

Lokalizált gócpontok: Polgármesterek a Facebookon

Kutatási jelentés¹

Szerzők: Bene Márton, Ács Sándor Bence, Bagi Virág, Fábíán Rita Ilona, Hegyesi Edina, Karácsony Zita, Kőrössy Eszter, László Tamás, Laurincz Boglárka, Révész Dávid, Révész Rebeka, Szalóki Viktor, Szolcsányi Péter, Végh Pál Péter, Vértesi Lilla, Virág Alexandra

Bevezetés

Az utóbbi években ismét egyre nagyobb figyelem irányul a helyi politikára, különösen a polgármesterek tevékenységére. Visszatérő érv ugyanis a nyilvánosságban, hogy a polgármesterek helyi tevékenysége jelentős hatást gyakorolhat a helyben élő választók politikai viselkedésére, pártválasztására. Amellett is szólnak érvek, hogy a polgármesterek szerepét éppen a közösségi média erősítheti fel, hiszen a városvezetők ezáltal új csatornákat szereztek a választóikhoz, akiket korábban sok esetben meglehetősen nehéz volt elérniük. Feltáró jellegű kutatásunkban ezért arra vagyunk kíváncsiak, hogy a magyar városok és fővárosok kerületeinek polgármesterei hogyan használják a legnépszerűbb közösségi oldalt, a Facebookot.

A kutatásra az ELTE ÁJK Politikatudományi Intézetében egy kutatószeminárium keretében került sor. A kutatószeminárium során a hallgatók megismerkedtek a kvantitatív tartalomelemzés alapjaival, és mindeközben közösen dolgoztuk ki kutatásunk kereteit: a kutatás főbb kérdéseit, változóit, kódkönyvét, illetve adatgyűjtési- és mintavételi stratégiáját. A kidolgozott kutatási terv alapján a hallgatók rögzítették az adatokat is, az elemzéseket is ők végezték el, majd az itt közölt kutatási jelentést is közösen készítették el. Az alábbiakban e munka első eredményeit mutatjuk be.

A kutatás kiindulópontja és főbb kérdései

A közösségi média politikai szerepe és hatása élenként foglalkoztatja a nyilvánosságot az elmúlt években, és a tudományos kutatások is egyre nagyobb figyelmet fordítanak a kérdésre. A vonatkozó vizsgálatok azonban elsődlegesen nemzeti szinten kutatják a kérdést, és többek között arra fókuszálnak, hogy az országos vezető politikusok hogyan kommunikálnak

¹ A kutatás alapjául szolgáló kutatószemináriumra az ÚNKP Bolyai+ felsőoktatási fiatal oktatói, kutatói ösztöndíj (ÚNKP-20-5-ELTE-660) támogatásával került sor.

a közösségi oldalakon, és ez miként hat a választópolgárookra. Ugyanakkor e platformokon, különösen a Facebookon, a politika nem csak az országos szinten van jelen. Helyi politikusok is aktívan jelen vannak ezeken az oldalakon, és az általuk készített vagy továbbosztott tartalmak is számos felhasználóhoz eljuthatnak.

Kutatásunk kiindulópontja, hogy a helyi polgármesterek különösen fontos szerepet játszhatnak a Facebook politikai nyilvánosságában. Igaz ugyan, hogy a vezető országos politikusok nagyszámú követővel rendelkeznek, azonban nagyon sok olyan felhasználó is van, aki nem követ országos politikusokat, és próbálja kerülni a politikai tartalmakat a legnagyobb közösségi oldalon. Bár adatokkal ezzel kapcsolatban még nem rendelkezünk, de azt feltételezzük, hogy a helyi polgármesterek kivételt képezhetnek sok, a politikát egyébként kerülni próbáló felhasználó szemében. A helyi polgármesterek ugyanis nem csak politikusokként jelennek meg ezen felhasználók számára, hanem a helyi történésekkel és eseményekkel kapcsolatos központi információforrásokként, akiket nem feltétlenül a politikai szimpátia miatt, hanem azért érdemes követni, mert rajtuk keresztül lehet értesülni számos, a helyben élő emberek mindennapi életét közvetlenül érintő, és más forrásból nehezebben elérhető információról.

A polgármesterek tehát e kiemelt szerepüknek köszönhetően fontos összekötő szerepet játszhatnak az országos politika és a helyi választók között. Helyi információs funkciójukkal együtt ugyanis akár országos relevanciájú politikai tartalmakat is eljuttathatnak az őket helyi tájékozódási célból követő választóikhoz.

A közösségi média politikai szerepével foglalkozó kutatások azonban ezidáig nagyrészt figyelmen kívül hagyták a polgármesterek kommunikációját. Feltáró jellegű kutatásunkban ezért ezt a hiányosságot szeretnénk pótolni, és megvizsgáljuk, hogy hogyan is kommunikálnak a települések vezetői a Facebookon. Bár a polgármesterek kommunikációját számos aspektusból megpróbáljuk lefedni, főbb kutatási kérdéseinket a fentiekben megfogalmazott elméleti előfeltevések motiválják.

1. Milyen mértékben folytatnak a polgármesterek önálló, saját tartalmakra vagy véleményekre támaszkodó kommunikációt?
2. A polgármesterek kommunikációja milyen mértékben koncentrál a helyi és az országos szintre?
3. Milyen témákra fókuszál a polgármesterek kommunikációja?
4. Az országos politikai témák, viták, és szereplők milyen mértékben jelennek meg a polgármesterek kommunikációjában?
5. Milyen eltérések és hasonlóságok vannak a polgármesterek között?

E főbb kérdések megválaszolásával képet kapunk a polgármesterek helyi információs funkciójáról és arról, hogy az országos politika milyen mértékben és hogyan „szivárog le” rajtuk keresztül a választókhöz. Ugyanakkor vizsgálatunk nem csak e központi kérdésekre keresi a választ: részleteiben vizsgáljuk a településvezetők Facebook-kommunikációjának formai, tartalmi és stilisztikai jellegzetességeit, és az ezekben megmutatkozó eltéréseket.

Módszer

A polgármesterek kommunikációjának feltérképezéséhez kvantitatív tartalomelemzést végeztünk. A mintába összesen 99 polgármester 2968 posztja került. A polgármesterek szintjén rétegzett mintavételt alkalmaztunk, hiszen az egyszerű véletlen mintavétel minden bizonnyal egy elsősorban kis településekből álló mintát eredményezett volna. A 23 budapesti kerület², illetve 23 megyei jogú város polgármestere automatikusan bekerült a mintába, a nem megyei jogú városok közül pedig egy 54 településből álló véletlen mintát vettünk. Ha egy kiválasztott város polgármestere nem rendelkezett nyilvános Facebook-oldallal, vagy nem volt aktív a kijelölt időszakban, akkor újabb települést választottunk a mintából, és ezt addig folytattuk, amíg ki nem töltöttük az 54 elemű mintát. Eredeti terveink szerint a mintába községi polgármesterek is bekerültek volna, de e településtípus esetében elvétve találtunk Facebook-oldallal rendelkező polgármestert. Ily módon a mintába bevont polgármesterek csak egy nagyon szűk kisebbséget képviseltek volna, ezért úgy döntöttünk, hogy a mintát a városi polgármesterekre korlátozzuk.

