



CIVIL
LIBERTIES
UNION FOR
EUROPE



Co-funded by
the European Union

LIBERTIES CIVIC SPACE MESSAGING LAB

HOGYAN SZEREZZÜNK TÁMOGATÁST A CIVIL TÉRHEZ: ÜZENETKÜLDÉSI ÚTMUTATÓ A MAGYAR CIVIL TÁRSADALOM SZÁMÁRA

Írta: Israel Butler

A Narratíva- és Keretelési Csoport vezetője

Civil Liberties Union for Europe

December 2025



TABLE OF CONTENTS

I. Az útmutatóról	3
II. A jelenlegi üzenetküldési gyakorlat hátrányai	5
A. Szerkezeti hibák	5
i. Amikor nem adsz elég jó okot a célközönségnek, hogy foglalkozzon az üggyel	6
ii. Amikor az üzenet leginkább arról szól, milyen probléma ellen küzdötök	8
iii. Amikor a technikai megoldást kifejtetted, de nem adsz jövőképet	9
iv. Közvetlen ellentmondások, káros keretezések megisméltése	10
B. Üzenet részleteiben rejlő hibák	11
i. Negatív szlogenek	11
ii. Túlságosan bonyolult nyelvezet használata	12
iii. Edukációs megközelítés	15
III. Üzenetminták és kreatív elemek	17
A. Meggyőző üzenet felépítése	17
B. A négyrészes narratív struktúra alkalmazása	18
C. A kampánystratégiát befolyásoló üzenetközvetítési szempontok	19
D. Üzenetközvetítési minták	23
i. A „mi döntünk” narratíva	23
ii. Üzenetek konkrét progresszív ügyekről	25
a) Migráció	26
b) Környezetvédelem	29
c) Egyenlő házasság	32
d) Abortuszhoz való jog	34
iii. Példák a progresszív ügyekről szóló üzenetek és az őket népszerűsítő civil szervezetek összekapcsolására	35
iv. A fatalizmus kezelése és a civil szervezetek által kínált kollektív cselekvési eszközök hangsúlyozása	36
E. Hogyan reagáljunk félrevezető híresztelésekre?	38
Melléklet: Összefoglaló a célközönség civil szféráról alkotott attitűdjéről	42
Kapcsolat	44

I. Az útmutatóról

Ez az útmutató olyan szervezetek dolgozóinak készült, amelyek szeretnék a haladó ügyekkel, például emberi jogokkal, esélyegyenlőséggel, korrupcióellenességgel és környezetvédelemmel foglalkozó civil szervezetek megítélését javítani a közvéleményben olyan eszközökkel, mint a kampányok, a stratégiai pereskedés és az érdekképviselet. Útmutatónkban a továbbiakban az ilyen civil szervezetekre „érdekvédelmi civil szervezetek”-ként hivatkozunk.

A haladó ügyekkel kapcsolatban, mint az emberi jogok, az esélyegyenlőség, a környezetvédelem és a társadalmi igazságosság, a lakosság legalább három szegmensre osztható. Vannak, akik eltökélten támogatják az ügyeteket (a bázisotok), vannak, akik eltökélten ellenzik (ellenzők), és vannak, akik középen állnak és mozgathatók. A mozgatható középső szegmensen belül is vannak, akik inkább támogatnak titeket (szoft támogatók), akik inkább az ellenfeleiteket támogatják (szoft ellenzők) és akik bármelyik irányba mozdulhatnak (bizonytalanok).

A „bázisotok” tartalmazza a már meglevő támogatóitokat, de azokat is, akik nagy valószínűséggel támogatni fognak benneteket, ha az üzeneteitek elérnek hozzájuk. A különböző országokban, különböző emberi jogi témákban végzett kutatások szerint ez a bázis a lakosság

jellemzően 15–25%-a közötti értéket tesz ki.¹ Ugyanez igaz az ellenzőkre. A bázis és az ellenzők jellemzően nem változtatják meg a véleményüket. A középen állók azonban olykor igen. A lakosság nagy része jellemzően a mozgatható középső szegmensbe tartozik.

A nagyközönség felé irányuló olyan kampányokban, amelyeknek célja támogatást szerezni egy adott ügyben, meg kell próbálni mobilizálni a bázisotokat, segítségükkel eljuttatni az üzenetet a mozgatható középső szegmenshez, és annak legalább egy részét magatok mellé állítani. Ebben az útmutatóban ahhoz nyújtunk tanácsokat, hogyan lehet mobilizálni és meggyőzni a bázist, a szoft támogatókat és a bizonytalanokat.

Jelenleg az érdekvédelmi civil szervezetek olyan üzeneteket alkalmaznak, amelyek jellemzően csak a támogatóiknál érnek célt, de a mozgatható középső szegmens körében hatástalanok, sőt akár kontraproduktívak. Ez ellentétben áll azzal, ahogyan az ellenfeleitek üzenetei működnek. Noha Magyarországra vonatkozóan nincsenek ezt igazoló adataink, a más országokból származó bizonyítékok azt mutatják, hogy az érdekvédelmi civil szervezetek elleni összehangolt lejárató kampányok a bizonytalanokat a semlegesből inkább a negatív irányba mozdítják, míg a támogatók és a

1 A legtöbb ilyen kutatás publikálatlan; de a lakosságot szegmensekre osztó kutatás, például a More In Common migrációra vonatkozó attitűdöket vizsgáló kutatása, elérhető az egyesület [honlapján](#).

szoft támogatók hozzáállását nem befolyásolják.² A civil szervezetek elleni lejárató kampányokat önálló eszközként is használják a civil szervezeteknél dolgozók zaklatására és megfélemlítésére, illetve a közvélemény bizalmának és támogatásának csökkentésére, ugyanakkor gyakran előfutárai a civil szféra korlátozására vonatkozó jogi és szakpolitikai javaslatoknak.

Ez az útmutatás segít abban, hogy a támogatásokra ösztönözzék a támogatókat és a szoft támogatókat, és meggyőzzék a bizonytalanokat. Ennek eredményeképpen az érdekvédelmi civil szervezetek könnyebben küzdenek meg a korlátozásokkal, háríthatják el a lejárató kampányokat, és mozgósíthatják hosszú távon a nyilvánosság támogatását egy egészséges civil társadalom kialakításához szükséges intézkedések mellett.

Az útmutató a narratív változással kapcsolatos tudományos eredményekre és gyakorlatokra épül. Ezt a megközelítést kiadványunkban „meggyőző üzenetküldés” néven említjük. Ez jelentős mértékben [Anat Shenker-Osorio](#) munkáján alapul. Az útmutatóban szereplő ajánlások kidolgozásához elemeztük a magyar közvélemény civil társadalommal kapcsolatos attitűdjeit, valamint üzenettestelést is végeztünk. Ezeket a Facebookon hajtottuk végre (2024 júniusában és júliusában) kiválasztott magyar nyelvű oldalakon social listening technikával, illetve fókuszcsoporthoz tartozókkal (2025 októberében). Ugyanebben a projektben a helyi

környezetvédelemmel kapcsolatos attitűdvizsgálatot és üzenettestelést is végeztünk, amelynek eredményeit szintén felhasználtuk az útmutató megírásához. Bár az üzeneteket a bizonytalanokon teszteltük, mint fent említettük, úgy alakítottuk ki azokat, hogy a bázishoz és a szoft támogatókhoz is szóljanak. Más szóval, ebben az útmutatóban nem szerepelnek olyan üzenetek, amelyek potenciálisan elidegeníthetik a bázisokat vagy a szoft támogatókat.

Útmutatónkban a „haladó” szót pártpolitikától független értelemben használjuk olyan ügyekre, amelyeket az Európai Unió különböző jogi eszközei, például az Európai Unió Alapjogi Chartája, közérdekűnek ismernek el.

Az útmutató II. szakasza az érdekvédelmi civil szervezetek olyan üzenetküldési szokásaival foglalkozik, amelyek valószínűleg kontraproduktívak, és elmagyarázza, mit kellene alkalmazni ezek helyett. A III. szakasz elmagyarázza, milyen a meggyőző üzenetek szerkezete, és mintaüzeneteket is bemutat, köztük kreatív tartalmakat, illetve a támadásokra reagáló üzeneteket.

2 Ld. még az alábbi kiadvány Mellékletében áttekintett kutatást: [Butler, I., ‘How to talk about civic space: A guide for progressive civil society facing smear campaigns’, Civil Liberties Union for Europe, 2021.](#)

II. A jelenlegi üzenetküldési gyakorlat hátrányai

A II. szakasz áttekinti az érdekvédelmi civil szervezetek üzenetküldési szokásait, rámutat azokra az esetekre, amikor ezek kontraproduktívak, és ötleteket ad a javításra. A kampányolók gyakran elkövetnek bizonyos hibákat, amikor megpróbálják meggyőzni a közvéleményt arról, hogy támogassák az érdekvédelmi civil szervezeteket általában, vagy a konkrét ügyeket, amelyekért küzdenek. Ezek a hibák két kategóriába sorolhatók. Az egyik az üzenetek szerkezete. A másik pedig az üzenetküldés részletei. Ebben a szakaszban, annak érdekében, hogy elkerülhesd őket, áttekintjük ezeket az üzenetküldési hibákat.

A. Szerkezeti hibák

A kampányolók jellemzően olyan üzenetekkel próbálnak támogatókat szerezni, amelyek az előttük álló problémákra koncentrálnak (például a gyülekezési jog korlátozása, a civil szervezetek bürokratikus terheinek növelése, a források csökkentése vagy a rágalomkampányok), majd felvázolják a megfelelő jogi vagy szakpolitikai megoldást (például a vonatkozó

törvények, szakpolitikák vagy intézményi struktúrák megváltoztatása).

Azok az üzenetek, amelyek kizárólag a fenti összetevőket (vagy azok egyikét) tartalmazzák, általában nem tudják hatékonyan meggyőzni a nagyközönséget a már meglevő támogatóikon kívül. Ezzel nem azt akarjuk mondani, hogy az üzenet ne tartalmazzon információt a problémáról és a megoldásról. Inkább az a baj, hogy bizonyos további összetevők hiányoznak. Például a fenti struktúra nem magyarázza el (megfelelően) a célközönségnek, miért kellene foglalkoznia a tárgyalt üggyel – legyen akár általánosságban a civil térről, akár az érdekvédelmi civil szervezetek által képviselt konkrét ügyekről szó –, nem fejt ki a probléma okát, és nem nyújt a célközönségnek egy őket inspiráló víziót.

Az ebben az alszakaszban tárgyalt szerkezeti hibák megértéséhez segít, ha a kampányolók először megértik, milyen szerkezet garantálja leginkább egy üzenet hatásosságát. Ezzel a III. szakasz fog részletesebben foglalkozni.

A meggyőző üzenet (más néven „narratíva”) szerkezete:

- 1) Értéknyilatkozat: mondd el a célközönségnek, hogy az általatok képviselt ügy olyasmi, ami fontos nekik, illetve a számukra fontos vagy hozzájuk hasonló embereknek.

- 2) A probléma ismertetése: mutasd be a célközönségnek, hogy az általuk fontosnak tartott dolgok veszélyben vannak, vagy nem valósulnak meg. Magyarázd el, ki vagy mi okozza a problémát, és bizonyos esetekben azt is, miért teszi.
- 3) A jövőkép bemutatása: ismertetni kell a közönséggel, hogy milyen lesz a világ, ha a megoldások megvalósul. Ez gyakran visszautal az értéknnyilatkozat lényegére. Nevezd meg a megoldást, de ne ragadj le a szabályozási részleteknél.
- 4) Szükség esetén említs meg múltbeli pozitív társadalmi változásokat, hogy meggyőzd a célközönséget: a változás igenis lehetséges. Mondd el nekik, hogyan támogathatják az általad felvázolt megoldást.

i. Amikor nem adsz elég jó okot a célközönségnek, hogy foglalkozzon az üggyel

Az érdekképviselői civil szervezetek gyakran adnak (elég jó) okot arra, miért kéne a célközönségnek támogatnia az általuk képviselt ügyeket. Gyakran elvontan, szakkifejezésekkel beszélnek az általuk képviselt ügyekről. A támogatók jellemzően ismerik ezeket a szakkifejezéseket, és elvi alapon értenek egyet. A mozgatható középső szegmens azonban nem érti, például azt, hogy az emberi jogi normák hogyan segítik vagy védelmezik azokat a dolgokat, amelyeket ők fontosnak tartanak. Az elvont érvelések, amelyek nem kapcsolódnak a célközönség által fontosnak tartott kézzelfogható dolgokhoz vagy erkölcsi szabályokhoz, nem váltanak ki belőlük érzelmi reakciót. Márpedig ez szükséges ahhoz, hogy

mobilizáld őket az üzeneted terjesztésére és az ügy cselekvéssel való támogatására.

Például megkértük a fókuszcsoporthoz résztvevőit, hogy reagáljanak az alábbi üzenetre:

‘A demokrácia szempontjából elengedhetetlen az erős és egészséges civil szféra. A civil szervezetek lehetőséget teremtenek a mindennapi polgárok számára, hogy a politikusokkal megbeszéljék a problémáikat. Szakértelmükkel segítik a törvényhozók munkáját és azt, hogy azok jobb törvényeket hozzanak, és figyelemmel kísérik a hatalmon lévőket, hogy azok ne szegjék meg a törvényeket és ne vegyék el jogainkat.’³

Ez az üzenet egy olyan érvelés összefoglalása, amelyet az érdekképviselői civil szervezetek gyakran felhoznak, csak az ő jellemző

3 Magyar fordítás: „Egy erős és egészséges civil társadalom elengedhetetlen a demokráciához. A civil szervezetek lehetőséget adnak a hétköznapi polgároknak arra, hogy politikusokkal beszélgessenek azokról a problémákról, amelyeket meg akarunk oldani. Szakértelmüket a törvényhozók rendelkezésére is bocsátják, hogy azok jobb törvényeket alkossanak, és figyelemmel kísérik a hatalmon lévőket, hogy ne szegjék meg a törvényeket, és ne fasszanak meg minket a jogainktól.”

megfogalmazásuknál némileg tömörebb és egyértelműbb formában. Ugyanezt vagy egy ehhez hasonló üzenetet teszteltek fókuszcsoporthoz három más európai uniós országban is. A résztvevők mindegyik országban csaknem ugyanúgy reagáltak rá. Tetszett nekik, hogy rövid és tömör, de megjegyezték, hogy az érzelmekre nem hat.

