

VÁROS A PLATFORMON*

A jászberényi lokális közösségimédia-alapú nyilvánosság etnográfiai vizsgálata

Burai Krisztina

(HUN-REN Társadalomtudományi Kutatóközpont, Politikatudományi Intézet,
ELTE ÁJK Politikatudományi Doktori Iskola)

Solti Ábel Attila

(ELTE, Társadalomtudományi Kar)

Bene Márton

(HUN-REN Társadalomtudományi Kutatóközpont,
Politikatudományi Intézet, ELTE ÁJK)

*A tanulmány beérkezett: 2023. augusztus 28., opponálás: 2023. szeptember 11. – 2023. október 12.,
véglegesítve: 2023. november 27.*

ÖSSZEFOGLALÓ

A közösségimédia-platformok nemcsak az országos, hanem a helyi közösségek szerveződéseinben is fontos szerepet játszhatnak, és a helyi nyilvánosság fontos felületévé válhatnak, azonban az elmúlt évtized kutatásaiban a lokális hatásokra kevesebb figyelem irányult. A nemzeti szintre vonatkozó megállapítások nehezen általánosíthatóak a specifikusabb helyi nyilvánosságra, kutatásunkban ezért etnográfiai módszerekkel, online megfigyelés és a kulcsszereplőkkel készített interjúk segítségével tárjuk fel annak sajátosságait. A kutatás a 2023-as jászberényi időközi önkormányzati választási kampányt vizsgálja, ugyanis feltételeztük, hogy kampányidőszakban intenzívebb a lokális aktivitás a közösségi médiában, míg a választás időközi jellege lehetővé tette, hogy a helyi kampányt az országos szintű választási kampányoktól elkülönítve vizsgáljuk. Eredményeink azt mutatják, hogy a helyi nyilvánosság legfontosabb közösségimédia-platformja a Facebook, ahol a helyi politikai elit és az állampolgárok is részt vesznek a helyi történések megvitatásában. Az itt kialakult helyi nyilvánosság a legfontosabb szereplőket tekintve erősen centralizált, politikai szimpátia alapján viszont erősen megosztott, ugyanakkor magas fokú integrációt is mutat a politikai oldalak rendszeres interakciói miatt. A platform lehetővé teszi a politikai elitek és az állampolgárok közti interakciót, ugyanakkor a megtevesztésnek is teret enged. Az itt zajló beszélgetések nagyfokú személyességet és az offline szférával való összemosódást mutatnak és erőteljes negatívítás is jellemzi ezt a nyilvánosságot.

Kulcsszavak: közösségi média ■ helyi nyilvánosság ■ helyi politika ■ kampány ■ etnográfia

A nyilvánosság a közösség integrációjának fontos tényezője (Szabó, 2014), a lokális nyilvánosságok a modern politikai kommunikációs környezetben azonban jelentősen beszűkültek. Az egy helyen élő emberek közötti személyes kapcsolatok ritkulnak (Putnam, 2001) és a lokális terek is egyre inkább kiüresednek (Sennett, 1998). A médiafogyasztást elsősorban a nagy nemzeti szintű csatornák dominálják (Martin–McCrain, 2019), de a médiabevételek csökkenésével sok helyen egyébként is gondot jelent a minőségi lokális fókuszú médiatermékek fenntartása, ami helyi szintű „hírsivatagokat” eredményez (Wahl-Jorgensen, 2019). Erős helyi nyilvánosság hiányában a lokális identitások fenntartása, a helyi közösség integrációja és kohéziója, illetve a politikai elit elszámoltathatósága is problémássá válik (Baines, 2012; Wahl-Jorgensen, 2019). Ez azzal a veszéllyel jár, hogy a lokális tér társadalmi szempontból kiüresedik, Lefebvre (1992) nyomán csak „helyként” (place) azaz létezőként, nem pedig közösségi „térként” (space) funkcionál. A lokális közösség talán a legközvetlenebb, a mindennapi élethez legközelebb álló „elképzelt közösség” (Anderson, 2016), ennek kiüresedésével a személyes identitások csak „absztraktabb”, a személyes tapasztalattól távolabb álló közösségekhez kapcsolódhatnak.

Napjainkra már közhelyszerű megállapítás, hogy a közösségi oldalak jelentősen hozzájárulnak az emberek közötti térbeli távolságok áthidalásához, ezáltal pedig a „globális falu” létrejöttéhez (Castells, 2008). Kevesebb figyelem irányul azonban arra a tényre, hogy az ismeretségeken alapuló kapcsolódások elősegítésével ezek a platformok a helyi közösségek „behálózását” is lehetővé teszik, illetve a helyi szintű koordinációhoz szükséges infrastruktúrát (pl. csoportok, oldalak, események létrehozása) is biztosítják. Ezáltal hozzájárulhatnak a helyi nyilvánosságok újjáéledéséhez és megerősödéséhez egy közös, a lakosság és a helyi elit jelentős része számára elérhető kommunikációs „aréna” (Neidhardt, 1994) kialakításával. E platformok azonban számos tekintetben eltérnek a helyi szintű kommunikáció korábban is létező terepeitől, ami hatással lehet az ezeken kibontakozó nyilvánosság működésére. A közösségimédia-kutatásokból kirajzolódó empirikus megfigyelések a platformokon zajló politikai interakciók természetéről sem orientálnak, hiszen ezek jelentős része a nemzeti szintű használati módokra koncentrál, ami nehezen általánosítható a sokkal szűkebb keretek között mozgó, specifikusabb lokális aktivitásra.

E kutatásban ezért a helyi közösségimédia-alapú nyilvánosság működésének sajátosságait tárjuk fel egy magyarországi település etnográfiai, online megfigyelésekre és a kulcsszereplőkkel készített interjúkra egyaránt támaszkodó vizsgálatán keresztül. Kutatásunk a 2023-as jászberényi időközi önkormányzati választási kampány kontextusában zajlott, ami lehetővé tette, hogy egy helyi, közösségimédia-alapú nyilvánosság működését egy nagy intenzitású és a település szempontjából nagy téttel bíró időszakban egészében, de részletekbe menően megismerhessük.

A kutatás eredményei megerősítik azt, hogy a közösségi média, azon belül is elsősorban a Facebook, a helyi nyilvánosság elsődleges platformjává vált, ahol a lokális politikai elit és az állampolgárok is aktívan részt vesznek a helyi történések megvitatásában. A Facebook-nyilvánosság erősen centralizált, ugyanakkor politikai szempontból megosztott, a politikai blokkok közötti gyakori interakciók miatt magas fokú integrációt is mutat. A Facebookon kirajzolódó helyi nyilvánosság utat nyit az elitek és az állampolgárok közötti interakcióknak, nagyfokú személyességet és az offline szférával való összemósódást mutat, ugyanakkor erősen negatív és a megtevesztés eszközeinek is teret enged.

NYILVÁNOSSÁG ÉS KÖZÖSSÉGI MÉDIA

A nyilvánosság fogalma az egyik legvitatottabb társadalomtudományi koncepció. A különböző megközelítések abban viszont alapvetően megegyeznek, hogy a nyilvánosság a politika és a társadalom működésének és működtetésének az érintettek által használt kommunikációs terepeit jelenti, és ami a közös ügyek „megbeszélésén” keresztül kulcsszerepet játszik a politikai vagy társadalmi közösség létrehozásában és formálásában (Dahlgren, 2005). A fogalommal kapcsolatban normatív és leíróbb megközelítések is jellemzőek. Előbbi – elsődlegesen a fogalmat a társadalomtudományi gondolkodás főáramába bevezető Habermas nyomán – a demokratikus politikai cselekvés kiemelt szférájaként tekint a nyilvánosságra, ahol a közös problémák hatékony megoldása lehetővé válik (Dewey, 1927), és amelynek elsődleges funkciója a közösség tagjai közötti, a politikai elit cselekvéseire is kényszerítő erővel ható, racionális és mindenki számára hozzáférhető diskurzus megteremtése (Habermas, 1971). A leíróbb jellegű megközelítések a nyilvánosság arénajellegére fókuszálnak és olyan kommunikációs arénaként írják azt le, ahol a politikára és társadalomra vonatkozó információk, vélemények és közös tudások létrejönnek, áramolnak és ütköznek egymással, fontos szerepet játszva ezáltal a politikai igények és a közvélemény alakításában (Dahlgren, 2005; Neidhardt, 1994). A fogalmi és normatív viták közepette abban azonban egyetértés mutatkozik, hogy a XX. században a professzionális média dominálta a nyilvánosságot, ahol az állampolgárok csak a közönség szerepét tölthették be a politikai elitek mediatisált interakcióinak passzív befogadóiként funkcionálva (Habermas, 2006).

Az internet és különösen a közösségi média elterjedése nyomán azonban a nyilvánosság fogalma egyre kevésbé korlátozható a professzionális médiaterre. Az online tér megjelenése is számos változást eredményezett (Dahlgren, 2005), de az interakciókra és kapcsolódásra építő közösségimédia-platformok különösen nagy hatást gyakoroltak a nyilvánosság működésére (Brunns, 2023). Éppen ezért az ezredforduló környékén élénk gondolkodás indult az internet,

majd később a kutatásunk szűkebb témáját képező közösségi média nyilvánosságra gyakorolt hatásáról. A korai időszakban elsődlegesen a habermasi normatív hagyományra támaszkodó techno-optimista (pl. részvétel növekedése) és -pesszimista (pl. fragmentáció) nézetek feszültek egymásnak (Schäfer, 2015). Ezek a szempontok a nyilvánosság átalakulását leíró módon értelmezni kívánó megközelítésekben is visszaköszöttek, itt azonban a nyilvános kommunikáció normatív minősége helyett annak milyensége került a középpontba. Ezzel összhangban a közösségi média hatására kirajzolódó nyilvánosság-
nak számos értelmezése jelent meg az elmúlt években, bár ezek döntően nem átfogó magyarázatot kínáltak fel, hanem a nyilvánosság egy-egy aspektusának a kidomborítására helyezték a hangsúlyt (Bennett–Pfetsch, 2018; Chadwick, 2017; Papacharissi, 2015). Néhány általánosabb mintázat azonban így is kirajzolódik a szakirodalmi diskurzusból. Az alábbiakban ezeket tekintjük át, kifejezetten a közösségi média hatásaira fókuszálva, de felillantva a korábbi internet-kutatásokban megjelenő előzményeket is.

