

D N A

CSER
SZÜCS-TASSY
KONZ.: DLA FONYÓDI MARIANN

PETRA
KARINA

TDK 2017 / Duna-táj-térkép

A 2017-es őszi félév művészeti TDK szekciók közül választásunk a "Duna-táj-térkép" témára esett, ezen belül is a Budapestet érintő szakaszra szűkítettük a kidolgozandó anyagunkat.

Több szempont figyelembevételével született meg ez a döntés, ugyanis rengeteg lehetőséget láttunk meg a figyelemfelhívásra a kiírt téma segítségével. Égető problémának tartjuk, hogy manapság mennyire nem vesznek tudomást az emberek saját magukról és a környezetükről egyaránt.

Sokat gondolkodtunk, rengeteg kérdést tettünk fel magunknak, hogyan lehetne egy tartalmas és sokatmondó alkotást létrehozni, amíg egyszer csak elhangzott a kérdés:

"Vajon a Duna mit gondol, mit érez?"

Ez megütötte a fülünket, majd ezután úgy vizsgáltuk a feladatot, hogy közben próbáltunk egy teljesen más aspektust figyelembe venni, nem a saját nézőpontunkból szemlélni, hanem a környezetünk oldaláról megvizsgálni az adott pontokat. Elkezdtünk abban gondolkodni, hogy mivel teszünk jót, illetve rosszat a folyónak, és hogy mivel tudnánk segíteni. Rengeteg érdekes dologgal, problémával találkoztunk a vizsgálatok során, ám érdekelt minket, hogy a budapesti lakosok ezt hogy élik meg.

Ezek számukra is problémák? Lehetőségek? Vagy észre se veszik? Ha észre veszik tesznek érte, esetleg ellene?

Szerintünk a budapesti lakosság nagy része megszokta, hogy a folyó szerves része a városnak, hogy szétválasztja, de közben mégis összeköti a főváros két oldalán élőket. Ennek ellenére nem vesznek róla tudomást szinte egyáltalán. Nem realizálja a lakosság, hogy a Dunának milyen jelentősége van a városunk szempontjából. Nem használják szabadidős tevékenységekre, sportolásra, kikapcsolódásra olyan mértékben, mint amennyi lehetőség rejlik a partszakaszban. Igaz, nincs egy egységes budapesti szakaszt összefogó sétánya, végigjárható útszakasza, de mégis rengeteg más módon is lehet használni a dunaparti tereket.

Rengeteg helyszínt végigjárva azt vettük észre, hogy sokszor az emberek kisebb csoportosulásokban próbálják az ő egyedi igényeikre és az általuk elképzelt képre formálni a partszakaszt. A Gellért téren, a fürdőből a Dunába befolyó termálvíznél kialakított "kifolyótól" kezdve a rakpartra lehelyezett beton ülőkéken át a Gerillagrillig, a Római parton található Napbácsiig megfigyelhetők ezek a beavatkozások.

Ezek a ki nem használt terek és a már kialakított, ötletes helyszínek vezettek rá minket, hogy mutassuk meg a budapestieknek, milyen jó is tud lenni a Duna part, hogy számos lehetőségük van a szabadidejük eltöltésére, ha nyitott szemmel járnak. Természetesen a megfelelő körültekintés hordozza magával, hogy nem csak a pozitív dolgokra, hanem a problémás területekre is rámutat egyben, mint például a csepeli rozsdasáv, a ki nem használt rakpart és így tovább.

Ezen nézőpontok és kérdések sokaságával formálódott pályázatunk anyaga, míg végül arra jutottunk, hogy a teljes lakossághoz el szeretnénk juttatni üzenetünket, meg szeretnénk mutatni a korosztályunknak, nálunk idősebbeknek és fiatalabbaknak egyaránt. Úgy gondoltuk ez nem csak egy egyetemi pályázatot érintő téma lehet, esetleg eljuthatna szélesebb körben az emberekhez és valami olyasfajta együttműködés és kutatás indulhatna el, melynek segítségével olyannyira kinőhetné magát a felvetett téma, hogy érdekelték legyenek az emberek a Duna megóvásában.

