

Görögország digitális diplomáciai tevékenysége a Twitteren (2021–2022)¹

Greece's Digital Diplomacy on Twitter (2021–2022)

Kacziba Péter

https://doi.org/10.47707/Kulugyi_Szemle.2024.3.2

Összefoglaló: A gazdasági rehabilitáció legnehezebb évei után Görögország is korszerűsíteni kezdte a nyilvános diplomáciai stratégiáját. A reformok eredményeként a hagyományos tematikai és technikai alapok jelentősen átalakultak, a tradicionális eszközök mellé pedig digitális stratégiákat is bevezettek. Ez utóbbiak közül jelen tanulmány a Twitteren zajló digitális diplomáciai tevékenység összefüggéseinek a feltárására törekszik, s ehhez negyven görög kormányzati felhasználó 2021–2022 közötti posztolási aktivitását vizsgálja. Az írás célja, hogy azonosítsa a platformon zajló nemzetközi kommunikáció legaktívabb kormányzati szereplőit, megértse a tartalom-előállítási szokásait, illetve ismertesse a közzétett tartalmak főbb jellemzőit és terjesztési trendjeit. A megvalósítás érdekében az önálló adatgyűjtést a létrejött adatbázis szoftveres elemzési technikákkal történő vizsgálata követte. Az eredmények azt mutatják, hogy Görögország csökkentette a turizmusról, a kultúráról és a bilaterális konfliktusokról szóló üzenetek arányát, és inkább a külföldi célközönség mai igényeinek megfelelő tartalmak közvetítésére összpontosít. Ez nem jelenti a hagyományos témák eltűnését, a külföldi Twitter-fogyasztó azonban statisztikailag nagyobb arányban találkozik olyan tartalmakkal, amelyek a célközönségnek az adott időben releváns érdeklődését tükrözik.

Kulcsszavak: nyilvános diplomácia, digitális külkapcsolatok, digitális diplomácia, *Twitter*, Görögország

Abstract: *Following the most difficult years of economic rehabilitation, Greece has also begun to modernize its public diplomacy strategy. The reforms have significantly transformed the traditional thematic and technical basis, and the traditional public diplomacy tools have been complemented by proactive digital strategies. Among these strategies, this paper aims to explore the context of digital diplomacy on Twitter by examining the 2021–2022 posting activity of 40 Greek government users. The paper seeks to identify the government actors most active in communicating with the international public on the platform, to understand their content production habits, the main characteristics of the posts published, and the trends in dissemination. To achieve these aims, the author of this study conducted independent data collection and examined the resulting database using software*

analysis techniques. The results indicate that Greece has reduced the proportion of messages based on tourism, culture, and bilateral conflicts and is focusing on content that meets the interests of foreign audiences rather than emphasizing national themes. This does not mean that traditional topics have disappeared, but international Twitter users are statistically more likely to encounter content that reflects the most current concerns of specific audiences.

Keywords: public diplomacy, digital foreign affairs, digital diplomacy, Twitter, Greece

Bevezetés

Az online kommunikáció és a közösségi média az elmúlt két évtizedben jelentősen átalakította a külpolitikai interakciókat. Az internet révén létrejött virtuális tér a diplomácia új felületévé vált, amelyben gyorsabbá és költségghatékonyabbá vált az államok közötti és a külügyminisztériumokon belüli információcsere. Az átalakulás különösen nagy hatást gyakorolt a nyilvános diplomáciára, hiszen a kormányzati politikák külföldi kommunikációjával és az adott országról szóló ismeretek terjesztésével foglalkozó szakpolitikai terület a feladatrendszeréből adódóan automatikusan adaptálódott az online lehetőségekhez.² A nyilvános diplomácia digitalizációja ugyanakkor befektetést és reformokat is igényelt. Az előbbi esetében a megfelelő hardverek beszerzése és a kommunikációs szakemberek alkalmazása jelentett kihívást – főként azért, mert az e-kormányzás kiépítése az egész állami szférát érintette, s gyakorta erőforrásokat vont el a külügyi ágazattól.³ Az utóbbi esetében a nyilvános diplomácia tematikai kereteinek és disszeminációs módszereinek a korszerűsítése jelentett kihívást, amely megkövetelte egy sajátos, az online térre szabott stratégia és intézményi rendszer kialakítását.⁴ A nehézségek ellenére a beruházások és a reformok megtérülése egyértelmű, ugyanis az online reagálóképesség kialakítása és a nemzetközi közvélemény proaktív befolyásolásának a lehetősége versenyelőnyt biztosít a digitális diplomáciát hatékonyan kiépítő államok számára.⁵

A szakirodalomban több definíció található a diplomácia online módozatainak leírására.⁶ Azok összegzése szerint megállapítható, hogy a digitális diplomácia a nyilvános diplomácia 21. századi változataként értelmezhető, amelyben a nemzetközi kommunikációval foglalkozó állami szereplők digitális és internetalapú kommunikációs platformokat használnak a diplomáciai feladatok elvégzésére, végső soron a külpolitikai célok elérése érdekében.⁷ A tevékenységben a web- és híroldalak, valamint a blogok mellett a közösségi oldalak játszanak kitüntetett szerepet. Noha hazánkban a *Facebook* vált a politikai kommunikáció legfontosabb színterévé, a külkapcsolatok legfajsúlyosabb közösségimédia-platformja inkább a *Twitter* (ma már *X*). A jelentőségét mutatja, hogy 2020-ra a platformon

összesen 189 állam, 163 államfő, valamint 132 külügyminisztérium tartott fenn hivatalos felhasználói fiókot.⁸ A népszerűségét elsősorban az információszerzés módozatainak átalakulása, valamint – ahhoz kapcsolódóan – a nemzetközi közvélemény befolyásolásának felértékelődése okozza. Az információszerzés kapcsán a Z generáció változó médiafogyasztási szokása emelhető ki, amelyet már nem a hagyományos felületek (rádió, televízió, nyomtatott sajtó), inkább a rövid közösségimédia-posztok elégítenek ki.⁹ A fogyasztói magatartás megváltozásának természetes következménye az államok online térre kialakított stratégiának a megjelenése, amelyben az aktív közösségimédia-jelenlét a valósídejű (kül)politikai kommunikáció és a (nemzetközi) közvélemény befolyásolásának a lehetőségét biztosítja.

E kihívásokra az elmúlt két évtizedben az Európai Unió tagállamai is megpróbáltak érdemben reagálni. Görögország esetében a digitális adaptáció igénye egy meglehetősen nehéz periódusban következett be, hiszen egybeesett a gazdasági válság (2008–2009) kibontakozásával, illetve számos olyan nemzetközi kihívással, amelyek érdemben változtattak a görög védelem- és külpolitika alapvetésein. Gazdasági téren elsősorban az országról kialakult nemzetközi és befektetői megítélés, ahhoz kapcsolódóan pedig a turisztikai statisztikák javítása és a beruházási kedv élénkítése érdekében lett volna szükség. A külpolitikai szférában az effektív digitális jelenlét fokozását az égei- és a földközi-tengeri viták, a Törökország által támasztott biztonsági kihívások, illetve az illegális migráció okozta nemzetközi kritikák indokolták. E gazdasági és külpolitikai problémák a hagyományos szakpolitikai ágazatok átalakítása mellett a digitális térben kifejtett reagálóképesség növelését is megkövetelték.

