

Influenszerek szerepe a kortárs magyar politikában

Jelige: MIL 469

Tartalomjegyzék

1.Bevezetés.....	4
1.1 Téma feltárása, aktualitása.....	4
1.2 Kutatás célja és fő kérdései.....	4
2. Elméleti keretek.....	5
2.1 Influenster szó definíciója.....	5
2.2 Politikai kommunikáció.....	5
2.2.1 Definíciós nehézségek.....	6
2.2.2 Létező definíciós elméletek.....	6
2.2.3 Funkcionalista megközelítés.....	7
2.2.4 Nemzetközi viszonyok.....	8
2.2.5 Politikai kommunikáció és az influensterpolitika kapcsolata.....	9
2.3 Politikai márketing.....	9
2.4 Az influenszerek hatalomgyakorlásának elméleti háttere.....	10
2.4.1 Szociális/közösségi identitás elmélet.....	10
2.4.1.1 Megjelenése a gyakorlatban.....	10
2.4.2 Szociális/társadalmi kognitív elmélet.....	11
2.4.2.1 Megjelenése a gyakorlatban.....	11
2.4.3 Szimbolikus interakcionizmus elmélet.....	11
2.4.3.1 Megjelenése a gyakorlatban.....	12
3. Politika az interneten.....	13
3.1 Miért politizálnak az emberek az interneten?.....	13
3.1.1 Politikusok az interneten.....	14
3.1.2 Állampolgárok politikai véleményformálása az interneten.....	15
3.2 E-politika hátrányai, nehezítő körülményei.....	16

3.3 E-politika hatása a demokráciára.....	16
3.4 Elektronikus demokrácia kritikája.....	16
3.5 Elektronikus demokrácia kísérlete.....	17
3.6 A deliberatív demokrácia.....	17
3.6.1 Elősegítheti-e a deliberatív demokrácia felemelkedését az e- politika?.....	21
3.7 Influenzerek hatása és formáló ereje a politikai attitűdökre és a közvéleményre...	20
4. Az influenzerek politikai befolyásának és szerepvállalásának esettanulmányai, gyakorlati példák.....	22
4.1 Hogyan válhat egy influenszer politikai tényezővé?.....	24
4.1.1 Kutatások a területen.....	24
4.1.2 Kik azok a politikai influenzerek.....	26
4.1.3 Politikai influenzerek megjelenése.....	27
4.1.4 Politikai influenzerek Magyarországon.....	28
4.1.3 Pottyondy Edina tartalomelemzés.....	29
4.1.4 Fókuszcsoporthoz, JÓLVANEZÍGY tartalomelemzés.....	30
4.2 Influenzerek tevékenysége az aktív politikai életben.....	33
4.2.1 Odakint most szörnyek járnak.....	34
4.2.1.1 Előzmények.....	34
4.2.1.2 Alapadatok.....	36
4.2.1.3 Beszéd elemzése.....	39
4.2.1.4 Következmények, társadalmi visszhang.....	45
4.3 Influenzerek politikai szerepvállalásának aggályai, veszélyei.....	47
5. Következtetések, lezárás.....	48

5.1 Összefoglalás a főbb pontokról.....	48
5.2 A kutatás korlátjai és további kérdései.....	49

1.Bevezetés

1.1 Téma feltárása, aktualitása

Mára már közhellyé vált az a vélekedés, amely a jelenkori politikai változások egyik fő mozgatórugójaként az egyre bővülő digitalizációt és az internetes politizálás terjedését jelöli meg. A szereplők körének kibővülése az elérhető információk példátlan expanziójával járt. A korábban fogyasztóként felfogott közönség felhasználóvá válik, így belépve a tartalomelőállítók körébe, ami a közzétett információk minőségbeli változásával is jár. Egyrészt a közösségi média alakított ki új kommunikációs szokásokat a társadalomban, másrészt fel is erősített bizonyos korábban is létező hírszelekciós és kommunikációs sajátosságokat. Az új környezetben új szereplők képesek helytállni és ezáltal kiemelkedni a többi felhasználó közül. Az influenszerek, az online közösségek vezetői, akik jelentős követőtáborral rendelkeznek a közösségi média platformokon, egyre nagyobb szerepet töltenek be a politikában és a közéletben is, különösképpen Magyarországon. Ez a változás olyan kérdéseket vet fel, amelyek megértéséhez és kutatásához szükség van az influencerek szerepének és jellemzésének alapos vizsgálatára.

1.2 Kutatás célja és tartalma

A jelen kutatás az influenszerek szerepét és hatását vizsgálja a kortárs magyar politikában, különös tekintettel, az elmúlt egy év eseményeire, amikor igazán kibontakozott ez a jelenség. A kutatás során részletesebben ki fogok térni a tárgyalt influenszerek munkásságára és a társadalomban elért hatásukra. A kutatás célja az influenszerek politikai

tevékenységének mélyebb megértése, valamint az azok által vállalt szerepek és az ezekből adódó kihívások feltárása. Emellett az e-politika világába is betekintést szeretnék nyújtani, valamint ennek korlátaira. Szeretném megvizsgálni azt a hipotézisemet is a kutatás során, hogy a politika online térbe való áthelyezése, hozzájárulhat-e a deliberatív demokrácia megtestesülésére és felemelkedésére.

2. Elméleti keretek

2.1 Influenszer szó definíciója

Az influenszer kifejezés, olyan egyéneket jelöl, akik jelentős hatást gyakorolnak a közösségi média felhasználóira és képesek befolyásolni azok véleményét, döntéseit. Az influenszerek van, hogy szakértők, de könnyen lehet, hogy teljesen laikusak egy adott témakörben, hűséges követőtáborral rendelkeznek, akik aktívan részt vesznek az általuk közvetített tartalmakban és interakciókban. Az influenszerek szerepe a politikában egyre gyakoribb jelenség, mivel könnyedén képesek nagyobb közönséget elérni és közvetlen kapcsolatot kialakítani az állampolgárokkal, így befolyásolva azok politikai nézeteit és döntéseit.

2.2 Politikai kommunikáció

A politikai kommunikáció az emberi politikai viselkedés egyik fontos részterülete. A politikai élet, mint egy összetett rendszer interakciókból áll, és a kommunikációs aspektus azt mutatja, hogyan befolyásolják egymást a politikai szereplők és azok, akik figyelik őket. Ez a hatás lehet szándékos vagy véletlen, illetve közvetetten történhet mások értelmezési folyamatain keresztül. A szereplők köre jelentősen bővült az információk soha nem látott terjedésével. A korábban fogyasztóként kezelt közönség most aktív felhasználóként lép be a tartalomkészítők közé, ami az információk minőségének megváltozását eredményezi. A közösségi média egyrészt új kommunikációs szokásokat hozott létre a társadalomban, másrészt megerősítette a már létező hírszelekción és kommunikációs jellemzőket. Az új környezetben új szereplők tudnak kiemelkedni a többi felhasználó közül. Az influenszerek és az online közösségek vezetői, akik nagy követőtáborral rendelkeznek a közösségi médiában, egyre fontosabb szerepet kapnak a politikában és a közéletben, különösen Magyarországon. Ez a változás olyan kérdéseket vet fel, amelyek megértéséhez és vizsgálatához az influenszerek szerepének és jellemzőinek alapos tanulmányozása szükséges.

2.2.1 Definíciós nehézségek

A politikai kommunikációnak nincs egy definíciója, egy úgy nevezett mindent átható elmélete.¹ Lényegében azért mert, a szóösszetétel mindkét eleméről elmondható, hogy szinte bármit jelenthetnek: minden lehet kommunikáció és minden lehet politikai. Be kell látni, hogy ebből az következik, hogy bármilyen elméletileg védhető definíció empirikusan használhatatlan lesz, és bármely empirikusan alkalmazható meghatározás elméletileg nehezen igazolható, hiszen szükségszerűen kirekeszt olyan jelenségeket, amelyek elméleti szempontból politikai kommunikációnak számítanak. A társadalomtudományi fogalmak és paradigmák nem minősíthetők egyszerűen jónak vagy rossznak, és általában nem igazak vagy hamisak, hanem inkább hasznosak vagy haszontalanok aszerint, hogy mennyire segítenek megérteni és magyarázni a valóságot. A komplexitás egyik dimenzióját kiragadva: manapság, amikor az előző korszak „hegemonia-gyártó” médiája, a televízió, átalakul, és a nyomtatott sajtó eltűnőben van, a politikai kommunikáció jelentősége nagyobb, mint valaha. Függ, hogy hogyan látjuk a politika alapvető természetét: konszenzus vagy konfrontáció által irányított hatalmi gyakorlatként. Ha a társadalmi rend és biztonság fenntartására csak a konszenzust tartjuk megfelelőnek, akkor a politikai kommunikáció célja pusztán a hatalom kifejezése és az egyetértésen alapuló diszkurzív tér fenntartása lesz. Ha viszont úgy látjuk, hogy a társadalmi rend és biztonság mögött csak a kaotikus és bizonytalan létezés rejlik, akkor a konfrontáció válik az egyetlen lehetőséggé arra, hogy a különböző erők és nézetek találkozásának központja létrejöjjön, lehetővé téve ezzel az együttélés rendjét. A politikai kommunikáció e két nézőpontból különböző szerepet játszik. A konszenzus perspektívájából nézve a hatalom egyértelmű és világos, és mindenki számára érthetővé válik a politikai kommunikáción keresztül. A konfrontáció szempontjából azonban nincs "mindenki", csak egyének és csoportok, akik saját érdekeik szerint formálni akarják a rendet. A politikai kommunikáció emellett több területet tud magába olvasztani, legyen itt szó politikai retorikáról, tartalomelemzésről, ellenségképzésről, hirdetésről egészen a, információs politikán át az agenda-setting-ig.

2.2.2 Létező definíciós elméletek

Számos definíció és elmélet áll rendelkezésünkre, ami megpróbálja nekünk leírni mi is az a politikai kommunikáció. A legtagabb értelemben a politikai kommunikáció egyfajta tér, a

¹ master theory

társadalmi nyilvánosság egyik jellegzetes metszete, amelyen belül több kommunikációs színtér, így például közpolitikai színtér, pártpolitikai színtér különíthető el. Ebben az értelmezésben tehát politikai kommunikáció ugyanazt jelenti, mint a politikai nyilvánosság (Bátori et al., 2005) A "leueurópaibb" megközelítés nem a tér vagy a környezet szemszögéből közelíti meg a politikai kommunikációt, hanem inkább a nyilvánosságban zajló kommunikációs folyamatokra összpontosít. Ez azt jelenti, hogy ebben a megközelítésben a politikai kommunikáció a politikai szereplők, a média képviselői és a választók közötti politikai információk és tartalmak cseréjét és kölcsönhatását jelenti (Mazzoleni, 2003). Ennek a nézőpontnak köszönhetően a politikai kommunikáció bonyolult jelenségét leegyszerűsítve megérthetjük a kommunikációs folyamatok alapvető összetevőit is (Shannon és Weaver kommunikációs modellje szerint, melyben szerepel a kibocsátó, befogadó, üzenet és csatorna). Harold Lasswell szerint a politikai kommunikáció a hatalom kifejezője. Érdeemes megjegyezni, hogy ez nagyon hasonlít a propaganda fogalmához, ami nem meglepő, tekintettel arra, hogy Lasswell a propaganda elemzéséből indul ki. Brian McNair szerint a szándékos politikai cselekedetek részei a politikai kommunikációnak. Ezek a részek magukban foglalják a kibocsátókat, a befogadókat és az üzenetet. McNair tehát a tudatos cselekedeteket határozza meg. Doris Graber szerint nemcsak a szóbeli cselekedetek tekinthetők politikai kommunikációnak, hanem a nem verbális elemek is. Bob Franklin szerint a politikai kommunikáció az média és a helyi, nemzeti, nemzetközi politikai rendszer közötti interakció. Fókuszál a média politikai tartalmára, a résztvevőkre, akik a tartalom megtervezésében részt vesznek, a politikai média tartalmának közönségre és vagy a politika (policy) alakulására gyakorolt hatására, a politikai rendszer hatására a média rendszerére és a média rendszer hatására a politikai rendszerre. Steven Chaffee a legértelmesebb és legegyszerűbb meghatározást adja, amikor a politikai kommunikációt a kommunikáció szerepének nevezi a politikai folyamatokban, vagyis a politikai folyamatokban betöltött kommunikációs szerepet jelöli meg.

2.2.3 Funkcionalista megközelítés

Jelenleg számunkra, ami ennél most lényegesebb az az, hogy mire való a politikai kommunikáció, tehát a funkcionista megközelítést fogom használni a továbbiakban. A politikai kommunikáció fő célja, hogy a politikai szereplők és szervezetek üzeneteiket hatékonyan közvetítsék a közvélemény felé annak érdekében, hogy támogatást szerezzenek politikai céljaik eléréséhez, hatalmuk megszilárdításához vagy politikai ügyeik

előremozdításához. Emellett a politikai kommunikáció segít az állampolgárok tájékoztatásában, a politikai döntéshozatali folyamatok átláthatóságának növelésében és demokratikus részvétel ösztönzésében. A politikus kommunikációjának művészete a lényeg elkerülése és az érzelmi manipulációban rejlik. Az effektív kommunikáció során a politikus vagy eltereli a figyelmet lényegtelen tárgyakra hosszadalmas beszéddel, vagy kevesebb szóval operál, ami felszabadítja a hallgatóság vágyait és szorongásait. A Grice-i maxima fordítottja is szerepet játszik: a politikus nem mond olyat, amiben őszintén hisz, mert a bizonyosság illúziója nem tartható fenn. Machiavelli szerint a politikusnak külsőleg kell mutatkoznia, mintha kegyes és őszinte lenne, miközben mindig kész az ellenkezőjére is. A politikai kommunikáció tartalmai nem épülhetnek az igazságra, de nem is feltétlenül a hazugságra, hanem a tartalmatlanságra és a lényegtelenre. A politikusoknak nem szabad magukat igazságokhoz és értékekhez kötniük, mert más időkben ezeket számonkérhetik rajtuk. A viszonszintű kommunikáció hatása az érzelmekre épül, és nem a kompetencia problémáin alapul. A politikusok közötti különbségek az érzelmekre hatnak, nem pedig a tudásra. A politikai kommunikáció sikeres, ha képes manipulálni a hallgatóságot, érzelmeik szerint cselekedve. A személyekkel kapcsolatos információk játszanak kiemelt szerepet ebben a manipulációban. A politikai kommunikáció a tömegek szeretetét vagy gyűlöletét kelti fel, mindkettő a politikai támogatás megszerzését szolgálja. A botrány, a hajsza és a kampány mind olyan eszközök, amelyekkel a politikusok befolyásolják a közvéleményt és megtartják hatalmukat.

A kormányzati kommunikáció a döntések előzetes megtervezésén és a valós idejű adatok feldolgozásán alapul. A kormányzati kommunikációnak folyamatosnak kell lennie, és a nyilvánosságnak be kell vonnia a politikai döntésekbe. Az internet és az új médiumok lehetőséget nyújtanak a politikai közönségnek a kommunikációba való bevonódásra, ami lehetőséget teremt a politikai akarat kiemelésére a bürokratikus és technokratikus sémák közül

2.2.4 Nemzetközi viszonyok

Amit még mindenképpen figyelembe kell vennünk az az, hogy a politikai kommunikáció nem „nemzeti” vagy „nemzetállami”. Amennyiben bármelyik színterét kutatjuk a politikai kommunikációnak figyelembe kell venni a nemzetközi tendenciákat és gyakorlatokat is, mivel a legtöbb esetben valahol máshol kipróbált alkalmazások jelennek meg a nemzetközi politikai kommunikációban is. Ha a médiában megjelenő licenc vagy

típusműsorokat, a politikusok megjelenését, a kampányok uniformizáltságát említem, érthető, hogy miért kell a nemzetállamon túl is figyelemmel kísérni a politikai eseményeket és tudományos értekezéseket.

2.2.5 Politikai kommunikációs és az influenszerpolitika kapcsolata

Az influenszerpolitika és a politikai kommunikáció közötti kapcsolat egyértelmű, hiszen az influenszerek kizárólagos eszköze a kommunikáció a közönségük felé. A politikai kommunikáció szempontjából az influenszerek potenciális közvetítők lehetnek az adott politikai üzenetek, kampányok számára. A politikai szereplők és a pártok felismerik az influenszerek nagy követőtáborának és hitelességének fontosságát a közvélemény formálásában és a támogatók mobilizálásában. Éppen ezért aktívan bevonják az influenszereket a kommunikációjukba és kampányaikba, hogy segítsenek szélesebb közönséghez elérni. Az influenszerek szerepe a politikai kommunikációban többféle módon nyilvánulhat meg. Először is, az influenszerek által készített tartalom, legyen az kép, videó vagy szöveges poszt, lehetőséget kínál a politikai üzenetek közvetítésére. Másodszor, az influenszerek képesek befolyásolni, hogy mely politikai témák kerüljenek a középpontba. A közösségi médiában való jelenlétük révén hozzájárulhatnak ahhoz, hogy bizonyos ügyek nagyobb figyelmet kapjanak.

