

# HÁLÓZATELEMZÉS ÉS KAMPÁNYKUTATÁS<sup>1</sup>

Mihályffy Zsuzsanna

(MTA TK Politikatudományi Intézet)

Bene Márton

(MTA TK Politikatudományi Intézet, Budapesti Corvinus Egyetem)

Nábelek Fruzsina

(Budapesti Corvinus Egyetem)

## ÖSSZEFOGLALÓ

---

Tanulmányunk az 1994. évi országgyűlési választást megelőző kommunikációs helyzet elemzésére vállalkozott a *Politikai kommunikáció 1990–2015* című kutatás keretein belül, a kampánykutatás és a hálózatelemzés összekapcsolását tűzve ki célul. A kutatás hálózatelemzési módszerekkel dolgozik, és célja, hogy megírja a rendszerváltás utáni két és fél évtized magyarországi politikai kommunikációjának a történetét. Az első adatok elemzése alapján kijelenthető, hogy a magyar politikai közösség interakciós szempontból egységes volt a '94-es választások előtt, a diskurzusok szintjén azonban kezdett szétválni két protoközösségre, egy jobboldali és egy balliberális blokkra, amelyek közt hídként létezett egy kisebb csoport. Eredményeinknek kampánykutatási hozadéka is van: igazolták a politikusok elsődlegességét és a média csatornaszerepét a kommunikációban, és azt, hogy a nem politikusi személyek szerepe kicsi, amely egybevág a szakirodalom megállapításaival a korai kampányokról.

---

**Kulcsszavak:** kampánykutatás ■ hálózatelemzés ■ politikai közösség ■ politikai kommunikáció ■ diskurzus ■ Magyarország

---

A dolgozat a *Politikai kommunikáció 1990–2015* című projekt<sup>2</sup> egyik részterületét, a kampánykutatást kapcsolja össze a projektben kulcsszerepet játszó hálózatelemzéssel. A hálózatelemzési módszerek alkalmazása nem idegen a nemzetközi szakirodalomtól a politikai kommunikáció, sőt, a kampánykutatás területén sem, hazai példát azonban keveset találunk, amely dolgozatunknak további aktualitást ad. Célunk, hogy bemutassuk, hogyan illeszkednek a kampányok a rendszerváltás utáni két és fél évtized politikai kommunikációját a közösségek felől vizsgáló elméleti keretbe, és számot adjunk az első eredményekről, amihez az 1994. évi országgyűlési választás időszakából gyűjtöttünk anyagot. A tanulmányban először rövid bevezetést adunk arról, hogy mit értünk kampánykutatás alatt, illetve hogyan vizsgáljuk a kampányokat e kutatás kereteihez igazodva, majd megemlékezünk a nemzetközi szakirodalomban

fellelt olyan kutatásokról, amelyek a kampányok vizsgálatához hálózatkutatósi eljárásokat alkalmaztak. Röviden szót ejtünk e kutatás módszertanáról, valamint az adatgyűjtés és -feldolgozás mikéntjéről. A tanulmány második részében ismertetjük az eredményeket, és igyekszünk azokat a kampánykutatás szempontjából értelmezni. Végül néhány továbblépési irány lehetőségét villantjuk fel.

## POLITIKA, KOMMUNIKÁCIÓ, KAMPÁNYKUTATÁS

A magyarországi kampánykommunikáció nagy átalakuláson ment keresztül az elmúlt két és fél évtizedben: új pártok alakultak, megváltozott a média szerkezete és az információs környezet, megszorodtak a kommunikációs csatornák. A választási kampányok – a politika kétségtől legizgalmasabb, az állampolgár számára leginkább kézzelfogható eseményei – gyakorlatilag betörték a hétköznapiakba, egészen új tapasztalatokkal gazdagítva az emberek politikaérzékelését, nem ritkán szélsőséges reakciókat váltva ki. A kampányokat azért tettük kutatásunk részévé, mert a politikai szereplők kommunikációs erőfeszítései a kampányidőszakban általában még intenzívebben nyilvánulnak meg, mint máskor, illetve olyan szereplők is megnyilvánulhatnak, akik máskor nem – tehát arra számítottunk, hogy sok adatot tudunk gyűjteni.

A politikai kommunikációval foglalkozó szakirodalom mind elméleti, mind módszertani szempontból meglehetősen szerteágazó a terület multidiszciplináris gyökerei és a politikai kommunikáció gyakorlatának folyamatos változása miatt (Semetko és Scammell, 2012: 5.; Mazzoleni, 2006: 9–10.; Bartle és Griffiths, 2001: 1–2.). Hasonlóképp a kampánykutatás alá is számos vizsgálat és módszer elfér; kutatásunk szempontjából azonban leginkább azok a történeti szemléletű megközelítések az érdekesek, amelyek a kampányok változásával, fejlődésével foglalkoznak. A kampánykutatás (campaign studies), amelyen többnyire nem egy konkrét kampányra, hanem a kampányokra általában irányuló, összehasonlító kutatást értjük (Scammell, 1999), még a nyolcvanas években is a politikatudomány egyik legkevésbé kutatott területének számított (Harrop és Miller, 1987). A kutatók érdeklődése akkor élnékült meg, amikor azzal szembesültek, hogy a viszonylag amatőr, rutinszerű tevékenység gondosan megtervezett, professzionális gyakorlattá nőtte ki magát (Scammell, 1999). Több hangzatos nevű mikroelmélet (például: amerikanizálódás, high tech forradalom, stb.) is született arról, hogy hogyan és miért változnak a kampányok. Wring (1997) a kampánykommunikáció szervezőelvére összpontosítva a propagandától a marketing felé tartó fejlődésként értelmezte a változást, míg mások az eszközök, illetve a kampányirányítás és -szervezés professzionizálódását tekintették a folyamat mozgatórugójának (például Gibson és Römmele, 2001; illetve Farrell és Webb, 2002). Az általunk vizsgált két és fél

évtizedes időszak kezdete pont egybeesik egyrészt ezzel a kampánykutatási boommal, másrészt a hazai politikában azokkal a változásokkal, amelyek a kutatók érdeklődését a területre irányították.

Bárhogyan is definiálják a kampányt, általában egyetértenek abban a kutatók, hogy valamilyen szervezett erőfeszítésről van szó, amely egy meghatározott cél elérésére, például a választás megnyerésére irányul (Denver és Hands, 1997: 18.), és hogy kommunikációs aktusokból áll (Lilleker, 2006: 49.). Mivel kutatásunk kulcsfogalma a közösség, a magunk megközelítését ehhez igazítjuk: *A választási kampány az intézményes politikai szereplők – politikusok vagy pártok – viselkedése a választási versenyben: kommunikációs aktusok megtervezett sorozata, amelyekkel a politikai aktorok célja, hogy megteremtsék, megerősítsék, illetve fenntartsák közösségüket.*

A pártok és politikusok közösségformáló kommunikációs erőfeszítéseire összpontosítunk tehát, amely szűkebb területet jelöl ki, mint a kutatás egésze. Kutatásunk egyik nívója viszont éppen az, hogy a közösség egészének a kommunikációját vizsgálja, beleértve a szakértőket, értelmiségieket, médiumokat, állampolgárokat, szervezeteket, mozgalmakat is.

## HÁLÓZATELEMZÉS ÉS KAMPÁNY

A hálózatelemzés számunkra fontos módszertani előnye, hogy nem normatív. Interakciókra épülő közösségdefiníciót tesz tudományosan elfogadottá, és kvantitatív eljárásokkal operacionalizálhatóvá (Szabó, 2015). Hátránya, hogy nemigen tud mit kezdeni a kvalitatív adatokkal, például az interakciók milyenségével. Nem vesz tudomást szimbólumokról, identitásokról, tartalmi szempontokról, de ezek a hiányosságok kvalitatív, interpretatív módszerek alkalmazásával enyhíthetőek.

Graber 2004-ben még úgy látta, hogy bár a politikai kommunikáció szereplői közötti interakciók jelentőségét a kutatók egyre inkább elismerik, a hálózatelemzés, mint módszer, nem került előtérbe. A szerző szerint ebben közrejátszanak technikai szempontok is, például gyakorlatot igényel annak eldöntése, hogy hány szereplőt érdemes bevonni a kutatásba. Ha túl kevés szereplőt vonunk be, féltő, hogy a politikai kommunikációs hálózatnak csak egy kis szelét látjuk, míg ha nagyszámú elemzési egységgel dolgozunk, az interakciókból keletkező adatmennyiség feldolgozásának nehézségeivel kell megküzdeni. Graber vélekedését alátámasztja, hogy a kampánykutatások között a 2000-es évek vége előtti időszakból gyakorlatilag nem találunk hálózatelemzési módszeren alapuló releváns munkákat. Változást a különböző internetes csatornák aktív kampányeszközzé válása hozott, pontosabban az, hogy az új felületeken zajló kommunikációból nagy mennyiségű, automatizáltan is feldolgozható adat vált elérhetővé a kutatók számára.