Noha a digitális transzformáció elmaradásából következő veszélyekre mind a szakirodalom,¹⁰ mind a nemzetközi jelentések¹¹ rámutattak, tényleges reformintézkedéseket csak a gazdasági rehabilitáció és a politikai stabilitás elérésének időszakában (2019) fogantatosítottak. A technológiai bázis megteremtése mellett erőfeszítések történtek a nyilvános diplomácia korszerűsítésére és versenyképessé tételére, valamint egy, a 21. századi kihívásokra reagáló digitális diplomáciai koncepció kidolgozására is. A görög reakciók e tekintetben a nemzetközi trendekhez igazodtak. Stratégiailag a nyilvános diplomácia a görög külpolitika harmadik pillérévé vált; a célkitűzése az volt, hogy a külföldi politikai érdekképviseletet és gazdaságdiplomáciát egy hatékony nemzetközi kommunikációs koncepcióval egészítse ki.¹² Ez utóbbi legfontosabb prioritása az országról kialakított nemzetközi összkép átalakítása és korszerűsítése lett. Ennek érdekében a 2019-ben kormányra került Új Demokrácia szakítani kívánt a turizmusra, a bilaterális konfliktusokra, valamint a görögség excecionalizmusára építő kommunikációval, és egy olyan imázst akart kialakítani, amely szerint Görögország a szoros euroatlanti elköteleződése mellett a multipoláris világrend más szereplői felé is nyitott, bilaterális konfliktusait pragmatikus és jószomszédi politikával

rendezi, gazdasági tekintetben pedig innovatív és jól képzett munkaerővel és fejlődő infrastruktúrával vonzza a külföldi beruházókat.¹³

A nyilvános diplomácia korszerűsítésében az aktív közösségimédia-jelenlét kialakítása is kiemelt szerepet kapott. Ezt Jannisz Hriszulakisz (Ιωάννης Χρυσουλάκης) nyilvános diplomáciáért felelős államtitkár is hangsúlyozta; mind mondta: a görög külügyminisztérium a „digitalizációt kiemelt prioritásként kezeli”, hiszen „az új technológiák és a közösségi média fejlődése egyre hasznosabb hazánk azon törekvésében, hogy az új arculatát a nemzetközi nyilvánosság előtt népszerűsítse”.¹⁴ Az országban a releváns platformok közül a *Facebook* a legnépszerűbb, s azt az *Instagram*, a *TikTok* és a *Twitter* követi.¹⁵ Az utóbbival kapcsolatban Görögországban is az „aki kimarad, lemarad” elv érvényesült, a platform ugyanis a belpolitikai mellett a külpolitikai kommunikációnak is a kedvelt helyszínévé vált. Erre utal, hogy a görög kormány, a külügyminisztérium és a miniszterelnöki hivatal *Twitter*-fiókjait már 2010 során létrehozták, amelyek együttesen 2024 márciusában 1,1 millió követővel rendelkeztek. Bár e követői arányok eltörpültek a nemzetközileg fajsúlyos politikusok¹⁶ számadatai mellett, jól jelzik azonban, hogy Athén adaptálni kívánta a digitális diplomácia új trendjeit.¹⁷

A jelen tanulmány azt kívánja feltárni, hogy e célkitűzés milyen formában valósult meg. A *Twitter* külpolitikai kommunikációban betöltött kiemelt szerepét alapul véve térképezi fel a platformon digitális diplomáciai tevékenységet folytató kormányzati szereplők összetételét, az azonosított felhasználók tartalom-előállítási szokásait, illetve tárja fel a posztok tartalmi kontextusait, valamint azok időbeli és felhasználók közötti eloszlásait. A tanulmányhoz kapcsolódó kutatás ennek érdekében 40 görög kormányzati tisztviselő angol nyelvű, 2021. január 1. és 2022. december 31. közötti időszakban megjelent *Twitter*-posztjait töltötte le. A nyelvi fókusz a kutatás külpolitikai orientációja, míg a mintavételi időszakot a 2019-ben indult reformok átfutási ideje magyarázza. Az adatlehívás a *Twitter* akadémiai hozzáféréssel és hozzájárulásával történt, a letöltés technikai felületét a platform fejlesztői oldala biztosította.¹⁸ A lehívott adatokból létrejött adatbázis vizsgálata egy ötlépcsős, szoftverrel támogatott tartomelemzési módszertan szerint folyt, amely feltárta a szövegben legfrekvenciáltabban előforduló tématerületeket, a releváns posztokat a megfelelőkhöz kapcsolta, ami lehetővé tette az eredmények időbeli és szereplők közötti eloszlásainak az elemzését. A tanulmány ezeket az eredményeket közli, előbb azonban áttekinti a digitális diplomácia általános jellegzetességeit és görög sajátosságait, valamint a kutatás részletes módszertani összefüggéseit.

A digitális diplomácia általános jellemzői

A digitális diplomácia tágabb értelemben azokat a nemzetközi kommunikációs tevékenységeket öleli fel, amelyek online és digitális alapú platformokat használnak a diplomáciai feladatok elvégzésére. Magában foglalja az internet- és a kommunikációs technológiák, valamint a közösségi oldalak diplomáciai célú használatát, amelyek révén az állami és nem állami szereplők egymással kommunikálnak.¹⁹ A digitális diplomácia legalább két szinten és két, egymással összefüggő céllal valósul meg. Mikroszinten az új technológiai vívmányok bevonása lehetővé teszi a napi diplomáciai rutinfeladatok gyorsabb és hatékonyabb lebonyolítását. Makroszinten pedig erősíti az államok nyilvános diplomáciai célkitűzéseit és puha erejét (*soft power*), valamint általában véve a külpolitikai stratégiáját.²⁰ A többdimenziós jelleg magyarázza a szakirodalomban található eltérő elnevezéseket is. Közülük a „digitalizált nyilvános diplomácia” és a „nyilvános diplomácia 2.0” a makroszintre, az e-diplomácia pedig inkább az e-kormányzathoz köthető mikroszintre reflektál.²¹ Ez utóbbiakból jelen tanulmány a két szintet összekapcsoló „digitális diplomácia” terminust használja.

A történeti előzmények közül a digitális diplomácia közvetlenül a hálózati és a nyilvános diplomáciaéhoz kapcsolódik. Az előbbi a globalizáció hatásaira utal, amelyek az elitalapú és zárt klubdiplomácia²² kereteit az 1980–1990-es évektől új állami és transznacionális entitásokkal bővítették, illetve új biztonsági, gazdasági, technológiai és kommunikációs kihívásokat eredményeztek.²³ Mivel e vertikális és horizontális átalakulásban az infokommunikációs technológiák központi szerepet játszottak, a kormányzati politikák nemzetközi terjesztésével foglalkozó nyilvános diplomácia szerepe is felértékelődött. A 2000-es évek első évtizedére a puha erő szerves részévé vált, így nemcsak a kormányzati narratívák terjesztését vagy az interkulturális kommunikációt foglalta magában, hanem a külföldi társadalmak különböző szegmenseinek meggyőzését és befolyásolását is.²⁴ Ez az összetett elvárás megkövetelte a nyilvános diplomácia célközönségének és kompetenciáinak bővítését. A célközönség tekintetében a nyilvános diplomácia hatóköre az elitek mellett a külföldi közösségek egyéb szegmenseire is kiterjedt, beleértve a szubnacionális tisztviselőket, a civil szervezetek képviselőit, különböző jogi személyeket és általában véve az átlagpolgárokat. A célközönség bővülésével a nyilvános diplomácia szerves részévé váltak a külföldi nyilvánosság preferenciáihoz igazodó kompetenciák is. A korlátozott számú nyilvános szereplést felváltotta a televízióban, rádióban és más médiaplatformokon való aktív megjelenés. A kommunikációs, technológiai, PR- és marketingkészségek mellett a nyilvános diplomácia természetesen a médián túl is terjeszkedett; elérte és segítette a gazdaság-, a kulturális és tudomány-, a fejlesztési és segélyezési, valamint a sport- és városdiplomácia területeit.²⁵

A digitális és online technológiák megjelenése az 1990-es évek végétől befolyásolta a nyilvános diplomácia gyakorlatát, amely az internetet természetesen megpróbálta a kormányzati üzenetek olcsóbb és hatékonyabb terjesztésére felhasználni. A digitális technológiák adaptálása először weboldalak létrehozásában, később tematikus online kampányok formájában történt. A szakirodalom által elemzett példák²⁶ esetében a 2000-es évek első évtizedének végétől a professzionizálódó online marketing e megoldásokat elavulttá tette, és megkövetelte a specifikus digitális- és közösségimédia-stratégiák kidolgozását.

Mivel a külügyi ágazat az alapvetően offline feladatrendszeréből következően erre kevésbé tudott felkészülni, a digitális diplomácia hatékonnyá tétele végső soron a hagyományos nyilvános diplomácia reformját igényelte. Ez a legmarkánsabban az intézményi működést és a tartalomgyártást érintette.²⁷ Az intézményi háttér esetében a digitális diplomácia kialakításához kormányzati akaratra, forrásbiztosításra, megfelelő hardver- és humán erőforrásra, valamint koordinációra és centralizációra volt szükség.²⁸ Az utóbbi két feltétel kapcsán megjegyzendő, hogy a szakpolitikai ágazatok digitalizációja a külügyi terület mellett más szektorokban is lehetővé tette az olcsó és hatékony nemzetközi kommunikációt és promóciót. Noha a turisztika, az országimázs, a befektetésösztönzés, a felsőoktatás-marketing és egyéb területek általában ágazati üzeneteket posztoltak, koordináció hiányában gyengítették a nyilvános és a digitális diplomácia üzeneteinek koherenciáját, valamint párhuzamosságokhoz és kompetencia-átfedésekhez vezettek.