A mintavételi időszakunk 2020.01.01-től 2020.06.30-ig terjedt. Azért esett erre az időszakra a választásunk, mert szeretnénk volna a pandémián kívül eső időszakról is képet képet kapni, viszont a 2019-es őszi önkormányzati választások után pozíciójukba már többé-kevésbé berendezkedett polgármestereket kívántunk megfigyelni. Kissé leegyszerűsítve ez az időszak három részre osztható. Az első két hónap (január, február) a pandémia előtti időszaknak tekinthető, míg a második két hónap (március, április) egyértelműen a válság első hullámát fedi le. Május elejétől elindult a nyitás, ezért május és június tekinthető egyfajta válság utáni vagy kilábalási időszaknak. A polgármesterek e féléves időszakban közzétett összes posztját letöltöttük a Facepager alkalmazás segítségével, majd egyszerű véletlen mintavétellel minden politikustól 30-30 posztot választottunk ki. Adattisztítás után két posztot

² Egy polgármester, Pokorni Zoltán (BP 12. kerület) nem rendelkezett oldallal.

nem tudunk pótolni, mert az érintett polgármestereknek nem volt több közzétett posztja az időszakban, így alakult ki a végső 2968 posztot tartalmazó adatbázis.

A változók között első körben néhány oldalszintű változót gyűjtöttünk ki, így rögzítettük az adott polgármester települését, településtípusát, jelölőpártját, születési évét, nemét, követői számát és az időszakban közzétett posztjai számát. A jelölőszervezeteket külön átvizsgáltuk, és ahol az adott polgármestert a kormánypártok támogatták, akkor kormánypártiként, ha az ellenzéki pártok valamelyike, akkor ellenzékiként jelöltük, az ezekbe a kategóriákba be nem sorolható városvezetőket pedig függetlenként kódoltuk.

A tartalmi változókra rátérve, első körben a formai elemeket rögzítettük: tartalmaz-e az adott poszt szöveget, vizuális elemet, annak típusát, illetve a posztban megjelenő emoji számát. Azt is rögzítettük, hogy az adott poszt a polgármester saját tartalma, megosztott tartalom saját véleménynyel, vagy csak szubsztantív kommentár nélkül továbbosztott tartalom. A megosztott tartalmak esetében a megosztott forrást is kategorizáltuk, így rögzítettük, hogy a tartalom helyi vagy országos híroldalról, saját vagy más párt oldaláról, más politikus oldaláról, kormányzati vagy a település központi oldaláról származik, vagy esetleg más felhasználó posztja került továbbosztásra.

Rögzítettük, hogy milyen szereplők jelennek meg a posztban, így a polgármester saját személye mellett, helyi támogató, helyi ellenző, országos politikus, országos ismert ember, családtag, állat, étel/ital és egyéb személy is kategorizálható volt. Külön változóknak vizsgáltuk, hogy helyi és/vagy országos fókusz jellemzi-e a posztot, illetve azt is rögzítettük, hogy bármelyik országos párt neve vagy szimbóluma megjelenik-e a közzétett tartalomban.

A poszt témája kapcsán megkülönböztettük a személyes, a pártpolitikai, az ünnepi, a Covid-hoz kapcsolódó, a közérdekű, a helyi fejlesztésekkel foglalkozó, illetve a sportra fókuszáló tartalmakat. Rögzítettük ezen kívül, ha az országos politika ideológiai küzdelmeinek homlokterében álló témák megjelentek a posztokban, így a családra mint értékre, a határon túli magyarokra, a nemzeti identitásra, a környezetvédelemre, az EU/Nyugat pozitív példaként említésére, a migrációra vagy éppen az LMBTQ-ra való hivatkozásokat.

A posztok stílusa kapcsán a trágárságra vagy bármilyen kisebbségre tett dehonesztáló megjegyzésekre figyeltünk, de rögzítettük a posztok érzelmi karakterét (pozitív vagy negatív elemek megjelenése a posztokban) és a posztban megjelenő megszólítás módját (szerepel a posztban magázódás vagy tegeződés). Végezetül a polgármesterek reszponzivitását is vizsgáltuk: magas fokú reszponzivitásnak vettük, ha a polgármester 3-nál több kommentre vagy kevesebb komment esetében az összes kommentre válaszol, alacsony fokú reszponzivitásként lett kódolva, ha legalább 1, de maximum 3 kommentre érkezik válasz,

reszponzivitás hiányát rögzítettük, ha vannak látogatói kommentek, de ezekre nem reagál a polgármester, illetve a kommentek hiánya is külön kategóriaként jelent meg.

Az adatok kódolását a kutatásban résztvevő hallgatók végezték, a kódolás megbízhatóságát pedig megbízhatósági tesztekkel ellenőriztük. Két kappa-alapú tesztet vettünk figyelembe, melyek lényege, hogy nem csak a kódolók közötti egyezés mértékét nézi, hanem a véletlen egyezés esélyét is kiszűri. A Krippendorff's alpha a leggyakrabban használt mérőszám, ez azonban aránytalanul szigorú a nagyon egyenetlen változóknál, ahol egyes értékek sokkal gyakrabban jelennek meg, mint más értékek. Az ilyen jellegű változóknál ezért Brennan-Prediger koefficiensét vettük figyelembe. Első körben 100 véletlenül kiválasztott poszton vizsgáltuk a megbízhatósági szinteket. Bár a változók többségét már ekkor is sikerült megfelelő megbízhatósági szinten kódolni (0,7 feletti Krippendorff's alpha vagy Brennan-Prediger értékek), néhány változónál gondot jelentett, hogy a ritka előfordulás miatt alig jelentek meg a véletlen mintában. Ezért a kódolási folyamat végeztével újabb 103 poszton megismételtük a tesztet, ekkor azonban már a kész adatbázisból tudatosan úgy válogattunk össze posztokat, hogy abban e ritka kategóriák is megfelelő elemszámmal legyenek képviselve, így ezek kódolási megbízhatóságáról is képet kaphattunk. Ezenkívül volt néhány olyan kategória, amelyet az első körben nem sikerült megfelelő megbízhatósági szinten mérni, de elméleti jelentőségük miatt elhagyni sem akartuk őket, ezért ezek jelentését újra átbeszéltük, és szükség esetén módosítottunk is e változók leírásán. Az utólagosan elvégzett tesztben ezek megbízhatóságát is újra teszteltük. Több, az első tesztben nem sikeresen mért változónk megbízhatósága jelentősen javult ily módon, ezért a legtöbb itt tárgyalt változó a sok kódoló ellenére is magas megbízhatósági szinten (0,7 feletti Krippendorff's alpha vagy Brennan-Prediger értékek) lett mérve. Azoknál a változóknál, ahol a teszt a kívánatosnál alacsonyabb értéket mutatott, a vonatkozó elemzésnél ezt külön jelezzük.