2.3 Politikai marketing

Míg a politikai kommunikáció fogalma már hosszú ideje ismert, addig a modern politikai marketing története rövidebb múltra tekint vissza. A politikai marketing kialakulása és elterjedése főként a választási kampányok egyre intenzívebb versenyhelyezete miatt következett be. Az éles választási küzdelmek szükségessé tették, hogy a politikai szereplők új módszereket és stratégiákat alkalmazzanak a választók elérésére és meggyőzésére. Ennek eredményeként a politikai kommunikáció hagyományos eszközei mellett megjelentek a marketing technikák, amelyek segítettek a politikai üzenetek hatékonyabb közvetítésében és a választói bázis növelésében. A politika és a marketing így szorosabban összefonódott, hogy a politikai kampányok során sikeresebbek legyenek a versenyben. Magyarországon ez 1998-ban mutatkozott meg erőteljesen.² A politikust gyakran hasonlítják egy termékhez, amit el kell adni. Ezt a média találta ki, a választási kampányokban tapasztalt marketingfogások összessége láttán. Az én véleményem szerint a politikus inkább egy szolgáltatásnyújtó és

² Orbán Viktor nyertes kampánya

ilyen szempontból kellene őt a piacra vinni. De ha a politikust, mint terméket fogjuk fel akkor magát a személyt tetőtől talpig el kell tudnunk adni. Azonban, ha szolgáltatásnyújtóként visszük piacra, akkor ez a felfogás magába foglalja a programot, a véleményét egyes kérdésekben és persze magát a személyt is. Ebben a szolgáltatásban a termék maga a választási program, ami elkerülhetetlenül kapcsolódik egy politikushoz vagy párthoz. „Aki olyan benyomást akar kelteni, hogy a politikus piacra vitele olyan, mint egy mosópor piacra vitele, megengedhetetlenül leegyszerűsíti a dolgot, és nem veszi figyelembe a politikai marketingszemponút megközelítésének sajátosságait”, írja Bruce Newman.³

2.4 Influenzerek hatalomgyakorlásának elméleti háttere

Az influenzerek befolyásgyakorlásának elméleti háttere többféle pszichológiai és szociológiai elméletre épül, amelyek magyarázatot kínálnak arra, hogy miért és hogyan képesek az influenzerek hatást gyakorolni a követőikre.

2.4.1 Szociális/Közösségi identitás elmélet

Az influenzerek szempontjából az egyik legfontosabb a szociális vagy közösségi identitás elmélete. Tajfel és tanítványa, Turner az 1970-es években kidolgozta a társas identitás elméletét, hogy magyarázatot találjanak a kollektív viselkedésre (Tajfel, 1978, 1981, 1982; Tajfel és Turner, 1979). Tajfel kettős célt tűzött ki maga elé: egyrészt megpróbált szakítani a szociálpszichológiában gyakran jelen lévő individualizmussal, másrészt, mint a második világháború szörnyűségeit átélő túlélő, kíváncsi volt arra, hogy az emberek hogyan képesek gyűlölni vagy akár kiirtani más embereket csupán azért, mert azok egy másik csoport tagjai (Reicher és Hopkins, 2001).

2.4.1.1 Megjelenése a gyakorlatban

A tartalomgyártók fő céljuk a közösség építés és annak irányítása az online térben. Az influenzerek arra törekednek, hogy olyan közösségeket hozzanak létre és tartsanak fent, amelyek tagjai tudnak velük azonosulni, illetve egymással, így nagyobb hatalmat tudnak kifejteni rájuk. Az influenzerek eleve egy olyan személyes márkát, imázst építenek fel, amit arra szabnak, hogyan tudnának a legszélesebb körű ember csoporttal azonosulni. Ez lehet akár közös érdeklődési kör, hasonló értékrend vagy életstílus. Ezen kívül az influenzerek

³ Bruce Newman 2000b: 28.

rendszeresen interaktálnak a követőkkel, hogy fenntartsák és erősítsék az azonosulást és a közösségi kapcsolatokat. Gyakran készítenek olyan tartalmat, amik közösségi élményként is szolgálnak a követőknek. Gondolok itt például eseményekre, élő adásokra vagy exkluzív tartalmakra, ezek mind elősegítik a csapatkohéziót.

2.4.2 Szociális/társadalmi kognitív elmélet

Bandura stanfordi pszichológus dolgozta ki⁴. Az elmélet az embereket aktív ágenseknek tekinti, akik egyaránt befolyásolják környezetüket és hatással vannak rájuk. Az elmélet egyik fő összetevője a megfigyeléses tanulás. Ez a kíváncsi és nemkíváncsi viselkedések megtanulásának folyamata mások megfigyelésével, majd a tanult viselkedések reprodukálásával a jutalom maximális érdekében. Az egyének saját önhatékonyágukba vetett hite befolyásolja, hogy reprodukálják-e a megfigyelt viselkedést vagy sem.

2.4.2.1 Megjelenése a gyakorlatban

Eszerint az emberek hajlamosak mások viselkedését vagy véleményét alapul venni, és ezt, mint támpontot használni a saját döntéseik meghozatalakor. Ez az elmélet azt mondja ki, hogy amikor az egyének nem tudják pontosan hogyan kéne viselkedniük vagy reagálniuk, hajlamosak másokat figyelembe venni és mások cselekedeteit mimikálni. Az influenszerek gyakran kihasználják a társadalmi kognitív elméletet azáltal, hogy pozitív visszajelzéseket és ajánlásokat mutatnak be a termékeik vagy szolgáltatásaik felhasználoiról. Például egy influenszer egy termék vagy szolgáltatás bemutatása során hivatkozhat más felhasználók véleményére, kifejezetten pozitív élményekre. Az influenszerek által bemutatott pozitív visszajelzések és ajánlások segíthetnek a közönségnek abban, hogy megbízzon a termék vagy szolgáltatás minőségében, és ösztönözhetik őket a vásárlásra vagy a termék kipróbálására, a politika esetében pedig a szavazásra akár. Fontos azonban megjegyezni, hogy a társadalmi kognitív elmélet csak akkor hatékony, ha az ajánlások és visszajelzések hitelesek. Az állampolgárok hajlamosak érzékenyek lenni a hamis vagy túlzottan promóciós tartalmakra, és ezért fontos, hogy az influenszerek őszintén és hitelesen mutassák be a termékeket vagy szolgáltatásokat a közönségüknek.

2.4.3 Szimbolikus interakcionizmus elmélet

⁴ Bobo Doll kísérletek 1960

Ezek mellett érdemes még beszélni a szimbolikus interakcionizmusról is. Herbert Blumer, aki George H. Mead gondolataira építve, megállapította, hogy társadalmi életünket jelentések és szimbólumok irányítják. Ezek azonban nem fix vagy állandó elemek, hanem inkább a társas helyzetek és az emberek közötti interakciók eredményeképpen alakulnak ki. A jelentések olyan epizodikus események eredményei, amelyek közösségi termékek, és folyamatosan változnak. Az emberek nemcsak reagálnak egymásra, hanem folyamatosan értelmezik egymás cselekedeteit. Ez azt jelenti, hogy az egyének aktívan és kreatívan vesznek részt a közösségi életben, és a közöttük zajló kommunikáció szimbólumokat teremtő módon konstruktív. Ez a szociológia egyik legalapvetőbb elmélete, amely az emberi viselkedést és a társadalmi valóságot az emberi interakciók jelentéseinek és értelmezéseinek alapján nézi. Ez az elmélet arra összpontosít, hogy az emberek miként építik fel és értelmezik a társadalmi valóságot azáltal, hogy kölcsönhatásba lépnek egymással. A szimbolikus interakcionizmus szerint a társadalmi valóság nem objektív entitás, hanem inkább a polgárok értelmezésének és jelentőségének terméke. Az egyének együtt alakítják és formálják ezt a társadalmi valóságot azáltal, hogy megosztják értelmezéseiket és jelentéseiket az egymással történő interakciók során.

2.4.3.1 megjelenése a gyakorlatban

Az influenszerek gyakran kihasználják a szimbolikus interakcionizmus elveit, akár tudatosan vagy tudat alatt, azáltal, hogy jelentéseket és értelmezéseket társítanak a tartalmaikhoz és az általuk képviselt márka, vagy politika esetén párt imázsának kialakításához. Például egy influenszer nem csak bemutatja egy termék használatát, hanem olyan jelentéseket is társíthat hozzá olyan jelentéseket is társít hozzá, amely vonzóvá teszi az adott terméket a követők számára, ez lehet státusz vagy közösségi elfogadás szempontjából is.

Ezek az elméletek együttesen segítenek megérteni, hogy miért és hogyan tudnak az influenszerek hatást gyakorolni a követőikre, és hogyan lehet ezeket az ismereteket felhasználni az influenszer marketing-stratégiák tervezésében és végrehajtásában, kiemelten a politika területén.

3.Politika az interneten

3.1 Miért politizálnak az emberek az interneten?

Jelenleg Magyarországon a politizálás az interneten szignifikánsan változatosabb és dinamikusabb, mint az offline térben. Az interneten való politizálás több formában is megjelenik, valamint számos oka is van annak, hogy a választópolgárok inkább a képernyő mögül vesznek részt a politikai életben. Én úgy gondolom, hogy képletesen zárójelbe kell tennünk az új kommunikációs technológiával megjelenő eszközöket, platformokat és ezek helyett inkább az ezeket használó egyéneket szükséges reflektorfénybe helyezni. Egészen pontosan az ő motivációikat, amellyel a politikai kommunikáció folyamataiban és amelyek által interakciókba lépnek a politikai rendszerrel, a médiarendszerrel és a saját csoportjukkal. Az állampolgárok száma annyira magas az interneten, hogy kénytelenek vagyunk csoportokba sorolni őket. Az egyik leggyakrabban használt szortírozási mód a korosztály szerinti csoportosítás. Az új technológia és az internet iránt rendre az ifjabb generációk a nyitottabbak, hiszen könnyebben adaptálják az újdonságokat és kíváncsiságukból kiindulva igényük is van az ilyesfajta újdonságokra.⁵ Továbbá egy olyan generáció lépte át a választókor küszöbét az elmúlt nagyjából 6-8 évben, amelynek kamaszkorában az internet már erőteljesen sugározta a politikát különböző formákban. Ennek a generációnak a politikai aktivitás már nem csak az, hogy kimennek az utcára egy demonstrációra, vagy elmennek egy politikus sajtótájékoztatójára. Az online térben történő eseményeket is politikai aktivitásként élik meg, mint például az influenszerek által feltöltött politika tartalmú videók és posztok feltöltését az internetre. A liberális demokrácia egyik legnagyobb válsága, hogy éhezik a fiatal generációkra, mert a mainstream politika már nem vonzza be őket kellő mennyiségben. A fiataloknak jellemzően megvan a véleményük az ország vagy a szűkebb környezetük vezetőiről, de amikor úgymond cselekedni kell, tehát megválasztani a vezetőket akkor az a korosztály, aki éppen a választókor felett helyezkedik el, általánosan nehezen mozgósítható. Nem kerülhetjük el azt a mondást sem miszerint a fiataloknak ösztönösen jön a mainstream elleni lázadás, tehát az alternatíva keresése minden megszokott dolog ellen. Jelen esetben ez a lázadás úgy testesül meg, hogy az offline tér helyett a politizálás áthelyeződik az online térbe. Fontos kiemelni, hogy bár ez főleg a fiatalokra jellemző, de nem kizárólagosan csak rájuk. Ma már a magyar társadalom minden korosztálya használja erre a virtuális teret.

⁵ Rogers (1995)

Na de miért is politizál már inkább az interneten a publikum, eltérve a hagyományos modelltől? Fontos elkülönítenünk kettő nagy csoportot az interneten való politizáláson belül. Az egyik a hagyományos értelemben vett politikai szereplők megjelenése az interneten,⁶ a másik pedig a közemberek politikai véleményformálása az interneten. Szerintem a 2006-os országgyűlési választások óta a politikában az internet már az egyik főszereplő. Itt szükség volt egy gyorsan nagy tömegeket elérő kampányra és erre nyilván az akkor már dinamikusan fejlődő kommunikációs csatorna, az internet adott teret. Azóta egyre több, szinte már az összes politikusnak, pártnak és mozgalomnak nagyon vonzóvá vált az interneten való megnyilvánulás.

3.1.1 Politikusok az interneten

Nem nagyon találkozunk ma már olyan komoly politikai humán tényezővel, aki nincs jelen valamilyen közösségi oldalon. Facebook, Instagram, TikTok és YouTube, mind azok a platformok, ahol ma a politikusok az elérésük túlnyomó részét megszerzik maguknak. Ez erőteljesen előrelendíti a politika perszonalizációját. A perszonalizáció összetett fogalom, melynek többféle meghatározása létezik a magyar szakirodalomban. Alapvető kiindulópontot Kiss Balázs munkája képez, aki különbséget tesz a perszonifikáció és a perszonalizáció között (Kiss, 2003: 12). Körösi András is a perszonalizációra helyezi a hangsúlyt, és úgy véli, hogy az imázsalkotás jellemző erre a politikai megközelítésre. Fontos, hogy a politikai vezetők jelen legyenek a médiában (különösen az elektronikus médiában), hogy fenntartsák az emberek hűségét és elégedettségét (Körösi, 2003: 21). Kéri László is Kiss elméletét alapul véve úgy véli, hogy a perszonalizáció egyrészt azt jelenti, mennyire képes egy politikus olyan teljesítményt nyújtani, amivel felkelti a média figyelmét. Kéri hangsúlyozza, hogy a reprezentáció önmagában nem elég; szükség van a "őszinte" színészi teljesítményre is, mellyel a politikus kifejezi saját oldala és pártja értékeit (Kéri, 2005: 88). A 2002-es kampánytól kezdődően a politikusok perszonalizációja teljessé vált, és a politikusok fokozatosan átalakultak emberekké, termékekké, majd celebökké. E három kategória és szereptípus között jelentős különbségek vannak, amelyek abból fakadnak, milyen szerepeket vállalnak az egyes politikusok. Orbán Viktor megjelenésétől kezdődően szinte minden jelentős tisztséget viselő politikus igyekszik a bulvármédiában is megjelenni. Ő volt az első, aki tudatosan vállalta fel a bulvárszereplést. Tehát az online tér lehetőséget nyújt a politikusoknak arra, hogy közvetlen és emberi kapcsolatot tudjanak kialakítani követőikkel,

⁶ Politikusok, pártok, mozgalmak

lehetséges választóikkal, valamint a polgárok sokkal szélesebb köréhez el tudnak így érni. Ez segíthet bővíteni a szavazótáborukat és több támogatóra szert tenni. Emellett az sem elhanyagolható tény, hogy mennyivel olcsóbb egy közösségi média kampányt kivitelezni, mint például egy plakátkampányt vagy televíziós adást. A politikusok az online jelenlétükkel aktivitásra ösztönözhetik a társadalom olyan tagjait, akik eddig az inkább érdektelenek kategóriájába tartoztak. A 21. századi lustaságot is kiaknázza az, hogy online is van már lehetőség adományokat gyűjteni vagy petíciókat aláírni. Végül szerintem a legfontosabb aspektusa annak, hogy a politikusok aktívan jelen vannak az interneten, az a kríziskommunikáció jelentős megkönnyítése. Az online tér egy roppantmód gyorsan reagál platformként tud szolgálni krízishelyzetekben. Vegyük például a covid időszakot. Az, hogy a Miniszterelnök úr képes volt a Facebook oldalán keresztül minden intézkedést másodpercek alatt tudatni a magyar polgárokkal, sokkal gördülékenyebbé tette az információ áramlását.

3.1.2 Állampolgárok politikai véleményformálása az interneten

Most szeretném azt megvizsgálni vajon mi állhat annak hátterében, hogy a társadalom tagjai ma már inkább az interneten fejtik ki politikai álláspontjukat a való világ helyett. Ha az internetirodalom egyébként divatos kutatási területével foglalkozunk, azt látjuk, hogy az állampolgárok online politikai diskurzusainak rendszerezett elemzése kevéssé kap figyelmet. Ez nem azt jelenti, hogy nem születtek tudományos munkák e témában, csak éppen a politikai intézmények (pártok, kormányok, politikusok) és a média internetes kommunikációjának vizsgálata áll a figyelem középpontjában. Ha a rendelkezésre álló forrásokat nézzük, láthatjuk, hogy a kérdés legtöbbször a közösségi hálózatok problémáihoz kapcsolódik. Számos tényezőre vezethető az vissza amiért az emberek eltávolodtak a hagyományos politizálási modelltől. Elsősorban nagy szerepet játszik a könnyű hozzáférés már egy egyszerű mobiltelefonról is. Ennek köszönhetően az állampolgárok már bárhol és bármikor elérhetik az online politikai fórumokat és közösségi média platformokat, szabadon, vagy nagy részben szabadon.⁷ Egy másik jelentős tényező, ami miatt az átlagemberek lelkes internet politizálók

⁷ Alapjáraton bárki leírhat bármit, de egyes platformoknak vannak szabályozásai, ami alapján bizonyos dolgokat nem enged publikálni az oldalon. Illetve személyes profilokon a profil tulajdonosa eldöntheti, hogy kikapcsolja a hozzászólás lehetőségét a felhasználók számára.

az az anonimitás. Így az egyéneknek nem feltétlen kell vállalniuk a személyazonosságukat, emiatt sokkal szabadabban képesek kifejezni a véleményüket bizonyos dolgok iránt, főleg a kényesebb, megosztóbb témákban van ennek nagy jelentősége. Fontos még azt is figyelembe vennünk, hogy az interneten a létező összes fontos információ elérhető a felhasználók számára másodpercek alatt. Ez a gyors információáramlás akár azt is lehetővé teszi, hogy a polgárok valós időben kommunikáljanak és reagáljanak mások politikai véleményére vagy általuk megrendezett eseményekre. Ez szignifikánsan interaktívabbá teszi a politikai közéletet. Ami még végsősoron hozzájárult, ahhoz, hogy a társadalom politikai beszélgetései átvándoroljanak az online térbe az szerintem a bizalomvesztés a hagyományos média iránt. A felhasználók úgy érzik, hogy ezek a médiumok gyakran elfogult és manipulatív információkat terjesztenek, ezért inkább az interneten keresztül tájékozódnak és keresnek más forrásokat, amelyeket hitelesnek és megbízhatónak éreznek. Ez nem feltétlen jelenti azt, hogy ezek ténylegesen hitelesek és objektívek, hiszen a mainstream médiák is megjelentek már az online térben is.

