

kommunikációs stratégiák

Bernáth Gábor

öt paradoxon. 5/1.: van-e direkt hatás?

Nem egyértelmű, hogy a médiának direkt hatása lenne a közönség vélekedéseire (hogy automatikusan azt gondolnánk, amit a média mond.)

Ha így lenne, talán még állna a Szovjetunió, ahol az összeomlás előtti héten is megírták, hogy minden rendben van. Ugyanakkor tudjuk, hogy a ruandai népirtás egyik fontos szereplője az állami rádió volt, amely egy nagyon intenzív kampány során dehumanizálta a későbbi áldozatokat.

A média hatásaival kapcsolatos viták ellenére abban egyetértés van, hogy a közönség általában azt tartja fontos kérdésnek, amit a média is annak tart.

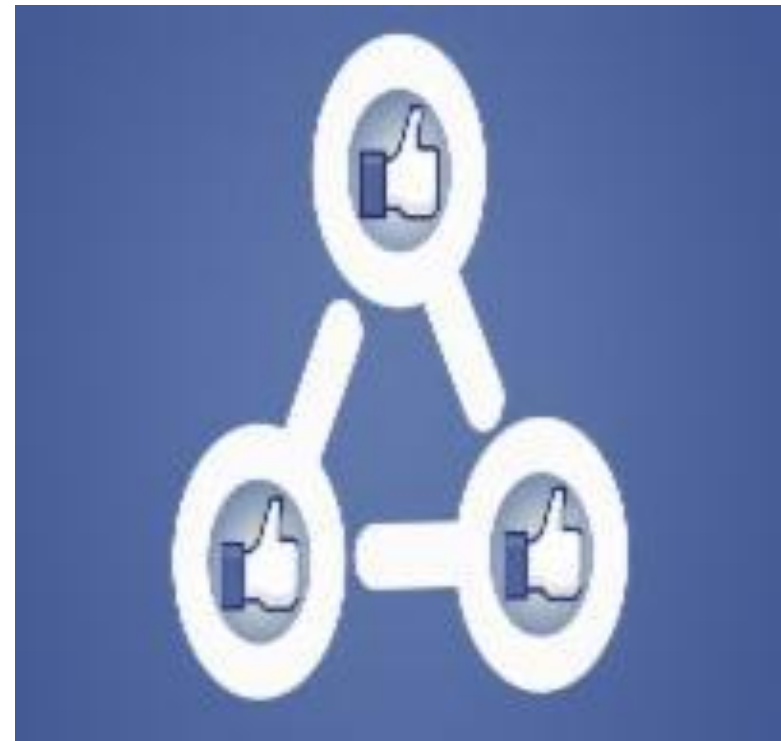
paradoxon 5/2: kivételképző értelmezések

A média gyorsan rombol, lassan gyógyít. Hamar meg tudja erősíteni az előítéleteket, ám a sztereotípiáinknak, előítéleteinknek ellentmondó bemutatásokat változatos módon tudjuk elhárítani -- propagandaként, vagy akár a szabályt erősítő kivételként értelmezve ezeket.

Egy példa: a Bill Cosby Show hatásvizsgálata. A sorozat főszereplője egy, a feketékről kialakult sztereotípiáknak ellentmondó, sikeres fekete értelmiségi család volt, de a feketékkel szembeni előítéleteket annak ellenére sem volt képes csökkenteni, hogy adásról-adásra sok millióan nézték. Sokan azzal az érveléssel oldották fel a szimpatikus család és a feketékkel kapcsolatos előítéletek közötti ellentmondást: "tessék, ebből is látszik, hogy a feketék csak a saját magukat hibáztathatják; ha hajlandóak lennének dolgozni, ugyanolyan sikereket érhetnének el, mint a Huxtable család". (Jhally and Lewis. 1992: Enlightened Racism: The **Cosby** Show, Audiences & the Myth of the American Dream)

paradoxon 5/3: web2

A web2-es fórumokon, mint amilyen a facebook, minden korábbinál nagyobb a lehetőségünk az önkifejezésre, de nincs már kit meggyőzni, a saját buborékunkban, a saját barátaink között osztjuk az egyetértést, lájkokat.



paradoxon5/4: igazság

Minden korábbinál több az információ, de a hazugság is -- az információk hitelességét nem kell szavatolni . „Post-truth”: álhírek, álmagyarázatok, álhírvállalkozók.



paradoxon5/5: hallgatási spirálok

A hangosabb és agresszívebb trollok miatt elhalkulnak azok, akik nem akarnak részt venni egy méltatlan vitában. Ez azt az érzést kelti, mintha a trolloké, vagy a hangos gyűlölködőké lenne a többségi vélemény (ami még inkább rejtőzködéshez vezet a támogatók körében).



