

Mellékletek

1. számú melléklet: A kísérleti manipulációban bemutatott szövegek

Bevezető szöveg:

Egy ELTE hallgatók körében végzett felmérés rámutatott arra, hogy bár sok hallgató nő találkozik a nemi alapú megkülönböztetés valamilyen formájával az élete során (pl. beszólások, a teljesítményük alábecsülése, nem kívánatos szexuális közeledés), ezt általában úgy élik meg, mintha valami egyedi eset lenne, és nem ismerik fel, hogy a tapasztalataikkal nincsenek egyedül. Így nagyon ritkán fordul elő, hogy egy nő felszólal az ilyen esetek ellen (Gregor, 2016).

Nem csak az egyetemi közegben, de a munkaerőpiacon is hátrányt szenvednek a nők a férfiakhoz képest: a hasonló munkakörben dolgozó nők és férfiak között világszerte átlagosan 31,4%-os fizetésbeli különbséget találtak a mai napig (Global Gender Gap Index, 2021). Továbbá a nőkre még mindig nagyobb teher hárul a háztartási és gyermekneveléssel kapcsolatos feladatokban.

Ezeknek a különbségeknek gyakran sem a nők, sem a férfiak nincsenek tudatában.

Egyetemi hallgatók egy csoportja egy közösségi média kampányt tervez az egyetemi társaik részére, amelynek keretében fel szeretnék hívni a figyelmet a férfiak és nők között máig fennálló társadalmi igazságtalanságokra. A csoportot nagyrészt nők alkotják. A kampány egyik elindítója, Petra (22 éves egyetemista), a következőt nyilatkozta az egyetemi online újságnak:

"Célunk, hogy a kampány során megfogalmazott üzeneteink hatására férfiak és nők egyaránt felismerjék a fennálló igazságtalan helyzetet. Hiszünk abban, hogy ez a felismerés képes változásokat indítani. Szeretnénk, ha mind a férfiak, mind a nők tennének valamit ennek érdekében."

Kontrollkondíció:

"Fontos számunkra, hogy a férfiak is felismerjék a nők jelenleg kedvezőtlenebb társadalmi helyzetét, értesüljenek a nőket érő igazságtalanságokról. Ezzel motiválunk mindenkit, hogy tegyenek a nemi egyenjogúságért és az előítéletek csökkentéséért. Mindkét nem képviselőinél abban bízunk, hogy egyre több motivációjuk lesz a nemek egyenjogúságáért felszólalni és cselekedni.

Több kutatás erősítette meg, hogy a férfiak és nők közötti bérszakadék a mai napig jelentős szerte a világon. Egy nemzetközi felmérés azt találta, hogy a Magyarországon tapasztalható bérszakadék meghaladja az Európai Unió átlagot."

Moralitáskondíció:

"Fontos számunkra, hogy a férfiak lássák, hogy nem őket hibáztatjuk a nők kedvezőtlenebb társadalmi helyzete miatt. Tény, hogy sok férfi számára fontos a nemek egyenjogúsága, és a nők melletti kiállás. Tudjuk, hogy sok férfi együttérző a nőkkel, viszont sok igazságtalanságról nem értesülnek. Ma már érezhető, hogy a férfiak is szeretnék tenni a nemi egyenjogúságért és a sztereotípiák csökkentéséért.

Több kutatás erősítette meg, hogy a férfiak és nők hasonló mértékben motiváltak az egyenlőség megteremtésében. Egy magyarországi munkavállalók körében végzett reprezentatív felmérés is azt találta, hogy a férfiak és nők többsége támogatja a nemi egyenlőség érdekében tett változásokat."

Státuszkonfíció:

"Fontos számunkra, hogy egyre több férfi felismeri, hogy a nők helyzetének változásával ők is nyerhetnek. A nemi sztereotípiák és szerepelvárások nem csak a nőket, hanem a férfiakat is hátrányosan érintik. Azok az országok, ahol nagyobb a nemek közötti egyenlőség, az általános életszínvonal is magasabb, jobb kereseti lehetőségek vannak férfiaknak és nőknek egyaránt.

Egy magyarországi felmérés is alátámasztotta, hogy azok a cégek, ahol kiegyenlítettebb a nemek aránya, sikeresebbek. A hagyományos nemi sztereotípiák lebontásával egyrészt a nők háztartásban vállalt terhei csökkennek, és jobbá válnak a karrierlehetőségeik, másrészt a férfiakra nehezedett hagyományos szerepelvárások is csökkennek. Így csökken a vállukra nehezedő felelősség, a másodállások kényszere, az őket érő stressz, továbbá több időt tölthetnek a családjukkal, és szorosabb kapcsolatot tudnak kialakítani családtagjaikkal."

2. számú melléklet: Általunk bevezetett skálák

Moralitásszükséglet ellenőrzés:

Kérjük jelezze 1-7 terjedő skálán, hogy mennyire ért egyet az alábbi állításokkal!

	1 -	2	3	4	5	6	7 - Teljes
	Egyáltalán						mértékben
	nem értek						egyetérték
	egyet						
A kampány nem vonja kétségbe a férfiak pozitív megítélését.							
A kampány erkölcsösnek állítja be a férfiakat.							
A kampány nem próbálja úgy ábrázolni a férfiakat, mintha rossz emberek lennének.							
A kampány nem hibáztatja a férfiakat a nők							

hátrányai
miatt.

Státuszszükséglet ellenőrzése:

Kérjük jelezze 1-7 terjedő skálán, hogy mennyire ért egyet az alábbi állításokkal!

	1 - Egyáltalán nem értek egyet	2	3	4	5	6	7 - Teljes mértékben egyetértek
Az ilyen kampányok hosszú távon erősítik a férfiak csoportját.							
Az ilyen kampányok hosszú távon jobb helyzetbe hozzák a férfiakat is.							
Az ilyen kampányok hatására a férfiak hátrányos helyzetbe kerülhetnek a nőkhöz képest.							

Férfi identitással való azonosulás:

Mennyire ért egyet a következő állítással?

	1 - Egyáltalán nem	2	3	4	5	6	7 - Teljes mértékben
A tény, hogy férfi vagyok, fontos része az identitásomnak.							
Az, hogy férfi vagyok, fontos része annak,							

ahogyan
magamra
tekintek.