3.2 E-politika hátrányai, nehezítő körülményei

Ma Magyarországon minimálisan van csak jogszabályilag korlátozva az interneten történő bármilyen politikai megnyilvánulása a felhasználóknak,⁸ de számos tényező van jelen, ami befolyásolhatja vagy esetlegesen akadályozhatja a polgárok online térben való tevékenységét. Mint azt már említettem, a legtöbb platformnak vannak bizonyos etikai kódexei, amik meghatározzák mely fajta megnyilvánulások engedélyezettek az oldalon. Általában a nagyon uszító és fenyegető megnyilvánulásokat tiltással díjazzák, ennek kifejezetten a radikálisabb vélemények isszák a levét. Ezen kívül minden felhasználónak joga van lekorlátozni a saját posztjai alatti kommenteket, ezt letilthatja teljesen, vagy csak korlátozhatja úgy, hogy csak a követői legyenek képesek hozzászólni. Ez szerintem kicsit képen röhögi a szólásszabadságot, ha befolyásos politikusok annyira nem bírják a kommentálók általi kritikát, hogy inkább kikapcsolják a hozzászólás, tehát, a szabad véleménynyilvánítás lehetőségét. Attól függetlenül, hogy ma már szinte mindenki számára elérhető az internet, így is jelen vannak a technikai akadályok, mint például az instabil internetkapcsolat, főleg az ország peremterületein, ahol akár még tiszta víz sincs sokszor, ennek a hátterében főleg infrastrukturális problémák állnak. Ezek ellenére az embereknek még mindig van lehetőségük arra, hogy egyes kávézókban vagy könyvtárakban korlátlanul

⁸ Tilos Önkényuralmi jelképeket nem oktatási céllal közzétenni

hozzáférjenek számítógépekhez és az internethez, de ezek a lehetőségek is nagyban korlátozottak ez lehet időbeli korlát vagy bizonyos oldalak nem elérhetőek rajtuk. Vannak még különböző korlátok, amit a társadalom bizonyos rétegei nem tudnak átlépni. Ilyenek például az idősek, akik nem feltétlen tudják ezt az új fajta technológiát megfelelően adaptálni, ezért nehézségekbe ütköznek használat közben. Fontosnak tartom még megemlíteni a nyelvi és kulturális akadályokat. Azok a személyek, akik nem beszélik az adott online közösség által dominált nyelvet, vagy akik akár kulturális különbségek miatt érzik magukat kirekesztve vagy alul reprezentáltnak a társadalomban, kevésbé valószínű, hogy aktívan részt vegyenek az online politikai fórumokon vagy közösségekben. A magyar történelem szomorú lenyomata az örökös félelem a magyar társadalomban attól, hogy lehallgatják őket és következményei lesznek annak, hogy mit és hogyan fejeznek ki az interneten, emiatt megjelennek a biztonsági aggályok. Ez kiterjedhet a zaklatástól való félelemre és a személyes adatok eltulajdonításától való tartásra is. Az ilyesfajta fenyegetettség érzete miatt sokan óvatosabbak lehetnek az online politikai részvételben. A politikai nyomásgyakorlás és az öncenzúra is jelentős szerepet játszik a magyarországi média és online térben zajló politikai kommunikációban. Sok médium vagy online platform inkább kerüli a vitatható vagy kormánykritikus politikai témákat, hogy elkerüljék az esetleges következményeket. Ezek az akadályozó tényezők mind nagy szerepet játszanak abban, hogy megnehezítsék az e-politikát,⁹ de a politikai kommunikáció és tevékenységek online térben való szabadsága és hatékonysága egy folyamatosan változó és összetett közegben van jelen. Fontos felismerni ezeket a tényezőket, és kritikusan értékelni az online politikai tartalmakat és üzeneteket, hogy fenntartsuk az informált és tisztességes politikai diskurzust.

3.3 E-politika hatása a demokráciára

Az internet és a politika kapcsolatának vizsgálatakor a legfőbb kérdés gyakran az, hogy a modern technológiák milyen hatással vannak a demokráciára. Konkrétan arra keresik a választ, hogy az internet előmozdítja-e a demokrácia fejlődését, és hozzájárul-e a vezetők és a polgárok közötti kapcsolat demokratikus jellegéhez. Ezen a ponton felvetődik a kérdés, hogy valójában mit értünk demokrácia alatt. Az 1990-es évek angolszász Habermas-kultuszának és az internetes diskurzusok hatására a deliberatív demokrácia felfogása egyre népszerűbbé vált. Sokan úgy vélték, hogy az internet ösztönzi a politikai témák tartalmi vitáit, vagyis elősegíti a közéleti beszélgetések szélesebb körű lebonyolítását.

⁹ elektronikus politika

3.4 Elektronikus demokrácia kritikája

Giovanni Sartori számos ellenvetést fogalmazott meg az elektronikus demokrácia koncepciójával szemben. Szerinte az elektronikus demokrácia, amelyet ő népszavazásos demokrácia modern változatának tekint, jelentős problémákat rejt magában. Sartori egyik fő érve a manipulálhatóság kockázatára irányul. A népszavazásos demokrácia esetében, amelyben az állampolgárok előre összeállított kérdésekre válaszolnak, a kérdések megfogalmazása döntő szerepet játszik az eredmények alakulásában. Ugyanarra a problémára vonatkozóan a kérdéseket különbözőképpen lehet feltenni, ami különböző válaszokat eredményezhet. Például: „Egyetért-e azzal, hogy az állam növelje az adókat a közszolgáltatások javítása érdekében?” itt valószínű a válaszok nagytöbbsége igen lesz, hiszen az átlag polgár ebből azt látja, hogy az adóemelésből lesz haszon saját maga számára hosszútávon. Másik példa: „Egyetért-e azzal, hogy az állam növelje az adókat, ami csökkentheti az egyéni jövedelmeket?”, itt nyilván elsöprő arányban lesz a nem szavazatok száma, mert arra koncentrálnak az emberek, hogy számukra ez negatív hatással lesz. Mindkét kérdés ugyanarra a problémára vonatkozik, de eltérő hangsúlyokkal és kontextussal eltérő válaszokat generálhatnak. Ez a manipulálhatóság veszélye különösen jelentős, mivel befolyásolhatja a közvélemény valós kifejeződését, torzítva a demokrácia alapvető elveit. Sartori másik kritikája arra vonatkozik, hogy az elektronikus demokrácia nem teremt közös politikai teret a véleménycserére és a vitára. A hagyományos demokráciákban az emberek gyűléseken, fórumokon és egyéb nyilvános eseményeken találkoznak, ahol megvitatják a kérdéseket, és közösen formálják a véleményüket. Ez a közös politikai tér elősegíti a kollektív döntéshozatalt és a társadalmi kohéziót. Ezzel szemben az elektronikus demokráciában az állampolgár egyedül ül a képernyő előtt, és egyedül hozza meg a döntéseit, ami csökkenti a társadalmi interakciókat és a közös véleményformálás lehetőségét. Sartori szerint ez a magányos részvétel aláássa a demokrácia lényegét, mivel a közös viták és eszmecserék hiánya miatt a döntéshozatal kevésbé lesz átlátható és közösségközpontú.

Ezzel az ellenvetéssel szemben felhozható, hogy Sartori nézete idejétmúlt lehet¹⁰, tekintettel a modern technológiai fejlődésekre. Az internet és a közösségi média platformok fejlődése új lehetőségeket teremtett a közösségi interakcióra és a véleménycserére, amik számára akkoriban még nehezen voltak elképzelhetőek.

¹⁰ Sartori demokrácia című könyve 1999-ben jelent meg

3.5 Elektronikus demokráciára tett kísérlet

A digitális demokrácia megvalósítására több kísérlet történt kisebb nagyobb sikerekkel, különösen városi közösségekben. Egyik legfigyelemreméltóbb példa az Amszterdami Digitális Város, azaz De Digitale Stad, amelyet 1994-ben indított az amszterdami városi tanács. Az elsődleges cél az volt, hogy interaktív elektronikus kommunikációt teremtsenek a városvezetés és a polgárok között. A platform lehetőséget biztosított a polgároknak, hogy véleményt nyilvánítsanak a tanácsi döntésekről és virtuális köztereken vitassák meg az aktuális ügyeket. Azonban a projekt nem csupán politikai fórumok létrehozását célozta. Számos művész is aktívan részt vett benne, akik az új digitális formában rejlő művészeti lehetőségeket kutatták. A kezdeti érdeklődés rendkívül nagy volt, és nemcsak Amszterdamban, hanem azon kívül is vonzotta az embereket. Három év alatt a virtuális közösség létszáma elérte az ötvenezret, és 2000-re már százhuszezres tagsággal büszkélkedhettek. Idővel azonban a kifejezetten politikai fórumok iránti érdeklődés jelentősen csökkent. A projektet utolérte a kortárs, nem-virtuális demokráciák egyik gyakori problémája, a politikai apátia. A résztvevők egyre kevésbé voltak hajlandók aktívan részt venni a politikai diskurzusban. Emellett a projekt gyorsan kommercializálódott¹¹, ami az internetre jellemző általános tendencia. A kezdeti közösségi és politikai célok egyre inkább háttérbe szorultak, és a platform üzleti vállalkozás formáját kezdte öltetni. A digitális demokrácia így fokozatosan elvesztette eredeti célját, és egyre inkább a kereskedelmi érdekek domináltak.

Az Amszterdami Digitális Város tapasztalatai fontos tanulságokkal szolgálnak más digitális demokrácia kezdeményezések számára is. Hasonló projektek indultak világszerte, például az amerikai Seattle-ben és az ausztráliai Melbourne-ben, ahol szintén kísérleteztek a digitális technológiák alkalmazásával a városi kormányzásban és a polgárok bevonásában. Ezek a példák rávilágítanak arra, hogy a technológia önmagában nem elegendő a sikeres digitális demokrácia megteremtéséhez. Szükség van a polgárok aktív részvételére, és arra, hogy a technológiai platformok olyan közösségi teret hozzanak létre, amely elősegíti a folyamatos és konstruktív politikai diskurzust. A digitális demokrácia fenntarthatósága nagyban függ attól, hogy képes-e valódi közösségi és politikai célokat szolgálni, és elkerülni a kommercializálódás csapdáját.

¹¹ üzletiesedés

A jövőbeni digitális demokrácia projektek számára kulcsfontosságú lesz, hogy hogyan kezelik a politikai apátiát és a kommercializálódás veszélyeit. Az új technológiák, mint a mesterséges intelligencia és a blockchain, új lehetőségeket kínálnak a részvételi demokrácia erősítésére, átláthatóbb és közösségközpontúbb rendszerek kialakítására. Azonban a sikerhez elengedhetetlen, hogy ezek a technológiák ne csupán technikai megoldásokként, hanem eszközökként szolgáljanak a közösségi és politikai célok elérésében. A digitális demokrácia jövője azon múlik, hogy képesek vagyunk-e megtalálni az egyensúlyt a technológiai innováció és a társadalmi részvétel között, és olyan platformokat hozni létre, amelyek valóban szolgálják a közösség érdekeit.

3.6 A deliberatív demokrácia

A demokratikus részvétellel működtetett demokrácia nem következik egyenesen a digitális kori kormányzással, de szerintem a kettő nagyban összefügghet. A deliberatív demokrácia gondolata sokkal régebbi, mint a digitális kori kormányzás. Rousseautól Habermasig sok gondolkodóban felmerült a gondolat a történelem során. A Közép-Kelet európai szocialista blokk összeomlásával a kilencvenes években újra népszerűvé vált ez a gondolat. A deliberatív demokrácia a politikában található „mindent vagy semmit” megközelítések ellenreakciójaként újult meg, központjába a választópolgárt helyezi, akinek a deliberatív fordulat a demokrácia hitelességét és mélyítését ígéri. A demokrácia deliberatív dimenziója az ideális politika létjogosultsága köré épül, amit az egyenlők között zajló folyamatos érvelés politikai gyakorlata tart fenn. Egyszerűen összefoglalva a deliberatív demokrácia azt jelenti, hogy a politika releváns kérdéseiről nyilvános vita zajlik az állampolgárok között és ennek következménye a jól átgondolt döntés a kormány részéről. A deliberatív demokrácia segíthet legitimálni a tanácskozás végeredményeként született választást, így zökkenőmentesebbé teheti annak végrehajtását is. Megtaníthatja a résztvevőknek a közügyek eldöntésében való nyilvános részvétel szabályait és segíthet az állampolgári jogok magasabb szintű gyakorlásában. Végül meg a deliberatív demokrácia új megoldásokat és válaszokat tud adni a régi közösségi problémákra, csökkentheti a társadalmi feszültségeket és növelheti a szolidaritást és akár még a társadalom edukációjához is hozzájárulhat. Ahhoz, hogy megértsük a deliberatív demokráciát, el kell választani tőle a demokratikus tanácskozást. A deliberatív demokrácia megkísérli a választadást az állam és társadalom már-már toxikus kapcsolatára. A demokratikus tanácskozás a demokrácián belüli párbeszéd kezdeményezésére fókuszál. Tehát ez alapján a demokratikus tanácskozás

szerintem csak az előszobája a deliberatív demokráciának, de demokratikus tanácskozás nélkül nem tud kiteljesedni a deliberatív demokrácia dimenziója. Azt is fontosnak tartom kiemelni, hogy a demokratikus tanácskozás megnyilvánulása nem feltétlen vonja maga után a deliberatív demokráciát. A deliberatív demokráciában már nem elég csak a tény, hogy megvan a nyilvános vita és párbeszéd, ott már eredmény felmutatására is szükség van ezzel kapcsolatban. A deliberatív demokrácia abból az alapgondolatból indul ki, hogy a vita és a diskurzus képes befolyásolni a polgárok véleményét. Ez a felvetés azt feltételezi, hogy a diskurzus résztvevői tisztában vannak a témával, és képesek észérvekkel alátámasztani az álláspontjukat, illetve, ha úgy alakul, meggyőzhetőek és akár képesek véleményt változtatni a vita során, még akkor is, ha ez számukra nem az előnyösebb végkimenet. Elengedhetetlen feltétel, hogy a vitában a feleknek kötelezően egyenrangúnak kell lenniük. Az egyenlőség megvalósulásával biztosítható a politikai intézmények szabad kritikája vagy védelme, illetve annak feltételezése, hogy a más véleményen lévők is észszerű döntésekre és hatalommal való együttműködésre törekednek.

3.6 Elősegítheti-e a deliberatív demokrácia felemelkedését az e-politika?

Az új kommunikációs technológiák megjelenésével és elterjedésével az állampolgárok sokkal jelentősegteljesebb szerepet kaptak a politikai kommunikáció nyilvánosságdialogus-modelljében. Ennek korábban az volt a legnagyobb hibája, hogy elméleti szinten ugyan működött, mert egyenlőnek tekinti az állampolgárokat, de a gyakorlatban az állampolgárok többsége nem jutott igazi szerephez. Az információs hálózatok adta eszközökkel, főleg az internettel, a szereplők betudták hozni a lemaradásukat, és ezzel olyan lehetőségekre tudnak ma már szert tenni, amelyek a képviseleti demokráciában eddig sohasem voltak. És akkor felmerül a kérdés: hozzájárul-e az internet és az azon való politizálás a deliberatív demokrácia felemelkedéséhez? Egyszerű válasszal sajnos nem tudok szolgálni, hiszen ha ez a válasz annyira egyértelmű lenne, akkor nem is feszegetném a témakört. Ha alapul vesszük az internet azon tulajdonságait, hogy minden állampolgár számára elérhető ugyanabban a formában (tehát az egyenrangúság adott), valamint itt a felhasználók bármikor bármely platformon (többnyire) szabadon elmondhatják a véleményüket, legyen az kormánypárti vagy ellenzéki, az akaratukon kívül is előidézi a diskurzust és a vitát akár félig privát módon, chat-szobákban vagy teljesen nyilvános kommentszekciókban. Ezzel a demokratikus tanácskozás képes teljesülni, de olyan eredményt ez még jelenleg nem ad, hogy deliberatív demokráciának hívjuk. Egy másik álláspont szerint

a deliberativitás erőltetése nem célszerű, mivel túlságosan normatív és értékesített. Az internetes fejlődések új megközelítéseket kívánnak (Schiffes, 2006), mint például az elektronikus vagy digitális demokrácia. Fontos megjegyezni, hogy nincs egységes meghatározás vagy koncepció ezen fogalmak körül, így kérdéses, hogy pontosan mit értünk elektronikus vagy digitális demokrácia alatt. Általánosságban azonban azt mondhatjuk, hogy ezek a demokrácia formák az internetes politikai folyamatokra fókuszálnak, új intézmények és eljárások nélkül, amelyek azonban nem alapvetően változtatják meg a politikai rendszert. A kutatások leginkább a politikai intézményekre összpontosítanak, és az internetet eszközként tekintik arra, hogy segítse a pártok, kormányok és más politikai szervezetek hatékony működését és céljaik elérését. Ugyanakkor megnyitják az utat az új politikai alkalmazások felé, amelyek új lehetőségeket teremtenek a politikai tájban, és ezeknek az újításoknak az internetes szerepét vizsgálják. A legtöbb kutatás hangsúlyozza az online interakciók növekvő jelentőségét a vezetők és a polgárok közötti kommunikációban, amelyek elősegíthetik a politikai részvételt és bevonódást.

Összeségében, én úgy érzem, erre még megvan az esély a jövőben, de a magyar társadalom jelen állása szerint még nem tart ott, sőt nem is vagyok teljesen meggyőződve abban, hogy egyáltalán szeretne-e jelenleg vagy valaha ott tartani, hogy teljes mértékben kijelenthessük, hogy deliberatív demokrácia-dimenzió van jelen az országunkban. Bárhogy is gondolkodnak erről országunk vezetői, ennek a megvalósításában egyértelműen az online tér tud melegágyat biztosítani, és szerintem ezt vitatni is nehéz.