Ezen célunkhoz a közösségi média felületeit hívtuk segítségül, ugyanis manapság majdnem mindegyik korosztály és társadalmi réteg használja ezeket az oldalakat és rengeteg emberhez jut el az információ nap mint nap. 2017-es statisztikai adatok alapján a facebook idén júliusban 2,1 milliárd aktív regisztrált felhasználóval rendelkezett. Hasonló a helyzet az instagrammal, rohamosan nő az ott bejegyzett felhasználók száma, a tavaly októberi 100 millióhoz képest idén 500 millióra növekedett a regisztráltak száma. A közösségi oldalak statisztikái alapján észrevehető a korosztálybeli különbség. Az instagram felhasználók nagy része 18 és 29 év közötti, míg a facebook aktív felhasználóit többnyire az idősebb korosztály teszi ki. Magyarországon a két legelterjedtebb közösségi felület a facebook és az instagram, a tumblr szűkebb közösséghez szól, a twitter pedig kevésbé tudott kibontakozni Magyarországon. Nagyvállalatok is csak "kötelező elemként" tartják fenn az utóbbi csatornát.

Aktív instagram és facebook felhasználóként gyakran tapasztaljuk, hogy egyes események és kezdeményezések tömegeket tudnak megmozgatni és remekül össze tud hozni embereket, továbbá figyelemre méltó érdeklődés és tettvágy tud az emberekben kialakulni. A közösségi média társadalmi hatását az emberek nagyon különbözően ítélik meg, természetesen ennek is van negatív aspektusa, de mindent összevetve igaz, hogy hatalmas tömegek tudnak összegyűlni egy-egy jó cselekedet és esemény mellett. A mi tapasztalatunk az, hogy egyre inkább kialakult trend kiállni valami jó ügy mellett a fiatalok körében.

Így született meg a TDK anyagunk Facebook és Instagram felülete. Az általunk észrevett lehetőségeket, hibákat, problémákat dokumentáltuk és egy olyan fotósorozatot alkottunk meg, amivel az volt a célunk, hogy az emberek figyelmét felkeltsük. Olyan képeket fotóztunk, amik átlagosak tűnnek, ám minden képbe belecsempésztünk utólag valami "oda nem illőt", ami készteti a szemlélőt arra, hogy végiggondolja, miért kerülhetett az oda, vagy esetleg rácsodálkozzon, hogy ő miért nem tudott eddig az adott dolgról. A fotók célja mindenképpen a kizökkentés, legyen az pozitív vagy negatív irányban, de azt szerettük volna, hogy mindenképp érzéseket váltson ki a szemlélőből és elgondolkodtassa.

Munkánk során először körbejártuk a Duna partot és minden olyan helyszínt, mozzanatot dokumentáltunk, ami megfogott minket. Ezekből a fotókból készült egy válogatás, amikről úgy gondoltuk, érdemes lenne tovább dolgozni.

A fotók alapkonceptiója az volt, hogy a mi általunk elkészített színes, vidám képekbe egy kontrasztos, teljesen oda nem illő világot csempésszünk bele. Így jöttek létre kollázsaink, amik színes és fekete-fehér képek kombinációjából állnak. Már ezeknek a teljesen más színvilágú képek együttese is ad egyfajta kontrasztot, ám ha jobban megvizsgáljuk a képeket, akkor jól látszik, hogy a képek tartalma is teljesen ellentmondásos, így mindenképp feltűnik a képet tanulmányozónak, hogy valami nem stimmel.

Ennek a koncepciónak a tovább fejlesztésével született meg a fotósorozatunk, amit a dolgozatunkhoz készített közösségi média oldalakon prezentáltunk. Az instagram és a facebook fiókunk neve is a Dunához kapcsolódik, de egyikben sem jelöltük meg, hogy ez egy TDK munka. Szerettük volna, ha az emberek nem amaitt szeretik, vagy kedvelik, hanem önmagában az oldal mondanivalója miatt.

A képek helyszínei elég változatosak. A Római-parttól Csepelig átfogóan próbáltunk fellelni problémákat, lehetőségeket és helyszíneket.

