

GLIED VIKTOR<sup>1</sup>

## A BEVONÁS ÚJ LEHETŐSÉGEI A 21. SZÁZADBAN: AZ INFLUENCEREK

### ABSZTRAKT

A 21. században még mindig a civil társadalom tekinthető a társadalom immunrendszerének, az állam morális iránytűjének, valamint a demokratikus keretrendszer védelmezőjének. Az internet és a digitalizáció térnyerése nyomán a civil bevonási stratégiák fokozatosan megváltoznak, az egyoldalú információátadás helyett a kooperatív, diskurzuson és információcserén alapuló közösségi élmények jelentik a jövőt, másrészt egyre inkább az erőteljes online jelenlét határozza meg egy kezdeményezés/projekt, vagy szervezet sikerességét. A közösséghez tartozás igénye is markánsan átalakult az 1990-es éveket követően. A különböző közösségi platformok feltűnése olyan virtuális tereket teremtett, melyek lehetőséget adnak a bekapcsolódásra olyan formában is, melyek párhuzamos, de a létezőhöz kapcsolódó valóságban zajlanak. A tanulmány a bevonás és közösségfejlesztés, valamint az információterjesztés néhány újszerű formáját veszi górcső alá, kiemelve az influencerek szerepét a közösségeket érintő problémák feltárásában és megoldásában.

**Kulcsszavak:** *bevonás, közösségi média, digitalizáció, influencerek*

### Bevezetés

Manapság már természetesnek gondoljuk, hogy létezik egy szerteágazó feladatokat ellátó, társadalmi érdekeket képviselő, információt szolgáltató, sokféleképpen definiálható közeg az egyén és az állam közötti bonyolult térben, amely az egyén számára a társadalmiságot közvetíti (Parsons, 1969; Tocqueville, 1993; Salamon – Anheier, 1998; Tönnies, 2001; Durkheim, 2001). Ezt a szereplőt összefoglaló néven civil társadalomnak nevezzük (Cohen – Arató, 1992). Bizonyos szempontból minden egyén a civil társadalom része, ugyanis valamilyen formában és intenzitással tagja egy szervezett közösségnek, amely szintén kapcsolódik egy másikhoz strukturált közösséghez, komplex hálózatok sorát létrehozva ezáltal.

---

<sup>1</sup> Politológus-történész, a Pécsi Tudományegyetem Bölcsész- és Társadalomtudományi Karának oktatója.

ORCID 0000-0003-2467-5435

DOI: 10.15170/PSK.2022.03.02.02

Egyes közösségek csak helyi szinten, egy településen, akár egy település adott részén fejtik ki a tevékenységüket, mások foglalkozáshoz, vagy hivatáshoz kötődő közösséget alkotnak, vannak, akik egy adott cél érdekében fognak össze, megint mások globális célokhoz kapcsolódnak, akár az online térben, vagy személyesen. A civil szféra az államtól eltérően nem rendelkezik közhatalommal, nem véletlen tehát, hogy az állampolgárok inkább velük társítják a felelősségteljes, átlátható és hiteles kifejezéseket. A civilekkel kapcsolatban kialakult egyfajta elvárás, amely a normatív állampolgári mentalitás és erkölcsi normák képviselésében ölt testet, akár a közvetítésen, vagy a társadalmi tőke hasznosításán, akár a tiltakozás (konfrontáció) és együttműködés (kooperáció) szimbiotikus megjelenési formáin keresztül. Amíg a 18–20. században a társadalmi szervezetek szerepe elsősorban a társadalmi kezdeményezések szervezése, képviselése, artikulációja, illetve az egyén és közösségek védelme volt az állam túlhatalmával szemben, addig a 20. század végétől mindez további funkciókkal egészült ki (Keane, 2004):

1. Az egyén és társadalom védelme a piaci szereplők, a pénzintézetek, a globális döntéshozók, vagy az állam korlátlan tűnő befolyásával és hatalmával szemben (Korten, 2009; Fritz, 2019).
2. A társadalmi konfliktusok mérséklése az alapvető értékek védelmével és erősítésével, mint a szolidaritás, a tolerancia, vagy a bizalom.
3. Állami/önkormányzati feladatok átvétele, ellátása, az azokban való közreműködés.

Közhelyesnek hangzik, de a 21. században még mindig a civil társadalom tekinthető a társadalom immunrendszerének, az állam morális iránytűjének, valamint a demokratikus keretrendszer védelmezőjének. Ezt erősíti az a kijelentés is, mely szerint a civil társadalmat mindig is a kettősség jellemezte. Jelenti egyrészt a társadalmi önszerveződések terepét, ahol a társadalmi szervezetek tevékenykednek, hálózatokat hoznak létre, feladatokat látnak el, közreműködnek társadalmi és kulturális innovációkban, segítenek, vagy éppen érdekeket képviselnek. Másrészt nyomon követnek, véleményt nyilvánítanak, részt vesznek közügyekben, hallatják a hangjukat az anomáliák vagy bizonyos szektorokat ért érdeksérelmek kapcsán és mindenekelőtt nyilvánosságot teremtenek (Vigh, 2012; Glózer, 2008).

A közösséghez tartozás igénye és élménye markánsan átalakult az 1990-es éveket követően. Az internet megjelenése, majd a különböző közösségi platformok feltűnése olyan *virtuális tereket* teremtett, melyek lehetőséget adnak a bekapcsolódásra olyan formában is, melyek párhuzamos, de a létezőhöz kapcsolódó valóságban zajlanak. A tanulmány a bevonás és közösségfejlesztés, valamint az információterjesztés néhány újszerű formáját veszi górcső alá, kiemelve az influencerek szerepét a közösségeket érintő problémák feltárásában és megoldásában.

## Új keretek – új szerepek

A 21. század merőben új megoldásokat hozott az információ megszerzése, a kommunikáció és az információ átadása terén. A *digitalizáció* térnyerése következtében elmosódik a határ a magánélet és munka között, erősödik az „állandó jelenlét” szerepe, és a FOMO jelenség (fear of missing out), azaz a valamiből való kimaradás okozta állandó félelem, szorongás érzése, amely már nem csak a fiatalok számára okoz problémát, de az idősebbeket is egyre inkább érinti (Elhai et al., 2020). Folyamatosan nézzük a mobiltelefonjainkat, azonnal reagálunk az üzenetekre, szinte 0-24-ben készen állunk, hogy kommunikáljunk. Természetesen a munkában, az oktatásban és a kutatásban is teret nyer a különböző infokommunikációs eszközök használata, egyre népszerűbb a távoktatás, a digitális közösségi terek szerepe (Kacziba, 2019). A személyes találkozók egy része a virtuális térbe kerül, és ha meg is történik a személyes kontakt, a frontális előadások hatékonysága ma már erősen megkérdőjelezhető. Nem véletlen, hogy a civil bevonási stratégiák is megváltoznak, az egyoldalú információátadás helyett a kooperatív, diskurzuson és információcserén alapuló közösségi élmények jelentik a jövőt, másrészt egyre inkább az erőteljes online jelenlét határozza meg egy kezdeményezés/projekt, vagy szervezet sikerességét. A kibertérben történő eredményes megjelenés feltétele lehet azon eszközök használata, amelyek a hagyományos platformokon túl új közösségi élményt adnak, hozzájárulnak az interakciók elmélyítéséhez, illetve a motiváció fenntartásához. Mindez alapvetően három tényezőn múlik.

1. A személyes kapcsolatokon nyugvó akár face-to-face, akár online jelenlét, amely a tagokon keresztül hálózatok létrehozását teszi lehetővé.

2. Igazodva a 21. századi elvárásokhoz, kihasználva a digitális lehetőségeket, és társas kapcsolatok erejét, fokozza a bevonás élményét.

3. Ismert emberek (a helyi közösség mozgatórugói, influencerek, véleményvezérek, hiteles közszereplők) közreműködésével ismertté tenni egy ügyet, egy projektet, egy szervezetet, akár egy, addig kevésbé ismert, kevésbé kibeszélt, vagy tabuként kezelt témát.

Az bizonyos, hogy a digitális technológia és a bevonási-kapcsolattartási folyamatok elválaszthatatlanok lesznek, egységes rendszerré olvadnak össze (Ősz et al., 2013). Minden viszonyulási pont a 21. században elvárt kontextusokhoz fog igazodni, azaz a tudásépítést is ebben a relációban képes értelmezni. Ez nem egy ember- és attitűdfüggő rendszer, azaz nem szimpátia alapján dől el, ki ért egyet, vagy utasítja el a digitális csatornákat, illetve a bevonás új lehetőségeit, hanem egy elkerülhetetlen tényező, amelyhez előbb-utóbb alkalmazkodni kell (Balogh et al., 2020).