E hiányosságok a megfelelő tartalomgyártás szükségességére is rávilágítottak. A professzionális tartalom-előállítás ideális esetben megköveteli a célközönség igényeinek felmérését, a digitális platform elvárásainak megfelelő tartalom kidolgozását, a hatékonyság nyomon követését, majd az értékelés utáni finomhangolást.²⁹ Az online platformok és célközönségek diverzitása miatt e feltételek teljesítése ugyanakkor jelentős kapacitás-ráfordítást igényel, hiszen eltérő stratégiai kívánalmakat támaszt még egy egyszerű weboldal vagy egy közösségimédia-platform esetében is, egyúttal teljesen különböző preferenciákra reflektál egy ázsiai vagy egy nyugat-európai országban. Ráadásul a szakirodalomban megjelent vélemények szerint az effektív digitális diplomácia ma már nem pusztán egyoldalúan közvetít, hanem a befogadóval inkább kétoldalú dialógust folytat, a kormányzati üzeneteket pedig a valós idejű narratívaformálással proaktívan alakítja.³⁰

Ez utóbbiak rámutatnak a digitális diplomácia kialakításával kapcsolatos nehézségekre. Humán erőforrás tekintetében általában sem a külügyminisztériumok, sem a diplomaták nem rendelkeznek az effektív tartalomgyártáshoz szükséges informatikai vagy online marketinges képességgel – a diplomatáktól ez a külképviseleteken felmerülő rengeteg egyéb feladataik miatt nem is várható el. Noha a szakirodalom a megoldást a továbbképzésekben és az online szakemberek

külgyminisztériumi és külképviseleti alkalmazásában látja,³¹ ez a legtöbb ország esetében csak korlátozottan lehetséges. A nyilvános diplomácia digitális transzformációja így tovább hierarchizálja a nemzetközi erőviszonyokat: előnyben részesíti azokat az államokat, amelyek a kapacitásaikból adódóan a digitális megosztottság (*digital divide*) pozitív oldalára kerültek. Számukra lehetővé válik a hatékony online reagálóképesség kialakítása és a nemzetközi közvélemény aktív befolyásolása, illetve általában a puha erőhöz és a külpolitikai stratégiához kapcsolódó politikai, gazdasági és kulturális üzenetek hatékony terjesztése.³² A digitális szakadék másik oldalán elhelyezkedő államok számára viszont a digitalizáció alacsonyabb mértéke az online versenyképesség deficitjét eredményezi.

A nyilvános és digitális diplomácia fejlődése Görögországban

A nyilvános diplomácia – más délkelet-európai államokhoz hasonlóan – Görögországban is új szakpolitikai terület, amely csak 2007 óta rendelkezik önálló külügyminisztériumi egységgel.³³ Azt megelőzően a külföldiek felé történő információközvetítést több szektor egyszerre végezte, alapvetően politikai és gazdasági célkitűzéssel. A politikai vetület esetében a stratégiai kommunikáció az ország függetlenségének 19. századi kivívásától kezdődően a görög állam legitimitásának elfogadtatását célozta. A retorika középpontjában a nemzeti szuverenitás védelme, a pánhellén identitás megerősítése, a történelmi sikerek hangsúlyozása és a külső fenyegetésekkel szembeni nemzeti összefogás állt.³⁴ E narratívára még nagyobb nyomatókat kellett helyezni az 1950-es évek közepétől fokozatosan elmélyült görög–török konfrontáció miatt, amelyben mind a ciprusi konfliktus, mind pedig az égei-tengeri viták a görög álláspont széles körű nemzetközi népszerűsítését igényelték. Ennek során Athén külpolitikai kommunikációját elsősorban a hazai választói preferenciák határozták meg, amelyek következtében felerősödtek a bilaterális konfliktusok és a görögség kivételességét hangsúlyozó narratívák.³⁵ A nemzetközi kommunikáció másik fajsúlyos iránya – részben szintén politikai indokkal, de alapvetően gazdasági indíttatásból – a szolgáltatói szektor külföldi promóciójára koncentrált. Az országimázs javításának részeként az 1970-es évektől középpontba került a turisztikai helyszínnek népszerűsítése, amely Görögország természeti értékei mellett a kulturális és történelmi örökség vonzerejére is épített.

Ezek a jellegzetességek évtizedekig meghatározták Görögország nemzetközi kommunikációjának főbb irányait.³⁶ Mindez annak ellenére jellemző maradt, hogy az ország nemzetközi beágyazottsága az 1981-es EK-csatlakozás után jelentősen felértékelődött, az infokommunikációs eszközök forradalmával pedig a nemzetközi nyilvánosság elérésének a lehetőségei jelentősen bővültek. A szakirodalmi értékelések jobbára egységesek abban, hogy az elmúlt időszakban a

legnagyobb problémát a decentralizált szisztéma, valamint a minisztériumok és az államtitkárságok kommunikációs kompetenciái közötti átfedések jelentették, amelyen tovább rontott a stratégiai tervezés és az innováció hiánya.³⁷ Ezt fokozta, hogy a fragmentálódott nemzetközi kommunikációban nem tudták érdemben kihasználni az 1980-as években a televízió, az 1990-es évek végétől pedig az online és a digitális infokommunikációs eszközök térnyerését. Az egyetlen érdemleges változást a tematika bővülése okozta. A konfliktusok sorába a görög-török probléma mellé az 1990-es években bekerült az Észak-Macedóniával kialakult vita, amely a külső fenyegetések és a nemzeti összefogás narratíváját erősítette.³⁸ A gazdaságélénkítés terén is történt némi változás, hiszen a tematikai fókuszba bekerült az európai közösségi, majd európai uniós tagság által biztosított nemzetgazdasági előnyök népszerűsítése, a szolgáltatói szektorban pedig a pénzügyi, banki és hajózási szolgáltatások hirdetése.³⁹

A külpolitikai kommunikációban a 2000-es évek első évtizedének közepétől váltak érzékelhetővé a reformtörekvések, amelyek elsősorban a nyilvános diplomácia intézményesítését és professzionalizálását célozták. A külügyminisztérium 2007-ben hozta létre – a minisztérium szóvivőjének az irányítása alatt – az Információs és Nyilvános Diplomáciai Főosztályt,⁴⁰ amely azonban tényleges nyilvános diplomáciai tevékenységet nem végzett, a feladata inkább a nyilvánosság és a sajtó tájékoztatása volt.⁴¹ A nyilvános diplomácia érdemi gyakorlása így a belügyminisztérium irányítása alatt álló Tájékoztatási és Kommunikációs Államtitkárság⁴² hatáskörébe tartozott, amely a külkapcsolatok szempontjából fontosabbnak ítélt képviselőkre kommunikációs apparátust delegált. Az általában egyszemélyes kommunikációs „stáb” a képviselő szóvivőjeként elsősorban a nyilvánossággal, illetve a sajtóval való kapcsolattartásért felelt, mellette pedig nyilvános diplomáciai tevékenységet is végzett.⁴³

Az utóbbiakból jól látszik, hogy a korábban kialakult párhuzamosságokat a reformtörekvések ellenére sem sikerült felszámolni. Noha létrejött egy, a nemzeti kommunikációs stratégiát összehangoló központi testület,⁴⁴ azonban a nyilvános diplomácia a kül- és a belügyi, a turisztikai, a gazdasági és a kulturális tárcák nemzetközi kommunikációs kompetenciái miatt fragmentált maradt. Míg ezek a párhuzamosságok inkább a hatékonyság kérdését érintették, addig a 2008-tól begyűrűző gazdasági válság már a nyilvános diplomácia alapvető működtetését veszélyeztette. A közszféra kiadásainak csökkentésére vonatkozó elvárások 2010-től nagyobb arányú forráselvonásokhoz és leépítésekhez vezettek.⁴⁵ Erre utal, hogy míg a külképviseletekre delegált kommunikációs apparátus 2009-ben még 109 fős volt, a számuk 2015-re 45-re csökkent, ezzel ismét a diplomatákra hárultak a nyilvános diplomácia feladatai.⁴⁶ A forrás- és szakemberhiány következtében a nyilvános diplomácia tematikai szűklátókörűsége is megmaradt. Noha megjelentek olyan új elemek, mint a felsőoktatási programok (pl. a „*Study in Greece*”) és az audiovizuális szolgáltatások (pl. filmipari termékek)

népszerűsítése, azonban a narratíva főbb témái továbbra is a turizmus, a kulturális és történelmi örökség, illetve a nemzetközi konfliktusok maradtak.⁴⁷ Mivel a korszakban nem volt lehetőség a korábban jellemző megaprojektek (pl. olimpia) és kampányesemények finanszírozására, a görög nyilvános diplomácia egyre nagyobb arányban kezdte felhasználni a költséghatékonyabb digitális megoldásokat. Ennek keretében regisztrálta a külügyminisztérium 2010-ben az első felhasználói fiókjait a főbb közösségimédia-platformokon.