A képek mondanivalóját mindenki maga dönti el, hogyan értelmezi, ugyanis a fotóknak nem adtunk külön címet, hogy ne befolyásoljuk a szemlélőt. A képekhez címek helyett koordinátákat és hashtaget adtunk meg. A hashtagek segítettek abban, hogy minél több emberhez eljussanak a fotók, mert rengeteg keresés ezen alapul az instagramon. Voltak állandóan használt hashtagjeink, mint pl "dona", "duna", "donabp2017", "donau", "danube", "potential" és a "problem" szavak. A hashtagek mellett a koordinátáknak is jelentős szerepe van, hiszen maga a kiírásban Duna-táj-térkép szerepel. A koordinátáink segítségével jött létre a térképünk, amit nevezhetünk problématerképnek és egyfajta "lehetőség térképnek" is.

A közösségi oldalakat közösen kezeltük, és felváltva készítettük a képeket. Érdekes volt megfigyelni, hogy már a két fős "csapatban" is milyen másfajta gondolatok jutottak eszükbe egy-egy adott képről, ezért is döntöttünk amellett, hogy felváltva csináljuk a posztokat, hogy izgalmasabbak tudjanak lenni a bemutatott fotók.

A közösségi oldalakon teljesen más aktivitás volt észrevehető. Az instagram oldalunkon sokkal több volt a visszajelzés, több emberhez jutott el, többen kedvelték a fotókat.

Figyelnünk kellett, mikor osztjuk meg a képeket, ugyanis ennek is nagy szerepe volt abban, hogy hány emberhez jutottak el az adott fotók. Statisztikák alapján írtak erről is több cikket, hogy minden héten vannak adott napszakaszok, amikor a legtöbb embert érik el a megosztások. Általában ez a hétköznapi esték 7-9 óra közötti időintervallumaira igazak.

Facebookon teljesen másképp működött az oldal, ott leginkább az ismerőseinkhez jutottak el a tartalmak, és az ismerettség körön belül kaptak a képek lájkokat és megosztásokat. Ott is észrevehető volt az esti órákban a nagyobb aktivitás, de ez nem volt annyira szembetűnő, mint az instagram felületen.

Mindkét oldalon volt lehetőség a statisztikák vizsgálatára. Ezeket az grafikonokat

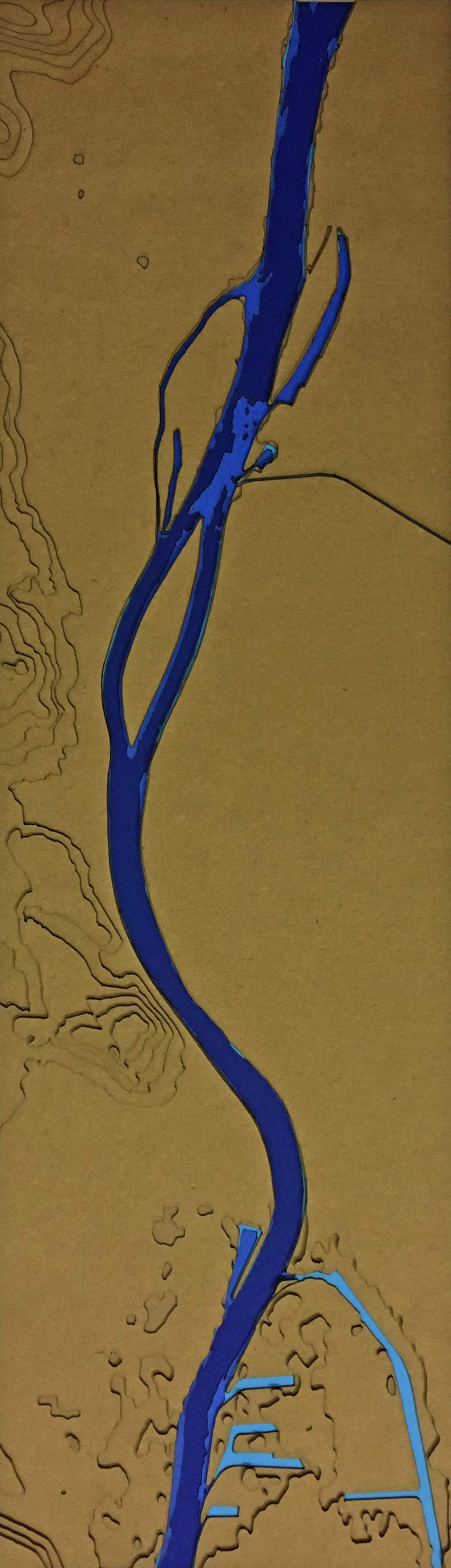
kimentettük. Azt láttuk, hogy a közösségi média viszonylatában rövid idő alatt követőket csak az indulás napjaiban sikerült toborozni, később csak kevesen csatlakoztak, hiszen kizárólag organikus terjedésre tudtunk támaszkodni, lévén, hogy nem fizettünk hirdetésekért. A követők száma a projekt leadásának napján 68 főnél állt meg, átlagosan 8 kedvelés érkezett egy bejegyzésre, és egy poszt átlagosan 156 emberhez jutott el. Ennyi idő alatt ez nem rossz eredmény, különösen a követők számát tekintve, hogy a fennállás ideje alatt a total engagement (a posztokkal történt egyéni interakció összesen) 336 volt. 1980 volt a teljes elérés, ezzel pedig az interakciós ráta 17%, ami jónak mondható.

