

A HACKATHON „BESZÉDE”

Kommunikáció a Vidékfejlesztési Maratonon

... a szóismétlésre érzékenyek számára megrázó oldalak következnek: a kommunikáció szó harmincegyszer fordul elő emelettanulmányban...

„Ha azt mondd nekem HACHATON, ez jut eszembe először: DECATHLON vagy EXATLON.” - mondtam én fél évvel ezelőtt, amikor fogalmam sem volt arról, hogy mi fán terem a vidékfejlesztési maraton, vagy a szociális hackathon. De, hogy tud-e a köztudatba beépülve egy népszerű és közösség szempontjából nélkülözhetetlen brandé, márkává nőni, az a jövő titka. Drukkolunk ez irányban, mert az eddigi lépések biztatóak. Egy sikeres, arculati és szervezési szempontból is jelesre vizsgázott projektet tanulmányozok, boncolgatok a következő pár oldalban a kommunikáció szempontjából.

Belső kommunikáció

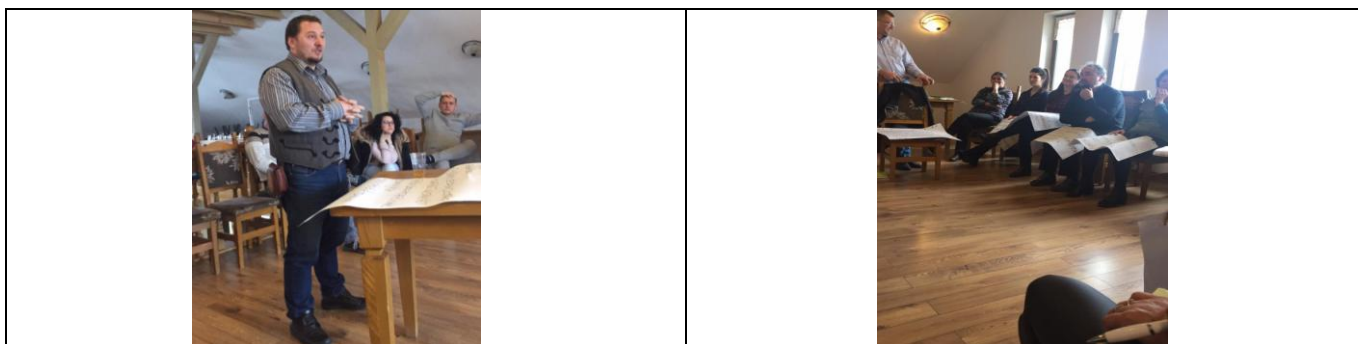
Szervezők, projektvezetők és mentorok közti kommunikáció

Mentorként a leginkább testközelben történő kommunikálást a kollégák, szervezők szintjén volt lehetőségem megfigyelni, gyakorolni. Attól a perctől, amikor a főszervezőtől elsőként hallottam saját rádióműsoromban a vidékfejlesztési maratonról, azon át, hogy felvette velem a főszervező a kapcsolatot és külön, részletesen beszélt nekem róla, mint potenciális résztvevőnek, majd addig, hogy az eseményeken hogyan zajlott a kommunikáció, minden jól észlelhető és élesben megtapasztalható volt, mint közlés, beszéd, egymásközi verbális és nonverbális interakció.

Izgalmas volt látni, hogy egyes helyzetekben a kommunikáció hogyan segítette a „moccantást”, a közös gondolkodást, munkát vagy éppen hogyan akadályozta, hátráltatta a folyamatokat.

Mindenképpen tökéletesnek vélem azt a módot, mellyel az én figyelmemet felkeltette és az ilyen fajta projektekben való szüzességemet megkísérelte elvenni a vidékfejlesztési maraton szervezője. Prezentációs, előadói és beszámolóí képessége kiváló volt, ugyanakkor a meggyőző képessége is hatékonyan működött, úgymond döntő volt abban, hogy én úgy döntsek, érdekel ez a téma, érdekel az esemény és minden, ami hozzá tartozik. Bár elképzelni nehéz volt, hogy mi akar ebből kialakulni, de mégis az erről a megtervezett, kigondolt projektről kíváncsian kezdtem el érdeklődni, a kíváncsiság pont annyira volt erős, hogy látatlanban is, de részese akarjak lenni. Meggyőződésem, hogy a többi mentorjelölt is hasonlóan élte meg ezt a megkeresést, felkérést, és bátran, érdeklődően, bizakodóan vágott bele.