Kampány melletti kollektív cselekvés:

Milyen valószínű, hogy részt venne a következő cselekvések egyikében a jövőben?

	1 - Egyáltalán nem valószínű	2	3	4 – Talán igen, talán nem	5	6	7 - Nagyon valószínű
Felszólalnék a kampányt kezdemenyező csoport mellett.							
Ha szóba kerülne ismerőseim körében a kampány, kifejezném támogatásom a kampány iránt.							
Ha a közösségi média felületeken azt látnám, hogy elítélően beszélnek a kampányról, nem hagynám szó nélkül.							
Kifejezném támogatásom a kampány iránt a közösségi médiában (like-olás, megosztás vagy komment formájában).							

Ha
felkérnének
rá, aláírnék
petíciót a
kampány
céljaival
összhangban.

3. számú melléklet: interjúkérdések

1. szöveg (megegyezik a fent bemutatott manipuláció szövegével)

„Egy ELTE hallgatók körében végzett felmérés rámutatott arra, hogy bár sok hallgató nő találkozik a nemi alapú megkülönböztetés valamilyen formájával az élete során (pl. beszélések, a teljesítményük alábecsülése, nem kívánatos szexuális közeledés), ezt általában úgy élik meg, mintha valami egyedi eset lenne, és nem ismerik fel, hogy a tapasztalataikkal nincsenek egyedül. Így nagyon ritkán fordul elő, hogy egy nő felszólal az ilyen esetek ellen (Gregor, 2016).

Nem csak az egyetemi közegben, de a munkaerő-piacon is hátrányt szenvednek a nők a férfiakkal képest: a hasonló munkakörben dolgozó nők és férfiak között világszerte átlagosan 31,4%-os fizetésbeli különbséget találtak a mai napig (Global Gender Gap Index, 2021). Továbbá a nőkre még mindig nagyobb teher hárul a háztartási és gyermekneveléssel kapcsolatos feladatokban.

Ezeknek a különbségeknek gyakran sem a nők, sem a férfiak nincsenek tudatában.”

Milyen érzéseitek vannak a szöveg által bemutatott helyzettel kapcsolatban?
Hogy látjátok, mennyire valósul meg az egyenlőség a nemek között?
Szerintetek a férfiak többsége hogy viszonyul ehhez a témához?
Szeretnétek, hogy változzon a helyzet? Miért (nem)?
Tesztek, tettek is már ténylegesen valamit azzal kapcsolatban, hogy javuljon a nők helyzete? Ha igen, mit?
Van olyan dolog, amit úgy éreztek, meg kéne tennetek a nők helyzetének javulása érdekében, de eddig még nem tetettétek meg? Mi ez?
Milyen akadályai vannak annak, hogy véghez tudjátok vinni az előbb említett cselekvést? Mire lenne szükségetek ahhoz, hogy ezeket az akadályokat le tudjátok győzni, és véghez tudjátok vinni az előbb említett cselekvést?
Ha szeretnétek, hogy a helyzet változzon, de nem érzitek úgy, hogy nektek ennek érdekében tennetek kéne valamit, akkor mire lenne szükségetek ahhoz, hogy ti magatok akarjátok kiállni a nők mellett?

A következőkben olyan üzeneteket fogunk bemutatni, amelyek potenciálisan használhatók a nemek egyenlősége melletti kampányokban. Kíváncsiak vagyunk a véleményetekre, hogy milyennek találjátok ezeket az üzeneteket, legyen az akár pozitív, akár kritikai észrevétel. Szeretnénk megérteni, hogy mitől válik egy üzenet hitelessé számotokra.

Ha rangsorolni kell két üzenetet, melyik a szimpatikusabb, és melyik kevésbé szimpatikus? Miért?

2. és 3. szöveg (megegyeznek a kísérletben megismert státusz- és moralitáskondíciók szövegével)

A., opció: "Egyre több férfi felismeri, hogy a nők helyzetének változásával ők is nyerhetnek. A nemi sztereotípiák és szerepelvárások nem csak a nőket, hanem a férfiakat is hátrányosan érintik. Azok az országok, ahol nagyobb a nemek közötti egyenlőség, az általános életszínvonal is magasabb, jobb kereseti lehetőségek vannak férfiaknak és nőknek egyaránt.

Egy magyarországi felmérés is alátámasztotta, hogy azok a cégek, ahol kiegyenlítettebb a nemek aránya, sikeresebbek. A hagyományos nemi sztereotípiák lebontásával egyrészt a nők háztartásban vállalt terhei csökkennek, és jobbá válnak a karrierlehetőségeik, másrészt a férfiakra nehezedett hagyományos szerepelvárások is csökkennek. Így csökken a vállukra nehezedő felelősség, a másodállások kényszere, az őket érő stressz, továbbá több időt tölthetnek a családjukkal, és szorosabb kapcsolatot tudnak kialakítani családtagjaikkal."

B., opció: "Fontos, hogy a férfiak lássák, hogy a nők nem őket hibáztatják a nők kedvezőtlenebb társadalmi helyzete miatt. Tény, hogy sok férfi számára fontos a nemek egyenjogúsága, és a nők melletti kiállás. Tudjuk, hogy sok férfi együttérző a nőkkel, viszont sok igazságtalanságról nem értesülnek. Ma már érezhető, hogy a férfiak is szeretnék tenni a nemi egyenjogúságért és a sztereotípiák csökkentéséért.

Több kutatás erősítette meg, hogy a férfiak és nők hasonló mértékben motiváltak az egyenlőség megteremtésében. Egy magyarországi munkavállalók körében végzett reprezentatív felmérés is azt találta, hogy a férfiak és nők többsége támogatja a nemi egyenlőség érdekében tett változásokat."

Egyetértetek az egyes üzenetekkel?

Szerintetek ti tudnátok támogatni ezt a kampányt? Miért (nem)?

Szerintetek mit kéne változtatni a fenti kampányon ahhoz, hogy jó szívvel támogatni tudjátok?

Szerintetek mit kéne változtatni a kampányon ahhoz, hogy sikeres legyen?