A neoliberais kapitalizmus térnyerésének és a jóléti államok fokozatos lebontásának eredményeként a globális Észak államai különböző intenzitással, de egyre nagyobb mértékben elkezdtek visszahúzódni a társadalmi alrendszerek és a nagy ellátórendszerek szervezéséből (Muraközy, 2010). Az állam kiemelkedő funkciói – mint a jövedelmek újraelosztása – folyamatosan szűkülnek, annak ellenére, hogy a kormányzatok stabilizációs célzattal időről időre beavatkoznak a gazdasági és társadalmi folyamatokba, többnyire válsághelyzetekben. Mivel az állam egyre több közfeladatot delegál az egyházaknak és civil szervezeteknek, a 21. században az állam szerepéről való gondolkodás inkább a fejlesztő, mintsem a tulajdonosi állam irányába tolódott el. Ez azt jelenti, hogy az állam különféle célú és intenzitású támogatási mechanizmusokon keresztül kiszervezi azokat a területeket, ahol úgy véli, a piaci vagy/és nonprofit szereplők hatékonyabban látják el a feladatokat. A ma is zajló folyamat révén a kormányzatok egyre nagyobb mértékben kezdték átadni a (köz)szolgáltatások szervezésének lehetőségét és feladatát a nem állami szereplőknek (Duffy – Pierce, 2007). Részben, vagy egészen olyan területek is kiszervezésre kerültek az állam alól, amelyek piaci körülmények között is folytathatók voltak, differenciálva ezáltal az állami ellátórendszer és az üzleti szféra által nyújtott szolgáltatások minőségét. Ezeket, a szociális, egészségügyi, kulturális, környezetvédelmi, állatvédelmi, sport, jótékonyági stb. tevékenységeket részben a nonprofit/civil szektor, részben

profitorientált szereplők vették át és sok esetben hibrid módon kezdték ellátni. A piaci és állami szervezeti formák mellett egyre több alternatív, hiánypótló civil szolgáltató működik, egy új viszonyulási rendszert teremtve, nem csupán a piaci részesedésért és támogatásokért való versenyfutásban, de abban is, miként alkossanak védőfalat a globalizációs kockázatokkal, a szabadpiaci kapitalizmus negatív folyamataival, a környezetrombolással, vagy a vallás, faji, etnikai, szexuális kisebbségek degradálásával szemben és próbálják megvédeni az állampolgárokat, egy normatív viselkedési és gondolkodási attitűd biztosításával (Pavluska, 2006). Ezt részben nevezhetjük a civilek watchdog (ellenőrzési) funkciója új kategóriájának, ahol nem csupán feltárják, és nyilvánosságra hozzák az állam, és/vagy piaci szereplők helytelen, gondatlan, felelőtlen cselekedeteit, hanem a tevékenységükön, vagy ismert embereken, véleményvezéreken keresztül példát is mutatnak, mintát is nyújtanak.

Ez a rendkívül heterogén, sokszínű civil szektor kvázi úgy működik, mint a piac. A profiljukhoz illeszkedő, önként vállalt feladatok mellett sokan közfeladatokat is ellátnak, pályázatokat írnak és koordinálnak, ezáltal a kicsi, néhány ezer forintból gazdálkodó szervezetek mellett, léteznek több tízmilliós költségvetéssel rendelkező szervezetek is. Éppen ezért fura és megkérdőjelezhető a nonprofit szektor kifejezés (Kuti, 1996), ugyanis az esetek jelentős részében profitorientált tevékenységet is végeznek, sőt, a piaci jelenlét erre kifejezetten sarkallja is őket.

A civil szervezetek fejlesztésének egyik lehetősége a bevonás és azon keresztül a partnerség kialakítása, amely csak úgy működhet jól és eredményesen, ha érvényesül a transzparencia, az információk időben elérhetők és a felek aktívan részt vesznek a közös munkában. A folyamat akkor lehet sikeres, ha a partnerség nem egyszeri egyeztetést jelent, hanem folyamatos kapcsolattartást és értékelést/visszacsatolást is magában foglal. Sok ígéretes projekt vallott már kudarcot azért, mert a kezdeményezők túl tágra értelmezik a bevonandók körét, ezáltal olyan javaslatok is beépítésre kerültek egy adott tervezési/megvalósítási folyamatba, amelyek nem kapcsolódtak szervesen a témához. Az sem segíti, sőt, többnyire megakasztja a közös munkát, ha a projekt megvalósítói csak látszólagos konzultációt folytatnak, de valójában nem veszik figyelembe az érintettektől érkező visszajelzéseket, tanácsokat, kéréseket. Szintén problémás, ha egy projekt kizárólag addig tart, amíg akad finanszírozási háttere, de miután lezárul a projektidőszak, a kezdeményezés elsorvad, vagy teljesen elhal.

## A bevonás új útjai

A hatékony bevonás és partnerség kialakítása, valamint az információ átadás olyan tudáseggyütttest feltételez, amely tisztában van az ismeretszerzés és továbbítás jelenkori elvárásaival. Rövid, velős, lényegre törő üzenetek, amelyek érzékszervi élményt nyújtanak, erős ingert, vizuális világot közvetítenek, ugyanakkor orientálnak és a közösséghez való tartozás élményét is biztosítják. Mivel ma már a piaci és nonprofit szereplők is tisztában vannak az elvárásokkal, az általuk nyújtott információcsomag mindezeket igyekszik teljesíteni, ezért a 21. században a fogyasztók számára már nem az információk elérése, hanem azok szelektálása és feldolgozása okoz majd komoly kihívást. Hiába az Európai Unió azon törekvése, hogy egy idealizált környezetben a tudásalapú társadalom és gazdaság keretrendszerét hozza létre, ha a társadalmi kohézió a válságok (pl. COVID-19) és a globalizációs folyamatok hatására felbomlik, vagy teljesen megszűnik. Kutatóként sokszor abba a hibába esünk, hogy az általunk érzékelt folyamatokat általánosítjuk, és a mikrokörnyezetünkben tapasztalt mintákat modellként azonosítjuk. Éppen a 21. század az, ahol szinte képtelenség egységes társadalmi, vagy gazdasági folyamatokat egységesíteni egyetlen definíció, vagy minta alá, ugyanis minden kijelentésnek azonnal meg tudjuk találni az ellentettjét, vagy kivételét. Ha néhány ilyen ellentétpárt megismerünk, megértjük, miért ragaszkodik a társadalom többsége a gondolkodásmódunk normatív irányba történő tudatos visszahúzásához, amellyel a „hagyományost”, az „egykor működőt” próbáljuk a 2020-as évekbe implementálni. Mindez csak és kizárólag akkor működhet hatékonyan és eredményesen, ha egészséges arányban használja a személyes kapcsolatokat és a digitalizáció nyújtotta lehetőségeket.

Az utóbbi két évtizedben számos hálózati platform alakult annak érdekében, hogy a civil szektor minél hatékonyabban használja ki a digitalizáció nyújtotta lehetőségeket. A koronavírus járvány időszakában bizonyította, hogy a lezárások idején milyen nagy szükség volt az online kapcsolattartásra. A legalapvetőbb szükséglet a különböző applikációk megléte, melyek az informatikai hátteret biztosítják. A világ legnagyobb ilyen oldala a TechSoup, amely már több mint 1,4 millió civil szervezetet látott el informatikai jellegű információval és programokkal (felhő szolgáltatás, online workshop és kommunikációs platform, vírusirtó stb.).<sup>2</sup> A projekt azt hangsúlyozza, hogy a 21. században már elengedhetetlen a

---

<sup>2</sup> Magyarországon elérhető: <https://www.civiltech.hu>, utolsó hozzáférés 2023.02.28.

folyamatos kapcsolattartás, illetve a szektorok közötti párbeszéd. A civileknek állandó partnerséget kell kialakítani a kormánnyal / önkormányzattal, a nemzetközi szervezetekkel, hálózatokkal, a piaci szereplőkkel, a lehetséges támogatókkal, a lakossággal és a többi civillel, annak érdekében, hogy komplex módon legyenek képesek ellátni a feladataikat. Ebben a tanulmányban a digitalizációt mint a bevonás eszközét vizsgáljuk, elsősorban a fiatal korosztályok kapcsán (UN Dialogue, 2010). A bevonás célja kettős.

1. Információt szolgáltat, felhívja a figyelmet egy problémára, vagy problémaegyüttesre.
2. Helyzetbe hoz és képessé tesz valaminek a felismerésére és az adott kérdéskörrel való foglalkozásra.

A bevonás klasszikus témái az oktatás és párbeszéd, a demokrácia védelme, a társadalmi befogadás erősítése, az esélyegyenlőség biztosítása, továbbá a kultúrák sokszínűségének megismerése (FORUS, 2021). Kiemelt szerepet kap a hátrányos helyzetű csoportok (betegséggel küzdők, kulturális, etnikai, vallási, szexuális kisebbségek) igényeinek figyelembevétele, az iskolaelhagyás és lemorzsolódás csökkentése, valamint a jó gyakorlatok megosztása. Mivel az európai társadalmak elöregedésének jelensége a civil szektorban is tapasztalható, fontos a fiatalok bevonása a civil munkába. Ehhez olyan témákkal kell megismertetni őket, melyek közvetlenül érintik a jelenüket és jövőjüket. Elég, ha a klímaváltozással és környezetvédelemmel kapcsolatos kérdésekre, vagy a liberális demokráciákat ért kihívásokra gondolunk. Nem lehet kérdéses, hogy a kapcsolódó politikai állásfoglalások tévedhetetlenségét és kizárólagosságát hirdető narratívák mellett valóban szükség van a fekete vs. fehér megközelítéseket árnyaló véleményekre. Ebben van elengedhetetlen szerepe a civil közegnek, ugyanis ők képesek – jobb esetben kötöttségek nélkül – több oldalról megvilágítani egy-egy témát.