3.7 Influenzerek hatása és formáló ereje a politikai attitűdökre és közvéleményre

Az influenszer szó jelentéséből szeretném a következő részben kiindítani a gondolatmenetemet. Szó szerint az „influenster” szó „befolyásolót” jelent. Röviden összefoglalva ők az emberek, akik befolyásolnak. A befolyásolás egy olyan vezetői kompetencia, amivel el tudjuk érni, hogy a környezetünk támogassa ötleteinket és kezdeményezéseinket. Nem igazán létezik olyan egyén, aki ne akarna hatni vagy hatást gyakorolni másokra. Van, aki csak a közvetlen környezetére, míg sokan nagyobb tömegekre, vagy akár az egész társadalomra, mint ahogyan az influenzerek. Vannak olyan egyének a társadalomban, akik azzal a tehetséggel születtek, hogy intuitív módon megérik mikor mit kell mondaniuk, ahhoz, hogy hassanak a másokra. Ez a meggyőzés művészete.¹² Aki nem

¹² Robert B. Cialdini

ilyen adottságokkal született, annak sincsen veszve semmi, ugyanis a meggyőzés tudományán keresztül ugyanannyira eltudja sajátítani ezt, mint aki ennek birtokában születik. Létfontosságú, hogy ez a képesség az influenszerekben is meglegyen, különben nem tudnának sikereket elérni ezen a területen. Mint azt már a dolgozatom elején kifejtettem az influenszerek olyan egyének, amelyek hatást gyakorolnak követőikre, tehát ahhoz, hogy valakit influenszernek nevezhessünk, bizonyítottan hatást kell gyakorolniuk azokra az egyénekre, akik napi szinten követik az ő tevékenységeiket. Jelenleg még nincsen olyan használható reprezentatív kutatás, aminek segítségével számtani pontossággal le tudnánk mérni azt, hogy a társadalom mely csoportjait és milyen mértékben tudják egyes influencerek befolyásolni. A legfőbb probléma, amibe a kutatók ismétlésszerűen ütköznek, az az, hogy a tartalomgyártók birtokában lévő statisztika a követői összetételükről hamis adatokat tartalmazhat. Nincs olyan széles körben elterjedt közösségi média platform, ahol a regisztrációt egy személyazonosság igazolás követné, tehát bárki elnevezheti magát bárhogy, és bármilyen korosztályba besorolhatja magát, az algoritmus ezt nem tudja kiszűrni. Főleg a fiatalabb generációnál problémás ez, hiszen aki nem érte el a nagykorúságot, az nem is regisztrálhat ilyen oldalakra. De senkinek ne legyenek illúziói, a 18 év alatti korosztály pont ugyanúgy, ha nem jobban, van jelen a közösségi oldalakon, mint a 18. életévüket betöltött személyek. Ahhoz, hogy ők is tudjanak regisztrálni, kénytelenek más születési dátumot megadni, hogy a rendszer ne szűrje ki őket, ezzel azt eredményezve, hogy sem az adott tartalomgyártó akit néznek, sem pedig a kutatók nem látnak pontos képet arról, hogy milyen a nézettségük összetétele. Vannak azonban bizonyos tényezők, amik alapján tudunk következtetni bizonyos influencerek elérése és ezzel befolyásolásának mértékére. Ilyenek a tartalommal történő interakciók, például a like-ok és kommentek. Általánosan elmondható, hogy minél nagyobb a közösség aktivitása, annál nagyobb az adott tartalomgyártó influencer elérése. Sokkal pontosabb képet ad nekünk, ha a követői aktivitást nézzük, mintha a követők számát néznénk a sok inaktív személy miatt, akikre nem valószínű, hogy bármilyen hatást is gyakorol az adott influencer.

Ha tényként kezeljük azt az állítást, hogy az influenszerek mindenképpen tudnak hatást gyakorolni a követőikre, hiszen ezért hívhatjuk őket influenszernek, akkor ebből kiindulva a politikai témákat feszegető és feldolgozó influenszerek tudják befolyásolni az emberek politikai véleményét és képesek azt hatékonyan formálni, vagy legalábbis valamilyen hatással tudnak rájuk lenni. A választópolgárok politikai álláspontjait alapvetően több szociális színtér befolyásolja, ilyenek például a család vagy az iskola. A modernizáció

folyamatával ezek a szocializációs szinterek is átformálódnak minimálisan, az eddig meglévők természetesen nem szűnnek meg, de bekerül melléjük más ugyanúgy lényeges tényező, azaz a közösségi média és az influenszerek. Néhány influenszer aktívan is részt vesz a politikában, például politikai rendezvényeken, kampányokban vagy akár tagja valamelyik politikai pártnak. Ezek az influenszerek gyakran használják ki a széleskörű elérésüket arra, hogy mobilizálják a követőiket, ez lehet akár a szavazás vagy egy tüntetés is. Egy tartalomgyártó lehet, hogy aktívan kampányol egy adott politikai jelölt vagy párt mellett, pozitív üzeneteket posztolva, hogy támogatásra buzdítsa a követőit.¹³ A magyar társadalom szempontjából az egyik legfontosabb tevékenység, amit az influenszerek csinálnak, az a politikai véleményük tartalommal gyúrása és annak megosztása. Azzal, hogy az influenszerek gyakran osztanak meg politikai tartalmakat, hozzájárulnak a politikai diskurzushoz, edukálják a polgárokat és előre mozdítják a társadalmi vitát. Lehetőséget tudnak teremteni arra, hogy a követők különböző politikai nézeteket vitassanak meg, ami hosszútávon a politikai részvételt is erősíti. Végso soron a politikai témákat boncolgató influenszerek megtestesítik a magyar ellenzékiiséget és kormánykritikát. Ezek az influenszerek gyakran eleve azért kezdik el a politikai tartalomgyártást, hogy kifejezzék elégedetlenségüket a regnáló hatalommal szemben és követőiket is a kritikus gondolkozásra sarkalják. Ebben szerintem van egyfajta „eddig és ne tovább” felfogás az influenszerek részéről, általában van valamilyen egész társadalmat érintő esemény, amit már nem bírnak a közszereplők tolerálni és olyan influenszerek is megnyilvánulnak ennek hatására, akik eddig nem tették.¹⁴

Az influenszerek hatása platformfüggő, ami azt jelenti, hogy befolyásukat a platformok saját mérőszámai alapján mérik, és a platformok által meghatározott szabályok szerint működnek. A platformok dönthetnek arról, hogy megtartják vagy felfüggesztik az influenszereket szabályszegések esetén. Ez a platformfüggőség azt jelenti, hogy az influenszerek tevékenysége és hírneve nagymértékben függ az adott platform döntéseitől és szabályaitól.

4. Az influenszerek politikai befolyásának és szerepvállalásának esettanulmányai, gyakorlati példák

4.1 Hogyan vállhat egy influenszer politikai tényezővé?

¹³ Osváth Zsolt tevékenysége a 2022-es kampányban, az ellenzéki összefogás oldalán

¹⁴ Számos influencer a kegyelmi botrány kibukkanása után

Az online tér és a közösségi média korszakában egyre több influenszer válik politikai tényezővé. Az influenszerek szerepe az információ közvetítésében és a közvélemény formálásában egyre jelentősebb, különösen a politikai diskurzus területén. Ahhoz, hogy egy politikai témákat feldolgozó influenszer tényleges politikai relevanciára tegyen szert, számos stratégiai lépést és eszközt kell alkalmaznia. Ezeket részletesen ismertetem az alábbiakban.

A politikai influenszerek számára az egyik legfontosabb tényező a hitelesség. A közönség bizalmának elnyerése érdekében az influenszernek pontos és megbízható információkat kell közvetítenie. Ehhez alapos kutatómunkára van szükség, valamint arra, hogy az influenszer hiteles forrásokból dolgozzon. A hitelesség fenntartása érdekében az influenszernek kerülni kell a félrevezető vagy hamis információk terjesztését, és szükség esetén nyíltan el kell ismernie, ha tévedett. A politikai influenszernek olyan tartalmat kell előállítania, amely egyedi perspektívát kínál. Ez lehet személyes élményeken alapuló narratíva, szakértői elemzés, vagy olyan témák bemutatása, amelyek más médiumokban kevésbé kapnak figyelmet. Az egyedi és érdekes tartalom nemcsak vonzza a közönséget, hanem lehetőséget biztosít az influenszer számára, hogy különböző szempontokból vizsgálja meg a politikai kérdéseket. A politikai influenszernek jelen kell lennie több különböző platformon is. A különböző közösségi média platformok (pl. YouTube, Instagram, Twitter, Facebook) eltérő közönségeket érnek el, ezért fontos, hogy az influenszer mindenhol aktív legyen. A multimédiás tartalmak, például videók, élő közvetítések, podcastok, segítenek abban, hogy az üzenetek szélesebb közönséghez jussanak el és különböző formákban jelenjenek meg. Az influenszernek aktívan kell kommunikálnia a követőivel, válaszolnia a kérdéseikre, kommentjeikre, és ösztönöznie a vitát és interakciót. Az élő közvetítések, Q&A (kérdézz-felelek), ülések és közvélemény-kutatások segíthetnek abban, hogy az influenszer közvetlen kapcsolatot alakítson ki a közönségével. Ez a közvetlen interakció növeli a közönség elkötelezettségét és bizalmát, ami hosszú távon megerősíti az influenszer pozícióját. A politikai influenszernek ki kell építenie kapcsolatait más influenszerekkel, politikai szereplőkkel, aktivistákkal és szervezetekkel. Az együttműködések nemcsak a közönségbázis növelésében segítenek, hanem hitelességet és befolyást is kölcsönöznek. Például közös kampányok, interjúk és vendégszereplések lehetőséget biztosítanak az influenszer számára, hogy új közönségeket érjen el és megerősítse pozícióját a politikai diskurzusban. A sajtókapcsolatok kiépítése és a PR-stratégia tudatos tervezése kulcsfontosságú. Az influenszernek nem kötelezően, de ajánlott kapcsolatot építenie a hagyományos médiával, és részt kell vennie televíziós és rádiós műsorokban, hogy szélesebb közönséghez jusson el. A

nyilvános megjelenések tudatos tervezése és a médiában való aktív jelenlét növeli az influenszer ismertségét és hitelességét. Az influenszernek fontos, hogy sajtóközleményekkel és exkluzív tartalmakkal is fenntartsa a média érdeklődését. Az influenszernek aktívan részt kell vennie politikai kampányokban és aktivizmusban, hogy konkrét ügyek mentén mobilizálja a követőit. A tudatos üzenetküldés, világos és jól megfogalmazott üzenetek közvetítése, amelyek összhangban vannak az influenszer politikai céljaival és értékeivel, növeli a politikai relevanciát. Az influenszernek olyan ügyeket kell képviselnie, amelyek szorosan kapcsolódnak a közönsége érdeklődéséhez és értékrendjéhez. A politikai relevancia eléréséhez hosszú távú elkötelezettség és folyamatos fejlődés szükséges. Az influenszernek mindig naprakésznek kell lennie a politikai eseményekkel és változásokkal kapcsolatban, illetve alkalmazkodnia kell a közönség igényeihez. A hitelesség fenntartása érdekében az influenszernek mindig őszintének és megbízhatónak kell maradnia. A folyamatos tanulás és önfejlesztés segít abban, hogy az influenszer hosszú távon is releváns és befolyásos maradjon.

Egy politikai témákat feldolgozó influenszer számára a politikai relevancia eléréséhez, tehát számos stratégiai lépés és eszköz alkalmazása szükséges. Ezek a lépések nemcsak az influenszer személyes sikerét szolgálják, hanem a politikai tudatosság növelését is elősegítik, hozzájárulva ezzel a társadalmi és politikai változásokhoz. A politikai influenszerekre való nagy igény szerintem főleg abban rejlik, hogy a mindennapi élet tapasztalataival olyan környezetet tudnak teremteni, ami áthidalja a nem kicsi szakadékot a politikai diskurzus és a hétköznapi élmények között. Továbbá az influenszerek nyíltsága és átláthatósága (ideális esetben) olyan környezetet tud teremteni, ami gyakran hiányzik a politikából.

4.1.1 Kutatások a területen

Számos kutatás foglalkozik a politikai kommunikációval a közösségi médiában, különös tekintettel az influencerek szerepére a közvélemény formálásában. Az alábbiakban egy ilyen kutatást szeretnék részletesebb bemutatni.

Ez a skóciai Dundee egyetem hallgatói által lefolytatott kísérlet, aminek címe „The effect of influencers on societal polarization” (2022). Annak vizsgálatához, hogy az influenszerek miként befolyásolják a társadalmi polarizációt, egy ügynök-alapú modellt hoztak létre, amelyeknek egyesével bemutattak egy influenszert. Az ügynökök közötti pozitív interakciók küszöbértékének változtatásával (amikor mindkét ügynök véleménye kissé közeledik egymáshoz, és a társadalmi kapcsolat erősödik) viszonylag zárt, mérsékelt nyitott

és nagyon toleráns társadalmakat tudtak szimulálni. Hasonlóképpen, az influenszer-ügynök interakciók küszöbértékének változtatásával szimuláltak szűk, mérsékelt és széles elérésű influenszereket. Az influenszer-ügynök interakciók valószínűségének növelésével lehetőség nyílik az influenszer hatásának felerősítésére. Mivel az üzenet, amelyet az influenszer közvetít, kétségtelenül befolyásolja az interakciót, kétféle influenszert vizsgáltak: egy semleges üzenetet közvetítőt, amely a valós világban a konszenzus előmozdítására törekedne és egy szélsőséges álláspontot képviselőt. Ezekkel a változó paraméterekkel megfigyelték az influenszer hatását a polarizáció mértékére, amelyet mind az ideológiai szélsőségesség,¹⁵ mind a pszichológiai távolságtartás¹⁶ alapján értelmeztek.

Az eredmények azt mutatják, hogy egy szélsőséges véleménnyel rendelkező influenszer mindig növeli a polarizáció mértékét a társadalomban, növelve mind az ideológiai szétválást, mind a pszichológiai távolságtartást. A szűk elérésű semleges véleményen lévő influenszerek is növelik a polarizáció mértékét az interakciók taszító hatása miatt. Azonban, ha a semleges véleményű influenszerek szélesebb eléréssel rendelkeznek, akkor lassítják az ideológiai szélsőségesség és ideológiai szétválás ütemét a nyitottabb közösségekben. Ezek a kísérleti eredmények betekintést nyújtanak olyan kommunikációs stratégiák kialakításába, amelyek lassíthatják a társadalmi polarizáció ütemét kulcsfontosságú kérdésekben.

4.1.2 Kik azok a politikai influenszerek

Az előzőekben leírtakra építve a politikai influenszereket olyan tartalomkészítőkként határozom meg, akik egy adott közösségi média platformon keresztül politikai álláspontot, társadalmi ügyet vagy jelöltet támogatnak az általuk létrehozott és/vagy megosztott médiával. A politikai influenszerek ezt azzal a céllal teszik, hogy politikai befolyást gyakoroljanak közönségükre, hogy támogassanak egy politikai vagy társadalmi ügyet (Wellman, 2022), hogy anyagi vagy más jellegű előnyökhöz jussanak, vagy ezeknek a kombinációja. A politikai influenszerek megkülönböztethetők más tartalomterületek influenszereitől azzal, hogy hajlandóak online befolyásukat politikai és társadalmi ügyekkel összekapcsolni (Goodwin 2023). A politikai influenszer kifejezés magában foglalja mindazokat, akik kizárólag politikai vagy társadalmi kérdésekkel foglalkoznak közösségi média tevékenységeik során, és azokat is, akik időszakosan vagy korlátozott mértékben népszerűsítik politikai vagy társadalmi ügyeket fiókjukon keresztül. Más szóval, hogy valaki politikai influenszer-e, nagymértékben

¹⁵ ahogy az egyes ügynökök hite egyre inkább polarizálódik,

¹⁶ a polarizált csoportok kialakulása

kontextuális, és függhet az aktuális kérdéstől, a diskurzus dinamikájától, vagy a földrajzi vagy időbeli környezettől. Ez a definíció magába foglalja azokat is, akik professzionálisan influenszerek, és fő jövedelemforrásuk az influenszer tevékenységekből származik, valamint azokat is, akik számára az influenszer munka mellékállás, vagy akik egyáltalán nem árusítják online tevékenységüket. Az influenszerek választhatnak, hogy professzionális szolgáltatásokat, például ügynökségeket vesznek igénybe (Bishop, 2021), vagy „megosztó alkalmazásokat, elkötelezettségi csoportokat és más platformokat használnak a szervezéshez és koordinációhoz” (Goodwin 2023). Bár az influenszerek törekednek arra, hogy hitelességet közvetítsenek tevékenységeikben, mindazonáltal fontos megjegyezni, hogy ez a definíció az automatizált tevékenységekre is kiterjed, mivel az automatizált influenszer tevékenységeket végső soron emberi tevékenységek irányítják.

A „Social Media Influencers’ Role in Shaping Political Opinions and Actions of Young Audiences” című tanulmány azt vizsgálja, hogyan befolyásolják a közösségi média influencerek a fiatalok politikai nézeteit és cselekedeteit. Ezt a kutatást Christina Peter a Klagenfurti Egyetemről és Luisa Muth a Berlini Szabadegyetemről végezték, és a *Media and Communication* című folyóiratban publikálták 2023-ban. A tanulmány arra fókuszál, hogyan segítik a politikai tartalmú influenszerek a politikai információk terjesztését, vélemények kialakítását és politikai mozgósítást a fiatal közönségek körében. Németországban végzett kvalitatív interjúk alapján (16-22 éves fiatalokkal) a kutatás azt találta, hogy bár a hagyományos média továbbra is a politikai információk elsődleges forrása, a politikai influenszerek egyre inkább jelentős szerepet játszanak a fiatalok információinak értelmezésében és megértésében. Az influenszerek képesek felerősíteni a meglévő véleményeket, újakat kialakítani, sőt, a szavazási szándékokat is befolyásolni. A kutatás rámutat arra, hogy jelentős különbség van a dedikált politikai influenszerek és azon általános influenszerek megítélése között, akik időnként politikai témákat érintenek. Az előbbieket megbízhatóbb politikai információforrásként jelennek meg, míg az utóbbiakat gyakran nem tekintik megbízhatónak politikai kérdésekben. Ez a tanulmány hozzájárul annak megértéséhez, hogy a közösségi média influenszerek milyen szerepet játszanak a politikai aktivizmusban, és hangsúlyozza potenciáljukat a fiatal közönségek mozgósításában és a politikai eredmények befolyásolásában.