4. számú melléklet: a kvalitatív részben kibontakozó kódok, példákkal

A nők magyarországi helyzetének észlelése		
Kód	Definíció	Idézet
1. Káros hiedelmek		
Női szerepekkel kapcsolatos sztereotípiák	A társadalomban a nőkhöz társítják bizonyos feladatok (pl. házimunka, gyereknevelés) ellátását, ezt gyakran a biológiai jellegzetességeikkel indokolják	„Nagyon sokszor össze van kötve a női nem, gyerekvállalás, szülés, háziasszonyi dolgok, tehát hogy ilyen össze van kötve” (1. csoport)
Értékesség attribúciója sztereotípia alapján	A nők értékét gyakran a sztereotípiáknak való megfelelés alapján határozzák meg	„(...) ki van akadva a lányára, mert nem hajlandó az anyjával főzni, meg nem hajlandó takarítani, és semmi nem lesz belőle. Ez volt az egésznek az értékességének, meg a szerepének az alapvető megfogalmazása, hogy ő, mint nő és a nőkhöz csatolt kötelező feladatait mennyire tudja ellátni.” (1. csoport)
Hímsovinisza viccek	A sztereotípiákat gyakran ártatlannak hitt viccelődéssel tartják fenn	„Amit egy kicsit zavarónak tartok, viszont sokszor viccelődünk vele. És nem tudom, hogy ez a viccelődés, ez egy eltakarása egy igaz gondolatnak, amit már nem mersz kimondani, (...) Vagy ez tényleg csak egy vicc.” (3. csoport)
Áldozathibáztatás	A bántalmazás áldozatait gyakran magukat tartják felelősnek a történetekért	„Azért vannak erre szerintem még olyan példák, amikor tényleg így a #MeToo kapcsán is, most az az úszónő esete volt (...) De hogy tényleg nagyon sokáig volt ez a vele kapcsolatban is az, hogy rengeteg ideig nem hitték el az emberek, vagy hogy még mindig vannak olyanok, akik így hibáztatják, mint ami teljes nonszensz, az áldozatot” (1. csoport)
1. Szocializációs hatások	A szocializációval és kulturálisan közvetített sztereotípiák hatással vannak a nők önbizalmára, személyiségére (pl. kevésbé ambíciózusak), párválasztási szokásaikra (pl. kevésbé kezdeményező) illetve párkapcsolati viselkedésére (pl. önfeladás)	„mert nem biztos ez a motiválatlanság, hogy az, hogy nincsen meg a vágy, hanem társadalmilag, szerintem ez benne van a neveltetésben, (...) beszélgettem így nőismerőssémmel, aki megkapta gyerekként, hogy ő egy nagyon ambíciózus lány volt, nagyon szeretett tanulni, szeretett volna tartani, de

		hogy mindig azt kapta, hogy te nő vagy, te majd házasodjál meg korán, szüljél gyereket, és maradj otthon, és ebbe volt belenevelve, és kvázi megölték neki az ő ambícióit.” (2. csoport)
2. Professzionális boldogulás		
Alulreprzentáltság egyes területeken	Politikiai, döntéshozói szerepekben, mérnöki és informatikai szakmákban alulreprzentáltak a nők	„(...) nők is elérhetnek ilyen pozíciókat, ami teljesen hamis. Mert hogyha például azt megnézzük, hogy a kormányban hány miniszter van, akkor azt hiszem, akkor azt hiszem, egy.” (1. csoport)
Egyetemi diszkrimináció	Az egyetemeken kezeletlen a nemi alapú diszkrimináció	„a BME-n és az ELTE-n teljesen közismert, hogy ki mennyire diszkriminál nemi alapon (...) Viszont az tény, hogy szerintem egyik felsorolt egyetemen sincs kezelve a probléma (...)” (3. interjú)
Zene- és előadóiparban nehéz érvényesülni	A zeneiparban a kemény munka ellenére nehezebb nőként érvényesülni, mint férfiként, gyakran csak túlszexualizálás árán lehetséges	„beszélgettem egy nagyon jó menedzser ismerős hölgygel, és mondta, hogy egyébként neki mennyire tele van a töke ezzel a hímsoviniszta zeneipari világgal. És hogy mennyire rohadt nehéz neki érvényesülni egyébként (...) És aki meg tud érvényesülni, azt túlszexualizálják.” (3. interjú)
3. Diszkrimináció az állam részéről		
Diszkrimináló kormányzati kommunikáció	A kormányzati kommunikáció (pl. nők dolga, hogy szüljenek), és a női jogokat sértő törvények (pl. abortusz) is hozzájárulnak a helyzet fennmaradásához	„Tehát, hogyha most így belegondolok abba, hogy milyen törvényeket hoznak, vagy hogy mik voltak a plenáris témák, vagy hogy a nőknek az a dolguk, hogy szüljenek. Tehát, hogy nyilvánvalóan, amikor ez a propaganda, vagy ez van közvetítve, és

		megfogalmazva, akkor ennek van egy visszatartó ereje, ahogy mondtad, hogy nagyon nem arra tendálunk, hogy ez változzon. Nyilván hatalmas hatása van az államnak arra, hogy egy társadalom az hogyan alakul és hogyan fejlődik.” (1. csoport)
Képmutatás	Külpolitikailag a kormány próbálja az egyenlőség képét festeni, de ezzel csak elfedi a problémát	„teljes képmutatás az egész, és ezzel próbálnak egy ilyen. Hát, azt nem mondom, hogy liberálisabb, de hogy tényleg kifelé legalábbis, így külpolitikailag ezt mutatni, hogy mi igenis haladunk előre, és hogy a nők is elérhetnek ilyen pozíciókat, ami teljesen hamis” (1. csoport)
4. Magánéleti többletterhek		
Európai szinten kimagasló mennyiségű házimunka	Magyar nők végzik a legtöbb házimunkát Európában	„Meg hát erről volt kutatás, hogy egész Európában a magyar nők végzik a legnagyobb házimunkát, és a legkevésbé elégedetlenek vele” (3. csoport)
Egyenlőtlen eloszlás nemek terén	Családon belül a lánygyerekektől sokkal több házimunkát várnak el, mint a fiúktól	„két gyermek van, az idősebb egy fiú, és van egy fiatalabb lány(...) és folyamatosan a legkisebb tizenöt éves lányt ugráltatták mindenért, hogy menjen a konyhába, hozza ezt ide, hozza azt a levest, mint egy ilyen pincérnőt körülbelül.” (1. csoport)
5. A probléma javulását gátló tényezők		
A probléma elbagatelizálása	Országos szinten a társadalom nem tudatos a problémákkal kapcsolatban, viccként fogják fel a helyzetet, vagy nem szeretnének változást	„Szerintem ez mindig ilyen poénként van felfogva (...) sok férfi nevet azon, hogy akkor feminizmus, meg ilyenek, és szerintem leginkább ez a hozzáállás. Ezért lapul el a komolyság. Én pont azt akartam mondani, hogy