Ráadásul a magyar fókuszcsoporthoz bizonytalan résztvevőiben előhozta azt a negatív keretezést, hogy az érdekképviselői civil szervezetek politikával foglalkoznak, ezt pedig a kiinduláskor negatív dolognak tartották. Valószínűleg ezt az okozta, hogy az üzenet szerint az érdekképviselői civil szervezetek politikusokkal kommunikálnak és részt vesznek a törvényhozásban. Viszont fontos megjegyezni: a közönség hamar elállt attól a véleményétől, hogy a civil szervezeteknek nem szabad belefolyniuk a politikába, amint olyan

üzeneteket kaptak, amelyek ennek a gyakorlati megvalósításáról szóltak, vagyis hogy a szervezetek összehozzák az embereket közös ügyek mentén, hogy pozitív társadalmi változást idézzenek elő. Erről később még lesz szó.

Az érdekvédelmi civil szervezetek által jellemzően felhozott jogi érvek szintén kevés eséllyel hatnak a mozgatható középső szegmensre. Ennek szintén az az oka, hogy a célközönség általában nem kapcsolja össze a konkrét jogi normákat a számukra fontos dolgokkal.⁴ Az útmutató III. szakasza ezzel mélyebben foglalkozik, de alább található pár rövid példa arra, hogyan lehet elmozdulni az elvont vagy jogi érvelésektől és azt kifejtetni, hogy ezek az elvek vagy normák milyen olyan dolgokat tesznek lehetővé, amelyek a célközönség számára fontosak.

EREDETI	MÓDOSÍTOTT
Az emberi jogi előírások kötelezik a kormányokat, hogy azok biztosítsák az emberek alapvető szükségleteit.	Az emberi jogok alapján követelhetjük, hogy vezetőink erőforrásokat biztosítsanak a települések megfelelő működéséhez, például jó iskolákat és modern kórházakat.
Mindenki védelmet élvez a diszkriminációval szemben.	Nem számít, milyen a bőrünk színe, kit szeretünk, hogyan imádkozunk vagy hány évesek vagyunk, a legtöbben egyetértünk abban, hogy egyenlő esélyeket kell kapnunk a boldoguláshoz.

4 Hasonlóképpen lásd még az [Anat Shenker-Osorio ausztráliai üzenettesztelési kutatásának](#) közzétett eredményeit.

Egyenlő házasság.	Mindenkinek lehetőséget kell adni arra, hogy hosszú távon elköteleződjön a párja mellett, akárkihez is vonzódik.
Környezetvédelem.	A legtöbben azt szeretnénk, hogy gyerekeink tiszta levegőt lélegezzenek be, és tiszta vizet igyanak.
Demokrácia.	Mind azt szeretnénk, hogy vezetőink meghallgassák a problémáinkat, és azt tegyék, ami az egyszerű embereknek a legjobb.
Korrupcióellenesség.	Az adókat mindannyiunk számára hasznos dolgokra kellene fordítani, például utakra, iskolákra és kórházakra.
Menedékjog.	A legtöbben bármit megtennénk, hogy biztonságban tudhassuk a családjunkat, és jobb életet nyújthassunk nekik. Dolgozunk, áldozatokat hozunk, vagy akár a lakóhelyünket is elhagyjuk, hogy legyen ennivalójuk, fedél legyen a fejük fölött, és gyermekeink megfelelő iskolába járhatnak.

ii. Amikor az üzenet leginkább arról szól, milyen probléma ellen küzdötök

Az érdekvédelmi civil szervezetek üzenetei jellemzően azokra a problémákra koncentrálnak, amelyek ellen küzdenek. Például a civil tér esetében felhívod a célközönség figyelmét, hogy a kormány csökkentette vagy megvonta a civil társadalomnak nyújtott támogatásokat. A környezetvédelem esetében például tájékoztatod a célközönséget, milyen mértékű környezetszennyezést okoz a fosszilis üzemanyagok

használata. A migráció esetében felhívhatod a közönség figyelmét arra, hogy a bevándorlókat olykor visszatoloncolják, vagy igazságtalan módon bánnak velük.

Azonban pusztán annak tudatosítása, milyen problémák ellen küzdenek az érdekvédelmi civil szervezetek, általában nem elegendő arra, hogy a bázisukon kívül támogatást szerezzenek nekik, és több hátránya is van. Először is előfordulhat, hogy a célközönség oda se figyel, mert nem akar kizárólag negatív üzeneteket

hallani. Másodszor lehet, hogy úgy érzik: ez a probléma túl nagy, vagy nehéz megoldani.

Harmadszor lehetőséget teremt arra, hogy a közönség a saját (gyakran téves) elképzeléseivel magyarázza a probléma okát. Például: a kampányolók elmondják, hogy a kormány nyomozást folytat egy korrupcióellenes civil szervezet ellen azzal az ürüggyel, hogy az külföldi adományozók érdekeit képviseli, és beavatkozik a helyi politikába. A kampányolók esetleg úgy gondolják: e tényeket a közönség annak bizonyítékaként fogja majd fel, hogy a kormány igyekszik elhallgattatni a korrupciót jogosan kritizálókat, és helyteleníteni fogja ezt. Magyarországon azonban a bizonytalanok egy olyan negatív keretben látják a dolgokat, amely szerint az érdekvédelmi civil szervezetek Magyarország érdekeivel szemben tevékenykedő külföldi támogatók befolyása alatt állnak, és belefolyanak a politikába. Ezért a közönség az ilyen jellegű üzenetet valószínűleg helyesléssel fogadja, és úgy véli, az ilyen átvilágítások szükségesek a külföldi beavatkozás kizárására, vagy úgy vélik, mindez pusztán egy politikai küzdelem a politikusok és a kompetenciájukon túllépő, a politikába beavatkozó civil szervezetek között.

Ezért fontos, hogy az üzeneted ne csak a problémáról szóljon. Érdeemes azt is belevenni, miért kell a célközönségnek törődnie az érdekvédelmi civil szervezetekkel, és amennyiben rágalmozó kampányra reagálsz, a támadás mögött meghúzódó motivációt is elmagyarázni.

iii. Amikor a technikai megoldást kifejtet, de nem adsz jövőképet

A kampányolók gyakran konkrét javaslatokkal állnak elő arra nézve, milyen jogi és szakpolitikai reformokat hajtson végre a kormány. Valóban fontos beszélni a szakpolitikákról és a technikai részletekről, amikor a hatóságokkal kommunikálsz. De a nagyközönséget nem eléggé mobilizálja az, ha pusztán törvényekről és szakpolitikákról beszélsz, sőt, ha túlzottan belemész ezeknek a részleteibe, az még konttraproduktív is lehet.

Ehelyett csak említés szintjén érdemes foglalkozni azzal, milyen jogszabályt, szakpolitikát vagy döntést várnátok a hatóságoktól. Ugyanakkor meg kell osztani a jövőképeteket is: ha megszületik ez a megoldás, milyen lesz a világ? Mit kap a célközönséged ettől a megoldástól? Az alábbiakban bemutatunk pár példát.

NEMCSAK A GYAKORLATI MEGOLDÁS	HANEM ANNAK AZ EREDMÉNYE IS
A kormánynak be kellene vezetnie / emelnie kellene a minimálbért.	A dolgozóknak eleget kellene keresniük ahhoz, hogy eltartsák a családjukat.
A bíróságoknak automatikusan el kellene utasítaniuk azokat az ügyeket, amelyekben nincs elegendő bizonyíték, a felperessel kifizettetniük a költségeket, és kártalanítani az alperest.	Ha megvédjük az újságírókat a koncepciók perektől, akkor megfelelő információkat fogunk kapni arról, teljesítik-e vezetőink azokat a követeléseinket, amelyek számunkra fontos dolgokra vonatkoznak.

A civil szervezeteket meg kell védeni a megfélemlítő célú hatósági ellenőrzésektől és a rágalmozó kampányoktól.	Ha szabadon összegyűlhetünk és hallathatjuk a hangunkat, követelhetjük, hogy a vezetőink oldják meg a minket aggasztó problémákat.
A kormánynak be kellene fektetnie a megújuló energiaforrásokba, a zöld technológiákba, és az energiamegtakarító intézkedésekbe.	Ha támogatást kapnak a helyben generált zöld energiák, és átalakítjuk az otthonokat, nem kell fagyoskodnunk télen.
A kormánynak minimális követelményeket kellene megszabnia a nyilvános konzultációkhoz.	Mindannyian szeretnénk beleszólást a minket érintő ügyekbe. / Ha a polgárok elmondhatják a véleményüket, a vezetők olyan döntéseket fognak hozni, amelyek mindannyiunknak a javunkra válnak.

iv. Közvetlen ellentmondások, káros keretezések megisméltése

Amikor egy civil szervezet rágalomhadjárat áldozatává válik, a leggyakoribb reakciója az, hogy ellentmond a rágalomnak, és igyekszik felvázolni a valós tényeket, gyakran „mítosz kontra valóság” módszerrel. Azonban ha ellenfeleink állításait közvetlenül megcáfoljuk, végül az eredeti káros üzenetet erősítjük meg, nem a helyesbítést. Ugyanis meg kell ismételnünk a hamis állítást, hogy ellentmondhasunk neki, így ez az információ megragad az emberek fejében. Az érzelmi színezetű szavak hangsúlyosabbak, a hamis állítást tagadó szavak („nem”, „nincs”, „senki”, „semmi”) pedig elfelejtődnek.⁵ Ha például azt állítjuk, hogy „nem élünk vissza a közpénzekkel”, vagy „nem vagyunk fizetett politikai aktivisták”, csak

ráterősítünk az eredeti támadó állításra. A III. szakaszban lesz szó arról, hogyan lehet a téves információkat „igazságszendvics” módszerrel vagy átkeretezéssel helyesbíteni.

Olykor az érdekképviselői civil szervezetek proaktívan próbálnak szembeszállni azokkal a vádakkal, amelyek szerint korruptak, vagy rosszindulatú támogatók irányítják őket. Noha ez nem közvetlen ellentmondás, ugyanúgy kontraproduktív, mert káros kereteket ismét meg. Mint azt alább kifejtjük, a civil szervezetekbe vetett bizalom elsősorban azon múlik, hogy a nagyközönség egyetért-e a szervezet által képviselt üggyel. Ha azonban egy civil szervezet olyan érvekkel próbálja megszerezni az emberek bizalmát, hogy megfelelő biztosítékokat és eljárásokat alkalmaz a források megfelelő elköltése vagy függetlenségének

⁵ A vonatkozó kutatások áttekintését ld: Schwarz, N. et al., ‘Making the truth stick and the myths fade: Lessons from cognitive psychology’ 2 Behavioural Science and Policy (2016), 85.

megtartása érdekében, az jó eséllyel visszaüt. A célközönség ugyanis valószínűleg megkérdőjelezi a szervezet megbízhatóságát, azon tűnődve, egyáltalán miért van szükség egy szervezetben ilyen biztosítékokra.⁶ Ezen felül abban az időben, amit az ilyen kontraproduktív érvekre pazarolsz, beszélhetnél a közönségnek olyasmiről is, amivel hatásosan elnyerheted a támogatásukat: vagyis az érdekvédelmi civil szervezetek által képviselt ügyekről.

Hasonlóképpen káros kereteket ismételnek azok az érdekképviselői civil szervezetek, amelyek megismétlik a kormány által a civil-ellenes szabályozásra használt neveket vagy hivatkozásokat. Ilyen például a „Stop Soros kampány”, „a civil szervezetek átláthatóságáról szóló törvény”, a „pedofiltörvény” vagy a „szuverenitásvédelmi törvény”. Mivel a kormány már a törvények nevébe is belefoglalta az érdekképviselői civil szervezetek elleni rágalmokat, nehéz ezeket nem megismételni, akkor sem, ha kritizáljuk őket. Fontos ezeket a törvényeket

úgy átkeretezni, hogy káros és nem kívánt céljaik kerüljenek a fókuszba. Erre jó példa az, amikor az érdekképviselői civil szervezetek az LMBT embereket támadó törvényt „putyini propagandatörvény” néven kezdték emlegetni. Az érdekképviselői civil szervezeteket támadó törvényeket nevezhetjük például kontextustól függően „állampolgár-ellenes”, „demokráciaellenes”, „felelősségrevonást kerülő”, „korrupciótámogató”, „korrupciót elkenő” törvényeknek.

B. Üzenet részleteiben rejlő hibák

i. Negatív szlogenek

A szlogenek fejezik ki az üzenetek lényegét. Manapság az érdekképviselői civil szervezetek üzenetei inkább a leküzdendő károkra összpontosítanak, mintsem arra, hogy milyen világot szeretnének teremteni, vagy hogy

6 A vonatkozó kutatások leírása: [Keating, V. & Thrandardottir, 'NGOs, trust and the accountability agenda', 19 British Journal of Politics and International Relations \(2017\) 134.](#) Az ebben a cikkben kifejtett szociálpszichológiai kutatások szerint az emberek jobban megbíznak egymásban, ha külső garanciák, például szerződések nélkül működnek együtt. A külső garanciák, például szerződések, a kutatások szerint csökkentik az együtt dolgozó emberek közötti bizalmat. Noha egyes kutatások arra jutottak, hogy az integritás növeli a civil szervezetek iránti bizalmat, ezeket többnyire olyan országokban végezték, ahol a közvélemény tudatában van, hogy a civil szervezetek visszaélhetnek a rájuk bízott forrásokkal, például Szaúd-Arábiában és Mexikóban. Lásd: [Alhidari, I. et al., 'Modeling the effect of multidimensional trust on individual monetary donations to charitable organisations', 47 Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly \(2018\) 623;](#) [Ron, J. et al., 'Ordinary people will pay for rights. We asked them.' Open Global Rights, 15 February 2017.](#) Keating és Thrandardottir elemzése szerint visszaüthet, ha az integritást helyezzük a kommunikációnk középpontjába olyan esetekben, amikor az nem kérdőjeleződik meg nyíltan (például egy botrány vagy egy rágalomhadjárat kapcsán); ugyanerre az eredményre jutottak az általában a keretezéssel foglalkozó kutatások, amelyek kimutatták, hogy ha egy nem problematikus tényezőt túlságosan látványossá teszünk a célközönség számára, az kontraproduktív lehet.

megmutassák a közönségnek, hogy az általuk képviselt ügy milyen számukra is fontos eredményekhez vezet. Ennek következtében a szlogenek általában negatívak: nemet mondanak valami rosszra, vagy megálljt parancsolnak valaminek.