A legfontosabb változás kétségkívül a korai normatív viták középpontjában is álló állampolgári bekapcsolódáshoz kötődik. Miközben a mediatizált nyilvánosságból szinte teljesen kiszorultak az állampolgári hangok, a digitális nyilvánosságban az állampolgárok a nyilvánosság aktív szereplőivé váltak (Dahlgren, 2005). A közösségi média a web 1.0 korszakához képest ezt még azzal is fokozta, hogy az állampolgárok nyilvános kommunikációja stratégiai szerepre is szert tett: a közösségi oldalakon a tartalmak terjedésének egyik legfontosabb motorjának az állampolgárok nyilvános politikai megnyilvánulásai számítanak, amelyek ezáltal nagyszámú felhasználót tudnak elérni, beleértve a politikailag kevésbé aktív és elkötelezett választókat is (Bene, 2020). Emiatt a politikai és médiaszereplők is érdekelték abban, hogy figyelembe vegyék az állampolgárok közösségi oldalak nyilvánosságában folytatott kommunikációját (Kelm, 2020). Gerbaudo (2022) ennek kapcsán a modernitás előtt, például az ókori Rómában vagy a francia forradalom bizonyos periódusaiban, működő plebejus nyilvánosság (lásd, Habermas, 1971) újabb felbukkanásáról beszél, hiszen az állampolgárok „digitális tömegként” a nyilvánosság új kollektív alanyává válnak: tömegszerű kommunikációs magatartásukkal képesek hatást gyakorolni a nyilvános diskurzusra és a politikai elitekre.

A másik fontos változás a nyilvános–privát-megkülönböztetésnek az elhalványulása. A nyilvánosság fogalma többek között azon az elképzelésen alapul, miszerint lehetséges elkülöníteni egymástól a társadalmi cselekvés magán és nyilvános tereit (Habermas, 1971) – eszerint a nyilvánosság a közös, mindenkit érintő ügyek terepe. A közösségi oldalakon ez a megkülönböztetés jelentős részben értelmét veszti: az állampolgári kommunikáció döntő része hibrid jellegű, hiszen személyes ismerősök előtt zajlik, mégis meglehetősen nagy nyilvánosságot élvezve és a (plebejus) nyilvánosság részévé válva (Papacharissi, 2010). Ráadásul a közösségi oldalak logikája éppen a személyes nyilvánossá-

gok (Schmidt, 2014) létrehozására épül, ahol minden egyén személyes kapcsolatai és érdeklődése alapján alakít ki saját információs hálózatot. Ezek a személyes nyilvánosságok különböző mértékben átfedik egymást, ezek az átfedések pedig mikronyilvánosságokat és azok sűrű hálózatát eredményezik (Bruns–Highfield, 2015). A közösségimédia-térben tehát a nyilvánosság a személyes nyilvánosságok hálózatából bomlik ki.

Mindez azzal is jár, hogy a közösségi oldalak nyilvánossága rendkívül fragmentált, valójában alacsonyabb szintű nyilvánosságok sűrű hálózataként ragadható meg (Bruns–Highfield, 2015; Dahlgren, 2005; Papacharissi, 2002): számtalan, különböző felépítésű és eltérő normák által vezérelt, de egymást át is fedő nyilvánosság létezik. Ezek kiterjedése, dinamikája, állandósága és élettartama is változó, mégis nyilvános kommunikációs arénákat biztosítanak aktorok és interakciók bizonyos csoportjai számára (Neidhardt, 1994). A határok már csak az átfedések miatt is bizonytalanok: e nyilvánosságokat és határaikat a kommunikációs aktivitások sorozatai alkotják és termelik újra. Lünneborg és Raetzsch (2017) ennek nyomán „performatív nyilvánosságokról” beszél, hiszen a nyilvánosság szereplői kommunikációs performanszaik és gyakorlataik révén hozzák létre és alakítják azt a kommunikációs teret, amelyet bizonyos értelemben közösként fognak fel. Más szóval: csak akkor beszélhetünk bármilyen szinten nyilvánosságról a digitális térben, ha azt bizonyos szereplők valamilyen „közösnek” tételezett tárgyra vonatkozó kommunikációs aktivitások és interakciók sorozatával a gyakorlatban hozzák létre.

Végezetül nem szabad elfeledkezni a technológia szerepéről sem. Boyd (2010) szerint a hálózatos nyilvánosság digitális technológián keresztül konstruált elképzelt közösségként ragadható meg, ugyanakkor az itt zajló interakciókat és társas dinamikákat e hálózatos helyek architektúrája is formálja. Ezek a technológiai adottságok ún. affordanciák formájában alakítják a nyilvánosság működését. Az affordancia technológia általi lehetőséget jelent, és arra utal, hogy a különböző technológiai megoldások számos módon használhatóak, azonban bizonyos típusú használatokra inkább, másokra kevésbé alkalmasak, e lehetőségstruktúra meghatározásán keresztül pedig formálni képesek a nyilvánosság működését (Bucher–Helmond, 2018). A technológia tehát nem határozza meg a használatot, de elősegíthetnek vagy éppen akadályozhatnak bizonyos interakcióformákat. Boyd (2010) szerint a közösségi média affordanciái felszámolták az egyszeri megnyilatkozások efemer és interakciós kontextushoz kötött jellegét. Mások olyan affordanciákat hangsúlyoznak, amelyek a dezinformáció (Bimber–Gil de Zúñiga, 2020) vagy éppen az érzelmi jellegű kommunikáció (Papacharissi, 2015) hangsúlyosabb jelenlétét segítik elő a digitális nyilvánosságokban. E nyilvánosságok értékelésénél tehát a technológiai architektúra affordanciákon keresztüli hatását is fontos figyelembe venni.

LOKÁLIS NYILVÁNOSSÁG ÉS KÖZÖSSÉGI MÉDIA

A térbeliség viszonylatában általában a közösségi média a távolság megszűntetésével kapcsolatos affordanciái kerülnek előtérbe, ami ezáltal a „globális falu” létrejöttét segítheti elő (Castells, 2008). Kevesebb figyelem irányul arra, hogy a közösségi média kulcsszerepet játszik a helyi közösségek behálózásában is (Mester, 2022). Mivel az itt létrehozott kapcsolódások túlnyomórészt offline viszonyokon alapulnak, és a platformokon uralkodó normák, illetve a kapcsolatok létrehozásának alacsony költségigénye miatt a gyenge kötések, azaz felületes ismeretségek is kapcsolattá válnak (Rainie–Wellman, 2014), a területi közelség fontos aspektusa a felépülő hálózatoknak (Pfetsch és mtsai., 2021). A felhasználók közösségimédia-beli ismerőseinek jelentős része az azonos helyen élő felhasználók köréből kerül ki, és a közösségi oldalak affordanciáinak köszönhetően a felületesebb helyi ismeretségek is kommunikációs szinten intézményesülnek, hiszen ezeken az oldalakon az ismerősök kommunikációja rendszeresen eléri a felhasználókat. Mivel a mikronyilvánosságok éppen e személyes, erőteljes lokalitással rendelkező nyilvánosságokból bomlanak ki (Bruns–Highfield, 2015), okkal feltételezhetjük, hogy a közösségimédia-platformok kifejezetten kedveznek a lokális nyilvánosságok létrejöttének. Ezenkívül a közösségi oldalak lehetővé teszik a társadalmi koordinációt elősegítő infrastruktúrák egyszerű kialakítását is: a platformok architektúrájára támaszkodva bárki létrehozhat különböző célokat szolgáló csoportokat vagy oldalakat. Mivel több koordinációs probléma (információszerzés, közös cselekvés stb.) is helyi szinten jelentkezik, ezért számos helyi vonatkozású csoport és oldal jön létre a közösségi platformokon. Ezekben a felhasználók saját, mindennapi életüket közvetlenül érintő információkkal találkozhatnak. Ráadásul a kapcsolatok erőteljes lokális beágyazottsága miatt jó eséllyel saját ismerőseik egy része is tagja vagy követője e csoportoknak, ami további motivációt jelenthet a kapcsolódásra. A fizikai értelemben vett hely tehát e digitális nyilvánosságban is a kommunikáció fontos referenciapontja és kontextusa (Waldherr és mtsai., 2023) és a közösségi oldalak affordanciái kifejezetten elősegítik a helyi digitális nyilvánosságok kialakulását.

Az affordanciák önmagukban nem elegendőek a helyi nyilvánosságok létrejöttéhez. Láthattuk, hogy a digitális nyilvánosságok performatív aktivitások eredményei, tehát helyi nyilvánosság is csak akkor létezik, ha azt rendszeres, a helyi közéletre vonatkozó kommunikációs aktivitásokkal a nyilvánosság szereplői létrehozzák és fenntartják. Ennek hiányában csak az egy fizikai „helyen” (place) élő emberek aktivitásáról, de nem egy közös lokális „térrel” (space) beszélünk (Lefebvre, 1992). Egyáltalán nem magától értetődő azonban, hogy a helyi szereplők élnek-e ezekkel az affordanciákkal: a helyi politikai nyilvánosságok kulcsszereplőinek, a helyi politikusoknak egy jelentős része például nem hoz létre saját oldalakat ezeken a platformokon (Bene–Dobos, 2023), és az állampolgárok helyi

közéleti aktivitásával kapcsolatban is felmerülnek kételyek (Firmstone–Coleman, 2015). Éppen ezért a digitális helyi nyilvánosságok léte empirikus kérdés, nem pedig az affordanciák létéből következő adottság (Pfetsch és mtsai., 2021).

Helyi nyilvánosságok természetesen a közösségi média előtt is léteztek, bár kétségkívül jóval kisebb figyelem irányult ezekre, mint az országos vagy akár a transznacionális nyilvánosságokra (Fischer és mtsai., 2021; Mester, 2022). E helyi nyilvánosságok is elsődlegesen a professzionális médián keresztül manifesztálódtak, ami az állampolgári bekapcsolódás esélyét jelentősen korlátozta. Ráadásul napjaink egyik kiemelt problémája a helyi „hírsivatagok” kialakulása: az újságírás egész területét sújtó gazdasági nehézségek a helyi média szektorában követelték a legtöbb áldozatot, ami olyan helyi „hírsivatagokat” eredményezett, ahol nem vagy csak alig áll rendelkezésre helyi szintű információforrás (Wahl-Jorgensen, 2019).

A helyi nyilvánosságok kiüresedése, illetve passzivitása két szempontból is következménnyel járhat. Egyfelől a nyilvánosság a közösség létrehozásának és fenntartásának egyik legfontosabb mechanizmusa (lásd Szabó, 2014). A helyi közösség és lokális identitás is jelentős részben a helyi nyilvánosságon keresztül jöhet létre és formálódhat, különösen, ha az bizonyos fokú állampolgári bevonódást is lehetővé tesz (Baines, 2012). Másfelől a helyi nyilvánosság hiánya a politikai elitek elszámoltathatóságának is fontos akadálya, hiszen ha nem áll rendelkezésre elegendő információ a helyi politikai szereplők munkájáról, akkor annak objektív értékelésére sincsen mód (Wahl-Jorgensen, 2019).