A kíváncsiság felkeltéséhez, a részt vételre való ösztönzésben Lázár László olyan kifejezéseket használt, melyek arra készítettek, hogy ne akarjak kimaradni a „buliból”, ugyanakkor ezeket, és hasonlókat tovább tudtam alkalmazni én is újabb mentorjelöltek bevonásánál: „ki kell moccantani a vidéki szereplőket”, „közös gondolkodásra kell bírni”, „alulról jövő kezdeményezéseket támogatni kell”, „bátorítani kell a lakosságot, hogy

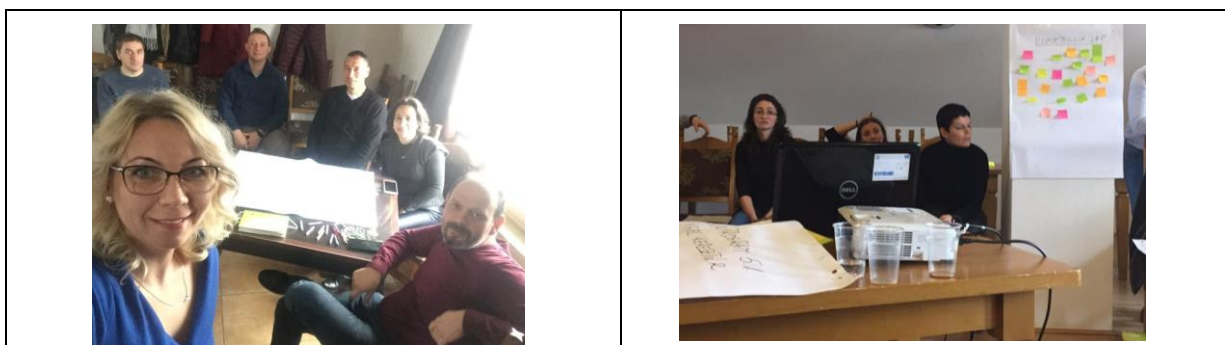


közösségért tegyenek, dolgozzanak”.

A megfelelő szakmai kifejezések és propagálás mellett a jó kedélyűség, a humor is nagyban hozzájárul ahhoz, hogy bár egy komoly dologban, projektben, de szívesen, vígan részt kívánjanak venni úgy a mentorok, mint versenyzők. Szórakoztató, könnyed, de mégis fajsúlyos témákkal foglalkozó projekt, mely verseny is egyben igen kecsegtető tud lenni. Természetesen a díjazás, mint motiváló eszköz, és az erről való megfelelő ismertetés is nagy szerepet kap az események sikeres lebonyolításában, a megfelelő résztvevői létszám elérésében.

A projekt első eseményén volt tulajdonképpen a legnagyobb kétely, és annak is csak a legelején abban, hogy ki hogyan fog tudni érvényesülni, ki hogyan fogja magát előadni, ki mennyire és hogyan mer kibontakozni, kommunikálni, kollaborálni. Hiszen java részt egymástól idegen szereplők vettünk részt a legelső találkozón. A jégtörő játékok és bemutatkozó körök hatékonyak voltak, de úgy gondolom, ezek eredményessége a szervezők és projektvezetők spontaneitásán, közvetlenségén, a nyitottságra utaló nonverbális jelzéseiken múlt. Rövid időn belül, kb. 1-2 órán belül olyan volt a légkör, mintha mindenki mindenkit már régóta ismerne, így gördülékenyen lehetett a képzésen, felkészítőn együtt dolgozni.