A gazdasági válság legnehezebb éveit követően a 2019-ben kormányra került Kiriákosz Micotákisz (Κυριάκος Μητσοτάκης) vezette Új Demokrácia a külpolitikai koncepció markáns átalakítását ígérte.⁴⁸ A reformok a külügy földrajzi és tematikai bázisát, valamint az intézményi működését érintették. Földrajzi értelemben a görög kormányzat visszatért az euroatlanti integráció prioritizálásához, ami Törökország regionális hatalmi törekvéseivel és az orosz–ukrán háborúval magyarázható. Mindemellett a baloldali Sziriza kormányzati időszakából (2015–2019) megmaradt a külkapcsolatok diverzifikálásának koncepciója – elsősorban a Balkán, a kelet-mediterrán (Ciprus, Izrael, Egyiptom) és a közel-keleti partnerek (Egyesült Arab Emírségek, Szaúd-Arábia), valamint Kína vonatkozásában.⁴⁹ A tematikával kapcsolatos ígérek a külpolitika modernizálásáról szóltak. Egy olyan stratégia kialakításáról, amelyben Athén elhagyja tradicionális sérelmeit, jó kapcsolatokat ápol a szomszédaival, a felmerülő konfliktusokra szövetségi rendszer kialakításával reagál, gazdasági tekintetben pedig a képzett munkaerőpiaca és a fejlődő infrastruktúrája révén a turisták mellett a befektetőket is az országba vonzza. Ezen célok megvalósítása érdekében a külügyminisztérium intézményi működése is átalakult. Az új koncepcióban a nyilvános diplomácia kiemelt szerepet kapott, s a politikai és a gazdasági diplomácia mellett a külpolitika harmadik legfontosabb pillérévé vált. Ennek megfelelően átszervezték a nyilvános diplomácia keretrendszerét, amelyben a 2019-ben létrehozott Görög Diaszpóráért és Nyilvános Diplomáciáért Felelős Államtitkárság a kormányzati üzenetek nemzetközi kommunikációja mellett a külpolitika földrajzi és tematikai változásainak offline és online promotálását is feladatul kapta.⁵⁰

A teljesítésben a kormányzati weblapok, az online kampányok és hirdetések, a tematikus honlapok és blogok, valamint az idegen nyelven fenntartott híroldalak mellett az aktív közösségimédia-jelenlét is szerepet kapott. Utóbbiak közül a *Facebook* és a *Twitter (X)* bizonyult a legnépszerűbb görög nyilvános diplomáciai felületnek, az előbbin inkább turisztikai és kulturális diplomáciai posztokat közöltek, míg az utóbbin a politikai jellegű üzeneteket népszerűsítették. A tanulmány írásakor, 2024 áprilisában, a *Twitter (X)* tekinthető a külpolitikai kommunikáció fajsúlyosabb platformjának, ahol a görög külügyminisztérium fiókja 184.850 követővel rendelkezik. Eleftheria Spiliotakopoulou (Ελευθερία Σπηλιωτακοπούλου) 2019-es, 201 posztot elemző kutatása szerint a követők 45 százalékban politikai témákkal, kétoldalú és multilaterális kapcsolatokkal,

illetve Görögország nemzetközi konfliktusairól szóló bejegyzésekkel találkozhattak, míg a fennmaradó tartalom kulturális, turisztikai, a görög diaszpórához kötődött, valamint nemzeti és sportsikereket mutatott be.⁵¹ Georgia-Zozeta Miliopoulou és Eftychia Papaioannou (Γεωργία-Ζωζέτα Μηλιοπούλου és Ευτυχία Παπαϊωάννου) 2020-ban megjelent tanulmánya⁵² hasonló összetételt körvonalaz. Az általuk vizsgált öt görög nagykövetség egy hét alatt publikált *Twitter*-posztjainak elemzésekor főként ágazati tartalmakat azonosítottak, tehát a diplomáciai találkozókról és eseményekről, a kormányzat és a külügyminisztérium bejelentéseiről szóltak, valamint a görög turizmust, kultúrát és gazdasági lehetőségeket reklámozták.⁵³

A jelen tanulmány a fent említett szerzők kutatási eredményeiből arra következtet, hogy Görögország digitális diplomáciai adaptációja előrehaladott állapotban van, így tanulsággal szolgálhat a hasonló kihívásokkal küzdő magyar nyilvános diplomácia és szakmai közönség számára. Emiatt az alábbiakban a korábbi kutatásokénál nagyobb mintán és időintervallumon alapuló elemzés módszerei, eredményei és tanulságai kerülnek bemutatásra. A tanulmány a bevezetőben meghatározott célkitűzések mentén feltárja a platformon digitális diplomáciai tevékenységet folytató kormányzati szereplők összetételét, azok tartalom-előállítási szokásait, a posztjaik tartalmi kontextusait, illetve a főbb tartalomtípusok időbeli és felhasználók közötti eloszlásait. Az eredmények alapján végezetül reflektál a Micotákisz-kormány digitális diplomáciai adaptációjának sikereire és kihívásaira.

Adatgyűjtés és módszertan

A kutatás az előzőekben felvázolt célkitűzések megvalósítása érdekében egy öt lépésből álló kutatómódszertant választott. E kutatási fázisok a kvalitatív és kvantitatív tartomelemzés módszereit ötvözték.

1. lépés

Az adatgyűjtés 40 görög kormányzati tisztviselő 23.419 *Twitter*-bejegyzését a 2021-es és 2022-es mintaidőszakra vonatkozóan hívta le, a kapott eredményeket pedig egy adatbázisban összesítette. A felhasználók kiválasztása és a posztok lehívása a *Twitter* fejlesztői felületén (*Twitter Developer*) történt, amely lehetővé teszi,⁵⁴ hogy akadémiai felhasználók tudományos kutatás céljából hozzáférjenek a platform nyilvános adatbázisaihoz. A szelektálás két kritériumon alapult. Egyrészt a kiválasztott felhasználói fiókoknak angol nyelven (is) posztoló kormánytisztviselőkhöz vagy kormányzati intézményekhez kellett kapcsolódniuk. Másrészt a kutatás rangsorolási rendszert alkalmazott a *Twitter*en azonosított görög kormánytisztviselők és kormányzati intézmények legaktívabb és

leginkább követett fiókjainak szelektálására. A rangsorolási folyamat során az említett kritériumok alapján a *Twitter Developer* – a „*user lookup*” funkció⁵⁵ segítségével – információt gyűjtött a potenciálisan kiválasztható görög kormányzati szereplőkről, azok követői bázisáról, illetve a posztolási gyakoriságukról. Az így kapott követő- és posztfrekvenciaszámok normalizálása és súlyozása⁵⁶ eredményeként egy rangsorolható lista alakult ki. A legmagasabb összesített pontszámmal rendelkező felhasználók kerültek be a kiválasztott 40 szereplő közé. Az adatlekvás során a kiválasztott felhasználók 2021. január 1. és 2022. december 31. közötti, angol nyelvű posztjai kerültek letöltésre.⁵⁷