„állami trollok”, Kína

http://www.nytimes.com/2016/05/20/business/international/china-fifty-cent-party-internet.html?_r=0

kölcsönhatásban

Azt, hogy egy csoportot, egy ügyet, egy témát milyen attitűdök mentén érzékel a többség, több tényező is meghatározza:

1. a **hatalom diskurzusai** (milyen intézkedéseket hoznak - pl. ha előírják, hogy a menekültekkel csak kesztyűben és maszkban érintkezzenek a hivatalnokok, akkor a menekültek által behordozott betegségek irányába terelik az értelmezéseket - és persze annak is nagyobb súlya van, hogy miket mond például egy miniszter);
2. **média-bemutatók**, szelektív tartalomválogatás, kommentárok, stb.;
3. a **saját értelmezéseink** és sztereotípiáink (ld. Bill Cosby show).

mik is a narratívák?

- A kommunikációs tervezés alapegysége a korábbi üzenetek - célcsoportok - eszközök felosztások mellett/helyett inkább egy-egy narratíva megalkotása.
- Annál is inkább érdemes ezekre figyelni, mert a célcsoportunk nem egy “üres lap”, amit csak meg kell szórni üzenetekkel, hanem mindenféle narratívákat kínálnak nekik mások.

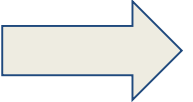
Egy ilyen narratívában a hit gyakran erősebb, mint a tények:

- a gondolatok egymást igazoló, koherensnek tűnő érvrendszeret adnak;
- morális összefüggések is megfogalmazásra kerülnek.

A narratívák egy-egy nagy témához is bekötik az üzeneteket (pl. szuverenitás, biztonság);

- érzelmi identitást adnak, pozitív jövőképet kínálnak.

egy példa: az érdemtelen szegények narratívája, és a sokféle platform, ahogy érvényesül

- Az átlagpolgár úgy gondolja, hogy a nagy szegénység a különösen kedvezőtlen körülmények vagy különösen komoly jellemhibák következménye lehet. Minél nagyobb a szegénység, annál rosszabb körülményekre és/vagy jellemhibára utal (Janky et al., 2014).
- Ha etnicizálják, még könnyebb: a cigányok gondjai megoldódnának, ha végre elkezdenének dolgozni: 84% egyetért ezzel az állítással (Publicus, 2008, 2009).
- És ha ilyen vágóképek erősítik ezt a hírműsorokban: 

vágóképek: tengés-lengés fényes nappal

A roma közösség - kép, 2010

4 országos
híradó
vágóképei-
nek elem-
zése alapján
Bernáth-
Messing,
2011



**amikor a hatalom is a pénzt elherdáló, a jövőre
nem gondoló embernek állítja be a szegényeket**



B-A-Z megyei
rendőrkapitányság a
szociális
minisztérium
támogatásával:
uzsora-naptár, 2009.

egy narratíva elemei

- érv- és ellenérvkészlet
- összefüggések többségi érdekekkel, „nagy témákkal” (pl. biztonság)
- pozitív érzelmi hangolás/bevonás lehetőségei
- támogatók és „szóvivők” bevonása/szóra bírása/ közvetlen kommunikációs fórumok
- megoldások és pozitív forgatókönyvek
- történetek
- nyelvi készlet újragondolása
- képkészlet és vizuális világ
- kommunikációs infrastruktúrák összekapcsolása, alternatív formák: matricák, pólók, célzott jelenlétek (→ppt3, ppt4)
<https://www.facebook.com/dw.euromaxx/videos/1583071011713808/>