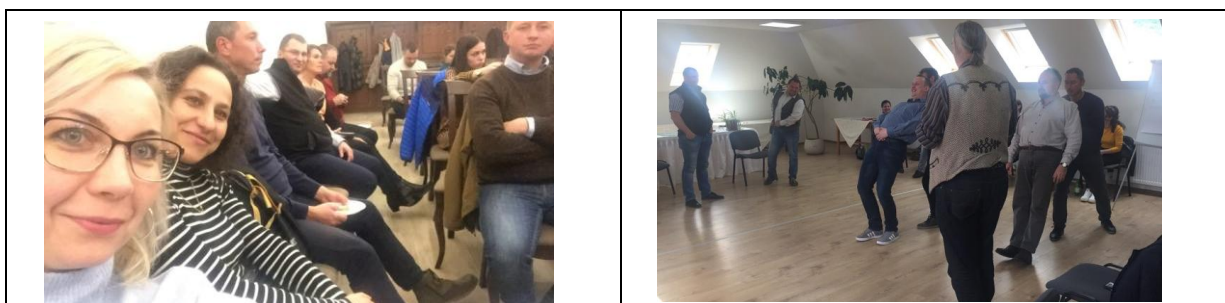
Volt néhány feladat, melyről kezdetben úgy gondoltam, hogy a szervezők nem megfelelően mutatták be, magyarázták el, hiszen lettek kisebb szóváltások, újra és újra gondolások, értelmezésekben fennakadások. Aztán utólag úgy érzem, hogy szándékosan hagyták a szervezők vita tárgyának a bizonyos tételeket, feladatokat, hogy egyfajta brainstorming alakulhasson ki, mindannyian, mint mentorjelöltek kifejezzük véleményünket, oda tegyük a csontot, hatékonyan hozzájárulhassunk, értelmi szerzői lehessünk mi is a folyamatoknak.



A mentorképzés alatt a résztvevők közt kiváló volt a kommunikáció, hamar megnyíltunk egymás előtt, és hamar vállalta mindenki a csapatokban való munka alatt a véleményét. Minden rögtönzött, egy-egy feladat kedvéért összeállt csapatban ügyesen, ripp-ropp kialakult, hogy ki az, aki a megoldásokat prezentálni fogja a többieknek, bemutatja a kis kidolgozott témát, mely egy szimulációja volt a tényleges nagy maratonnak, versenynek. Nyilván azok a személyek vállalták ezt a feladatot, akik otthonosabban mozognak a nyilvános beszédek előadásában, van ebben tapasztalatuk, kommunikációs és előadói képességük alkalmas arra, hogy könnyedén átadják, elmondják, tolmácsolják a csapat által kigondoltakat, megfogalmazottakat. Nem gondolom, hogy minden mentornak feltétlenül erőssége kell, hogy legyen a szereplés, nyilvános beszéd, pont elégséges volt az, amennyien erre alkalmasak voltak, és egyébként is a szükséges kommunikációs készség egy versenycsapat mentorálásához minden mentorban megvolt. Abban az esetben, ha akadtak volna gátlásosabb, visszahúzódebb, „halkabb” szervezőtársak/mentorok, akkor javasoltam volna a képzés folyamán egy 1-2 órás kommunikációs műhelymunkát, gyorstalpalót beiktatni. Erre nem volt szükség. A versenycsapatoknál viszont már elkelt az ez irányú segítségnyújtás, de erről bővebben kicsit odébb...

A szervezők és a mentorok közti kommunikáció javarészt megfelelően, hatékonyan történt úgy a mentorképzés, mint a vidékfejlesztési maraton alatt. Voltak viszont helyzetek, amikor az információ el-elveszett, vagy nem volt kellő képpen kiemelve. Gondolok itt a maraton alatti mentor szoba használatának fontosságára. A szervezők nem fejezték ki elég erélyesen a kívánságukat, igényüket a mentorszobában való konzultálásra, megbeszélésre.

A mentorok nem számoltak be a csapatmunkák folyamatairól, akadályokról, nehézségekről, a nem világos részekenél is elmulasztották a vezetők segítségét kérni. Így a szervezők, projektvezetők, nem mindig voltak képben, hogy mi zajlik, történik a versenycsapatokon belül, mik a nehézségek, vagy hol kellene esetleg közbeavatkozni. Ami nem minden esetben volt tiszta, hogy hány perces kell, legyen majd a csapatok végső prezentációja. Bár dilemma az meg volt ez ügyben, mégis csak egy mentor (én) kérdeztem rá, és tisztáztam a projektvezetővel. Ebben a pontban ajánlott lett volna a kérdéses részekre válaszokat igényelni, pontosításokat kérni. Magyarán, a kommunikáció itt meghalni látszott, de aztán mégsem, hiszen nem lett belőle eget rengető gond. Mint kiderült, a szervezők némelyike is helyenként úgy érezte, hogy a projektvezetőtől nem kapott elég tiszta feladatleosztást, kimaradva érezték magukat. Itt megjegyezném, hogy abban az esetben, ha valaki információ hiányt érez, észlel, akkor a legalkalmasabb, ha nem várja az égből, hanem ő kikommunikálja, hogy mi a gondja, kérése. Néma gyermeknek az anyja... Tehát a kommunikációs folyamat két irányú kell, hogy legyen, ha valahol elakadás van, akkor az egyik félnek jeleznie kell, vagy kezdeményeznie kell a közlést.