4.1.3 Politikai influenszerek megjelenése

A politikai influenszerkedés gyökerei az Egyesült Államokban találhatók. Az egyik első és legismertebb politikai influenszer Joy Reid, aki televíziós műsorvezető és az MSNBC országos tudósítója, emellett liberális véleményvezér. Már 2017-ben a negyedik legtöbbet retweetelt újságíró volt. 2017 augusztusában a Daily Dot neki tulajdonította a KHive kifejezés megalkotását, amely Kamala Harris támogatóinak hívószavaként jött létre. 2018-ban a The New York Times a Trump-ellenes kiállítás hősnéjének nevezte. 2019-ben megjelent könyve, a *The Man Who Sold America: Trump and the Unraveling of the American Story*. 2020. július 9-én az MSNBC bejelentette, hogy Reid új műsort kap *The ReidOut* címen. Számos médiafeladata mellett a Syracuse University manhattani kampuszán kurzust vezet a rasszok, nemek és média témakörében. A republikánusok közül talán Candace Owens a legismertebb politikai influenszer, aki a Twitteren 3,1 millió, az Instagramon 4,4 millió követővel rendelkezik. Tevékenységét Trump elnöksége alatt kezdte, és gyakran az alt-right mozgalommal társítják, de ő elutasít minden ilyen besorolást (beleértve a szélsőjobbot és az ultrakonzervatívát). Kezdetben liberális elveket vallott, de saját bevallása szerint rájött, hogy manapság a „liberalizmus a fasizmus”. Red pill black néven működtetett YouTube-csatornát, és már Donald Trump kampányában azon dolgozott, hogy egyetemistákkal erősítse a republikánus bázist. Mindenben a republikánus párt „Trump-tagozatának” álláspontját képviseli, kivéve az LMBTQ kérdésben, ahol támogatja a melegházasságot.

4.1.4 Politikai influenszerek Magyarországon

2018 után Magyarországon is elkezdtek felismerni, hogy népszerű vloggerek, akik közéleti és politikai tartalmú videókat készítenek, szélesebb tömegekre tudnak hatni. A 2022-es választási kampány előtt alakult meg a Fidesz-közel Megafon Központ, amely szervezeti szempontból magasabb szintre lépett, koordinálva és hirdetésekkel támogatva a kiválasztott Fidesz-párti politikai influenszereket. Ezáltal biztosítják, hogy a kormánypártok narratívája ne csak a Fidesz-es politikusokon keresztül jelenjen meg a médiában, hanem több irányból is eljusson a választópolgárokhoz. Talán a legismertebb kormányközel politikai influenszer Bohár Dániel, aki elsősorban riporterként dolgozik, de a Megafon által készített videóiban a kormánypártok leegyszerűsített üzeneteit közvetíti, csak úgy, mint Trombitás Kristóf.

Az ellenzéki politikai influenszerek videós tartalmainak elemzése különösen fontos, mivel ezek a tartalmak gyakran meghatározó szerepet játszanak a közvélemény formálásában.

A videók nem csupán információt közvetítenek, hanem érzelmeket is kiváltanak, és aktív részvételre ösztönzik a nézőket. Az influenszerek által közzétett videók tartalomelemzése lehetőséget nyújt arra, hogy megértsük, milyen témákat dolgoznak fel leggyakrabban, milyen retorikai eszközöket alkalmaznak, és hogyan reagál rájuk a közönség. A tartalomelemzésem célja, hogy átfogó képet nyújtson az ellenzéki politikai influenszerek videós tartalmainak jellegzetességeiről. Különös figyelmet fordítva a leggyakrabban előforduló politikai témákra, megvizsgálva a használt retorikai eszközöket, és elemezve a nézői reakciókat. Az elemzés révén betekintést nyerhetünk abba, hogyan alakítják az ellenzéki influenszerek a politikai közbeszédet, és milyen stratégiákat alkalmaznak a nézők bevonására és meggyőzésére.

Az ellenzéki oldalon több olyan influenszert találunk, akik hatékonyan és elkötelezetten közvetítik a politikai témákat. Példaként említhetjük Osváth Zsoltot, a Zshowtime YouTube-csatorna vezetőjét, aki gyakran bulváros tartalmakat készít. Az ellenzéki előválasztás során minden miniszterelnök-jelölttel készített interjút, és a választási kampányban Márki-Zay Péter hivatalos tanácsadója lett. A választási kudarc után Osváth Zsolt bejelentette, hogy felhagy a közéleti tevékenységgel, csalódottságát kifejezve és külföldre költözést fontolgatva. Ennek ellenére a 2024-es év elejétől kezdve megint aktív szerepet vállalt több politikai töltetű megmozdulásban is, amikor már úgy érezte nem hagyhatja szó nélkül a történéseket.

4.1.5 Pottyondy Edina tartalomelemzés

A következőkben szeretnék részletesebben kitérni a két legmeghatározóbb politikai influenszerre/influenszer csoportra.

A kutatás során elsősorban kvalitatív módszereket alkalmazok, hogy mélyrehatóan megértsük Pottyondy Edina tevékenységének jellegét és hatását. A kutatás két fő pillérre épül: a videók megtekintésére és elemzésére, valamint a kommentek olvasására és értékelésére. Az elsődleges források Pottyondy Edina YouTube csatornáján található videók, amelyek különböző politikai témákat dolgoznak fel. A videók tartalmának részletes elemzésével igyekszem feltárni azokat a fő üzeneteket, retorikai eszközöket és vizuális elemeket, amelyek Edina politikai kommunikációját jellemzik. Különös figyelmet fordítok arra, hogyan reflektál az aktuális politikai eseményekre, milyen kritikákat fogalmaz meg, és milyen érvekkel támogatja álláspontját. A videók alatt található kommentek elemzése révén betekintést nyerhetünk a követők reakcióiba, véleményeibe és érzelmi válaszaiba. Ez lehetővé teszi

számunkra, hogy megértsük, milyen hatást gyakorolnak Edina tartalmai a közönségére, és hogyan befolyásolják azok politikai tudatosságát és aktivitását. A kommentek kvalitatív elemzése során figyelembe vesszük a követők által használt nyelvezetet, a támogatói és kritikai hangnemet, valamint a tartalmak által generált diskurzusokat.

Ezek a módszerek lehetővé teszik számunkra, hogy átfogó képet kapjunk Pottyondy Edina politikai influenszerként betöltött szerepéről és hatásáról, aki politológus, közéleti szereplő, youtuber, stand-up humorista, korábban a Momentum Mozgalom elnökségi tagja. Jelen állás szerint Facebookon 150.000, Instagramon 91.300, míg YouTube-on 303.000 követője/feliratkozója van. Pottyondy Edina eredetileg mainstream politikusként és humoristaként vált ismertté a magyar közönség számára. A közösségi médiában való megjelenése azonban új dimenziót adott karrierjének. Edina karizmatikus személyisége és éles nyelve gyorsan népszerűvé tette őt a különböző platformokon, különösen a YouTube-on és a Facebookon. Edina tartalmi szinte mindig politikai töltetűek, és nem riad vissza attól, hogy élesen kritizálja a kormányzati politikákat, illetve a politikai elit különböző tagjait. Videói és posztjai gyakran reflektálnak aktuális politikai eseményekre, és humoros, olykor szatirikus formában dolgozzák fel azokat. Ezzel nemcsak szórakoztatja közönségét, hanem egyben elgondolkodtatja és informálja is őket. Pottyondy Edina YouTube csatornáján rendszeresen oszt meg videókat, amelyek különböző politikai témákat járnak körül. A videók gyakran elemzik a kormány aktuális intézkedéseit, korrupciós botrányokat, illetve a politikai szereplők nyilatkozatait. Egyik népszerű formátuma a "Vélemény" sorozat, ahol egy adott politikai esemény vagy téma kapcsán fejti ki álláspontját. A közösségi média platformokon Edina rendszeresen posztol politikai kommentárokat, mémeket és saját készítésű grafikákat, amelyekkel gyorsan és hatékonyan képes elérni és bevonni követőit. A Facebookon például gyakran élő bejelentkezéseket tart, ahol közvetlenül kommunikál követőivel, válaszol a kérdésekre és megosztja gondolatait az aktuális politikai eseményekről. Az Instagramon rövid, vizuális tartalmakat oszt meg, amelyek könnyen megoszthatók és virálissá válhatnak, így gyorsan terjednek a fiatalabb generációk körében. Edina számos alkalommal vett részt podcastekben és interjúkban, ahol részletesebben kifejti nézeteit. Ezek az alkalmak lehetőséget adnak arra, hogy mélyebb elemzéseket nyújtson a politikai helyzetről, valamint, hogy megossza személyes tapasztalatait és motivációit. Ezekben a formátumokban Edina gyakran beszél arról, hogy miért fontos a politikai tudatosság és részvétel, és hogyan lehet ezt elérni a közösségi média eszközeivel. Pottyondy Edina aktív kapcsolatot ápol követőivel, gyakran interaktív tartalmakat készít, ahol közvetlenül válaszol a kommentekre és kérdésekre.

Ez a közvetlen kommunikációs stílus hozzájárul ahhoz, hogy közönsége rendkívül elkötelezetté váljon. Az influenszer szerepe itt abban rejlik, hogy egy közvetítő csatornaként szolgál a politikai információk és a közönség között, ezzel befolyásolva azok politikai tudatosságát és részvételét. Az élő közvetítések különösen fontosak Edina munkásságában, mivel ezek során közvetlen és valós idejű kapcsolatot tud létesíteni a követőivel. Ezek az alkalmak lehetőséget adnak arra, hogy azonnali visszajelzéseket kapjon, valamint, hogy megválaszolja a nézők kérdéseit. Ez a formátum növeli a közönség elkötelezettségét és az influenszer hitelességét. Edina munkásságát gyakran érik kritikák is. Egyesek szerint tartalmi túlzottan polarizálják a közvéleményt és megosztóak lehetnek. Mások viszont úgy vélik, hogy ő az egyik kevés olyan figura közül, aki bátran mer szembeszállni a politikai hatalommal és nyilvánosan kifejezi véleményét. Emellett gyakran felmerül a kérdés, hogy egy influenszernek milyen felelőssége van a közvélemény formálásában, és hogy ez a hatalom milyen etikai kérdéseket vet fel. Egy influenszer, aki politikai tartalmakat készít, jelentős befolyással bírhat a közvéleményre. Ez különösen fontos, mert a követők gyakran kritikátlanul elfogadják az influenszerek nézeteit. Edina esetében felmerül a kérdés, hogy mennyire felelős a követői politikai döntéseiért, és hogyan tudja biztosítani, hogy információi pontosak és megbízhatóak legyenek. Az influenszerek, különösen azok, akik politikai tartalmakat közvetítenek, jelentős szerepet játszhatnak a politikai mobilizációban. Pottyondi Edina esetében ez különösen igaz, hiszen képes volt fiatalokat és politikailag kevésbé aktív rétegeket is megszólítani és bevonni a politikai diskurzusba. Kampányai és felhívásai gyakran ösztönözték követőit politikai cselekvésre, legyen szó tüntetéseken való részvételről vagy választásokon való részvételről. Edina több alkalommal indított kampányokat különböző politikai és társadalmi ügyekben. Ezek a kampányok gyakran a közösségi média erejét használják ki, hogy minél szélesebb körben elérjék az embereket. Például egyes kampányai a szólásszabadságért vagy a korrupció elleni küzdelemért szólaltak fel, és sok követője csatlakozott ezekhez a kezdeményezésekhez. Pottyondy Edina munkássága, mint politikai influenszer kiváló példája annak, hogyan képes egy egyén a digitális médián keresztül jelentős hatást gyakorolni a politikai közvéleményre. Az ő tevékenysége rávilágít arra, hogy a modern politikai kommunikáció már nem csupán a hagyományos médiumokon keresztül történik, hanem a közösségi média platformjai is meghatározó szerepet játszanak. Edina személye és tartalmi egyaránt hozzájárulnak a magyar politikai diskurzus formálásához, és megmutatják, hogy a humor és a kritika miként válhatnak erőteljes eszközzé a politikai változás előmozdításában. Pottyondy Edina szerepe a politikai influenszerek sorában tehát nem csupán szórakoztató, hanem informáló és mobilizáló is, mely jelenség egyre nagyobb

jelentőséggel bír a digitális kor politikai színterén. Tartalmai és aktivitása révén nemcsak a közönség szórakoztatását, hanem politikai tudatosságuk növelését is elősegíti, ami jelentős hatással van a magyar társadalomra.

4.1.6 fókuszcsoporth, JÓLVANEZÍGY - tartalom elemzés

A közösségi média és a videómegosztó platformok, mint a YouTube, kulcsszerepet játszanak a politikai tartalmak terjesztésében és a közvélemény formálásában. Két kiemelkedő magyar YouTube-csatorna, a *JÓLVANEZÍGY* és a *fókuszcsoporth*, jelentős befolyással bír ebben a térben. Írásom ezen részének célja, hogy átfogó elemzést nyújtson e két csatorna munkásságáról, mint politikai influenszerek, beleértve a tagokat, a háttérembereket, valamint a napi szinten készített tartalmak típusát és üzenetét. Az elemzés során a videók megtekintése és a kommentek olvasása révén igyekszem részletes képet adni a csatornák tevékenységéről és hatásáról.

A "Jólvanezígy" YouTube-csatornát Szabó Márton és Nagy Ádám hozta létre 2023-ban, és gyorsan népszerűvé vált a magyar közéleti és politikai tartalmakat fogyasztó nézők körében. Márton korábbi tapasztalatai a média és a humor területén lehetővé tették számára, hogy egyedi stílusban és nagy hatásfokkal közvetítse üzeneteit. A csatorna folyamatosan fejlődött, és az idő múlásával egyre professzionálisabb lett mind a videók minősége, mind a tartalom kidolgozottsága. A „Jólvanezígy” -csatorna főként szatirikus, ironikus videókat készít, amelyek a politikai és társadalmi jelenségeket veszik célba. A videók jellemzően 40-60 perc hosszúságúak, és egy-egy aktuális témát vagy problémát járnak körül. A csatorna visszatérő elemei közé tartoznak, a politikai paródiák: híres politikai személyiségek és helyzetek paródiái, amelyek célja a nevetetés mellett a kritikai gondolkodásra ösztönzés, társadalmi kritikák, valamint olyan videók, amelyek ironikus megjegyzésekkel és humorral mutatnak rá társadalmi problémákra és ellentmondásokra. A „Jólvanezígy” -csatorna közönsége jellemzően a fiatalabb generációkból kerül ki, akik nyitottak a humoros, de összegzett közéleti tartalmakra. A csatorna videói gyakran váltanak ki élénk vitákat és hozzászólásokat, ami mutatja, hogy a nézők aktívan részt vesznek a közéleti diskurzusban.

Márton stílusa és megközelítése sokak számára vonzó, mivel könnyed és szórakoztató formában dolgozza fel a komoly témákat.

A "Fókuszcsopot" YouTube-csatornát Nagy Ádám indította el, aki korábban a „Hatlépés” révén vált ismertté. Az új csatorna 2020-ban kezdte meg működését, és célja, hogy mélyebb, analitikusabb megközelítéssel vizsgálja a közéleti és politikai kérdéseket. Az indulás óta a csatorna folyamatosan fejlődik, mind technikai, mind tartalmi szempontból. A "Fókuszcsopot" videói alapos elemzéseket, vitákat és interjúkat tartalmaznak. A csatorna főbb tartalomtípusai a következők: politikai és társadalmi elemzések; részletes videók, amelyek egy-egy politikai vagy társadalmi jelenséget vizsgálnak meg (az elemzések gyakran statisztikai adatokat és szakértői véleményeket is tartalmaznak); interjúk: Nagy Ádám interjúkat készít különböző szakértőkkel, politikusokkal és közéleti szereplőkkel, hogy több nézőpontot is bemutatthasson egy-egy témáról; tematikus sorozatok: a csatorna rendszeresen indít tematikus sorozatokat, amelyek egy-egy nagyobb témakört járnak körül több epizódon keresztül. Ilyen sorozatok például a választásokkal, gazdasági kérdésekkel vagy társadalmi mozgalmakkal foglalkoznak. A "Fókuszcsopot" közönsége széleskörű, magában foglalja mind a fiatalabb, mind az idősebb generációkat, akik érdeklődnek a mélyebb, analitikus közéleti tartalmak iránt. A csatorna nagy hangsúlyt fektet a nézők tájékoztatására és az információk pontos bemutatására, ami növeli a hitelességet és a megbízhatóságot. Az interjúk és viták révén a csatorna hozzájárul a közéleti diskurzus gazdagításához, és segít a nézőknek a saját véleményük kialakításában.

A kettő csatorna számos közös vonással, de emellett számos különbséggel is rendelkezik. Főbb közös vonások: társadalmi és politikai fókusz: mindkét csatorna közéleti és politikai témákkal foglalkozik, és céljuk a nézők informálása és kritikus gondolkodásra ösztönzése, humoros megközelítés; mindkét csatorna használ humoros elemeket, bár eltérő stílusban, hogy könnyedebbé tegyék a komoly témák feldolgozását. Különbségek: stílus: a "Jólvanezígy" szatirikus és ironikus stílust alkalmaz, gyakran paródiákkal és humoros kritikákkal, míg a "Fókuszcsopot" inkább analitikus és információközpontú, alapos elemzésekkel és interjúkkal. Témák megközelítése: a "Jólvanezígy" gyakran könnyedebb, szórakoztatóbb módon mutatja be a témákat, míg a "Fókuszcsopot" mélyebb, részletesebb elemzéseket kínál.