A 21. században felértékelődik a humán tőke szerepe, ezért a fejlesztő állam kiemelt feladata kell(ene) legyen az emberi tényező fejlesztése a készség- és kompetenciafejlesztés, az oktatás és továbbképzés révén (Balogh et al., 2020: 71). Az információs társadalom jelenségével párhuzamosan terjedt el a tudásalapú társadalom eszméje is, olyan új társadalmi működést, viselkedést, magatartást és életformát leírva, amely alkalmazkodik a globalizációs trendekhez, a médiafogyasztás megváltozott szerkezetéhez és a kommunikációs technológia rohamos fejlődéséhez (Fodor, 2000). Robin Mansell (1999) meghatározása szerint

a 21. század társadalma már az új technológiák és a hozzájuk kapcsolódó tevékenységek nyújtotta lehetőségek ismeretével felvértezve ismeri meg a világot, szerez és nyújt és dolgoz fel információt. Sokan úgy vélik, ennek az ismeretnek és készségnek a foka határozza meg az egyén és közösség versenyképességét, mások szerint mindez nem szolgálja az emberiség fejlődését, sőt, a mesterséges intelligencia fejlődése súlyosan rombolja az emberek kognitív képességeit és egzisztenciális lehetőségeit (Cohen – Hutter – Osborne, 2022).

A köztudatban még mindig jelen van az a vélekedés, hogy az internethasználat és az új technológiai eszközök mindennapos használata a Z generációhoz<sup>3</sup> kötődik. Nem vitatott, hogy a netgeneráció, a pozitív megközelítésben *digitális bennszülöttek* (Prensky, 2001), negatív konnotációban *digitális kannibáloknak* hívott generációk beleszülettek a digitális világba, azonban ki kell hangsúlyozni, hogy ma már az idősebb korosztálynak is készség szinten megy az internet és a közösségi média használata. Az is bizonyos, hogy a digitális bennszülöttek gyorsan akarnak és tudnak információt szerezni, képesek a párhuzamos információfeldolgozásra (hogyan milyen eredménnyel, az más lapra tartozik), a szövegeknél szívesebben dolgoznak kép, hang, és videó-információkkal. Mindezek mellett előnyben részesítik a szimultán kölcsönhatásokat, főként, ha az szórakoztatóan kerül tálalásra, illetve szinte elvárás a körükben az „utolsó pillanatban” történő cselekvés és kedvelik az azonnali megerősítést (Forgó – Komló, 2015).

Az elektronikus kommunikáció térnyerése drasztikusan megváltoztatta az emberek társas viszonyait és gondolkodási folyamatait. Az új térben keletkező ingerek minél több érzékszervre hatnak és minél erősebben (Lehmann, 2017). Az ingerküszöb emelkedése következtében egyre intenzívebb hatásokra van szükség annak érdekében, hogy áttörjék a közömbösség falát. Ez rendkívül veszélyes is lehet abban a tekintetben, hogy az ingerek és érzelmi intenzitás fokozása milyen hatásokat váltanak ki az egyénben. Nem véletlen, hogy éppen a civil szféra és annak manifesztációi nyújthatnak olyan normatív modelleket, amelyek révén az átlag állampolgár a folyamatos fogyasztásra való felhívás mellett/helyett valódi értéket közvetítő tartalmakat is kap. Ennek a csatornája lehet egy közös élmény, egy társasjáték, egy tréning, egy workshop, egy egyszerű beszélgetés más

---

<sup>3</sup> A Z generáció tagjai jellemzően 2000 és 2012 között születtek. Új típusú nemzedék, amelynek életében rendkívül fontos szerepet játszik a technológia rohamos fejlődése.



környezetben, vagy akár egy influencer által közvetített tartalom, ahol a minta éppenséggel az ismert személyen keresztül jut el a fogyasztóhoz. Hogy mennyire fontos a civilek normaközvetítési funkciója, azt az is alátámasztja, hogy a kritikai gondolkodás, az értő olvasás és értelmezés, a vitakészség, a problémamegoldó képesség, vagy az empatikus viselkedésre való nyitottság éppenséggel miként alakítható ki egy emberben. Elképesztő mennyiségű információ halad át az agyunkon minden egyes nap, de a valóban fontosakat egyre kevésbé vagyunk képesek megérteni, fokozatosan elveszítjük a disztingvációra való képességünket (Csimá – Gombos, 2019). Ez azt eredményezi, hogy úgy gondoljuk, mindenhez értünk egy kicsit, de valójában semmihez sem igazán, vagy mélyebben.

Az Európai Uniónak (EC, 2015) és az ENSZ-nek<sup>4</sup> számtalan kezdeményezése van, amellyel a fiatalokat igyekeznek bevonni a különféle projektekbe, képessé téve őket a későbbi „valódi” döntéshozatalban való részvételre és a felelős döntésre. Az elemzésekben azzal indokolják a fiatalok bevonására irányuló kiemelt figyelmet, mert a gazdasági válságok, a társadalmi elidegenedés, a radikalizálódás, az internetről és médiából áradó erőszakos tartalmak tömkelege, valamint a pandémia következtében történt elszigetelődés őket érintik legerőteljesebben. Ezek a programok elsősorban arra sarkallják az azokban résztvevő fiatalokat, hogy legyenek aktív állampolgárok, merjenek felszólalni, mondják el a véleményüket és tegyenek a közösségükért. Ebbe beletartoznak a politikában való részvétel különböző formái és szintjei, a választásokon való részvételtől kezdve a formális viták szervezésén keresztül a politikai állásfoglalások készítéséig. További kiemelt szempont a fiatalok nyitottságának, vállalkozói kedvének az erősítése, annak megtanítása, miként tudnak bekapcsolódni a helyi gazdasági életbe. Minden program esszenciális eleme a bevonás, a párbeszéd új lehetőségeinek a kipróbálása, a szenvedélybetegségekről (alkohol, drog, dohányzás, játékkülfüggőség) való őszinte beszéd, a szorongások, valamint a jövőtől, a munkanélküliségtől, a mellőzöttségtől való félelem feloldása. A bevonás számos elemét felvonultatják ezek a projektek:

- workshopok, konferenciák, vitaestek, 'world cafe'
- filmlubok, filmvetítések

---

<sup>4</sup> The World Programme of Action for Youth (2010). Youth in Civil Society. Guide to the Implementation of the World Programme of Action for YOUTH. UN.; UN for Youth, <https://www.un.org/development/desa/youth>; Youth Programmes and Initiatives, <https://www.unep.org/youth>; UN Youth Office, <https://iylo.org/unyouthoffice>, utolsó hozzáférés 2023.02.28.

- stratégiai szerepjátékok, társasjátékok
- online szimulációs játékok
- művészeti jellegű foglalkozások és klubok (rajzolás, festés, fotózás, divat)
- kirándulások, terepmunka, terepgyakorlat
- szakkörök, egyetemi klubok, szakkollégiumok
- civil közösségek foglalkozásai
- szociális jellegű foglalkozások (nyugdíjasok, hátrányos helyzetű emberek, betegek, hajléktalanok, bántalmazott nők, gyerekek stb.)
- sport, tömegsport
- környezetvédelmi akciók, szemétszedés, faültetés
- városszépítő akciók, városi felújítások

## **Influencerek mint a bevonás „eszközei”**

Ahogy az elmúlt két-három évtizedben egymással párhuzamosan létrejött – de összefonódva és egymást kiegészítve – az állam, az üzleti szektor és a civil szféra szolgáltatásellátási és szolgáltatásnyújtási modellje, addig a közösségi média platformok, a web2.0 (közösségi tartalomkészítő és tartalommosztó szolgáltatások) és az internetes kommunikációs csatornák megjelenésével a hibrid módon működő területek állapotát nyomon lehet követni. Mindezt az új típusú platformokon működő szolgáltatók is felismerték és nem csupán reklámokon, de influencereken keresztül is megkezdtek az általuk kínált lehetőségek hirdetését. Megindult egy egyre szerteágazóbb diskurzus arra vonatkozóan, hogy mi volt / mi lenne / mi lehetne az állam szerepe bizonyos területeken és milyen módon képesek azt ellátni nem állami szereplők. A hangsúly áthelyeződött a frontális reklámról a személyes reklámra, azaz személyre szabott hirdetések tudnak megjelenni attól függően, hogy a fogyasztók milyen típusú médiafelületet követnek.

Az átlagos fogyasztók, a különböző generációs csoportok, vagy a legkülönbélebb társadalmi szubkultúrák elérésének leggyakoribb eszköze manapság az internet, azon belül is a közösségi média (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok stb.). Az információ biztosításán és az online beszélgetéseken, vitákon túl a 2000-es években megjelentek azok, a mások véleményét, attitűdjét befolyásolni képes karakterek, akik:

1. vagy azt használták ki, hogy ismertek és az ismertségükön keresztül próbáltak meg hatni az internetes társadalomra,

2. vagy az internet segítségével váltak ismertekké és befolyásukat a közösségi média szereplésüknek köszönhatték.

A mások befolyásolására képes, önmagukban is követendő mintának tekinthető, az online térben több tízezres, vagy akár milliós követői bázissal rendelkező közösségi szereplőket manapság már *véleményvezéreknek, influencereknek* nevezzük.<sup>5</sup> Természetesen a piaci szereplők gyorsan felismerték, hogy a hagyományos kommunikációs csatornák mellett az online térben történő reklám legalább annyira fontos, mint jelen lenni a televízióban, vagy rádióban, sőt, a fiatalabb korosztály elérésében már elengedhetetlen szempont az állandó közösségi média jelenléte. Ezért részben a cégek keresik az influencerekkel való együttműködés lehetőségeit, részben pedig már ismert emberek piacosítják (forintosítják) a nevüket és teszik egy-egy termék, szolgáltatás, brand, vagy kezdeményezés mellé.