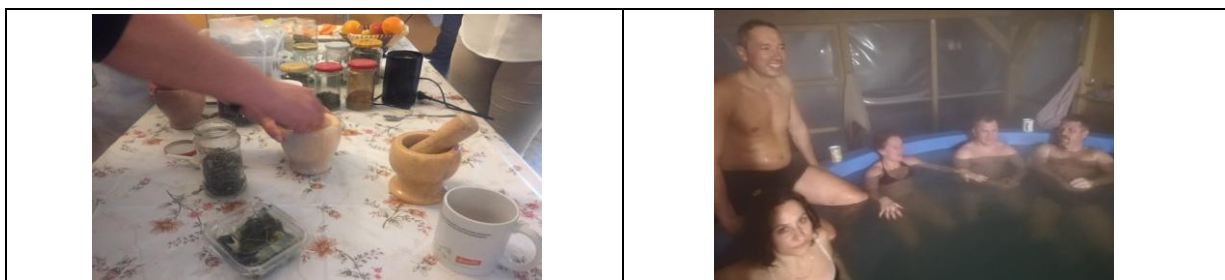


A „stáb” kommunikációját nagyban még megkönnyítette a projekt alatt létrehozott facebookos privát csoport, ahol gyorsan tehettek/tehetnek fel kérdéseket a tagok, megoszthatnak tartalmakat, dokumentumokat, hasznos infókat. Ez a kommunikációs csatorna, platform úgy a szervezkedések, mint logisztika és kivitelezés, a kapcsolatok mélyítése, lazítása, mint majd a további együttműködés fontos alapeszköze.

A kommunikáció offline térben történő feltételei megfelelőek voltak, ritkán jött be zavaró tényező, mint zaj, vagy egyéb megszakítás, mint résztvevők jövése, menése (egyszer-kétszer talán volt kis figyelemelterelés, amikor a mentorképzésen a helyszín, panzió személyzete pont az asztalokat rendezgette, terítette, ez egy légtérben lévén a műhelymunkákkal, időnként kissé zavaró volt, viszont volt annyira izgalmas a projektvezető előadásmódja, hogy a figyelem a megfelelő irányba terelődjön).

Nonverbális kommunikáció szintjén megfigyelhető volt, hogy kezdetben a résztvevők, mentorok zárt vagy keresztezett lábakkal, térdekkel ültek, javarészt ölebe tett karokkal, ami a védekezést, zárkózást, kezdetleges enyhe feszültséget jelezte. Majd az egyes feladatok során az egymás kezét megfogva, egymáshoz érve kezdett mindenki nyitni, majd egyre kényelmesebben, lazábban foglaltak helyet, az esti könnyed lazító közös programok alatt már egészen otthonosan, lezserül, székekre felkuporodva, egymást akár átölelve, egymáshoz behajolva helyezkedtek el. Nagyon oldó hatású volt a főszervező közvetlen viselkedése az egész projekt alatt, az őszinte, meleg ölelés sosem maradt el legyen az érkezés, búcsú, távozás vagy örömpillanat.

Mentorok, szervezők közti kommunikáció „oldószerai”, avagy a hatékonysági faktorok: fűszersó készítése, közös éneklés, borozgatás, filmnézés, dézsázás, reggeli torna, éjszakai „séta”, „könyvtározás”.