Ez azért jelenthet problémát, mert az embereket cselekvésre kell ösztönöznünk. A mozgatható középérték mozgósításához pedig szükségük van egy szebb jövőképre, amelyért hajlandóak küzdeni. Így tehát célszerűbb, ha

összességében pozitív üzenetet közvetítünk. Ki lehet emelni a szlogenben, hogy a kampány mit fog megóvni, mit nem veszít el a közönség a kampánynak köszönhetően, és fel lehet idézni, milyen jövőkép vár ránk, ha győzünk. Ez nem jelenti azt, hogy a kampányok során soha nem használhatunk negatív szlogent, de a szlogennek pozitív mögöttes tartalmat kell rejtene. Az alábbiakban bemutatunk pár példát.

EHELYETT...	HASZNÁLD EZT
Elég a korrupcióból	Támogassuk a jövőnket
Fellépünk a diszkriminációval szemben	Szabad... / Mondj igent az egyenlőségre
Állítsuk meg a fosszilis tüzelőanyagok égetését	Tiszta levegőt akarunk / védjük meg az egészségünket
Elég volt a nők elleni erőszakból	Biztonságot a nőknek és a lányoknak
Vessünk véget a visszatoloncolásnak	Első az együttérzés

ii. Túlságosan bonyolult nyelvezet használata

A kommunikátoroknak olyan nyelvezetet kell használniuk, amelyet a közönség tagjai, akik nem szakértők és nem feltétlenül rendelkeznek egyetemi diplomával, megértenek. Ez nem

csak a jogi szakzsargonra vonatkozik, hanem általánosságban véve a bonyolult nyelvhasználatra is. Kutatások kimutatták, hogy ha a közönségünk számára túl bonyolult nyelvezetet használunk, frusztrálttá válnak és eltávoznak a beszélgetésben való részvételtől.⁷

⁷ Lásd Schulman, H., et al., 'The effects of jargon on processing fluency, self-perceptions, and scientific engagement', *Journal of Language and Social Psychology* (2020); Oppenheimer, D., 'Consequences of erudite vernacular utilised irrespective of necessity: Problems with using long words needlessly', *Applied Cognitive Psychology* (2006).

A social listeningről készült beszámoló szerint a döntéshozói és a tudományos körökön, a civil társadalmon és az adományozókon kívül nem használják a „civil tér” kifejezést. A mozgatható középrétegek inkább konkrét, lényegi témákról, eseményekről, tüntetésekről és néha szervezetekről beszélnek. A fókuszcsoportokban a bizonytalanok azt mondták, hogy hallottak már a „civil szervezet” kifejezésről, de nem igazán tudták, mit jelent. Ennek ellenére negatív konnotációkat társítottak hozzá, mint például hogy politikai pártokhoz kapcsolódik, vagy olyan külföldi adományozók támogatják anyagilag, akik ellenőrzésük alatt tartják őket, és nem Magyarország érdekeit tartják szem előtt. Hasonlóképpen hallottak már az „ál-civil szervezetek” kifejezésről, de nem tudták, mit jelent, és azt feltételezték, hogy olyan civil szervezetekre utal, amelyek hazudnak a küldetésükről és sikkasztanak. A tágabb értelemben vett „civil szervezet” kifejezés használata a szolgáltatásnyújtásban részt vevő civil szervezeteket vagy a polgárközeli civil szervezeteket juttatta a bizonytalanok eszébe. Viszont miután elmagyaráztuk, milyen ügyekért dolgoznak és milyen eszközöket használnak, előszeretettel gondoltak az érdekképviselői civil szervezetekre „civil szervezetekként.”⁸ Ezért olyan helyzetekben, amikor kollektíven kell az érdekképviselői civil szervezetekre hivatkozni, azt javasoljuk, hogy kerüljétek a civil szervezet kifejezést, és személetesen, a lehető

legpontosabban írjátok le, mire gondoltok. Például: civil szervezetek, amelyek XY-nal foglalkoznak/ amelyek megpróbálnak XY-on változtatni / amelyek felhívják a figyelmet XY-ra

Az alábbiakban további példákat találtok arra, hogyan lehet egyszerűsíteni az érdekképviselői civil szervezetek által használt nyelvezetet.

8 Az érdekképviselői civil szervezetekre „egyesületekként” utaltunk, amelyek „olyan kérdésekkel foglalkoznak, mint a migráció, a férfiak és nők közötti egyenlőség, a környezet, a magyarországi LMBTQ-közösség egyenlősége, valamint a politikai és a kormányzati korrupció elleni küzdelem”. Példákat hoztunk fel tüntetésekre és tiltakozásokra mint az általuk használt eszközökre, és elmagyaráztuk, hogyan teszik a kormányt készségessé és elszámoltathatóvá a hétköznapi emberek számára.

<i>EHELYETT...</i>	<i>HASZNÁLD EZT</i>
SLAPP-perek.	Alaptalan perek, amelyek célja, hogy megakadályozzák a civil szervezeteket abban, hogy segítsenek a hétköznapi embereknek összefogni például a tiszta víz és levegő védelme, illetve a közpénzek korrupciótól való megóvása érdekében.
Átláthatóságra van szükségünk.	Választott képviselőinknek meg kell mutatniuk/el kell magyarázniuk, hogyan hoznak döntéseket (hogyan az állampolgárok tudják, mi történik, és véleményt nyilváníthassanak).
Integrációs intézkedések.	Támogatnunk kell azokat az embereket, akik munkát vagy biztonságot keresve jönnek ide, hogy megtanulják nyelvünket és kultúránkat, valamint munkát találjanak, hogy eltarthassák családjukat és újra felépíthessék életüket.
Befogadás.	Mindannyiunknak, függetlenül attól, hogy fogyatékkal élünk-e vagy sem, ugyanannyi esélyünk kell, hogy legyen egy jó életre.
Nyilvános konzultáció.	Az állampolgárok szeretnének beleszólni az őket érintő döntésekbe.
Jogsértés.	Megsértette a törvényt.
Oktatáshoz/egészségügyi ellátáshoz való jog.	Jó iskola a gyermekeinknek; betegség esetén orvoshoz fordulhatunk és kezeltethetjük magunkat.
Mindenkinek joga van részt venni a demokráciában.	A demokrácia csak akkor működhet mindannyiunk számára, ha mindannyian részt vehetünk benne. Ezért van minden embernek egyenlő szavazati joga a választásokon.

Akadálymentesség.

Mindenkinek el kell tudnia jutni és tudnia kell mozogni azokon a helyeken, ahol lennie kell, legyen az a városháza, a munkahelyünk vagy a szupermarket.

iii. Edukációs megközelítés

A kampányszervezők néha megpróbálják oktató jelleggel rávenni a közönséget, hogy értsen egyet velük. Többek között bonyolult fogalmak lebontásával vagy jogi szövegek és azok eredetének elmagyarázásával, alkalmanként hiedelmek elosztatásával próbálják ezt elérni. Az edukációs megközelítéssel az a baj, hogy nem teszik kellően láthatóvá a közönség számára, hogy az érdekvédő civil szervezetek által támogatott ügyek milyen számukra fontos eredményekkel járhatnak.

Jóllehet bebizonyosodott, hogy az emberi jogok formális oktatásnak köszönhetően a diákok jobban támogatják az emberi jogokat, de az érdekképviselői civil szervezetek nem oktatási keretek között kommunikálnak. Nem kényszeríthetjük a közönséget arra, hogy órákon át tanulmányozza a segédanyagainkat. Egy kampányban az edukációs tartalom hasznos eszköz, amely segít a támogatóknak vagy az újságíróknak elmélyíteni tudásukat. Nem megfelelő eszköz azonban a mozgatható középíráteleg véleményének megváltoztatására.

Ez persze nem azt jelenti, hogy a kampányszervezők nem oszthatnak meg új információkat és nem nyújthatnak új perspektívákat a mozgatható középírátelegnek. De a kampányszervezőknek ezt csak olyan mértékben érdemes

megtenniük, hogy a közönség megértse, miért fontos az általuk támogatott ügy. Képzeljük el például, hogy egy környezetvédelmi civil szervezet szeretné rávenni a közönséget, hogy tiltakozzon egy ipari fejlesztés ellen, amely káros hatással lenne a helyi természetre. A civil szervezet tisztában van azzal, hogy a közönsége aggódik a szélsőséges időjárás miatt, ezért a kampányszervezők azzal érvelnek, hogy tiltakozni kell a fejlesztés ellen, mert az súlyosbítaná a szélsőséges időjárási jelenségeket. A civil szervezet azonban azt is tudja, hogy a közönsége nem látja, hogy a helyi erdők és mocsarak védelmet nyújtanak az árvizek és a hóhullámok ellen. Ahhoz, hogy ez az érv hasson a közönségre, a kampányszervezőknek el kell magyarázniuk, hogy a természet hogyan enyhíti a szélsőséges időjárás hatásait helyi szinten.

Máskülönben, általánosságban a kampányszervezőknek arra kell összpontosítaniuk, hogy elmagyarázzák a közönségnek, milyen eredményekhez vezethet a szóban forgó jog vagy elv, ahelyett, hogy megpróbálnák lebontani a tartalmat. Az alábbiakban láthatunk példákat arra, hogyan lehet beszélni a bírói függetlenségről, a jogállamiságról vagy a SLAPP-perekről.

EHELYETT...	HASZNÁLD EZT
A független igazságszolgáltatás a jogállamiság egyik követelménye, amely védelmet nyújt a korrupció ellen.	Legtöbben azt szeretnénk, hogy vezetőink finanszírozzák az iskolákat, kórházakat, utakat és buszokat, amelyekre közösségeink támaszkodnak. Ennek megvalósítása érdekében a bírák ellenőrzik, hogy képviselőink betartják-e a szabályokat, és nem zsebelik-e be erőforrásainkat. A bírának függetlennek kell lenniük a politikusoktól, hogy félelem és részrehajlás nélkül végezhesék munkájukat.
A független igazságszolgáltatás a jogállamiság egyik eleme, amely biztosítja az állampolgárok jogainak és szabadságainak védelmét.	Ha a bírák a politikusoknak köszönhetik állásukat, akkor elsősorban őket segítik a veszélyes törvények elfogadásában, és csak másodsorban védik jogainkat, mint például az abortuszhoz való jogot vagy a tiszta levegőhöz és vízhez való jogot.
A SLAPP-perek (Strategic Lawsuits Against Public Participation, közéleti szerepvállalás elleni stratégiai perek) olyan perek, amelyek célja kritikus hangok, például aktivisták vagy újságírók elhallgattatása alaptalan perekkel történő zaklatással vagy az erőforrásaik kimerítésével.	Ehelyett érdemes inkább az átlalatok támogatott ügyre összpontosítani, és elmagyarázni, hogy a SLAPP-perek hogyan görgetnek akadályt elénk a számunkra fontos dolgok elérésében. Például, mind azt szeretnénk, ha tiszta lenne a levegő és az ivóvíz, különösen ha gyermekeinkről vagy idősebb rokonainkról van szó, akik egészségére a szennyezés a legnagyobb veszélyt jelenti. De az X vállalat titokban mérgező vegyszereket juttat a vízbe és a levegőbe. És most alaptalan perekkel zaklatják és teszik tönkre az újságírókat, így próbálva megakadályozni őket abban, hogy a titkukat nyilvánosságra hozzák.

III. Üzenetminták és kreatív elemek

A III. rész példákon keresztül mutatja be, hogyan építsünk fel és juttassunk célba egy meggyőző üzenetet többek között kreatív tartalmak segítségével, majd kitér arra is, hogyan kezeljük a téves információkat.

A. Meggyőző üzenet felépítése

A közvélemény változása tekintetében végzett kutatások és a gyakorlat is azt mutatja, hogy a közönség támogatásának megszerzését számos tényező akadályozhatja. Például, nem látják, hogy a támogatott ügy hogyan vezethet számukra fontos eredményekhez; nem értik pontosan, mi okozza a problémát (így rossz megoldásokat támogatnak); nincs jövőkép, amely cselekvésre ösztönözné őket, vagy úgy vélik, túl nehéz változást elérni (ezt fatalizmusnak nevezzük).

Azonban megfelelően felépített üzenetek meghatározott sorrendű átadásával felülkerekedhetünk ezeken az akadályokon. Ezt a három- vagy négyrészes üzenettípust az útmutatóban „narratívának” nevezzük.

1. Értékek meghatározása: magyarázzátok el a közönségnek, hogy az általatok képviselt ügy hogyan vezet számukra, a számukra fontos emberek vagy az általuk hozzájuk hasonlóknak ítélt emberek számára fontos eredményekhez.

Az érdekképviselői civil szervezetek kétféleképpen beszélhetnek az általuk támogatott ügyekről: beszélhetnek a fő témáról, amellyel foglalkoznak, illetve beszélhetnek a társadalomban betöltött strukturális szerepükről; pontosabban arról, hogy segítenek összehozni az embereket, hogy hangot adjanak véleményüknek és pozitív változásokat hozzanak létre a társadalomban. Ebben a részben mindkét megközelítésre láthatunk példát.

2. A probléma ismertetése: mutasd be a célközönségnek, hogy az általuk fontosnak tartott dolgok veszélyben vannak, vagy nem valósulnak meg. Közölni kell, hogy ki vagy mi okozza a problémát. Ha egy narratíva „stratégiai” változatát vagy az „igazságszendvics” módszert (igazság-dezinformáció-igazság) alkalmazzatok, akkor érdemes megemlíteni, mi a kárt okozó személy szándéka. Lásd alább a részletes magyarázatot.