A fiatalok ma már kevéssé követik a televíziót és a csatornákon futó reklámokat. Ezzel szemben az influencerek, a YouTube, TikTok vagy Instagram sztárok sokkal erőteljesebben hatnak rájuk (Fehér, 2021). Csak az Instagramon több mint 500 ezer aktív véleményvezért/influencert/mikroinfluencert találhatunk, akiknek egyre nagyobb szerepük van a befolyásolás és meggyőzés jelenségében (Marchis – Markos-Kujbus, 2019). A felmérések alapján az európai fiatalok jelentős része már influencer szeretne lenni (Riedl et al., 2021), Magyarországon ez az arány a felmérések szerint 40% (DigitalHungary, 2019). Nem meglepő, hogy ma már minden harmadik közösségi média felhasználó influencereken keresztül szerez információt új termékekről és szolgáltatásokról. A hagyományos módon népszerű témák, mint a szépségápolás, a sport, vagy a divat, a véleményvezérek gyorsan felismerték, hogy az ismertségüket nem csupán értékesítésre lehet használni, hanem az állásfoglalásuk hatással van követőik véleményére, akik ezeket a véleményeket tovább terjesztik a saját hálózataikban. A minták tehát szájról szájra és kezdeményezésről kezdeményezésre terjednek (Schweiger – Beck, 2019). Részben a trendeket diktáló, részben az azokat tudatosan elutasító influencerek közül sokan döntöttek/döntenek úgy, hogy az egyszerű értékesítésen túl közéleti témákkal is foglalkoznak, értelmes és a társadalmi diskurzus szempontjából

---

<sup>5</sup> A két kifejezést szinonimaként használom, de különbséget kell tenni a kettő között. Véleményvezérek évszázadok óta léteztek/léteznek közösségekben, míg az influencerek az utóbbi évtized produktumai és elsősorban a közösségi médián keresztül közvetítik a véleményüket, életmódjukat, tanácsaikat.

hasznos tartalmakat létrehozva. Az egyszerű, napi politikai témák közé bekerült az LMBTQ jogok, a migráció, a fenntarthatóság, a tudatos fogyasztás, az állatvédelem, az egészséges életmód, illetve az oktatás és kultúra kitárgyalása. Ezeket a témákat hashtagekkel is jelölték, amelyeket a követők is használnak, ha azonos témában posztolnak. Olyan is előfordul, hogy éppen a véleményvezérek próbálják alakítani a trendet, amire a cégek reagálnak és változtatnak, így igazodva a vásárlók elvárásaihoz (slow fashion, fair fashion, környezetbarát termékek, ételmisszerpazarlás elkerülése stb.).

Mivel a meggyőzés során vélemények, nézetek, értékítéletek alakulnak ki az emberekben, különösen fontos, hogy az influencer morális értékrendje helyes legyen, ugyanis az átadásra kerülő mintái tíz-, akár százvezrek gondolkodását és attitűdjét befolyásolhatja. Ma már nem szükséges, hogy filmsztár, vagy híres énekes adja el a terméket, vagy szolgáltatást, átlagemberek is képesek komoly elérést generálni, sőt, a relatíve kisebb közönséget elérő mikroinfluencerek népszerűbbek, mert „ők is közülünk valók”. A dolgozat témájának szempontjából relevánsabb, amikor egy véleményvezér nem egy terméket akar eladni, promotálni, hanem motivációt érez arra, hogy megossza a saját tapasztalatait, hiteles felhasználóként mutatva magát. Akkor lehet sikeres a vélemények átadása, amennyiben a befolyásolni kívánt személyek gondolkodása, viselkedése, attitűdje megváltozik a véleményvezérek hatására. Ez egyfajta identifikációs folyamat is, amely során a hiteles, vonzó, szimpatikus influencer vonásai, jellemzői, életvitele mintaként szolgál a követői számára. Mivel a fogyasztó egyszerűen nem követi a számára antipatikussá, vagy más értékrendet tükröző influencert, a célközönség számára eljuttatni kívánt üzenet sokkal nagyobb mértékben ér majd el a kívánt helyére olyantól, akivel képes azonosulni. A leggyakoribb példa, amikor egy véleményvezér a környezettudatos élet fontosságáról, vegán-vegetáriánus életmódról, műanyagmentességről (zero waste) beszél és ad tanácsokat, tippeket (Viszkok Fruzszi, HeyJulie, Vászonzsákoslány, Vegamama, Döbrösi Laura, Lina, EszterVirág stb.). A szimpátián túl számos más tényező játszhat szerepet az átadásra kerülő információ hatékony eljuttatásában, letapasztásában és internalizációjában (Kelman, 1961), de biztosan ki kell emelni a hitelesség és megbízhatóság, a pozitív személyes minták, illetve a humor és művészeti jellegű alkotások szerepét. A vonzó, humoros, jópofa, egészséges, népszerűbb embereket sokszor „igazibbnak”, „valóibbnak” érezzük, mint a politikusokat, vagy világsztárokat.

A tartalmak kapcsán a legfontosabb elvárás, hogy szórakoztató legyen, tartalmazzon gag-eket. Az egyik legismertebb magyar influencer, a YouTube-on 397 ezer feliratkozóval rendelkező Viszkok Fruzi 2018-as, környezettudatosságról szóló videójának első néhány mondata mindezt megerősíti: *„De nyugalom, ne kapcsoljatok el, nem fogok átmenni örült professzorba, vagy megszállott hippibe”*. (Viszkok, 2019). Mintha ez a téma csak elvont, okoskodó akadémiai embereket és rongyosan öltözködő, beszívott embereket érdekelne. Persze az elmúlt öt évben is sok minden változott, valószínűleg már mindenki számára nyilvánvalóvá vált, hogy drasztikus változások nélkül elpusztítjuk a saját bolygónkat. Az influencerek véleményén keresztül a követők nyitottá válhatnak a civil szervezetek munkájába való bekapcsolódásra, az 1%-os támogatás felajánlására, egy projekt támogatására, vagy tágabb értelemben egy mozgalomban való közreműködésre.

Az influencerek száma és befolyása folyamatosan növekszik, valamint az általuk támogatott márkák/termékek/szolgáltatások is diverzifikálódnak. Már nem csupán profitorientált megjelenések vannak, hanem a közösség jól-létét elősegítő, közéleti, segítséget nyújtó, humanitárius, környezet- és állatvédelmi, valamint művészeti-kulturális jellegű kezdeményezések mellé is egyre többen állnak, kihasználva a befolyásukból adódó lehetőségeket. Mindez történik részben amiatt, mert fennáll a túltelítődés veszélye, azaz a nyilvánvalóan pénzszerzési céllal történő hirdetés, amely kockáztatja az influencer hírnevét, azaz a véleményvezér társadalmi kezdeményezésekkel hozza egyensúlyba a hirdetést, másrészt pedig azért, mert mint a társadalom tagja, felelősséget érez a jövője iránt.

A közéleti témákkal foglalkozó influencereket, ismert embereket, celebeket alapvetően három nagyobb téma foglalkoztatja:

1.

A politikával és közélettel kapcsolatos ügyek, a demokrácia helyzete, a diktatúrák és autoriter államok bírálata. Az amerikai elnökválasztási kampányok során hagyományosan színészek, sportolók, művészek, előadók, celebek sokasága áll ki egyik, vagy másik jelölt mellett, illetve buzdít a szavazáson való részvételre. De ilyen volt a BREXIT-kampány is 2016-ban, amely során híres brit emberek sokasága foglalt állást az EU-ból való kiválás (John Cleese, Bernie Ecclestone, Sol Campbell, Sir Michael Caine, Liz Hurley stb.), vagy a bent maradás mellett (Daniel Craig, David Beckham, JK Rowling, Emma Thompson, Simon Cowell, Idris Elba stb.). Hazánkat érintő eset volt 2020 november-decemberében, amikor

az amerikai színész és rendező, George Clooney bírálta élesen Orbán Viktor miniszterelnököt és politikáját. Közismert, hogy Clooney nem rejt véka alá a politikai véleményét, ezt megelőzően Boris Johnson brit miniszterelnökkel, Jair Bolsonaro brazil elnökkel és Donald Trump amerikai elnökkel is vitába keveredett. Clooney az új filmjének promóciója kapcsán említette meg, hogy az emberiség előtt álló harminc év létfontosságú lesz, részben a járványok, részben a klímaváltozás és a szabadságjogokat csorbító populista politikusok miatt. A színész szerint: *„egy ilyen örült időszakban gyereket nevelő emberként szeretném, ha majd elmondhatnám, mit tettünk az örültség ellen. Nem azért, hogy a gyerekek büszkék legyenek, hanem azért, hogy egy jobb világban nőjenek fel”* (Lamont, 2020). Három tényezőt érdemes megjegyezni az eset kapcsán. Clooney kiemeli a világpolitika térképéről Orbán Viktort, egy kis közép-európai ország miniszterelnökét, ahová a populizmussal foglalkozó szakirodalom és újságírás emelte, Bolsonaro és Trump mellé; Amellett foglal állást, hogy örült a világ és ez a más ideológiai beállítottságú, a világot más szempontból néző politikusok miatt van; Klasszikus érvelés a jövőt idéző, a gyerekeinknek jobb világot teremtő szempont, amely Clooney szerint a liberális demokrácia védelmével szavatolható.