Mentorok, szervezők és versenyzők közötti kommunikáció

A szervezők, mentorok versenyzőkkel folytatott kommunikációja meglátásom szerint gördülékenyen, megfelelően zajlott. Pontos információt kaptak a versenyzők minden egyes programpontról és feladról, ugyanakkor igyekeztek annyira közvetlen kommunikációt és viszonyt kialakítani, hogy a versenyzők bátran rákérdezhessenek bármire, felmerült kételyeiket felmerjék tenni. Jó ötlet volt, hogy csapatonként 2 mentor foglalkozzon a versenyzőkkel, így ha netán valamelyik mentor elakadt volna a közlésben, moderálásban, akkor a másik ki tudta segíteni, kerekíteni. A mentor párosok is ügyesen lettek kialakítva, egymást jól tudták kiegészíteni. Helyenként nagyon kellett az erélyes, határozott beszédstílus a mentorok részéről, amikor is bizonyos elképzelésekbe bele kellett szólni, új irányba terelni a munkát, lestoppolni ott, ahol szükséges volt, és megmondani, hogy nem így, hanem amúgy. Lány „kommunikátorok” erre nem lettek volna képesek.

A csapatokon belüli munkák is jégtörő játékkal kezdődtek, ismerkedéssel, hogy a kommunikáció minél lazább, könnyedebb tudjon lenni a két napra, illetve, hogy senki ne érezze feszélyezetten magát. A közvetlenség kezdeményezése mindenképpen a mentorok feladata volt, elmondásuk szerint több jégtörő és csapatépítő játékra lett volna szükség, hogy igazi csapatkohézió tudjon kialakulni. De így sem volt rossz. Működött a kommunikáció kémiaja. Mint kiderült, olyannyira, hogy a maraton után is tartják a kapcsolatot egyesek, a versenyen kidolgozott projektötleten tovább gondolkodnak, közösen terveznek, messenger csoportok jöttek létre, kisebb megbeszélések zajlottak offline is, úgy a csapattagok közt, mint a mentorokkal együtt.



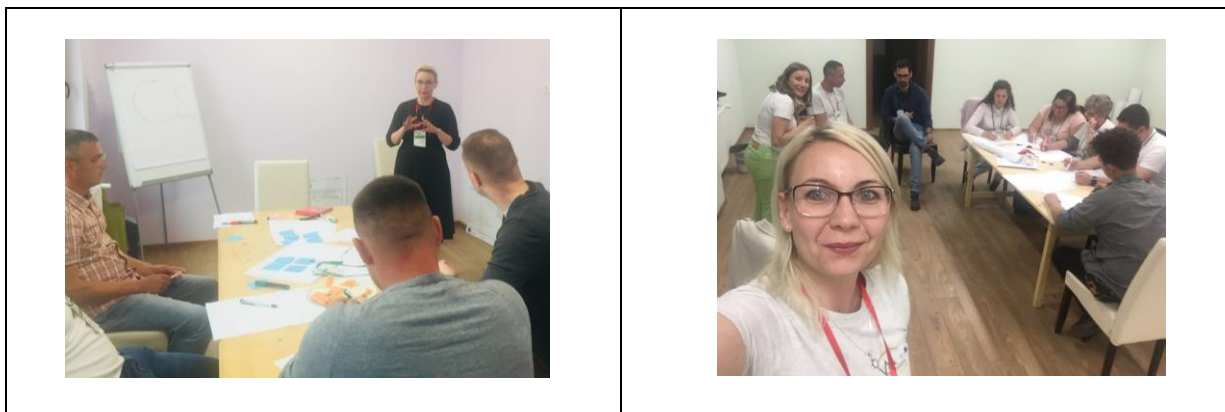
Szervezők, projektvezetők és zsűri közti kommunikáció

Kis része ez a fejezet az egész történetnek, viszont úgy gondolom nagyon lényeges, hogy mit hogyan kommunikálunk a zsűri felé, ők mit hogyan értenek meg abból, vagy mennyire értenek egyet abban, hogy mit és milyen szempontok szerint értékeljük a projekteket. Az tény, hogy a zsűri saját szakmai területe és beállítottsága szerint értékeli, tesz fel kérdéseket, viszont ezeket a szempontokat a versenyzőknek, és mindenekelőtt a mentoroknak, szervezőknek ismerniük kell. Hogy ne történhessen meg az, hogy egy csapat úgy tudja, hogy a káposztáról kell beszélni, és a zsűri viszont a paradicsomról faggatja majd. Tehát, itt a projektvezető a legnagyobb felelős a kommunikációért és azért, hogy a küldő és a receptor, a versenyző és a zsűri egy hullámhosszon legyen, félreértés nélkül. Ez a fejezet kicsit bicsaklott a vidékfejlesztési maratonunkon, de a versenyzők szerencsére voltak annyira felkészültek és spontán leleményesek, hogy vették a keresztkérdéses akadályokat. Csak valószínű, volt, aki nem élte meg olyan pozitívan, hogy pont nem arra kérdeznek rá, amit a leginkább kidolgoztak, átgondoltak. Bár a verseny, az verseny...helyt kell állni!