Mutassatok rá arra, hogy az általatok vitatott törvények vagy politikák hogyan ártanak a közönségnek vagy azoknak az embereknek, akikre „magukhoz hasonlóként” tekintenek, vagy hogy a közönségetek által fontosnak tartott értékek (például az emberek iránti együttérzés és méltóságteljes bánásmód szükségessége, vagy az a lehetőség, hogy másokkal együtt beleszólhassanak az őket érintő döntésekbe) hogyan kerülnek veszélybe.

3. A jövőkép bemutatása: ismertetni kell a közönséggel, hogy milyen lesz a világ, ha

a megoldások megvalósul. Ez gyakran visszaül az értényilatkozat lényegére. Nevezd meg a megoldást, de ne ragadj le a szabályozási részleteknél.

4. Emlékeztessétek a közönséget arra, hogy a változás lehetséges, mégpedig azért, hogy felhívjátok a figyelmüket a múltbeli pozitív társadalmi változásokra, és mondjátok el nekik, hogyan fejezhetik ki támogatásukat a megoldás iránt.

Amikor az emberek cselekednek egy ügy érdekében, az segít nekik kialakítani egy „társadalmi identitást”, ezáltal valószínűbb, hogy továbbra is elkötelezettek maradnak, és a jövőben további lépéseket is tesznek.⁹ Ez fontos, ha az aktivisták bővíteni szeretnék a támogatói körüket, hogy mozgósítani lehessen őket a jövőbeli kampányokban. A felhívás cselekvésre lehet valami apró dolog, például arra kérni a közönséget, hogy ossza meg vagy reagáljon a közösségi médiában megjelenő tartalomra. A kutatásokból az is kiderült, hogy még akkor is, ha a közönség egyetért veletek, mégis vonatkozhat teljesíteni a kérésüket, mert fatalista beállítottságúak és úgy érzik, hogy „semmi sem változik”. A fatalizmus leküzdésében segít, ha pozitív társadalmi változások múltbeli példákra hivatkozunk.¹⁰

A gyakorlatban a múltbeli sikerekre való emlékeztetők beépíthetők a megoldás

magyarázatába, mert így az üzenetben kevesebb lesz az ismétlés. Ennek a három vagy négy lépésnek a megadott sorrendben történő végrehajtása bizonyult a leghatékonyabb struktúrának egy olyan üzenet felépítésében, amely megváltoztatja a közönség hozzáállását, és mozgósítja azt, hogy lépéseket tegyen az ügy támogatására.

A mintanarratívák különböző példákat tartalmaznak múltbeli sikerekre, amelyekben vagy a civil társadalom játszott jelentős szerepet, vagy amelyek hétköznapi emberek összefogásának eredményei voltak. Néhányat vizsgáltunk fókuszcsoportokban, míg másokat azért tűntünk itt fel, mert hasonlóak és várható, hogy működni fognak. Ezek közé tartozik: az 1956-os forradalom, a kommunizmus bukása, az első demokratikus választások, az EU-hoz való csatlakozás, a nagymarosi gát megépítésének megakadályozása, a tanárok fizetésemelése, az internetadóra vonatkozó javaslatok megfiúsítása, valamint az egymásról való gondoskodás a COVID alatt, illetve az árvizek és az erdőtüzek idején.

B. A négyrészes narratív struktúra alkalmazása

Kövessétek a négyrészes struktúrát teljes egészében, amilyen gyakran csak lehet. Egyes formátumok lehetővé teszik a teljes narratíva

9 Lásd: Bamberg, S. et al., ‘Environmental protection through societal change: What psychology knows about collective climate action - and what it needs to find out’, in *Psychology and Climate Change* (2018).

10 A fatalizmus közönségre gyakorolt hatásának példájáért lásd: NEON, NEF, Frameworks Institute & PIRC, ‘Framing the economy: How to win the case for a better system’, (2018).

használatát, vagy azt, hogy gazdagítsátok a narratívát további részletekkel, statisztikákkal, történetmesélő elemekkel vagy a média számára érdekes elemekkel. Ilyenek például a sajtóközlemények, beszédek, interjúkból használható mondatok vagy videó-forgatókönyvek.

Természetesen nem mindig lesz helyénvaló vagy lehetséges minden alkalommal teljes egészében átadni a narratívát. Néha maga az adott kommunikációs formátum korlátozhatja az üzenet terjedelmét. Ilyen helyzetben nem gond, ha csak a narratíva egy részét használjátok fel. Válasszátok ki, hogy a narratíva melyik részére szeretnétek összpontosítani, attól függően, hogy szerintetek a közönségnek mire van a legnagyobb szüksége. A bizonytalanok hozzáállásának elemzése és a kommunikációs tesztek például azt mutatják, hogy nagyon fontos figyelmet fordítani a bevándorlókkal kapcsolatos negatív keretek feloldására. Néha a rendelkezésre álló formátum csak a narratíva lényegének összefoglalását teszi lehetővé, például amikor kampányszlogent, imázst vagy hashtageket hozunk létre.

Nézzétek át kampányanyagokat, és tegyétek fel magatoknak a következő kérdéseket: Van-e elegendő anyag, amely a teljes narratívát közvetíti a közönség számára? A kommunikációs anyagaink emlékeztetik-e a közönséget az általános üzenetre, vagy segítik-e őket annak megértésében? És ne feledjétek, hogy nem kell minden üzenetet szavakkal közvetíteni: bizonyos részeit képekkel és videókkal is meg lehet jeleníteni. Dolgozzatok együtt olyan kreatív személlyel vagy ügynökséggel, aki/ami rendelkezik tapasztalattal narratívaváltoztatási munka terén, és már dolgozott társadalmi

igazságossággal kapcsolatos ügyeken nonprofit szervezetekkel, hogy a narratívát kreatív eszközökké alakíthassátok a kampányaitokhoz. Az alábbiakban összegyűjtöttünk néhány példát, amiből ihletet nyerhettek.

C. A kampánystratégiát befolyásoló üzenetközvetítési szempontok

A „D” alfejezet tartalmazza az útmutatóban ajánlott üzenetmintákat. A „C” alfejezetben először azt ismerteti, hogy az üzenetközvetítéssel kapcsolatos szempontok hogyan befolyásolhatják az érdekképviselői civil szervezetek támogatottságának növelését célzó kampánystratégiát. A fókuszcsoportokban végzett üzenettesztelés alapján a kampányolóknak érdemes a „mi döntünk” narratívát átfogó narratívaként, de nem önmagában használniuk. Ahhoz, hogy hatékony legyen, más üzenetekkel kell kombinálni. A „mi döntünk” narratíva támogatást épít ki az érdekképviselői civil szervezetek számára azáltal, hogy rámutat a) az általuk támogatott ügyekre és b) azokra az eszközökre, amelyekkel összefogják az embereket és hallathatják hangjukat. Jelenleg van azonban két akadály annak útjában, hogy a narratíva visszhangra találjon a még bizonytalanok körében.

- Először is, a bizonytalanok általában negatívan vélekednek az érdekképviselői civil szervezetekről, és nem tartják érdekesnek az általuk támogatott ügyeket. A fókuszcsoportokban az érdekképviselői

civil szervezeteket olyan civil társadalmi szervezetekként írtuk le, amelyek olyan kérdésekkel foglalkoznak, mint a migráció, a férfiak és nők közötti egyenlőség, a környezetvédelem, a magyarországi LMBTQ-közösség egyenlősége és a korrupció elleni küzdelem. A bizonytalanok első reakcióként azt mondták, hogy ezek politikai kérdések, ezért a civil társadalmi szervezeteknek nem kellene foglalkozniuk velük. Nem tartották ezeket a kérdéseket fontosnak, és úgy vélték, hogy a civil társadalmi szervezeteknek inkább „igazán fontos” kérdésekkel kellene foglalkozniuk, mint például a tömegközlekedés helyrehozása.

Ezen akadály leküzdése érdekében a kampányolóknak olyan üzenetekkel kell meggyőzniük a még bizonytalanokat, amelyek segítenek nekik felismerni, hogy az érdekképviselői civil szervezetek által támogatott ügyek számukra is fontosak. Ehhez a kampányolók olyan kampányokat indíthatnak, amelyek egy vagy több progresszív ügyre összpontosítanak, ami viszont növeli az ezekkel a kérdésekkel foglalkozó érdekképviselői civil szervezetek támogatottságát. Például egy érdekképviselői civil szervezetekből álló koalíció közösen dönthet egy kampánysorozatról, amely olyan konkrét témákat fed le, amelyeket az alapján választanak ki, hogy mely ügyek vonzzák a legtöbb rágalmozó támadást. Az útmutató a fejezet későbbi részében inspiráló üzenetközvetítési példákat tartalmaz.

- Másodszor, a bizonytalanok általában fatalisták (azaz nem hiszik, hogy a hozzájuk

hasonló emberek változást hozhatnak), és nem tudják, vagy nem tartják szem előtt, hogy általánosságában véve a civil társadalmi szervezetek – különösen az érdekképviselői civil szervezetek – lehetőséget adnak a hozzájuk hasonló embereknek, hogy összefogjanak egy ügy érdekében, és ezáltal kézzelfogható sikereket érjenek el.

A kampányolóknak valószínűleg nincs szükségük külön kampányra ezen akadály leküzdésére – megvalósíthatósági speciális kreatív anyagokkal, akár egy átfogó „mi döntünk” narratívát követő, akár egy konkrét progresszív ügyeket bemutató kampány részeként. Tisztázásképpen: ennek az akadálnak a leküzdéséhez kétféle, egymással összefüggő üzenet szükséges. Az egyik által megmutatjuk a közönségünknek, hogy az érdekképviselői civil szervezetek összehozzák az embereket egy adott ügyben. A másik által bemutatjuk a közönségünknek a civil társadalmi szervezetek által elért korábbi sikereket általánosabb értelemben, de az érdekképviselői civil szervezeteknek tulajdonítható példák is hasznosak. A bizonytalanok néha nem ismerték a nekik bemutatott példákat a múltbeli sikerekre, ami befolyásolta, hogy mennyire reagáltak jól az üzenetre.

Ha feltételezzük, hogy az érdekvédelmi civil szervezetek olyan kampányokat tudnak szervezni, amelyek a megfelelő üzenetekkel elérik a bizonytalanokat bizonyos progresszív témákban, ez megnyitná számukra az utat, hogy hosszabb távon az általánosabb „mi döntünk” narratívát használják.

Biztosak vagyunk benne, hogy ezek a kommunikációs megközelítések meggyőzik a bizonytalanokat. A fókuszcsoportokban végzett üzenettestelés során kiderült, hogy az érdekvéviselési civil szervezetek negatív megítélésére felszínre, és feloldódik, ha olyan üzenetekkel szembesülnek, amelyek megmutatják nekik, hogy a civil társadalmi szervezetek hogyan egyesítik a hétköznapi polgárokat közös ügyek érdekében, példákat hoznak fel a múltbeli sikerekre, és meggyőző üzeneteket közvetítenek egy konkrét progresszív ügyről, az ebben az útmutatóban leírt meggyőző üzenetközvetítési módszert alkalmazva (a helyi környezetvédelem témájában).

Hogyan ösztönzik az egyes progresszív ügyekről szóló üzenetek az azokat támogató civil szervezetek iránti támogatást?

A kampányolók feltehetik a kérdést, hogy miért javasolja az útmutató az érdekképviselési civil szervezetek által támogatott ügyekről való beszélgetést mint az azokat támogató szervezetek iránti attitűd javításának egyik módját. A kutatások azt mutatják, hogy a civil szervezetek iránti bizalom attól függ, hogy az adott személy mennyire támogatja az adott szervezet által képviselt ügyet.¹¹ Ezt a megállapítást megerősítették a magyarországi fókuszcsoporthoz, valamint az egyéb EU-s országokban megfigyelt fókuszcsoporthoz is. Továbbá azok, akik bíznak a nem kormányzati szervezetekben, nagyobb valószínűséggel támogatják őket és az általuk képviselt ügyeket. Például adományozással, önkénteskedéssel, kritika elleni védelem nyújtásával, tüntetéseken és kampányokban való részvétellel, vagy üzeneteik másoknak való továbbadásával.¹²

- 11 Ha valaki úgy véli, hogy egy szervezet azonos értékeket képvisel, akkor nagyobb valószínűséggel bízik abban a szervezetben: Keating, V. & Thrandardottir, 'NGOs, trust and the accountability agenda', 19 *British Journal of Politics and International Relations* (2017) 134. Egyes kutatók szerint a közös értékek a bizalom legfontosabb mozgatórugói: Schultz, C. et al., 'When reputation influences trust in nonprofit organisations. The role of value attachment as moderator', 22 *Corporate Reputation Review* (2019) 159; Siegrist, M. et al., 'Salient value similarity, social trust, and risk/benefit perception', 20 *Risk Analysis* (2000) 353. Ezt alátámasztják más tudományágakban végzett kutatások is, ami azt mutatja, hogy azok az emberek, akik általánosságban támogatják a progresszív ügyeket, akik nagyobb valószínűséggel bíznak a progresszív civil szervezetekben és akik a legnagyobb támogatást nyújtják a progresszív civil szervezeteknek, azok nagyobb hangsúlyt fektetnek a progresszív attitűdöket alátámasztó értékekre, azaz az univerzalizmusra, a jóindulatra és az önirányításra. Lásd: Equally Ours et al., 'Building bridges: Connecting with values to reframe and build support for human rights', 2018; Schwartz, S. et al., 'Basic personal values underlie and give coherence to political values: A cross national study in 15 countries', 36 *Political Behaviour* (2014) 899; Davis, J. et al., 'In INGOs we trust? How individual determinants and the framing of INGOs influences public trust', 30 *Development in Practice* (2020) 809; Hudson, J. et al., 'Not one, but many "publics": public engagement with global development in France, Germany, Great Britain, and the United States', 30 *Development in Practice* (2020) 795; Crompton, T. et al., 'No cause is an island: How people are influenced by values regardless of the cause', 2014. Lásd még a kutatási áttekintést, ami a következő mellékletben található: Butler, I., 'How to talk about civic space: A guide for progressive civil society facing smear campaigns', Civil Liberties Union for Europe, 2021.
- 12 Schultz, C. et al., 'When reputation influences trust in nonprofit organisations. The role of value attachment as moderator', 22 *Corporate Reputation Review* (2019) 159; Alhidari, I. et al., 'Modeling the effect of multidimensional trust on individual monetary donations to charitable organisations', 47 *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* (2018) 623.