Magyarországon nagy port kavart ügy volt a civil szervezetekkel kapcsolatos kormányzati szabályozás ügye. Sokan ezt a civil szervezetek elleni frontális támadásként azonosították, holott a folyamat globálisan is megfigyelhető volt. A 2008-2009-es globális pénzügyi és gazdasági válság hazai és nemzetközi hatásai, továbbá a 2010-es, a Fidesz-KDNP kétharmados győzelmét hozó országgyűlési választások, az illiberális állam 2014-es meghirdetése (Bretter, 2016) és uralmi államként való kiépítése (Bretter, 2022), illetve a 2015-2016-os migránsválság (Glied, 2020) mélyreható változásokat hozott az állam és a civilek kapcsolatában. Összességében a civil társadalom működési feltételei és erőforrásai csökkentek, a civilek egy szűkülő és politikai ideológiák mentén meghatározott térben voltak kénytelenek működni (Kákai, 2020). A dolgozat eddigi állításainak tükrében ellentmondásos lehet az a kijelentés, hogy az állam teret foglal a civil társadalom rovására, ugyanakkor a két említett folyamat inkább kiegészíti egymást (Gerő, 2020). Az állam kiszervez, azonban szerződések által meghatározza azon civilek körét, akikkel együtt akar működni a jövőben, illetve olyan szabályozást hoz, amely megnehezíti, vagy ellehetetleníti a civilek egy részének működését (Dupuy et al., 2016). Ez a stratégia elsősorban az állami kontroll kiterjesztése nyomán lehet sikeres, kirekesztve az emberi jogi, vagy politikai és közéleti kérdésekkel foglalkozó

szervezeteket. Hozzá kell tenni, hogy az élet minden területén, így a civilek kapcsán is egyre inkább érvényesül a menedzserszemléletű működés, mint elvárás, amely egyrészt jelent egy alkalmazkodási kényszert a gyorsan változó körülményekhez és politikai keretekhez, másrészt viszont a túlélésük jegyében maguk is a rendszer fenntartóivá válnak, amely ellentmond a „civilség” alapjainak (Gerő, 2020).

A szabályozás 2010 után több lépcsőben zajlott, 2011-ben új civil törvény lépett életbe, létrejött a Nemzeti Együttműködési Alap, ezzel együtt végbement a finanszírozás központosítása (Kákai – Glied, 2017). A közhasznúság fogalma eltolódott a közszolgálatosság felé, melyet az állam együttműködési és megbízási szerződésekkel igyekezett megerősíteni (Sebestény, 2016). A civilekkel szembeni, izraeli és orosz mintára történő kormányzati megszólalások 2013-2014-ben kezdődtek. A narratíva több irányból intézett támadást a civilek ellen, azt hangsúlyozva, hogy ezek az ellenzéket kiszolgáló, külföldről fizetett, civileknek álcázott, ám politikai célokat követő szereplők politikai állásfoglalásokkal igyekeznek destabilizálni a magyar belpolitikát. 2015-ben a menekülteket/migránsokat segítő civil szervezetek kerültek a támadások középpontjába, hasonló narratívával, majd 2017-2018-ban újabb szabályozás következett *Stop Soros!* címmel, amely már illegálisnak minősítette az (illegális) migránsoknak nyújtott szolgáltatásokat. Mivel több ügy is napirenden volt akkoriban (CEU, Városliget) 2017. április 12-én „A Hősök vétője” címmel többezres tüntetést szervezett a Civilek egy élhető Magyarorszáért szervezet a Hősök terén, ahol a fő szlogen a „*Civilek vagyunk, Magyarok vagyunk, Szabadok vagyunk*” jelszó volt. Tény, hogy ennek ellenére a civilekkel szembeni kampány nem váltott ki komoly ellenállást és felháborodást a magyar társadalom részéről. Ennek az volt az oka, hogy részben a civil szervezetek társadalmi beágyazottsága és hatása hagyományosan alacsony Magyarországon (Kákai – Sebestény, 2012), részben a 2013 óta folyamatosan futó civil-ellenes kampány sok, a területet kevésbé ismerő embert bizalmatlanná tett a civilek munkájával szemben. Mindennek ellenére a civil szervezeteket megbélyegző javaslat elleni tiltakozás keretében 100 magyar művész nyílt levélben kérte az országgyűlési képviselőket, ne szavazzák meg a javaslatot. A teljesség igénye nélkül az aláírók között volt Beck Zoltán, Dragomán György, Gothár Péter, Grecsó Krisztián, Hajdu Szabolcs, Hajós

András, Kovács Patrícia, Mundruczó Kornél, Nagy Ervin, Nemes Jeles László, Ónodi Eszter, Péterfy Bori, Szabó Simon, TGM, Till Attila és Závada Pál.<sup>6</sup>

2.

A háborúk, fegyveres konfliktusok, a gazdasági válságok és súlyos természeti katasztrófák tízmilliókat hoznak nehéz helyzetbe világszerte. A nemzetközi közösség az államok felajánlásaival, a szupranacionális politikai együttműködések, az ENSZ és szakosított szervei, vagy/és társadalmi és civil szervezetek (Vöröskereszt, Máltai Szeretetszolgálat, Orvosok Határok Nélkül, egyházak, különböző segélyszervezetek stb.) segítségével igyekszik enyhíteni a súlyos helyzetbe került emberek szenvedését, kiemelt tekintettel a gyermekekre, idősekre, nőkre, elesettekre, éhezőkre stb (Kacziba, 2017). A *humanitárius segítségnyújtás* rendszerét meghatározza a Hét Alapelv, melyek célja, hogy pozitív irányba befolyásolja az egyének, közösségek életét, az emberek egymáshoz való viszonyát (Sáfár, 2018). Ezek közül kiemelném a kormányzati partnerek és hatóságok tudatosságának növelését, illetve a magánszféra humanitárius érzékenyítését. A közösség, akár a globális közösség felkészítése és a tudatosságának növelése, továbbá a hatékony válaszadó mechanizmusok kialakítása nem nélkülözheti a társadalmi figyelemirányítás, orientálás különböző aspektusait. Az ENSZ és a globálisan jelen lévő, komoly befolyással rendelkező civil szervezetek ennek érdekében sokszor kérnek fel híres embereket, hogy működjenek közre figyelemfelhívó kampányokban a krízismátrix minden területén. A különböző válságokra való figyelemfelhívásban és az állandó segítségnyújtásra felszólító kampányokban is rengeteg híres ember vesz részt. A humanitárius helyzetre való felhívás sokszor összekapcsolódik a háborúellenességgel és pacifista jelszavakkal. Közülük is kiemelhető David Beckham és Angelina Jolie, akik a fiatalok oktatásáért és a szegénység, az éhínség ellen küzdenek. Lionel Messi és Cristiano Ronaldo szintén sokat tesz a gyermekek fejlődésért, az oktatásért, a leszakadt térségek egészségügyi ellátásának felzárkóztatásáért, valamint a katasztrófák áldozataiért. Taylor Swift énekesnő a WHO egyik arca, a helyi közösségek aktivitásának növelését és az önkéntes munkát promotálja. Miley Cyrus énekesnő számos civil szervezet tagja és szószólója, az emberi jogok, valamint a meleg jogai mellett állatvédelmi kérdésekben is hallatja a hangját. Keanu Reeves és Lance

---

<sup>6</sup> Nyílt levél a civilekért, <http://www.ekint.org/autonomiavedelem/2017-05-19/nyilt-level-a-civilekert>, utolsó hozzáférés 2023.02.28.



Armstrong rákellenes kampányokban vesznek részt, és támogatnak számos szervezetet. Bill Gates és volt felesége, Melinda a világ egyik legtöbb pénzt adományozó donorai. Az alapítványukon keresztül ösztöndíjakkal támogatják a hátrányos helyzetű gyerekeket, a UNICEF-fel közösen segítik a bajbajutott embereket. Ben Affleck több civil szervezet alapítója és segítője, elsősorban az elesetteket segítő kampányokban munkálkodik, ahogy George Clooney is, aki az erőszak és a katasztrófa sújtotta térségek megsegítésének szószólója. Brad Pitt a fejlődő országok megsegítésének egyik legismertebb arca, aki az oktatás, egészségügy, környezetvédelem, a kultúráközvetítés és közösségfejlesztés területén is aktív. Hasonlóan Shakirához, aki a UNICEF nagykövete és a gyerekek oktatásának fejlesztésében segíti az ENSZ-t (Volunteer FDIP, 2023).

Magyarországon is nagyon sok ismert ember segíti a Vöröskereszt, vagy éppen valamelyik egyház, vagy segélyszervezet munkáját ideiglenes, vagy állandó jelleggel. Összességében levonható tanulság, hogy ünnepek idején (elsősorban karácsonykor), illetve amikor nagy a baj, természeti katasztrófák, vagy az ukrán menekültválság esetében, akkor valóban országos összefogás indul, adománygyűjtéssel, kampányok szervezésében való közreműködésével.

3.