A versenycsapatok előadásmódja

Különböző területekről, különböző végzettséggel és kompetenciákkal rendelkező tagok, nagyon vegyesen alkották a csapatokat. Így értelem szerűen nem mindenki rendelkezett ugyan olyan szintű kommunikációs, retorikai készségekkel. Pont arra voltak alkalmasak a műhelymunkák, hogy mindenki a leg testhezállobb feladatot tudja magának kiválasztani. Szinte minden csapatból könnyedén akadt 1-2 potenciális jelölt vagy

jelentkező, aki a végső prezentációt bevállalta. Ugyanakkor akadt 1-2 csapat, melyeknél komoly gondot okozott az, hogy kiválasszák, eldöntsék, ki az, aki a színpadra feláll és bemutatja a kidolgozott témát. Mint kommunikációs szakember, örömmre szolgált, hogy ezekben az esetekben, mint mentőöv segítségükre lehettem. A végleges prezentációkra való felkészülésben szinte minden csapat igényelte a közreműködésemet, tanácsaimat, ötleteimet. Javaslatokat, taktikákat adtam a versenyzőknek abban, hogy hogyan fogjanak neki a bemutatónak, hogyan prezentálják témájukat olyan módon, hogy az minél izgalmasabbnak, figyelemfelkeltőbbnek hasson. Alapszintű, gyorstalpalót tartottamtehát nyilvános beszédből, lámpaláz leküzdéséből, amit úgy láttam, hasznos volt.



Nem könnyű úgy bemutatni három percben egy komoly és közösség szempontjából értékes, nagy jelentőségű, hasznos témát, hogy az minden fontos információt tartalmazzon és elég érdekfeszítő, meggyőző legyen. Az igaz, hogy a témában való jártasság, a szakmaiság, a tartalmi lényeg a legfontosabb, viszont a rövid idő miatt, ami a versenyzők rendelkezésére állt, nem volt mindegy, hogy hogyan tárlják azt a sok okosságot. Ha tetszik, ha nem, a csomagolás nagyon fontos. Öröm volt látni, hogy a beszédstílusukon sokat tudtak csiszolni az előadó versenyzők, érthetően, elég hangosan, határozottan fejezték ki magukat, felesleges idegesítő gesztikulálások mellőzésével, legtöbb esetben a hangszínekkel és hatásszünetekkel is ügyesen játszadozva. És a játékoságot a különböző vicces, felüdítő, kreatív ötletekkel, kellékekkel is belevitték... a vetélkedőt és a prezentációkat megszínésítve, izgalmassá téve. A hatásvadász jelenetek, megfogalmazások is javarészt telibe találtak. Pl. medveveszélyes bicikli utak, ösvények problémáját egy színpadra tekerő nagy plüss macival illusztrálta az egyik csapat. ☺ Meggyőződésem, hogy a vidám és ötletes jelenet mit sem vett el a téma komolyságából, a szakszerű bemutatóból.

Külső kommunikáció

Kommunikáció a résztvevők toborzásában

Annak ellenére, hogy a versenyzők toborzásában a legnagyobb szerepet a helyi polgármesterek vették ki, vállalták magukra, én mégis úgy gondolom, hogy jobb lett volna, ha a szervezők különböző módon szólították volna meg a potenciális résztvevőket. Ez nem azt jelenti, hogy megkerülve a településvezetőket külön kértünk volna fel emberkéket, csupán ráerősítettem volna főleg ott, ahol a polgármester végül csak nem küldött résztvevőt. Sőt egy vagány rövid rádiós és facebookos felhívást, spottot is használtam volna arra, hogy a lehető legtöbb potenciális közösségi „moccantó”, tenni, gondolkodni akaró fülébe eljusson az infó, a lehetőség és el is induljon ezen az úton. Úgy érzem, akadt volna még jó pár olyan személy, aki hasznosítani tudta volna a maraton élményeit, tapasztalatait saját közösségében.