2. lépés

Ez a fázis – az adatszolgáltató által az akadémiai kutatásokra vonatkozó felhasználási szerződésben feltüntetett elvárásoknak megfelelően – a kiválasztott kormányzati szereplők anonimizálására, illetve a felhasználónevük kormányzati tisztségekkel vagy funkciókkal való helyettesítésére koncentrált. Például ilyen *A miniszter* felhasználónevének *MINISTER_01_GR*-re, egy Észak-Amerikában található *B nagykövetség* elnevezésének pedig *Embassy_01_NA_GR*-re változtatása. A módszernek köszönhetően az egyes bejegyzések eredeti tartalma megmaradt, miközben lehetővé vált az egyes kormányzati funkciók digitális diplomáciai szokásainak elemzése és összehasonlítása. A lehívott és megtisztított adatok adatbázis formájában kerültek publikálásra. Az adatbázis a felhasználók anonimizált elnevezéseit, a lehívott posztok szövegét, típusát (új poszt, válasz, *retweet*), illetve a megosztások (*retweetek*) és kedvelések számát, valamint a kommunikáció időpontját tartalmazza. Az adatkészlet, illetve a hozzá tartozó kódolási rendszer a *Mendeley Data* adatrepozitóriumban jelent meg nyilvánosan.⁵⁸

3. lépés

Az adatkészlet előzetes értelmezése céljából kvantitatív topikmodellezés történt, a *Top2Vec* tartalommodellező használatával.⁵⁹ A *Python* programozási környezetben futtatható algoritmuscsomag egy szöveg vektoros átalakítása révén képes felismerni az abban jelen lévő főbb témákat. A hagyományos kulcsszavas összesítéshez, illetve a széles körben használt LDA⁶⁰ eljáráshoz képest a *Top2Vec* a szövegben előforduló szavakat nemcsak előfordulási gyakoriság, hanem szemantikai összefüggések alapján is csoportosítani tudja. Noha az automatikus modell a szofisztikáltabb összefüggések feltárására még nem alkalmas, nagy mennyiségű adatok esetében körvonalazni tudja a leggyakrabban előforduló témákat, azaz segíti a kvalitatív vizsgálatok irányainak a kijelölését. Ez utóbbiak szem előtt tartásával e kutatási fázis során először szövegtisztítást történt,

amelynek részeként el kellett távolítani a szövegben maradt technikai karaktereket (pl.: <https://>), és meghatározni a tiltólistás szavakat (pl.: and, the). Az így előkészített szöveg elemzése során a Top2Vec a többszöri lefuttatás után 66-67 témacsoportot azonosított. Mivel ilyen sok klaszter még nem alkalmas kvalitatív összefüggések értelmezésére, a témacsoportok hierarchikus eloszlását rangsoroló parancs (*'hierarchical_topic_reduction'*) a számukat 20-ra korlátozta. Bár az azonosított témacsoportok még mindig tartalmaztak párhuzamosságokat, felismerhetően körvonalazódtak a leggyakrabban említett tématerületek. Ezekre reflektálnak az 1. ábra példaként bemutatott szófelhői.

1. ábra
A kvantitatív témamodellezés eredményei (példák)



A példákban és a hozzájuk hasonlóan felépülő többi témacsoportban a 40 legrelevánsabb szó szerepel, amelyekből manuális párosítás és csoportosítás után sikerült meghatározni a leggyakrabban említett tématerületeket. E módszerrel a főbb témacsoportok száma 6-ra csökkent, a bennük található egyedi témák mennyisége viszont 21-re nőtt. A növekedés abból eredt, hogy bizonyos esetekben a szemantikai klaszterezés nem volt képes különválasztani az egyes tématerületeket – például a kultúrához, a történelemhez és a turizmushoz kapcsolódó szavak kapcsán. A manuális csoportosítás révén megoldódott ez a probléma, és kialakultak a módszertan következő állomásához szükséges témacsoportok és témák (1. táblázat).

1. táblázat
Főbb azonosított témacsoportok és témák

1.	Nemzetközi kapcsolatok	1.	Kapcsolatok az EU-val
		2.	Kapcsolatok az USA-val
		3.	Kelet-mediterrán kapcsolatok (ciprusi, izraeli, egyiptomi)
		4.	Kapcsolatok a NATO-val
		5.	Kapcsolatok egyes közel-keleti államokkal
		6.	Kapcsolatok Törökországgal
		7.	Egyéb bi- és multilaterális kapcsolatok
		8.	Diaszpóradiplomácia
		9.	Nemzetközi jog
2.	Szakpolitikák	10.	Digitalizáció és innováció
		11.	Gazdaság és gazdasági helyreállítás
		12.	Energetika és energiapolitika
		13.	Turizmus és idegenforgalmi promóció
		14.	Oktatás és tudomány
		15.	Klímválság és környezetvédelem
		16.	Sport és sportdiplomácia
3.	Pandémia	17.	Pandémia és egészségügy
4.	Háború Ukrajnában	18.	Háború Ukrajnában
5.	Migráció	19.	Migráció és menekültek
6.	Nemzeti örökség	20.	Kultúra és történelem
		21.	Hellenizmus és nemzeti büszkeség

4. lépés

A kutatás következő lépése az előzőekben meghatározott témákat az Atlas.ti tartalomelemző szoftver segítségével a hozzájuk tartozó tartalmakkal párosította. Először adatrendezés történt, amely az adatbázis tételeit felhasználó és mintavételi év szerint külön dokumentumokba gyűjtötte. Ezután a kutatás a dokumentumokat a program főnévi kifejezések detektálására kialakított funkciójával (*concept search*) vizsgálta. Ez a funkció nemcsak a szóazonosításra, hanem szókapcsolatok (pl. egészségügyi rendszer) felismerésére is képes, majd az összegyűjtött fogalmakat előfordulási gyakoriság alapján klaszterekbe csoportosítja és rangsorolja. Az így kialakított klaszterek egyedi áttekintése lehetővé tette az azokban előforduló szókapcsolatok osztályozását és kódolását, amelyek

így bekerültek a 3. lépésben azonosított témák valamelyikébe. Egy példa erre: az automatikusan detektált „Ukrajna” klaszter összesen 148 főnévi kifejezést azonosított, amelyek 2129 posztot érintettek. Az összegyűjtött egyedi kifejezések áttekintése manuális módszerrel is effektív kódolást tett lehetővé, hiszen egyértelmű esetekben (pl. *Russia's attack*) az adott kifejezéshez tartozó posztok egy kattintással bekerültek a megfelelő téma kódcsoportjába (a példa esetében a „háború Ukrajnában” kódcsoportba); a kevésbé egyértelmű esetekben pedig (pl. *the Ukranian city*) a kifejezéshez kapcsolt posztok ellenőrzését a bejegyzések kódolása vagy negligálása követte. A tartalomelemzés tehát a géppel támogatott módszert választotta, amelyben a fogalmi klaszterek felismerése automatikusan, a tartalmi kontextus és az osztályozás feltárása manuálisan, a kódok és az egyedi posztok összekapcsolása viszont szintén automatikusan történt.⁶¹ Megjegyzendő, hogy több témát egyszerre érintő bejegyzések több kódcsoport alá is bekerülhettek.⁶²

5. lépés

A módszertannak megfelelően a kutatás utolsó szakasza az eredmények ellenőrzésére, összegzésére, értelmezésére és vizualizációjára koncentrált, amelyben egyrészt az előző lépés adatrendezései, másrészt a tartalomelemző szoftver automatikus funkciói jelentettek könnyítést. Az ellenőrzést felgyorsította, hogy a szótáron alapuló módszertől eltérően itt a kódolási folyamat kizárólag az adatkészletben előforduló kifejezésekre épült.

Eredmények

A fenti módszertan segítségével a kiválasztott mintába 10 miniszter, 8 miniszterhelyettes, 2 minisztérium, 10 nagykövetség, 3 nagykövet, 3 nemzetközi szervezethez delegált misszió, 2 konzulátus, 1 konzul és 1 kormányzati intézmény/ szervezeti egység került be. A mintavételi időszakban nem mindegyikük volt folyamatosan aktív: bizonyos felhasználók időnként kormányzati személycserék, mások a *Twitter*-fiókjuk későbbi létrehozása, megint mások az angol nyelvű posztolási tevékenység átmeneti szüneteltetése miatt hiányoznak. Ennek ellenére kijelenthető, hogy az elemzett felhasználók a kétéves mennyiségi statisztikák alapján lettek kiválasztva, tehát a mintavételi időszakban ők tekinthetők a *Twitter*en a legaktívabb és a legláthatóbb görög kormányzati aktoroknak. Közülük a legmagasabb posztszámmal három diplomáciai képviselő, két nemzetközi szervezethez delegált misszió (összesen 2160, illetve 1559 bejegyzéssel) és egy uniós országban működő nagykövetség (1240 bejegyzéssel) rendelkezett. A felhasználók kiválasztásához kapcsolódó módszertan másik számottevő eredménye, hogy a mintába kerültek csaknem fele (45%) szervezeti egységet képviselő

fiók volt, azaz Görögországban a digitális diplomácia nemzetközi trendjeinek megfelelő personalizáció mellett a hivatalokhoz kötődő üzenettovábbítás is elterjedt.