Eredmények

Formai elemek

(Ács Sándor Bence, Fábíán Rita Ilona, László Tamás, Szalóki Viktor, Szolcsányi Péter)

Általánosságban elmondható, hogy az általunk vizsgált időszakban a polgármesterek közzétett bejegyzéseinek több mint 90 százalékához valamilyen szöveget is írtak. A vizsgált posztok csupán 10 százalékánál azonosítottunk olyan esetet, amelyben nem volt semmilyen

szöveg. Szöveges posztokat legnagyobb arányban a budapesti kerületek polgármesterei (97%), legkisebb arányban pedig a városi polgármesterek (86%) használtak, a megyei jogú városok vezetői pedig a posztok 94 százalékában tettek közzé szöveget. Arra a következtetésre jutottunk tehát, hogy a polgármesterek Facebook kommunikációjában központi elemet játszik a bejegyzés szövege, függetlenül attól, hogy szerepel-e mellette más vizuális, vagy megosztott tartalom.

Megvizsgáltuk azt is, hogy milyen viszonyban állnak egymással a szövegek és a vizuális tartalmak (1. táblázat). Ez az alábbi táblázatban jelenik meg, amiből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a posztok többségében egyszerre jelenik meg vizuális tartalom és szöveg is. Az is látszik, igazolva a fentebbi állítást, hogy a szöveg a központibb része a posztoknak: míg a posztok 18 százalékában nincs vizuális tartalom, szöveg nélküli poszt csak 10 százalékban fordul elő.

1. táblázat. Szöveges és vizuális elemek a polgármesterek posztjaiban

		Tartalmaz-e vizuális elemet a poszt?		N
Tartalmaz-e szöveget a poszt?		Nem	Igen	
	Nem	1,9%	7,9%	289
	Igen	16,2%	74,1%	2679
N		536	2432	2968

A vizuális tartalmak kapcsán összesen 9 vizuális elem meglétét elemeztük (fénykép, videó, kép szöveggel, képernyőfotó, kampány flyer, szöveg képként, gif, boomerang illetve montázs). A leggyakrabban használt vizuális elem a fénykép volt, azoknak a bejegyzéseknek, ahol megjelent valamilyen formában egy vizuális elem, több mint a fele fénykép volt (52%). Nagyobb számban találkoztunk még videókkal (17%), illetve szöveggel ellátott képekkel (21%). A szövegek képként való használata is kiemelendő (7%), azonban kampány flyer, gif, boomerang és montázs csak nagyon elenyésző számban jelent meg. A polgármesterek tehát nagy arányban használnak a bejegyzéseikben vizuális elemeket, azonban ezek elsősorban a fényképekre, valamint a videókra és a képek szöveggel való megjelenítésére koncentrálnak.

A kommunikáció személyesebbé tételében nagy szerepet játszanak az emoji-k. Összességében azt láthatjuk, hogy a polgármesterek a bejegyzéseik többségében egyáltalán

nem használnak semmilyen emoji-t (78%). A budapesti kerületek és a megyei jogú városok (67%) vezetőinek oldalain ritkább az emoji-t nem tartalmazó poszt (BP – 68%, MJV – 67%), a városok polgármesterei azonban mindössze a posztjaik 13 százalékába raknak hangulatjeleket. Ha azonban azokat a posztokat vizsgáljuk, ahol megjelennek emoji-k, ott is azt állapíthatjuk meg, hogy a bejegyzések valamivel több, mint felében (51%) ez maximum két hangulatjelig terjed. Vannak kiugró esteink is, amikor egy-egy bejegyzésben nagyobb számú emoji szerepel, ezeknek az aránya azonban nagyon alacsony. Amennyiben azt vizsgáljuk, hogy a polgármesterek életkora befolyással van-e a posztokban megjelenő emoji-k számára, akkor csak nagyon gyenge, és marginálisan szignifikáns kapcsolatot találunk (Spearman-korreláció = -0.04 , $p < 0.1$), mely szerint a fiatalabb polgármesterek valamivel aktívabbak ezen a téren.

A formai elemeknél végezetül azt néztük meg, hogy polgármesterek a bejegyzéseik során saját tartalmakat tesznek-e közzé, vagy inkább megosztott tartalmakra támaszkodnak. A polgármesterek bejegyzéseinek 65 százaléka saját maguk által gyártott tartalom. A megosztott tartalmak között azonban többségben vannak azok, amelyeket saját vélemény nélkül osztottak meg (21%, saját véleménnyel együtt: 14%). Ebből arra következtethetünk, hogy egy polgármester elsősorban saját tartalmával kíván szólni a követőihez, és csak ritka alkalmakkor oszt meg más tartalmakat. Ennek egyrészt lehet az is a magyarázata, hogy a polgármesterek közvetlen információforrásként kívánnak fellépni, de az is előfordulhat, hogy az intenzívebb tartalomlétrehozó aktivitásukat az indokolja, hogy a saját bejegyzések sokkal nagyobb elérést tudnak produkálni a Facebook algoritmusa alapján, mint a megosztott tartalmak. Saját tartalmak leginkább a megyei jogú városok polgármestereire (74%) jellemzőek, a budapesti kerületek polgármesterei pedig a 66 százaléknál saját tartalom mellett erőteljesebben támaszkodnak a saját véleménnyel kiegészített megosztott tartalmakra (22%, vélemény nélkül 12%). A legkevésbé egyedi kommunikációt a városok polgármesterei folytatnak, itt a 61 százaléknál saját tartalom mellett a posztok több mint negyede (29%) saját vélemény nélküli továbbosztás.

Párthovatartozás alapján vizsgálva azt látjuk, hogy a független polgármesterek nagyobb arányban posztolnak saját tartalmat, mint a pártos politikusok, viszont megosztott tartalmaikhoz ritkábban írnak saját véleményt (2. táblázat). Ennek oka valószínűleg az, hogy a pártok saját oldalai, valamint a párthoz tartozó más politikusok bejegyzései szolgálhatnak többlet forrásként, míg a függetlenek ezzel nem rendelkeznek, így kevesebb megosztási opciójuk van. Szintén lehetséges, hogy függetlenként saját véleményének demonstrálása nagyobb jelentőséggel bír, mint a pártok által támogatott polgármestereknek. Az is

szembetűnő, hogy az ellenzéki polgármesterek gyakrabban látják el a megosztott tartalmakat a saját véleményükkel, mint a kormánypárti városvezetők.