Összegezve a munkánkat és a mondanivalót, úgy látjuk, hogy sikerült egy olyan kezdeményezést létrehozni, ami eljutott a fiatalokhoz. Sok visszajelzést kaptunk, sokan írtak üzenetet és azt vettük észre, hogy örömmel fogadták a fotóinkat.

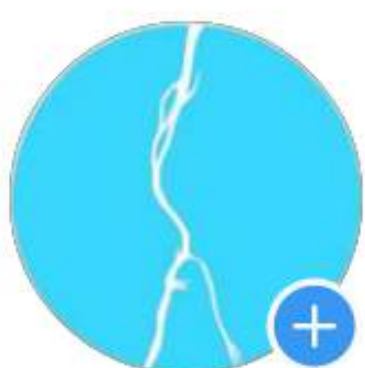
Szeretnénk tovább foglalkozni az oldalunkkal, mert bízunk benne, hogy ez egy nagyobb kezdeményezéssé is kinőheti magát.

A hosszú távú célunk az, hogy egy olyan közösségi oldal jöhessen létre melynek követői örömmel járnak nyitott szemmel, és nem csak mi keressük a problémákat, lehetőségeket. Szeretettel várunk minden olyan fotót amiket mások fotóznak, minden olyan szemszöveget ami nekünk elkerülte a figyelmünket, hogy a Duna parti problématérképünk tovább bővílhessen. Szeretnénk ha egy olyan oldal alakulhatna ki, ahol nem csak mi határozzuk meg milyen legyen a tartalom, hanem a közösséggel együtt alkotjuk a felületet.

Szeretnénk, ha mindenki nyitott szemmel járna!