A környezetpusztítás megakadályozása és a környezetvédelem szükségessége az 1990-es évektől vált a nemzetközi közösség egyik központi kérdésévé. Ennek az összetett témának az egyik eleme a klímaváltozás, amely ma már központi helyet foglal el a környezetrombolással és környezetvédelemmel kapcsolatos diskurzusban (Glied – Pánovics, 2022). Nem véletlen tehát, hogy a hírességek és influencerek többen foglalkoznak ezzel a kihívással, mivel az egész emberiség jövőjét érintő kérdésről van szó. Az ökológiai kérdések közé sorolható a tágabban vett állatvédelem, amely az egyik legszerteágazóbb civil tevékenységi kör, nem csupán a menhelyekre gondolunk, hanem az állattartás körülményeire (etikus állattartás), az állatkísérletek elleni tiltakozásokra, az állatokból, állatok szőréből/bőréből készült termékek elleni kampányokra, vagy a húsfogyasztásról szóló diskurzusra.

Kétségtelen, hogy a zöld ügy a civil szervezetek egyik legnépszerűbb témája világszerte, ugyanis látszólag a politikától némiképp függetlennek tűnik, valójában azonban ahhoz szervesen kötődő jelenségről van szó. A komplex, egymással is kölcsönhatásban lévő, összefonódó problémák az 1980-as évektől kezdődően

politikai teret nyitottak a zöld szervezetek előtt, melyek ekkortól már nem csupán a környezet és ember, hanem a társadalmi együttélés viszonyrendszerét vizsgálták, és próbálták megreformálni azt. Megjelent az ökológiai meghatározás, amely az ökológizmus eszmerendszerét felhasználva az ember és környezete (természetes és épített), valamint az állam és társadalom kapcsolatát, a gazdaság és politika viszonyrendszerét, attitűdjét, magatartását igyekszik megváltoztatni (Glied, 2016). A 21. századra már nem is kérdéses, hogy a Föld megmentése mindenki felelőssége, és ennek érdekében drasztikus változtatásra volna szükség az élet minden területén, mindenekelőtt az attitűdünkben és életmódunkban. A civilek fontos szerepet játszanak ebben az átmenetben, az influencerek pedig jó példával, mindennapi praktikákkal, környezettudatosabb, egészséges életmóddal és táplálkozással, tudatos vásárlással és fogyasztással, valamint watchdog funkcióval kapcsolódnak be ebbe a paradigmaváltásba.

A környezetvédelemről szóló diskurzusban nemzetközi viszonylatban már az 1980-as években megjelentek az ismert emberek, ma pedig már szinte végtelen azok száma, akik felszólalnak a problémák miatt. Világ sztárok, mint Sting, Alanis Morissette, Sheryl Crow, Drake vagy Michael Jackson, valamint zenekarok mint a U2, Maroon5, az R.E.M., a Radiohead, Coldplay, Moby, vagy a Linkin Park az esőerdők irtására és a szisztematikus környezetpusztításra hívta fel a figyelmet. Olyan tudósok, mint Cousteau kapitány, Sir David Attenborough, Jane Goodall, Gerald Durrell vagy Vandana Shiva és civil mozgalmárok, mint Wangari Maathai vagy Greta Thunberg pedig az egész emberiségre is hatással voltak, százmilliók ismerték meg a tevékenységük nyomán a globális problémákat. Vannak színészek, akik a hírnevüket használják, hogy bemutassák a környezetrombolás és klímaváltozás hatásait. Leonardo di Caprio még dokumentumfilmet is szentelt a témának. Az utolsó óra (The 11<sup>th</sup> Hour) egy 2007-ben bemutatott, klímaváltozásról szóló dokumentumfilm, melynek producere és narrátora volt a híres amerikai színész, de a 2021-ben bemutatott Ne nézz fel! című szatíra szintén ezzel a témával foglalkozik, cinikus hangvételben bemutatva a 21. századi társadalmi, politikai és médiaviszonyokat. Szintén ismert környezetvédő még Meryl Streep, Shailene Woodley, Mark Ruffalo, Harry herceg és felesége, Joaquin Phoenix, Emma Watson és Ben Affleck. Ha világviszonylatban „ismeretlen” influencereket vesszük górcső alá, akkor azt láthatjuk, hogy a zöld témákkal foglalkozó környezeti influencerek esetében közös, hogy inspirálni, motiválni szeretnék követőiket, megvalósítható életmódbeli változásokat bemutatva,

közérthető, egyszerű nyelvezettel (Apeel, 2021). A témák között szerepel az életmódváltás, a környezeti igazságosság kérdése, a klímaváltozás és felelősség, a vízszerűség, az állatvilág és biodiverzitás védelme, a műanyagmentes élet, a fenntartható divat, a húsmentes táplálkozás és főzési tippek, illetve a biotermelés, a biogazdálkodás különböző formái.

A téma Magyarországon is a civil kezdeményezések és véleményvezérek egyik jelentős ügyévé vált. Az 1%-os támogatásokért folyó versengés kampányaiba már vontak be ismert embereket globális és helyi civilek is (pl. WWF, állatmenhelyek – örökbefogadás). A teljesség igénye nélkül említsünk néhány precedens értékű kezdeményezést, ahol a civilek és ismert emberek együttműködtek. A zöld pólós mozgalom célja, hogy a közösségi médián keresztül hívja fel a fiatalok figyelmét az erdőirtás súlyos következményeire, a környezettudatosabb életvitelre és a szelektív hulladékgyűjtés fontosságára. Kezdeményezésükhöz több ismert ember (Gyerván Csaba, Pars Krisztián, Vajda Attila, Kammerer Zoltán stb.), oktatási intézmény és civil szervezet csatlakozott.

Közösségi média oldalain régóta posztol a témában és elkötelezett környezetvédő hírében áll Döbrösi Laura színésznő, aki a WatchMyWaste (#watchmywaste) projekt legismertebb hazai arca és a zero waste mozgalom<sup>7</sup> képviselője. A kezdeményezés célja, hogy minimalizálja a műanyag hulladékot az életünkben.

Elsőre szokatlan jelenség tűnt fel 2022-ben a zöld ügy támogatójaként. Szabó Gábor, a Pumped Gabo néven ismertté vált testépítő, médiaszemélyiség és influencer celeb kapcsolódott be több környezetvédelmi kezdeményezésbe, sőt, tiltakozó akcióba. 2022-ben részt vett a Fertő-tó partján épülő szállodakomplexum elleni tiltakozásban, melynek során Instagram oldalán ruha nélkül hirdette, hogy a tó az állatoké. Posztján 34333 like volt 2023 februárjában, ami magyar viszonylatban nagyon soknak számít. Az erről forgatott videóban Szabó Gábor kifejti, hogy ő nem kormánypárti vagy ellenzéki, a zöld ügy egyetemleges, a pártokon felül áll, amit egy komment is alátámaszt: *„Én most teljesen meg vagyok lepődve, hogy ez a fiú milyen pozitív változásokon ment keresztül! Csak így tovább Gabó! A természetért való kiállásod pedig példaértékű!”* (444.hu). Pumped Gabó esete azért is különleges, mert rajta keresztül differenciálódik az üzenet. Egyrészt olyan csoportokhoz jut el, akik többnyire nem a mainstream

---

<sup>7</sup> Zerohero magazin

médiából szerzik az információikat, vagy kevésbé érdekli őket a zöld téma. Másrészt a fiatal celeb olyan nyelvezetet használ, ami nagyon távol áll a tudományos szféra által használt szókészlettől, ezért a követők jobban megértik, egyszerűbben dekódolják az üzeneteket. Ezek az információs csatornák egymással párhuzamosan működnek, kiegészítve az akadémiai kutatások eredményeik szűkebb, korlátozottabb, kisebb célközönséggel bíró disszeminációját egy valóban heterogén vevő közeggel.

A környezetrombolásra, környezetszennyezésre való felhívás egyik különleges, ám ebből fakadóan hatékony eszköze a humor, az ironia, némely esetekben a tragikomikus és cinikus megszólalások. A humornak ezekben az esetekben általában kettős szerepe van. Egyrészt a szórakoztatás egyik eszköze, ami mosolygásra, nevetésre ösztönözi a nézőket, azaz a viccen keresztül teszi fogyaszthatóvá a nehéz témákat is, másrészt azonban az elgondolkodtatás eszköze is, ugyanis az áthallásos poénok, a vicces jelenetek, vagy közlések mögött létezik egy mögöttes tartalom. Litkai Gergely humorista a Greenpeace Magyarországgal közösen 2022-2023-ban több videót is készített a Fertő tavi üdülőkomplexum beruházás természetromboló szerepéről (Greenpeace, 2023).