A projekt arculata

Amit egy többfázisú, több eseményt magába foglaló projekthez el kell képzelnünk, mint arculati elem és eszköz, szinte minden megtalálható volt. Egységes, egyszerű, könnyen megjegyezhető, könnyen észrevehető és minden mozzanatot jól beazonosító jegyeket fedezhettünk fel a vizuális kommunikációban. Az arculati elemek színvilága letisztult, a témához illő, kifejező és úgy a logó, mint különböző képi megjelenítések modern grafikai elemeket tartalmazóak voltak. A lógó zöld, fekete színekombinációban tette látványossá a projekt megnevezését, ugyanakkor nagyon kreatívan a grafikai elembe, ami hegyet, dombot, völgyet illusztrál a megnevezés kezdőbetűit csempészte az arculattervező, mint a „V” és „M” (Vidékfejlesztési Maraton) a hegy és völgy. Úgy a projekt logója, mint a főszervező szervezet logója is ügyesen, minden arculathordozó elemen megjelenik: nyakbavaló kitűző, jegyzetfüzet, banner, jelenléti ív, roll up, feladat lapok, kivetítő/prezentációk, nyeremény tábla, ajándékcsomagok, póló.



Ami nagyon tetszett, hogy bizonyos részletek esetén az aprólékos odafigyelés, a profi kidolgozottság tükröződött, azaz a nem elkapkodott arculati elemek hordozóinak felsorakoztatása jött le (még, ha nem is így volt vagy lett volna, elhittem, hogy nagy szakértelemmel volt az arculat is kigondolva és kivitelezve) ... pl. a szervezők és versenyzők kitűzőinek szalagja színben különbözött. A partnerek és támogatók logói is természetesen megjelentek a megfelelő helyeken.

Javasolnám a közeljövőben a hasonló eseményekhez a jó öreg és bevált személyre szabott mappa, írószer használatát, kiosztását a résztvevőknek, a szünetekben frissítő elkortyolását az esemény saját bögréjéből, a műsorvezetők kezében a fekete unalmas mappa helyett vagány és stílusos bemondókártya dukálna, melynek hátoldalán az esemény jó nagy logója. Ugyanakkor szép, és profi lenne, ha egy egész arculati kézikönyve („mapa de identitate vizuala”/„visual identity map”) lenne a projektnek.

A projekt média-megjelenése

A médiában való jelenlét a lehető legjobban ki lett használva a Vidékfejlesztési Maraton során. Talán az előnépszerűsítésre lehetett volna nagyobb hangsúlyt fektetni, de ez esetben is volt egy-két szereplés, pl. a székelykeresztúri VoxFm rádió Kistérségi műsorában. Az események és az egész projektről beszámoló megjelent úgy a közösségi médiában (Facebookon), mint televíziókban, rádióműsorokban és hírportálokban: Sóvidék Televízió, Príma Rádió, VoxFm Rádió, www.szekelyhon.ro, Marosvásárhelyi Rádió, <https://www.facebook.com/szekelykereszturi.kisterseg>, [www.facebook.com/Homorod-Küküllő-Leader-Egyesület](https://www.facebook.com/Homorod-Kukulló-Leader-Egyesület), [soundcloud.com](https://www.soundcloud.com/hkleader), www.hkleader.ro.

Bármelyik média-megjelenést nézzük, hallgatjuk, olvassuk vissza, vagy bármelyik a projektben implikált szereplővel szóba állunk, nagy valószínűséggel csak azt tudják érezni, hogy úgy a sajtónak, mint versenyzőknek, szervezőknek, partnereknek és laikus kívülállóknak egy és ugyanaz jött le és hasonló kép alakult ki erről a fél éve még ufó számnak minősülő projektről. Hogy hasznos volt, hogy kell a folytatás, hogy kimocantott emberekből, településekből valami innovatív és izgalmas együtt és az együttért akaródzó tenni akarást.

Konklúzió

Kiderült: egy nyelvet beszélünk. Közösséget és vidéket formálunk.



Faluvégi Bartha Noémi

2021.07.18