Később az online tér lehetőséget adott korlátozott állampolgári bekapcsolódásra is, de a közösségi média előtt ezek inkább csak szegmentáltak és így inkább a helyi nyilvánosság perifériáján jelentek csak meg. Kumin Ferenc (2001) például az index.hu felületén kialakult nagylétszámú bajai fórumközösséget vizsgálta és azt találta, hogy a fórumon a helyi ügyek kapcsán részben racionális, bár gyakran személyeskedésbe torkolló vita zajlik, ugyanakkor ezek a viták nem gyakorolnak lényegi hatást a helyi döntéshozatalra. Stephen Coleman és kollégái (2016) Leedsben folytatott kutatásában az online tér elsősorban a helyi médiumok terjesztési platformjaként jelenik meg a helyi nyilvánosságban, semmint a nyilvánosság központi terepeként. Ezek az eredmények jól jelzik, hogy a közösségimédia-platformok előtt létező online terek a helyi lakosság elérése szempontjából elszigeteltebben működtek, nem tudtak a közösségi oldalak a helyi lakosságot „behálózó” potenciáljára támaszkodni.

Helyi szinten tehát különösen fontos kérdés, hogy a közösségi média vonatkozó affordanciái valóban hozzájárulnak-e a helyi nyilvánosság erősítéséhez és hogy milyen szerepet játszanak e platformok a helyi nyilvánosság működésében. Ezért kutatásunk a helyi kontextus és a megfigyelt gyakorlatok bemutatásával, értelmezésével azt vizsgálja, hogy a közösségi média segítségével létrejön-e egy olyan kommunikációs aréna, ahol a helyi szereplők, elitek és állampolgárok találkozhatnak egymással és a közösséget érintő információ-

ókkal, és ezáltal megvitathatják a közös ügyeket, és ha igen, akkor hogyan struktúrálódik és működik ez a fajta helyi nyilvánosság. Kutatásunk kérdései továbbá, hogy milyen hatást gyakorol a közösségimédia-alapú nyilvánosság a helyi politikai folyamatokra, illetve milyen dinamikák figyelhetők meg az online és offline politikai szféra között.

Bár a közösségi média már másfél évtizede az akadémiai kutatások középpontjában áll, a helyi nyilvánosság működésére gyakorolt hatása eddig alig kapott figyelmet (Friedland és mtsai., 2007). Néhány kutatás foglalkozott a helyi nyilvánosság bizonyos szereplőjének digitális gyakorlataival, így a politikusok (Bene–Dobos, 2023) és a helyi média (Firmstone–Coleman, 2014) tevékenységeivel, illetve az állampolgárok interakciós mintázatainak térbeliségével (Pfetsch és mtsai., 2021), vagy éppen indikátorok szintjén érintette a helyi csoportok aktivitásának mértékét (Fischer és mtsai., 2021). A helyi nyilvánosság online működés miatti átalakulására leginkább érzékeny megközelítést a „hiperlokális” média fogalma jelentette, amely azokra az egyre több településen megjelenő, jórészt amatőr médiatermékekre utal, amelyek anyagi megfontolásoktól függetlenül a helyi közösséggel foglalkozó tartalmak termelésével foglalkoznak (Hujanen és mtsai., 2021). Bár a hiperlokális média nem korlátozódik az online térre, felívelésük sokban köszönhető a fenntartási és terjesztési költségeket jelentősen lezserítő online- és közösségimédia-platformoknak (Leckner és mtsai., 2019).

Thorson és munkatársai (2020) közelmúltbeli vizsgálata már átfogóbb keretben, de kifejezetten a közösségi média szerepére fókuszálva vizsgálta a helyi nyilvánosságot egy amerikai város példáján keresztül. Ők azonban kerülték a „nyilvánosság” fogalmát, ehelyett a „helyi politikai információs infrastruktúra” terminust használták és ennek jegyében vizsgálatuk az információtermelés- és terjesztés dimenziójára korlátozódott. Eredményeik azt mutatták, hogy a Facebook a helyi információs közeg központi felületévé vált és a helyi közönség elérésében jóval fontosabb szerepet játszik, mint a lokális média. Az információtermelők azonban érzékenyek itt a felhasználók visszajelzéseire, és próbálnak olyan tartalmakkal jelentkezni, ahol kisebb az esélye a negatív fogadtatásnak. A nyilvánosságfogalomban nagy jelentőségű állampolgári bevonódás és kommunikáció szempontjait azonban a „helyi politikai információs infrastruktúra” fogalma nem képes lefedni.

Tehát bár mutatkoznak jelek arra, hogy a közösségi média jelentősen átalakította a helyi nyilvánosság működését, ennek mibenlétéről átfogóbb megközelítésű vizsgálat hiányában korlátozottak az ismereteink. Kutatásunkkal erre a hiányosságra reflektálunk azáltal, hogy egy magyarországi település közösségimédia-alapú nyilvánosságát etnográfiai módszerekkel vizsgáljuk. Kutatási kérdésünkkel összhangban célunk részletesen feltárni a közösségi média helyi nyilvánosságban betöltött szerepét, illetve e nyilvánosság működésének sajátosságait.

MÓDSZER

Kutatásunk az etnográfiai kutatás módszertani sajátosságaira épít. Az etnográfia társadalmi jelenségek valós idejű és valós élethelyzetekben történő megfigyelése az emberi kapcsolatok szintjén, a közösségekben való immerzív és interaktív jelenlét során, amelynek fontos eleme, hogy a kutató rákérdez az általa empirikusan szemügyre vett jelenségekre a különböző módon érintett személyeknél, hogy étikus¹ nézőpontját a helyi perspektívák tisztázzák (Bayard De Volo–Schatz, 2004; Hine, 2015). Bayard De Volo és Schatz (2004) megjegyzi, hogy a javarészt pozitivista paradigma szerint születő politikatudományi kutatásokban ritka az efféle kvalitatív megközelítések alkalmazása, azonban úgy érvelnek, hogy mégis hasznos lehet, hiszen az etnográfia pont azokra a lokális nyilvánosságok kialakulásában fontos szerepet játszó, személyes kapcsolatok szintjén látható, részletekben rejlő mozzanatokra és minőségi dimenziókra fókuszál, amelyek külső szemlélőként rejtve maradnának a kutató előtt (Bayard De Volo–Schatz, 2004). Különösen hasznos ez a megközelítés az egymást átfedő, sűrű hálózatokban létező mikronyilvánosságok viszonyainak tanulmányozásában: milyen mikronyilvánosságok vannak és hogyan léteznek egy közös információs térben, illetve milyen performatív kommunikációs gyakorlatok mentén hozzák létre és alakítják a közös teret. Mindez a közösségi média korszakában a társadalomkutató számára is jóval könnyebben elérhető (Hine, 2015). Egy (online) megfigyelésekre építő kvalitatív elemzés révén a közösségi média felületein alakuló kommunikációs arénában megjelenített társadalmi beszéd folyamatok² felfejtésével, az émikus³ nézőpontok megértésével, és a tágabb társadalmi valóságot alkotó struktúrák összekapcsolásával a nyilvánosság viszonyainak holisztikus és heurisztikus leírata adható (Geertz, 1994).

Online terek etnográfiai eszközökkel történő leírására számos módszertani megközelítés tesz kísérletet (áttekintésért lásd Mester, 2018). Christine Hine virtuális etnográfiával foglalkozó könyveiben nem egy önálló módszertanról beszél, hanem a mindennapi valóságban intézményesülő társas kapcsolódások virtuális térben történő értelmező elemzéséről (Mester, 2014; Hine, 2015). Ily módon arra kérdezhetünk rá, hogy hogyan formálódik a közösségiség az internet virtuális világában. Kozinets a netnográfia kapcsán erre épít, aki szerint azonban az online közösségiséget erős individualizáció jellemzi, ezért a társadalmi interakciók elemzésének gyakorlata is megváltozik (Kozinets, 2015). Kritikusai szerint önálló irányzat helyett inkább a kutatási folyamat lépéseinek, módszereinek összegzéséről beszélhetünk (Mester, 2018). Ennek értelmében a kutatás első szakasza a „kulturális entrée”, amely során a kutatók megfogalmazzák kérdéseiket, meghatározzák a részvétel formáját, amelyet az adatgyűjtés és -elemzés követ, amelynek eredményeit a kutatók a hitelességre törekedve, a különböző aktorok eltérő nézőpontját is bemutatva, „polifonikus beszédmód” segítségével interpretálnak (Dörnyei–Mitev, 2010: 57).

Az eddig leírtak alapján és a saját kutatásunk értelmében végzett vizsgálódás szerint jelen tanulmány a jászberényi online térben megjelenő helyi mikronyilvánosságok, helyi médiák és közösségi felületek, valamint különböző politikai szereplők kommunikációs gyakorlatainak megfigyelésével, majd az ezt követő interjúk szintetizálásával kísérli meg leírni a nyilvánosság működését a közösségi médiában. Ennek megfelelően vizsgálódásunk az online terekre és az ott nyomon követhető kapcsolati dinamikákra koncentrált. A kutatás alapfogalmairól, az azokkal kapcsolatos dilemmákról a projekt keretében készült tanulmányában Mester (2022) számolt be.

Az adatgyűjtés a 2023-as időközi választás kampányidőszaka alatt, 2022. november 26. és 2023. január 15. között zajlott. A település kiválasztása során meghatározó szempont volt, hogy helyi és időközi választást vegyünk górcső alá, ugyanis azt feltételeztük, hogy ilyen helyzetben az aktuálisan érvényes ellentétek mentén kirajzolódó dinamikák jobban nyomon követhetők és ezzel együtt a közösségi média szerepe is közelebről vizsgálható.

Jászberényben 2019-ben az ellenzéki pártok jelöltjei összefogva indultak a kormánypárti jelöltek ellen. A polgármester-választást ekkor a kis szavazatkülönbség miatt egy hónappal később megismételték, amelyet magas részvétel mellett, az ellenzéki polgármester az előnyét növelve nyert meg. Ennek eredményeképp ellenzéki polgármester került a város élére, a képviselő-testület azonban kiegyenlítetté vált: a Fidesz–KDNP-nek hét, a Közösén Jászberényért Egyesületnek hat, a Mi Hazánkknak pedig egy képviselője került be.