		elbagatellizáljuk ezt a témát sokszor.” (1. csoport)
6. A problémák javulását segítő tényezők		
Mikrokörnyezetben tapasztalt elfogadás	A személyes környezetükben (szűk család, párkapcsolat, baráti kör, munkahely), illetve a saját generációjukban (fiatal egyetemisták) kevésbé jellemzőek a fent említett problémák	„mikrokörnyezetemet nézve a családomban, abban nőttem fel, hogy az elmúlt 18 évben, tehát amióta együtt vannak, hogy fifti fiftiben mindent megosztanak.” (3. csoport)
Lassú spontán javulás	A helyzet spontán javul az interneten elérhető információk, illetve a hagyományok kihalása, generációk lecserélődése miatt	„kicsit nyílik ki a világ, tehát most gondolkodom arra, hogy így internet, mindenről tudunk, mindent látunk, mindennel össze vagyunk kötve, és alapvetően inkább ez hat olyan irányú szerintem, hogy így minimálisan fejlődik Magyarország” (1. csoport)

A kollektív cselekvés gátjai		
Kód	Definíció	Példa
1. A helyzetet fenntartó nézetek, hiedelmek		
1.1.Különbségek észre nem vétele		
Alacsony tudatosság	A mindennapi élet során nehéz észrevenni az egyenlőtlenségeket, bár ettől még létezhetnek.	„piszok nehéz észrevenni szerintem ezeket a dolgokat, és piszok nehéz észrevenni, hogyha véletlenül ezt csinálod, mert annyira olyan a közeg, hogy ez általános. (...) Tudjuk, hogy van, mert le van írva, el lehet olvasni, mert van. De a mindennapi élet hevében szerintem az ember erről siklik.” (3. csoport)
A különbségek tagadása	A munkaerőpiacon nincs különbség a két nem között lehetőségeiket tekintve, vagy személyesen nem találkozott ilyennel.	„Tehát szerintem ez ma már nincs. Tehát fix bérsávok vannak, amikbe belesznek a férfiak, nők is.” (3. csoport)
1.2.Individualista hozzáállás		

Társas mobilitás	A diszkriminációból adódó problémákat az érintett nőknek egyéni szinten kéne megoldaniuk (pl. párkapcsolatban asszertíven kiállni magukért, munkaerőpiacon egyénileg boldogulni)	„szerintem mondjuk, hogyha van egy edukált nő, az meg tudja magának választani, hogy milyen helyzetekbe megy bele, milyen határokat szab, milyen partnert választ, milyen barátai vannak.” (3. csoport)
„Színvak” hiedelmek	Nem társas csoportoknak kell segíteni, hanem egyes embereknek nemtől függetlenül	„Szerintem valahol itt van az, hogy szerintem annak kéne valami normálisnak lennie, hogy a másik emberért teszel valamit, és nem a nőkért, vagy ad abszurdum, nem a férfiakért.” (3. csoport)
1.3.Rendszerigazolás		
Farkastörvények uralkodnak	A piac világában kemény verseny van, ezért a cégeknek joguk van a profit érdekében azt felvenni, akit szeretnének	„a piac világába tényleg farkastörvények uralkodnak, amik csak a profitot veszik figyelembe, és valószínűleg nem a nővel van baja annak, aki kevesebb fizetést ad, hanem egyszerűen a két férfi közül is azt fizetné meg jobban, akiben jobban bízhat, hogy hosszú távon ugye szolgálni tudja kvázi a céget és a cégnek a tevékenységét. És ugye egy nő meg... hát könnyebben kieshet, bármikor alakulhat úgy.” (2. csoport)
Különbségek biológiai/személyiségbeli okokra visszavezetése	A nők munkaerőpiaci érvényesülése azért korlátozott, mert ők személyiségükből fakadóan alapból nem törtetőek	„szerintem olyan... nem tudom... kevesebb, mint 10 százalékkal járul ahhoz hozzá, hogy ki mennyi fizetést kap. Már csak azért mondom, mert mondjuk egy nő valószínűleg sokkal simulékonyabb, sokkal jobban azt mondja, vagy sokkal inkább azt mondja, hogy jó, akkor én nem akarok ugrálni, jó a helyem, a férfi meg jobban kiáll magáért. Tehát, hogy ez mind személyiségbeli

		különbségek is szerintem.” (2. csoport)
Férfiként könnyebb elfogadni a helyzetet	Férfiként könnyebb elfogadni a fennálló helyzetet, mint nőként, hiszen a férfiaknak személyesen nem okoz hátrányt	„hogya cégoldalról nézzük, akkor én értem a... a logikát mögötte... öhm, de férfiként ezt könnyebben fel tudom dolgozni, nyilván, mint esetleg a nők, akik ezt természetesen hátrányosan élik meg.” (2. csoport)
2. A változás eszközeinek helytelenítése		
A kvóták destruktívak	A munkahelyi pozíciókban a nemi alapú kvóták nem hasznosak, mert az egyéni boldogulás ellen hatnak	„nyugati országokban akár megjelent kvóta, akármilyen, akár üzleti környezetben, satöbbi, hogy akkor nőket foglalkoztassanak. Ez szerintem már destruktív. Ez szerintem kontraproduktív. Nem fog ezzel szerintem elérni.” (1. csoport)
A #MeToo kampány hitelét veszítette	A visszaélések miatt a #MeToo kampány hitelét veszítette	„már a #Me Too kampány is, így a közvélemény által így kezd visszafordulni egy kicsit. Én legalábbis ezt a jelenséget vettem észre, hogy akkor egyre inkább kezdik elveszteni a hitüket ebben az emberek, egyre inkább elveszti a momentumát ez a mozgalom. Pedig szerintem, aminek szerintem az egyik oka, hogy én legalábbis úgy érzem, hogy egy kicsit, tehát voltak ebből visszaélések.” (1. csoport)
A radikális feminizmus ellenzése	A radikális feminizmus nagyon exkluzív, csak kiragadott problémákkal foglalkozik, és gyakran férfiellenességbe csap át.	„néha egyébként nem az egyenlőséggel van baja az embereknek, hanem magával a mozgalmakkal, tehát mondjuk ki, mondjuk a feminizmussal, hogy ez olyan szempontból nekem is van vele szemben ellenérzésem, hogy néha úgy érzem, hogy nagyon exkluzív és nagyon csak

