

/ Társadalmi bázisépítés esettanulmányok

Feminista mémektől a Lázadó Lányok táborig – Hogyan építsünk közösséget 25 év alattiakkal?

Patent-NANE

A NANE és a PATENT Egyesület Magyarország két leghosszabb ideje működő, legtapasztaltabb áldozatsegítő nőszerkezete. A Nők a Nőkért Együtt az Erőszak Ellen Egyesület 1994-ben jött létre. Az Egyesület ingyenes segélyvonalat működtet, képzéseket és prevenciós foglalkozásokat tart segítő munkát végző szakemberek, pedagógusok, hivatalok és intézmények számára, valamint az Együtt Egyenlően program keretein belül rendszeresen szervez párkapcsolati erőszak-megelőző foglalkozásokat középiskolásoknak. A PATENT (Patriarchátust Ellenzők Társasága) Jogvédő Egyesület 2006-ban alakult. Célja, hogy szakértői és érdekérvényesítő szervezetként támogassa a nők elleni erőszak áldozatait, nyomást gyakoroljon a különböző állami szervekre, valamint 2015-ben a szervezet elindította Kapcsolódj be! című szexuális felvilágosító programját is. Az alábbiakban Főző Dominika és Petrás Boglárka, a NANE és a PATENT közösségi média kommunikációért felelős munkatársai osztják meg tapasztalataikat.

A PATENT és a NANE közös társadalmi bázisépítés projektje részben a Nyílt Társadalom Alapítványok, Nyílt Társadalom Kezdeményezés Európáért (OSIFE) támogatásában valósult meg. A NIOK Alapítvány az OSIFE partnereként 2017 óta nyújt komplex támogatást (mentorálás, tanácsadás, tapasztalatcsere, képzések) a Társadalmi Bázisépítés programban támogatott szervezeteknek. Ez az esettanulmány a NIOK és az OSIFE partnerségének keretében jött létre.

Ott kommunikálj, ahol eléred a célcsoportodat

2019-ben határoztuk el, hogy összehangoljuk az erőszak-megelőzéssel foglalkozó, fiatalokat célzó projektjeinket. Ezzel párhuzamosan újragondoltuk a prevenciós programokkal kapcsolatos kommunikációnkat: a NANE korábban főleg a pedagógusokat és a szülőket szólította meg a Facebookon és a honlapján, a PATENT Egyesület pedig a program számára létrehozott Facebook-oldalon, egy néhány hónapig működő, kísérleti Instagram-oldalon és a projekt honlapján próbálta elérni a foglalkozások célcsoportját. Az elérési adatokból és a foglalkozásokon résztvevő fiatalok visszajelzéseiből egyértelművé vált, hogy **korábban nem a legmegfelelőbb platformokat, nyelvezetet és arculatot használtuk a célcsoport bevonásához, megszólításához.** Így született meg az igény arra, hogy egy olyan felületet kezdjünk el használni, amelyen keresztül a 25 év alattiakat is elérhetjük és aktivizálhatjuk. 2020 tavaszán létrehoztuk a @naneegyesulet és a @patentegyesulet Instagram-oldalakat, amelyekkel kifejezetten a prevenciós foglalkozásainkon résztvevő tizenéves korosztályt és a 25 év alatti fiatal felnőtteket szeretnénk megszólítani.

Habár folyamatos kihívást jelent, hogy az Instagram-követőinket közelebb hozzuk a szervezetekhez, hiszen az itt megcélzott célközönségünk korábban nem állt kapcsolatban az egyesületeinkkel, **az Instagram fiókjaink végre lehetőséget adtak arra, hogy a nők elleni erőszak témájára érzékeny és nyitott, fiatal generációkat szólíthassunk meg,** akikből reményeink szerint a jövőben aktív és társadalmi fellépésre kész támogatói bázist építhetünk.

A foglalkozásvezetőink javaslatára 2022-től a TikTok felületén is szeretnénk erőszak-megelőzéssel és szexuális edukációval kapcsolatos tartalmakat is gyártani.

Fontosnak tartjuk, hogy minél szélesebb közönséghez érjünk el az üzeneteinkkel, ezért törekszünk arra, hogy más civil szervezetekkel, illetve társadalmi ügyekben elkötelezett influenszerekkel dolgozzunk együtt, így az ő követőikhez is eljutnak a tartalmaink.

Hogyan hangoltuk össze a kommunikációkat?

A korábbi tapasztalataink alapján egyértelmű volt, hogy a folyamatos és hatékony kommunikáció fenntartása önkéntes munkában nem biztosítható. Ezért – részben az OSIFE társadalmi bázis építés programjából – mindkét szervezet létrehozott egy heti 10 órás pozíciót a prevenció programokkal kapcsolatos kommunikáció megvalósítására. A két szervezet Instagram profiljai – hasonlóan a Kapcsolódj be! és az Együtt Egyenlően programokhoz – eleinte más-más témákra fókuszáltak: a PATENT Egyesület központi témája a reprodukív jogok, a fogamzásgátlás és szexuális edukáció volt, a NANE pedig elsősorban a párkapcsolati és családon belüli erőszak témakörével foglalkozott. A tapasztalat viszont azt mutatta, hogy nem érdemes ennyire határozottan szétválasztani ezeket, ezért a későbbiekben előre megbeszélte témák szerint, két hétig tartó kampányokban kezdtünk el dolgozni.