A hálózatelemzési módszerek alkalmazásának legfőbb körét a különböző honlapok, blogok majd az utóbbi években a Twitteren található választásokkal kapcsolatos üzenetek elemzése jelenti. Az első kutatások elsősorban a hivatkozásokra, a különböző felületeken megjelenő hiperlinkekre koncentráltak. Ilyen például Foot és szerzőtársainak (2003) elemzése a 2002-es amerikai kongresszusi választások jelöltjeinek honlapjairól, vagy a 2005-ös német választások jelöltjeinek blogjain található hivatkozások elemzése (Albrecht és mtsai., 2007). A hivatkozási hálók felrajzolása mellett a rövid, manuális vagy automatizált tartalomelemzéssel viszonylag könnyen vizsgálható Twitter-üzenetek esetében a kutatók általában valamilyen formában diszkurzív elemzést is végeznek. Ilyen Bruns és Burgess kutatása a 2010-es ausztrál választások kapcsán, amelyben az #Ausvote hashtaghez kapcsolódó retweeteket, hivatkozásokat és issue-hálózatokat is vizsgálták. Hasonló elemzés készült a 2010-es svéd parlamenti választási kampányról (Larsson–Moe, 2012), illetve nem kifejezetten hálózatok felrajolásával, de a politikus felhasználók üzeneteiben található interakciók kódolásával a 2010-es brit választásokról (Graham és mtsai., 2013).

Más típusú szemléletet jelentenek a kampányok kapcsán a különböző agenda-setting vizsgálatok, amelyek elsősorban a média és a közvélemény napirendjének összefüggéseit igyekeznek feltárni. Az ún. „network agenda-setting” modell feltételezi, hogy az egyes issue-k felbukkanásának gyakorisága mellett jelentősége van annak is, hogy az ügyek milyen más ügyekkel együtt jelennek meg. Az egyes napirendi szinteken a megjelenő ügyek kapcsolódását vizsgálva issue-hálózatok rajzolhatóak fel. A network-agenda-setting vizsgálaton alapuló kutatások közé tartozik Vargo és szerzőtársai (2014) 2012-es amerikai elnökválasztási kampányról szóló elemzése, amely során azt vizsgálták, hogy a tradicionális média (a nyomtatott sajtó és a televízió) napirendje miben tér el a Twitter-üzeneteken keresztül megmutatkozó, bizonyos mértékben a közvélemény napirendjeként értelmezhető agendától. A kutatás emellett vizsgálta a Romney- és Obama-szimpatizáns felhasználói csoportok (közösségek) közötti issue-hálózati különbségeket is.

A hálózatelemzéssel dolgozó kampánykutatások kisebb csoportját képezik a többnyire holland kutatók által alkalmazott „szemantikai hálózatelemzések,” amelyek során a kódolók rögzítik a megszólalót (subject), a megszólalás irányát (direction) és a tárgyát (object). Szemantikai hálózatelemzéssel vizsgálták a holland választási kampányok médiatálatását (Takens és mtsai., 2014), az amerikai elnökjelöltek tévés vitáit (Doerfel–Connaughton, 2009), valamint a 2008-as amerikai elnökválasztási kampány ígéreteinek megjelenését a médiában (Amazeen, 2014).

Végül érdemes megemlíteni egy friss tanulmányt a 2012-es amerikai elnökválasztási kampányról, amelyben a szerzők több mint 130 ezer cikk elemzésével a különböző megszólalók és az issue-k közötti hálózatokat vizsgálták.

A cikk módszerében hasonlít a mi kutatásunkhoz, az adatfeldolgozást viszont szoftverek segítségével automatizálni tudták, ezáltal nagy mennyiségű adat gyors feldolgozása vált lehetővé (Sudhahar és mtsai., 2015).

A hálózatelemzés tehát az interakciós szemlélet előtérbe állítása és a kommunikációs struktúra meghatározó szerepének hangsúlyozása révén nyújthat többet a kampánykutatásban a szakirodalom bevett módszereinél. A kommunikációs struktúra egzakt módszerekkel történő feltérképezése egyrészt a kampánykommunikáció makroszintű elemzésére ad lehetőséget, másrészt az időben és térben való összehasonlítására. Mindez nemcsak a hazai kampánykutatási irodalmat gazdagítja, hanem reményeink szerint nemzetközi szinten is újdonságul szolgál.

## MÓDSZER ÉS ADATOK

Az 1994-es országgyűlési választási kampányról viszonylag kevés kutatás született, és azok is többnyire tartalomelemzések (Kapitány és Kapitány, 1995), vagy leírások egy-egy aktorról, eseményről (Gyarmati, 1995; G. Nagyné, 1995, Szekeres, 1995, Bóhm és Szoboszlai, 1995). Ezek esetében, bár kétségtelenül érdekesek, sőt, egy-egy esetben felbecsülhetetlen értékű információforrásul szolgálnak, szisztematikus adatgyűjtésről és elemzésről nem beszélhetünk, kutatásunk tehát e tekintetben is nívum.

A kutatás teoretikus megalapozását, és a módszertan részletes ismertetését a blokk többi tanulmánya végzi el (Bene, 2016; Kiss, 2016; Szabó, 2016), itt csak utalunk ezekre. Az 1994. évi országgyűlési választási kampányban megjelenő közösségek vizsgálatához a választást megelőző két hetet jelöltük ki (1994. április 25. – 1994. május 8.) adatgyűjtésre. Az ezalatt megjelent, választással kapcsolatos médiaanyagokat és megszólalásokat (cikkek, tudósítások, interjúk, stúdióbeszélgetések) gyűjtöttük össze. A többkörös adatfelvétel során az aktorok körét lánckövetéses eljárással határoztuk meg, az egyes aktorok közötti hivatkozási kapcsolatokat, illetve a hozzájuk köthető csatornahasználatot és diszkurzív kereteket (lásd: Melléklet) rögzítettük.<sup>3</sup> A három vizsgált dimenzió mentén egyoldalú és kétoldalú hálózatokat hoztunk létre,<sup>4</sup> de az elemzés során az utóbbiakat is egyoldalúvá transzformáltuk. Az így kirajzolódó hálózatok az aktorok között hivatkozási, valamint csatornahasználati- és diszkurzív hasonlósági kapcsolatokat rögzítenek. Az interakciós hálózatban tehát két szereplő között a hivatkozás, a csatornahasználati hálózatban a használt csatornák hasonlósága, míg a diszkurzív hálózatban a használt értelmezési keretek hasonlósága jelent kapcsolatot. A hálózattípusokat, az adatfelvételi eljárásokat, valamint az alkalmazott elemzési eszközöket a kutatási projekt módszertani hátterét kifejtő tanulmánya tárgyalja bővebben (Bene, 2016).

## HÁLÓZATOK AZ 1994-ES VÁLASZTÁSOK IDEJÉN

## Hivatkozások, interakciók

Első körben a szereplők közötti interakciókat és az ezekből kirajzolódó hálózatot vizsgáltuk. Összesen 362 olyan szereplőt találtunk, aki megnyilvánult a választással kapcsolatban, és további szereplőkre hivatkozott. A hivatkozási hálózat főbb jellemzőit a következő táblázat foglalja össze.

1. táblázat. A '94-es választás körüli kommunikáció alapvető jellemzői

	Választás '94
Azonosított szereplők (csomópontok) száma	362
Kötések száma	763
Kötések száma / szereplő	2,11
Hivatkozások száma (kötések súlyának összege)	837
Egy szereplőre jutó hivatkozások száma	2,3
Kötések átlagos súlya (szórás)	1,10 (0,35)

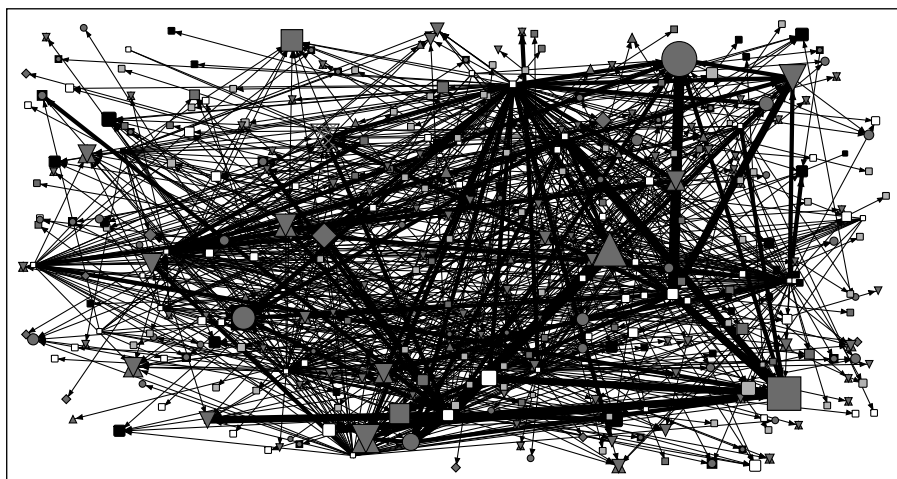
Látható, hogy a választással kapcsolatban meglehetősen sok szereplő nyilvánult meg. A hivatkozások száma azonban nem túl sok, átlagosan mindössze 2,3 hivatkozás jutott egy főre. A szereplők arányát a következő táblázat mutatja.