érvek, ellenérvek, átkeretezés

- Nem elég cáfolni, jobbat kell mondani
- **Egy példa :** George Lakoff egy helyütt az azonos neműek házassága kapcsán elképzelt vitában mutatja be az átkeretezés stratégiáját. Szerinte már veszítünk, ha átvesszük az ezzel kapcsolatos kifejezéseket (pl. melegházasság), és abban a keretben maradunk, hogy támogatjuk-e az azonos neműek házasságát vagy sem. Lakoff válasza: „Én az egyenlő jogokban hiszek és pont. Nem hiszem, hogy az államnak az lenne a feladata, hogy megmondja az embereknek, kivel szabad összeházasodniuk, és kivel nem. A házasság a szeretetről és az elköteleződésről, szól, és megvonni a szerelmesektől a házassághoz való jogot nem más, mint az emberi méltóság megsértése.” (Lakoff 2004: Ne gondolj az elefántra)

összefüggések többségi érdekekkel, „nagy témákkal”

- Hogyan kerülhetjük el, hogy rendre a kisebbséget, marginálisat védjük? Mitől érdeke a többségnek pl. a roma gyerekeknek adott minőségi oktatás?
- Milyen erkölcsi parancsok, általános igazságok, kulturális sztereotípiák támogatják az üzenetünket?

pozitív érzelmi hangolás

- **Ne a bajt, hanem a megoldást áruljuk!**
- **Közösség és szorongásmenedzsment:** a csatlakozás egyik lehetősége, ha összekötjük az embereket azokkal, akiknek hasonló a problémájuk/segíteni tudnak ezek megoldásában.
- **Közösség és ellenállás:** keresni annak a lehetőségét, hogy mi tud kollektív örömet adni, és annak felmutatása: van más magatartás, mint amire rá akarnak hangolni minket.
- **Pozitív visszajelzést adni:** hangsúlyozni az eddigi eredményeket, és a segítség mértékét. Ez olyan, mint az önbeteljesítő jóslat: ha azt mondjuk, már eddig is sokan csatlakoztak, de még te is kellesz, még többen fognak csatlakozni.
- **Lehetőséget adni arra, hogy a csatlakozók nagyobb keretben lássák magukat:** miként függ össze, amire hívjuk, olyan kérdésekkel, hogy „mi a dolgunk a világban”.
- **Saját agenda a haraggal, félelemkeltéssel és gyűlölettel szemben** (pl. menekültsegítés 2015-ben).
- **Erőt mutatni.** Az emberek nem a gyengéhez, hanem az erőshöz akarnak csatlakozni. Aki gyengének mutatja magát, gyenge is lesz. És viszont.
- **A pozitív odafordulás példája és ereje ugyanúgy ragadós lehet, mint a félelemkeltésé.**

támogatók és „szóvivők” bevonása/szóra bírása

~~—beszéd → meggyőzés~~

- **beszéd → cselekvés** → beszéd
→ beszéd
→ beszéd → **meggyőzés**

A sokak által érzékelt propaganda-nyomás miatt is felértékelődtek a személyes meggyőzés formái és a hitelesség ereje. Ez felveti, hogy van-e elég, az értékeket nyíltan vállaló támogatónk. Érdemes végiggondolni a lehetőségeket az ellenség-fixációktól a támogatók felé fordulásig: az ellenérdekeltek győzködése helyett az egyetértők bevonása és **szóra bírása felértékelődött.**

Sokakat bevonni azonban leginkább kollektív cselekvéssel lehet. Amihez alacsony belépési küszöbök, és pozitív szerepminták kellenek.

megoldások és pozitív forgatókönyvek

Hihetővé tudjuk-e tenni, hogy

- *vannak* megoldások; hogy
- jó néhány felkínált megoldás hamis; és hogy
- kicsivel is hozzá lehet járulni a megoldáshoz.

történetek

A kivételképzés kivédésének egyik lehetősége ha egyszerre több történet van forgalomban, és ezek

(1) együtt mutatják meg az erőfeszítések, a szerencse, a segítség árnyaltságát és kölcsönhatását;

(2) alkalmat adnak arra, hogy az emlékezés infrastruktúrája, (pl. évről évre megemlékezések) szerveződjön körülötte;

(3 kizökkentenek az értelmezési rutinokból, például keresztkategORIZÁCIÓ, vagy megfordított helyzetek révén (pl. amikor magyarok voltak menekültek);

