

/ Társadalmi bázisépítés esettanulmányok

Hogyan kommunikálj komplex témákról

Political Capital



A Political Capital 2001-ben alapított független politikai kutató, elemző és tanácsadó intézet, amely nem kötődik sem párthoz, sem kormányzati szervezethez. Elkötelezett az emberi jogok, a parlamentáris demokrácia, a piacgazdaság és az euroatlanti orientáció mellett. Célja, hogy párbeszédet generáló rendezvényeivel, politikai elemzéseivel, kvantitatív és kvalitatív kutatásaival hozzájáruljon a politikáról való kritikus gondolkodáshoz, a politika jobb megértéséhez; elősegítse az ismereteken és tényeken alapuló politikaformálást és közbeszédet; és olyan politikai témákat emeljen be a közbeszédbe, amelyeknek – közvetlenül vagy közvetve – komoly hatása van az állampolgárok mindennapi életére. Az alábbiakban Sztás Katalin, a szervezet operatív vezetője osztja meg tapasztalatait.

A Political Capital 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.

Elemző intézetként jellemzően hosszú, sok esetben nem is könnyen emészthető tanulmányokban ölt testet egy-egy kutatásunk eredménye. Ugyan e tanulmányok alaposak, részletgazdagok, jól körüljárják az adott témát, ám meglehetősen szűk kör számára befogadhatók. Tisztában vagyunk vele, hogy nagyon széles kört soha nem fogunk elérni, különösen egy szűkülő médiatérben; ugyanakkor azt gondoltuk, vannak még lehetőségeink, hogy **növeljük az elérésünket, és szélesítsük azt a társadalmi kört, akiket el tudnak érni kutatásaink eredményei, elemzéseink.** Kiemelt célunk volt, hogy eljussunk a fiatalokhoz, és a fővároson kívül is növeljük ismertségünket.

Mivel a civil szervezetek többségétől eltérően ritkán megyünk terepre, ritkán vannak az embereket bevonó tevékenységeink, nincsenek aktivistáink stb., ezért meg kellett találnunk azokat a formákat, módszereket, lehetőségeket, amik segítenek, hogy olyan közönséghez, csoportokhoz is eljussunk, akikhez korábban elvétve, vagy elvétve sem sikerült. Ehhez elsősorban gondolkodásmódot és látásmódot kellett váltanunk, és **nyitottnak lenni új formákra, új eszközökre, új csatornákra.** Egy több éves folyamatba vágtunk bele, és noha még nem vagyunk a végén, meglehetősen sokat fejlődtünk, változtunk, újítottunk a szervezet egészét és a kommunikációnkat tekintve is.

Tudtuk, hogy az alaptevékenységeink (kutatás, elemzés) nem fognak változni, viszont felismertük, hogy a felgyűlt **tudást többféle módon is lehet "csomagolni"**, hogy nem kell mindent egyszerre és részletekbe menően elmondanunk. Így jutottunk arra, hogy a kommunikációnkon kell változtatni; mind tartalmi, mind formai megújulásra volt szükség.

Közönségkutatást készítettünk, melynek két része volt. Egyrészt kíváncsiak voltunk arra, hogy **azok, akik már ismerik a munkáinkat, mit gondolnak azok tartamáról és formájáról** (terjedelem, dizájn stb.), mennyire tartják őket befogadhatónak. Ezt részben anonim kérdőívvel térképeztük fel, részben pedig személyes interjúkkal. Másrészt azt is szeretttük volna megtudni, **mit gondolnak rólunk azok, akik csak felszínesen ismernek minket,** épphogy csak hallották a nevünket. Ezt is kérdőív segített felderíteni. Itt elsősorban azt szeretttük volna megtudni, **milyen csatorna volna a legjobb** azok megszólításához, akik nem a napi munkájuk során használják az anyagainkat, hanem inkább ismeretszerzés céljából, kedvtelésből érdeklődnek témáink iránt. Azoktól, akik már ismerték a PC munkáját, többnyire megerősítő gondolatokat kaptunk, pl. hogy ne adjuk fel a hosszú tanulmányok készítését, és továbbra is szervezzünk kifejezetten a szakmai közönségnek szóló eseményeket. Akik még kevésbé ismertek minket, elsősorban azt emelték ki, hogy több olyan anyagot, cikket kellene készítenünk, ami nem csak a szakmabeliek számára érthető. Az is kiderült, hogy a legjobb elérési csatorna a Facebook mellett a közvetlenül küldött e-mail.

Hogyan lesznek a kutatók is kommunikációsok?

Elég hamar világossá vált, hogy első lépésként a kollégák gondolkodásán kell változtatni. Rá kellett világítanunk, hogy egy projekt nem ott ér véget, hogy elkészül a sok hónapig folytatott kutatás eredményeit összefoglaló több tucat oldalas tanulmány, hanem ott, hogy az eredményeket, vagy egy részüket minél több emberhez eljuttatjuk különféle módokon, akár hosszabb idő alatt.

