

MERKOVITY NORBERT

PD 108908

Új politikai kommunikáció: Közösségi hálózati oldalak és a politikai kommunikáció

Záró beszámoló

Az elvégzett munka

A kutatási program két éve a Facebook és a Twitter közösségi oldalakon megjelenő politikusi bejegyzések elemzésére vállalkozott. Az első évben a Facebook, míg a másodikban a Twitter állt az empirikus kutatás középpontjában, de mindezek mellett a szakirodalmi bázis összeállításával és a projekt céljait szem előtt tartó másodelemzésével is foglalkozott. Pontokba szedve a következők valósultak meg 2013 októbere és 2015 szeptembere között:

1. Az új politikai kommunikációval kapcsolatos szakirodalom összegyűjtése és elemzése;
2. A határtudományok (az internet studies, a kulturális antropológia és általában véve a demokrácia-kutatások) szakirodalmának összegyűjtése és elemzése;
3. A gyakorlatban megjelenő eredmények feldolgozása (pl. 2014-es magyar választások, ISIS-jelenség, skót népszavazás);
4. A brit, horvát, ír, kanadai, magyar, montenegrói, ausztrál és új-zélandi, valamint osztrák és svájci képviselők Facebook adatbázisának kiépítése (hallgatói segítséggel – Lehotai Orsolya). Az adatokhoz kiindulópontot a nemzeti parlamentek honlapjai adtak. Mintavételi egység felállítása.
5. Mintavétel/adatrögzítés (hallgatói segítséggel – Lehotai Orsolya, Tamaskó Dávid). E folyamatban került sor a kódolásra, ami az adatrögzítés során véglegesedett. 6 kategóriát állítottam fel a bejegyzésekre, ezek: magánélet, információközlő, szubjektív, offenzív, link és fotó. Az első négy textuális kategória, míg az utolsó kettő nontextuális.
6. Következtetések levonása.
7. A brit, horvát, ír, kanadai, magyar, montenegrói, ausztrál és új-zélandi, valamint osztrák és svájci képviselők Twitter adatbázisának kiépítése (hallgatói segítséggel – Tamaskó Dávid). A Facebookhoz hasonlóan itt is megtörtént a mintavételi egység felállítása azzal a különbséggel, hogy a Facebook-kutatás során nyert tapasztalattal ez a munka gyorsabban került elvégzésre.
8. A magyar és külföldi képviselőkről gyűjtött adatbázis alapján a korábbi adatbázist ellenőrizése (pl. lemondás, elhalálozás miatt).
9. Mintavétel/adatrögzítés (hallgatói segítséggel – Tamaskó Dávid). A kódolás az előző évi tapasztalatok alapján a következő kategóriákra szorítkozott: magánélet, információközlő, szubjektív, offenzív, link/fotó/video, pozitív (és semleges) interakció és negatív interakció.
10. Következtetések levonása. A Facebook mintába 253 képviselő került, míg a Twitter mintába 216 képviselő. Ezek a képviselők a vizsgálta három hónap alatt 53 381 bejegyzést írtak.
11. Elemzés során láthatóvá vált a képviselők Facebook és Twitter használata, az ott zajló kommunikáció minősége és mennyisége, valamint válaszok születtek a kutatás kérdéseire.

Eredmények

Az elért eredmények röviden a következők:

I. A kutatás központi kérdésére, „milyen hatással vannak a közösségi hálózati oldalak a politikai kommunikációra?” kapcsán három, a kutatási tervben jelzett fókuszpontok alapján arra a megállapításra jutottam, hogy a vizsgált politikusok Facebook és Twitter használatában nem fedezhető fel a revolúció. Inkább evolúcióról beszélhetünk. Ezt támasztották alá a témában írt korábbi irodalmak, amelyek az új információs és kommunikációs technológiák (IKT-k) hatását vizsgálták a magyar és nemzetközi politikai kommunikáció fejlődésére (Merkovity 2013). Ezt bizonyította a kutatás is, amely a politikai rendszer, ezen belül is a

választott képviselők közösségi hálózati oldalak használatát elemezte. A politikai szereplők új IKT eszközökhöz való viszonyuk, a nemzeti sajátosságok és a pártpolitikai jellemzők kvalitatív és kvantitatív vizsgálata (Merkovity 2014; Ábrahám et al. 2015). Az eredmények kritikai vizsgálata is az evolúciót bizonyította (Merkovity – Imre – Major 2014; Merkovity – Imre – Owen 2015).