		kiragadva vizsgálja a problémákat” (2. csoport)
3. Veszélyeztetettség érzése		
Társas versengés, státusz féltése	Férfiként nehéz elviselni, ha nők több segítséget kapnak a boldoguláshoz, vagy valamiben felülmúlják őket	
Versengő áldozatiság, morális veszélyeztettség	A férfiaknak is adódnak nehézségeik az életben, illetve bizonyos területeken úgy érzik, hátrányt szenvednek. Félnék, hogy a feminizmus úgy állítja be őket, mintha könnyű lenne az életük.	„szerintem például vannak olyan területek, ami ugyanúgy egy férfi számára lehet megterhelőbb, tehát, hogy nem véletlen, hogy... vagyis biztos, hogy nem csak véletlen az, hogy mondjuk az öngyilkosok kétharmada férfi, vagy éppen a hajléktalanoknak kétharmada is férfi, és hogy én néha úgy érzem, hogy a feminizmus ennek ellenére azt, hogy valaki fehér férfi, azt egy olyan jelzőként használja, ami előrevetíti azt, hogy ő egy védett személy és kvázi sérthetetlen, és szerintem ez az, ami nagyon sok férfiben ellenérzéseket szül a feminizmussal szemben.” (2. csoport)
Túlzott korrektségtől való félelem	Félnék attól, hogy a túlzott érzékenység a bántalmazásra hivatkozva redukálja a mindennapi interakciókat, elidegeníti egymástól az embereket.	„És az, hogy mit tudom én, én régebben mondjuk voltam valakivel olyan kapcsolatban, (...) meg tudtam fogni a vállát, és akkor ez abszolút nem jelentett semmit. Az, hogy lehet, hogy egy hét múlva már zaklatásnak fogja venni (...) vannak olyan dolgok, amik nem lesznek attól nem okék, mert azt akarod, hogy ne legyen oké, mert egy idő után ilyen robotokká fogunk alakulni, akik így mennek a világba, és gyakorlatilag minden társas kapcsolattól félünk” (3. csoport)

4. Saját szerep korlátozottsága		
Személyes érintettség hiánya	Személyesen érinti őket a probléma olyan mértékben, hogy fellépjenek ellene.	„Ehhez egy nagyon erős személyes élmény vagy személyes kötődés kell valamilyen szinten ehhez a problémához. Mert így tényleg az, hogy mi ezt most a mindennapjainkban konkrétan tényleg nem éljük meg, vagy hogy minket ez a mindennapunk végzésével ez nem befolyásol nagyon.” (1. csoport)
A helyzet magától is javul	Úgy érzik, a nők helyzete spontán magától is javul a társadalomban, ezért nem érdemes kívülről közbeavatkozni.	„Tehát, hogy most itt szerintem amúgy jó tíz-húsz éven belül nők fognak többségében vezetői pozícióba kerülni, még hogyha a politikával nem is ebben az országban, de úgy amúgy, mert valamiért itt a nők szerintem folyamatosan kollektíven így felemelkednek, a férfiak pedig folyamatosan vesznek el, ami nem mondom, hogy baj, vagy nem baj, csak átalakulnak a nemi szerepek.” (3. csoport)
Sérült félnek kéne kezdeményezni	Nem érzik úgy, hogy nekik kéne kezdeményezni fellépést a témában, hanem meglevő, sértett fél által indított, kampányokhoz csatlakoznának inkább.	„Hát, szerintem alapvetően, amikor ilyen érdekérvényesítésről van szó, akkor mindig a sérült fél kezdeményez, és utána legfeljebb a társadalom többi része be tud szállni” (1. csoport)
Nem aktivista személyiség	Személyesen távol áll tőlük az aktivizmus.	„nem emiatt a téma miatt van, hanem tőlem alapvetően nagyon távol áll a közéleti aktivizmus bármilyen kérdés tekintetében” (2. csoport)
5. Kicsi hatékonyság érzés	A személyes vitákat illetve tüntetéseket hatástalannak érzik a változás elérésében, valamint úgy érzik nem lehet a társadalomra változást	„Magyarországon mennyit ér ki menni tüntetni. És ezt nem azért mondom, jó cinikus is vagyok, de hogy így pragmatikus vagyok, és

	erőltetni, ha az nincs rá megérve.	hogy így tök jó, hogy megyünk tüntetni, de amúgy semmi értelme nincsén.” (3. csoport)
--	------------------------------------	---