2. táblázat
Az adatállomány legfontosabb statisztikai mutatói és értékei

Megfigyelési egység	Érték
Posztok száma (összes)	23.419
Posztok száma (2021)	7.948
Posztok száma (2022)	15.471
Átlagos posztszám/felhasználó	616,3
Átlagos posztszám/felhasználó (2021)	209,2
Átlagos posztszám/felhasználó (2022)	407,1
Új posztok száma	8.458
Válaszok (<i>reply</i>) száma	864
Megosztások (<i>retweet</i>) száma	14.097
A kiválasztott felhasználók egymás közötti megosztásainak száma (összes)	4.999
A kiválasztott felhasználók egymás közötti megosztásainak száma (2021)	1.819
A kiválasztott felhasználók egymás közötti megosztásainak száma (2022)	3.180
Legmagasabb posztszám/felhasználó	3.368
Legalacsonyabb posztszám/felhasználó	0
Az új posztokra érkező kedvelések (<i>like</i>) száma (összes)	672.174
Az új posztokra érkező kedvelések (<i>like</i>) száma (2021)	175.245
Az új posztokra érkező kedvelések (<i>like</i>) száma (2022)	496.929
Az új posztokra érkező megosztások (<i>retweet</i>) száma (összes)	132.484
Az új posztokra érkező megosztások (<i>retweet</i>) száma (2021)	35.353
Az új posztokra érkező megosztások (<i>retweet</i>) száma (2022)	97.131

A kiválasztott 40 szereplő *Twitter*-en zajló digitális diplomáciai tevékenységének további fontos statisztikai mutatóit a 2. táblázat összegzi. Az első szembetűnő adat a posztolási tevékenység fokozódása: 2022-re a posztok száma 2021-hez képest 98%-kal nőtt. A posztok időbélyegzőinek összesítése alapján megállapítható, hogy az ugrásszerű növekedés 2022. február és március között történt – tehát az orosz-ukrán háború kezdetének időszakában –, a maximumot pedig

szeptemberben érte el, havi 1600 poszttal. Az eredmények alapján a posztok 60,2%-a megosztás (*retweet*), 36,1%-a új poszt, 3,6%-a pedig válaszbejegyzés (*reply*) volt. Ez alapján arra következtethetünk, hogy a kiválasztott felhasználók a saját tartalomgyártás helyett nagyobb arányban hagyatkoztak más szereplők üzeneteinek a megosztására. Mivel Görögország esetében a centralizáció hiánya évtizedekig strukturális gyengeségként jelentkezett, a kutatás kiterjedt a kiválasztott szereplők egymás posztjaira vonatkozó megosztásainak számára is. Az összegzés eredményeként megállapítható, hogy 2021-ben az összes publikált poszt 22,8%-a volt olyan, amely a kiválasztott 40 felhasználó bármelyik másik tagjára érkezett. 2022-ben ez az arány – az összposztszám növekedése mellett – 20,5%-ra csökkent. Fontos kiemelni, hogy mindkét mintavételi évben két hivatal (a *Ministry_04_GR* és a *Minister's Office_02_GR*) rendelkezett a legmagasabb megosztási aránnyal.

A statisztikai mutatók másik fontos tanulsága az új posztokra érkező kedvelések és megosztások arányainak az alakulása. Ahogy a posztok számának esetében, így e mérőszámok vizsgálatakor is növekedés tapasztalható: 2021 és 2022 között az új bejegyzésekre érkező kedvelések száma 183,5%-kal, míg az új posztokra érkező megosztások száma 174,7%-kal növekedett. Megjegyzendő, hogy a kedvelési és a megosztási arányok szükségszerűen az adatlehívás pillanatának állapotát tükrözik, így azok azóta növekedhettek vagy csökkenhettek. Szintén kiemelendő, hogy ugyan a megosztások és kedvelések arányai jól jelzik a láthatóság növekedését, de automatikusan nem reflektálnak az üzenetek pozitív(abb) fogadtatására. Mivel a vizsgált két év alatt a posztok száma 98%-kal emelkedett, a kedvelési és a megosztási arányok növekedése a frekvenciáltabb digitális tevékenység és a nagyobb befogadói bázis következménye is lehet.

A megosztások és a kedvelések arányaira a posztok számának a mennyiségi növekedése mellett a bejegyzések tartalma is hatást gyakorolt. A tartalmi trendek feltárását a korábban ismertetett ötlépcsős módszertant tette lehetővé, amelynek a harmadik szakasza 21 frekvenciáltan előforduló tématerületet azonosított. A negyedik szakaszban a géppel támogatott tartomelemzés az adatbázis bejegyzéseit a tématerületeknek megfelelően osztályozta és kódolta. A módszertan révén osztályozható posztok száma összesen 16.730 volt, tehát az összes lehívott bejegyzés 71,4%-át lehetett valamilyen gyakran előforduló tématerületbe beilleszteni. A témákat és az évenkénti előfordulási gyakoriságot az 2. ábra ismerteti. Közülük a legfontosabbak Görögország nemzetközi kapcsolataihoz kötődnek: az e kategóriába tartozó 9 téma posztjai a 2021-es év összes bejegyzéseinek 40,3%-át, 2022-ben pedig 33,7%-át teszik ki. Említést érdemelnek még egyes szakpolitikai területek és az azokhoz tartozó csoportok; azok a digitalizációtól a gazdaságon át egészen a környezetvédelemig számos területet érintenek. A 3 legnépszerűbb tématerület a „Kapcsolatok az EU-val” (3261 poszt), a „Háború Ukrajnában” (1500 poszt), illetve a „Kelet-mediterrán

kapcsolatok” (1412) voltak. A legkevésbé tárgyalt témakörök: a „Klímválság és környezetvédelem” (185), a „Nemzetközi jog” (144), illetve a „Hellenizmus és nemzeti büszkeség” (139).

2. ábra
Az azonosított tématerületek és évenkénti előfordulási arányuk



A mintavételi évek elemzésekor szembeűnő volt, hogy 2021-ben az európai uniós és az amerikai kapcsolatok, illetve a pandémia és az egészségügy számított a legfrekvenciáltabban említett témának. A 2022-es tematikai változások érzékelhetően az abban az évben jellemzővé vált nemzetközi folyamatok hatását tükrözik: az első három helyezett közé ugyanis az uniós kapcsolatok, az ukrajnai háború és a kelet-mediterrán viszonyok kerültek be. A legfajsúlyosabb új tématerület mindenképpen a „Háború Ukrajnában” lett, amelynek esetében növekedés tapasztalható az olyan topikoknál is, mint a diaszpóradiplomácia (a mariupoli görög lakosság miatt), a nemzetközi jog, valamint az EU-val,

a NATO-val és az USA-val való kapcsolatok. Szintén növekedés tapasztalható a kelet-mediterrán államokkal és Törökországgal kapcsolatos témák esetében, amelyek elsősorban a görög-török vita 2022-ben tapasztalt *ad hoc* eseményeihez, valamint a ciprusi, izraeli és egyiptomi partnerekkel kialakított szövetségek megerősítéséhez kötődnek. Említést érdemelnek még az energetikai témák, amelyek az áremelkedések miatt kerültek előtérbe, valamint a turisztikai és a kulturális topikok, amelyek az infláció és a gazdasági nehézségek ellensúlyozása érdekében a turizmus élénkítését célozzák. Míg az utóbbiaknál növekedés, addig a pandémiával és a klímaválsággal összefüggő témáknál látványos csökkenés tapasztalható – ami nem görög sajátosság.

Az eredmények ismertetésekor fontos kitérni az azonosított tartalomtípusok felhasználók közötti eloszlására is. Ezek az összefüggések a 3. ábrán láthatók, ahol az egyes szereplők feletti számoszlop azon posztok számát jelzi, amelyekben egy adott témakört megemlítettek. E számadatok áttekintése után szembevetendő a mintavételi évek közötti különbség: 2022-re mind mennyiségi, mind pedig tartalmi diverzitás tekintetében jelentős növekedés tapasztalható. Ez a változás jobbra a diplomáciai testületi felhasználók jóval aktívabb szerepvállalásának köszönhető, azaz ők a központi kormányzatiakénál jóval nagyobb mennyiségű digitális tartalmat közöltek.