2. táblázat. A poszt szerzőinek megoszlása politikai hovatartozás szerint

	Kormánypárti	Ellenzéki	Független
Saját tartalom	65%	62%	70%
Megosztott tartalom	22%	18%	25%
Megosztott tartalom saját véleménnyel	13%	20%	5%
N	1590	840	538

Szignifikancia (chi-négyzet teszt): $p < 0,001$

A posztolás gyakoriságával összefüggésben is vizsgáltuk a posztok szerzőjét (3. táblázat). Az összességében ritkábban posztoló polgármestereknek arányaiban több saját tartalma van, mint a gyakrabban posztolóknak. Ennek oka lehet, hogy az általánosan gyakori posztolást könnyebb fenntartani megosztott tartalommal, mint saját tartalommal. Az, hogy a vizsgált időszakban 430-nál kevesebb posztot közzétevő polgármesterek esetében nincs kiugró csökkenés a saját tartalmak arányában azt is sugallja, hogy a legtöbb polgármester nem saját posztok helyett folyamodik megosztáshoz, hanem azokat kiegészíti velük. Minél kevesebbet posztol az adott polgármester, annál valószínűbb, hogy a megosztásaihoz nem ír saját véleményt. Ez lehet annak a jele, hogy a megosztásokat nem tekinti olyan fontos eszköznek, mint a saját tartalmat, ezért azokba nem fektet ugyanannyi energiát.

3. táblázat. A bejegyzés szerzőjének megoszlása a polgármester posztjainak száma szerint

	<130	131-230	231-330	331-430	>431
Saját tartalom	69%	67%	59%	62%	37%
Megosztott tartalom	22%	18%	29%	14%	25%
Megosztott tartalom saját kommentárral	9%	15%	12%	24%	38%

N 1048 1200 480 120 120

Szignifikancia (chi-négyzet teszt): $p < 0,001$

A megosztott tartalmak forrása kapcsán 9 különböző változót azonosítottunk az elemzés során (helyi híroldal, országos híroldal, saját párt, más párt, más politikus, kormányzati oldal, település központi oldala, más felhasználó posztja és egyéb forrás) A megosztások tekintetében az mondható el, hogy a polgármesterek a megosztásnál leggyakrabban helyi fókuszú oldalakról vesznek át bejegyzéseket. Azoknál a bejegyzéseknél, ahol megosztott tartalom van, több mint a fele vagy helyi híroldalról (24%), vagy a település központi oldaláról (29%) származik. Az országos politika tehát a megosztásokon keresztül kevésbé szivárog le helyi szintre, országos híroldalakat csak a megosztások 8%-ában, saját párt tartalmait pedig a 7 százalékában találunk – e két kategória az összes posztnek mindössze 5 százalékát teszi ki. A többi kategória nagyjából egyenletesen oszlik el, azonban az is kijelenthető, hogy a polgármesterek más pártok bejegyzéseit szinte egyáltalán nem osztják meg.

A megosztott tartalom típusainak pártok szerinti vizsgálatakor megfigyelhető néhány érdekes mintázat (4. táblázat). Az ellenzéki polgármesterek osztják meg leginkább az országos híroldalak bejegyzéseit, míg kormányzati oldalról általában nem osztanak tovább tartalmakat. A kormánypártiak osztanak meg legtöbbször posztokat saját pártjuk oldaláról. A pártokhoz kötődő politikusok oldalain tehát, bár eltérő módon, de az országos politika erősebben megjelenik a megosztásokon keresztül. A függetlenek osztják meg legritkábban más politikusok vagy országos híroldalak bejegyzéseit, itt tehát még erősebben a helyi szintre fókuszálnak a megosztások.

4. táblázat. A megosztott tartalmak típusa politikai hovatartozás szerint

	Kormánypárti	Ellenzéki	Független	Teljes minta
Helyi híroldal	22%	25%	26%	24%
Országos híroldal	5%	18%	1%	8%
Saját párt	11%	3%	0%	7%
Más párt	0%	0%	0%	0,1%
Más politikus	10%	7%	1%	8%

Kormányzati oldal	6%	0%	6%	4%
Település központi oldala	27%	31%	35%	29%
Más felhasználó posztja	5%	3%	10%	5%
Egyéb	14%	13%	21%	15%
N	1590	840	538	2968

Szignifikancia (chi-négyzet teszt): $p < 0,001$

Szereplők

(Kőrössi Eszter, Végh Pál Péter és Virág Alexandra)

A leíró elemzésünk során azt vizsgáltuk meg, milyen arányban jelennek meg a különböző szereplőtípusok a polgármesterek posztjaiban. A vizsgált szereplőtípusok nem zárták ki egymást, akár mind a 9 kategória előfordulhatott volna egy adott bejegyzésen belül is.

A polgármesterek bejegyzéseinek több mint harmadában (38%) semmilyen vizsgált szereplőtípust nem azonosítottunk a kódolás során. Legnagyobb arányban mindhárom településtípus esetében a polgármester mint szereplő jelenik meg (5. táblázat). Ez az eredmény természetesen várható volt, ugyanakkor azt is fontos látni, hogy a közzétett posztok többségében nem jelenik meg a városvezető személye. A legnagyobb arányban a megyei jogú városok (46%), a legkisebb arányban pedig a budapesti kerületek (34%) vezetői jelentették meg magukat posztjaikban.

5. táblázat. A posztokban megjelenő szereplők településtípus szerint

	Budapesti kerület	Megyei jogú város	Város
Polgármester	34%	46%	37%
Helyi támogató	11%	10%	10%
Helyi ellenző	3%	1%	2%
Országos politikus	9%	10%	8%
Országosan ismert ember	4%	3%	2%

Családtag	1%	0%	1%
Állat	1%	1%	1%
Étel/ital	2%	1%	2%
Egyéb személy	28%	31%	33%
N	660	690	1618

A bejegyzésekben a második leggyakrabban előforduló szereplőtípus az „egyéb személy” kategóriája volt, mindegyik településtípuson a posztok csaknem harmadában feltűnnek ilyen szereplők, akik az esetek többségében civil állampolgárok. Ezután a két kategória után már jelentősen kisebb arányban találkozhatunk a fennmaradó szereplőtípusokkal: helyi támogatók – a polgármesterrel szimpatizáló vagy saját politikai oldalához tartozó helyi személyek – minden tizedik posztban jelennek meg mindegyik településtípus esetében. Országos politikusok (például a miniszterelnök vagy az országgyűlési képviselők) is nagyon hasonló arányban, bár valamivel kevesebbszer jelentek meg mindegyik településtípuson, mint az előbbi kategória szereplői.