Összeségében mindkét csatorna jelentős hozzájárulást nyújt a magyar nyelvű online közéleti diskurzushoz, és szerepet játszik a társadalmi tudatosság növelésében.

Ezek mellett meg kell említenünk Gulyás Mártont, aki eleinte a Slejm, a torkon ragadt politika című csatornával próbált érvényesülni, de a ma már Partizán néven működő csatornával szintet lépett. Videói komoly újságírói munkát képviselnek, így szerintem nem sorolhatók a politikai influenszerek közé.

4.2.1 Odakint most szörnyek járnak

4.2.1.1 Előzmények

Az "Odakinn most szörnyek járnak" című tüntetés előzményei több, egymást követő politikai és társadalmi eseményre vezethetők vissza. Az országban tapasztalható gazdasági válság, politikai korrupció és az emberi jogok megsértése komoly elégedetlenséget váltott ki a lakosság körében. Az egyre növekvő munkanélküliség, a közszolgáltatások minőségének romlása és a kormány átláthatatlan döntései mind hozzájárultak ahhoz, hogy az emberek az utcára vonuljanak. Ezek az események különösen felerősödtek a kegyelmi botrány nyomán, ami ráirányította a figyelmet a kormányzat és az üzleti szféra közötti szoros, gyakran korrupt kapcsolatra. A médiában megjelenő leleplező riportok és oknyomozó újságírók munkái feltárták a közpénzek hűtlen kezelését és a politikai elit kivételezett helyzetét. Az utolsó csepp a pohárban az az ügy volt, aminek középpontjában Novák Katalin köztársasági elnök áll, aki bizonyos büntetőügyekben kegyelmi jogkörét gyakorolta. Novák Katalin kegyelmezési ügye 2024. február 2-án robbant ki, amikor kiderült, hogy 2023-ban Novák Katalin köztársasági elnök kegyelemben részesítette Kónya Endrét, a bicskei Kossuth Zsuzsa Gyermekotthon korábbi igazgatóhelyettesét, akit azért ítélték el, mert segédkezett a felettese pedofil bűncselekményeinek eltussolásában azzal, hogy az egyik sértettet a vallomása visszavonására kényszerítette. A kegyelmi döntés nyilvánosságra kerülése után a média és az ellenzéki politikai pártok éles kritikával illették Novák Katalin elnököt. Az ellenzéki pártok és civil szervezetek követelték a kegyelmi döntések átláthatóságának növelését és az elnök felelősségre vonását. Ennek következtében február 10-én a köztársasági elnök asszony lemondott tisztségéről az igazságügyi miniszterrel, Varga Judittal egyetemben.

Az ügy jelentősen csökkentette a politikai intézmények iránti bizalmat, különösen az elnöki hivatal és a kegyelmi jogkör gyakorlásának tekintetében. Ugyan a köztársasági elnök

kegyelmi jogköre a magyar jogrend szerves része, minden ilyen publikus döntés nagy figyelmet kap, különösen a megosztóbb szituációkban. Az elnöki kegyelemnek intézménye gyakran sérti a magyar állampolgárok igazságérzetét, megosztják a társadalmat és veszélyeztetik a jogállamiságot is bizonyos szinten. Sok állampolgár úgy érezte, hogy a kegyelmi döntések igazságtalanok és politikailag motiváltak. Ezek a döntések gyakran keltenek politikai vitát is, hiszen a polgárok véleménye széles skálán mozoghat ezzel kapcsolatban. Érdeemes mindig elgondolkodni azon, hogy egy-egy ilyen döntés milyen hatással van az egyéni sorsokra és milyen üzenete van a társadalom tagjai számára. A kegyelmi döntések intézménye az emberség fontosságát helyezi centrumba, ezzel azt tudja kommunikálni, hogy a jogrendszer nem csak büntetni, hanem adott esetekben megbocsátani és rehabilitálni is képes. A botrány nyomán jogszabályi változásokra is sor került. Az Országgyűlés módosította a kegyelmi jogkörre vonatkozó szabályokat, szigorítva az átláthatóságot és az elszámoltathatóságot. Novák Katalin személyes imázsa is jelentős mértékben sérült. Az elnöknek nehézségei támadtak a politikai legitimitás megőrzésében és az elnöki hivatal iránti bizalom helyreállításában. Az ügy nagy mértékben megosztotta a társadalmat. Egyes csoportok támogatták az elnököt és döntéseit, míg mások élesen bírálták és a jogállamiság megsértésének tekintették a kegyelmi jogkör ilyen módon történő gyakorlását.

Ahogy, azt a dolgozatomban már említettem az influenzerekben előjön az „eddig és ne tovább” érzés bizonyos témakörökben, és ez a kegyelmi botrány erre tökéletes példa. Pontosan ez a mentalitás idézte elő azt a tüntetést, ami a világ első influenzerek által szervezett tüntetéseként, valamint az elmúlt 10 év legnagyobb politikai megmozdulásaként vonul be a magyar történelembe. A tüntetés neve, "Odakinn most szörnyek járnak", metaforikusan utal arra a feszültségre és bizonytalanságra, amely a társadalmat áthatotta. A demonstrációra egy közösségi média kampány keretében került sor, ahol főleg politikai influenzerek, aktivisták és civil szervezetek sarkalták az embereket arra, hogy vegyenek részt a békés tiltakozáson. A szervezők nagyjából másfél hét leforgása alatt szerveztek meg mindent.

4.2.1.2 Alapadatok

a Hősök terén és az Andrássy úton hatalmas tömeg gyűlt össze, hogy részt vegyen a "Odakint most szörnyek járnak" elnevezésű tüntetésen. Az esemény nagysága és jelentősége messze meghaladta a szervezők előzetes várakozásait, hiszen több mint 150.000 ember jelent

meg, és az Andrássy út is teljesen megtelt tüntetőkkel. Az óriási tömeg miatt Budapest közlekedése szinte teljesen megbénult: leállt a 4-es és 6-os villamos vonal, valamint a metró közlekedése is, az Oktogonnál pedig teljesen leállt a forgalom. A demonstráció hatásai azonban nem korlátozódtak csak a helyszínre. Az eseményt több mint 1 millióan követték élőben a YouTube-on, ami jól mutatja a közösségi média és az influenszerek erejét a modern politikai aktivizmusban. Az online közvetítések révén a tüntetés híre gyorsan terjedt, és nem csak Magyarországon belül, hanem nemzetközi szinten is figyelmet kapott. A szervezők előzetesen nem számítottak ilyen nagy létszámra, és megdöbbenette őket a résztvevők hatalmas száma. A rendezvény előkészítése során arra számítottak, hogy néhány tízezer ember vesz majd részt az eseményen, azonban a valóság messze meghaladta ezeket a várakozásokat. A rendezők számára komoly logisztikai kihívást jelentett a hatalmas tömeg kezelése és a rend fenntartása. Az esemény békés jellege ellenére néhány résztvevő a szervezők kérése ellenére átvonult a Fidesz székházához, ami potenciális konfliktusforrást jelentett. A rendőrség azonban végig kontroll alatt tartotta a helyzetet, biztosítva, hogy a tömeg ne váljon kezelhetetlenné, és ne kerüljön sor komolyabb összetűzésekre. A tüntetés politikai üzenete világos volt: a résztvevők és az influenszerek hangsúlyozták, hogy szerintük a magyar állam a gyerekek legnagyobb ellensége. Ez az állítás radikális kritikát fogalmazott meg a kormány politikájával szemben, különösen a gyerekek és a fiatalok jövőjét illetően. Az influenszerek jelenléte és aktív szerepvállalása új dimenziót adott a tüntetésnek, hiszen ők voltak azok, akik mobilizálták a fiatalabb generációkat és erősítették a megmozdulás hangját a közösségi médiában. Az influenszerek szerepe nem korlátozódott csupán az esemény népszerűsítésére; ők voltak azok, akik az eseményen beszédeket tartottak, és aktívan részt vettek a demonstráció üzenetének terjesztésében. A "Odakint most szörnyek járnak" tüntetés nemcsak a hatalmas részvétel miatt volt jelentős, hanem mert újfajta politikai aktivizmust mutatott be. Az esemény megmutatta, hogy a közösségi média és az influenszerek ereje képes hatalmas tömegeket mozgósítani, és olyan politikai üzeneteket közvetíteni, amelyek széles körben eléri az embereket. A közösségi média használata lehetővé tette, hogy az esemény üzenete gyorsan és hatékonyan terjedjen, elérve olyan embereket is, akik fizikailag nem tudtak részt venni a tüntetésen. Ez a digitális részvétel új dimenziót adott az eseménynek, és hozzájárult ahhoz, hogy a tüntetés hatása szélesebb körben érezhető legyen. A tüntetés időzítése és politikai kontextusa is hozzájárult a jelentőségéhez. Magyarország politikai légköre az utóbbi években feszültté vált, különösen a kormányzat és a civil társadalom közötti növekvő ellentétek miatt. A "Odakint most szörnyek járnak" tüntetés egy olyan időszakban zajlott, amikor a közvélemény egyre inkább tudatában volt a kormány intézkedéseinek és

politikáinak társadalmi hatásainak. Az esemény lehetőséget adott az embereknek, hogy kifejezzék elégedetlenségüket és szolidaritásukat azokkal, akik úgy érezték, hogy a kormány politikái hátrányosan érintik őket. A közösségi média szerepe a tüntetés sikerében és jelentőségében vitathatatlan. Az online platformok lehetővé tették, hogy az esemény szervezői gyorsan és hatékonyan kommunikáljanak a résztvevőkkel, és mozgósítsák a tömegeket. Az élő közvetítések és a folyamatos online jelenlét nemcsak növelte az esemény láthatóságát, hanem lehetőséget adott a résztvevőknek arra is, hogy valós időben megosszák tapasztalataikat és véleményüket a szélesebb közönséggel. Ez az interaktív kommunikáció új szintre emelte a politikai aktivizmust, és megmutatta, hogy a közösségi média milyen erőteljes eszköz lehet a társadalmi változások előmozdításában. Az "Odakint most szörnyek járnak" tüntetés emlékezetes esemény marad a magyar politikai életben. A hatalmas részvétel, a közösségi média ereje, és az influenszerek aktív szerepvállalása mind hozzájárultak ahhoz, hogy ez a megmozdulás jelentős politikai és társadalmi hatással bírjon. A tüntetés nemcsak a jelenlegi kormányzati politikák kritikáját fogalmazta meg, hanem egyúttal új utakat nyitott a politikai részvétel és az aktivizmus számára is. Az esemény bebizonyította, hogy a közösségi média és az influenszerek együttes ereje képes arra, hogy nagy tömegeket mozgósítson és jelentős társadalmi változásokat érjen el. Az "Odakint most szörnyek járnak" tüntetés példaként szolgálhat a jövőbeni politikai mozgalmak számára, amelyek a digitális kor lehetőségeit kihasználva törekednek a társadalmi igazságosság és a politikai változás elérésére.

Az influenszerek, akik jelentős követőtáborral rendelkeznek a közösségi médiában, gyakran két különböző kontextusban is szerepelnek: egyedül a kamera előtt a saját szobájukban, és nagyközönség előtt, élőben. Mindkét helyzet különböző kihívásokat és lehetőségeket hordoz magában, és eltérő készségeket igényel. Ennek a résznek a célja, hogy részletesen bemutassa az influenszerek ezen két tevékenységi formája közötti különbségeket és azok fő jellemzőit.

Az influenszerek otthoni videóképzése egy kontrollált környezetben történik, ahol minden technikai eszköz és körülmény az ő irányításuk alatt áll. Nincs közvetlen interakció a közönséggel, ami lehetővé teszi a tartalom nyugodt és koncentrált előállítását. Az influenszer saját maga használja a kamerát, mikrofont, világítást és egyéb eszközöket, biztosítva a videók minőségét. Az utólagos szerkesztés révén a tartalom tovább finomítható és tökéletesíthető. A kommunikációs stílus személyes és intim, az influenszer közvetlenül a kamerába beszél, ami

mélyebb kapcsolatot hozhat létre a nézőkkel. Lehetőség van előre megírt szkript használatára, ami biztosítja a pontos és célzott üzenetközvetítést, de az improvizációs elemek is jelen lehetnek, különösen élő közvetítések során. Az influenszer saját időbeosztása szerint dolgozik, nincs külső nyomás az időzítést illetően, és a témák mélyebb, részletesebb feldolgozása is lehetséges. Gyorsan reagálhatnak az aktuális eseményekre, mivel saját maguk döntenek a videók készítéséről és közzétételéről. Ezzel szemben, amikor az influenszer több ezer fős közönség előtt szónokol, a környezet és a technikai feltételek már nem az ő irányítása alatt állnak. Az ilyen események helyszínén a technikai személyzet biztosítja a mikrofonokat, projektorokat és hangszórókat, és a helyszín adottságai, valamint a közönség reakciói is befolyásolják a kommunikációt. A technikai problémák közvetlen hatással lehetnek az előadás minőségére és folyamatosságára. Az élő közönséggel való közvetlen interakció azonnali visszajelzéseket eredményez, és az influenszernek figyelnie kell a közönség reakcióira, szükség esetén azonnal reagálnia kell rájuk. Hatékony szónoki készségek szükségesek a nagy létszámú közönség megszólításához és lekötéséhez, és a nonverbális kommunikáció, mint a testbeszéd és az arckifejezések, különösen fontosok az üzenet közvetítésében. Az élő előadásoknak gyakran szigorú időkerete van, amit be kell tartani, ezért a témák rövidebb, lényegre törőbb bemutatása szükséges. Az interaktív elemek, például közönségkérdések és szavazások, segítenek az élmény gazdagításában és a közönség bevonásában. Az egyedüli videók készítése és a nagyközönség előtti szónoklatok között jelentős különbségek vannak. Az otthoni videóképzítés kontrollált, zárt környezetben történik, míg az élő előadások külső, nyilvános környezetben zajlanak. Az egyedüli videók személyes, intim és közvetlen kommunikációt tesznek lehetővé, míg az élő előadások nyilvánosak, interaktívak és szónoki készségeket igényelnek. Az influenszer az otthoni videók esetében saját maga irányítja a technikai feltételeket, míg az élő előadásoknál a technikai személyzet és eszközök biztosítják az előadás minőségét. Mindkét formában az influenszer célközönségét szólítja meg és bővíti, és a tartalmak középpontjában a nézők informálása, szórakoztatása és bevonása áll. Mindkét esetben fontos a jól megtervezett és átgondolt tartalom, amely képes lekötni a közönséget. Az influenszer személyisége és stílusa mindkét formában meghatározó tényező, és mindkét formában az influenszer hatékony üzenetközvetítése és a közönség elkötelezettsége érhető el.

Az influenszerek tevékenysége jelentős mértékben különbözik attól függően, hogy egyedül a kamera előtt vagy nagyközönség előtt szónokolnak. Míg a kontrollált, intim környezet lehetővé teszi a személyes és részletes tartalomkészítést, addig a nyilvános

szónoklatok kihívásokkal és interaktív lehetőségekkel gazdagítják a kommunikációt. Mindkét forma sajátos készségeket és stratégiákat igényel, de egyaránt hozzájárulnak az influenszer hatékony üzenetközvetítéséhez és a közönség elkötelezettségéhez.

4.2.1.3 Beszéd elemzése

A következőkben a tüntetésen elhangzott beszédek közül szeretném a három legkiemelkedőbbet bemutatni és fő üzeneteiket feltárni.