2. táblázat. Szereplők a választás körüli kommunikációban

Aktor típusa	Választás
Médium	31
Politikus	201
Szakértő	18
Értelmiségi	48
Szervezet	39
Külföldi médium	25
<b>Összes aktor</b>	<b>362</b>

A kampányt övező nyilvános diskurzust tehát a politikusok dominálják. A politikusok közül az MDF politikusai nyilatkoztak meg a legtöbbször (30), őket az MSZP és a KDNP politikusai követték fej-fej mellett (22-22). A kampány során meglehetősen sok szervezet hallatta a hangját, és értelmiségiek is szép számban jelentek meg a diskurzusbán.

A kampány-eset hivatkozásai alapján kirajzolódó hálózatot az alábbi ábra szemlélteti.



1. ábra. A hivatkozási hálózat. A csomópontok mérete egyenesen arányos az in-degree centralitás értékükkel ( $\alpha = 0,5$ ). sötétszürke = politikus; fehér = médium, világosszürke = értelmiségi vagy szakértő; fekete = szervezet. MDF = ○, MSZP = □, Fidesz = △, SZDSZ = ▽, FKGP = ◇, KDNP = ◻, egyéb párt = egymásba fordított háromszögek.

A hivatkozási hálózat elemzéséből kiderült, hogy a hálózaton belül nem különíthetők el interakciós részközösségek (maximum modularitás = 0,072) és centrum–periféria-struktúra sem lelhető fel (fitness = 0,351). Ugyanakkor a klaszteresedési együttható szignifikánsan alacsonyabb, mint a várható érték (2,8 szórásnyival) és az átlagos legrövidebb távolság is meglehetősen alacsony (0,9 szórásnyival alacsonyabb a várható értéknél). Mindez azt jelenti, hogy a hálózat alacsony klaszteresedést mutat, ugyanakkor meglehetősen kohézív, ezért hálózati ideáltípusaink közül (lásd: Bene, 2016) klasztermentes kohézív típusra hasonlít a leginkább. A kampány során tehát a magyar politikai közösség a hivatkozások szintjén egységes közösség képét mutatja.

A hivatkozási mintázatot érdemes kicsit részletesebben is szemügyre venni.

3. táblázat. A hivatkozások megoszlása az egyes szereplőcsoportok között. (Oszlop = hivatkozó; sor = hivatkozott. A cellákban a számok az összes hivatkozás adott kapcsolatra jutó százalékát mutatják.)

	<i>Médium</i>	<i>Természetes személy</i>	<i>Szervezet</i>	<i>Külföldi médium</i>
Médium	4%	74%	7%	4%
Természetes személy	2%	3%	1%	0,1%
Szervezet	1%	3%	1%	0
Külföldi médium	–	–	–	–

Az adatok azt mutatják, hogy a hivatkozások rendkívül egyenlőtlenül oszlanak meg a különböző státuszú szereplők között: *a kötések és hivatkozások 89%-a médiumtól származik*, elsősorban médiumtól természetes személyek felé. Ami érdekes, hogy miközben a médiumok sokat hivatkoznak természetes személyekre, *egymásra csak kivételes esetekben* (31 médium között 23 kapcsolat és összesen 24 hivatkozás). A természetes személyek szintén alig hivatkoznak egymásra (267 személy között 25 hivatkozás), és médiumokra is nagyon ritkán (8 kötés, 16 hivatkozás). A diskurzusban tehát *a médiumok szerepe döntő* abban a tekintetben, hogy ők beszélgetnek, valamint a beszélők megszólalásairól számolnak be.

Ugyanakkor a médiumok elsősorban *csatornaként* működnek: a rájuk való hivatkozás minimális. Tehát valójában a természetes személyek szócsövei, az ő kommunikációjukat terjesztik tovább. A '94-es kampányban a természetes személyek egymásra történő hivatkozása szinte teljesen hiányzik, ezek mindössze a hivatkozások 3%-át tették ki. Erre kézenfekvő magyarázat lehet az, hogy a kampányban a politikai szereplők elsősorban a saját üzenetük kommunikálására koncentrálnak, és kevésbé hajlamosak más diskurzusokba belefolyani, hacsak nincs valami kényszerítő erő.

Megvizsgáltuk a közösségstruktúrát külön a médiumokra és külön a személyekre, de mindkét esetben *az integráltság hasonló fokát* kaptuk. Tehát sem a médiumok, sem a szereplők közössége nem volt megosztott. Azt mondhatjuk tehát, hogy 1994-ben a választásokkal kapcsolatban a nyilvánosságban megszólalók összessége *interakciós szempontból egyetlen közösséget alkotott* és ez a személyekre és a médiumokra egyaránt vonatkozik.

Az interakciós hálózat *centralizáltságát* vizsgálva azt tapasztaltuk, hogy a kötések eloszlása nem túlzottan centralizált (fokcentralizáció = 0,05)<sup>5</sup> és a legtöbb hivatkozást kapó 5% csak az összes hivatkozás 32%-át gyűjti be. A '94-es választást megelőző kommunikációs helyzetet tehát *nem a centralizáltsága teszi integrálttá, hanem épp a diffúz jellege*. Mivel a legtöbb hivatkozás a médiumoktól származik, az eredmények arról is tanúskodnak, hogy az integrációt elsősorban a médiumok diffúz hivatkozási gyakorlata biztosítja.

### Szereplők és csatornák

Amint arra számítani lehetett, a választással kapcsolatban megnyilatkozó szereplők túlnyomó többsége egyetlen csatornában jelent csak meg. A médiában közvetlenül megnyilvánuló 164 szereplő közül 131 csak egy csatornában tűnt fel, tizenöten jelentek meg két csatornában, kilencen háromban, ketten négyben, és mindössze egy szereplő volt, aki hét csatornát is felhasznált kommunikációja során.



## 4. táblázat. Természetes szereplők médiumokban való közvetlen megszólalásai.

Médium	Egyedül a médiumban megszólaló szereplő	Összes közvetlenül megszólaltatott szereplő
168 óra	1	1
Blikk	4	4
Esti Hírlap	0	7
Kurir	3	6
Magyar Fórum	6	8
Magyar Hírlap	32	48
Magyar Nemzet	22	38
MR Déli Krónika	1	1
MR Esti Krónika	2	10
MR Rádás	5	8
MR Vasárnapi Újság	1	2
Népszabadság	14	28
Népszava	36	50
Pesti Hírlap	1	10
Új Magyarország	2	7

Ebből arra következtetünk, hogy az egyes médiumok igyekeztek egyedi megszólalói kört kialakítani. A négy legtöbb aktort megszólaltató médium mindegyikénél a megszólalói kör legalább fele olyan szereplő volt, aki más médiumban egyáltalán nem jelent meg. Mindössze egy olyan szakértő vagy értelmiségi volt, aki nem egyetlen csatornán fejthette ki a véleményét (Kéri László – Népszabadság és Magyar Nemzet). Az értelmiségiek és szakértők hivatkozást is alig kaptak, amiből arra következtetünk, hogy – legalábbis a '94-es kampány idején – nem lehet jelentős véleményformáló erőt tulajdonítani a nem politikus megnyilatkozóknak. Fekete Gyula kapott a közvetlen megszólalásain túl még öt hivatkozást, hárman kettőt kaptak és még egy olyan szereplő volt, akire a közvetlen megszólalásán túl egyszer hivatkoztak. Nem beszélhetünk a teljes politikai közösség, vagy az egyes politikai közösségek szintjén elfogadott értelmiségi-szakértői rétegről; inkább úgy látjuk, hogy az értelmiségiek és szakértők az egyes médiumok saját véleményformálóinak számítottak. Azok a szereplők, akik egynél több médiumban szólnak meg, integrálják a médiateret, vagyis kapocsként szolgálnak. Mindezek az eredmények ismét azt mutatják, hogy a médiumoknak komoly szerepük van az integrált nyilvá-



5. táblázat. A diszkurzív kereteket alkalmazó aktorok megoszlása státusz szerint.