A Political Capitalnál alapvetően kutatók dolgoznak, akik tudományos háttérükből fakadóan idegenkednek a legegyszerűsítő megfogalmazásokról, üzenetektől. Így meglehetősen hosszú folyamat volt, hogy **megértsék, miért fontos, hogy könnyedebb hangvételű, egyszerűbb tartalmak készüljenek** a bonyolult összefüggéseket megmutató kutatások eredményeiből. Ebben az segített, mikor látták, hogy egy-egy rövid poszt vagy cikk milyen jó elérést hoz.

Mindenkinek el kellett sajátítania egyfajta kommunikációs szemléletet. Az új szemlélet kialakítása természetesen csak fokozatosan tud megvalósulni, és ez a folyamat jelenleg is tart. Egyes kollégáknak új feladatuk is keletkezett, amit a korábbiak mellé kellett beépíteniük. Ezek azonban nem konfliktust jelentettek, hanem kihívást, folyamatos tanulást és némi átszervezést.

Események és podcast – nyitás egy szélesebb közönség felé

Az új formák megtalálásában és kipróbálásában nagy segítséget jelentett, hogy a társadalmi bázisépítés projektünk kifejezetten ösztönözte a kísérletezést. A projekt keretében a saját ötleteink megvalósításán túl a NIOK által szervezett találkozókra arra is volt alkalmunk, hogy más, hasonló helyzetben lévő szervezetekkel beszélgessünk, egyeztessünk, megosszunk jó és rossz tapasztalatokat; valamint célzott, kifejezetten az igényeinkhez szabott szakértői segítséget is kaptunk.

Megismerkedtünk más városokban működő szervezetekkel, akikkel közös rendezvényekben gondolkodhattunk, és kiléptünk a fővárosi környezetből. E partner szervezetek segítettek, hogy a saját közegünkön túli közönséghez is eljuthassunk, mi pedig olyan témákat vihettünk hozzájuk, amik addig kevésbé jelentek meg e közegben.

Fontos lépés volt a nyári egyetemünk megszervezése, ahol kifejezetten az egyetemista korosztályt céloztuk meg, nekik szerettünk volna olyan szakmai programot kínálni, amit talán egy felsőoktatási intézmény nem tud, vagy nem úgy tud, mint egy think tank. Ennek továbbvitelét, illetve a gyakornoki programunk megerősítését szolgálta, hogy ún. pub talkokat szerveztünk kifejezetten a gyakornoki alumninknak. Ezekre az alkalmakra olyan vendégeket hívtunk meg, akik érdekesek lehetnek a körülöttünk lévő fiatalok számára.

Mérföldkőnek számított a saját hírlevelünk és podcastcsatornánk elindítása is. A hírlevélén keresztül közvetlenül és rendszeresen érhetjük el a minket követőket. A podcast pedig egy olyan kommunikációs forma, mely egyre inkább teret nyer magának a magyar közéletben.

Pécsi konferencia az EEA-val (2018), nyári egyetem (2019), podcastolunk (2019), filmklub (2018)



A technika ördöge

Az új kommunikációs formák nem várt kihívásokkal is jártak. Technikai nehézségekbe ütköztünk, amikor el akartuk indítani a saját podcastcsatornáinkat. Nem tudtuk például, hogy milyen mikrofon kell a felvételhez, vagy hogy kerül fel a Spotifyra és az iTunesra egy-egy adás. Így először meg kellett találnunk azt, aki ezekben útmutatást ad, és csak ezután következhetett a műfajjal való ismerkedés.

Rövid videók készítésekor a felvétel technikai része mellett azt is el kellett sajátítanunk, miként kell bemondóként szerepelni, bemutatni egy-egy tanulmány főbb megállapításait. Arra is rá kellett jönnünk, hogy **a technikai részt nem feltétlen éri meg házon belül csinálni**, mivel a befektetett idő, energia és a kapott minőség nincsenek mindig összhangban.

Tanulságok

- / Bármely szervezet találhat **a saját igényeihez és közönségéhez igazított kommunikációs formákat** - még egy kutatóintézet is!
- / Megerősítő tud lenni **a partnerszervezetek támogatása és a tapasztalattmegosztás**. Gyakran kiderül, milyen sokan küzdünk ugyanazzal - a közös gondolkodás pedig megoldáshoz vezethet.
- / Meg kell békélni azzal, hogy azt a tevékenységet vagy kommunikációs formát, **ami nem működik a szervezet számára, el kell tudni engedni**.
- / A szemléletváltás és a közönségünkre szabott kommunikáció hosszú távú munka. **Folyamatosan változnunk kell, reflektálva a befogadói igények változásaira**.
- / **A változás az egész stábot érintheti**, ami plusz feladatokat, folyamatokat, a stábon belül új együttműködések és szervezeti átrendeződést is jelenthet.