Kvízek, videók, instasztorik, posztok – az interakciós lehetőségek ereje

Az Instagram fiókok létrehozásával tehát az elsődleges és legfontosabb célunk a prevenció foglalkozások népszerűsítése és a foglalkozások témáinak, tudásanyagának terjesztése volt. Ugyanakkor hamar világossá vált, hogy **magyar nyelven szinte alig létezik feminista tartalom, holott óriási az igény** az aktuális politikai és társadalmi ügyek kritikus keretezésére, a rendszerkritikus és a női tapasztalokat kihangosító narratívákra. Igyekszünk mindig naprakészek lenni, és a közéleti problémákkal kapcsolatos ügyekre azonnal reagálni.

A kéthetes kampányok során törekszünk az interaktivitásra, ezért a hét elején az adott kampány témájához kapcsolódó kérdést teszünk fel a követőinknek, akik anonim módon megoszthatják a tapasztalataikat, élményeiket, gondolataikat. Kérdézési lehetőséget is biztosítunk számukra, így jelezhetik felénk, ha több információra van szükségük. A továbbiakban igyekszünk ezekre reagálni is, vagyis megválaszolni a kérdéseket például erre dedikált sztorikban, és a már előre kitalált tartalmakba becsempészni az információkat,

amelyekre kíváncsiak voltak a követők. **Az Instagram sztorik többi interaktív funkcióját is próbáljuk kihasználni:** gyakran készítünk feleletválasztós, szavazós kvízeket, amelyeket később részletesen feldolgozunk, elmagyarázunk. Emellett többször készítettünk “gyakori kérdések” videósorozatot: a követőink feltehettek nekünk kérdéseket, amelyeket prevenciós aktivistáink rövid videóban válaszoltak meg. A társadalmi egyetlenségek témáját hosszabban és részletesebben kifejtő, “magyarázó” posztokban mutattuk be, amelyek igen népszerűek a követőink körében, feltehetően azért is, mert nagyon kevés ilyen tartalom elérhető magyarul.

Nagyon fontosnak tartjuk az interaktivitást, a személyes kapcsolatot a követőinkkel. **Egyrészt a tartalomgyártásban is hasznos tudást nyújt, ha megismerhetjük az ő hozzáállásukat, véleményüket** a társadalmi problémákról, témákról, amellyel a szervezeteink foglalkoznak. Másrészt a követőink szemszögéből is fontos, hogy azt tapasztalják, hogy **biztonságos közeget biztosítunk a számukra**, ahol őszintén megoszthatják a tapasztalataikat és feltehetik a kérdéseiket, és valamelyest személyre szabott tartalmakat láthatnak. Harmadrészt pedig abban hiszünk, hogy a tapasztalatcsere **fontos építőköve a közösségeknek**, ezért törekszünk arra, hogy minél több lánynak és nőnek lehessen erre lehetősége.

Az első Lázadó Lányok tábor résztvevői és az Instagram-gifekből készült mercek



Személyes találkozások és közösségek

Úgy látjuk, hogy az offline térben is nagy igény van a feminista közösségek létrehozására, ápolására, a személyes találkozásokra. Ez egyértelműen kiderült a 2020 októberében tartott, lengyel nők melletti szolidaritási tüntetésen az abortusztilalom kapcsán, ahol hatalmas tömeget sikerült mozgósítanunk az online felületeinken keresztül. **Idén két alkalommal szerveztünk tábort fiatal lányok számára, ahol az egyenlőségen alapuló párkapcsolatok, a társadalmi nemi szerepek és a szexualitás témakörével foglalkoztunk.** A táborra hatalmas volt az érdeklődés, ami bizonyára annak is köszönhető, hogy 2020 nyarára a NANE és a PATENT a tizenéves lányok között már egy széles réteg számára ismertté és kedveltté vált. A fiatalok visszajelzéseiből azt láttuk, hogy hiánypótló az olyan női közeg, ahol ezeket a témákat közösen feldolgozhatják és megoszthatják tapasztalataikat.

A prevenciós lábunk saját arculatot kapott, amely most már önálló “brandként” működik. Az Instagramon található, a NANE és a PATENT arculatába illeszkedő gifek fizikailag is elérhetőek **matricák, felvarrók és lemosható tetoválások** formájában, amelyek nagyon népszerűek az általunk elért fiatalok körében.

Tanulságok

- / **Egy civil szervezet közösségi média felületeit működtetni speciális műfaj:** elsősorban nem kommunikációs szaktudásra van hozzá szükség, hanem a szervezet témáinak alapos és naprakész ismeretére, és arra, hogy a gyakran szenzitív témákat a tartalomgyártók elővigyázatosan és érzékenyen kezeljék.
- / Ahelyett, hogy megpróbálnád célcsoportodat a meglévő felületeidre terelni, **járj utána, ők hol aktívak, és jelenj meg ott** (pl. a fiatalabb korosztályt jellemzően könnyebb a Facebook helyett az Instagramon elérni és megszólítani).
- / A tevékenységed során **gyűjts információt arról, mi érdekli őket, és építs ezekre** az értékes információkra.
- / Használd ki a közösségi média különféle interakciós lehetőségeit, de mélyítsd a kapcsolódásokat **személyes találkozásokkal, eseményekkel is.**