Ehhez a kérdéshez kapcsolódik az állatvédelem széles témája, a természetes élőhelyek és a vadon élő állatok védelme, másrészt a menhelyeken élő, vagy kóbor, sérült állatok védelme. A világ más részéhez hasonlóan Magyarországon is rengeteg kóbor, illetve menhelyen lévő állat él (a becslések szerint egymillió), ezért fontos az örökbefogadás népszerűsítése. Erre hívják fel a figyelmet olyan hollywoodi sztárok, mint Amanda Seyfried, Nina Dobrev, Hillary Duff, Ian Somerhalder, Zac Efron, Jennifer Aniston, Gerard Butler, vagy Hilary Swank, akik rendszeresen jótekingodnak állatvédő szervezeteknél. Leonardo di Caprióhoz hasonlóan Brigitte Bardot maga is alapítvány hozott létre az állatvédelem promotálására, vegetáriánus lett és felszólalt a bikaviadalok és a delfinvadászat betiltásáért. Több híresség odáig ment, hogy bekapcsolódott a PETA állatvédő szervezet kampányaiba, Pamela Anderson például meztelenül pózolt, így tüntetve a szőrme- és bundaviseelés ellen. Magyarországon is sokan hirdetik az állatmenhelyek munkájának kiemelt jelentőségét és a mentett állatok örökbefogadásának fontosságát. Ilyen a rádiós Vadon Jani és Sebestyén Balázs, Tóth Vera, Esztergályos Cecília, Csonka András, Radics Gigi, Kocsis Tibor, Nagy Sándor, R. Kárpáti Péter, vagy Vecsei H. Miklós. Falusi Mariann színésznő, Besenyei Péter

műrepülő világbajnok, Tornóczy Anita az Állatvédőrség szóvivője és Kárpáti Rebeka is kampányolt már együtt az állatvédelem és a felelős állattartás mellett. Előfordul, hogy a civil szervezet és egy piaci szereplő áll egy-egy kampány mögé, mint történt ez a Magyar Vakok és Gyengénlátók Országos Szövetségének kampányában. Egy piaci szereplő is beállt a vakvezető kutyák kiképzésére gyűjtő kampány mögé és híres emberekkel együtt promotálták a téma fontosságát.

## Konklúzió

A 21. század felgyorsult világában új bevonási kihívásokkal néz szembe a civil szektor. A folyamatos válságok – amikor a civilekre a legnagyobb szükség lenne – fokozatosan szűkülő lehetőségeket hoztak a civil szervezeteknek világszerte. Világos, hogy a bővülés érdekében ma már nem elég csupán aktívna, szorgalmasnak, hitelesnek lenni, az ismertség megteremtéséhez, azaz ahhoz, hogy támogatók, tagok, aktivisták csatlakozzanak, különböző bevonási lehetőségeket is meg kell vizsgálni. Az írás a közösségi média, a digitalizáció adta lehetőségeken, valamint a véleményvezéreken/influencereken keresztül történő bevonási csatornákat vizsgálta. Természetesen elsősorban a fiatal korosztály nyitott az új platformok használatára, de ma már valóban kevésbé lehet különbséget tenni, mert a 60 év felettiek is készség szinten használja az internetet.

A markáns társadalmi, technológiai, politikai, pénzügyi stb. változások mellett a társadalmi mobilizáció feltételei és céljai nagyon kevésbé változtak a 21. századra. A régi jelszavak, miszerint együtt, közösségként erősebbek vagyunk, még mindig igazak. Nem szabad csupán a tiltakozásokra gondolni, arra, hogy a civilek meg akarnak akasztani folyamatokat, állandóan elégedetlenek, ugyanis a visszavonuló állam újabb és újabb területeket szervez ki a társadalmi szervezeteknek, ahol az együttműködésre helyeződik a hangsúly. Bonyolult szisztéma tehát ez, amelyet a kettősség jellemez és ebben a duális keretrendszerben kell megtalálni a pozíciókat. Olyan ez mint egy valódi piac, ahol a globális vállalatoktól és nagykereskedőktől a kistermelőig mindenki megtalálható és ezerféle portékát árul. Ebben a kihívásokkal teli, hatalmas és rendkívül sokszínű térben kell a civileknek újra definiálni magukat. Újragondolni a tevékenységüket, a szervezeteiket, a lehetőségeiket és folyamatos küzdelem árán megteremtteni a pénzügyi hátterüket. Ebben lehetnek segítségükre híres/ismert emberek, illetve influencerek, akik mozgósítani tudnak egy adott cél érdekében, vagy promotálhatnak egy szervezetet, akár egy kezdeményezést. A tanulmány amellet érvel, hogy látszólag elismerjük a

civil szervezetek fontosságát, miközben fokozatosan elbontjuk elméleti és gyakorlati, jogi alapjait, egy szóval az autonómiáját.

Mivel manapság az egyik legnagyobb kihívás a fiatalok mobilizálása, az aktív közösségi szerepvállalásuk erősítése, az influencerek felelősségteljes tevékenységére egyre nagyobb figyelem irányul. Ezt a célt erősíti az ENSZ generációk közötti párbeszéd néven, 2021-ben indított platformja (Tortora, 2021), amely hasonló témákat tárgyalt, hangsúlyt helyezve a kölcsönösen összefonódó problémákra, amellyel az emberiség szembenéz. A kezdeményezés kiemelte a közösségek, hálózatok felbecsülhetetlenül fontos szerepét a gondok orvoslásában, helyi, nemzeti, vagy globális szinten egyaránt. Miből kell kevesebb a 21. században? Gyűlöletből, erőszakból és az egyenlőtlenségek fokozásából. Amiből viszont többre van szükség, az a tudás, a képviselő, a megértés és konszenzus keresése, a politikai akarat, az értékek védelme, az igazságosság és a széleskörű bevonás fontossága. És maga, az EMBER ebben a folyamatban.

## Irodalomjegyzék

- Balogh Zoltán – Molnár György – Nagy Katalin – Orosz Beáta – Szűts Zoltán (2020): A digitális kompetencia és a digitális kultúra társadalomra és oktatásra gyakorolt hatásai, jellemzői, kihívásai. *Civil Szemle* 2020/2. 69-87.
- Bretter, Zoltán (2016): The name of the game: The Regime of National Collaboration. *Hungary and Poland in Times of Political Transition. Selected Issues*, edited by Beata Pająk-Patkowska and Marcin Rachwał, Poznań: Faculty of Political Science and Journalism – Adam Mickiewicz University, 39-57.
- Bretter, Zoltán (2022): Comparative populism: Romania and Hungary. *Eastern Journal of European Studies* 13(SI), 183-206. DOI: 10.47743/ejes-2022-SI10
- Cohen, Jean L. – Arató, Andrew (1992) *Civil Society and Political Theory*. MIT Press, Cambridge, MA.
- Cohen, Michael K. – Hutter, Marcus – Osborne, Michael A. (2022): Advanced artificial agents intervene in the provision of reward. *AI Magazine* 43(3), 282-293. <https://doi.org/10.1002/aaai.12064>
- Csima Melinda – Gombos Péter (2019): A digitális bennszülöttek olvasási kedve, olvasáshoz való viszonya a 2017-es és 2019-es felmérések tükrében. *Anyanyelvi Kultúrákövetés* 2(2) 45-57. DOI: 10.33569/akk.2391
- Duffy, Bobby – Pierce, Anna (2007): *Socio-political Influencers*. IPSOS Mori. [https://www.ipsos.com/sites/default/files/publication/1970-01/sri\\_socio-political\\_influencers\\_062007.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/publication/1970-01/sri_socio-political_influencers_062007.pdf)
- Dupuy, Kendra – Ron, James – Prakash, Akaash (2016) Hands Off My Regime! Governments' Restrictions on Foreign Aid to Non-Governmental Organizations in Poor and Middle Income Countries. *World Development*, 9(84). 299-311. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2016.02.001>

- Durkheim, Emile (2001): *A társadalmi munkamegosztásról*. Osiris, Budapest.
- Elhai, Jon D. – Haibo Yang – Montag, Christian (2020): *Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use*. *Braz J Psychiatry*. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870>.
- Fehér Márton (2021): *Környezettudatos magatartás és az influencermarketing kapcsolata. Környezettudatos marketing elmélet és gyakorlat a fiatalok szemléletformálása érdekében – Szemlények egészség- és környezettudatos marketing megoldásokból*. Szikszó, Szlovákia.
- Fodor István (2000): Merre megy a világ gazdasága, merre mehetünk mi? In: Glatz Ferenc (szerk.): *Az információs társadalom. Magyarország az ezredfordulón*. Stratégiai kutatások a Magyar Tudományos Akadémián VI., MTA, Budapest.
- Forgó Sándor – Komló Csaba (2015): *KEZEK – Blended learning, tudásszervezés, hálózatalapú tudásmegosztás*. Eger, 2015. [http://okt.ektf.hu/data/szlahorek/file/kezek/06\\_blended\\_04\\_11/index.html](http://okt.ektf.hu/data/szlahorek/file/kezek/06_blended_04_11/index.html)
- Fritz Tamás (2019): Civilitika – A civil társadalom kialakulása Nyugat- és Közép-Európában, illetve Magyarországon. *Polgári Szemle* 15(1-3), 284-297., DOI: 10.24307/psz.2019.0918
- Gerő Márton (2020): Elzárkózás és fojtogató ölelés. A civil szervezetek és az állam átalakuló kapcsolata az erősödő kontroll korszakában. In: Fejős Anna – Szikra Dorottya (szerk.): *Támogatás és támadás*. Társadalomtudományi Kutatóközpont, Budapest.
- Glied Viktor (2016): *A halványtól a mélyzöldig – A globális környezetvédelmi mozgalom negyedik százada*. Publikon kiadó, Pécs.
- Glied Viktor – Pánovics Attila (2022): *Fenntartható fejlődés és környezetpolitika a 21. században. Egy paradigmaváltás küszöbén*. Kontraszt Plusz, Pécs.
- Glied Viktor (2020): *Az európai migráció két arca*. AdLibrum Kiadó, Budapest.
- Glózer Rita (2008): *Diskurzusok a civil társadalomról. Egy fogalom transzformációi a rendszerváltó évek értelmiségi közbeszédében*. L'Harmattan Kiadó, Budapest.
- Kacziba, Péter (2017): A békeépítés elméleti és kivitelezési vázlata. *Hadtudományi Szemle* 10(2): 105—125.
- Kacziba, Péter (2019): Digitális platformok a nemzetközi kapcsolatok kutatásában. In: Dombi, Judit – Rimai, Dávid (szerk.): *Digitális forradalom világunkban: tanulmánykötet*. Institutio Kiadó, Pécs.
- Kákai, László – Sebestény, István (2012): A nonprofit szektor súlya és a gazdasági válság hatása Magyarországon. *Civil Szemle* 9(3) 137-157.
- Kákai, László – Glied, Viktor (2017): Sketch of the Hungarian Non-Profit Sector After the Regime Change. *Civil Szemle*, 14(3). 13-33.
- Kákai László (2020): Kettős szorításban a magyar civil szervezetek. *Pólusok*, 1(2), pp. 1-30. DOI: <https://doi.org/10.15170/PSK.2020.01.02.01>.
- Keane, John (2004): *A civil társadalom. Régi képzetek, új látomások*. Typotex Kiadó, Budapest.
- Kelman, Herbert C. (1961): Processes of opinion change. *Public Opinion Quarterly* 25(1), 57-78. DOI: 10.1086/266996
- Korten, David C. (2009): *Gyilkos vagy humánus gazdaság?* Kairosz Kiadó, Budapest.
- Kuti Éva (1996): A nonprofit szervezetek szerepe a kilencvenes évek magyar társadalmában és gazdaságában. *Közgazdasági Szemle*, XLIII. évf., 1996. október, 905-919.
- Lehmann Miklós (2017): A digitális elme: Hálózat és pedagógia. Bp: ELTE TÓK MTE – Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete (2016): *Hogyan viselkednek a magyar*