A tartalmi összefüggések felvázolásakor egyértelmű jellegzetesség a „Kapcsolatok az EU-val” témakörnek a szereplőkön és a mintavételi éveken átívelő népszerűsége. A leggyakrabban említett témán kívül már kisebb-nagyobb eltérések tapasztalhatók a diplomáciai háttérű és a központi kormányzathoz tartozó felhasználók között. Ha a felhasználók öt leggyakrabban említett témáit funkcionális összefüggésben vizsgáljuk, akkor a preferencia-sorrend a diplomáciai szereplők esetében: „Kapcsolatok az EU-val” (15 felhasználó), „Háború Ukrajnában” (8), „Kapcsolatok az USA-val” (6), „Turizmus és idegenforgalmi promóció” (5), valamint „Kultúra és kulturális örökség” (5). A központi kormányzathoz közel álló felhasználók (azaz miniszterek, miniszterhelyettesek, minisztériumok) ugyanezen mutató esetében a „Kapcsolatok az EU-val” (18 felhasználó), a „Kapcsolatok az USA-val” (8) a „Háború Ukrajnában” (6), a „Digitalizáció és innováció” (6), illetve az „Energia és energiapolitika” (4) témaköröket részesítették előnyben.

A középmezőnybe a diplomácia felhasználók esetében a kelet-mediterrán (4) és a közel-keleti államokkal, valamint a Törökországgal (3) kapcsolatos témakörök, míg a központi kormányzat szereplőinél a pandémiához és az egészségügyhöz (3), a Törökországhoz (3), illetve a kelet-mediterrán térséghez (3) fűződők kerültek. Említést érdemel, hogy a diaszpóradiplomácia, a nemzetközi jog, a klímaváltozás, az oktatás és tudomány, továbbá az egyéb országokkal és multilaterális szervezetekkel kialakított kapcsolatok témaköreit mindkét csoport gyakorta negligálta, tehát azok egyetlenegy szereplő esetében sem kerültek be a leggyakrabban említett topikok közé.

A tartalomeloszlás időbeli különbségeinek vizsgálatakor szembetűnővé válik, hogy 2021 és 2022 között jelentősebb változások inkább a központi kormányzat felhasználói által megosztott tartalmakban következtek be. Míg a diplomáciai szereplők bejegyzéseit mindkét mintavételi évben jobbra a nemzetközi interakciók dominálták, addig a kormányzati felhasználók üzeneteit 2021-ben a szakpolitikai és az ágazati tartalmak, 2022-ben viszont már a nemzetközi témák és a biztonsági kihívások. Esetükben az első évben az EU-s kapcsolatok mellett a „Digitalizáció és innováció”, a „Pandémia és egészségügy”, a „Migráció és menekültek”, a „Turizmus és idegenforgalmi promóció” volt a legnépszerűbb témaerület, míg 2022-re ez az összetétel átalakult, s felerősödtek a nemzetközi szövetségesekhez („Kapcsolatok az USA-val”, „Kelet-mediterrán kapcsolatok”) és a biztonsági kihívásokhoz („Háború Ukrajnában”) kapcsolódó üzenetek.

Az eredmények interpretációja

Az előzőekben felvázoltak összegzéseként megállapítható, hogy a kutatási eredmények a görög kormányzati szereplők fokozódó *Twitter*-aktivitását bizonyították, amelyben 2021 és 2022 között mennyiségi és tartalmi változások is bekövetkeztek. Azok egyrészt tükrözik a nemzetközi trendeket,⁶³ hiszen – a digitális diplomácia globális folyamatainak megfelelően – a platformon folytatott idegen nyelvű kormányzati kommunikációban nem pusztán a külügyminisztérium munkatársai vettek részt, hanem más szakpolitikai ágazatok vezetői és tisztviselői is. Másrészt viszont a görög eset némileg eltér a többitől, mivel az eredmények alapján a nyilvános diplomácia perszonalizációja csak részben mutatható ki. Természetesen bizonyos minisztereknek kiemelt szerepük és jelentős követőtáboruk volt, ugyanakkor a platformon zajlott nemzetközi kommunikáció hivatalokhoz is kötődött, ráadásul a megosztások centralizációja révén a legnagyobb láthatóságot is azok kapták. Ez ellentmond a szakirodalom által detektált „*selfie*” diplomácia nemzetközi terjedésének,⁶⁴ amely a kormányzati üzenetek hatékony megosztását egyes diplomaták és döntéshozók közösségimédia-aktivitásának perszonalizációja révén kívánja modernizálni.⁶⁵

3/a ábra
A főbb tartalomtípusok felhasználók közötti eloszlása, 2021

Diaszpóradiplomácia -	1	1	1	1	3	1	2	2		1							
Digitalizáció és innováció -10	2	4	2	25	40	2	29	31	36	11	4	8	1	4	2	9	32
Egyéb bilaterális és multilaterális kapcsolatok -3	2	2	4	2	8	14	4	6	1	3	1	3	1				
Energetika és energiapolitika -16	2	7	20	24	19	8	8	6	4								6
Gazdaság és gazdasági helyreállítás -8	1	1	8	12	1	16	20	11	9	1	10						2
Hellenizmus és nemzeti büszkeség -2		3	13	5		3	1	9	10	1	5						
Háború Ukrajnában -5			1	1		1	1	2	1	2	1						4
Kapcsolatok Törökországgal -21	2	5	1		31	9	14	2	25	4	8						3
Kapcsolatok a NATO-val -7	1		4		1	9	1	13	1	6							4
Kapcsolatok az EU-val -61	5	11	1	24	73	15	52	3	57	67	60	18	21	1	9	25	5
Kapcsolatok az USA-val -34	3	9	18	52	13	1	45	162	11	16	6	9			21	5	3
Kapcsolatok egyes közel-keleti országokkal -54			1	1	1	7		6	1	5	33						19
Kelet-mediterrán kapcsolatok (CY, IL, EGYPT) -43	23	6	6	26	5	1	196	54	16	25	16	11					4
Klímaválság és környezetvédelem -5		1	2	10		11		8	5	8	1	10					2
Kultúra és kulturális örökség -24	2	2	2	16	43	3	19	33	57	6	15	2			4	7	1
Migráció és menekültek -4	1	1		13		7		8	12	14	2	6			1		6
Nemzetközi jog -5			2	1		2	1	1		4	1	2					
Oktatás és tudomány -4		2	4	5	1	4	1	9	11	2	2	1			2	7	1
Pandémia és egészségügy -25	1	4	4	21	45	2	43	1	30	42	14	9	8		34	10	10
Sportdiplomácia -23	2	1	5	12	1	5		6	16	3	7	1			2		
Turizmus és idegenforgalmi promóció -43	1	2	8	27	65	1	36	25	56	6	10	4			29	9	3
Ambassador_01_ME_GR																	
Ambassador_02_ME_GR																	
Ambassador_03_EU_GR																	
Consulate_01_NA_GR																	
Consulate_02_NA_GR																	
Embassy_01_EU_GR																	
Embassy_03_EU_GR																	
Embassy_05_ME_GR																	
Embassy_06_ME_GR																	
Embassy_07_NA_GR																	
Embassy_08_EU_GR																	
Embassy_09_EU_GR																	
Embassy_10_ME_GR																	
Minister's Office_02_GR																	
Minister_03_GR																	
Minister_05_GR																	
Minister_06_GR																	
Minister_07_GR																	
Minister_08_GR																	