Összefoglalva a következő állapítható meg. A tömegmédia-logika továbbra is érezteti hatását, azzal, hogy megfigyelhető Deuze és Dimoudi (2002) által megfogalmazott „konvergencia” az új és a régi logika között, tehát a hálózati médialogika is jelen van a Facebookon és a Twitteren. Véleményem szerint a közösségi oldalakon tapasztalt médialogika Kluver (2002) és Dahlgren (1996) két eltérő értelmezése között van. A kluveri értelemben vett társalgás valójában nem az adatbázis-logikát támogatja, hanem a narratív logikát, ami szoros összefüggésben áll a dahlgreni formációkkal és folyamatokkal, amelyek a munkát (információáramlást) szervezik. Ugyanakkor az önmediatizáció folyamata is megfigyelhető, amikor a politikusok nem pusztán önmagukat közvetítik (önközvetítés – self-broadcasting) a közösségi oldalakon, figyelmen kívül hagyva a tradicionális média kapuőri szerepét, hanem a közvetítés során igyekeznek magukat feltűnőbbé tenni, ezáltal nagyobb figyelmet generálni saját maguk számára. Ennek az eredmények az önmediatizáció (self-mediatization), amit az OTKA kutatástól függetlenül Jay Blumler is taglalt 2014-es könyvfejezetében. Amire ő az elmélet szintjén jut el, az itt taglalt kutatás az empiria révén támasztja alá (ld. Blumler, Jay G. 2014. “Mediatization and Democracy.” In *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*, edited by F. Esser and J. Strömbäck, 31–41. Basingstoke: Palgrave Macmillan).

A kutatási tervben írt három hipotézisre adott válaszok a publikált tudományos munkákban találhatóak. Röviden:

1. Az új IKT-k plurálissá tették a társadalmi kommunikációt, így nem csak az állampolgárok csoportjára voltak hatással, hanem a politika világára is (ld. Merkovity 2013).
2. Az új politikai magatartások, intézményi kihívások is formálják a változó információs és kommunikációs társadalmi környezetet (ld. Merkovity 2014; Merkovity – Imre – Major 2014).
3. Új elméleti dilemmák jelennek meg, amelyek új metodológiai megközelítéseket kívánnak a terület hathatós kutatásához (ld. Merkovity – Imre – Owen 2015).

Fontosnak tartom megjegyezni, hogy a Facebookon és Twitteren kapott eredmények önmagukban nem adnak kielégítő választ arra, hogy „mit csinálnak a politikusok a közösségi oldalakon?” Pusztán arra lehet válaszolni, hogy mit csinálnak a mintákba bekerült képviselők. Az elemzett eredmények és elemzések azonban jelzik azokat az irányvonalakat, amelyek meghatározzák a politikusok jelenlétét a Facebookon és Twitteren és irányt adnak az új politikai kommunikáció témakörébe tartozó kutatásoknak.

Publikációk és disszemináció

A két év kutatási idő nem volt alkalmas arra, hogy a folyóiratok sokszor hosszadalmas értékelési procedúrái végére érhessenek, ezért a könyvfejezetekben való publikálást részesítettem előnyben. 1 referált folyóiratcikkben, 1 műhelyfüzetben és 3 könyvfejezetben tárgyaltam a kutatás során nyert eredményeket. Ezek adatai és elérhetőségei a „közlemények” között találhatóak. Továbbá egy e-könyvet is szerkesztettem, amely összegyűjti a téma távolabbi és közelebbi eredményeit. Címe *Politikai kommunikáció-kutatások a közösségi média korában*, a Primaware kiadónál jelent meg és a Magyar Zoltán E-Közigazgatástudományi Egyesület Politika és digitális kultúra sorozatának 1. kötete. Ez is mutatja, hogy a téma valójában a tudományos érdeklődés nem várt körét is képes megmozgatni (pl. e-közigazgatástudomány).

Továbbá, a publikálási folyamat itt nem ért véget. 1 könyvfejezet („Towards Self-Mediatization of Politics: Representatives’ Use of Facebook and Twitter in Croatia and Hungary.” *Social Media and Politics in Central and Eastern Europe* edited by Pawel Surowiec and Václav Štetka, Routledge) került elfogadásra és 2 folyóiratcikk absztraktja került befogadásra (Triangle of Political Communication in the Information Era, *Central European Journal of Communication*; „Self- Surveillances in MPs Communication”, *Medijske studije – Media Studies*), amelyekből készült cikkek kedvező elbírálásai esetén 2016/17-ben várható a megjelenésük. Ez a három publikáció azonban már túlmutat a kutatási tervben írt eredmények feldolgozásán, így a kutatás folytatásaként is felfoghatók. A kutatással összefüggésben 11 konferencián adtam elő 12 előadást, illetve egy konferencián voltam panelvezető. Ezek a következők:

Is This the Era of Self-mediatization?: A Cross-country Research of MPs’ Facebook and Twitter Use. (Communication, Democracy and Digital Technology. IPSA RC 10, 22 és 34, valamint a Zágrábi Egyetem szervezésében, Rovinj, 2015. október 2–3.)

Media Logic of MPs on Social Networking Sites (Media Logic(s) Revisited. Bonni Egyetem szervezésében, Bonn, 2015. szeptember 21 – 23.)

Self-Mediatized Politicians: A Cross-Country Research (ECREA Political Communication Conference 2015. Dél Dániai Egyetem szervezésében, Odense, 2015. augusztus 27–28.)

Towards Self-Mediatization of Politics: Representatives’ Use of Facebook and Twitter in Croatia and Hungary valamint
How Do Representatives Communicate? Result of a Cross-country Research on MPs’ Use of Facebook and Twitter (CEECOM 2015. Zágrábi Egyetem, Zágráb, 2015. június 12–14.)