Mindez számos konfliktushoz vezetett, mind az ellenzék és a kormánypárt, mind az ellenzéki képviselők között, így számos alkalommal kilátásba helyezték a képviselő-testület feloszlását, amelyre végül a korábbi DK-s alpolgármester, Gedei József előterjesztése nyomán, az ellenzéki képviselők támogatásával 2022 októberében került sor. A polgármester a döntésről Facebook oldalán is beszámolt, amiben morális válságként írja le a kialakult helyzetet,⁴ míg a város másik fontos politikai szereplője, az országgyűlési képviselő Pócs János úgy látta, új korszak veszi kezdetét Jászberényben az időközi választásnak, illetve az oszlatás polgármester általi támogatásának köszönhetően.⁵ A két oldal eltérően keretezte a történéseket és a választók véleménye is megoszlott az időközi választás szükségességéről és arról, hogy kinek a felelőssége a testület összeomlása. Az elmúlt években a helyi közbeszédet meghatározó egyik legfontosabb téma az úgynevezett Malom-ügy volt: a Malom Kulturális Központ kialakítását az előző városvezetés indította el, amelyet később a Közösén Jászberényért Egyesület polgármestere leállított, arra hivatkozva, hogy az ezzel kapcsolatos szerződés előnytelen volt a város számára. Ez az ügy szintén heves politikai vitákhoz vezetett a képviselők és a helyi lakosok között egyaránt. Ráadásul ezzel a lépéssel az ellenzéki összefogás DK-s alpolgármestere nem értett egyet, ami miatt kilépett a KJE-ből, ezzel pedig a polgármester mögött álló szervezet ténylegesen kisebbségbe szorult a testületben. Az ese-

ményeket a helyi hírportálok mellett a közösségi médiában több helyi kulcsszereplő közvetítette, amelyek kapcsán a civilek is aktívan fogalmaztak meg kritikákat közvetlenül vagy más helyi közösségi platformokon. Ez tette lehetővé, hogy közelebbről, folyamatában szemléljük az időközi választások kampányidőszaka körül alakuló hatalmi viszonyokat és a közösségi média szerepét egy dinamikus nyilvánosságban.

Az időközi választás időpontjának kihirdetése előtt előkutatást végeztünk, mely során feltártuk a várost közelmúltban meghatározó történéseket, az országos sajtóban megjelenő, a településről szóló híreket és a helyi szinten meghatározó szereplőket, közösségimédia-csoportokat és -oldalakat. Etnográfiai vizsgálatunk két adatforrásra támaszkodott. Előkutatásunk alapján a Facebook által működtetett CrowdTangle nevű platform segítségével 41 Facebook-oldalon és 6 nyilvános csoportban végeztünk megfigyelést a teljes időszak alatt, amelynek kutatási kérdésünkhöz kapcsolódó tapasztalatait előzetesen nem definiált szempontok szerint terepnaplóban (ld. Emerson et al., 1995) rögzítettük. Előkutatásunk során azt találtuk, hogy a közösségimédia-alapú helyi nyilvánosság a Facebookon koncentrálódik, az Instagramon és a TikTokon csak egy-egy politikai szereplő tett közzé alacsony reaktivitást kiváltó bejegyzéseket. A CrowdTangle platformján összeállított terepspecifikus hírvonalon napi rendszerességgel monitoroztuk az érintett oldalakon és csoportokban közzétett összes posztot és a hozzájuk tartozó kommenteket. A megfigyelésben mindhárom szerző részt vett, a tapasztalatokat pedig rendszeres kutatási megbeszéléseken dolgoztuk fel. A Facebook-csoportokban és -oldalakon megfigyelőként résztvevő obszervációt (Gold, 2006) végeztünk, azaz nem léptünk be a csoportokba, nem követtük be az oldalakat, és nem szóltunk hozzá a vitákhoz, beszélgetésekhez. Ennek oka, hogy úgy ítéltük meg, hogy ez megzavarná az interakciók valós dinamikáját. Így a kutatás ezen fázisa alatt kutatóként rejtve maradtunk a helyiek előtt, ami ennél fogva minimalizálta a helyi szereplőkkel való kontaktust, így viszont nagyobb mértékben hagyatkoztunk a saját meglátásainkra a kutatás kivitelezésében is. Megfigyelést végzőként a vizsgált közösség(ek)nek korábban nem voltunk tagjai, ami csökkenti a kockázatát a „benszülötté válás”-nak és a „szkeptikus hozzáállás” elvesztésének (Hine, 2000: 54.).

A megfigyelést követően a fontosabb szereplőkkel (ld. 1. ábra) felvettük a kapcsolatot, hogy félig strukturált interjúkat készítsünk velük. A félig strukturált interjú rugalmas kerete nagyobb mozgásteret adhat az interjúalanyok meglátásainak és érzéseinek kibontakoztatására, a kutatónak pedig, hogy jobban tudjon igazodni a megkérdezethez (Tracy, 2020). Nyolc, a jászberényi nyilvánosságban aktív, abban különböző szerepet betöltő helyi lakossal készítettünk interjút a választásokat követően. Az interjúalanyok között szerepelt az újraválasztott polgármester,⁶ választáson induló politikus, közösségi médiában aktív helyi lakos, és helyi csoport adminisztrátora is. Az interjúkban⁷ többek között arra voltunk kíváncsiak, hogy a megkérdezettek mennyire és miért

tartják fontosnak a közösségi média közéleti szerepét, milyenek érzékelték a kampányt az online terekben, hogyan viszonyul tapasztalataik szerint az online nyilvánosság az offline térhez, milyenek érzékelik az interaktivitást a politikai elit és az állampolgárok között, illetve saját megfigyeléseinkről is kérdeztük az interjúalanyokat.

Az alábbiakban közölt elemzés e két adatforrást együtt kezeli, következtéseink támaszkodnak a megfigyelésből és az interjúkból származó belátásokra. Az elemzés során első lépésben általános képet vázolunk fel a helyi nyilvánosság szerkezetéről. Ezt követően a helyi nyilvánosság adataink alapján kirajzolódó legfontosabb sajátosságait tárgyaljuk. Úgy érzékeltük, hogy e sajátosságok jól kapcsolódnak a közösségimédia-alapú nyilvánosság szakirodalmi diskurzusának egy-egy központi témájához, így megfigyeléseinket ezek segítségével foglaltuk narratív struktúrába. Ennek megfelelően a jászberényi közösségimédia-nyilvánosság sajátosságait a hibrid, a képviselői, az affektív és a diszruptív nyilvánosság fogalmai felől írtuk le. Fontos azonban kiemelni, hogy ezek a koncepciók nem az elemzést vezető szempontok voltak, mindössze a megfigyelések szakirodalmi diskurzusokhoz kapcsolását szolgálják, a narratív struktúra alapjául szolgáló témacsoportok a megfigyeléseinkből származnak.

HÁLÓZATOS NYILVÁNOSSÁG: A HELYI NYILVÁNOSSÁG SZERKEZETE

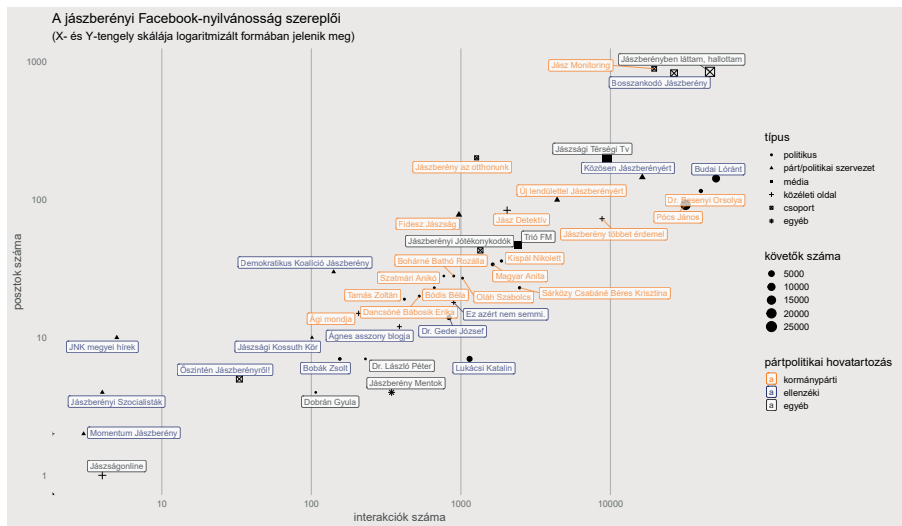
A nyilvánosság szereplői

A nyilvánosság szereplőit aktivitás, interakciók és követők száma, illetve hovatartozás alapján az 1. ábra foglalja össze. Ahogyan arra a magas követőszámok és az interjúalanyok is utalnak, a Facebook nyilvánossága erősen meghatározta a jászberényi közbeszédet. A 26 ezer fős városban a polgármester csaknem 14 ezer, a helyi televízió 23 ezer, a két meghatározó pártszervezet 3 ezer, a központi csoport pedig 4 ezer körüli követőszámmal rendelkezett a megfigyelt időszakban. E számok jelzik, hogy a település lakosságának egy meghatározó része jelen van a legfontosabb helyi Facebook-felületeken, ugyanakkor sok olyan lakos is van, akik nem iratkoznak fel a helyi információs csatornákra, és a követők között nem jászberényi lakosok is lehetnek. Interjúalanyaink szintén arról számoltak be, hogy a Facebook az a felület, ahol *„mindenkinek megvan a saját kis oldala”, „innen lehet a híreket összeollóztatni”,* ezzel szemben viszont az Instagramot és a TikTOKot a felnőtt lakosság körében nem tartották fontosnak.

A tájékozódás legfontosabb offline csatornáiként a helyi televízió- és rádió-adót jelölték meg az interjúalanyok, ugyanakkor ezek fogyasztása is gyakran a közösségi médián keresztül történik, különösen a helyi televízió esetében,

amely Facebook-oldalán rendszeresen közzéteszi aktuális tartalmait. E műsorokban ráadásul rendszeresen utaltak a közösségi média helyi nyilvánosságában zajló eseményekre, a politikusokkal készült interjúkban szóba került az online aktivitás, illetve maga a csatorna is gyakran reflektált az eldurvuló online beszélgetésekre.

A helyi nyilvánosságban fontos szerepet játszik a közéleti interakcióba való állampolgári bevonódás: kommentelés, reagálás a csoportok és a közéleti oldalak mellett a legfontosabb politikusok oldalain is. Az is megfigyelhető volt, hogy egyes helyi lakosokra, aktív kommentelőkre – habár nem politikusok – gyakran utalnak pozitív vagy negatív hangvételű hozzászólásokban. Ők láthatóan a helyi közélet fontos és aktív állampolgári szereplői, akik aktív részvételük miatt a támadásoknak is jobban ki voltak téve. Ez azt is jelzi, hogy a helyi nyilvánosságban az állampolgári aktivitás nem csak tömegrészvételné csatornázódhat be (Gerbaudo, 2022), hanem a kisebb kiterjedés miatt rendszeres aktivitás segítségével egyes állampolgárok is meghatározó pozícióba kerülhetnek.