Országosan ismert nem politikus szereplők jelenléte a polgármesterek posztjaiban nem volt számottevő, gyakran ismert zenészek vagy sportolók kerültek ebbe a kategóriába. A következő leggyakrabban előforduló szereplőnek a helyi ellenző – a polgármester ellenzőihez vagy bírálóihoz tartozó helyi személy – kategóriája tekinthető, de itt már valóban nagyon alacsony előfordulási arányokat láthatunk. Családtagok, állatok, étel vagy ital elvétele fordulnak elő a posztokban, ami azt mutatja, hogy a polgármesterek kevésbé állítják előtérbe politikán kívüli életüket.

Összességében megállapítható, hogy a településtípus szerint csekély az eltérés a polgármesterek között, a posztok általában a saját személyükre, vagy egyéb ismeretlen nem politikai szereplőkre fókuszálnak. A járvány teremtette új helyzet miatt várható lett volna, hogy a polgármester személyes életéhez kötődő szereplők, így a családtagok, állatok vagy éppen ételek/italok gyakrabban felbukkannak a bejegyzésekben, de az otthon töltött többlet idő ellenére sem váltak jellemzővé ezek. Az utóbbi 3 kategória alacsony előfordulása miatt a magyarázó elemzés során ezek szorosabb vizsgálatától eltekintettünk.

Előfeltevésünk szerint elképzelhető, hogy a polgármester neve hatással lehet arra, hogy akár maga a polgármester, vagy egyéb más szereplő típus milyen gyakran fordul elő a polgármesterek posztjaiban. A 6. táblázat adatait nézve jól látható, hogy mindössze egy szereplő típus esetén szignifikáns a különbség a szereplő típus posztokban való előfordulása és a posztot közzé tevő polgármester neve esetében, tehát nagyon markáns különbség a

polgármesterek neme szerint szinte egyik kategóriában sem volt. A legnagyobb különbség az egyéb személy kategóriánál fedezhető fel, ahol női polgármesterek esetében a posztok 36 százalékában, míg férfi polgármesterek esetében a posztok 31 százalékában lett megjelenítve valamilyen egyéb konkrét személy. Fontos megjegyezni, hogy a női polgármesterek összességében a teljes mintát tekintve jóval kevesebben voltak férfi társaiknál, így összes posztszámuk is jóval férfi kollégáiké alatt maradt, tehát a lenti arányszámok kontextusát részben ez is árnyalja. Összességében tehát nem szerinti eltérések ezen a téren nem figyelhetők meg a polgármester kommunikációjában.

6. táblázat. A posztokban megjelenő szereplők a polgármesterek neme szerint

	női polgármester	férfi polgármester	szignifikancia
Polgármester	35%	39%	$p > 0,1$
Helyi támogató	9%	10%	$p > 0,1$
Helyi ellenző	3%	2%	$p > 0,1$
Országos politikus	10%	8%	$p > 0,1$
Országosan ismert ember	2%	3%	$p > 0,1$
Egyéb személy	36%	31%	$p < 0,05$
N	330	2638	

A kor szerinti eltérések vizsgálatához a polgármestereket két korosztályra bontottuk az adatok könnyebb értelmezése érdekében: 50 év alattiakra és 50 év felettiekre. A kor vizsgálatát a megjelenő szereplőtípusokkal összefüggésben azért tartottuk relevánsnak, mert azt vártuk, az idősebb korosztályba tartozó településvezetők valószínűleg gyakrabban jelennek meg saját posztjaikban, a fiatalabb társaik pedig nagyobb gyakorisággal tesznek közzé olyan tartalmakat, amelyben más szereplők is megjelennek. A legtöbb szereplőkategóriánál azonban nincs szignifikáns különbség az 50 év alatti és 50 év feletti polgármesterek között, az egyetlen szignifikáns eltérés a helyi támogatókkal kapcsolatban mutatkozik, akik a fiatalabb polgármesterek posztjaiban valamivel nagyobb arányban jelennek meg (7. táblázat). A két korosztályra bontott eredmények végső soron azt mutatják, hogy a legtöbb szereplőtípus esetében nem függ azok megjelenésének valószínűsége az adott polgármester korától.

7. táblázat. A posztokban megjelenő szereplők a polgármesterek kora szerint

	50 év alatti polgármester	50 év feletti polgármester	szignifikancia
Polgármester	42%	38%	$p < 0,1$
Helyi támogató	13%	9%	$p < 0,05$
Helyi ellenző	2%	2%	$p > 0,1$
Országos politikus	8%	9%	$p > 0,1$
Országosan ismert ember	3%	3%	$p > 0,1$
Egyéb személy	34%	32%	$p > 0,1$
N	780	1139	

Tartalom

(Bagi Virág, Hegyesi Edina, Karácson Zita)

A posztok fókuszát vizsgálva egyértelműen látszik, hogy a polgármesterek minden településen elsődlegesen helyi témákra fókuszálnak, ugyanakkor nem elhanyagolható mértékben helyet adnak országos ügyeknek is. Fontos azonban jeleznünk, hogy az adatgyűjtés során sok esetben gondot okozott annak megállapítása, hogy szerepel-e helyi vagy országos elem a posztban: ezt mutatja a viszonylag alacsony Krippendorff's alpha érték a két változónál (helyi szint – 0,65; országos szint 0.58).

Mindazonáltal, településtípusok között lényegi különbség ezen a téren nem érhető tetten (8. táblázat). A párthovatartozás sem játszik jelentős szerepet, a helyi fókusz kapcsán nem találtunk szignifikáns különbséget politikai színezet szerint, az országos fókusz esetében pedig bár szignifikáns ($p < 0,01$), de nagyon gyenge az összefüggés (Cramer's $V = 0,06$), és csak annak köszönhető, hogy a független polgármesterek nagyobb mértékben tartózkodnak az országos témáktól (13%)

8. táblázat. A posztok fókusza településtípus szerint

	Budapesti kerület	Megyei jogú város	Város
Helyi fókuszú tartalom	81%	86%	80%
Országos fókuszú tartalom	18%	13%	18%
N	660	690	1618

Az országos politika jelenléte kapcsán azt is vizsgáltuk, hogy az országos pártok milyen mértékben jelennek meg a polgármesterek posztjaiban (9. táblázat). Az eredmények szerint erre csak elvétve kerül sor mind a kormánypárti, mind az ellenzéki polgármestereknél, a független polgármestereknél pedig nem is osztottak meg olyan tartalmat, amelyben valamely országos párt megjelent volna. A polgármesterek Facebook-kommunikációjában az országos pártpolitika szinte láthatatlan marad, függetlenül attól, hogy melyik politikai erőhöz kötődik az adott városvezető.