- Facebookozók? Itt vannak a legújabb trendek és eredmények.* In. az MTE honlapja [online] 2016. 02. 11. [http://mte.hu/\\_magyar\\_facebook\\_trendek/](http://mte.hu/_magyar_facebook_trendek/)
- Mansell, Robin (1999): Information and communication technologies for development: assessing the potential and the risks. *Telecommunications Policy* 23(1), 35-50.
- Marchis Andrea – Markos-Kujbus Éva (2019): „Minden jó influencer...” – Avagy hogyan lehet hiteles egy Instagrammikroinfluencer az ügynökségek és az influencers szerint? In. *DMMD ADAPTER Tanulmányok a digitális marketing, média és design területéről.* Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest, 19-33.
- Muraközy László (2010): Válságok állama – államok válsága. *Közgazdasági Szemle*, LVII. évf., 2010. szeptember 779-797.
- Ősz Rita – András István – Rajcsányi-Molnár Mónika (2013): Az újgenerációs mobil oktatásszervezés kérdései: A mobil generáció a változó tanulási környezetben – pedagógiai kihívások és paradigmák. In: András István – Rajcsányi-Molnár Mónika (szerk.): *Metamorfózis: Globális dilemmák három tételben.* Új Mandátum, Budapest, 196-215.
- Parsons Talcott (1969) *Politics and Social Structure.* Free Press, New York.
- Pavluska Valéria (2006): *Marketingelméleti következtetések a civil társadalom és a civil nonprofit szervezetek természetének vizsgálatából.* PhD-disszertáció. PTE KTK Gazdálkodástani Doktori Iskola.
- Prensky, Marc (2001): *Digital Natives, Digital Immigrants.* MCB University Press, 9(5), October 2001.
- Riedl, Magdalena – Schwemmer, Carsten – Ziewiecki, Sandra – Ross, Lisa M. (2021): The Rise of Political Influencers – Perspectives on a Trend Towards Meaningful Content. Sec. Media Governance and the Public Sphere. *Frontiers*, 2021. Volume 6., <https://doi.org/10.3389/fcomm.2021.752656>
- Salamon, Lester M. – Anheier, Helmut K. (1998): Social Origins of Civil Society: Explaining the Nonprofit Sector Cross-Nationally. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* 9, 213-248. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1022058200985>.
- Sáfár Brigitta (2018): *A humanitárius segítségnyújtás elméleti és gyakorlati kérdései a Vöröskereszt nemzetközi tevékenységének tükrében.* PhD-dolgozat, NKE, Budapest.
- Schweiger, Wolfgang – Beck, Klaus (eds.) (2019): *Handbuch Online-Kommunikation. 2.* Vollständig Überarbeitete Auflage, Springer.
- Sebestény István (2016): Fél évtized–egészen új környezetben. In. Antal Attila (szerk.): *A civilek hatalma – A politikai tér visszafoglalása.* Noran Libro Kiadó, Budapest, 61-84.
- Tocqueville, Alexis de (1993): *A demokrácia Amerikában.* Európa Könyvkiadó, Budapest.
- Tönnies, Ferdinand (2001): *Community and Civil Society.* Cambridge University Press. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511816260>.
- Vígh Edit (2012): A civil társadalom, mint az állam és a gazdaság közötti egyensúly közvetítő szektora. In. Verebélyi Imre (szerk.): *Az állam és jog alapvető értékei a változó világban.* SZE Állam- és Jogtudományi Doktori Iskola, Győr, 358-370.

## Internetes források

- „Az, hogy a természettel baszakodnak, az nekem nem tetszik”. 444.hu. <https://www.youtube.com/watch?v=yfnACaPOzSE&t=2s>. 2022. jan. 30., utolsó hozzáférés: 2023.02.14.



- Apeel (2021): Environmental Influencers to Follow. 2021. augusztus 10. <https://apeel.com/blog/13-environmental-influencers-to-follow>, utolsó hozzáférés: 2023.02.22.
- DigitalHungary (2019): A fiatalok közel fele influencer akar lenni! 2019.04.21. <https://www.digitalhungary.hu/marketing/A-fiatalok-kozel-fele-influencer-akar-lenni/8412/>, utolsó hozzáférés: 2023.02.22.
- European Commission (2015): ERASMUS+ and Youth in Action Programmes (2015). Focus on: Empowering young people to participate in society European. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2015. doi: 10.2766/77467.
- FORUS (2021): Towards an Enabling Digital Environment for Civil Society. FORUS Advocacy Paper, Full report. June. <https://www.forus-international.org/en/pdf-detail/77151-towards-an-enabling-digital-environment-for-civil-society-full-report>, utolsó hozzáférés: 2023.02.02.
- Greenpeace Magyarország Egyesület (2023): Sikerült megszüntetni a természet zavaró jelenlétét – Litkai Gergely új videója a Fertőről. <https://www.youtube.com/watch?v=JUuUuDWz9Zs>, utolsó hozzáférés: 2023.01.22.
- <https://www.volunteerfdip.org/top-celebrities-in-humanitarian-volunteer-charity-works>, utolsó hozzáférés: 2023.01.30.
- <https://zerohero.hu/magazin/zero-waste-a-felkapott-fogalom-mit-jelent-pontosan>, utolsó hozzáférés: 2023.02.12.
- Lamont, Tom: Interview - 'It's been a crappy year, but we will come out of it better. 2020. december 13. <https://www.theguardian.com/film/2020/dec/13/george-clooney-interview-its-been-a-crappy-year-but-we-will-come-out-of-it-better>, utolsó hozzáférés: 2023.01.16.
- Nyílt levél a civilekért. <http://www.ekint.org/autonomiavedelem/2017-05-19/nyilt-level-a-civilekert>, utolsó hozzáférés: 2023.02.10.
- Tortora, Manuela (2021): Can civil society mobilisation shape the agenda at the local, national and global levels? Highlights of Greycells' intergenerational dialogue 2021. UNToday, <https://untoday.org/can-civil-society-mobilisation-shape-the-agenda-at-the-local-national-and-global-levels/>, utolsó hozzáférés: 2023.02.11.
- UN Dialogue (2010): Youth in Civil Society. Part V. 2010. [https://www.un.org/esa/socdev/unyin/documents/wpay\\_guide\\_part5.pdf](https://www.un.org/esa/socdev/unyin/documents/wpay_guide_part5.pdf), utolsó hozzáférés: 2023.01.22.
- Viszkok Fruzi (2019): 10 tipp, hogy megmentsd a világot. <https://www.youtube.com/watch?v=ORGKk4Ub-lw&t=33s>, utolsó hozzáférés: 2023.01.19.
- Volunteer FDIP (2023): Top Celebrities that Help the Poor with Humanitarian, Volunteer and Charity Works. 2023.01.01.

## Abstract

### New opportunities for inclusion in the 21st century: Influencers

In the 21st century, civil society can still be considered the immune system of society, the moral compass of the state, and the defender of the democratic system. By the rise of the Internet and digitization, civic engagement strategies are also changing, instead of unilateral information transfer, cooperative community experiences based on discourse and information exchange represent the future, on the other hand, the success of an initiative/project or organization is increasingly determined by a strong online presence. The need to be member of a community also markedly changed after the 1990s. The appearance of various social media platforms has created virtual spaces that provide the opportunity to get involved in a form that takes place in a parallel but connected reality. The study examines some innovative forms of involvement and community development, as well as information dissemination, highlighting the role of influencers in revealing and solving problems affecting communities.

**Keywords:** *inclusion, social media, digitalisation, influencers*