1. ábra. A jászberényi Facebook-nyilvánosság struktúrája

A nyilvánosság struktúrája

A helyi nyilvánosság strukturális jellemzőire rátérve (ld. 1. ábra) szembevetendő, hogy a jászberényi Facebook-nyilvánosság a legfontosabb szereplőket tekintve erősen centralizált volt a vizsgált időszak alatt: a polgármester és az országgyűlési képviselő a két legfontosabb aktor, ők rendelkeznek a legnagyobb kö-

vetőtáborral a közösségi médiában és ők a kommentek rendszeresen visszatérő referenciapontjai. Az országgyűlési képviselő oldala azonban nem csak a jászberényi nyilvánosságához tartozik: bár Jászberény a választókerület legnagyobb települése, annak összesen húsz település a része. A kampányban a kormánypárti polgármesterjelölt az aktivitás és a kiváltott interakciók tekintetében is felzárkózott a két meghatározó politikushoz, viszont nagyságrendekkel kevesebb követővel bírt azokhoz képest. A pártok helyi szervezetei és a többi politikus, bár jelen voltak a közösségi médiában, jóval kevesebb reakció kiváltására voltak képesek, ugyanakkor a helyi politikai szervezetek sikeresebbnek tűntek. Nagy jelentőséggel bírtak a nyilvánosság alakításában a helyi Facebook csoportok, amit az egyik interjúalanyunk is megerősített: *„jelen pillanatban a közbeszédet a [Facebook] csoportok határozzák meg. Tehát a három nagy csoport, ez teljes mértékben lefedi a várost”*. A helyi média kiemelt szerepet töltött be a Facebook nyilvánosságában, hiszen a helyi tévét és rádiót is rengetegen követik. Ezeken kívül több közélettel, politikával foglalkozó oldalt, „blogot”, médiatermékeket is találtunk, amelyek ugyan kisebb követőtáborral rendelkeznek, de bejegyzéseikről a csoportokban is sokszor beszélgettek, és gyakori volt a találgatás, célozgatás, hogy ki lehet ezek szerzője.

A helyi Facebook-nyilvánosság a kampány idején politikai szimpátia alapján erősen megosztott volt: a háromból két csoport és a politikával foglalkozó oldalak az országos kormánypárti/ellenzéki törésvonal mentén jöttek létre. A két oldal közötti erős ideológiai különbségek és az ezeken az oldalakon alkalmazott, többek által sérelmezett túlzott moderálás ellenére nem alakult ki visszhangkammera: volt átjárás a csoportok között, amely gyakran vezetett éles vitákhoz. Ezen felül előfordult, hogy az ellenoldali csoportokban közzétett bejegyzésekről, hozzászólásokról készített képernyőmentést posztolták. A kormánypárti és az ellenzéki mellett egy harmadik nagyobb taglétszámmal rendelkező általános csoportot is találtunk, itt azonban a politikai témákat kerültek, ezeket aktívan moderálták is, csupán a kampány utolsó napjaiban jelenhettek meg politikai tartalmak.

A nyilvánosság határai

A helyi nyilvánosság határainak és autonómiájának kérdése szintén a Facebookon zajló diskurzusokban formálódott, a résztvevők aktivitásaikkal maguk hozták létre és formálták a nyilvánosság kereteit: a helyi csoportokban és oldalakon elsősorban helyi ügyek voltak fontosak. Az országos ügyek ezzel összhangban jellemzően akkor kerültek napirendre, amikor azoknak helyi vonatkozása is volt. Ilyen volt például az országos közéletben ekkor sokat szereplő oktatás ügye, ami a helyi csoportokban nagyobb visszhangot a jászberényi élőlánc

kapcsán kapott. Megfigyeléseink alapján a nyilvánosság szereplői elsősorban helyi, Jászberényből származó és jelenleg is ott élő lakosok lehetnek, mindezt pedig az interjúalanyok is megerősítették. Akik „bevándorlók”, „gyűttmentek”, „vendégek”, vagy másik városban élnek, azokat egyesek kritikusan fogadták, például a más lakóhellyel rendelkező kommentelőknek azt javasolták, hogy a saját településük ügyeivel foglalkozzanak.

Az országos politika és a pártpolitika gyakran a kizárás eszközeként jelent meg: a feltételezett vagy meglévő pártkötődés, országos politikai szereplővel való kapcsolat gyakran vád formájában volt látható, például „Fidesz-báb” vagy „Gyurcsány embere” fordulatokkal, ami arra utal, hogy az a személy illegitim szereplője a helyi nyilvánosságnak. Az online térben azonban a határok könnyedén átjárhatók, hiszen a helyi nyilvánossághoz hozzáférhetnek az adott helyhez nem kapcsolódó szereplők is (Waldherr és mtsai., 2023). A kampányban, ami időközi választásként országos figyelmet is kapott, erre több példa is volt: országosan ismert szereplők, köztük vezető politikusok, politikai influenszerek és hírességek is időről időre felbukkantak, akár fizetett hirdetés formájában is. E szereplők megjelenéséről megoszlottak a vélemények: míg néhány hozzászóló üdvözölte, hogy nagyobb nyilvánosságot kapnak e szereplők által a jászberényi ügyek, addig a többség sérelmezte, hogy celebek, nem helyiek „mit keresnek Jászberényben”.

Azt is érdemes megjegyezni, hogy a jászberényi közigazgatáshoz tartozó szegregációs területen, a Neszúrben élő civilek, úgy tűnt, hogy az információs térben is perifériára szorultak, amit többen problematizáltak az interjúkban.

Kutatásunk ideje alatt Jászberényben a nyilvánosság központi felülete a Facebook volt, ahol politikai szereplők és állampolgárok aktív résztvevői a helyi történések megvitatásának. A strukturális jellemzők áttekintése után e nyilvánosság általunk azonosított legfontosabb tartalmi sajátosságait mutatjuk be részletesen.

HIBRID NYILVÁNOSSÁG: AZ ONLINE ÉS OFFLINE TÉR ÖSSZEFOLYÁSA

Andrew Chadwick (2017) szerint az új nyilvánosság egyik legfontosabb jellemzője a hibriditás: az online és offline terek itt egymással folytonos interakcióban alakulnak és hatnak egymásra. Ez a jászberényi nyilvánosság esetében is igaznak bizonyult. A Facebookon létrejövő helyi nyilvánosság nem online zárványként létezik. Az online és az offline nyilvánosság összefolyása két szempontból is megjelenik a kutatásunk eredményeiben. Egyrészt a személyes jelleg miatt (Schmidt, 2014) a magánélet és a nyilvánosság összefonódása és az online platformon közzétett hírek, pletykák offline térbe való átszivárgása gyakori jelenség volt. Másrészt a problémák közösségi médiában történő

tematizálása az online térből kilépve olykor a politikai döntéshozatalra is képesek voltak hatást gyakorolni.

A Facebookon terjedő információk a platformot nem vagy kevésbé aktívan használó helyiekhez is eljutottak. Több interjúalany említette például az online nyilvánosság történéseinek offline terjedési helyszínéül a piacot, de volt, aki idesorolta az orvosi rendelőt is, ahol minden generáció találkozik, beszélget egymással, többek közt a közösségi oldalon olvasott hírekről, pletykákról is. Egy interjúalany arról is beszámolt, hogy többször látta, hogy *„boltokban, kocsmákban egymásnak mutogatják, felolvassák a kommenteket, pletykákat, rémhíreket”*.

Az információk „átfolyásának” másik iránya is fontos. A helyi nyilvánosság erősen personalizált volt. Mivel a kommunikációs aréna résztvevői elsődlegesen a helyiek, sokan személyesen is ismerik egymást, így a hozzászólásokban, viták során gyakran nyilvánosan említésre kerültek magánéleti témák, pletykák, és gyakoriak voltak az utalgatások is. Az online térben való megjelenéssel ezek több emberhez és gyorsabban jutottak el, mint az offline térben terjedő pletykák, de rövidebb életűek is voltak.

A helyi online közéleti diskurzusban való részvétel ilyen értelemben kockázatos, hiszen bármely kommentelőről elterjedhetnek a magánéletével kapcsolatos híresztelések. Többen számoltak be arról, hogy személyes, sőt családi életüket is érintő támadások érték őket a Facebookon folytatott politikai aktivitásuk miatt. Egyes ismert helyi szereplőket külön oldalon próbálták magánéleti híresztelésekkel lejáratni, de politikai szereplőket és magánszemélyeket is vádoltak bűncselekménnyel a közösségi médiában.

Az online és offline tér közötti kapcsolódás másik megjelenési formája, hogy a Facebook-nyilvánosság hogyan tud hatást gyakorolni a politikai folyamatokra. A kampány során volt néhány olyan ügy, amely nagy visszhangot váltott ki az online térben, majd ezekre a politikai szereplők politikai cselekvéssel vagy döntéssel reagáltak, ezáltal pedig az online nyilvánosság képes volt az offline térben is hatást kiváltani. Az egyik ilyen a helyi posta bezárásának ügye volt, amelynek tematizálása hamar a politikusok közbelépéséhez, ezáltal pedig gyors megoldáshoz vezetett. A posta bezárásának hírére a csoportokban és a polgármester bejegyzésénél is számos felháborodott hozzászólás jelent meg. Az ügyre a két legfontosabb politikai szereplő, a polgármester és az országgyűlési képviselő mind online, mind offline módon azonnal reagált, utóbbi végül a Facebookon jelentette be, hogy a posta nyitva maradhat. Az egyik interjúalany szerint az ügy megoldása *„egyértelműen a Facebooknak köszönhető”*. A problémák közösségi médiában történő tematizálásának ugyanakkor egy másik vélemény szerint gyakran csak *„figyelemfelkeltő hatása van, megoldó hatása nem igazán”*.

A helyi online nyilvánosság közpolitikai folyamatokra gyakorolt offline hatását korlátozta, hogy a közpolitikai témák kevésbé voltak hangsúlyosak az

állampolgári vitákban és a kampányban. Ezek helyett inkább a helyi botrányok tudtak nagy visszhangot kiváltani. Ezek a témák egyrészt gyorsan terjedtek a közösségi oldalon, másrészt viszont hitelét tekintve megozótnak bizonyultak, ilyen volt például a Márki-Zay Péter által a polgármester kampányára szánt támogatás körül kialakult összetűzés.

KÉPVISELETI NYILVÁNOSSÁG: ELITEK ÉS ÁLLAMPOLGÁROK KÖZÖTTI INTERAKTIVITÁS

Az online nyilvánosság technooptimista diskurzusainak gyakran hangoztatott reménye, hogy a digitális térben a politikai elitek és állampolgárok között közvetlen kapcsolat alakulhat ki, ez pedig a politikai képviselő minőségét jelentősen javíthatja (Coleman, 2005). Országos politikai szereplőkre fókuszáló empirikus kutatások azonban azt mutatták, hogy a politikusok tartózkodnak a valódi interaktivitástól és így nem jön létre közvetlenebb viszony a képviselők és képviseltek között (pl. Stromer-Galley, 2014). A helyi nyilvánosság szűkebb kiterjedése és személyesebb jellege azonban kedvezőbb környezetet nyújthat az elit és állampolgár közti interakcióknak.

A személyes ismeretségek online hatása, a pletykák és az informális stílus nemcsak az állampolgárok közötti, hanem a politikai elit szereplőivel folytatott kommunikációra is jellemző volt Jászberényben. A kommentelők gyakran szólítják például becenevükön a politikusokat, tegezve, baráti stílusban írnak nekik, sokszor a magánprofiljukat is megjelölve hozzászólásokban.