A kollektív cselekvés motivációi		
Kód	Definíció	Példa
Személyes kapcsolatok	A személyes női ismerőseik/szeretteik miatt tartják fontosnak a női egyenjogúság melletti kiállást	„Szerintem elmondhatom, hogy gondolom, mindannyiunknak van nőnemű szerette, vagy nőnemű barátja, tehát egy lány barátja. Tehát lány, akiért örülünk, akit szeretnénk, és nekem is rengeteg lány barátom van, akiket egyszerűen amikor abba a fiktív, vagyis hát lehetséges, hogy nem is olyan fiktív szituációba gondolok bele, hogy lehet, hogy ők a jövőben tényleg azért fognak kevesebb pénzt, kevesebb megbecsülést kapni a társadalom által, mert hogy nők. Szerintem ez. egyszerűen egy felelősséget érzek én saját részemről a vállamon.” (1. csoport)
Negatív érzelmek a helyzettel kapcsolatban	A nemek közötti egyenlőtlenség dühöt, szomorúságot vagy meglepődést vált ki belőlük	„Hát bennem egyértelműen a düh jelent meg egyszerűen. Tehát, hogyha tehát én szemléletemben nagyon egyszerű a dolog. Hogyha ugyanolyan minőségi munkát ad ki a kezei közül egy férfi és egy nő, akkor kapjanak ugyanannyi fizetést” (1. csoport)
Hatékonyság hosszútávon	Hosszútávon hisznek abban, hogy a személyes meggyőző beszélgetések elérik a hatásukat, a probléma napirenden tartása pedig szükséges a változáshoz	„Nem szabad alábecsülni az embernek ezt a hosszú távú hatását, akár egy-egy ilyen beszélgetésnek. És hát így egyéni szinten meg ugye tényleg így a mikrokörnyezetünkön tudunk leginkább változtatni.” (1. csoport)

Morális értékek	A fennálló helyzetet abszurdnak tartják (pl. hogy a nők testét érintő kérdésekben férfiak döntenek), az egyenlőséget tartják normálisnak, abban szocializálódtak	„Szerintem a politikában mindenféleképpen jó lenne, hogyha változna ez. Tehát az például, hogy férfiak döntenek arról, hogy például az abortusz törvény esetében, hogy férfiak döntenek arról, hogy a nőknek majd mi lesz, hogyan jó ez abszurd.” (3. csoport)
-----------------	--	--

A résztvevők által végzett szövetséges cselekvés formái		
Kód	Definíció	Példa
1. Tudatosság fokozása		
Személyes beszélgetések	Barátokkal, családdal, ismerősökkel folytatott személyes beszélgetések során próbálják tudatosítani a problémát a környezetükben, szembeszállni a szexista véleményekkel	„Nyilvánvalóan a baráti körömet és az én szűk körömet azt tudom támogatni ebben, és ha bárhol azt érzem mondjuk, hogy mondok valamit, egy nagyon kedves barátomat, megpróbálják negatívan megítélni, hogy hátrányt szenved, nyilván megszólalok, és nyilván ott vagyok.” (1. csoport)
Pszichoedukációs tartalomgyártás	Közösségi média oldalakra videók készítése, amelyek növelik a tudatosságot pl. a bántalmazó kapcsolatokról	„tiktokra szoktam pszichoedukációs tartalmakat gyártani, és a bántalmazó kapcsolatokról viszonylag sok videót csináltam. Általában inkább a férfiak szoktak érzelmileg is bántalmazni, de nem feltétlenül. És több nőtől kaptam személyesen visszajelzést, hogy amúgy ők így jöttek rá arra, hogy milyen kapcsolatban vannak, és milyen emberrel vannak, és ezért kiléptek ebből a kapcsolatból.” (3. csoport)
2. Zaklatás esetén közbelépés	Ha az utcán zaklatás szemtanúi lesznek, megpróbálnak közbelépni és segíteni az áldozatnak.	„Hát, ami ilyen egyéni segítségnyújtás volt, és büszke vagyok rá, hogy villamoson azért 4-6-on rendszeresen lehet látni zaklatókat, és akkor többször

		mentem már oda a lányhoz, mintha ismerném, hogy Szia, Anna, rég láttalak, meddig utazol, elkísérjelek?” (3. csoport)
3. Tüntetés	Részt vesznek a nők egyenjogúságát célzó tüntetéseken.	„viszonylag rendszeresen járok tüntetni” (2. csoport)

A szövetséges cselekvés (még) meg nem tett formái		
Kód	Definíció	Példa
Tüntetés	Szeretnének tüntetésekre járni, de eddig nem tették meg	„igazából sok mindent nem tettem, meg igazából ezeknek haszna nem volt, és egyébként mondjuk ilyen nagyobb tüntetések még nem is vannak ebben a témában, vagy igazából nem tudok így felemlíteni semmilyen komolyabb ilyen cselekedetet, ahova oda lehetett menni” (1. csoport)
Célzott beszélgetések	Úgy érzik, még célzottabb, konkrét beszélgetéseket kéne folytatniuk a témában.	„Még több emberrel minél konkrétabb témákról beszélgetni. Tehát például mondjuk legutolsó ilyen nagyon nagy, mondjuk az abortusztörvényt.” (1. csoport)
Politikai aktivizmus	Úgy érzik részt kéne venniük politikai aktivizmusban de nem teszik.	„Hát meg igazából akkor lehet belépni a politikába, belépni egy politikai pártba, tevékenykedni. - Én is azt mondtam, hogy nem vagyok tagja semmilyen olyan aktivizmusnak, vagy olyan dolgoknak, amik ezért működnek.” (1. csoport)
Jövő generáció edukálása	Ha lesz saját gyerekük szeretnék az egyenlőség szellemében nevelni, de ez egyelőre még nem aktuális kérdés.	„Szerintem ezt én legalábbis a magam részéről ezen a jövő generációban lehet javítani. Tehát, ha egyszer eljut odáig az ember, hogy az ő gyereke életét azt már úgy alapozza meg, úgy nevelje, hogy ne ebbe a