Státusz	Médium	Politikus	Szakértő	Értelmiségi	Szervezet
Aktorok száma	11	65	3	7	8

6. táblázat. A keretek összes előfordulása

Keret Neve	F1 Szélsőjobb	F2 Kommunizmus	F3 Nem lesz kommunizmus	F4 Súlyos örökség	F5 Szakértelem	F6 Folytatás	F7 Nemzeti érdek	F8 Közmegegyezés	F9 Két tábor	F10 Van liberális tábor
Előfordulás	12	43	23	48	32	49	57	49	12	60

A következő lépésben azt vizsgáltuk, hogy az értelmezési keretek használatának hasonlósága alapján elkülöníthetők-e diszkurzív közösségek a hálózaton belül. Úgy látjuk, hogy a leginkább használható közösségfelosztást a politikai közösség nagy részét integráló „súlyos örökség” keret elhagyásával kapjuk.<sup>7</sup> Az integrátor keret kizárásával értelmezhetőbb közösségstruktúrát kapunk, de a közösségek értelmezésénél az eltávolított kerethez való viszonyt is figyelembe vesszük. A közösségfeltáró algoritmus<sup>8</sup> három közösséget különített el: egy „balliberális” blokkot, egy „jobboldali” blokkot és egy kettejük között híd szerepet betöltő harmadik közösséget (modularitás = 0,22).

7. táblázat. A három csoport egymástól való elkülönülésének mértéke (modularitásértékek)

	1. csoport	2. csoport	3. csoport
1. csoport (42 aktor)	–	0,33	0,10
2. csoport (22 aktor)	0,33	–	0,10
3. csoport (17 aktor)	0,10	0,10	–

A fenti táblázatból látszik, hogy az első két csoport valóban markánsan elkülönül egymástól, míg a harmadik csoport mindkettőtől nagyjából ugyanolyan mértékben válik el, meglehetősen enyhe elkülönülést mutatva. A továbbiakban ezt a három csoportot (protoközösséget) vizsgáltuk.

Az első protoközösség („balliberális”)

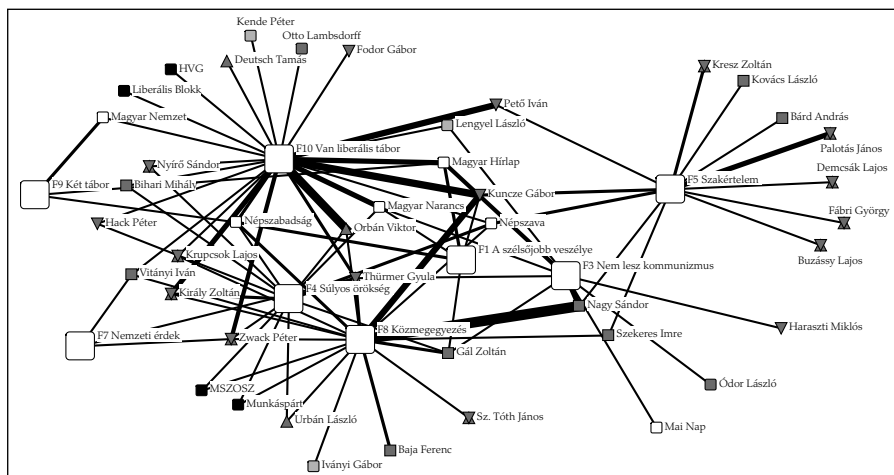
Az első protoközösség áll a legtöbb szereplőből, akiknek nagy része természetesen politikus (29), de itt található a legtöbb médium (7) és szervezet (3) is,

valamint 1 szakértő és 2 értelmiségi is ide tartozik. A csoport politikus tagjai az ellenzéki pártokból kerültek ki: 5 SZDSZ politikus mellett 8 MSZP és 3 Fidesz politikust találunk, valamint 11 egyéb politikus is a csoport része.<sup>9</sup> A protoközösségnek a „balliberális blokk” munkanevet adtuk. Tagjait elsősorban az az értelmezés köti össze, hogy a politikai tér háromosztatú, amelyben a bal és a jobboldal mellett vagy között egy liberális pólus is jelen van. Emellett fontos összetartó erő a közmegegyezés szükségességének és a szakértelem fontosságának hangsúlyozása. A közösségre jellemző értelmezési keretek között találjuk még a közösség elkülönítésekor figyelembe nem vett „súlyos örökség” és a „nem lesz kommunizmus” értelmezést is.

8. táblázat. Keretek a balliberális protoközösségben

Keret	Előfordulás
F10 Van liberális tábor	23
F8 Közmegegyezés	18
F5 Szakértelem	12
F3 Nem lesz kommunizmus	9
F1 A szélsőjobb veszélye	5
F7 Nemzeti érdek	3
F9 Két tábor	3
F2 Kommunizmus visszatérése	0
F6 Folytatás	0
+ F4 Súlyos örökség	14

A balliberális közösséget szemléltető 3. ábrából látszik az, hogy a teljes hálózatra lefuttatott algoritmus miért is hozott létre a baloldali blokkon belül két, egymással erősen összefonódó, mégis némileg elkülönülő protoközösséget. Míg a protoközösség többségét erősen összeköti a „Van liberális tábor”, a „közmegegyezés”, a közösségek elkülönítésénél figyelembe nem vett „Súlyos örökség” vagy a kevésbé népszerű, de ezekkel sokszor együtt artikulált „Szélsőjobb veszélye” és „Nem lesz kommunizmus” értelmezés, addig a *szakértelem* fontosságát hangsúlyozó szereplők kissé elkülönülnek a közösség többi tagjától. Az is jól látható, hogy bár a liberális pártok és az MSZP egy közösséget alkot, némi különbség van a két párt politikusai között. Míg a *liberális* (SZDSZ, Fidesz) politikusok inkább a liberális tábor létét hangsúlyozzák, az MSZP politikusok inkább a szakértelem és a közmegegyezés fontosságát emelik ki.



3. ábra. A balliberális protoközösség. Sötétszürke = politikus; fehér = médium, világos-szürke = értelmiségi vagy szakértő; fekete = szervezet. MDF = ○, MSZP = □, Fidesz = △, SZDSZ = ▽, FKGP = ◇, KDNP = ◻, egyéb párt = egymásba fordított háromszögek

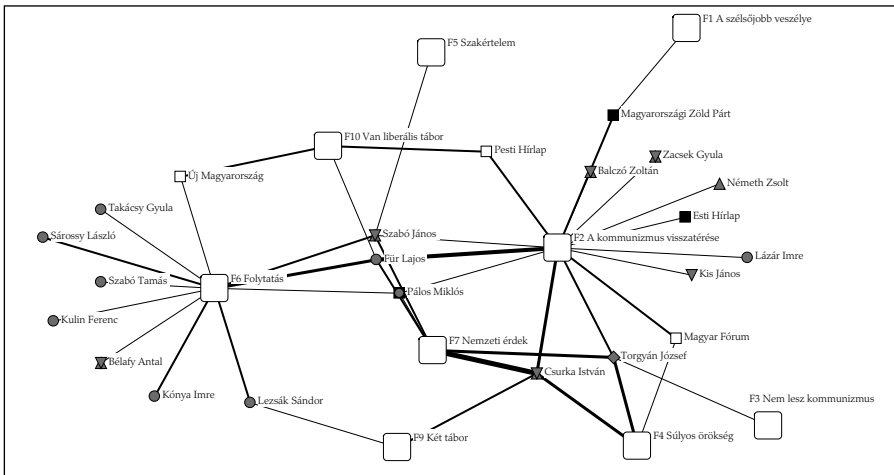
### A második protoközösség („jobboldal”)

A második protoközösségben még erősebb a politikusok dominanciája, a 17 politikus mellett 4 médiumot és 1 szervezetet találunk. 8 MDF, 1 FKGP és egy KDNP politikus mellett 1-1 SZDSZ és Fidesz politikust is találunk a csoportban, valamint 5 további párthoz kapcsolódó politikust is.<sup>10</sup> A protoközösségre jellemző kereteket a 8. táblázat mutatja.

9. táblázat. Keretek a jobboldali protoközösségben

Keret	Előfordulás
F2 Kommunizmus visszatérése	14
F6 Folytatás	11
F7 Nemzeti érdek	5
F10 Van liberális tábor	3
F9 Két tábor	2
F1 A szélsőjobb veszélye	1
F3 Nem lesz kommunizmus	1
F5 Szakértelem	1
F8 Közmegegyezés	0
+ Súlyos örökség	3

Látható, hogy ezt a közösséget elsősorban a kommunizmus fenyegetése, valamint a korábbi kormányzati munka folytatásának igénye köti össze. A hálózat jellegzetességeit a 4. ábra szemlélteti, amelyből látszik, hogy a csoportra jellemző két domináns keret nagyjából meg is osztja a protoközösséget, lényegében két lazán elkülönülő alcsoportot hozva létre. A két domináns keretet együtt ugyanis mindössze három szereplő használja, a többi szereplő vagy egyikhez, vagy másikhöz kapcsolódik az egyéb használt keretek mellett. A folytatást egyértelműen a kormánypártok politikusai sürgetik, kiegészülve az Új Magyarország című lappal. A néhány összekötő szereplőn túl a másik domináns értelmezési keretet, az antikommunista értelmezést a szereplőknek egy másik köre használja, akik között csak egy kormánypárti politikust találunk. Mellette olyan szereplők jelennek meg, mint a MIÉP két prominens alakja Csurka István és Balczó Zoltán, valamint Csurka korábbi MDF-es támogatója Zacsek Gyula és az FKGP miniszterelnök-jelöltje Torgyán József. A kommunizmus visszatértétől való félelem ide sodort két ellenzéki megszólalót is, Kis Jánost és Németh Zsoltot.