(4) koherens a narratíva elemeivel: van benne olyan történet, amelyben van megoldás, amelyben a kicsi is segít, amely a kiállítás, odafordulás erejét is megmutatja;

(5) nem kizárólag elbukások, tragikus, drámai történetekből áll (ami a magyar történelmi történetmesélésre erősen jellemző), sőt, a drámából is megélhető mennyiséget tartalmaz;

(6) alkalmasak a főhőssel való azonosulásra, és arra, hogy a közönségben a „most is lehetne, veled is megtörténhet, rajtad is múlik” érzését keltsék.

nyelvbe zárva

- **A szavak hívószavak**
- „Minden, amit tudunk fizikai példával szemléltetve van az agyunkban.” (Lakoff: Ne gondolj az elefántra, 83).
- Ezért nem működnek a direkt cáfolatok.
- És ezért működik a képes beszéd.

beazonosítók

A szavak hívószavak 2. – beazonosítanak!

- Vannak olyan megbélyegző szavak, amelyeknek a magyarázata csak megerősíti az eredeti jelentést (a „migránssimogatótól” talán egészen a frissen bélyeggé vált „migráns” szóig magáig).
- Más szavak – bármennyire pontosnak és szakszerűnek tartjuk is őket -- egyszerűen megakadályozzák a széles körű érvelést. Nincs ma széles körben, konszenzusosan használt alternatív szavunk a halmozottan hátrányos helyzetre, a diszkriminációra, vagy a szegregációra, és ez nagy csoportokban korlátozza, hogy meggyőzzünk embereket.
- Pozitív víziót is nehéz olyan nyelvi környezetben építeni, ahol a békés, elfogadó, a másik méltóságát tisztelő emberre a leggyakrabban használt szavunk a „toleráns”.
- Megint más szavak a beszélőt egy megbélyegzett csoporttal azonosítja: (pl. „rózsadombi liberális jogvédő”). Ide tartoznak részben a saját magunk által használt bélyegek a „nácitól” a „rasszistáig”, de olyan hívószavak is, mint a „heteronormatív”, vagy a „transzfób”.

fejlesztési folyamat1

- küldetés →
- célcsoportok →
- üzenet →
- akciók.

kapcsolathálóban

- támogatók
- hitelesítők
- célcsoport és kliensek
- bevonódók
- közvetítők

fejlesztési folyamat2

- médiakapcsolatok
- közösségi média
- közösségépítés és cselekvés
- képi világ

célcsoportok

- Nincs olyan szolgáltatás, ami mindenkinek egyformán jó;
- ami mindenkihez szól, nem szól senkihez;
- a célcsoport meghatározása időt, energiát és pénzt spórol meg.

célcsoportok kiválasztása

- Legalább 4 olyan különbség, ami kirajzolja őket: (kor – családi állapot/gyerekszám – lakóhely – rászorultság – érdeklődési kör – egészségi állapot – iskolai végzettség stb.)
- Pl. a 18-55 év közötti férfiak, helyiek és a környék falvaiban lakók, a sport, egészséges életmód iránt érdeklődők, jövedelmük 100 ezer forint alatt van.

üzenet

- Pozicionálás - mit akarunk üzeni a célcsoportunknak?
- rövid, lényegre törő
- egyértelmű
- figyelemfelkeltő
- újszerű, ötletes
- pontos

(Pl. egy jó hétvégi program, amely összehoz embereket; megtanít olcsó, finom ételek elkészítésére; jó buli; ingyenes/olcsó stb.)

cselekvés és bevonás1

1. sajátjának érzi az ügyet

- őt is, közeli hozzátartozóját is érinti
- érintheti
- érdeke, hogy megoldódjon
- moralitás
- belátás
- félelemre reflektál
- közösségbe szervez
-
-

cselekvés és bevonás2

2. látja a saját szerepét a megoldásban

- nem csinálja meg helyettem más;
- megtalálom a szerepem magam, nem más osztja ki;
- szimbolikus jutalmak és megerősítések;
- alacsony belépési küszöb, kicsi is segít.

cselekvés és bevonás3

3. látja az eredményét

- transzparencia: hogyan hasznosult?
- kin segített, és hogyan?
- mire volt elég?
- miként járult hozzá a változáshoz?
- hogyan tudnál még jobban segíteni?