		sztereotípiába nevelje bele.” (2. csoport)
--	--	---

Mire lenne szükségük a résztvevőknek, hogy fellépjenek?		
Kód	Definíció	Példa
Személyes érintettség	Akkor vennének részt több kollektív cselekvésben, ha a kérdés személyesen érintené.	„Szerintem csak így általánosítva, hogy kikből szoktak tényleg akár ilyen mozgalmaknak vezetői lenni. Ehhez egy nagyon erős személyes élmény vagy személyes kötődés kell valamilyen szinten ehhez a problémához” (1. csoport)
Nők elleni szisztematikus fellépés	Akkor vennének részt több kollektív cselekvésben, ha a nők ellen szisztematikus, aktív törvényi fellépés történne.	„Valószínűleg, nem tudom, engem ebben a kérdéskörben akkor látnátok az utcán, hogyha elvonnék a nők szavazati jogát.” (2. csoport)
Tudás bővítése	Személyes tudása bővítésére lenne szükség ahhoz, hogy jobban részt tudjon venni nők melletti érvelő vitákban.	„Én magam részéről inkább a tudásnak a hiányát mondanám, ami miatt mondjuk kevesebbet vagy kisebb hatásokkal tevékenykedek. Tehát, hogy több adattal, közvetítő adattal jönni, ilyen beszélgetésekkor is, hogy egyszerűen több érvet tudjak felsorakoztatni, amik nem csak, hogy szubjektív érvek, nem saját vélemény, hanem tényleg legyen valami tárgyilagosság az egészben.” (1. csoport)
Egyértelmű határok	Egyértelműen definiálni kéne, mi számít zaklatásnak, hogy könnyebb legyen felismerni, tenni ellene.	„Szerintem mindenképpen több hangsúlyt kellene erre fektetni. Minden oldalról, tehát olyan oldalról is, hogy megtaníttuk, hogy mi oké, és mi nem” (3. csoport)
Szervezett kezdeményezések	Szervezett tüntetésekre lenne szükség, melyhez csatlakozhatnak.	„Szerintem, ha van egy kezdeményezés, akkor megögeállnánk. Viszont férfiként furá lenne, ha elkezdenék én most egy

		nőjogi tüntetést.” (3. csoport)
--	--	---------------------------------

A kampányszövegekkel kapcsolatos észrevételek		
1. Morális kondíció		
1.1. Pozitívumok		
Közeledő	Nem hibáztatja a férfiakat, nem generál ellentétet a két nem között.	„közeledőbb volt, azt hiszem, hogy közeledett. Így elismert az, hogy vannak olyan férfiak, akiknek ez számít, és hogy ez valahogy így az emberek, mint valami közelebb fogják érezni” (1. csoport)
Lelkesítő	A benne megfogalmazott üzenetek inkább érzelmi alapon hatnak, lelkesítőek.	„Igen, tehát hogy a második, az így lelkesítőbb” (1. csoport)
1.2. Negatívumok		
Túl óvatos	A kondíció szövege túl óvatosan megfogalmazott, arra figyel, hogy ne sértsen meg senkit, közben nem néz szembe a problémával.	„Én speciel a másodikkal kapcsolatban kicsit úgy éreztem, hogy nagyon arra akar rámenni, hogy a férfiak, vagy a férfi hallgatóság ne bántódjon meg ahelyett, hogy hogy objektíven a problémát elének tárná. Tehát, hogy nekem ez az óvatoskodás az, amit. Tehát, hogy speciel megértem, de mégis úgy gondolom, hogy emiatt kevésbé hatásos és kicsit elvesz a problémának az erejéből, meg a fontosságából ez a tálalásmód.” (1. csoport)
Nem őszinte	A valóságban sokszor mégis megvalósul a férfiellenesség, férfiak hibáztatása (pl. radikális feminizmus), ezért ezt könnyű megcáfolni.	„B-nek az első mondata, hogy nem a férfiakat hibáztatjuk, ez nekem pont kapásból unszimpatikusá tette, merthogy pont az extrém szélsőséges irányzatokkal, meg az ilyen erőteljesebb lépésekkel, pont nem ezt tapasztalom, és én egy picit azt érzem, hogy próbáljuk elsunnyogni benne azt, ami igazából sokszor megvalósul” (2. csoport)

Kontraproduktív	Egyesek nem érthetik, hogy egyáltalán miért merülne fel, hogy a férfiak a hibások a kérdésben.	„Nekem is a B verzióban az volt az ilyen rossz szájíz, hogy miért merülne föl, hogy itt van hibáztatás” (2. csoport)
1.3. Hatásmechanizmusa		
Rövid távon	Főleg rövid távon hatékony, az érzelmekre hatva felhívja a figyelmet a problémára, ám hosszútávú megoldást nem kínál.	„Meg szerintem, amit az előbb is mondtam, hogy itt tényleg csak egy ilyen benyomás, nem biztos, hogy így van, csak hogy nekem sokszor az jut eszembe, hogy a másodiknál ilyen nagyon lelkesítő, vagy ez egy ilyen fellángolás, és hogy tényleg egy ilyen érzelmi, és egy ilyen rövid ideig tartó dolog” (1. csoport)
Fiatalabb generációnak	A fiatalabb generációkra jobban hat, mert rájuk jobban hatnak a lelkesítő üzenetek, „divatos” mozgalmak.	„Tehát ha egyetemistákról van szó (...) a mai fiatalság már inkább gondolkodik úgy, hogy esélyegyenlőség (...) B opció, meg mindenféle ilyen tök jó, nem tudom, jelszavakat van abban, hogy nemi egyenjogúság, sztereotípiák..., amik mögé be lehet állni, ami ma már egy trend tehát, hogy ami alá be lehet állni kollektívan, hogy na, akkor menjünk. Szóval a B az ilyen jobban, nem tudom, hogy sokkal jobban megbizsgálja az emberek igazságérzetét.” (2. csoport)
Alapból elkötelezetteknek	Főleg azokat mozgósítja, akiben már alapból van egyfajta elkötelezettség a téma iránt.	„Szerintem azok, akiknél a B opció hatásosabb, azok inkább hajlamosak az ilyen petíció aláírásra, meg kollektív cselekvésre...” (2. csoport)
2. Státuszkondíció		
2.1. Pozitívumok		
Megfogható	Konkrét, megfogható, érthető tényeket tartalmaz.	„Tehát tök jól rávilágítanak arra, amire nem is gondoltam, hogy amúgy hogyha több nő kap esélyt az