D. Üzenetközvetítési minták

A „mi döntünk” narratívának van egy „szelíd” és egy „stratégiai” változata. A narratíva „stratégiai” változata abban különbözik, hogy a probléma magyarázatakor rámutatunk ellenfeleink azon rosszindulatú hátsó szándékára, hogy téves információkat terjesszenek az érdekképviselői civil szervezetekről, az általuk támogatott ügyekről vagy az általuk védett csoportokról. Különösen azzal, hogy rámutatunk arra, hogy a nem kormányzati szervezetek vagy bizonyos csoportok elleni támadások egy olyan stratégia részét képezik, amelynek célja a politikai hatalom megszerzése vagy megtartása, mégpedig a felelősség vagy kedvezőtlen figyelem elterelésével a támadást végrehajtó politikusokról. A kampányolóknak kellemetlen lehet ilyen nyíltan kritizálni ellenfeleiket. Ebben az esetben dönthetünk a „szelíd” változat mellett.

A magyar fókuszcsoportokban nem teszteltük a kidolgozott mintanarratívák „stratégiai” változatát. Azonban ezt a fajta üzenetközvetítést más országokban, fókuszcsoportokon kívüli módszerekkel tesztelve (például randomizált

kontrollált kísérletekkel) hatékonynak bizonyult.¹³

A mintanarrációk nem tartalmaznak felhívást cselekvésre, mivel azt egy adott kampány határozza meg. A narratívák úgy alakíthatók, hogy konkrét korlátozó intézkedésekre vonatkozó javaslatokra reagáljanak, a második rész (a probléma magyarázata) módosításával, amelyben meghatározzuk az intézkedést és az általa okozott kárt.

i. A „mi döntünk” narratíva

Ez a narratíva elmagyarázza, hogy az érdekképviselői civil szervezetek hogyan kínálnak eszközöket a hétköznapi embereknek az összefogáshoz, hogy ezáltal elég erőssé váljanak ahhoz, hogy vezetőiktől megköveteljék az általuk fontosnak tartott dolgok megvalósítását, emberi jogokkal kapcsolatos ügyek példáinak felhasználásával, amelyeket az érdekvédő civil szervezetek támogatnak. A kampányolók a narratívákat úgy alakíthatják, hogy azok különböző példákat tartsanak az érdekképviselői civil szervezetek által támogatott ügyekről, vagy kevesebb példára térjenek ki.

„Mi döntünk” – szelíd

Mindannyian olyan vezetőket akarunk, akik biztosítják azokat a dolgokat, amelyekre számítunk, legyen szó annak biztosításáról, hogy elegendő tanár és orvos gondoskodik rólunk és oktassa gyermekeinket, vagy arról,

13 Az ilyen típusú narratívát, amely feltárja, hogy ellenfeleink hogyan használják stratégiaként a rasszizmust, a transzfóbiát vagy más csoportok és szervezetek elleni támadásokat, Anat Shenker Osorio dolgozta ki és tesztelte, és „faj-osztály narratívának” is nevezik.

hogy el tudjuk tartani családjainkat és ételt tudjunk tenni az asztalra, hogy megvédjenek minket a klímaváltozás okozta károktól, vagy biztosítsák, hogy mindannyian ugyanolyan lehetőségekhez jussunk, függetlenül a nemünktől vagy attól, hogy kit szeretünk.

De ma sokan nehéz időket élünk. Az élelmiszer- és energiaárak, valamint lakhatási költségek emelkedésével, az iskolák és kórházak romló állapotával, valamint a nem elegendően megemelt bérekkel és nyugdíjakkal kell szembenéznünk. Otthonainkat és egészségünket szélsőséges időjárási körülmények fenyegetik, és néhányunk még mindig nem részesül méltányos bánásmódban, csak azért, mert azok vagyunk, akik. Néha úgy tűnik, hogy vezetőink nem érdekeltek problémáink megoldásában.

Ezért olyan fontosak a civil társadalmi szervezetek. Összehozzuk az embereket, hogy politikusaink kénytelenek legyenek meghallgatni aggályainkat, legyen szó petíciókról, tüntetésekről vagy bírósági ügyekről. A múltban a civil társadalmi szervezetek segítettek összefogni az embereket, hogy megakadályozzák a nagymarosi gát építését, jobb fizetést harcoljanak ki a tanároknak, elvetessék az internetadóra vonatkozó javaslatokat, és gondoskodjanak egymásról a COVID, az árvizek és a tűzvészek idején. Ha mi állampolgárok egyesítjük hangunkat, követelhetjük vezetőinktől, hogy biztosítsák mindazt, amire szükségünk van a boldoguláshoz.

(+ felhívás cselekvésre)

„Mi döntünk” – stratégiai

A kampányolók dönthetnek úgy, hogy a narratíva stratégiai változatát alkalmazzák a szelíd helyett, akár közvetlen válaszként a velük szembeni támadásokra, vagy akár ha úgy vélik, hogy általános ellenséges légkör uralkodik az érdekképviselői civil szervezetekkel szemben. A stratégiai változat úgy működik, hogy feloldja az ellenetek szóló félrevezető információkat azáltal, hogy a közönséget arra készteti, hogy megkérdőjelezze az ellenfél hitelességét, rámutatva annak rejtett, rosszindulatú szándékaira. A „igazságszendvicsekkel” kapcsolatos későbbi részben erről bővebben is szó lesz.

Mindannyian olyan vezetőket akarunk, akik biztosítják azokat a dolgokat, amelyekre számítunk, legyen szó annak biztosításáról, hogy elegendő tanár és orvos gondoskodik rólunk és oktassa gyermekeinket, vagy arról, hogy el tudjuk tartani családjainkat és ételt tudjunk tenni az asztalra, hogy megvédjenek minket a klímaváltozás okozta károktól, vagy biztosítsák, hogy mindannyian ugyanolyan lehetőségekhez jussunk, függetlenül a nemünktől vagy attól, hogy kit szeretünk. Ezért olyan fontosak a civil társadalmi szervezetek. Petíciók, tüntetések vagy bírósági eljárások révén összehozzuk az embereket, hogy a hétköznapi polgárok is csatlakozhassanak hozzánk, és együtt követelhetjük vezetőinktől, hogy biztosítsák mindazt, amire szükségünk van a boldoguláshoz.

Azonban napjainkban egyes politikusok azért támadnak minket, mert felelősségre vonjuk őket, és követeljük, hogy a közérdeket szolgálják. Rólunk beszélnek, hogy ne róluk beszéljenek.

Átlátunk a figyelemelterelő kísérleteiken. A múltban segítettünk összefogni a hétköznapi embereket, hogy megakadályozzák a nagymarosi gát építését, jobb fizetést harcoljanak ki a tanároknak, elvetessék az internetadóra vonatkozó javaslatokat, és gondoskodjanak egymásról a COVID, az árvizek és a tűzvészek idején. Továbbra is segítjük a polgárok összefogását, hogy nyomást gyakoroljunk vezetőinkre, hogy tegyék jobba mindannyiunk életét.

(+ felhívás cselekvésre)

Mint fentebb kifejtettük, ha a kampányolók a „mi döntünk” narratívát használják, fontos, hogy ezt más üzenetekkel is kiegészítsék:

- Annak érdekében, hogy a még bizonytalanok megértsék a progresszív ügyek fontosságát, a kampányolóknak olyan üzeneteket kell közvetíteniük, amelyek bemutatják narratívák első bekezdésében példaként választott a konkrét progresszív ügyeket. Ezzel a C. ii. alfejezetben foglalkozunk.
- Annak érdekében, hogy a bizonytalanok felismerjék, hogy az érdekképviselői civil szervezetek lehetővé teszik a hétköznapi embereknek, hogy egyesítsék hangjukat, a kampányolóknak olyan üzeneteket kell közvetíteniük – különösen kreatív anyagok segítségével –, amelyek bemutatják, hogy az érdekvédelmi civil szervezetek összehozzák a hétköznapi embereket egy közös ügy érdekében. Ezzel a C. iii. alfejezetben foglalkozunk.
- A fatalizmus leküzdése érdekében a kampányolóknak olyan üzeneteket kell közvetíteniük, amelyek kiemelik általánosabban

a civil társadalmi szervezetek, és/vagy konkrétan az érdekvédelmi nem kormányzati szervezetek korábbi sikereinek példáit. Ezzel szintén a C. iii. alfejezetben foglalkozunk.

Mint fentebb megjegyeztük, a kampányolóknak érdekesebb lehet először egy kampánysorozatot indítaniuk kiválasztott progresszív témákról, és csak később folytatni a „mi döntünk” narrációval, miután a bizonytalanok megismerkedtek azokkal az üzenetekkel, amelyek segítenek nekik megérteni a progresszív ügyek fontosságát, felismerni, hogy az érdekképviselői civil szervezetek összehozzák az embereket ezen ügyek érdekében, és felismerni, hogy ha a polgárok összefognak, pozitív társadalmi változásokat érhetnek el.

ii. Üzenetek konkrét progresszív ügyekről

Ahogy már említettük, a civil szervezetekbe fektetett bizalom nagyrészt attól függ, hogy a közönség egyetért-e a támogatott ügyekkel. Azonban, amint azt már a II. szakaszban kifejtettük, jelenleg az érdekvédelmi civil

szervezetek üzenetei nem adják át a közönségnek, hogy az általuk támogatott ügyek hogyan illeszkednek a közönség értékeikhez, vagy hogyan nyújtanak valami számukra fontosat. A fókuszcsoportokban végzett tesztelés során azt tapasztaltuk, hogy miután megmutattuk nekik a helyi környezetvédelemmel kapcsolatos üzeneteket és kreatív tartalmakat, amely a meggyőző üzenetek ezen útmutatóban követett szabályait alkalmazták, a résztvevők pozitívabbá és lelkesebbé váltak a témával foglalkozó civil szervezetek iránt. Ugyanez volt a tapasztalat más országokban, más témákkal foglalkozó fókuszcsoportokban is.

Ez az alfejezet négy témakörre vonatkozó üzenetmintát mutat be: migráció, helyi környezetvédelem, abortuszhoz való jog és házassági egyenlőség. A magyarországi fókuszcsoportokban csak a helyi környezetvédelemmel kapcsolatos üzeneteket tesztelték. További részletekért olvasóink a jelen útmutatóval együtt kiadott, különálló „Üzenetküldési útmutató közösségi aktivistáknak, akik a helyi környezetet védik a szennyező projektektől” című útmutatót tekinthetik meg. Az alább javasolt, migrációval kapcsolatos üzenetek horvát és svéd fókuszcsoportokban tesztelt üzeneteken alapulnak. A másik két témával kapcsolatos üzenetek más országok hasonló témájú kampányaiból származnak. Biztosak vagyunk abban, hogy a helyi környezetvédelemről szóló mintaszövegek magyarországi kontextusban is hatékonyan elősegítene a témával foglalkozó civil szervezetek iránti kedvezőbb hozzáállást. A másik három témával kapcsolatban biztosak

vagyunk abban, hogy a javasolt üzenetek sokkal hatékonyabbak, mint az érdekképviselési civil szervezetek által jelenleg használtak, de azt javasoljuk, hogy a kampányolók minden rendelkezésükre álló módszert alkalmazzanak azok hatékonyságának tesztelésére.¹⁴ Az üzenet itt nincs részletesen kifejtve. A kampány résztvevőinek további forrásokat ajánlunk, ahol részletesebb útmutatást találhatnak.

a) Migráció

Hagyományosan a menedékjogot támogató civil szervezetek üzenetei a menedékkérők által elszenvedett sérelmekre (például erőszakos visszatoloncolásokra vagy kemény fogvatartási körülményekre) összpontosítanak, és általában azzal érvelnek, hogy a közönségnek támogatnia kellene a menedékjogot, mert az az európai és nemzetközi jog által törvényesen védett. Ezek az érvek hatástalannak és kontraproduktívnak bizonyultak, amikor a horvát fókuszcsoportban tesztelték őket.

Más országok mellett a svéd és horvát fókuszcsoportokban is hatékonynak bizonyult két alapvető erkölcsi érv ebben a témában: a „nép vándorlása” és az „arany szabály” narratívái. Ezeket Anat Shenker Osorio fejlesztette ki és tesztelte, és melyeket több országban is sikeresen alkalmaznak. Ezeket a narratívákat olyan üzenetekkel kell kiegészíteni, amelyek elősegítik az együttérzés kialakulását a közönség és a menedékkérők között (hogy a közönség „hozzám hasonló embereknek” ismerje el őket, akik emberséges bánásmódot érdemelnek),

14 További útmutatásokért: [Public Interest Research Centre, 'How to test your communications', 2018.](#)

valamint olyan üzenetekkel, amelyek eloszlatják azt a negatív képet, miszerint a migránsok képtelenek vagy nem hajlandók integrálódni és átvenni a befogadó ország kulturális értékeit.



Az alábbiakban egy példa látható a Horvátországban tesztelt, „nép vándorlása” narratívára, amelyet közösségi média bejegyzésként tettek közzé:

A képen lévő szöveg: „Samane biztonságban akarja tudni a gyerekeit. Csakúgy, mint mi.”

A közösségi médiás bejegyzés szövege: „A legtöbben bármit megtennének azért, hogy biztonságban tudhassuk a családjainkat és, hogy jobb életet biztosítsunk számukra. Dolgozunk, áldozatokat hozunk, akár egész életünket is bőröndökbe pakoljuk, hogy gyermekeinknek jobb jövőt biztosítsunk. Úgy a helyes, ha befogadjuk azokat az embereket, akik mindent kockára tettek, hogy elmeneküljenek a veszély elől, és támogatjuk őket az életük újjáépítésében.”