Ez a személyesség időnként a politikusoknak a civilekkel és egymással való kommunikációját is jellemezte, azonban a politikai szereplők az állampolgárokkal folytatott kommunikációban eltérő módon és mértékben vettek részt. Megfigyelésünk során azt tapasztaltuk, hogy néhány politikus a csoportokban is aktív tag volt, gyakran szólt hozzá a bejegyzésekhez, több alkalommal informális stílusban. Mások inkább a saját bejegyzéseikhez érkező egy-egy hozzászólásra válaszoltak, de ennél is gyakoribb volt a reakciójelek használatával történő visszajelzés és mérsékelt véleménynyilvánítás. Az interaktivitásban politikai oldal tekintetében is érzékelhető különbség: az online diskurzusokban való részvétel inkább az ellenzéki képviselőkre volt jellemző.

Az állampolgári kérések, problémák jelzésével kapcsolatban interjúalanyaink arról számoltak be, hogy a helyiek gyakran nyilvános hozzászólásokban, néha pedig privát üzenetekben is keresik a politikusokat. A politikai szereplők úgy látták, kénytelenek elfogadni, hogy a levél és az e-mail küldése, vagy a felelős személy felkeresése helyett a Facebook-oldalokon, csoportokban, vagy üzenetben való problémabejelentés vált fontossá, így ezeket is figyelembe veszik, igyekeznek reagálni rájuk.

AFFEKTÍV NYILVÁNOSSÁG: NEGATIVITÁS A DIGITÁLIS NYILVÁNOSSÁGBAN

Zizi Papacharissi (2015) szerint a digitális térben egyfajta affektív nyilvánosság bontakozik ki: a nyilvánosság kommunikációs performanszok hálózatából bomlik ki, amelyek egyik leginkább jellemző vonása pedig az érzelemtelítettség, hiszen az átélt érzelmek fontos mobilizáló erővel rendelkeznek. Kutatások igazolták is, hogy e platformokon az állampolgárok politikai aktivitásait is elsődlegesen a kritika és a felháborodás érzülete motiválja (Heiss, 2021), amelyet ráadásul erőteljes „modortalanság” is jellemez (Szabó és mtsai., 2021).

Az érzelemtelített és negatív hangvétel a jászberényi Facebook-nyilvánosságnak is meghatározó jegye volt az időközi kampány idején, olyannyira, hogy ez a nyilvánosságban zajló társalgásokban és az interjúkban is visszatérő téma volt. Ennek többféle megjelenési formáját láthattuk. A kritika jellemzően a másik oldal politikai tevékenységeire, a képviselők és az azokat támogató állampolgárok személyére vonatkozott, amelyet a különböző aktorok oldaltól függetlenül „*díplomatikusan*”, azaz formális hangnemben vagy a „*mocskolódás*” nyelven kommunikáltak.

A sokszor eldurvuló online viták az állampolgárok által működtetett közéleti és politikai témákkal foglalkozó oldalakon és csoportokban voltak a leginkább jellemzőek. A viták könnyen eszkalálódtak, amikor valamelyik oldal szereplői elleni támadó jellegű üzenetek jelentek meg. Az indulatos viták adott esetben erőszakos és agresszív formát is öltöttek: „[...] *fel kéne őt akasztani, vagy karóba kéne húzni az összes fideszest. De a mi oldalunkról is van ilyen, aki azt mondja, hogy már rég, nem tudom, a föld alatt kéne legyél...*”. A politikusok kevésbé vettek részt ezekben az interakciókban, bár arra is találtunk példát, hogy egy képviselő indulatosan reagált az őt érő vádakra, ahogyan arra is, hogy ironikusan használt hangulatjelekkel reagáltak állampolgárok negatív hozzászólásaira.

A negativitás egy speciális formája, a szándékos provokáció vagy hiteltelenítés is megjelent a közösségi beszélgetésekben, amire az érintettek „trollkodás”-ként hivatkoztak. Az egyik gyakran kommentelő interjúalany önreflektív nézőpontból beszélt nekünk erről: „[...] *ha a cinizmusomat veszem elő, akkor ott egyértelműen szándékosság van. Pontosabban, hogy igen, én cinikusan fogalmazok, mert tudom, hogy úgyis félre fogják érteni*”. Egy másik nézőpontból szintén erről a jelenségről beszélt az egyik, helyi nyilvánosságban aktív közéleti szereplő: „*De nem csak ez van, hanem direkt és szánt szándékkal vannak olyanok, akik bejönnek, röhögnek, és vannak olyanok is, akik csak egy-egy ilyen nagyon szúró vagy nagyon bántó mondatot odahelyeznek. És ezekkel én azt gondolom, hogy nagyon felzaklatják a közösségeket. [...]*”.

Mindkét oldalon visszatérően problematizálták a közéleti kommunikáció negatív és indulatos jellegét, amit az egyik interjúalany „*oda-vissza lövöldözgetések*”-ből álló „*polgárháborús hangulat*”-ként írt le. Ezt a személyes szemponton túl azért is érezték többen problémának, mert a közös érdekek könnyen

elvesztek a diszharmonikus nyilvánosságban, ami miatt az „[...] ember már a saját utcájáért is nehezen fog össze”. A negativitás dominálta nyilvánossággal kapcsolatos kritika megjelent a helyi politikusok és a média részéről is: az egyik jelölt egy interjúban elmondta, hogy „*azt szeretné, ha a közösségi felületeken eltűnnének a politikai acsarkodások*”, míg a helyi televízió a kampány negatív hangvételét, a negatív kommentek növekvő számát tematizálta egyik műsorában.

Az indulatos közbeszéd visszatartó hatással is bír, hiszen számos helyi szereplő arról számolt be, hogy passzivitást és kiábrándulást érzékelt a saját környezetében. Egy helyi tartalomkészítő ezzel kapcsolatban elmondta, hogy minden héten megfordul a fejében, hogy törli az oldalát, mert „[...] *nincs nekem ahhoz kedvem, hogy az anyámat szidják*”. Egy korábban aktív kommentelő pedig visszavonulása kapcsán azt mondta: „*Egyrészt belefáradtam, mert ebbe mindenki belefáradna. Tehát ez a folyamatos harc meg ez a küzdés, hogy akkor most mi, hogyan működjön, mindenkit felemésztené.*”.

DISZRUPTÍV NYILVÁNOSSÁG: MEGTÉVESZTÉS ÉS MANIPULÁCIÓ A HELYI NYILVÁNOSSÁGBAN

Az online nyilvánossággal kapcsolatos visszatérő aggodalom, hogy az jelentős teret enged a megtévesztésnek és ezáltal a nyilvános diskurzus és a politikai közösség rejtett manipulációjának. Bennett és Pfetsch (2018) ennek kapcsán diszruptív nyilvánosságról, míg Bimber és de Zúñiga (2020) „szerkesztetlen” nyilvánosságról beszél, és amellet érvelnek, hogy a közösségi oldalak olyan affordanciákkal rendelkeznek, amelyek lehetővé teszik az információk eredetének, illetve a szerzők identitásának elrejtését vagy megtévesztését, illetve a társas jelzések manipulációját. Miközben a dezinformáció, az álhírek és a megtévesztő identitású automatizált, vagy természetes személy által kezelt felhasználói profilok jelenlétét országos szinten több kutatás is bizonyította (Bennett–Livingston, 2020), megfigyeléseink szerint ezek a jelenségek a jóval kisebb kiterjedésű és személyesebb helyi nyilvánosságnak is fontos részét képezték.

Az anonimitással való tudatos visszaélést mindkét oldal problematizálta Jászberényben. Erről egy interjúalany a következőképpen beszélt: „*Ha nincs egy arc, nincs egy kép kirakva, akkor sokkal könnyebb úgy bántani valakit, hogy ja, hát rólam úgyse tudják, ki vagyok, akkor én nyugodtan mondhatok, amit akarok.*”. Egy másik válaszoló szerint pedig „*Jászberény tele van álprofilokkal, akik sértegetik az embereket. Nekem van olyan csoportom, ahová nem engedek belépni álprofil, mert csak konfliktushoz vezetne.*”. Eszerint tehát egy fontos felmerülő probléma volt az álprofilokkal kapcsolatban, hogy a személyes távolság miatt a kritika durvább, adott esetben erőszakos és sértő megfogalmazására nyílik lehetőség.

Az álprofilhasználat nem csak egyéni stratégiaként jelent meg, hanem sokak szerint tudatosan használt manipulációs eszközként is a nyilvánosság po-

litikailag motivált formálásában. Az egyik interjúalany például „*zuhanóbombázás*”-ként írta le azt a jelenséget, amikor „*egy posztra hirtelen rászabadul 10-15 ember*” akik irreleváns negatív tartalmakkal árasztják el a beszélgetést.

A jászberényi nyilvánosság szereplői sok esetben például olyan gyakorlatokkal próbáltak védekezni az álprofilok manipulatív támadásaival szemben, mint a tudatosítás vagy a kiszorítás. Előbbire példa, amikor a megnyilatkozók külön felhívták a figyelmet a beszélgetésben résztvevők álprofil jellegére, valamint amikor oldalak listázták, megnevezték vagy konkrétan leleplezték az álprofilokat. A kiszorításra egy példa a már említett moderációs tevékenység, valamint amikor a felhasználók közvetlenül jelezték, hogy álprofillal nem hajlandóak vitázni.

A szélsőségesebb pletykáknál a profil megbízhatósága fontos tényező volt az információ hitelességének mérlegelésében. Például, amikor az egyik csoportban egy helyi képviselő bejelentette indulását, a poszt alatt egy kommentelő azt kérdezte, „*Nem kizáró tényező [...] indulásához, hogy egy ártatlan terhes édesanyát meggyilkolt amikor részegen vezetett????????*”. Egy másik hozzászóló viszont megjegyezte, hogy a kérdező az internetről szedte a képet, majd a hozzászólásoknál közösen vitatták a történet validitását.

Ugyanakkor az anonimitás lehetőségét nem mindenki használta bomlasztásra és annak önvédelmi funkciójáról például többen beszéltek. Az érintettek kommentekben gyakran érveltek amellett, hogy a helyi nyilvánosság személyes, erősen negatív és konfliktusos jellege miatt más módon nem tudnak részt venni a helyi diskurzusokban, hiszen féltik a munkájukat, esetleg a saját vagy a családjuk biztonságát, ezért állampolgári részvételi igényeiket csak ilyen formában tudják kielégíteni. Az álprofilhasználat tehát egyfajta védettséget is nyújthat egy erősen személyes vagy erőszakos hangulatú közéleti beszélgetésben.