		adott munkákra, akkor a férfiaknak (...) terhelése csökken. Tehát, hogy ez is... Szóval, nekem ez ilyen megfogható volt az első” (2. csoport)
Racionális	Racionálisan érvel az egyenlőség mellett, eloszlatja a nullösszegű hiedelmeket, ezért hatékony lehet, mivel az elnyomás is sokszor racionális alapon van megindokolva.	„De meg szerintem már ilyen morális alapú elnyomás, indoklás nem sok van. Inkább ilyen racionalitások mögé van bújtatva a cégeknél is, hogy jaj alacsonyabb a hozam elvárás egy női potenciális alkalmazottal kapcsolatban.... tehát, hogy az egész ilyen racionalizálva van. És hogy az elsőnek az üzenete az pont ez ellen az ilyen, ebben a racionális köntösben küzd meg a másik üzenettel. Tehát ez szerintem ott támad, ahol támadni kell” (2. csoport)
Saját érdek	Rávilágít a férfiak személyes érdekelttségére a változásban, így személyesen involválja őket	„ezzel úgy akarnak hatni a férfira, hogy az neked jó, hogyha a körülötted levő nők többet keresnek, ez nekem abszolút rögtön egyenlő lett azzal, hogy bármi, amit mondtam, hogy ilyen gyerekkori álmok megvalósítása (...) hogy akkor az milyen lehetőségeket nyit meg előttem...” (3. csoport)
2.2. Negatívumok		
Ellentétet generál	Nem mentesíti morálisan a férfiakat, úgy is értelmezhető, hogy őket tekinti hibásnak.	„szerintem igazából ez a kelti a legnagyobb ellenérzést a legtöbb férfiban, hogy ilyenkor ilyen elkövetőnek érzi magát, hogyha arról van szó, hogy a nők kevésbé egyenjogúak.” (2. csoport)
Negatív asszociációk	A nyugati országokkal való példálózás egyesekben negatív asszociációkat indíthat el.	„általában az osztársadalomban, mondjuk ez így előhívna ezt a... tehát ez, hogy a gazdagabb országokban nagyobb az

		egyenlőség, és most ez gyakorlatilag egy ilyen negatív dolgot hív elő a legtöbb emberben, hogy gazdagabb ország, nyugati ország, ahol már gender van, meg mit tudom én...” (2. csoport)
2.3. Hatásmechanizmusa		
Hosszú távon	Hosszú távon fejti ki hatását, mert idő kell, az érvek feldolgozásához.	„én pont ezért mondtam az elsőt, mert hogy az nem ilyen azon nyomban tényleg annyira magával ragadó, de szerintem (...) ahhoz, hogy valaki valóban tegyen azért, mert azt nem tudjuk, hogy ebből az ötszáz kitöltőből egyébként ki az, aki ennek a hatására akár tett volna valamit a valóságban is.” (1. csoport)
Idősebb generáció	Az idősebb generációkra hat inkább, mert őket jobban érintik az itt említett problémák, ezen kívül rájuk jobban lehet racionális alapon hatni.	„Alapvetően, hogyha ezt a kampányt úgy gondolom, hogyha mondjuk 40 évesekkel töltöttétek volna ki, ott viszont az első lett volna hatásosabb (...) az idősebbeket szerintem meg pont, hogy észérvekkel lehet jobban mobilizálni.” (1. csoport)
Szkeptikusabbaknak	Inkább azokat mobilizálja, akik alaptól szkeptikusabbak, cinikusabbak, és kevésbé foglalkoznak a problémával.	„akiknél az A opció hatásosabb, ők lehet, hogy szkeptikusabbak, vagy ilyesmi. Tehát, hogy ez pont, hogy ez ilyen... na gondoljuk végig, satöbbi, satöbbi, és akkor az meg lehet, hogy inkább az ilyen cinizmussal, alacsony kollektív cselekvés hatékonyság észleléssel jár együtt.” (2. csoport)
3. Státusz kondíció hatástalansága		
Nem megfelelő populáció	Az egyetemista mintán nem hatásos a téma iránti érdektelenség és a fent említett retorika miatt.	„Amiatt lehetett több egyébként az első kevésbé sikeres, mert olyan témákat taglal, ami szerintem

		mondjuk egy huszonöt éves, még különösebben nem érint. Tehát nagyon azt hangsúlyozza ki, hogy család, párkapcsolat, hogyan, nem tudom, karrierben hogy vagy jelen? Mennyit keresel? És hogy egyetemista mintán töltöttétek ezt ki. Hol érdeklített egy 25 éves?” (1. csoport)
Ellentéteket generál	Nem simítja el az ellentéteket, és az embereknek nehezebbre esik szembenézni vele, hogy ők is a probléma részei lehetnek.	„Én is párszor tapasztaltam már, hogy az emberek nem szeretnek egyszerűen szembenézni azzal, hogy egy problémájuknak ők is esetleg a részei, ők is esetleg bármilyen mértékben (...) Így a másodiknak a szövegnek a hangvétele, hogy ez az óvatosabb, kicsit jobban közeledő, ez attól (...) Ez egy kicsit így lélekmelengetőbb, vagy nem tudom, hogy fogalmaznak pontosan.” (1. csoport)
Látens harmadik változó	Mivel az alaptól cinikusabb populációt célozza meg, ezért a „célközönsége”, alaptól kisebb valószínűséggel kattint petíciókra.	„lehet, hogy tényleg társadalmi szinten hatékonyabban, az A opció csak a kollektív cselekvéssel kevésbé jár együtt... a hatékonysággal.” (2. csoport)
4. Általános javaslatok		
Két kondíció összevonása	A két kondíciót össze kéne vonni, hogy mindkettőnek megtartva az erősségeit, és kisselektálva a gyengeségeit.	„én úgy vonnám össze a kettőt, hogy a B-ből a második bekezdést raknám bele az A végére, hogy kihangsúlyozni azt, hogy ez nem irányul bárki ellen, meg nincsenek elkövetők, hanem hogy ez mindenkinek egy jó dolog lenne.” (2. csoport)
Hatékonyságra vonatkozó üzenetek	A kondíciókat a hatékonyságra, a változtatás	„még oda kellene egy plusz bekezdés, vagy nem tudom,

	lehetőségességeire vonatkozó üzenettel kéne kiegészíteni.	arról, hogy lehetséges a változás, hogy legyen hatékonyságérzete annak, aki csinálja...” (2. csoport)
Rövidebb, tömörebb megfogalmazás	Mindkét manipuláció szövegét rövidebben és lényegretörőbben, valamint közérthetőbb módon kéne megfogalmazni (pl. kevesebb szakszó használata)	„Sok szó van egy-egy mondatban nekem, tehát hogy, max. 8-10 szó egy mondat, több nem, mert az emberek megunják (...), hogyha egyben átlátható az egész az csak erősíti.” (2. csoport)