Az alábbiakban egy példa látható a Horvátországban tesztelt, „arany szabály” narratívára, amelyet közösségi média bejegyzésként tettek közzé:



A képen lévő szöveg: „Ezek a szülők bármit megtennének a gyerekeikért. Csakúgy, mint mi.”

A közösségi médiás bejegyzés szövege: „Legtöbben arra törekszünk, hogy úgy bánjunk másokkal, ahogy mi is szeretnénk, hogy bánjanak velünk. A múltban, a saját és családjuk életét féltő horvátok más országokban találtak biztonságot és reményt egy jobb életre. Napjainkban úgy a helyes, ha mi is megtesszük ugyanezt azokért, akik mindent kockára tettek, hogy elmeneküljenek a veszélytől.”



Az alábbiakban egy példa látható a Svédországban tesztelt, „arany szabály” narratívára, amelyet közösségi média bejegyzésként tettek közzé:

A képen lévő szöveg: „Amikor a harcok során elvesztettem az otthonomat, elmenekültem. Remélem, hogy Svédországban újrakezdhetem és félelem nélkül aludhatok.”

A közösségi médiás bejegyzés szövege: „A legtöbben igyekszünk úgy bánni másokkal, ahogyan szeretnénk, hogy velünk is bánjanak. Ha bármelyikünknek el kellene költöznie, mert féltene az életét, mi is szeretnénk tudni, hogy mások segíteni fognak nekünk az újrakezdésben. A menekültügyi rendszerünknek tükröznie kell az értékeinket.”

Itt található egy link egy [videóhoz](#), amelyet horvát fókuszcsoporthoz teszteltek, és amely példaként szolgál arra, hogy hogyan lehet feloszlatni azokat a negatív sztereotípiákat, miszerint a migrációs háttérrel rendelkező emberek nem képesek vagy nem akarnak integrálódni.

A menekültügy, valamint a külföldi munkavállalók témájával kapcsolatos példa narratívák és további kreatív anyagok példáit itt olvashatják: „[Messaging for fair and humane migration policies in Croatia](#)” és „[Messaging for fair and humane migration policies in Sweden](#)”.

b) Környezetvédelem

Hagyományosan a környezetvédelmet támogató civil szervezetek üzenetei kétféle formát ölthetnek.

- A kampány résztvevői hangsúlyozzák azokat a károkat, amelyek ellen küzdenek, mint például a hőmérséklet, a tengerszint és a szennyeződés emelkedése, valamint sürgős cselekvésre szólítják fel a hallgatókat. Ezt általában olyan környezeti pusztítások képei kísérik, mint árvizek, tűzvészek, tönkretett erdők, valamint szennyezett talaj, levegő és víz.

és / vagy

- A kampányok résztvevői a természetet úgy mutatják be, mint valamit, amit a hallgatóságnak önmagáért kell megvédenie, egyszerűen azért, mert gyönyörű, ártatlan, sebezhető és nem tudja megvédeni magát.

Ezt általában lélegzetelállító tájaknak és a vadvilágnak képei kísérik.

Azok az üzenetek, amelyek a kampányok által ellenzett káros hatásokra összpontosítanak, több okból kifolyólag sem hatékonyak a támogatókon kívüli közönség számára. Először is, a közönségnek azt a benyomást kelti, hogy a probléma túl nagy ahhoz, hogy megoldható legyen. Másodszor, a közönséget félelemmel tölti el, ami miatt inkább elfordulnak az üzenettől, mintsem hogy foglalkoznának vele. A magyar fókuszcsoporthoz azt is megállapítottuk, hogy a természet védelmét a saját érdekében hangsúlyozó üzenetek ugyan hatékonyabbnak bizonyultak, de kevésbé voltak meggyőzőek, mint azok, amelyek további okokat is felsoroltak a természet védelmére.

A magyar fókuszcsoporthoz kifejezetten olyan üzeneteket vetettek be, amelyek a még döntésképteleneket arra ösztönöznék, hogy a környezetvédelem általánosabb értelmezése helyett a saját lakóhelyükön védjék meg a természetet a káros ipari vagy kereskedelmi fejlesztésektől. Számos érvet találtunk, amelyek hatékonyan ösztönzik a közönséget a természet védelmére, például azért, mert:

- lehetővé teszi a gyermekek és az idősebb generációk közötti kötődés kialakulását azáltal, hogy együtt fedezhetik fel a világot és átadhatják egymásnak tudásukat;
- lehetővé teszi számunkra, hogy pihenjünk és minőségi időt töltsünk együtt a családdal;

- ez a természeti örökségünk része, amelyet erkölcsi kötelességünk továbbadni a jövő generációinak;
- víz tárolásával és szennyező anyagok elszívásával véd minket a szélsőséges időjárási körülményektől.

Az alábbiakban bemutatunk néhány olyan közösségi média bejegyzést, amelyek jól teljesítettek a még döntésképtelenek körében, annak érdekében, hogy a kampányok résztvevői képet kaphassanak arról, hogyan lehet hatékonyabban kommunikálni a környezetvédelemről.



Magyar fordítás: „A vadvilágot még mindig megismerheti mindegyik generáció”;

A közösségi médiás bejegyzés szövege: „Azok közül a dolgok közül, amelyeket gyermekeinknek és a jövő generációinak szeretnénk hátrahagyni, talán a legfontosabb az a természeti szépség, amelyet gyermekkorunkban szüleinkkel és nagyszüleinkkel fedeztünk fel és tapasztaltunk meg”.¹⁵

15 A bejegyzés szövegét a fókuszcsoporthoz tartozók tesztelési eredményei alapján módosítottuk.



Sokunk számára a természet szépsége a legrégebbi örökségünk és a büszkeségünk forrása. Az előző generációk hagyták ránk, hogy ma is élvezhessük és megőrizzük azt gyermekeink számára.

16



A legtöbbünk szeretné megóvni a környezetet, mert itt pihenünk és itt töltődünk fel családdal és barátainkkal. Itt születnek legszebb emlékeink.

17

- 16 Magyar fordítás: „A vadvilágot még mindig élvezhetik a vidéki családok”; A közösségi médiás bejegyzés szövege: „Sokunk számára a természeti szépség a legrégebbi örökségünk és büszkeségünk forrása. A múlt generációi hagyták ránk, hogy élvezhessük, és megőrizzük gyermekeink számára”.
- 17 Magyar fordítás: „Egy tiszta Duna, melyben fürödhetünk”; A közösségi médiás bejegyzés szövege: „Legtöbben szeretnénk megóvni a természetet a környékünkön, mert itt pihenünk és itt töltődünk fel a családdal és barátainkkal. Innen szereztünk megannyi értékes emléket”.



A víz tárolásával, a szennyező anyagok felszívásával és a levegő tisztításával a tavak, folyók, erdők, mocsarak és azokban élő állatok csökkenthetik a szélsőséges hőség, viharok és aszályok hatását.

18

Itt található egy link egy [videóhoz](#), mely alátámasztja, hogy meg kell védenünk a természetet, mert az megvéd minket a szélsőséges időjárástól.¹⁹

A teljes szövegminták és további példák a kreatív anyagokról a magyar nyelvű „[Üzenetküldési útmutató a helyi környezetet a szennyező projektekkel szemben védő közösségi aktivitások számára](#)” című kiadványban találhatók.

c) Egyenlő házasság

Hagyományosan a civil szervezetek az egyenlő házasság témájában általában azzal érvelnek, hogy a leszbikus és meleg pároknak joguk van a házassághoz, mert mindenkit egyenlő jogok illetnek meg, miközben rámutatnak az egyenlőtlen bánásmód okozta károkra is, mint például a „legközelebbi hozzátartozói” jogok hiányára az orvosi kezelés, a társadalombiztosítás, az öröklés vagy az örökbefogadás terén.

Ez az üzenet legalább három okból kifolyólag is hatástalan volt. Először is, mert a támogatóinkon kívül az emberek általában úgy tekintenek

18 Magyar fordítás: „Védjük a természetet, mely megvéd minket a nyári hőségtől!”; A közösségi médiás bejegyzés szövege: A víz tárolásával, a szennyező anyagok felszívásával és a levegő tisztításával a tavak, folyók, erdők, mocsarak és az azokban élő állatok csökkenthetik a szélsőséges hőség, a viharok és az aszály hatását”.

19 Magyar fordítás: „A természet megvéd minket. Megvéd a szélsőséges hőségtől és az árvizektől. Azonban egy új törvénynek köszönhetően könnyebbé válik az erdőink kiirtása. Ezáltal elveszíthetjük a természet csodáit, melyek megvédnek minket. Csatlakozz hozzánk, és tegyünk együtt a környezetért!”

a házasságra, mint két ellenkező nemű ember közötti kapcsolatra. Másodszor, mert a leszbikusok és melegek negatív megítélése szerint nem érdekelték vagy képtelenek a hosszú távú monogámiára, és inkább kihívást jelentenek a hagyományos intézményekre, mint például a házasságra, mintsem hogy részesei legyenek. Harmadszor, mert a legtöbben úgy gondolják, nincs személyes vonatkozásuk az ügyhöz.

Az Egyesült Államokban, Írországban és Ausztráliában az egyenlő házasság közvélemény általi támogatásának megteremtésében sikeres kampányok újragondolták a házasság fogalmát és feloldották a leszbikusokkal és melegekkel kapcsolatos negatív sztereotípiákat. A házasságot kölcsönös bizalom, tisztelet és támogatás jellemezte, ahol a nem irrelevánssá vált. A kampányok hosszú távú kapcsolatban élő leszbikus és meleg párok, valamint heteroszexuális párok történeteit mutatták be, annak érdekében, hogy hangsúlyozzák, alig van különbség közöttük, és hogy feloldják a negatív sztereotípiákat. A vita pedig az adminisztratív akadályokról vagy az elvont egyenlőségi jogról a méltányosság és szabadság kérdésére terelődött. A kampány résztvevői azzal érveltek, hogy mindannyian ugyanazt az emberi élményt (a szerelemben esést) és vágyat (a hosszú távú elkötelezettségre) tapasztaljuk, és hogy igazságtalan megfosztani az embereket a házasodás szabadságától, pusztán csak a nemük miatt.

A kampányok résztvevői számára az üzenet közvetítőinek kiválasztása is fontos volt. A jobboldali vallási és politikai személyek nyilvánosan beszéltek arról, hogy alapos megfontolás után hogyan változtatták meg álláspontjukat, hogy ezzel a konzervatívabb közönségeknek is lehetőséget adjanak a véleményük megváltoztatására. A leszbikusok és melegek története mellett a kampányok bemutatták a barátokat, kollégákat és családtagokat is, akik arról beszéltek, hogy szeretnék, ha szeretteik is hozzáférhetnének a házassághoz, mert ez a saját életükben is örömet okozott. Ezzel azt hangsúlyozták a közönségnek, hogy ők is kapcsolódnak a kérdéshez olyan barátok, kollégák vagy gyermekek révén, akik még nem tudják, hogy leszbikusok vagy melegek-e.

A világszerte zajló egyenlő házassággal kapcsolatos kampányok áttekintéséhez kattints [ide](#). Az ausztrál kampány kreatív tartalmának példáihoz kattints [ide](#). Az Egyesült Államokban végzett kampányokból származó értékes kreatív tartalmakért kattints [ide](#).

Mivel ezek a források nem tartalmazzak konkrét példákat, az alábbiakban bemutatunk egy példát arra, hogy hogyan is nézhet ki egy egyenlő házassággal kapcsolatos kampány narratívája:

Mindannyian voltunk már szerelemesek. Ha találkozunk valaki különlegessel, hosszú távú elkötelezettséget szeretnénk vállalni egymás iránt házasság révén.

De napjainkban, az elavult törvényeink megtagadják néhányunktól azt a szabadságot, hogy elkötelezzük magunkat a szeretett személy mellett.

Akárcsak a múltban, amikor [példa a múltbeli sikerre], most is modernizálhatjuk a törvényeinket, hogy mindannyian szabadon elkötelezhessük magunkat a szeretett személy mellett, függetlenül attól, hogy azonos vagy ellenkező nemű.

Támogasd a házasság szabadságát azáltal, hogy (pl. tartalmat osztasz meg, elmondod a történetedet, vagy aláírod a petíciót).

d) Abortuszhoz való jog

Hagyományosan az abortuszhoz való jog előmozdítását célzó civil szervezetek üzenetei a személyes autonómia gondolatára összpontosítottak, azzal érvelve, hogy a nők joga van saját testének irányításához, és hogy a családalapításról szóló döntés is az övé kell, hogy legyen. Ez az érv több okból kifolyólag sem működik a támogatóink körén kívül. Először is, mert a mi táborunkon kívüliek gyakran negatívan ítélik meg az abortuszt végző nőket, akik felelőtlenek és erkölcstelenek, és ezért nem érdemlik meg a támogatást. Másodszor, mert a legtöbb embernek nincs közvetlen kapcsolódása az ügghöz. Harmadszor, a meg nem született gyermekek iránti aggodalom miatt. Negyedszer, mert a „döntés” kifejezés („az én testem, az én döntésem”) azt sugallja, hogy az abortusz mellett érvelők triviálisnak vagy szeszélyesnek tartják ezt a cselekményt (ahogy az ember azt is „eldöntheti”, hogy milyen színű zoknit viseljen vagy milyen ízű fagyaltot egyen aznap).

Az Írországból és Argentínából az abortuszhoz való jog közvélemény általi támogatásának megszerzésében sikeres kampányok, valamint az Egyesült Államokban tesztelt kreatív anyagok hasonló módszert alkalmaztak, mint a házassági egyenlőségért küzdő mozgalom. Az abortuszt úgy ábrázolták, mint egy fájdalmas

döntést, amellyel a nőknek lehetetlen helyzetekben kell szembenézniük, például az anyát vagy gyermeket fenyegető egészségügyi problémák, a családot egy újabb gyermek eltartását megakadályozó anyagi nehézségek, vagy olyan élethelyzetek esetén, amikor az emberek nem olyan környezetben vagy élethelyzetben vannak, hogy gyermeket nevelhessenek. A kampány résztvevői nem foglalkoztak közvetlenül a személyes autonómia vagy az abortusz erkölcsi helyességének kérdésével, hanem kiindulási pontként azt vették figyelembe, hogy az abortuszok így is, úgy is megtörténnek, és a mi választásunk, hogy együttérzéssel kezeljük azokat a nőket, akiknek szükségük van rá, és biztonságos kezelést biztosítunk számukra, vagy hagyjuk, hogy életüket veszélyeztessék a nem biztonságos eljárások. Ez a megközelítés elismeri a közönség esetleges aggályait, miközben ráirányítja a figyelmet arra, hogy a nőknek ellátást kell biztosítanunk szükség esetén.