Az álprofilok körüli dilemmák egy jellemző története volt, amikor egy, a helyi fórumokon meglehetősen aktív, és hozzászólásaival mindkét oldal felületein vitákat generáló álprofil saját identitására utaló digitális „nyomot” hagyott, aminek köszönhetően leleplezték és nyilvánosan felfedték a valódi identitását, és a személyről kiderült, hogy egy korábban politikai tisztséget betöltő közéleti szereplő. A leleplezés után a manipulációs és az önvédelmi érveket a Facebookon belül több helyi csatornán közvetlenül ütköztették a nyilvánosság szereplői. A többség szerint a szándékos manipulációs jellegű használatot igazolta a tény, hogy az illető a helyi közéletben ismert, politikai kapcsolatokkal rendelkező és a politikai folyamatokban involválódó személy volt. Az érintett azonban leleplezése után immár saját identitása alatt személyes hangvételi és magánéleti információkat tartalmazó posztban próbálta bizonygatni, hogy a család védelme volt az anonimitás szándéka, ezt azonban a nyilvánosság szereplői hiteltelennek tartották.

A Facebook fizetett hirdetési affordanciái is teret nyitottak a megtévesztő felhasználására. Hirdetéseken keresztül ugyanis nem csak a helyi nyilvánosság ismert szereplői tudnak üzeneteket terjeszteni. Létrejött például egy olyan oldal is, amely a polgármester elleni negatív hangvételű posztokat közölt és hirdetett, ezekre viszont az állampolgárok részéről elutasító hozzászólások érkeztek. Nem egyértelmű, hogy az oldalt ki hozta létre, a hozzárendelt weboldal mindössze egy rövid, több más oldalon is megtalálható, a Jászságról szóló szöveget tartalmazott, ami viszont szűkítette a lehetséges tetteseket a helyiek körében.

KONKLÚZIÓ

Kutatásunkban etnográfában ismert módszerek alkalmazásával vizsgáltuk, hogy hogyan működik a lokális közösségimédia-alapú nyilvánosság egy helyi időközi választás kontextusában. A jászberényi példa azt mutatja, hogy a közösségi média – különösen a Facebook –, a helyi nyilvánosság legfontosabb terepévé vált, ahol politikusok, médiatermékek és egyéb lokális oldalak és csoportok oldalain számos helyi lakos és tisztségviselő vesz részt a közösséget érintő ügyek megvitatásában.

A Facebookon kirajzolódó jászberényi nyilvánosság – legfontosabb szereplőit tekintve – erősen centralizált, miközben politikai szimpátia alapján megosztott, azonban a politikai oldalak szerint tagolódó blokkok között intenzív a párbeszéd, ezért meglehetősen integráltnak tekinthető. A helyi nyilvánosságot a résztvevők diszkurzív performanszokon keresztül hozzák létre a határok kijelölésével és az országos politikától való autonómia igényének hangoztatásával. Ennek keretében erőfeszítéseket tesznek a helyi közülethez nem tartozó szereplők, illetve az országos politikai megfontolások diszkurzív térből való kiszorítására, ami jelentős részben sikeres is, hiszen a helyi nyilvánosság platformjain valóban a helyi lakosok helyi vonatkozású megnyilatkozásai dominálnak.

Eredményeinkből kiviláglik, hogy helyi szinten a közösségimédia-alapú politikai aktivitás sok tekintetben különbözik a más szinteken megfigyelt sajátosságoktól. Lokálisan a nyilvánosság erős személyességgel bír, ezáltal pedig erősen összefonódik az offline szférával. A Facebook-nyilvánosság tele van offline ismeretségekből származó utalásokkal, híresztelésekkel, pletykákkal, miközben az itt zajló interakciók is gyakran „átfolynak” a platformon kívüli személyes kapcsolatok világába. Miközben ez a tény „hozzáférhetőbbé” és „valóságosabbá” teszi az itt zajló interakciókat, olyan részvételi kockázatokat is jelent, ami sokak számára visszatartó erővel bír: a résztvevőknek teljes, akár csak szűk körben ismert vagy ismerhető, identitásának felvállalásával kell megjelennie a tágabb környezetükben élő emberek szélesebb nyilvánossága előtt.

Az offline szférával való összefonódás másik vonulata, hogy a felvetett problémák több esetben is közpolitikai cselekvést vagy legalább tartalmi választ eredményeznek a politikai szereplők részéről, a képviselők tehát bizonyos mértékben rezponzívak a képviseltek nyilvánosságban hangoztatott igényeire. E megfigyelés értelmezésénél fontos szem előtt tartani, hogy a kutatás kampányidőszakban zajlott, amikor is a politikai szereplők egyébként is érdekelték, hogy minél inkább rezponzívnak tűnjenek. Ugyanakkor a helyi közösségimédia-nyilvánosság szűkebb kiterjedése és domináns tájékozódási felület jellege miatt az is okkal feltételezhető, hogy helyi szinten általánosságban is rezponzívabbak az elitek: a szűkebb kiterjedés miatt kevesebb probléma kerül kiemelésre, ezek azonban jobban is láthatóak a lakosság számára, ahogyan az akár cselekvés, akár válasz formájában történő kezelésük is sokakhoz eljut. Más kontextusban lefolytatott kutatások szükségesek tehát ahhoz, hogy erről a jelenségről általános érvényű megállapítást tudjunk tenni.

Az országos szintű közösségimédia-aktivitáshoz hasonló azonban az, hogy a helyi szintű Facebook-nyilvánosságot nagyon erős negativitás jellemzi, illetve a megfélemlítés eszközei is jelen vannak. A kritika fontos hajtóereje a helyi szintű közösségi médiabeli megnyilatkozásoknak is, a gyakori viták pedig gyakran elmérgesednek és súlyos kijelentésekre ragadtathatják a résztvevőket, de vitáktól független provokáció – trollkodás – is gyakori tapasztalat a különböző oldalakon. Miközben a szereplők visszatérően ezt tartják a helyi nyilvánosság legsúlyosabb problémájának és visszatartó erejének is, önvédelmi vagy önszabályozó mechanizmusok ezen a téren kevésbé vannak jelen. Az elsősorban álprofilokon keresztül jelentkező megfélemlítési szándékokkal szemben azonban látható a védekezés: a szereplők leleplezésen és tudatosításon keresztül próbálják az álnév alatt nyilvános vitákat formáló szereplők hatását gyengíteni. Fontos azonban az a megfigyelés is, miszerint az álprofil nem feltétlenül jelent manipulációs szándékot: a helyi nyilvánosság számos szereplője ily módon védekezik a helyi közösségimédia-nyilvánosság valódi részvételt megnehezítő személyességétől és negativitásától.

A közösségi média tehát valódi nyilvánosságot teremt abban az értelemben, hogy lehetővé teszi az állampolgári bekapcsolódást, ezek a civil online aktivitások pedig a helyi szintű politikai döntéshozatalra is hatást gyakorolnak. Ugyanakkor a részvétel praktikus korlátjai is nyilvánvalóvá váltak. A nyilvánosság szereplőinek hatásgyakorlási potenciálja nem egyenlő, a centralizált szerkezet bizonyos terepeket és szereplőket előnyben részesít másokkal szemben. Ezenkívül az erőteljes személyesség, a negatív hangvétel, valamint a tudatos provokáció és manipuláció a résztvevők számára ismert jelenléte jelentős visszatartó erővel is bír. A résztvevők a település és a helyi közösség iránt sokszor érzékelhető elkötelezettsége azt jelzi, hogy létezik törekvés a problémaként érzékelt jelenségek közösségi szintű tudatosítására és visszaszorítására. Számos megnyilatkozás utal arra, hogy a résztvevők jelentős része magáénak

érzi és fontos közéleti funkcióval bíró entitásként érzékeli a Facebookon kirajzolódó helyi nyilvánosságot, aminek „egészséges” működését ezért közösségi érdekek tekintik. Ebből a szempontból fontos kérdés, hogy más településeken is hasonló mintázatok jelennek-e meg, és máshol mennyire sikeres a problematizált gyakorlatokkal szembeni közösségi fellépés. A kutatás legnagyobb korlátja, hogy csak egy település nyilvánosságáról kaphattunk képet, a további esetek bevonását megnehezítő mélyebb megértésre törekvő megközelítés azonban olyan aspektusokat hozott a felszínre, ami más módszer esetében könnyen szem elől veszhet. Ugyanakkor kutatásunk arra is rámutatott, hogy az etnográfiai megközelítés alkalmas a nyilvánosság komplex, többszempontú vizsgálatára. Mindazonáltal, a közeljövőben érdemes más települések és időszakok kapcsán is megvizsgálni a helyi közösségimédia-alapú nyilvánosság működését, hogy kiderüljön, mely megállapításaink lehetnek általánosabban is érvényesek.

JEGYZETEK

* E tanulmány a „Hálózatos lokalitás: A közösségi média helyi politikában játszott szerepének vizsgálata” (NKFIH 135189) kutatás támogatásával készült, Burai Krisztina pedig a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alap forrásából a Kulturális és Innovációs Minisztérium ÚNKP-23-3 Új Nemzeti Kiválósági Programjának kedvezményezettje.

- ¹ Az étikus (etic) perspektíva a kutató vagy külsős nézőpontot takarja (Morris et al, 1999).
- ² Geertz fogalma, amely alatt azon kommunikatív tulajdonsággal bíró közösségi cselekvéseket érti, amelyek a társadalmi valóságra vonatkozó értelmezéseket fejeznek ki (Geertz, 1994).
- ³ Az émikus (emic) perspektíva a helyi vagy belsős nézőpontokra vonatkozik (Morris et al, 1999).
- ⁴ <https://www.facebook.com/budai.lorant.jaszbereny/posts/pfbid0quSQFzF7Gd8HaZrpaFXxAR7xiUfbuuesM7thF7wfUq5nSGMmjeh2sgsqeWvscPZI>
- ⁵ <https://www.szoljon.hu/helyi-kozelet/2022/10/elkezodott-az-ules-feloszlathatja-magat-a-jaszberenyi-kepviselo-testulet>
- ⁶ Budai Lóránt hozzájárult ahhoz, hogy a kutatásban való részvételét feltüntessük, a kutatásról és az interjúról maga is beszámolt egy nyilvános Facebook-posztban: <https://www.facebook.com/budai.lorant.jaszbereny/posts/pfbid0MdhgqeiRx2oSPFnKtidrqEjuUbbd8DCudHtBDXsV3fmj2QkDn23QH1mLqrPmDR3l>

IRODALOM

- Anderson, B. (2016): *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (Revised edition). Verso.
- Baines, D. (2012): Hyper-local news: A glue to hold rural communities together? *Local Economy*, 27(2), 152–166. <https://doi.org/10.1177/0269094211428860>
- Bene M. (2020): *Virális politika. Politikai kommunikáció a Facebookon*. L'Harmattan.