9. táblázat. Pártok megjelenése a posztban politikai hovatartozás szerint

	Kormánypárti	Ellenzéki	Független
Nem jelenik meg	98%	93%	99,8%
Kormánypárt jelenik meg a posztban	2%	4%	0,2%
Ellenzéki párt jelenik meg a posztban	0%	3%	0%
N	1590	840	538

Szignifikancia: $p < 0,001$

Az országos tartalmak helyi jelenléténél az is fontos kérdés, hogy ezek mennyiben az adott polgármester tolmácsolásában jelennek meg a követők falán. Ezért azt is megvizsgáltuk, hogy milyen kapcsolat van a poszt fókuszja és a forrása között. A változók közötti kapcsolat mind a két elemzés esetében (helyi/országos) szignifikáns ($p < 0,001$). A változók közötti kapcsolat azonban mindkét esetben gyenge (Cramer's V értéke 0,13 a helyi, és 0,19 az országos elemnél) összefüggést mutat. Az eredmények azt mutatják, hogy a polgármesterek helyi szinten jóval nagyobb arányban támaszkodnak saját tartalmakra. Azonban országos fókuszú posztjaik kétharmada is a városvezető tolmácsolásában kerül a követők elé, 45 százalékban kifejezetten saját tartalomról is van szó, de a megosztott tartalmak egy jelentős része kapcsán is kifejtik saját véleményüket.

10. táblázat. A poszt szerzője és a poszt fókuszja közötti kapcsolat

	Helyi fókuszú tartalom	Országos fókuszú tartalom
PM Saját tartalma	68%	45%

Megosztott tartalom	19%	33%
Megosztott tartalom a PM saját véleményével	13%	22%
N	2422	504

Ezt követően a posztok témáit vizsgáljuk meg. Minden településtípusnál a legnépszerűbb tartalmak a közérdekű információk, illetve jelen helyzetben a Covid-dal kapcsolatos tartalmak: mindkét téma nagyjából a posztok harmadában jelenik meg mindegyik településtípusnál (11. táblázat). Fontos azonban jelezni, hogy a közérdekű információk kódolása okozta a legnagyobb gondot a gyakorlatban, hiszen mindkét tesztelés során meglehetősen alacsony kódolók közötti megbízhatósági érték jött ki (Krippendorff's alpha [1. teszt] = 0,43; Krippendorff's alpha [2. teszt] = 0,36).

A közérdekű tartalmak különösen népszerűek a városokban, ahol az összes poszt 40 százaléka ad ilyen jellegű tájékoztatást. A koronavírussal kapcsolatban természetesen az utóbbi időszakban minden polgármester sűrűn nyilvánult meg, így majdnem egyenlő arányban tették ezt településtípustól függetlenül. Szintén népszerű témák a különböző ünnepi események, illetve a helyi fejlesztésekkel foglalkozó posztok. Pártpolitikai témák meglehetősen ritkák, hasonló arányban jelennek meg, mint a sport. Szintén elhanyagolható a személyes jellegű tartalom, a polgármesterek egyik településtípusnál sem állítják előtérbe saját politikán kívüli életüket. Összességében a témák tekintetében a településtípusok közötti különbségek elhanyagolhatóak, a tartalmak mindenhol láthatóan a helyi aktualításokra, információkra, Covid-helyzetre, ünnepekre és fejlesztésekre fókuszálnak túlnyomórészt.

11. táblázat. A poszt témája településtípus szerint

	Budapesti kerület	Megyei jogú város	Város
Személyes témájú poszt	3%	3%	2%
Párttal kapcsolatos poszt	5%	6%	3%
Ünnepi témájú poszt	14%	19%	18%
Covid témájú poszt	39%	32%	32%
Közérdekű témájú poszt	35%	34%	40%
Helyi fejlesztéssel kapcsolatos poszt	11%	14%	12%
Sport témájú poszt	3%	6%	2%

Párhovatarozás alapján a személyes, a párttal kapcsolatos, a közérdekű és a sporttal összefüggésbe hozható témákról posztolás eseteiben beszélhetünk szignifikáns különbségekről ($p < 0,05$). Az ünnepek, a Covid, és a helyi fejlesztések népszerű témái nagyon hasonló mértékben vannak jelen a különböző pártszínezetű polgármesterek kommunikációjában. Markáns eltérésekről a többi téma kapcsán sem beszélhetünk. A közérdekű tájékoztatásban a független polgármesterek aktívabbak valamivel, az ő posztjaik közel 45 százaléka szól közérdekű információk megosztásáról, míg az ellenzéki és kormánypárti városvezetők hasonlóan, posztjaik nagyjából egyharmadában végzik ezt a tevékenységet. Az ellenzéki polgármesterekre jellemzőbb, hogy pártot érintő témában nyilatkoznak meg. Személyes témákról az ellenzéki és a független polgármesterek hasonlóan alacsony mértékben szoktak posztolni (4% körül), de a kormánypártiak még ennél is ritkábban (2%). A sportot inkább a pártos polgármesterek érintik, a függetlenek ezen a téren kevésbé aktívak.

12. táblázat. A poszt témája politikai hovatartozás szerint

	Kormánypárti	Ellenzéki	Független
Személyes témájú poszt	2%	4%	4%
Párttal kapcsolatos poszt	3%	8%	1%
Ünnepi témájú poszt	18%	15%	18%
Covid témájú poszt	34%	34%	30%
Közérdekű témájú poszt	36%	37%	44%
Helyi fejlesztéssel kapcsolatos poszt	13%	10%	12%
Sport témájú poszt	4%	3%	1%

Szignifikancia (chi-négyzet teszt): $p < 0,05$

A mai magyar politika egyre megosztóbbá válik, az országos politikusok gyakran fókuszálnak a társadalmat megosztó és/vagy erősen értékterhelt témákra. Fontos megnézni, hogy ezek a témák a polgármesterek kommunikációjába is “leszivárognak”-e, vagy épp ellenkezőleg, helyi vezetői szerepükben kerülnek a politikailag megosztó ügyeket. A vizsgált megosztó/érték kérdések elvétele jelentek meg a polgármesterek kommunikációjában, így nem mondható, hogy a helyi politikát a polgármesterek közvetítésén keresztül meghatároznák ezek az ügyek. A leggyakrabban megjelenő ilyen téma a környezetvédelem volt, amely a posztok 2

százalékában bukkant fel, a nemzeti identitás mint érték valamivel ritkábban, de hasonló arányban jelent meg, a határon túli magyarok, a család mint érték, a Nyugat mint érték, a migráció és az LMBTQ/gender ügy a posztok kevesebb mint 0,5 százalékában került elő. A párthovatartozás és e témák között nem találtunk szignifikáns kapcsolatot, mindegyik politikai oldalon elhanyagolható ezeknek az ügyeknek a jelenléte.