A kampányok résztvevői számára az üzenet közvetítőinek kiválasztása is fontos volt. Az abortuszon átesett nők történetei mellett a kampányok bemutatták a barátokat, kollégákat és családtagokat is, akik arról beszéltek, hogy szeretnék, ha az életükben szereplő nők hozzáférhetnének a biztonságos abortusz ellátásához, ha valamikor is szükségük lenne rá. Ezzel azt hangsúlyozták a közönségnek, hogy ők is potenciálisan kapcsolódhatnak a kérdéshez

érintett barátok, kollégák vagy saját jövőbeli gyermekeik révén. Argentínában a kampány résztvevői nagyban támaszkodtak a vidéki területeken praktizáló orvosok beszámolóira, akik titkos abortuszok következtében súlyos sérüléseket szenvedett nőket kezeltek, mivel őket a városi területeken kívüli, könnyen befolyásolható középosztálybeli közönség különösen megbízható közvetítőként tekintette.

A kampány résztvevői ezeket az üzeneteket tartalmazó videókat megtalálhatják [itt](#), [itt](#) és [itt](#), valamint egy esettanulmányt az abortuszellenes kampányról [Argentínában](#) és

[Írországbán](#), amely tartalmazza a használt üzenetek megvitatását is.

iii. Példák a progresszív ügyekről szóló üzenetek és az őket népszerűsítő civil szervezetek összekapcsolására

A következőkben két példát mutatunk arra, hogy hogyan kapcsolhatják össze az aktivisták egyazon narratívában az általuk előadott progresszív ügyet és az ügyet népszerűsítő civil szervezetet.

Környezetvédelemről szóló példa

Mindannyian arra vágyunk, hogy a családjaink egészséges legyen, és biztonságban érezhesse magát az otthonában.

Manapság az olyan szélsőséges időjárási események, mint az árvizek, az erdőtüzek és az extrém hőség, már egészségügyi problémákat, például stroke-ot és légzési nehézségeket okoznak, veszélyeztetik otthonainkat, az áramellátást és az élelmiszer-utánpótlásunkat is fenyegetik.

Az egészséges környezet felszívja a szennyező anyagokat, és lökhárítóként szolgál az olyan extrém időjárási események ellen, mint az árvíz vagy az aszály. A kormány azonban a biztonságunkról gondoskodó természet megóvása helyett olyan terveket hagy jóvá, amelyek szennyezik és pusztítják a környezetet.

De hozhatunk más döntést is. A miénkhez hasonló civil társadalmi szervezetek összehozzák az Önökhöz hasonló egyszerű átlagembereket, így együtt követelhetjük a politikusoktól, hogy végezzék jobban a dolgukat. Tudjuk, mit tudunk elérni, ha közösen lépünk fel, mint például, amikor megakadályoztuk, hogy a kormány bevezesse az internetadót. Ma pedig, ha összefogunk, követelhetjük, hogy a vezetőink óvják meg a védelmünk, egészségünk és otthonaink biztonságáról gondoskodó természetet.

(+felhívás cselekvésre)

Példa a menedékhez való jogra

A legtöbben igyekszünk úgy bánni másokkal, ahogyan szeretnénk, hogy velünk is bánjanak. Ha bármelyikünknek el kellene költöznie mert félti az életét vagy aggódik a családjáért, szeretnénk tudni, hogy mások segíteni fognak újrakezdeni az életünket és gyorsan beilleszkedni a közösségbe.

De a vezetőink szinte lehetetlenné tették, hogy a biztonságot keresők hozzánk jöjjenek anélkül, hogy szinte mindent kockára tennének. Akinek pedig mégis sikerül, attól a kormány megtagadja az új kezdethez és a közösségünkhöz való hozzájáruláshoz szükséges támogatást.

Nem kell, hogy így legyen. A miénkhöz hasonló civil társadalmi szervezetek összehozzák az Önökhöz hasonló egyszerű átlagembereket, így együtt követelhetjük a politikusoktól, hogy végezzék jobban a dolgukat, és tartsák tiszteletben az értékeinket. Tudjuk, mit tudunk elérni, ha közösen lépünk fel, mint amikor egymásról gondoskodtunk az árvizek és tűzvészek után. Ma pedig, ha összefogunk, követelhetjük, hogy a vezetőink üdvözöljék azokat, akik biztonságot keresve jönnek hozzánk, és támogassák őket az életük újrakezdésében és a közösségünkbe való beilleszkedésben.

(+ felhívás cselekvésre)

iv. A fatalizmus kezelése és a civil szervezetek által kínált kollektív cselekvési eszközök hangsúlyozása

Mint már volt róla szó, amellet, hogy bemutatod az egyes progresszív ügyeket a közönségednek, az üzeneteidben foglalkoznod kell a fatalizmussal is, és hangsúlyoznod kell az eszközöket, amelyeket az ügyet érdekképviselő civil szervezetek kínálnak a kollektív cselekvés ösztönzésére.

Az aktivistáknak érdemes külön foglalkozniuk a fatalizmussal és azzal, hogy hogyan hozzák össze a civil szervezetek az embereket, hogy együtt érijenek el változást. Mindazonáltal lehetséges a kettővel egyszerre foglalkozni, és annak, hogy itt együtt foglalkozunk velük, az

az oka, hogy kipróbáltuk a két elemet együtt, egyetlen üzenet vagy kreatív termék részeként. Bár a vizsgált narratíva nem változtatta meg a közönség véleményét az ügyet érdekképviselő civil szervezettel kapcsolatban (ezért nem is került be az itt ajánlott üzenetek közé), a vizsgálatnak két fontos felismerést is köszönhetünk. Először is, megmutatta, hogy a bizonytalanok pozitívan reagálnak azokra a példákra, amelyekben a civil szervezetek összehozzák az embereket egy közös ügy érdekében. Másodszor pedig bebizonyította, hogy a múltban elért sikerek felidézése segíthet, hogy a bizonytalanok legyőzzék a fatalizmust. Ezek az eredmények az EU minden országában kimutathatók voltak, ahol a civil szféráról szóló üzenetek és kreatív tartalmak hatását vizsgáltuk.

Ha a fatalizmus kezelése a célod, nem kell, hogy csak az ügyet érdekképviselő civil szervezet múltban elért sikereire sorolj fel példákat. Természetesen, ha ezeket is meg tudod említeni, az valószínűleg segít, hogy az érdekképviselői civil szervezetet a jó ügyek elérésében hatékonynak érezzék, ami pozitívum. De a fatalizmus kezelése során a legfontosabb célod segíteni a közönségednek felülemelkedni a tehetetlenség érzésén, ami miatt úgy érzik, hogy semmi értelme részt venni az ügyedben.

Ha az aktivisták az érdekképviselői civil szervezet múltban elért sikereinek kihangsúlyozása mellett döntenek, érdemes a story-telling technikájában gondolkodnod. Például felkérhetsz követként olyan embereket, akiken a jogszabályok, szabályzatok vagy bírósági döntések segítettek, hogy meséljenek arról, milyen pozitív hatása van ezeknek az életükre. Ezek lehetnek „hétköznapi” emberek, pl. helyi lakosok, akik élvezhetik a szabadstrandot, miután megvédték az ingatlanspekulánsoktól. Vagy lehetnek nagyra becsült szakma képviselői, pl. orvosok vagy tanárok, akik a megnövelt forrásoknak köszönhetően jobb szolgáltatást tudnak nyújtani. De lehetnek akár szolgáltatásnyújtó vagy alulról szerveződő nonprofit szervezetek is, amelyek tevékenységét az érdekképviselői civil szervezet segítette, pl. egy helyi környezetvédelmi csoport, amely az érdekérvényesítő civil szervezet jogi segítségével védte meg a helyi természeti kincseket az ingatlanfejlesztőkkel szemben.

Ha a célod annak kihangsúlyozása, hogy hogyan hozza össze az érdekképviselői civil szervezet az embereket, akkor inkább arra kell példákat hoznod, amikor az emberek a támogató szervezet tevékenysége részeként együtt cselekszenek.

A következőkben kreatív termékekre mutató hivatkozásokat láthatsz a hozzájuk tartozó magyarázattal, amelyből megtudhatod, hogy mely elemek használhatók ötletforrásként a fatalizmus kezeléséhez, és melyek segítenek kihangsúlyozni azt, hogy hogyan hozza össze az embereket az érdekképviselői civil szervezet.

Ez a [videó](#), amelyet magyar fókuszcsoportokon teszteltek, a múltban elért sikerek mellett a különféle tiltakozások aktuális példáit mutatja. Ez a fatalizmus kezelésében bizonyult hatékonynak. A videó megtekintése után a résztvevők a korábbiaknál sokkal pozitívabban voltak azzal kapcsolatban, hogy a hétköznapi emberek is képesek nagy társadalmi változások elérésére. A videó alapján arról is megváltozott a véleményük, hogy részt kell-e vennie a civil szervezeteknek a „politikában”. Miután látták a különböző ügyek elleni tiltakozásra összegyűlt embereket, a résztvevők pozitívabban nyilatkoztak arról, hogy a civil szervezetek eszközt nyújthatnak az embereknek ahhoz, hogy eljuttassák a véleményüket a politikusokhoz.

Emellett ebben a szintén magyar fókuszcsoportokon tesztelt [videóban](#) arra találsz példát, hogy hogyan lehet egy adott ügyről (ez esetben a környezetvédelemről) beszélni, és egyidejűleg

kihangsúlyozni azt is, hogy hogyan hozzák össze az érdekérvényesítő civil szervezetek az embereket az ügy elősegítése érdekében.²⁰ Itt egyetlen rövid videóban látható, hogy az aktivisták növelhetik egy adott progresszív ügy támogatását, és ezzel egy időben kihangsúlyozhatják az eszközöket, amelyeket az érdekképviselői civil szervezet kínál a hétköznapi emberek összehozásához.

Ez a horvát fókuszcsoporthoz tartozó [videó](#) olyan narratívát alkalmaz, amely végül nem került bele ebbe az útmutatóba. Bár a videó jól teljesített a fókuszcsoporthoz, de főleg a közönség már eleve pozitív véleményét erősítette meg a szolgáltató és alulról szerveződő civil szervezetekről, és nem vezette el őket addig a felismerésig, hogy az általuk támogatott ügyek hasonlósága miatt nekik is támogatniuk kellene az érdekérvényesítő civil szervezetet. Mindazonáltal a videóban látható képek ötletforrásként szolgálhatnak a magyar aktivisták számára. A természeti katasztrófák után együtt dolgozó embereket ábrázoló képek olyan példák, amelyeket fel lehet használni a fatalizmus kezelésére. A Dubrovnikot az ingatlanfejlesztők ellen védő tüntetőket ábrázoló képanyag pedig példaként szolgál arra, hogy az érdekképviselői civil szervezet összehozza az embereket.

Ezt a [videó](#)t az Egyesült Államok-beli aktivisták készítették, és arra szolgál példával, hogy

hogyan lehet a múltbeli sikerek felidézésével kezelni a fatalizmust és motiválni az embereket.

Az aktivistáknak azt is szem előtt kell tartaniuk, hogy a bizonytalanok sokkal pozitívabban reagálnak, ha a tüntetéseken és más közös fellépéseken „hétköznapi” embereket látnak a szervezetek, intézmények vagy más olyan emberek helyett, akiket tipikus aktivistaként azonosíthatnak. Ennek valószínűleg az az oka, hogy a „hétköznapi” embereket „magukfajtanak” tartják, így ez nagyobb megerősítő hatással bír számukra.

E. Hogyan reagáljunk félrevezető híresztelésekre?

Ahogy azt már tárgyaltuk, a kommunikátornak általában érdemes elkerülnie, hogy közvetlenül ellentmondjon az ellenfél üzenetének, még akkor is, ha ezzel téves információkat akarnánk cáfolni. A cáfolathoz meg kell ismételni a vádat, és az ismétlés segít abban, hogy a hamis információ rögzüljön. Az ellenfél üzenetének semlegesítéséhez vagy át kell kerektezni a témát, amivel támadnak, vagy úgynevezett „igazságszendvicset” kell alkalmazni. Az igazságszendvics átkeretezi a témát, de egy további réteget is ad hozzá, amelynek célja, hogy feltárja az ellenfél valódi motivációját a félrevezető híresztelések terjesztésére.

20 Magyar fordítás: „A természet megvéd minket. Megvéd a szélsőséges hőségtől és az árvizektől. Azonban egy új törvénynek köszönhetően könnyebbé válik az erdőink kiirtása. Ezáltal elveszítjük a természet csodáit, melyek megvédnek minket. Csatlakozz hozzánk, és tegyünk együtt a környezetért!”

Az igazságszendvics ugyanazt a struktúrát alkalmazza, mint a normál narratív üzenet. A fő különbség az, hogy amikor a problémát magyarázod, felhívod a figyelmet arra, hogy az ellenfeled ellened irányuló támadása egy rosszindulatú szándékot szolgáló stratégia része – ami ugyanaz, mint a „mi döntünk” narratíva „stratégiai” változata. Emlékeztetőül íme a követendő struktúra:

1. Értékek: ahelyett, hogy nyíltan ellentmondanál az ellenfelednek, kezd azzal, hogy emlékezteted a közönséget, miért fontos számukra az az ügy, ami mellett kiállsz. Ahelyett, hogy az ellenfeled üzenetére irányítanád a figyelmet, és hagynád, hogy ők tematizáljanak, így újra a saját ügyedre irányíthatod a figyelmedet.
2. A probléma ismertetése: mutass rá ellenfeled rosszindulatú szándékára – miért támadják a szervezetet, az átlalatok támogatott ügyet, vagy azokat a csoportokat, akikkel együtt dolgoztok? Utalj az ellenfeled hazugságaira, de ne ismételd meg őket.
3. Saját jövőkép és megoldás: térj újra rá az általad támogatott ügyre úgy, hogy arról beszélsz, hogy egyeztethető össze a megoldásod azokkal az értékekkel, amelyeket az első lépésben vázoltál föl.
4. Ha ez egy kampány része, emlékeztess a közönséget az eddig elért sikerekre, és kérd meg őket, hogy támogatásuk kifejezéséként tegyenek valamit.