- Bene, M.–Dobos, G. (2023): In the Web of the Parties: Local Politicians on Facebook in Hungary. *Media and Communication*. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6654>
- Bennett, W. L.–Livingston, S. (szerk.): (2020). *The Disinformation Age*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108914628>
- Bennett, W. L.–Pfetsch, B. (2018): Rethinking Political Communication in a Time of Disrupted Public Spheres. *Journal of Communication*, 68(2), 243–253. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx017>
- Bernal, V. (2006): Diaspora, cyberspace and political imagination: The Eritrean diaspora online. *Global Networks*, 6(2), 161–179. <https://doi.org/10.1111/j.1471-0374.2006.00139.x>
- Bimber, B.–Gil de Zúñiga, H. (2020): The unedited public sphere. *New media & society*, 22(4), 700–715. <https://doi.org/10.1177/1461444819893980>
- boyd, danah (2010): Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In: Zizi Papacharissi (ed.): *A networked self*. New York, Routledge, 47–66. <https://doi.org/10.4324/9780203876527-8>
- Bruns, A. (2023): From “the” public sphere to a network of publics: Towards an empirically founded model of contemporary public communication spaces. *Communication Theory*, qtad007. <https://doi.org/10.1093/ct/qtad007>
- Bruns, A.–Highfield, T. (2015): Is Habermas on Twitter?: Social media and the public sphere. In: Axel Bruns–Gunn Enli–Eli Skogerbo–Anders Larsson–Christian Christensen (eds.): *The Routledge companion to social media and politics*. Routledge, 56–73. <https://doi.org/10.4324/9781315716299-5>
- Bucher, T.–Helmond, A. (2018): The affordances of social media platforms. In: J. Burgess–A. Marwick–T. Poell (szerk.): *The SAGE handbook of social media*. Sage, Vol. 1, 233–254. <https://doi.org/10.4135/9781473984066.n14>
- Castells, M. (2008): The new public sphere: Global civil society, communication networks, and global governance. *The ANNALS of the american academy of Political and Social Science*, 616(1), 78–93. <https://doi.org/10.1177/0002716207311877>
- Chadwick, A. (2017): *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190696726.001.0001>
- Coleman, S. (2005): New mediation and direct representation: Reconceptualizing representation in the digital age. *New Media & Society*, 7(2), 177–198. <https://doi.org/10.1177/1461444805050745>
- Coleman, S.–Thumim, N.–Birchall, C.–Firmstone, J.–Moss, G.–Parry, K.–Stamper, J.–Blumler, J. G. (2016): *The mediated city: The news in a post-industrial context*. Bloomsbury Publishing. <https://doi.org/10.5040/9781350251113>
- Dahlgren, P. (2005): The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147–162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
- De Volo, L. B.–Schatz, E. (2004): From the inside out: Ethnographic methods in political research. *Political Science & Politics*, 37(2), 267–271. <https://doi.org/10.1017/S1049096504004214>
- Dewey, J. (1927): *The Public and Its Problems* (1st edition). Swallow Press.
- Dicks, B.–Mason, B.–Atkinson, P. & Coffey, A. (2006): *Qualitative Research and Hypermedia*. London, Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781849209649>
- Dörnyei K.–Mitev, A (2010): Netnográfia avagy on-line karosszék etnográfia a marketingkutatásban. *Vezetéstudomány*, XLI(4), 55–68. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2010.04.06>

- Emerson, R. M.–Fretz, R. I.–Shaw, L. L. (1995): *Writing Ethnographic Fieldnotes*. Chicago, University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226206851.001.0001>
- Firmstone, J.–Coleman, S. (2014): The Changing Role of the Local News Media in Enabling Citizens to Engage in Local Democracies. *Journalism Practice*, 8(5), 596–606. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.895516>
- Firmstone, J.–Coleman, S. (2015): Public engagement in local government: The voice and influence of citizens in online communicative spaces. *Information, Communication & Society*, 18(6), 680–695. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.986180>
- Fischer, R.–Keinert, A.–Jarren, O.–Klinger, U. (2021): What Constitutes a Local Public Sphere? Building a Monitoring Framework for Comparative Analysis. *Media and Communication*, 9(3), 85–96. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i3.3984>
- Friedland, L. A.–Long, C. C.–Shin, Y. J.–Kim, N. (2007): The Local Public Sphere as a Networked Space. In: R. Butsch (szerk.): *Media and Public Spheres*. Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9780230206359_4
- Gerbaudo, P. (2022): Theorizing Reactive Democracy: The Social Media Public Sphere, Online Crowds and the Plebiscitary Logic of Online Reactions. *Democratic Theory*, 9(2), 120–138. <https://doi.org/10.3167/dt.2022.090207>
- Geertz, C. (1994): *Az értelmzés hatalma. Antropológiai írások*. Századvég, Budapest.
- Gold, R.L. (2006): Roles in Sociological Field Observations. In: Denzin, N. K. (ed.): *Sociological Methods*, New York, Routledge, 363–380. <https://doi.org/10.4324/9781315129945-33>
- Habermas, J. (1971): *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Gondolat.
- Habermas, J. (2006): Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research1. *Communication Theory*, 16(4), 411–426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x>
- Heiss, R. (2021): The Affective Foundation of Political Opinion Expression on Social Media: A Panel Analysis. *International Journal of Public Opinion Research*, 33(1), 57–75. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edaa009>
- Hine, C. (2000): *Virtual Ethnography*. London, Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9780857020277>
- Hine, C. (2015) *Ethnography for the Internet: embedded, embodied and everyday*. London–New York, Bloomsbury Academic,
- Hujanen, J.–Dovbysh, O.–Jangdal, L.–Lehtisaari, K. (2021): Towards (Hyper) Local Public Sphere: Comparison of Civic Engagement across the Global North. *Media and Communication*, 9(3), 74–84. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i3.3929>
- Kelm, O. (2020): Why do politicians use Facebook and Twitter the way they do? The influence of perceived audience expectations. *SCM Studies in Communication and Media*, 9(1), 8–34. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2020-1-8>
- Kozinets, R.V. (2015): *Netnography (redefined)*. 2nd edition). Los Angeles, Sage. <https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeos0782>
- Kumin, F. (2001): Az online Baja. *Médiakutató*, 2001(4).
- Leckner, S.–Tenor, C.–Nygren, G. (2019): What about the hyperlocals? The drivers, organization and economy of independent news media in Sweden. *Journalism Practice*, 13(1), 68–89. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1392254>

- Lefebvre, H. (1992): *The Production of Space*. Oxford–Cambridge, Wiley–Blackwell.
- Lünenborg, M.–Raetzsch, C. (2017): From public sphere to performative publics: Developing media practice as an analytic model. *Media Practices, Social Movements, and Performativity*, 11–35. <https://doi.org/10.4324/9781315455938-3>
- Martin, G. J.–McCrain, J. (2019): Local News and National Politics. *American Political Science Review*, 113(2), 372–384. <https://doi.org/10.1017/S0003055418000965>
- Mester T. (2010): *Hálózati közösségek etnográfija: megközelítések és elemzési példák. Doktori disszertáció*. Pécsi Tudományegyetem, Bölcsészettudományi Kar.
- Mester T. (2018): Digitális antropológia – előzmények, megközelítések, módszerek. *Replika*, 108–109(3-4), 119–136. <https://doi.org/10.32564/108-109.8>
- Mester T. (2022): Lokális/nyilvánosság/politika a közösségi hálózatok korában: Szeljegyzetek egy kutatási projektterv margójára. In: J. Bali–R. Papp–I. Povedák–A. Szász–I. Tomory (szerk.): *Antropológia – Gondolkodás – Alkotás: A. Gergely András köszöntése 70. születésnapja alkalmából*. Magyar Kulturális Antropológiai Társaság (MAKAT), 349–357.
- Morris, M. W.–Leung, K.–Ames, D.–Lickel, B. (1999): Views from inside and outside: Integrating emic and etic insights about culture and justice judgment. *Academy of management review*, 24(4), 781–796. <https://doi.org/10.2307/259354>
- Murthy, D. (2008): Digital ethnography: An examination of the use of new technologies for social research. *Sociology*, 42(5), 837–855. <https://doi.org/10.1177/0038038508094565>
- Neidhardt, F. (1994): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen* (Band 34). Westdt. Verlag.
- Papacharissi, Z. (2002): The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9–27. <https://doi.org/10.1177/14614440222226244>
- Papacharissi, Z. A. (2010): *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age* (1st edition). Polity.
- Papacharissi, Z. (2015): *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199999736.001.0001>
- Pfetsch, B.–Maier, D.–Stoltenberg, D.–Waldherr, A.–Kligler-Vilenchik, N.–Kedem, M. de V. (2021): Topographies of Local Public Spheres on Social Media: The Scope of Issues and Interactions. *International Journal of Communication*, 15(0), Article 0.
- Pink, S.–Horst, H.–Postill, J.–Hjorth, L.–Lewis, T.–Tacchi, J. (2016): *Digital Ethnography: Principles and Practice*. London, Sage Publications.
- Putnam, R. D. (2001): *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community* (First Edition). Touchstone Books by Simon & Schuster. <https://doi.org/10.1145/358916.361990>
- Rainie, L.–Wellman, B. (2014): *Networked: The New Social Operating System* (Illustrated edition). The MIT Press.
- Schäfer, M. S. (2015): Digital public sphere. *The international encyclopedia of political communication*, 15, 1–7. <https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc087>
- Schmidt, J.-H. (2014): Twitter and the rise of personal publics. *Twitter and society*, 3–14.
- Sennett, R. (1998): *A közéleti ember bukása*. Helikon.
- Stromer-Galley, J. (2014): *Presidential Campaigning in the Internet Age* (1st edition). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199731930.001.0001>
- Szabó G. (2014): *Kommunikáció és integráció*. L'Harmattan.

- Szabó, G.–Kmetty, Z.–Molnár, E. K. (2021): Politics and Incivility in the Online Comments: What is Beyond the Norm-Violation Approach? *International Journal of Communication*, 15: 26.
- Thorson, K.–Medeiros, M.–Cotter, K.–Chen, Y.–Rodgers, K.–Bae, A.–Baykaldi, S. (2020): Platform Civics: Facebook in the Local Information Infrastructure. *Digital Journalism*, 8(10), 1231–1257. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1842776>
- Wahl-Jorgensen, K. (2019): The challenge of local news provision. *Journalism*, 20(1), 163–166. <https://doi.org/10.1177/1464884918809281>
- Waldherr, A.–Stoltenberg, D.–Maier, D.–Keinert, A.–Pfetsch, B. (2023): Translocal networked public spheres: Spatial arrangements of metropolitan Twitter. *New Media & Society*, <https://doi.org/10.1177/14614448231156579>
- Wiles, R.–Bengry-Howell, A.–Crow, G.–Nind, M. (2013): *But is it Innovation?: The Development of Novel Methodological Approaches in Qualitative Research*. Methodological Innovations Online, 8(1), 18–33. <https://doi.org/10.4256/mio.2013.002>