Osváth Zsolt beszéde az "Odakint most szörnyek járnak" című tüntetésen erőteljes érzelmi és retorikai elemekkel operált, hogy mozgósítsa hallgatóságát és felhívja a figyelmet a társadalmi igazságtalanságokra. Az alábbi esszé részletesen elemzi a beszéd tartalmát, szerkezetét, valamint a használt retorikai eszközöket, hogy megértse a beszéd hatékonyságának okait, különös tekintettel a személyes tapasztalatokra építésre. Osváth Zsolt beszédének fő célja az volt, hogy rámutasson a jelenlegi politikai helyzet visszasságaira és felszólítsa az embereket a változás szükségességére. Az érzelmileg telített és jól strukturált beszéd olyan eszközökkel élt, amelyek hatékonyan közvetítették üzenetét és növelték a hallgatóság bevonódását. Már a bevezetésben egyértelművé tette, hogy miért gyűltek össze az emberek, és miért fontos, hogy hangot adjanak elégedetlenségüknek. Osváth Zsolt előadasmódja szenvedélyes és elkötelezett volt, ami hitelessé tette mondanivalóját. Az érzelmek közvetítése, a hangsúlyos gesztusok és az intonáció mind hozzájárultak a figyelem fenntartásához és az üzenet hatékony közvetítéséhez. Beszédstílusa dinamikus volt, amely segítette a hallgatóság bevonását és az üzenet átadását. A beszéd három fő részből áll: bevezetés, tárgyalás és zárás. Az elején Osváth Zsolt megfogalmazza a beszéd célját és hangsúlyozza a tüntetés jelentőségét. A tárgyalás részben konkrét példákat és problémákat hoz fel, amelyek a jelenlegi politikai helyzet következményei. A zárásban pedig összefoglalja a legfontosabb üzeneteket és cselekvésre ösztönzi a hallgatóságot. A bevezetés célja az volt, hogy felkeltse a hallgatóság figyelmét és felvezeesse a fő témákat. Osváth Zsolt itt megragadta az alkalmat, hogy rögtön érzelmi kötődést teremtsen a közönséggel, beszédét egy személyes történettel indította, amely rámutatott a problémák súlyosságára. A beszéd tárgyalás része részletesen foglalkozott a társadalmi igazságtalanságokkal és a politikai visszaélésekkel. Osváth Zsolt konkrét példákat hozott fel, amelyek közvetlenül érintik az emberek mindennapjait, mint például a szociális ellátórendszer hibái, a gazdasági egyenlőtlenségek és a korrupció. Az érvelését statisztikai adatokkal és személyes történetekkel támogatta meg, hogy még hitelesebbé tegye állításait. Például beszélt az egészségügyi rendszer problémáiról,

ahol konkrét esetekkel támasztotta alá, hogy milyen nehézségekkel szembesülnek az emberek a megfelelő ellátás megszerzésekor. Emellett a gazdasági egyenlőtlenségek kapcsán hangsúlyozta, hogy a kormány politikája hogyan sújtja leginkább a legkiszolgáltatottabb rétegeket. A beszéd záró része cselekvésre hívta fel a hallgatóságot. Osváth Zsolt összefoglalta a főbb pontokat és hangsúlyozta, hogy a változás csak akkor érhető el, ha mindenki aktívan részt vesz a közéletben és kiáll az igazság mellett. A zárásban használt retorikai eszközök, mint például a jövőképek felvázolása és a közös célok megfogalmazása, erős motivációs hatással bírtak. Osváth Zsolt beszéde mélyrehatóan elemezte a jelenlegi politikai és társadalmi helyzetet, különös tekintettel a hatalommal való visszaélésekre és a társadalmi egyenlőtlenségekre. Az alábbiakban részletesen kifejtjük a főbb tartalmi elemeket. A beszéd egyik központi eleme a kormány politikájának éles kritikája volt. Osváth Zsolt rámutatott a korrupcióra, a hatalommal való visszaélésekre és arra, hogy a kormány intézkedései hogyan sújtják az átlagembereket. Kiemelte, hogy a jelenlegi vezetés elhanyagolja a társadalom peremére szorult rétegeket, miközben a gazdasági elit érdekeit szolgálja ki. Osváth beszédében nagy hangsúlyt fektetett a társadalmi igazságtalanságokra. Konkrét példákkal illusztrálta, hogy a szociális rendszerek, mint az egészségügy és az oktatás, hogyan nem képesek megfelelően ellátni a rászorulókat. Felhívta a figyelmet a szegénység és a munkanélküliség növekedésére, valamint arra, hogy a kormány intézkedései tovább mélyítik ezeket a problémákat. A gazdasági egyenlőtlenségek bemutatása során Osváth statisztikai adatokat és személyes történeteket is felhasznált, hogy rámutasson a helyzet súlyosságára. Hangsúlyozta, hogy a gazdasági növekedés előnyei nem jutnak el a társadalom alsóbb rétegeihez, és a középosztály helyzete is egyre bizonytalanabbá válik. Osváth Zsolt beszédének egyik legmeghatározóbb eleme a személyes tapasztalatokra építés volt. A beszéd során számos alkalommal utalt saját életére és élményeire, hogy közvetlen kapcsolatot teremtsen a hallgatósággal és hitelesítse állításait. Osváth Zsolt több alkalommal is megosztott személyes történeteket, amelyek az általa tapasztalt nehézségekről és kihívásokról szóltak. Ezek a történetek nem csak érzelmi kötődést teremtettek a hallgatósággal, hanem konkrét példákkal is illusztrálták a politikai és társadalmi problémákat. Például egy történetet osztott meg arról, hogyan küzdött a megfelelő egészségügyi ellátásért egy súlyos betegség idején. Ez a személyes élmény nemcsak a rendszer hibáira világított rá, hanem empátiát is ébresztett a hallgatóságban, akik hasonló helyzetekkel szembesülhettek. A személyes tapasztalatokra építve Osváth Zsolt beszéde szenvedélyessé és elkötelezetté vált. Saját életéből merített példákkal mutatta be, hogy mennyire fontos számára a társadalmi igazságosság és a változás iránti elkötelezettség. Ez az elkötelezettség hitelessé tette előadását és növelte a hallgatóság

bizalmát az üzenet iránt. Osváth Zsolt beszédében számos retorikai eszközt alkalmazott, amelyek hozzájárultak az üzenet hatékony közvetítéséhez és a hallgatóság bevonásához. A retorikai kérdések használatával Osváth aktívan bevonta a hallgatóságot és gondolkodásra készítette őket. Ezek a kérdések nem várták megválaszolását, hanem inkább a beszéd üzenetét erősítették és a hallgatóság érzelmeire hatottak. Például: "Miért engedjük meg, hogy ez történjen?" Az ismétlés (anaphora) eszközével Osváth Zsolt hangsúlyozta a kulcsfontosságú pontokat és növelte a mondanivaló súlyát. Például: "Nem tűrhetjük tovább... Nem hagyhatjuk, hogy..." Az ismétlés ritmust adott a beszédnek és emlékezetessé tette az üzenetet. A metaforák és szimbólumok használata révén Osváth képszerűen mutatta be a problémákat. A "szörnyek" metafora például a politikai hatalmat szimbolizálta, amely fenyegeti az emberek szabadságát és jólétét. Ezek az eszközök segítettek a hallgatóságnak jobban megérteni és átérezni a helyzet súlyosságát. A párhuzamok alkalmazásával Osváth összehasonlította a múlt és a jelen helyzetét, ezzel hangsúlyozva a folytonosságot és a változás szükségességét. Ez az eszköz rámutatott arra, hogy a problémák nem újkeletűek, és hogy a megoldásukhoz tartós és következetes fellépésre van szükség.

Összességében Osváth Zsolt beszéde az "Odakint most szörnyek járnak" tüntetésen hatékonyan közvetítette a politikai és társadalmi igazságtalanságok elleni fellépés szükségességét. A beszéd jól strukturált, érzelmi töltetű és számos retorikai eszközt alkalmazott, amelyek mind hozzájárultak ahhoz, hogy a hallgatóságot mozgósítsa és az üzenetet maradandóvá tegye. Különösen fontos szerepet játszottak a személyes tapasztalatok, amelyek hitelessé és átérezhetővé tették az előadást. Osváth Zsolt személyes elkötelezettsége és szenvedélyes előadasmódja tovább növelte a beszéd hatékonyságát és meggyőző erejét. Az ilyen beszédek képesek valódi változást elindítani a társadalomban, hiszen nemcsak informálnak, hanem cselekvésre is ösztönöznek.

Tapasztó Orsolya beszédének fő célja az volt, hogy tovább erősítse a közönség motivációját és felhívja a figyelmet a társadalmi igazságtalanságokra, valamint a közös cselekvés fontosságára. Már a bevezetésben érzékelhető volt, hogy beszéde szorosan kapcsolódik Osváth Zsolt által felvetett témákhoz, de saját nézőpontját és tapasztalatait is belefűzte. Míg a bevezetésben a figyelem felkeltésére és a közös alap megteremtésére fókuszált, a tárgyalás részben részletesen elemezte a társadalmi és politikai problémákat. A zárásban pedig konkrét cselekvési felhívást intézett a hallgatósághoz. A bevezetés célja az volt, hogy megteremtse a beszéd érzelmi alapját és kapcsolódjon a hallgatósághoz. Orsi egy

személyes történettel indított, amely közvetlenül kapcsolódott a tüntetés témájához. Ez a történet nemcsak érzelmileg kötötte össze a beszélőt a hallgatósággal, hanem azonnal rámutatott a problémák konkrétságára és sürgetőségére. A beszéd tárgyalás része részletesen foglalkozott a politikai és társadalmi igazságtalanságokkal. Tapasztó Orsi itt is személyes történeteket és konkrét példákat használt, hogy illusztrálja a problémákat. Ezen túlmenően statisztikai adatokat és tényeket is beépített, hogy megerősítse érvelését. Például kitért az oktatási rendszer hibáira, ahol saját tapasztalatait is megosztotta, hogy hogyan érintette őt és családját az oktatás minőségének romlása. Emellett hangsúlyozta a gazdasági egyenlőtlenségek problémáját, és konkrét esetekkel támasztotta alá, hogy a jelenlegi gazdaságpolitika hogyan sújtja a társadalom legkiszolgáltatottabb rétegeit. A záró részben összefoglalta a legfontosabb pontokat, és egy erőteljes cselekvési felhívást intézett a hallgatósághoz. Hangsúlyozta, hogy a változás csak közös erőfeszítéssel érhető el, és minden egyes ember részvétele fontos. A zárásban használt retorikai eszközök, mint például a jövőkép felvázolása és a közös célok megfogalmazása, erős motivációs hatással bírtak. Ez beszéde alaposan körüljárta a jelenlegi társadalmi helyzetet, különös tekintettel az igazságtalanságokra és a közös cselekvés szükségességére. Az alábbiakban részletesen kifejtjük a főbb tartalmi elemeket. Orsi egész monológjában nagy hangsúlyt fektetett a társadalmi igazságtalanságokra, különös tekintettel az oktatási és egészségügyi rendszer hiányosságaira. Konkrét példákkal illusztrálta, hogy ezek a rendszerek hogyan nem képesek megfelelően ellátni a rászorulókat, és hogyan járulnak hozzá a társadalmi egyenlőtlenségek mélyítéséhez. Orsi beszéde erőteljesen épített személyes tapasztalatokra, amelyek hitelessé és átérezhetővé tették az előadást. A személyes élmények és történetek révén közvetlen kapcsolatot teremtett a hallgatósággal, és rámutatott arra, hogy a politikai és társadalmi problémák mindannyiunkat érintenek. Több alkalommal is megosztott személyes történeteket, amelyek az általa tapasztalt nehézségekről és kihívásokról szóltak. Ezek a történetek nem csak érzelmi kötődést teremtettek a hallgatósággal, hanem konkrét példákkal is illusztrálták a politikai és társadalmi problémákat. Például beszélt arról, hogy milyen nehézségekkel szembesült a gyermeke örökbefogadása terén, „még mindig gyomorgörcsrel gondolok vissza arra az időre, amikor a gyermekem még nem élt velem, sosem tudhatom biztosra mik történtek vele”. Ez a személyes élmény nemcsak a rendszer hibáira világított rá, hanem empátiát is ébresztett a hallgatóságban, akik hasonló helyzetekkel szembesülhettek. A személyes tapasztalatokra építve Tapasztó Orsi beszéde szenvedélyessé és elkötelezetté vált. Saját életéből merített példákkal mutatta be, hogy mennyire fontos számára a társadalmi igazságosság és a változás iránti elkötelezettség. Ez az elkötelezettség hitelessé tette előadását

és növelte a hallgatóság bizalmát az üzenet iránt. A retorikai kérdések használatával aktívan bevonta a hallgatóságot és gondolkodásra készítette őket. Ezek a kérdések nem várták megválaszolásukat, hanem inkább a beszéd üzenetét erősítették és a hallgatóság érzelmeire hatottak. Például: "Miért engedjük meg, hogy ez történjen?" Orsi előadásmódja szenvedélyes és elkötelezett volt, ami hitelessé tette mondanivalóját. Az érzelmek közvetítése, a hangsúlyos gesztusok és az intonáció mind hozzájárultak a figyelem fenntartásához és az üzenet hatékony közvetítéséhez. Beszédstílusa dinamikus volt, amely segítette a hallgatóság bevonását és az üzenet átadását.

Pottyondy Edina beszéde az "Odakint most szörnyek járnak" tüntetésen kivételes retorikai teljesítményként tűnt ki, melyet érdemes részleteiben is megvizsgálni. A beszéd nemcsak tartalmilag, hanem formailag is figyelemre méltó, számos szónoki eszközt és strukturális elemet alkalmaz, amelyek együttesen erősítik az üzenet hatását. Pottyondy beszéde egy erős, pátozatos nyitással kezdődik: "Odakint most szörnyek járnak". Ez a kezdés az *in medias res* technikát alkalmazza, azaz egyből az események közepébe vág, ami azonnal felkelti a hallgatóság figyelmét. Az ilyen dramatikus nyitás nemcsak a tüntetés jelentőségét emeli ki, hanem a közönségben rejlő feszültségeket és aggodalmakat is tükrözi. Pottyondy beszédmódja eltér a megszokottól. Nem a videóiban megszokott stílust használja, hanem színpadiasabb, szónoki stílusra vált, mely hatásosabb a közönség előtt. Nyelvbtlásait hibátlanul kezeli, mintha meg sem történtek volna, ami magabiztosságot sugall és növeli a hitelességét, valamint emberi karaktert kölcsönöz neki. Ez a váltás a megszokottól eltérő kommunikációs stílusra még inkább kiemeli Pottyondyt a többi felszólaló közül. A vokalitás terén Edina variál a hangmagasságon, hangerőn, ütemezésen és szüneteken, ami különlegessé és hatásossá teszi előadását. A tüntetés okainak és a helyzet magyarázatának logikus kifejtése segít a hallgatóságnak megérteni a tüntetés célját és indokait. Az állam kudarcának és csődjének említése rétori túlzásként jelenik meg, de ez a túlzás nem gyengíti, hanem csak erősíti a logosz érveit. A következtetése stabil és egyértelmű: az állam nem teljesíti feladatait, amit a közönség is egyértelműen értelmű. A beszéd során Pottyondy tapasztalatát tükrözi, ahogy kívárja a tömeg reakcióját. A tömeg felzördülésének kivárása lehetővé teszi számára, hogy a hallgatóság figyelmét teljesen magára vonja, mielőtt a beszéd lényegi részére térne. Ez a technika nemcsak a közönség bevonódását erősíti, hanem a beszéd hatékonyságát is növeli. A beszéd erős metaforákat és jelképeket használ, például a "kegyelem maffia" és "lélegző golyóstoll". Ezek a kifejezések nemcsak emlékezetessé teszik a beszédet, hanem erőteljes üzenetet is közvetítenek. A "kegyelem maffia" kifejezés egy új ikont, egy jelenséget teremt,

amely a közönség emlékezetében marad. A "lélegző golyóstoll" pedig erősen utal arra, hogy néhány politikus csak, mint kirakat báb létezik. Edina éles társadalomkritikát fogalmaz meg. Párhuzamot von a nyugdíjas magyar valóság és Novák Katalin pénzügyi helyzete között, ezzel érzékeltetve a társadalmi egyenlőtlenségeket. Ez a párhuzam nemcsak a közönség érzelmi reakcióit erősíti, hanem a tüntetés társadalmi igazságosságért való küzdelmét is hangsúlyozza. Közösségével jól kommunikál, a tömeg bármikor elcsendesedik, amikor szükséges, ami a közösségben rejlő bizalmat és támogatást mutatja. A gyermekvédelem témáját többször is visszatérően említi, ezzel erős struktúrát adva a beszédnek és fokozva a közönség érzelmi bevonását. A beszéd bizonyos pontjait folyamatosan megismétli, ami nemcsak a közönség figyelmét tartja fenn, hanem a mondanivaló fontosságát is hangsúlyozza. Idővel a beszéd az állam általános kritikájára tér át, kiemelve a „kaszttrendszer” problémáit és ismert közéleti szereplők példáin keresztül illusztrálja az állami romlottságot. Gálvölgyi és Curtis példáját hozza fel, ami tovább erősíti a beszéd hitelességét és közvetlen kapcsolatot teremt a hallgatóság mindennapi tapasztalataival. A pártpolitikai identitáson való felülemelkedésre szólít fel, ami idealisztikus, de nem feltétlenül realista. A beszéd során Pottyondy önkritikát is gyakorol a közönséggel, rámutatva, hogy a felelősség közös: "ez a mi felelősségünk is, ha ezt eltűrjük". Ez a rész önreflexióra készíteti a hallgatóságot és erősíti a közösség érzését. Az elit támadásával, akik ezt a rendszert támogatják, Pottyondy világosan megfogalmazza kritikáját a hatalmon lévőkkel szemben, ezzel is mozgósítva a közönséget. A beszéd végén három cselekvési irányt vázol fel: pesszimista, realista és optimista forgatókönyvet. Ez a strukturálás segít a hallgatóságnak megérteni a jövőbeli lépéseket és perspektívákat. A realista megközelítésben Pottyondy felsorolja a tényeket és hangsúlyozza, hogy nem politikai hatalmat szeretnének, hanem az áldozatok támogatását és figyelemfelkeltést. A pesszimista nézőpont a helyzet súlyosságát, az optimista pedig a reményt adja a közönségnek. A keretes szerkezet visszahozza a nyitómondatot, összekötve ezzel a beszéd elejét és végét, ezzel erősítve a központi üzenetet. Az "odakint most szörnyek járnak" mondat visszahozása és ráhúzása az államra, mint a legnagyobb szörnyre, záró gondolatként erős érzelmi hatást kelt.

Pottyondy Edina beszéde kivételesen jól felépített és hatásos, számos retorikai eszközt és strukturális elemet alkalmazva. Az erős nyitás, a metaforák használata, a társadalomkritika és a közönséggel való hatékony kommunikáció mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a beszéd emlékezetes és inspiráló legyen. Az állam kritikájától kezdve a cselekvési irányok kijelöléséig Pottyondy sikeresen mozgósítja és motiválja a hallgatót.

Ezen három beszéd választása azért indokolt, mert mindegyik más és más, de egyaránt fontos és aktuális aspektusait fogja meg a témának, amelyek relevánsak és inspirálóak voltak a hallgatóság számára. Mindhárom beszéd kiválóan példázta, hogy hogyan lehet egy-egy témát mélyrehatóan és érdekesen bemutatni, ezzel gazdagítva az esemény tartalmát és hozzájárulva a közönség ismereteinek bővítéséhez.