Az átkeretezés segítségével 1. elkerülsz a téves információ megismétlését és 2. a közönségnek

egy alternatív értelmezést adsz, amelynek segítségével más oldalról is megérthetik az adott ügyed. Az igazságszendvics esetében emellett a közönséget 3. arra sarkalljuk, hogy ne foglalkozzanak a téves információval, mert megvilágítjuk, hogy a forrás nem megbízható. Egy interjú vagy vita során egy hamis információra kezdhetsz a válaszat egy igazságszendvicsel, majd egy rövid átkeretezéssel cáfolhatod a következő támadást. Egy interjú vagy vita során előfordulhat, hogy a hitelesség megőrzése során nem lehet elkerülni a reagálást az eredeti támadás tartalmára. Ebben az esetben csak a lehető legrövidebben foglalkozz ezzel a kérdéssel, majd térj vissza az ügyre, amelyet támogatsz. Ha helyénvalónak ítéled, rámutathatsz arra is, hogy miért ért a támadás.

Alább bemutatunk néhány példát, hogy néznek ki a (hosszabb) igazságszendvics és a (rövidebb) újrakeretezések, amelyeket az érdekvéonyesítő civilekhez kapcsolódó leggyakoribb támadásokra vagy téves információkra lehet adni. Mivel az igazságszendvics nem egyenesen egy adott támadásra vagy téves információra válaszol, többféle támadás esetén is fel lehet használni. Az igazságszendvics leginkább a támadások mögött húzódó motiváció magyarázatában különböznek egymástól. A rövidebb átkeretezéseket jobban hozzá kell igazítani az eredeti támadáshoz.

1. példa: igazságszendvics, amely támadások széles skálájára adott válaszként működhet (pl. politikai részrehajlás, külföldi befolyás, korrupció vagy a közpénzek herdálása), amikor az ellenfél motivációja: elterelni a figyelmet arról, hogy nem sikerült megoldania egy problémát, amely az emberek számára nagy jelentőséggel bír.

Bármelyik párttal is szimpatizálunk, a legtöbbünk azt szeretné, ha választott képviselőink megadnák nekünk mindazt, amire szükségünk van ahhoz, hogy boldoguljunk: olyan munkát, amellyel el tudjuk tartani a családjunkat, jó minőségű kórházakat és iskolákat, valamint megfizethető otthont, élelmet és energiát. A civil szervezetek, mint mi is, összehozzák az embereket, így együtt emelhetjük fel a hangunkat és követelhetjük vezetőinktől, hogy biztosítsák mindazt, amire a közösségünknek szüksége van.

Sokan kerültek nehéz helyzetbe, mert a kormány nem volt képes csökkenteni a megélhetési költségeket vagy rendbe rakni a közszolgáltatásokat. Most pedig támadnak minket, mert számonkérjük rajtuk, hogy nem végezték el a munkájukat.

Visszautasítjuk a megosztásunkra tett kísérletüket. Korábban segítettünk, hogy a hétköznapi emberek összefogjanak és megakadályozzák a Bős-nagymarosi vízlépcső építését, jobb fizetést harcoljanak ki a tanároknak, elvetessék az internetadóra vonatkozó javaslatokat, és gondoskodjanak egymásról a COVID, az árvizek és a tűzvészek idején. Továbbra is segítjük a polgárok összefogását, hogy nyomást gyakoroljunk vezetőinkre, hogy tegyék jobbra mindannyiunk életét.

Rövidebb általános átkeretezés

Egyes politikusok azért támadnak minket, hogy elhárítsák a felelősséget, amiért nem sikerült megoldaniuk az embereket aggasztó problémákat. Függetlenül attól, hogy kire szavazunk, a legtöbben mindössze annyit szeretnének, hogy a vezetőink valódi megoldásokkal álljanak elő ahelyett, hogy megosztanak minket és elvonják a figyelmünket.

Rövidebb átkeretezés, ha a támadás politikai részrehajlással vádol egy környezetvédelemmel foglalkozó civil szervezetet

Azon dolgozunk, hogy biztosítsuk az emberek számára a tiszta ivóvizet és a biztonságosan beszívható levegőt. Itt nem az a kérdés, hogy ki jobb- és ki baloldali. Hanem az, hogy mi a helyes és mi nem az. A pusztán tény, hogy a politikusoknak ez problémát jelent és fontosnak érzik, hogy ránk támadjanak miatta, jelzi, hogy a szennyező nagyvállalatok főnökeinek érdeke fontosabb számukra a hozzánk hasonló egyszerű emberek érdekeinél.

Rövidebb átkeretezés, ha a támadás a finanszírozási források miatt külföldi befolyással vádol egy bevándorlással foglalkozó civil szervezetet

Legtöbben úgy gondoljuk, hogy helyes lenne, ha szeretettel fogadnánk a háború elől menekülőket, ahogy a történelem során más országok lakói fogadták a mi népünket. Mi ezen dolgozunk. Teljesen transzparenssek vagyunk a finanszírozásunk forrásaival kapcsolatban, és weboldalunkon minden évben közzéteszük az erre vonatkozó információkat. Egyes politikusok azért támadnak minket, mert számukra fontos, hogy a bevándorlókat hibáztassák olyan problémák, például a magas megélhetési költségek vagy az alacsony bérek miatt, amelyeket nekik nem sikerült megoldaniuk.

2. Példa: igazságszendvics, amely támadások széles skálájára adott válaszként működhet (pl. politikai részrehajlás, külföldi befolyás, korrupció vagy a közpénzek herdálása), amikor az ellenfél motivációja: elterelni a figyelmet a korrupcióról.

Legtöbben azt szeretnénk, hogy választott képviselőink az általunk befizetett adókat és járulékokat olyan dolgok finanszírozására fordítsák, amelyekre szükségünk van, például jó minőségű kórházakra és iskolákra, méltó életet biztosító nyugdíjakra, valamint megfizethető lakbérre és energiaárakra.

Ezzel szemben néhány politikus ahelyett, hogy a hétköznapi emberekért dolgozna, arra használja a pozícióját, hogy zsebre tegye a mi pénzünket, vagy a barátait gazdagítsa belőle. És amikor ezt szóvá tesszük, nekünk támadnak, hogy az emberek inkább ránk figyeljenek és ne rájuk.

A mi dolgunk az, hogy tájékoztassuk az embereket arról, hogyan használják fel a befizetéseiket, és segítsünk nekik közösen felszólalni, ha nem elégedettek a vezetőink tevékenységével.

Rövidebb átkeretezés

A mi dolgunk az, hogy tájékoztassuk az embereket, és eszközöket nyújtunk nekik, amikor közösen kell felszólalniuk, hogy hangot adjanak a vezetőinkkel kapcsolatos nemtetszésüknek. Bizonyos politikusok azért támadnak minket, mert nem szeretnék, hogy felhívjuk a figyelmet az általuk folytatott korrupcióra.

Melléklet: Összefoglaló a célközönség civil szféráról alkotott attitűdjeiről

Ez az összefoglaló a mozdítható középréteg magyarországi civil szférával kapcsolatos attitűdjeit írja le. Egy 2024-ben végzett social listeningen és 2025-ben végzett fókuszcsoporthoz tartozó csoportok gondolkodásába enged betekintést. Ebbe beletartoznak a „gyenge támogatók” (azok, akik a mi álláspontunk felé hajlanak), „gyenge ellenzők” (azok, akik az ellenfelünk álláspontja felé hajlanak) és a „bizonytalanok” (azok, akiknek a véleménye ellentmondásos, vagy nem tudják, mit gondoljanak). A social listening jelentés nem tesz különbséget e között a három szegmens között. A fókuszcsoporthoz tartozó felmérések alanyai a „bizonytalanok” köréből kerültek ki, és az összefoglaló meg is említi őket, amikor megismerhetjük a gondolataikat.

A mozdítható középréteghez tartozó közönség nem ugyanúgy alkot koncepciót a „civil térről”, mint az érdekképviselői civil szervezetek. Ez a közönség inkább konkrétabb, kézzelfoghatóbb módon beszél az általunk „civil térnek” nevezett egyes elemeiről. Például a tevékenységekről, mint az önkéntes ételhordás vagy gyógyszer szállítás, egy kampány szervezése vagy a tüntetés. A fókuszcsoporthoz tartozó felmérések alapján a bizonytalanok nem igazán értik, és nem is használják a „civil szervezet” vagy a „hamis civil társadalmi szervezet” kifejezéseket. A „civil szervezet” kifejezésnek azonban számukra negatív konnotációja van, és kerülni kell.

A „civil társadalmi szervezet” kifejezésről a határozatlanoknak a szolgáltatásnyújtás és az alulról szerveződő szervezetek jutnak eszükbe. Amikor azonban az érdekképviselői civil szervezeteket úgy írták le nekik, mint egyes progresszív ügyeket adott eszközökkel támogató „civil társadalmi szervezet”, boldogan emlegették az érdekvédelem civil szervezetét „civil társadalmi szervezatként”.

Szolgáltató és alulról szerveződő civil társadalmi szervezetek

Magyarországon, mint más országokban is, a mozdítható középréteghez (és az ellenzékhez) tartozó közönségek kedvezően ítélik meg ezeket a szervezeteket. A jelek szerint azért, mert úgy tekintenek rájuk, mint akik fontos feladatot végeznek, amely hozzájárul az állam által hagyott hiányosságok betöltéséhez. Ezek a szervezetek gyakran helyi jelleggel szerveződnek, és elismerik a közösségi szolidaritás fejlesztésében és a polgárok megerősítésében betöltött szerepüket is. A tevékenységeik közé tartozik a gyermekek és családok támogatása, nyári táborok szervezése, iskolák támogatása, a hajléktalanok segítése, egészségügyi segítségnyújtása, a „kiszolgáltatott” csoportok segítése, valamint kulturális és restaurációs ténykedés. A helyi szervezeteket a jelek szerint a helyi választások tisztaságának biztosításáért is elismerik. Például állatvédelem, gyermekek támogatása, segítség időseknek, például a házkörüli felújítások és javítások elvégzésével vagy

ételhordással, fogyatékosággal élő emberek, nők egészségügyi ellátása és katasztrófák következményeinek enyhítése.

Érdekképviselési civil szervezetek

A social listening jelentések és a fókuszcsoporthoz tartozó felmérések eredményei szerint az érdekképviselési civil szervezetek ellen zajló lejárató kampány hatott a határozatlanok véleményére. A határozatlanok nagyon keveset tudnak az érdekképviselési civil szervezetekről vagy az általuk támogatott ügyekről. A progresszív ügyeket természetüknél fogva politikai ügynek tekintik, és nem nézik jó szemmel, hogy a civil társadalmi szervezetek a politikába ártják magukat. Hajlamosak azt is gondolni, hogy ezek az ügyek fontosak, és jobban örülnének, ha a civil társadalmi szervezetek „valódi” problémákkal foglalkoznának, mint például a közösségi közlekedés rossz infrastruktúrája. Emellett elismélik az érdekképviselési civil szervezeteket érő vádakat is, vagyis azt, hogy külföldi ügynökök finanszírozzák, akik nem Magyarország érdekeit nézik, és politikailag részrehajlók.

Ezek a vádak azonban a határozatlanoknál csak felületesen rögzültek, és el is oszlanak, amikor olyan üzeneteket kapnak, amelyek 1. bemutatják nekik, hogyan hozzák össze a civil társadalmi szervezetek az embereket a közös ügyek előmozdítása érdekében, 2. az emberek összefogásának köszönhető elért jelenlegi vagy múltbéli sikerekre mutatnak példákat, c) bemutatják, hogy a konkrét progresszív ügyek hogyan eredményeznek olyasmit, amit a közönségünk fontosnak tart.

A határozatlanok nem ismerik fel, hogy az érdekképviselési civil szervezetekre irányuló támadás a demokratikus elszámoltathatóság és részvétel gyengítésére irányuló szándékos stratégia. Úgy tűnik, ezt csak a támogatóink látják át.

Kifejezetten a tüntetésekkel kapcsolatban a határozatlanok támogatják a tüntetéshez való jogot – amennyiben békés és jogszerű –, és úgy gondolják, hogy ez fontos módja a figyelem felhívásának a társadalom egyes csoportjait érintő problémákra. Más országoktól eltérően nem tűnik úgy, hogy a tüntetéseket összekapcsolnák a forradalmi vagy erőszakos viselkedés magas kockázatával.

Kapcsolat

The Civil Liberties Union for Europe

A Civil Liberties Union for Europe (Liberties) egy civil szervezet, amely az Európai Unió összes polgárának szabadságjogait védi és propagálja. Központunk Berlinben van, de Brüsszelben is működünk. A Liberties az EU különböző tagállamaiban működő nemzeti szintű, szabadságjogok védelmével foglalkozó civil szervezetek hálózatára épül. Ha másképp nem jelezzük, a Liberties véleménye nem feltétlenül egyezik tagszervezeteink véleményével.

The Civil Liberties Union for Europe e. V.
c/o Publix, Hermannstraße 90
12051 Berlin
Germany
info@liberties.eu
www.liberties.eu



**Co-funded by
the European Union**

Az Európai Unió társfinanszírozásával. A jelen kiadványban szereplő nézetek és vélemények azonban csak a szerző(k) álláspontját képviselik, és nem feltétlenül tükrözik az Európai Unió vagy a szponzoráló hatóság – az Európai Oktatási és Kulturális Végrehajtó Ügynökség (EACEA) – véleményét. Sem az Európai Unió, sem a szponzoráló hatóság nem vállal ezekért felelősséget.