos sekundės, kad auditorija atidėtų telefonus ir sutelktų dėmesį.
- **Mažiau yra daugiau:** Viename pranešime geriausia pateikti vieną pagrindinę temą ir ne daugiau kaip tris ar keturis esminius argumentus.

Vaido Matulaičio pranešimas: Gera komunikacija prasideda kaip James Bond filmas

Auditorijos įtraukimas socialiniuose tinkluose

- **Žmonės seka žmones, o ne logotipus:** Komunikacijoje rodykite ne organizacijos ženklą, o bendruomenės narių veidus, jų emocijas ir reakcijas.
- **Išnaudokite asmeninius ryšius:** Diaspora yra grįsta tiesioginiu ryšiu. Paprašykite narių asmeniškai pakviesti bent kelis draugus – tai veikia geriau nei mokama reklama.
- **Kurkite paruoštukus:** Padėkite savo sąjungininkams (ambasadoms, nuomonės lyderiams) dalintis jūsų žinia pateikdami jiems jau paruoštus tekstus ir vizualus.
- **Kalbėkite žmonių kalba:** Venkite oficialaus tono, kreipkitės paprastai, lyg vienas žmogus kalbėtų kitam.

Techniniai sprendimai video kūrimui

- **Video revoliucija:** Reportažui sukurti nebereikia brangios įrangos – pakanka išmaniojo telefono ir paprasto mikrofono.
- **Filmuokite horizontaliai:** Nors socialiniams tinklams tinka vertikalus vaizdas, žiniasklaidai medžiagą visada ruoškite horizontaliai.
- **Mąstykite kaip reklaminiai stendai:** Jūsų žinutė turi būti suprantama per tris sekundes. Jei stendas (ar pranešimas) perkrautas informacija, niekas jo neperskaitys.
- **Eksperimentuokite su temomis:** Vietoj bendrinio „susitikimo“ rinkitės

aktualias temas (pavyzdžiui, apie nekilnojamąjį turtą Lietuvoje ar karinę tarnybą), kurios natūraliai traukia dėmesį

Pasidalinkite savo naujienomis!



Pasaulioletuvis.lt vyr redaktorė Ana Vengrovskaja | Matteo Zanotti nuotr.

Susitikimo metu vykusioje diskusijoje naujienų svetainės Pasauliolietuvis.lt vyr. redaktorė Ana Vengrovskaja pabrėžė, kad nors diasporos matomumas Lietuvoje didėja, jis vis dar yra fragmentiškas, o naujienų portalai dažnai pasirenka atskirų žmonių sėkmės istorijas ir nenagrinėja diasporos iš globalios perspektyvos. Žurnalistė pastebėjo, kad bendruomenės dažnai užsidaro savo socialinių tinklų „burbuluose“, todėl ragino aktyviau ieškoti naujų ryšių ir kanalų.

Ji drąsino organizacijas nebūti per daug savikritiškoms: „Nelaukite tobulo momento, kada komunikuoti, kaip komunikuoti, tiesiog pradėkite. Rašykite iš karto po renginio ir tai darykite taip, kaip išeina. Pasirinkti, ar informacija domina ir ją apdoroti jau bus žurnalisto darbas“, – sakė Italijos lietuvių naujienų portalo ITLIETUVIAI.IT žurnalistė.

Antroje renginio dalyje dalyviai dirbo grupėse, kur dalijosi savo organizacijų patirtimi. Paaiškėjo, kad populiariausi kanalai išlieka „Facebook“, „Instagram“ ir naujienlaiškiai, tačiau pripažinta, kad didžiausias iššūkis – pasiekti tuos, kurie nėra aktyvūs bendruomenės nariai,. Dalyviai sutarė po šio ciklo daugiau dėmesio skirti žinučių lakoniškumui, video formatams ir nebijoti tiesiogiai kreiptis į

žiniasklaidos profesionalus.

Pasauliolietuvis.lt redakcija yra atvira jūsų istorijoms, renginiams ir pasiekimams. Jei jūsų organizacija planuoja renginį, projektą ar nori papasakoti apie iniciatyvą ar išskirtinį bendruomenės narį, laukiame jūsų laiškų:

 redakcija@pasauliolietuvis.lt

Diskusijos dalies įrašas