4. ábra. A jobboldali blokk. Sötétszürke = politikus; fehér = médium, világosszürke = értelmiségi vagy szakértő; fekete = szervezet. MDF = ○, MSZP = □, Fidesz = △, SZDSZ = ▽, FKGP = ◇, KDNP = ◻, egyéb párt = egymásba fordított háromszögek.

A médiumok közül az Esti Hírlap, a Pesti Hírlap és a Magyar Fórum is ide kötődik. Látható, hogy Torgyán és Csurka a kommunizmus visszatértétől való félelmet a „súlyos örökség” és a „nemzeti érdek” értelmezéssel is összeköti, de ez utóbbival a folytatás szükségességét is hangsúlyozó összekötő szereplők (Für Lajos, Szabó János, Pálos Miklós) is összekapcsolódnak. Szépen kirajzolódik tehát, hogy a jobboldali blokk nem teljesen egységes, hanem valójában két lazán összekapcsolódó alcsoportból áll. Talán nem állunk messze az igaz-

ságtól, ha a második alcsoportot a formálódó radikális jobboldal protoközösségeként fogjuk fel, amely, bár ha a jelen esetben össze is folyik valamelyest a mainstream jobboldallal, érezteti önálló létezését. Mivel azonban a formálódó protoközösség kevés szereplőt tudott a diskurzusba „juttatni”, ezért önálló közösségként nem is nagyon lehetne elkülöníteni. Az azonban figyelemreméltó, hogy két listavezető, Csurka István és Torgyán József mennyire hasonlóan értelmezik a választások tétjét.

Végezetül azt is érdemes megjegyezni, hogy jelentősége lehet annak, hogy a jobboldalon az antikommunista értelmezés vált egyfajta integratív erővé. A válságba kerülő jobboldal a formálódó balliberális protoközösséggel szemben önmaga újrafogalmazását negatív alapon végezheti el, az elhatárolódás pedig szereplők kiválását is eredményezheti a másik protoközösségből, ahogy erre jelen esetben két ilyen példát is láthattunk.

### A harmadik csoport: az „integratív” kör

A harmadik csoportot valójában nem tekinthetjük tényleges protoközösségnek, hiszen egyik bloktól sem különül el élesen. Inkább egyfajta „hídközösségként” értelmezhetjük, akik a magyar politikai protoközösségben a két markánsan elkülönülő blokk között egyfajta integratív szerepet töltenek be.<sup>11</sup> Ebben a csoportban 12 politikust találunk, három értelmiségit, valamint két szervezetet. A politikusok közül kettő MDF-es, egy MSZP-s, három KDNP-s, egy Fideszes, négyen pedig egyéb pártokhoz kapcsolódnak. A frame-ekből láthatjuk, hogy a csoportot a *nemzeti érdek* hangsúlyozása köti össze, de a második legnépszerűbb – bár az előbbinél jóval kevésbé használt – keret a *közmegegyezés*, ami mutatja, hogy az ebben a közösségben lévő szereplők valamiféleképpen a teljes politikai közösség szintjén gondolkodnak, és azt próbálják megszólítani.

Ami kifejezetten érdekessé teszi ezt a protoközösséget, az az, hogy négy miniszterelnök-jelölt is ide tartozik, tehát eltérő pártszínezetük ellenére nagyon hasonlóan értelmezték a választásokat. Boross Péter, Surján László, Horn Gyula és Nagy Tamás egyaránt a nemzeti érdekeket és a szakértelmet hangsúlyozták és az MDF miniszterelnök-jelöltjének kivételével mindannyian közmegegyezést sürgettek. A közös értelmezéseken túl persze komoly eltérések is vannak. A harmadik protoközösség a két blokk között helyezkedik el, ezek a szereplők pedig a közös értelmezési keretek mellett a hozzájuk közelebb álló blokk értelmezéseit, a kampány megosztó kereteit is alkalmazzák. Így Boross Péter és Surján László a jobboldali blokk kiemelt kerete, a „folytatás” mellett köteleződik el, de Boross a másik közkedvelt jobboldali keretet, a „kommunizmus visszatértét” is alkalmazza, ezáltal egyfajta integratív hídszerepet töltve

be a jobboldali blokk lazán elkülönülő alcsoportjai között is. Horn Gyula a súlyos örökséget hangoztatja, valamint sokszor beszél arról is, hogy nem lesz kommunizmus.

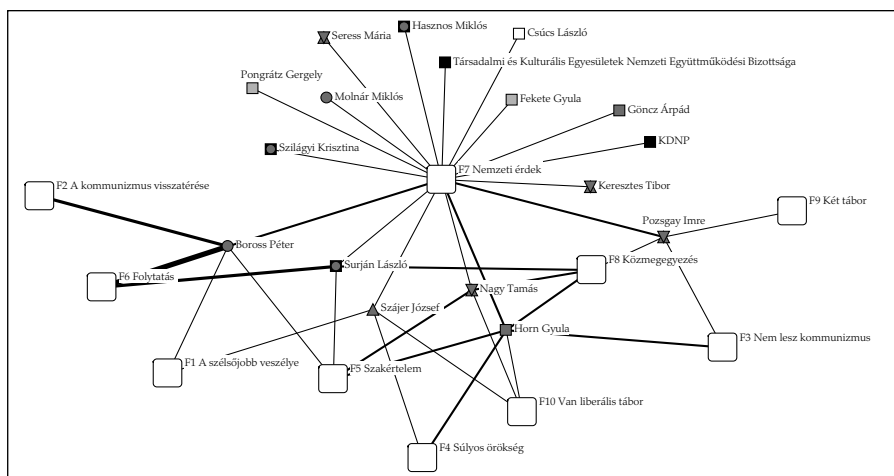
Minden bizonnyal akkor járunk el helyesen, ha ezeket a szereplőket is a két nagy blokk részének tekintjük, akik azonban néhány szempontból közös platformra kerülnek a másik blokk néhány prominens szereplőjével, ezáltal a teljes protoközösség szintjén integratív, a blokkok közötti közvetítő szerepet töltve be. Ha a „nemzeti érdek” integratív keretet eltávolítjuk, akkor a két blokk élesen kirajzolódik.

10. táblázat. Keretek az integratív csoportban

Keret	Előfordulás
F7 Nemzeti érdek	17
F5 Szakértelem	4
F8 Közmegegyezés	4
F10 Van liberális tábor	3
F1 A szélsőjobb veszélye	2
F3 Nem lesz kommunizmus	2
F6 Folytatás	2
F2 Kommunizmus visszatérése	1
F9 Két tábor	1
+ Súlyos örökség:	2

Azt látjuk tehát, hogy míg a két blokk élesen elkülönül egymástól, éppen a miniszterelnök-jelöltek integrálják a politikai protoközösség egészét azáltal, hogy a megosztó értelmezéseken túlmenően protoközösséget integráló értelmezési kereteket is alkalmaznak. A baloldali blokkot az előző kormányzás elítélése, és az új, a szakértelemre és a közmegegyezésre épülő kormányzati alternatíva létrehozásának igénye integrálja, továbbá paradox módon az, hogy önmagára nem egységes politikai közösségként tekint, vagyis nagy jelentőséget tulajdonít a háromszatú politikai tér hangsúlyozásának. A másik oldal integrációjában egyrészt jelen van a korábbi kormányzás pozitív megítélése, de ennél jóval erősebb, és az integrációt az MDF-en túlra is kiterjesztő erő az antikommunizmus. A legfontosabb szereplők értelmezéseiben azonban a megosztó elemeken túlmenően sok hasonlóság is van, amely biztosítja azt, hogy nem polarizálódik túlságosan a diskurzus: az egységes politikai protoközösség a kormányváltást akaró és a kormány maradását akaró blokkok egyre hangsúlyosabb elkülönülése ellenére is létezik.