4.2.1.4 Következmények, társadalmi visszhang

Az esemény nemcsak hatalmas tömeget vonzott, hanem jelentős politikai és társadalmi hatással is bírt. A tüntetés során az Utcáról a Lakásba Egyesület számára több mint 200 millió forintot gyűjtöttek össze, valamint elindították a bántottak.hu weboldalt, amely az állami gondozásban lévő gyermekek problémáira hívta fel a figyelmet. Az esemény során az influenszerek három fontos kérdést fogalmaztak meg, amelyekre a képviselőktől vártak válaszokat: „Mit fog tenni a kormány azért, hogy az állami gondozásban lévő gyermekek emberhez méltó körülmények között nőjenek fel?“, „Hogyan biztosítja a kormány, hogy ezek a gyermekek minőségi, életre felkészítő oktatásban részesüljenek?“, „Milyen intézkedéseket tesz a kormány annak érdekében, hogy az állami gondozásban lévő gyermekeknek legyen hova fordulniuk, ha bántalmazás éri őket?“ A demonstráció során elindított bántottak.hu weboldal gyorsan népszerűvé vált, és az oldal látogatottsága olyan mértékben megnőtt, hogy a parlament.hu szerverei is leálltak a túlterhelés miatt. Ez a technikai incidens jól mutatja, milyen erővel bírhat egy jól szervezett és támogatott civil kezdeményezés. A tüntetés mérete és a gyűjtött összeg is rávilágított arra, hogy az emberek mennyire készek támogatni azokat az ügyeket, amelyek fontosak számukra, és hogy a közösségi média milyen hatékony eszköz lehet a mozgósításban. Az esemény egyik legérdekesebb tanulsága szerintem az volt, hogy kilenc influenszer képes volt nagyobb tüntetést szervezni, mint az egész ellenzék. Ez felveti a kérdést, hogy miért nem képesek az ellenzéki politikusok hasonló mértékű mozgósításra, és milyen szerepet játszanak az influenszerek a modern politikai aktivizmusban. Az influenszerek hangsúlyozták, hogy bár ők csak az első lépést tették meg, nem lehet elvárni tőlük mindent; az ellenzéki politikusoknak, a kormánynak és a magánembereknek is ki kell venniük a részüket a változásból. Ez a megközelítés rávilágít arra, hogy bár az influenszerek képesek figyelmet irányítani fontos ügyekre és mozgósítani a tömegeket, a valódi politikai változások elérése érdekében elengedhetetlen, hogy a politikusok is aktívan részt vegyenek az ilyen kezdeményezésekben. Az influenszerek hatalma és befolyása nagy, de a képviseleti demokráciában végső soron a politikusok azok, akik jogi és politikai eszközökkel képesek

tartós változásokat elérni. Az "Odakint most szörnyek járnak" tüntetés hosszú távú hatása több szempontból is jelentős. Egyrészt megmutatta, hogy a civil társadalom és az influenszerek milyen erővel képesek hatni a politikai folyamatokra és a közvéleményre. Másrészt rávilágított arra, hogy a közösségi média és az online platformok használata elengedhetetlen a modern politikai aktivizmusban. Az esemény bebizonyította, hogy a digitális kor új lehetőségeket nyit a politikai részvétel és az aktivizmus számára, és hogy a közösségi média hatékony eszköz lehet a társadalmi változások előmozdításában.

Az esemény bebizonyította, hogy a közösségi média és az influenszerek együttes ereje képes arra, hogy nagy tömegeket mozgósítson, és jelentős társadalmi változásokat érjen el. Az "Odakint most szörnyek járnak" tüntetés példaként szolgálhat a jövőbeni politikai mozgalmak számára, amelyek a digitális kor lehetőségeit kihasználva törekednek a társadalmi igazságosság és a politikai változás elérésére.

4.3 Influenszerek politikai szerepvállalásának aggályai, veszélyei

Természetesen minden új dologgal szemben az emberekben felmerülnek bizonyos aggályok és kételyek, pláne, ha köze van az internethez vagy bármilyen mesterséges dologhoz. Éppen ezért a szkeptikusok komoly kritikákat megfogalmaznak az influenszerek hatalomgyakorlásával kapcsolatban, illetve az átlag tartalomfogyasztónak is lehetnek fenntartásai. A következőkben, most ezeket szeretném kicsit feltárni.

A közösségi média influenszerek politikai szerepvállalása több etikai kérdést is felvet, amelyek alapvetően az átláthatóság, hitelesség, és a követők bizalmának kérdései köré csoportosulnak. Ezek az etikai dilemmák különösen hangsúlyosak, ha az influenszerek anyagi ellenszolgáltatást kapnak politikai üzenetek népszerűsítéséért. Az influenszerek egyik legfontosabb vonzereje a hitelességük és közvetlen kapcsolatuk követőikkel. Ha azonban politikai üzeneteik mögött anyagi érdekeltség áll, ez a hitelesség könnyen megkérdőjelezhetővé válik. Amikor az influenszerek pénzt kapnak egy politikai kampány támogatásáért, a követők számára nem mindig egyértelmű, hogy a támogatás mögött valódi meggyőződés vagy anyagi érdek áll. Ez alááshatja az influenszerek hitelességét, és csökkentheti a követők bizalmát az általuk közvetített üzenetek iránt. Az influenszerek nagy felelősséggel tartoznak követőik felé, különösen, ha politikai üzeneteket közvetítenek. Az etikai kérdések egyik központi eleme, hogy mennyire képesek függetlenül és objektíven tájékoztatni követőiket. Az anyagi ellenszolgáltatás torzíthatja az influenszerek üzeneteit,

mivel hajlamosak lehetnek olyan politikai állásfoglalásokat népszerűsíteni, amelyekért fizetnek nekik, függetlenül attól, hogy valóban hisznek-e ezekben az álláspontokban. Az etikai kérdések között szerepel az is, hogy az influenszerek mennyire teszik egyértelművé követőik számára, hogy az általuk közvetített politikai üzenetek szponzorált tartalmak. Az átláthatóság hiánya miatt a követők nem feltétlenül tudják, hogy az influenszer anyagi ellenszolgáltatásért cserébe népszerűsíti a politikai üzenetet, ami megtévesztő lehet. A szponzorált tartalmak és hirdetések egyértelmű jelölése elengedhetetlen annak érdekében, hogy a követők tisztában legyenek az influenszerek motivációival. Az influenszerek részvétele politikai kampányokban különösen vitatott téma. Az influenszerek széles körű eléréssel rendelkeznek, ami vonzóvá teszi őket a politikai kampányok számára. Azonban, ha az influenszerek pénzt kapnak politikai pártoktól vagy kampányoktól, az a függetlenségük elvesztéséhez vezethet. Ez nemcsak az influenszerek hitelességét, hanem a demokratikus folyamatokat is alááshatja, mivel a választók nem kapnak objektív és hiteles információkat. Az influenszerek politikai szerepvállalása mögött álló anyagi haszon komoly etikai kérdéseket vet fel. Az anyagi ellenszolgáltatásért cserébe történő politikai üzenetközvetítés kérdésessé teszi az influenszerek függetlenségét és hitelességét. Az etikai dilemmák közé tartozik az is, hogy az influenszerek mennyire képesek függetlenül és objektíven tájékoztatni követőiket, amikor anyagi érdekeik befolyásolják üzeneteiket.

Összeségében az etikus magatartás és az átláthatóság elengedhetetlen annak érdekében, hogy az influenszerek politikai szerepvállalása ne ássa alá a demokratikus folyamatokat és a közvélemény bizalmát.

5. Következtetések, lezárás

5.1 Összefoglalás a főbb pontokról

Dolgozatomban az influenszerek politikai befolyásának kérdéskörét tárgyaltam, különös tekintettel az internetes politikai kommunikációra és annak hatásaira. Az első fejezetben bemutatam a téma aktualitását és jelentőségét a digitális korban. A kutatás célja az volt, hogy megvizsgálja, hogyan és miért válnak az influenszerek politikai tényezővé, valamint milyen hatással vannak a politikai attitűdökre és a közvéleményre. Az elméleti keretek között definiáltam az influenszer fogalmát, és áttekintettem a politikai kommunikáció és marketing elméleteit. Részletesen bemutatam az influenszerek hatalomgyakorlásának elméleti alapjait, beleértve a szociális identitás elméletét, a társadalmi kognitív elméletet és a

szimbolikus interakcionizmus elméletét. Az internetes politizálás vizsgálatakor bemutattam, miért politizálnak az emberek az interneten, hogyan jelennek meg a politikusok az online térben, és hogyan formálják az állampolgárok politikai véleményüket. Külön kitértem az e-politika kihívásaira és annak demokráciára gyakorolt hatására, valamint arra, hogy az e-politika miként segítheti elő a deliberatív demokrácia felemelkedését. Az influenszerek politikai befolyásának gyakorlati aspektusait esettanulmányokkal illusztráltam, bemutatva, hogyan válhat egy influenszer politikai tényezővé. Elemzéseket végeztem Pottyondy Edina és a fókuszcsoporth/JÓLVANEZÍGY tartalmairól, hogy feltárjam a gyakorlati megvalósulásokat. Ezen kívül vizsgáltam az influenszerek politikai szerepvállalásának lehetséges veszélyeit és aggályait is. Dolgozatomban összefoglaltam, hogy az influenszerek milyen mértékben képesek befolyásolni a politikai diskurzust és a közvéleményt, valamint milyen elméleti és gyakorlati szempontjai vannak ennek a jelenségnek. Az eredmények alapján világosan látszik, hogy az influenszerek jelentős szerepet játszanak az online politikai kommunikációban és a politikai attitűdök formálásában. Ugyanakkor számos kérdés és aggály merül fel az influenszerek politikai szerepvállalásával kapcsolatban, különösen a hitelesség és az átláthatóság tekintetében.

5.2 A kutatás korlátjai és további kérdések

A jövőben további kutatások szükségesek annak érdekében, hogy jobban megértsük az influenszerek politikai befolyását a technológiai fejlődés és a közösségi média platformok változásainak tükrében. Fontos kérdés, hogy milyen szabályozások szükségesek az influenszerek politikai tevékenységének átláthatósága és hitelessége érdekében. Emellett érdemes vizsgálni, hogy különböző kultúrákban és politikai rendszerekben miként jelenik meg az influenszerek politikai befolyása, és milyen globális trendek figyelhetők meg ezen a téren.

1. Anastasia Goodwin, Katie Joseff, Martin j. Riedl, Josephine Lukito, Samuel Woolley: Political Relational Influencers: The Mobilization of Social Media Influencers in the Political Arena. In: International Journal of Communication 17(2023)
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/18987/4070>
2. Andreu Casero-Ripollés: Introduction. Political influencers in the digital public sphere. In: Communication & Society, 2020,
https://www.researchgate.net/publication/340969010_Introduction_Political_influencers_in_the_digital_public_sphere
3. Bandura, A., & National Inst of Mental Health. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall, Inc.
4. Bátori Zsolt: Fiction, Imagination, and Cognition (Ph.D. Dissertation, Rutgers University), Ann Arbor: UMI Dissertation Publishing
5. Betts, J., & Bliuc, A.-M. (2022). The effect of influencers on societal polarization. In B. Feng, G. Pedrielli, Y. Peng, S. Shashaani, E. Song, C. G. Corlu, L. H. Lee, E. P. Chew, T. Roeder, & P.

Lendermann (Eds.), WSC'22: Proceedings of the Winter Simulation Conference
<https://doi.org/10.1109/WSC57314.2022.10015491>

6. Bokor Tamás: A médiatudatosság, mint a részvételi demokrácia előfeltétele. In : Corvinus Research Archive, 2013 [mediatudatosság_demokracia.pdf \(uni-corvinus.hu\)](#)
7. Brian McNair: An Introduction to Political Communication, Taylor and Francis, London, 2003
8. Brigitte L. Nacos: The Media and Neo-Populism: A Contemporary Comparative Analysis, (By: Gianpietro Mazzoleni, Julianne Stewart, Bruce Horsfield) Oxford University Press 2003
9. Bruce Newman: Communication of Politics - Cross-Cultural Theory Building in the Practice of Public Relations and Political Marketing, New York, 2016
10. Christina Peter, Luisa Muth: Social Media Influencers' Role in Shaping Political Opinions and Actions of Young Audiences. In: Media and communication 2023, Volume 11, issue 3
file:///C:/Users/Kulacs%20T%C3%ADmea/Downloads/Social_Media_Influencers_Role_in_Shaping_Politica.pdf
11. Christina Peter, Luisa Muth: Social Media Influencers' Role in Shaping Political Opinions and Actions of Young Audiences. In: Media and Communication, Vol 11, 2023. [\(PDF\) Social Media Influencers' Role in Shaping Political Opinions and Actions of Young Audiences \(researchgate.net\)](#)
12. Czékmann Zsolt: Az egyén és az állam kapcsolatának megváltozása az IKT hatására – az e-demokrácia fogalmi alapjai, Miskolci jogi szemle 15. évfolyam (2020) 1. különszám https://www.mjsz.uni-miskolc.hu/files/10809/7_czekmannzsolt_t%C3%B6rdelt.pdf
13. E-demokrácia az EU-ban: lehetőségek és kihívások. 2017 Európai Parlament.hu [E-demokrácia az EU-ban: lehetőségek és kihívások | Témák | Európai Parlament \(europa.eu\)](#)
14. Giovanni Sartori: Demokrácia. Osiris Kiadó, Budapest, 1999
15. Glied Viktor: A bevonás új lehetőségei a 21. században: az influencerek. In: Pólusok folyóirat, III. évf, 2. szám 2023 Pécs
16. Goda Szilárd. „Az online deliberáció lehetőségei”. Információs Társadalom X, 2. szám (2010): 72–78.
<https://dx.doi.org/10.22503/infars.X.2010.2.6>

17. Harold D. Lasswell: Politics: who gets what, when, how, Pickle Partners Publishing, 2018
18. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/apr/24/social-media-influencers-shaping-politics>
19. Kéri László: Választástól népszavazásig. Kossuth Kiadó, Budapest 2005
20. Kiss Balázs, Szabó Gabriella: Politikai kommunikáció. In: Körösenyi, András (szerk.) A magyar politikai rendszer – negyedszázad után. Budapest: Osiris Kiadó, MTA TK Politikatudományi Intézet (2015) 428 p. pp. 333-353. Paper: 14, 21 p.
21. Kovács Gábor: A politikai demokrácia sorsa az internet – galaxisban, submitted version, accepted without substantial change. In: Lányi András–László Miklós (szerk.): Se vele, se nélküle. Tanulmányok a médiáról. Budapest: Complex Kiadó, 2014, ISBN
22. Laura McKinney: Szimbolikus interakcionizmus: Blumer, Mead, Goffman, Weber szerint, Warbletoncouncil, 2021, [Szimbolikus interakcionizmus: Blumer, Mead, Goffman, Weber szerint - Tudomány - 2024 \(warbletoncouncil.org\)](https://warbletoncouncil.org)
23. Machiavelli, N. 1978. A fejedelem. Budapest: Európa, [Niccolo Machiavelli: A fejedelem \(oszk.hu\)](https://oszk.hu)
24. Magdalena Riedl, Carsten Schwemmer, Sandra Ziewiecki, Lisa. M. Ross: The Rise of Political Influencers—Perspectives on a Trend Towards Meaningful Content. In: Front. Commun. 2021, volume 6 <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fcomm.2021.752656/full>
25. Manuel Castells: The internet Galaxy. Reflections ont he Internet, Business, Society. In: Oxford University Press, Oxford 2001
26. Merkovity Norbert: Politikai kommunikáció és politikai marketing, XVII. évfolyam, 2008/4. szám, [Politikai kommunikáció és politikai marketing – Politikatudományi Szemle \(poltudszemle.hu\)](https://poltudszemle.hu)
27. Merkovity Norbert: Kommunikáció és politika: bevezetés. (2020) [Online oktatási csomag (e-learning lecke/téma)], 9. prezentáció, [komm es pol \(u-szeged.hu\)](https://u-szeged.hu)

28. Merkovity Norbert: Kommunikáció és politika: bevezetés. (2020) [Online oktatási csomag (e-learning lecke/téma)], 3. prezentáció, [komm es pol \(u-szeged.hu\)](http://komm.es.pol(u-szeged.hu))

29. Rogers, C. R., & Dymond, R. F. (Eds.). (1954). *Psychotherapy and personality change*. University of Chicago Press.
30. Shannon and Weaver's Modell. In: A Dictionary of Media and Communication. (Oxford Reference) [Shannon and Weaver's model - Oxford Reference](#)

31. Sophie Bishop: Influencer Management Tools: Algorithmic Cultures, Brand Safety and Bias. In: Social Media + Society, 7. 2021 [Influencer Management Tools: Algorithmic Cultures, Brand Safety, and Bias - Sophie Bishop, 2021 \(sagepub.com\)](#)

32. Székely Levente (2017): Digitális részvételi kultúra - aktív és csendes új generáció. In: (Szabó – Oross, szerk.) Csendesek vagy lázadók? – A hallgatók politikai orientációi Magyarországon (2011–2015). Szeged, Belvedere könyvek. Belvedere Meridionale, MTA TK PTI. 37–51. pp.

33. Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In J. T. Jost & J. Sidanius (Eds.), *Political psychology*, Psychology Press.

34. Társadalmi Konfliktusok Kutatóközpont: 12. A politikai kommunikáció [12. A politikai kommunikáció \(konfliktuskutato.hu\)](#)

35. Thurman, N. & Schifferes, S. (2012). The Future of Personalisation at News Websites: Lessons from a Longitudinal Study. *Journalism Studies*, 13(5-6), pp. 775-790.

36. Tóth Barbara: Az influencer marketing hatása a fogyasztói magatartásra az Y és a Z generáció tükrében, c. szakdolgozat. Pannon Egyetem, gazdálkodási kar, 2021 Zalaegerszeg

37. Törőcsik M. (2018) Self-marketing, [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. In: mersz.hu. https://mersz.hu/hivatkozas/dj285sm_1_p1#dj285sm_1_p1

38. Weiss János: Digitalizáció és demokrácia (ford. Szijj Ferenc) Goethe-Institut Budapest 2020 <https://www.goethe.de/ins/hu/hu/kul/sup/alg/ait/22035365.html>

