



PÁLYÁZAT

**AZ ELTE ÁJTK HÖK
JURÁTUS FŐSZERKESZTŐI
TISZTSÉGÉRE**

VARGA DOMINIKA KINCŐ

2019. ÁPRILIS 19.

TARTALOM

BEMUTATKOZÁS	2
FŐSZERKESZTŐI PROGRAM	3
Lapmenedzserek	3
Alumni	4
Utánpótlás	4
ÖSSZEGZÉS	4

BEMUTATKOZÁS

Gólyakorom óta a Szerkesztőség tagja vagyok, mivel középiskolában is részt vettem a gimnázium diáklapjának szerkesztésében, magától értetődő volt, hogy az egyetemen is szeretnék az újsághoz csatlakozni.

A Jurátusban először íróként kezdtem, egy évvel rá pedig rovatvezető lettem. A Sport, Humor és Vélemény „mozgórovatokat” kaptam, az első kettőből hamarosan az Életmód rovatot hoztuk létre, ami írói és olvasói oldalról is állandó népszerűségnek örvend. Tavaly augusztustól kért fel a jelenlegi főszerkesztő, Szövérfy Margit főszerkesztő-helyettesé.

Az elmúlt majd’ három év alatt rengeteget fejlődtem: azon túl, hogy az íráskészségem javult, megtanultam csapatban dolgozni, és kisebb csoportot koordinálni, számos képességre szert tettem. Mivel a Jurátus Instagram és Facebook fiókjainak állandó adminisztrátora vagyok, ezért megtanultam ezen felületek üzleti oldalainak kezelését, folyamatosan figyelem a trendeket, algoritmus-váltásokat, statisztikákat. Az újság weboldala WordPress-alapú, amit a főszerkesztő segítségével és útmutatójával megtanultam használni, a posztok egységességét segítő „look-book” megkönnyíteni és kiszervezhetővé teszi a munkát.

Az újságírás számomra egy olyan állandó hobbi, ami biztos vagyok benne, hogy az életem későbbi szakaszaiban is el fog kísérni. A Jurátus Szerkesztősége pedig egy olyan kis család, aminek szívesen vagyok a tagja.

Nem állítom, hogy a „know-how” minden elemében a birtokomban van, de az elmúlt év alatt igyekeztem minél jobban megfigyelni a főszerkesztő munkáját, részt venni a feladatok elvégzésében, támogatni a tevékenységét, és úgy gondolom, hogy képes vagyok beletanulni a szerepkörbe.

Az elmúlt három évben, két különböző főszerkesztő alatt, folyamatosan változó csapattal dolgoztam együtt. A jelenlegi főszerkesztő legfőbb pozitív tulajdonsága az a precizitás és pontosság, ami bennem ilyen mértékben nincsen meg, azonban a felmerülő problémákat igyekszem kreatívan kezelni, hogy a legkevesebb konfliktussal, a leghamarabb oldjuk meg őket.

FŐSZERKESZTŐI PROGRAM

Megválasztásom esetén nem tervezek sem személyekben, sem szervezetileg nagy változást a Szerkesztőség életében. Úgy gondolom, hogy sikeresen átálltunk az online felületre, a naponta megjelenő cikkeink egy jól működő folyamat eredménye, melyben a rovatvezetők, olvasószerkesztők és írók is tisztességgel és eredményesen dolgoznak. Tehát az újság a főfeladatát maradéktalanul ellátja, a folyamatos fejlődés biztosított.

Az utóbbi hónapokban eljutottunk arra a szintre, hogy rendszeresen keresnek meg minket szervezetek, cégek, ügyvédi irodák, hogy írjunk, posztoljunk róluk, ami egyértelműen annak a jele, hogy tényezővé váltunk a Karon. A három nagy szakkolégium (Bibó, MCC, JÖSz) gyakorlatilag minden nyilvános eseményére meginvitálja a szerkesztőség képviselőit, ami felettébb hízelgő visszajelzés számunkra.