5. ábra. Az integratív kör: Sötétszürke = politikus; fehér = médium, világosszürke = értelmiségi vagy szakértő; fekete = szervezet. MDF = ○, MSZP = □, Fidesz = △, SZDSZ = ▽, FKGP = ◇, KDNP = ◻, egyéb párt = egymásba fordított háromszög

A két blokk már a korábbi pillanatfelvételünknel, a Csurka-dolgozat idején is kirajzolódott, bár az akkor háromfelé szakadó MDF állapota most stabilizálódni látszik. Az akkor az ellenzékhez csapódó szereplők a kampány során nem tűntek fel egyik oldalon sem, a Csurka-tanulmánnyal megengedőbb csoport – kiegészítve a MIÉP politikusaival – pedig most az antikommunizmus jegyében egy platformra került az MDF-fel. Az akkor megjelent harmadik szárny, amelyet a radikális jobboldal előfutárának is tekintettünk, jelen értelmezési keretünk alapján a kampány során nem vált önállóan elkülöníthetővé. Képviselői a jobboldali blokkban tűnnek fel. Ami talán megkülönbözteti őket az MDF politikusaitól, hogy a kommunista veszély hangoztatása mellett nem beszélnek arról, hogy a folytatás lenne a kívánatos. Sőt, maga Csurka István, valamint Torgyán József, a médiumok közül a Magyar Fórummal kiegészülve, a kommunista veszély és a nemzeti érdek hangoztatása mellett a súlyos örökségről is beszél. A radikális jobboldal egyfajta protoközössége vált tehát láthatóvá, de ez minden bizonnyal még kevés ahhoz, hogy valódi politikai közösségről beszéljünk.<sup>12</sup>

Végezetül érdemes lehet összehasonlítani a szereplőket aktivitás szempontjából, erre vonatkozó adatokat tartalmaz a 11. táblázat.

Látható egyrészt, hogy a politikusok aktivitása, illetve az a képességük, hogy interakciókat generáljanak, jóval meghaladja a nem politikusokét. A nem politikusok egyelőre csak a média számára érdekesek, de közel sem annyira, mint a politikusok. A szakértők és értelmiségiek sem a médiumokban nem kapnak akkora teret, mint a politikusok, sem a politikusok nem hivatkoznak rájuk, illetve ők sem egymásra.

## 11. táblázat. A legaktívabb személyek az egyes protoközösségekben

	Balliberális protoközösség: <b>Orbán Viktor</b>	Jobboldali protoközösség: <b>Csurka István</b>	Integratív kör: <b>Boross Péter</b>	Összehasonlítás- képp a legaktívabb nem politikus <b>Fekete Gyula</b> <sup>13</sup>
Rá hivatkozik	2 politikus 15 médium 2 szervezet	2 politikus 13 médium 1 szervezet	5 politikus 13 médium 1 szervezet	5 médium
Ő hivatkozik	–	1 értelmiségi	2 politikus 1 értelmiségi	–
Közvetlenül megszólal	5 médiumban	5 médiumban	2 médiumban	–

## ÖSSZEGZÉS

Dolgozatunkban a '94-es kampány idejéből gyűjtött adatokat dolgoztuk fel hálózatelemzési módszerek segítségével. Először a szereplők közötti interakciók, majd a megszólalásokban azonosított értelmezési keretek jelentették a hálózatstruktúra alapjait. A hivatkozási hálózat segítségével kimutattuk, hogy a magyar politikai közösség 1994-ben – interakciós szempontból legalábbis – integrált volt: azonban nem a centrum–periféria jelleg biztosította az integrációt, hanem egy alapvetően diffúz szerkezet.

Az értelmezési keretek szintjén azonban egyre határozottabban kezd szétválni két protoközösség, egy balliberális és egy jobboldali. Ezeket azonban összefogja egy kulcsszereplőkből álló kis kör, akik a választásokat a teljes politikai közösség szintjén is igyekeznek értelmezni. Mindkét blokk esetében megfigyelhetünk belső tagolódást. A balliberális blokknál a szereplők jó részét éppen az köti össze, hogy azt hangsúlyozzák, hogy ők nem alkotnak egységes politikai közösséget: a liberális blokk önállóan is létezik. A csoport egy másik, az előbbtől természetesen nem szervesen elkülönülő része a szakértelemre helyezi a hangsúlyt, azaz a protoközösségnek technokrata élt kíván adni. Ennek üzenete úgy is lefordítható, hogy „azért vagyunk együtt, mert mi értünk hozzá”. A jobboldali blokkon belül az antikommunista értelmezés és a folytatást szorgalmazók között lehet némi tagolódást kitapintani. Különösen szembevetendő Csurka István és Torgyán József, valamint a Magyar Fórum hasonló értelmezése, amely egy radikalizálódó jobboldali csoport formálódását vetíti előre.

Noha a kampánykutatás számára elsősorban a szereplők szűkebb köre az érdekes, a '94-es kampány feldolgozása ebben a fázisban nem különbözik a kutatásunk többi esetének feldolgozásától. A kutatási kérdések a kampány szempontjából éppoly relevánsak, mint a kampányon kívüli politikai kommu-

nikációs helyzetekben, az eredmények kampánykutatási szempontból is értelmezhetők. A kutatás következő fázisában elképzelhető ugyanakkor, hogy további kérdésekkel és elemzési szempontokkal bővítjük a repertoárt. A kampányspecifikusabb kutatási kérdések között olyanokra gondolhatunk, hogy egy szereplő üzeneteit kik veszik át, egy párt milyen kommunikációs eszközöket vesz igénybe, hogy pártosak-e a politikai szakértők, illetve, hogy azoknak a szereplőknek, akik sok interakciót generálnak, s ezáltal a hálózat nagyobb csomópontjaként jelennek meg, miben tér el a kommunikációja a többiekétől.

Az általánosabb összefüggésekre áttérve, eddigi eredményeink a *nemzetközi* szakirodalomnak a *korai kampányokra* vonatkozó megállapításaival mutatnak párhuzamot. Először is, mind az interakciók terén, mind a diszkurzív megnyilvánulásokban a *politikuskok szerepe a meghatározó*. A természetes szereplők ugyanakkor nem folytattak intenzív kommunikációt egymás közt a kampány során, és másra sem nagyon hivatkoztak, elsősorban saját álláspontjukat fejtették ki az egyes csatornákon keresztül. Ha belegondolunk, ez tulajdonképpen nem meglepő, mondhatni egybevág a korai kampányokkal kapcsolatos ismereteinkkel: a politikuskok csaknem kizárólag saját táborukkal kommunikálnak, és saját üzenetüket akarják célba juttatni. A későbbi korszakoktól azt várjuk, hogy sűrűsödni fognak mind a személyek, mind a közösségek egymásra történő hivatkozásai, nemcsak a kampányban, de kampányidőszakban még inkább.

A következő *a média fontossága* a politikuskok üzeneteinek becslésében. Úgy tűnik, hogy a média hűséges szócsőként közvetíti a politikuskok mondanivalóját; megkockáztathatjuk azt az állítást, hogy a legfontosabb csatornája a politikusi kommunikációnak. Noha reakciókat ritkán tudnak kiváltani a médiumok, számos szereplőt bevonnak a diskurzusba azáltal, hogy exkluzív megszólalói kör kialakítására törekszenek. Ez összecseng a kampánykommunikáció korszakairól szóló ismereteinkkel, nevezetesen azzal a felfogással, amelyik az internet robbanása előtti korszakot a nagymédia uralmának nevezi. Erre a korszakra az jellemző, hogy a politikai kommunikáció túlnyomórészt a médián keresztül zajlik: a szereplők fő törekvése tehát az oda való bekerülés. Ahhoz azonban, hogy ezt egyértelműen kijelenthessük, további csatornák, például szórólapok, egyéb kampányeszközök vizsgálatára is szükség lesz, amit a kampánykutatás következő szakaszában fogunk megtenni.

A szakértők, értelmiségiek szerepére vonatkozó eredményeink szintén egybevágóak a kampányokkal kapcsolatos eddigi ismereteinkkel. Az értelmiségiek, szakértők az egyes médiumok házi véleményformálóiaként funkcionáltak, protoközösségeknek kevésbé lehetett őket megfeleltetni. Abból, hogy alig váltanak ki reakciót a megszólalásaik, úgy tűnik, hogy a súlyuk sokkal kisebb, mint a politikuskoké, és a nemzetközi szakirodalom éppen így írja le a korai kampányokat. Ez azonban minden bizonnyal változni fog, egyrészt a szakértők és értelmiségiek előtérbe kerülésére lehet számítani, másrészt arra, hogy

az egyes táborok közt jelentős eltérés lesz a tekintetben, hogy fontos szerepet játszanak-e bennük a véleményformálók.

Végül néhány szót ejtünk arról, hogy milyen irányban lenne érdemes folytatni a kampánykutatást a projekt keretein belül. A kampányüzenetek vizsgálatára láttunk már nemzetközi példákat, ez lehet tehát az egyik irány: a politikusi diskurzusok hálózatainak feltérképezése. A kutatás terveihez igazodva, fontos további lépés lesz a politikusok csatornahasználatának alaposabb feltárása, és a politikusok szerepe a közösségi szimbólum- és narratívateremtésben.