donabp2017 ▾



15

bejegyzés

61

követők

162

követés

Hirdetés

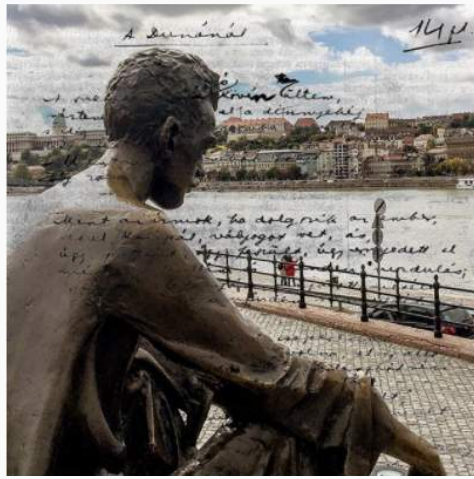
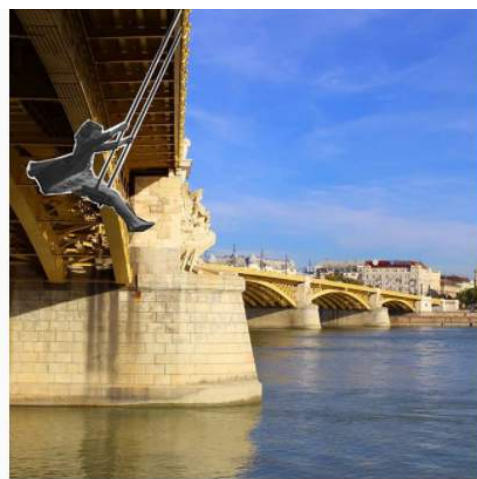
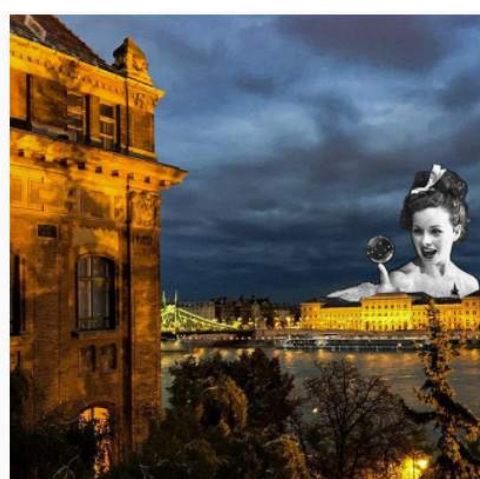
Adatlap
módosítása

DO_NA

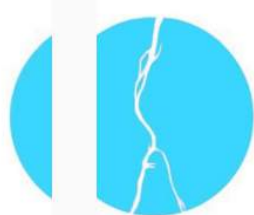
Közösség

Kövessetek minket, szeressétek a Dunát! ❤️.
problémák vagy lehetőségek? Petra & Karina
#BME #DO_NA #Duna

E-mail cím



D



N

I

A



Elemzések



Instagram

← Elemzések

donabp2017

62 követő

+5 különbség az elmúlt 7 napban

14 bejegyzés

+1 különbség az elmúlt 7 napban

241 megjelenés

-712 különbség az elmúlt 7 napban

54 profilmegtekintés

-131 különbség az elmúlt 7 napban

94 elért ember

-87 különbség az elmúlt 7 napban

Követők

+

A demográfiai adatok megjelenítéséhez legalább 100 követő kell.

Bejegyzések Továbbiak

Közzétéve: 2017. október 18., szerda 9:07

27 Kedvelők	1 Hozzászólások	0 Mentve
185 Megjelenések	95 Elérés	28 Aktivitás

Megjelenések

Ennyiszor látták a bejegyzésedet.

Elérés

Azoknak az egyedi fiókoknak a száma, amelyek látták a bejegyzésedet.

Aktivitás

Ennyi alkalommal kedvelték és mentették a bejegyzésedet, illetve szóltak hozzá.

Mentve

Azoknak az egyedi fiókoknak a száma, amelyek mentették a bejegyzésedet.



Facebook

Oldal | Bejövő üzenetek | Érintések | **Elemzések** | Közvetlen csatlakozók | Beállítások | Súgó

Áttekintés

Az oldal összetételéről | Legutóbbi 28 nap

A 2017. október 1. és 2017. október 28. közötti időszak eredménye. Megjegyzés: A mai adatok nem összehasonlíthatók az elemzésekben megadott tesztperiódusokhoz a Csomagkezelés | **Organikus** | **Fizetett**

Műveletek az oldalon
szepember 30. – október 27.

215
Elérhető látogató **+100%**

Oldalmegtekintések
szepember 30. – október 27.

43
Oldal előnézeti **+100%**

Oldal előnézeti
szepember 30. – október 27.

69
Oldalnézet **+100%**

Elérés
szepember 30. – október 27.

1185
Elért ember **+100%**

Ajánlások
szepember 30. – október 27.

71
Oldal követői **+100%**

Bejegyzésaktivitás
szepember 30. – október 27.

386
Bejegyzéshez költött idő **+100%**

Videók
szepember 30. – október 27.

71
Oldal követői **+100%**

Követők

A nap adatok rögzítése a csomagkezelés időtartama szerint történik. | 1 hét | 1 hó | 1. NE | Elője: 2017. 10. 1. | Vége: 2017. 10. 28.