Stílus

(Laurincz Boglárka, Révész Dávid, Révész Rebeka, Vértesi Lilla)

Az utolsó elemzési fejezetben a polgármesterek posztjainak stílusát elemezzük. Ennek keretében megvizsgáljuk, hogy a polgármesterek posztjaira mennyire jellemző a trágárság, valamint a kisebbségek negatív kontextusban való említése. Emellett kitérünk arra, hogy a posztok milyen mértékben hordoznak pozitív vagy negatív töltetet, azaz mennyiben célja a polgármestereknek az ellentétek kiélezése, vagy inkább a békés Facebook használatra töreksenek. Ezeken felül fontos megnézni, hogy a polgármesterek milyen mértékben használnak tegeződést, vagy magázódást, mely alapján képet kaphatunk arról is, hogy a polgármesterek Facebook-kommunikációja egy közvetlenebb kapcsolattartásra szolgál a követőkkel, vagy egy hivatalosabb, kötöttebb tájékoztatás inkább a cél. Végezetül pedig rávilágítunk a polgármesterek reszponzivitására is, azaz hogy a polgármesterek mennyire tartják aktívan a kapcsolatot a követőkkel, a hozzászólásokra, kérdésekre, kommentben érkező felvetésekre milyen mértékben válaszolnak.

Várakozásainkkal összhangban trágárság elvétve jelent meg a polgármesterek kommunikációjában, hiszen a vizsgált posztok csupán 0,1 százalékában fordult elő trágár kifejezés, ami a mintánkban összesen két elemet jelent. A kisebbségek negatív kontextusban való feltüntetése szintén elenyésző volt, a posztok csupán 0,7 százalékában fordul ez elő, de e posztok is egyetlen polgármesterhez köthetőek.

Ezt követően azt vizsgáljuk, hogy a polgármesterek milyen gyakran posztolnak pozitív vagy negatív hangvételű posztokat. Itt is jeleznünk kell azonban, hogy a kódolás megbízhatósága korántsem tökéletes. A második körben külön változóként mértük a pozitív és negatív elemek jelenlétét, és különösen a pozitív érzelmek dekódolása jelentett gondot (Krippendorff's $\alpha = 0,53$, negatív érzelem = 0,64).

Az első feltételezésünk az volt, hogy a polgármesterek inkább pozitív, mint negatív posztokat tesznek közzé, hiszen érdekük, hogy minél többen kövessék őket, amit folyamatos

negativitással aligha érhetnek el. Ez a hipotézisünk igazolást nyert, hiszen a vizsgált 2968 Facebook posztból 46 százalékban találtunk pozitív érzelmi tónusú elemeket, míg negatívát csupán a posztok 15 százalékában. A posztok 44 százaléka volt neutrális. A leggyakrabban, 53 százalékban a megyei jogú városok polgármesterei posztolnak pozitív posztokat, a legkevésbé pedig ez a városi polgármesterekre jellemző (42%). A negativitásban a budapesti kerületek polgármesterei járnak az élen (24%), kétszer olyan kritikusak, mint a vidéki városvezetők (13. táblázat).

A következő kérdést, melyre választ keresünk, hogy vajon a kormánypárti, az ellenzéki, vagy a független polgármesterek posztolnak több pozitív tartalmat (13. táblázat). Feltevésünk szerint a kormánypártiak lesznek ilyen téren pozitívabbak, hiszen a kormány támogatását élvezhetik, míg a független és ellenzéki polgármesterek több akadályba ütközhetnek, illetve a kritikai attitűd ellenzéki pozíciójukból is adódik. Ez a feltevésünk részben beigazolódt: a párhovatartozás és a negativitás ($p < 0,001$), illetve pozitivitás ($p < 0,05$) között szignifikáns a kapcsolat. Ugyanakkor a pozitivitás terén csekély az eltérés a kormánypárti és ellenzéki polgármesterek között (48%, illetve 46%), bár a független polgármesterek körében ez az arány már csak 42 százalék. A negativitás esetében azonban már markáns különbségek mutatkoznak a kormánypárti és az ellenzéki polgármesterek között, utóbbiak kétszer olyan gyakran kritikusak posztjaikban mint a kormány által támogatott városvezetők: minden negyedik posztjukban hangot adnak negatív érzületeiknek. A független polgármesterek azonban a kormánypárti társaikhoz hasonló mértékben alkalmazzák a negativitást, tehát esetükben csak azt látjuk, hogy ritkábban pozitívak, mint a kormánypárti és ellenzéki társaik, viszont a negativitás sem jellemző rájuk.

13. táblázat. A posztok érzelmi karaktere településtípus és politikai hovatartozás szerint

	Negatív	Pozitív	N
Budapesti kerület	24%	48%	660
Megyei jogú város	12%	53%	720
Város	13%	42%	1588
Kormánypárti	12%	48%	1590
Ellenzéki	24%	46%	840
Független	11%	42%	538

A követők megszólításának stílusa szintén érdekes képet nyújthat a polgármesterek Facebook használatáról. A teljes mintát vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a polgármesterek körében a követők bármilyen jellegű megszólítása nem kifejezetten gyakori eszköz. Ha viszont erre sor kerül, akkor a magázódás dominál. Csupán a vizsgált posztok 21 százaléka tartalmazott magázódást, tegeződés viszont a vizsgált posztoknak mindössze 4 százalékában található. Településtípusok között jelentős eltérések nincsenek, bár a megyei jogú városok polgármesterei valamivel ritkábban használják a magázódó hangnemet (14. táblázat).

14. táblázat. A megszólítások stílusa településtípus szerint

	Budapesti kerület	Megyei jogú város	Város
magázódás	24%	17%	22%
tegeződés	4%	6%	4%
N	N	660	690

A tegeződés esetében talált alacsony elemszámok miatt a továbbiakban ezért arra fókuszálunk, hogy melyek azok a tényezők, amelyek érdemben befolyásolják azt, hogy a polgármesterek magázódó stílust használnak. Vessünk egy pillantást először a kor és a magázódás kapcsolatát. A két változó között szignifikáns ($p < 0,5$), de gyenge kapcsolat van ($r = 0,06$), ami azt mutatja, hogy a fiatalabb polgármesterek valamivel ritkábban használnak magázódást a posztjaikban.