Amennyiben pedig további kampányokat is bevonunk a kutatásba, és azokat azonos szempont szerint elemezzük, nagyon értékes komparatív adatbázist kaphatunk, amely a kampánykutatás gyakran túl leírónak aposztrofált módszertanát, és ezért olykor megkérdőjelezett észrevételeit erős kvantitatív bizonyítékkal támogatná meg.

#### MELLÉKLET

##### A diszkurzív kódoláshoz használt keretek

- F1 = A SZÉLSŐJOBBS VESZÉLYE. Ez a keret a jobboldalon egyre inkább terjedő szalonképtelen, szélsőséges nézetek létezésére, a szélsőjobb veszélyére hívja fel a figyelmet. A megszólaló a jelenségről elítélően nyilatkozik, esetleg el is határolódik tőle. Előfordulhat, hogy a beszélő a szélsőjobb általi fenyegetettséget súlyosabbnak, komolyabbnak állítja be annál, ahogyan mások megítélik, mint ahogyan az is előfordulhat, hogy a kormányt, a jobboldalt igyekszik egy kalap alá venni a szélsőjobboddallal, illetve a kormányra hárítja a szélsőjobb létezésének a felelősségét.
- F2 = A KOMMUNIZMUS VISSZATÉRÉSE. A frame-et használók azzal próbálnak félelmet kelteni a választókban, hogy a kommunista múltat emlegetik, hogy tudniillik az MSZP, illetve a baloldal győzelme esetén visszatérhet a kommunizmus, a diktatúra. Több politikus a baloldal „leleplezését” sürgeti, arra hivatkozva, hogy az MSZP ugyanazokból a személyekből áll, akik a rendszerváltás előtti hatalom részesei voltak.
- F3 = NEM LESZ KOMMUNIZMUS. Ez tulajdonképpen az előző frame „ellenpárja”, konkrét válasz az F2-höz sorolható támadásokra, amellyel igyekszik megnyugtítani a választókat. Olyan értelmezések tartoznak ide, amelyek vagy tagadják a fenti vádakot vagy arról szólnak, hogy az MSZP „európai értelemben vett baloldali párt”, a demokrácia elkötelezett híve.
- F4 = SÚLYOS ÖRÖKSÉG. A frame azt hangsúlyozza, hogy az Antall-kormány rossz politikája következtében a majdani új kormány nagyon nehéz helyzetben kezdheti meg a működését. Ide tartozik, a régi kormány tevékenységét bíráló minden megnyilvánulás, amennyiben az elmúlt négy év örökségének, a záruló ciklus következményeinek kontextusában esik róla szó.

- F5 = SZAKÉRTELEM. Ez a frame a szakértelem szükségessége mellett érvel, gyakran kifogásolva egyúttal az „ideológiai alapú kormányzást”. A szakértelem frame-hez tartozik az Antall–Boross-kormány szakmai szempontok mentén, a szakértelem hiánya miatt történő bírálata; a kormányváltás óhajtása azért, hogy végre hozzáértők irányítsák az országot.
- F6 = FOLYTATÁS. Ez a frame a kormánypártok újbóli hatalomra kerülését, a kormány maradását óhajtja, mégpedig abból a meggondolásból, hogy jobb a megkezdett utat folytatni, mint ide-oda rángatni az országot.
- F7 = NEMZETI ÉRDEK. A frame fő gondolata, hogy a választás tétje a nemzet érdekeinek képviselete, hogy olyanok irányítják-e a választás után az országot, akiknek ez fontos. Ide tartozik minden, a magyarságot, nemzeti érdeket érintő kérdés fontosságának hangsúlyozása. A nemzeti retorika párosulhat szelíd vagy markánsabb nyugatellenességgel.
- F8 = KÖZMEGEGYEZÉS. Ez a frame annak a fontosságát hangsúlyozza, hogy a választások után felálló új kormánynak meg kell teremtenie a közmegegyezést, például azért, mert az állampolgárok erre vágnak, ezt akarják. Ez vonatkozhat a megosztott, a választási küzdelemben még inkább polarizálódott magyar társadalomra csakúgy, mint Magyarország nemzetközi kapcsolataira, vagy általában a politikai megbékélésre a kormány új intézkedéseit megelőzően.
- F9 = KÉT POLITIKAI TÁBOR VAN: JOBB- ÉS BALOLDAL. Ez a szemlélet a magyar társadalmat, a politikai életet kétosztatúnak fogja fel, vagyis megkülönböztet és említ jobboldalt és baloldalt, de más oldalt vagy táborot nem említ. Előfordul, hogy a jobboldal és baloldal az állampolgárok tömegére vonatkozik, de gyakrabban a politikai elit belső megosztására. A liberálisokat, amennyiben említést tesz róluk a szöveg, igyekszik jelentéktelennek beállítani.
- F10 = VAN LIBERÁLIS TÁBOR. Az értelmezési keret kiindulópontja az, hogy a magyar politikában három tábor van (nem kettő): a jobboldal és a baloldal mellett vagy között a liberális a harmadik. A frame lényege a harmadik pólus létezésének és jelentőségének a hangsúlyozása, és megkülönböztetése a másik kettőtől.

## JEGYZETEK

<sup>1</sup> A tanulmány az OTKA 112323 projektje keretében készült.

<sup>2</sup> A Politikai kommunikáció Magyarországon, 1990-2015 kutatási projekt (OTKA 112323) a politikai kommunikáció magyarországi történetét a kommunikációs összekapcsolódások által definiálható közösségek változásán keresztül célozza leírni hálózatelemzési és társadalomszemiotikai módszerek segítségével. A projekt leírásáról és elméleti kiindulópontjairól lásd: Kiss, 2016.

<sup>3</sup> Egy három fős csoport a rendelkezésre álló anyag átnézése után elkülönített az esetre jellemző és átfogó 10 értelmezési keretet, amelyet aztán a teljes kutatócsoport megvitatott, tesztelt, majd az értelmezési keretekért felelős kutatók ennek megfelelően átdolgoztak (az értelmezési kere-

teket lásd a mellékletben.) A 10 kódoló közötti megbízhatósági tesztek (intercoder reliability) eredményei (Krippendorff-alfa értékek): a közvetlen megszólalási adatok: 0,85; hivatkozások: 0,76; diszkurzív értelmezési keretek: 0,64. Az éles kódolás során létrehoztunk egy platformot, ahol minden kódoló jelezhetette, ha a kódolás során problémával szembesült. A problémás esetekről a kutatásvezető hozott döntést, aki napi rendszerességgel válaszolt a felmerülő problémákra. Ennek különösen a diszkurzív keretek kódolásánál volt jelentősége.

- <sup>4</sup> Egyoldalú hálózatban az aktorok homogének, bármelyik aktor között lehet kapcsolat. A kétoldalú hálózatban az aktorok két típusát különböztetjük meg és kapcsolat csak különböző típusú aktorok között jöhet létre, azonos típusú aktorok között nem. Jelen esetben az egyoldalú hálózat aktorai a kommunikátorok, akik között az egymásra történő hivatkozás hoz létre kapcsolatot, míg az egyik kétoldalú hálózatban természetes személyeket és médiumokat, míg a másik kétoldalú hálózatban természetes személyeket és értelmezési kereteket különböztetünk meg egymástól. Erről részletesen lásd: Bene, 2016.
- <sup>5</sup> Súlyozatlan hálózatra számolva.
- <sup>6</sup> Lásd a Mellékletet.
- <sup>7</sup> Az első közösségkeresés során az algoritmus 4 legalább 10 fős csoportot talált, amely felosztás maximummodularitása viszont nem volt különösen magas, 0,18-as értéket ért el. A csoportok páronkénti egymástól való elkülönülésének vizsgálata azonban árnyalta a képet. Az első két csoport nagymértékben összeért egymással, de mindketten élesen elkülönülnek a harmadik csoporttól, míg a negyedik csoport a két blokk között közvetít, mindkettőtől viszonylag gyengén különül el. A két baloldalinak tekinthető blokkba került 51 szereplő (csak az elsőbe 41), az ezektől élesebben elkülönülő jobboldalinak tekinthető blokkba 10 szereplő, a közvetítő csoportba pedig 21 szereplő. Ennek oka a „súlyos örökség”-értelmezés integratív volta, amely nagyon sok, egyéb kereteket is felhasználó szereplőt a baloldali blokkba húzott. A keretek közelség–centralitás értékeit szemügyre véve is az derült ki, hogy a legmagasabb értékkel a „súlyos örökség” keret rendelkezik, azaz ez a keret tölt be leginkább integratív szerepet. A „súlyos örökség”-keret eltávolítása az alapvető tendenciát nem változtatja meg (két blokk + nemzeti érdeken gondolkodó hídcsoport), azonban markánsabban elkülönülő és némileg kiegyenlítettebb közösségeket hoz létre.
- <sup>8</sup> Kötés–közösségisegen alapuló közösségfelosztás algoritmus (lásd: Newman–Girvan, 2004)
- <sup>9</sup> A következők tartoznak ide: Fodor Gábor, Hack Péter, Haraszti Miklós, Kuncze Gábor, Petó Iván (SZDSZ), Baja Ferenc, Bárd András, Bihari Mihály, Gál Zoltán, Kovács László, Nagy Sándor, Szekeres Imre, Vitányi Iván (MSZP), Deutsch Tamás, Orbán Viktor, Urbán László (Fidesz), Buzássy Lajos, Demcsák Lajos, Fábri György, Király Zoltán, Kresz Zoltán, Krupcsok Lajos, Nyíró Sándor, Palotás János, Sz. Tóth János, Thürmer Gyula, Zwack Péter (egyéb politikus), Kende Péter (szakértő), Iványi Gábor, Lengyel László (értelmiségi), Magyar Hírlap, Magyar Narancs, Magyar Nemzet, Mai Nap, Népszabadság, Népszava, HVG (média), Liberális Blokk, MSZOSZ, Munkáspárt
- <sup>10</sup> A következők tartoznak ide: Für Lajos, Kónya Imre, Kulin Ferenc, Lázár Imre, Lezsák Sándor, Sáróssy László, Szabó Tamás, Takács Gyula (MDF), Kis János (SZDSZ), Torgyán József (FKGP), Pálos Miklós (KDNP), Németh Zsolt (Fidesz), Balczó Zoltán, Bélafy Antal, Csurka István, Szabó János, Zacsek Gyula (egyéb politikus), Magyar Fórum, Pesti Hírlap, Új Magyarország (médiium), Esti Hírlap (médiium), Magyarországi Zöld Párt (szervezet).