Politics of Self-mediatization (Expanding Communication. ICA és Lodz-i Egyetem szervezésében, Lodz, 2015. április 9–11.)

MPs Media Logic on Social Networking Sites: A cross-national research (Cyberspace 2014. A Masaryk Egyetem szervezésében, Brno, 2014. November 28–29.)

Social Networking Sites and Politics: Analysis of Politicians’ Twitter Use in Croatia, Hungary and Montenegro (Media: Theory and practice, Center for Culture and Cultural Studies szervezésében, Szkopje, 2014. szeptember 4–6.)

MPs’ Use of Social Networking Sites: A cross-national research (Social Media and the Transformation of Public Space, University of Amsterdam szervezésében, Amsterdam, 2014. június 18–20.)

Are the Social Networking Sites Democratic for the Public?: Analysis of politicians’ Facebook use in Austria, Croatia and Hungary (7th International Central and East European Communication and Media (CEECOM): Changing Media and Democracy: 25 Years of Media Freedom and Public Sphere in Central and East Europe, Polish Communication Association szervezésében, Wroclaw, 2014. június 12–14.)

Áru-e a médialogika?: A politikusok Facebook használata négy ország parlamenti képviselőinek vizsgálata alapján (XX. Politológus Vándorgyűlés: Hatalom, cselekvés,

választás, a Debreceni Egyetem Bölcsészettudományi Kar, Politikatudományi Tanszék szervezésében, Debrecen, 2014. június 6–7.)

Changing 'Media Logic' in the Environment of Social Media: How MPs adopting new media? (Rethinking the mediatization of politics: Politics and policy, government and governmentality, citizenship and activism, LSE és ECREA TWG Mediatization szervezésében, London, 2014. április 25–26.)

Panelvezető:

Áru-e a politika? Politikai kommunikáció és politikai marketing panel (XX. Politológus Vándorgyűlés: Hatalom, cselekvés, választás, a Debreceni Egyetem Bölcsészettudományi Kar, Politikatudományi Tanszék szervezésében, Debrecen, 2014. június 6–7.)

2015 nyarán a bulvármédia is megtalálta a kutatást, így nem várt helyről kapott népszerűsítést a kutatás. Ennek eredményeképpen a SZTE saját sajtószolgálat is bemutatta a kutatást, amit az MTI-n keresztül a magyar média számára is hozzáférhetővé tettek (ld. <http://www.u-szeged.hu/sztehitek/2015-augusztus/hogyan-hasznaljak>).

A kutatás folytatása

A két alatt meghívást kaptam a Tamperei Egyetemre (Finnország), a Wroclawi Egyetemre (Lengyelország) és a prágai Károly Egyetemre (Csehország), hogy ismertessem a kutatásomat PhD hallgatóknak és/vagy kutatóknak. A finnországi látogatás eddig még nem realizált eredménye, hogy a Szegedi Tudományegyetem és a Tamperei Egyetem között meglévő formális kapcsolatok révén évente meghívást kapok PhD képzésben való oktatásra (a formális meghívóra még várok). Továbbá egy EU H2020-as projekt magyar partnereként bevonták a SZTE Állam- és Jogtudományi Karának három kutatóját a programba, köztük engem is. A lengyelországi látogatás eredménye, hogy egy, a lengyel kutatási alaphoz benyújtott pályázatban, amely közép-kelet európai médiarendszereket vizsgálja, a magyar fél vezető kutatójának engem neveztek meg. A csehországi látogatás eredményeképpen 2016/17-re tervezett közös mini-kutatások kerültek kialakításra.

Az OTKA kutatásnak köszönhetően meghívást kaptam a COST Action IS1308 Populist Political Communication in Europe: Comprehending the Challenge of Mediated Political Populism for Democratic Politics című projektbe. A kutatás célja közös platformra hozni azokat a kutatókat, akik a populista politikai kommunikációt és annak hatását az európai demokratikus viszonyokra kívánják vizsgálni. Ez nem csak több demokráciában történt kormányok politikai és gazdasági fejlődés elleni közelmúltbeli populista támadásai miatt fontos, hanem a nemzeti média és kommunikációs rendszer változásainak a fényében is. Annak érdekében, hogy összegyűjtsük ezt az alig ismert oldalát napjaink politikai kommunikációjának az akció három összekapcsolódó, de jól meghatározható aspektusát vizsgálja a populista politikai kommunikációnak: (1) populista politikai kommunikátorok és stratégiáik. (2) a média és populista diskurzusok, frame-ek. (3) az állampolgárok bevonódása és a populista üzenetek hatása.

Az OTKA kutatás eredménye az is, hogy David L. Altheide emeritus professzor, aki a médialogika elmélet egyik megalkotója és akivel Bonnban találkoztam egy konferencián felajánlotta, hogy a jövőben küldjem el neki kézirataimat véleményezésre, mert a kutatás fontos eredményeket mutat, ami az ő érdeklődésére is számot tarthat.