Főszerkesztői programom három pontból áll, melyek nem kifejezetten az újság mindennapos főfeladatával, hanem az újság mint szervezet kérdésével foglalkoznak.

Lapmenedzserek

Szabó Tamás HÖK elnök ciklusai alatt többször felmerültek problémák a HÖK és Jurátus közös életével kapcsolatban. Mindkét szervezet úgy látta megfelelőnek, hogyha a Jurátus kiválik a HÖK szervezetrendszeréből, és külön folytatja útját. Ehhez az első lépések megtörténtek, jelenlegi állás szerint az augusztusi függetlenedés a reális.

Megválasztásom esetén főszerkesztőként célokom, hogy a Jurátus függetlenedni tudjon, önálló szervezetként is megállja a helyét, és a HÖK-ből való kiválásból kizárólag profitáljon.

Úgy gondolom, hogy ehhez a lapmenedzserek projektjei és feladatai kiemelkedően fontosak, hiszen az ő feladatuk azoknak a kérdéseknek intézése, melyek nem a publikálással kapcsolatosak. Gondolok itt többek között a hirdetésszervezésre, melyből a Szerkesztőségnek bevétele származhat, erős social media felület kiépítésére, mely az utóbbi években sokat javult,

azonban van hova fejlődni. Ezek biztosítják a magas olvasószámot, és segítik, hogy a megfelelő kapcsolati hálóval a Jurátus beépüljön az egyetemi életbe, és tényezővé váljon.

Alumni

Ugyanúgy az egyetemi életbe való épüléshez tartotik az Alumni létrehozása is. Több száz olyan végzett jogász, politológus van, akik korábban a Jurátus munkatársai voltak. Őket szeretnénk felkeresni, és mintegy identitásképző erőként használni az Alumni tagjaink listáját. A honlapon kívánjuk feltüntetni a valaha volt tagjaink nevét, ezzel vonzóvá téve a tagságot, és perspektívát adva arra, hogy kiszélesítsük a lehetőségeinket.

Ez a munka már elkezdődött, és számos volt taggal felvettük a kapcsolatot. Céлом, hogy valóban meg is valósuljon ez az adatbázis, mely véleményem szerint megannyi pozitívummal járna a szerkesztőség életére nézve.

Utánpótlás

Tudomásom szerint minden hallgatói szervezet küzd a folyamatos utánpótlás kérdésével, azzal, hogyan tud újabb és újabb embereket megszólítani és bevonni a csapatába. Nincsen ez másként a Jurátusnál sem. Habár az elmúlt évben nagy előrelépést tapasztalhattunk, és a Szerkesztőség létszáma mintegy a duplájára növekedett, nem tehetjük hátra a kezünket, hiszen a rotáció állandó. Egyes, nagyon hasznos tagjaink lediplomáztak, mások passzíváltak, így a következő felvételi időszakra is már most el kell kezdenünk készülni.

A tavalyi ON Fairén lévő „Instagram képkertes” fotózás sikerének köszönhetően láthattuk, hogy nem a hallgatók nyitottságával, sokkal inkább a hallgatók elérésével lehet a probléma, hiszen a megfelelő megszólításra rengeteg pozitív válasz érkezett.

Céлом, hogy megválasztásom esetén konkrét stratégiát fogalmazzunk meg a felvételi kampányunkra tekintettel, kiemelten az ON Fair eseményére, és a social media felületeinkre vonatkozóan.

ÖSSZEGZÉS

Összességében tehát a Jurátus hallgatói szervezetként való építését célzom, hogy egy nagyobb presztizsú, vonzó közösség legyen, ami a Hallgatói Önkormányzaton kívül is megállja a helyét. Ehhez pedig meglátásom szerint nem elég, hogy kiváló cikkek kerülnek publikálásra nap mint

nap, hanem olyan marketing stratégia kell, ahol a közösségi média felület vonzó, az Alumni tagokra büszkék lehetünk, és ezáltal folyamatosan jelentkeznek hozzánk új hallgatók.