További érdekesség, hogy amennyiben egy polgármester helyi fókuszú ügyben nyilvánul meg, nagyobb eséllyel használ magázódást, mint egy nem helyi fókuszú ügyben, hiszen helyi fókusz esetében 24 százalékos a magázódó posztok aránya, míg a nem helyi fókuszú esetekben ez csupán 7,5 százalék. Ez azt is jelenti, hogy a választókat közvetlenül elsősorban helyi szinten szólítják meg a polgármesterek.

Végezetül azt vizsgáljuk meg, milyen tényezők befolyásolják, hogy a polgármesterek válaszolnak-e a posztok alatti kommentekre. Az eredmények azt mutatják, hogy ha nem is túl magas szinten, de létezik reszponzivitás a polgármesterek oldalain (15. táblázat). A budapesti polgármesterek a posztok 20 százaléka, a megyei jogú városi polgármesterek 12 százaléka, a városi polgármesterek pedig 6 százaléka alatt reagálnak kommentekre. A kommentelt posztok többségét azonban még így is reagálatlanul hagyják a városvezetők minden településtípusnál. A városi polgármesterek falán a követők sem túlzottan aktívak, minden második poszt kommentár nélkül marad.

15. táblázat: A rezponzivitás megoszlása településtípus szerint

	Budapesti kerület	Megyei jogú város	város
magas fokú reszp.	6%	5%	2%
alacsony fokú reszp.	14%	8%	4%
reszp. hiánya	67%	74%	43%
kommentek hiánya	14%	13%	51%
N	660	690	1618

A polgármesterek rezponzivitása és párthovatartozása között szignifikáns, közepesen erős kapcsolatot figyelhetünk meg ($p < 0,001$, Cramer's $V = 0,33$). Miközben a rezponzivitás kategóriáiban látható arányok azt mutatják, hogy az ellenzéki polgármesterek nagyobb arányban reagálnak posztokra, azt is fontos kiemelni, hogy a rezponzivitás hiánya is az ellenzéki polgármesterek körében a legmagasabb, a posztok 70 százalékára ők sem reagálnak (16. táblázat). Ez a látszólagos ellentmondás azáltal oldható fel, hogy az ellenzéki polgármesterek jóval kevesebb posztja marad kommentek nélkül, mint akár a kormánypárti, akár a független polgármesterek tartalmai.

16. táblázat: A rezponzivitás megoszlása politikai hovatartozás szerint

	kormánypárti	ellenzéki	független
magas fokú reszp.	3%	5%	4%
alacsony fokú reszp.	4%	13%	7%
reszp. hiánya	54%	70%	55%
kommentek hiánya	39%	12%	34%
N	1590	840	538

Szignifikancia (chi-négyzet teszt): $p < 0,001$

A polgármesterek életkora és rezponzivitása közötti összefüggés szintén szignifikáns ($p < 0,001$, azonban itt egy gyengébb kapcsolatról (Cramer's $V = 0,13$) beszélhetünk. A magas és az alacsony fokú rezponzivitás aránya a fiatal polgármesterek (18-35 év) posztjainak esetében a legnagyobb arányú, 32 százalékuk volt rezponzív valamilyen mértékben posztjaikban. A következő, idősebb korcsoportoknál ez az arány jelentősen csökken, a

középkorúak (36-55) posztjainál 12 százalék, az időseknél (56-) pedig 8 százalék. A rezponzivitás hiánya hasonló arányokat mutat mindhárom korcsoportban, a fiataloknál a legalacsonyabb, 53 százalék. Összegezve azt mondhatjuk, hogy a kor előrehaladtával csökken a rezponzivitás.

Összegzés

Kutatásunkban a polgármesterek Facebook-kommunikációjáról próbáltunk többé-kevésbé részletes képet adni. Az eredményeinkből kiderült, hogy a polgármesterek kommunikációs stratégiáiban településtípus, párthovatartozás, kor és nem alapján csak csekély eltérések figyelhetők meg, alapvetően hasonló mintázatokat találunk a különböző csoportokban.

A polgármesterek multimodális, szövegeket és vizuális eszközöket ötvöző kommunikációt folytatnak, és elsősorban saját tartalmakra támaszkodnak. Fontos helyi szintű információs szerepet töltenek be, hiszen posztjaik többsége helyi történekekről szóló saját, vagy kisebb részben továbbosztott tartalom, melyek fontos információkat közvetítenek a helyi lakosok felé. Országos tartalmak így is jelen vannak, de kisebb arányban. Ráadásul minden jel arra mutat, hogy a polgármesterek ezekben a tartalmakban is kerülnek a direkt pártpolitikát: pártok, pártpolitikai ügyek, az országos politikai napirendet meghatározó megosztó és ideológiai témák elvétve jelennek csak meg. Országos politikusok ugyanakkor viszonylag gyakran bukkannak fel a polgármesterek posztjaiban. Mindebből tehát az derül ki, hogy a polgármesterek bár elsődlegesen helyi információforrásként jelennek meg a Facebookon, rajtuk keresztül az országos politika is eljut a követőkhöz, azonban jóval mérsékeltebb és tompítottabb formában, mint az egyébként megszokott. Fontos azonban kiemelni, hogy vizsgálatunk a politikai versengés szempontjából „békeidőre” esett. Érdemes lenne megvizsgálni azt is, hogy országos kampányidőszakban vajon hogyan viselkednek a városvezetők. Előfordulhat, hogy a kampányidőszakon kívül felépített helyi információs szerepüket ekkor erőteljesebben állítják a kampánycélok szolgálatába. Ez azt jelentené, hogy az évek során felépített információs tőke ekkor könnyen konvertálható mobilizációs erőforrássá.

Az eredményekből az is szembetűnő volt, hogy a polgármesterek meglehetősen személyten kommunikációt folytatnak. Az országos politikusoknál megszokott személyes, magánéleti tartalmak, a kommunikációt közvetlenebbé tenni képes hangulatjelek, a választók megszólítása, a tegeződő hangnem elvétve volt jelen. Ez azért is meglepő, mert ha azt

feltételezzük, hogy a polgármesterek követőinek egy nem elhanyagolható része nem a személyes szimpátia, hanem inkább az információs szerep miatt követi a városvezetőket, akkor a személyesebb hangvétel és tartalmak ideális lehetőséget kínálnának arra, hogy a polgármester megkedveltesse magát a nem rá szavazókkal is. A rezponzivitás ugyanakkor, ha nem is domináns, de jelen van a polgármesterek oldalain, a követők bizonyos esetekben nyilvános válasza tudják készíteni a városvezetőket.

Kutatásunk csak egy első lépés volt a polgármesterek Facebookon betöltött politikai szerepének vizsgálatában, de bízunk benne, hogy eredményeink további vizsgálódásokat ösztönöznek a témában.