<sup>11</sup> Ide tartozik Boross Péter, Molnár Miklós (MDF), Horn Gyula (MSZP), Hasznos Miklós, Surján László, Szilágyi Krisztina (KDNP), Szájer József (Fidesz), Fekete Gyula, Pongráz Gergely, Csúcs László (értelmisség), KDNP, Társadalmi és Kulturális Egyesületek Nemzeti Együttműködési Bizottsága (szervezet).

<sup>12</sup> Bene Márton (2015). Kommunikációs hálózatok és politikai közösség. Kézirat.

<sup>13</sup> Író

## IRODALOM

- Albrecht, Steffen–Lübcke, Maren–Hartig–Perschke, Rasco (2007): Weblog Campaigning in the German Bundestag Election 2005. *Social Science Computer Review*, 25 (4): 504–520.
- Amazeen, Michelle. A. (2014): Checking the fact-checkers in 2008: Predicting political ad scrutiny and assessing consistency. *Journal of Political Marketing* (publikálásra elfogadva).
- Bartle, John–Griffiths, Daniel szerk. (2001): *Political Communication Transformed. From Morrison to Mandelson*. Basingstoke, Palgrave.
- Bene Márton (2016): Kommunikációs hálózatok és politikai közösség. Hálózatelemzési módszerek alkalmazása a politikai kommunikáció történetének kutatásában. *Politikatudományi Szemle*, XXV. évfolyam, 1. szám, 72–97.
- Bóhm Antal–Szoboszlai György (1995): *Parlamenti választások 1994. Politikai Szociológiai körkép*. MTA Politikai Tudományok Intézete, Budapest.
- Bruns, Axel–Burgess, Jean E. (2011): #Ausvotes: how Twitter covered the 2010 Australian federal election. *Communication, Politics and Culture*, 44 (2): 37–56.
- Dalton, Russel. J.–Kingemann, Hans-Dieter, szerk. (2007): *The Oxford Handbook of Political Behavior*. Oxford University Press, New York.
- Denver, David–Hands, Gordon (1997): *Modern Constituency Electioneering. Local Campaigning in the 1992 General Election*. Frank Cass, London.
- Doerfel, Marya. L.–Connaughton, Stacey. L. (2009): Semantic networks and competition: Election year winners and losers in US televised presidential debates, 1960–2004. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60 (1): 201–218.
- Farrell, David M.–Paul Webb (2002): Political Parties as Campaign Organizations. In: Russell J. Dalton and Martin P. Wattenberg: *Parties Without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Oxford University Press, Oxford, 102–128.
- Foot, Kirsten–Schneider, Steven M.–Dougherty, Meghan–Xenos, Michael–Larsen, Elena (2003): Analyzing Linking Practices: Candidate Site sin th 2002 US Electoral Web Sphere. *Journal of Computer Mediated Communication*, 8 (4): 0-0. <http://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2003.tb00220.x>
- G. Nagyné Maczó Ágnes (1995): A Független Kisgazdapárt kampánya. In: Kurtán és mtsai. (szerk.): *Magyarország Politikai Évkönyve 1994-ről*. CD-ROM.
- Gerstlé, Jacques (2008): *La communication politique*. 2e édition. Armand Colin, Paris.
- Gibson, Rachel–Andrea Römmele (2001): Changing Campaign Communications. A Party-Centered Theory of Professionalized Campaigning. *Press/Politics*, 6 (4): 31–43.
- Graber, Doris A. (2004): Methodological developments in political communication research. In: Kaid, Lynda L. (szerk.): *Handbook of Political Communication Research*. 45–67.

- Graham, Todd–Broesma, Marcel–Hazelhoff, Karin–van't Haar Guido (2013): Between broadcasting political messages and interacting with voters: The use of Twitter during the 2010 UK general election campaign. *Information, Communication and Society*, 16 (5): 692–716.
- Gyarmati László (1995): Ha unod a banánt.... In: Kurtán és mtsai. (szerk.): *Magyarország Politikai Évkönyve 1994-ről. CD-ROM*.
- Harrop, Martin–Miller, William L. (1987): *Elections and Voters: A Comparative Introduction*. Macmillan, Basingstoke.
- Kapitány Ágnes–Kapitány Gábor (1995): Az 1994-es választási és kampányfilmek szimbolikus és értéküzenetei, In: Kurtán és mtsai. (szerk.): *Magyarország Politikai Évkönyve*, 112-126.
- Kiss Balázs (2016): Esemény, hálózat, szemiozis. *Politikatudományi Szemle*, XV. évfolyam, 1. szám, 10–28.
- Lilleker, Darren G. (2006): *Key Concepts in Political Communication*. SAGE, London.
- Larsson, Anders O.–Moe, Hallvard (2012): Studying political Microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish election campaign. *New Media & Society*, 14 (5): 729–747.
- Mazzoleni, Gianpietro (2006): *Politikai kommunikáció*. Osiris, Budapest.
- Newman, Mark E. J.–Girvan, Michelle (2004): Finding and evaluating community structure in networks. *Physical Review E*, 69: 026113.
- Scammell, Margaret (1999): Political Marketing: Lessons for Political Science. *Political Studies*, 47: 718–739.
- Schmitt-Beck, Rüdiger–David M. Farrell (2004): Studying Political Campaigns and Their Effects. In: Farrell, David M.–Rüdiger Schmitt-Beck, (szerk.) (2004): *Do Political Campaigns Matter? Campaign Effects in Elections and Referendums*. Routledge, London. 1–21.
- Semetko, Holli A.–Margaret Scammell (eds.) (2012): *The SAGE Handbook of Political Communication*. SAGE, London.
- Sudhahar, Saatviga–Veltri, Giuseppe A.–Cristianini, Nello (2015): Automated Analysis of the US presidential elections using Big data and network analysis. *Big Data & Society*, 2 (1).
- Szabó Gabriella (2016). Politikai kommunikáció és közösség. *Politikatudományi Szemle*, XV. évfolyam, 1. szám, 29–47.
- Szekeres Imre (1995): Magyar Szocialista Párt. In: Kurtán Kurtán és mtsai. (szerk.): *Magyarország Politikai Évkönyve 1994-ről. CD-ROM*.
- Takens, Janet–van Atteveldt, Wouter–van Hoof, Anita–Kleinnijenhuis, Jan (2013): Media logic in election Campaign coverage. *European Journal of Communication*, 28 (3): 277–293.
- Van Hoof, Anita M. J.–Jacobi, Carina–Ruigrok, Nel–van Atteveldt, Wouter (2014): Diverse politics, diverse news coverage? A longitudinal study of diversity in Dutch political news during two decades of election campaigns. *European Journal of Communication*, 29 (6): 668–686. doi: 10.1177/0267323114545712.
- Vargo, Chirs J.–Guo, Lei–McCombs, Maxwell–Shaw, Donald L. (2014): Network issue agendas on Twitter during the 2012 US presidential election. *Journal of Communication*, 64 (2): 296–316.
- Wring, Dominic (1997): Reconciling Marketing with Political Science: Theories of Political Marketing. *Journal of Marketing Management*, 13 (7): 651–663.