Az oldal követőinek teljes száma a mai napon: 72

Oldal teljes követőszáma

72
2017. október 28. | Képzés (aktív) száma egy fiókonként

Nettó követőszám
A nettó követőszám az új követők számából a megszűnt követők számának kivonásával áll össze.

MEGŐSZÁMOK: Az új nap legutóbbi napjának időbeli összehasonlítása. Oldal teljes követőszáma.

MEGŐSZÁMOK: Az új nap legutóbbi napjának időbeli összehasonlítása. Megszűnt követők. Organikus követők. Fizetett követők. Netó követőszám.

SZERETNÉD, HOGY TÖBBSZÖR KEDVELÉSEK AZ OLDALADAT? Ha már láttad a bejegyzést, több ember vonzóbbá teheted az oldaladra.

Oldal hívtelése

Bejegyzés elérése

A nap adatok rögzítése a csomagkezelés időtartama szerint történik. | 1 hét | 1 hó | 1. NE | Elője: 2017. 10. 1. | Vége: 2017. 10. 28.

Bejegyzés elérése
Azoknak az embereknek a száma, akiknek a bejegyzésed megjelent.

MEGŐSZÁMOK: Az új nap legutóbbi napjának időbeli összehasonlítása. Organikus. Fizetett.

Kedvelések hozzászólások

Kedvelések, hozzászólások és megosztások
Ezeket a típusokat látja az értesítés.

MEGŐSZÁMOK: Az új nap legutóbbi napjának időbeli összehasonlítása. Reakciók. Hozzászólások. Megosztások. Válaszok. Igénylések. Egyéb.

Oldalmegtekintések

A nap adatok rögzítése a csomagkezelés időtartama szerint történik. | 1 hét | 1 hó | 1. NE | Elője: 2017. 10. 7. | Vége: 2017. 10. 28.

Megtekintések száma összesen | Terület szerint

8 Megtekintések száma összesen

Bejegyzések

Mikor érhető el a rajongód? | Bejegyzéstípusok

A megjelenített adatok egy friss 1 hetes időszakra vonatkoznak. Az időpontok a számítógép helyi időzónájának megfelelően látszanak.

Bejegyzések

Minden közzétett bejegyzés

Előre: **organikus/ fizetett** | Bejegyzés típusa: **szöveg** | Reakciók, hozzászólások és megosztások: **0**

Közzététel	Bejegyzés	Típus	Célzás	Elérés	Interakció	Reklámozás
2017. 10. 28. 11:16		47°34'42.8"N 10°09'50.5"E	#Dona #Bárány #Promozat	628	30 / 14	Bejegyzés kezelése
2017. 10. 20. 19:14		gifs Just wanna have fun	#outapest #outapest	324	3 / 7	Bejegyzés kezelése
2017. 10. 19. 22:27		#Budapest #csoport #szombat #szombat #buda		263	2 / 4	Bejegyzés kezelése

Bejegyzések

Mikor érhető el a rajongód? | Bejegyzéstípusok

A különböző bejegyzéstípusok sikere átlagos elérés és az interakciók száma szerint.

Összes bejegyzés megjelenése: **szöveg** | **videó** | **bejegyzés kérdőjel** | **reklámozás** | **hozzászólás** | **megosztás**

Típus	Átlagos elérés	Átlagos interakció
Reklámozás	20%	0%
Bejegyzés kérdőjel	20%	0%

Személyek

A követők | **Elért személyek száma** | **Aktív felhasználók**

Azok az emberek, akik követik az oldaladat.

66% A követők | **34%** A követők

Ország	A követők	Város	A követők	Nyelv	A követők
Magyarország	62	Budaörs	45	magyar	40
Németország	3	Kapuvár, Somogy me...	4	angol (Egy)	9
Franciaország	2	München, Bayernszög...	2	angol (Amerikai Egye...	9
Belgium	1	Quy, Quyl-Maison (Esp...	2	német	2
Svédország	1	Stoepel, Csongrád me...	2	spanyol (Spanyolország)	1
Spanyolország	1	Egri, Heves megye	1	spanyol	1
Összesen	1	Franciaország, Ürmény	1	holland	1
Franciaország	1	Paris	1		1