2021

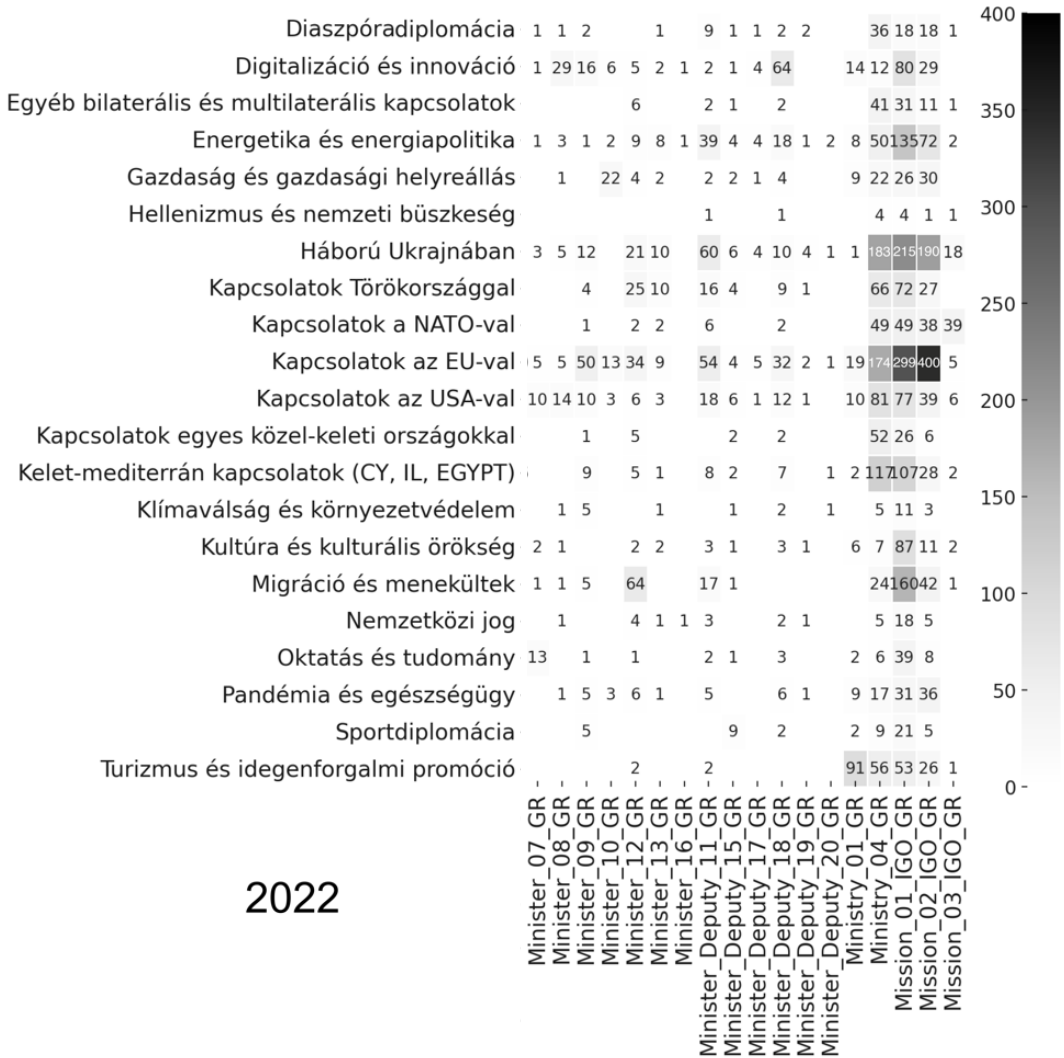


2021

3/b ábra
A főbb tartalomtípusok felhasználók közötti eloszlása, 2022

Diaszpóradiplomácia	-7	3	3	4	6	25	3	4	7	7	11	1	12	4	1	47
Digitalizáció és innováció	-12	8	1	3	11	22	13	23	8	18	17	2	22	3	1	8
Egyéb bilaterális és multilaterális kapcsolatok	-2	2	2	2	2	19	4	5	6	4	3	2			1	36
Energetika és energiapolitika	-28	7	3	3	13	23	4	13	21	41	37	12	4	17	14	49
Gazdaság és gazdasági helyreállítás	-10	2			9	9	40	8	11	13	2	3	11	2	1	26
Hellenizmus és nemzeti büszkeség	-6				15	28	2	3	1	7			4			6
Háború Ukrajnában	-25	20	12	13	24	163	8	45	25	59	66	10	38	2	22	186
Kapcsolatok Törökországgal	-14	3	2	5	6	65	1	35	3	44	10	1	11	7	13	79
Kapcsolatok a NATO-val	-2	2	3			8	1	26	4	17	4	26	28	10	2	39
Kapcsolatok az EU-val	-71	16	6	4	15	108	15	16	120	31	50	24	22	11	14	150
Kapcsolatok az USA-val	-25	1	1	30	38	42	1	81	12	50	132	4	6	9	7	78
Kapcsolatok egyes közel-keleti országokkal	-64	1				12	8	3	8	5		1	18			28
Kelet-mediterrán kapcsolatok (CY, IL, EGYPT)	-11	77	1	8	40	51	2	24	142	46	45	2	3	7	2	106
Klímválság és környezetvédelem	-				2	4	12	1	4	6	1	1	1	2		4
Kultúra és kulturális örökség	-44	6	2	10	20	2	35	3	200	11	7	27	26	3	31	8
Migráció és menekültek	-3	1	2	1	1	26	3	41		11	5	4	6	2	1	25
Nemzetközi jog	-8	3	1	1	6	11	1	4	3	3	5	2	2	1	3	16
Oktatás és tudomány	-4				7	1	3	25	3	4	6	7	2	3	1	5
Pandémia és egészségügy	-28	7	2	8	10	13	2	49	16	4	5	9	2	7	2	18
Sportdiplomácia	-18	4			2	2	1	7	2	25	3	3	2	5	1	13
Turizmus és idegenforgalmi promóció	-67	3	1	8	12	4	27	2	90	13	15	26	17	19		18
Ambassador_01_ME_GR	-															
Ambassador_02_ME_GR	-															
Ambassador_03_EU_GR	-															
Consulate_01_NA_GR	-															
Consulate_02_NA_GR	-															
Embassy_01_EU_GR	-															
Embassy_02_EU_GR	-															
Embassy_03_EU_GR	-															
Embassy_04_EU_GR	-															
Embassy_05_ME_GR	-															
Embassy_06_ME_GR	-															
Embassy_07_NA_GR	-															
Embassy_08_EU_GR	-															
Embassy_09_EU_GR	-															
Embassy_10_ME_GR	-															
Minister's Office_02_GR	-															
Minister_03_GR	-															
Minister_05_GR	-															
Minister_06_GR	-															
..	-															

2022



2022

Részen a felhasználókhöz kötődő második érdekes fejlemény a posztok mennyiségi növekedése, amelynek háttérében több tényező állhat. Ezek közül az egyik legfontosabb a nyilvános diplomációban részt vevő szervezeti egységek folyamatos digitalizációja,⁶⁶ amelynek eredményeként – a korábban fragmentált kormányzati kommunikáció centralizációjával együtt – manapság azok már nagyobb mennyiségű közösségimédia-poszt előállítására képesek. Szintén aktívabb digitális diplomáciai jelenlétre sarkallhattak az előző évek nemzetközi eseményei: a pandémia és az azt követő nemzetközi feszültségek (elsősorban az orosz–ukrán háború) az online reagálóképesség fejlesztését követelték meg. Erre utal, hogy a két mintavételi év között tapasztalt mennyiségi növekedést elsősorban diplomáciai háttérű felhasználók idézték elő, azaz olyanok, akiknek a nemzetközi kihívásokra reagálniuk kellett. A görög digitális diplomáciai üzenetek esetében ez így alakult: a kiválasztott 40 szereplő angol nyelvű bejegyzéseinek a száma 2019-ben 6872, 2020-ban 7044, a tanulmány mintavételi időszakában azonban már 7948 (2021) volt, egy évvel később pedig meg is duplázódott (15.471). A fokozódó aktivitás a kutatási időszak végére kétségtelenül még egy uniós összevetésben is értékelhető *Twitter*-jelenléte biztosított a görög kormányzat számára. Összehasonlításképpen: az ugyanezzel a módszertannal Magyarország kapcsán megvalósult párhuzamos kutatás 2021 és 2022 alatt összesen 24.380 angol nyelvű posztot azonosított, amely közel megegyezik a görögökével (23.419).⁶⁷

A bejegyzések számának növekedése mellett a posztolási struktúra interpretálása is fontos. Ahogy az elméleti részben kiemelten szerepelt, Görögországban a nyilvános diplomácia hatékonyságát sokáig a fragmentált kormányzati kommunikáció, illetve a párhuzamosságok korlátozták. A kutatás során lehívott adatok közül elsősorban a megosztások (*retweetek*) alkalmasak arra, hogy a digitális diplomácia üzenettovábbítási hierarchiáira reflektáljanak. Ezekre az eredményeket ismertető fejezet már utalt: az adatösszegzés szerint 2021-ben a publikált posztok 22,8, míg 2022-ben 20,5 százaléka volt olyan *retweet*, amely a kiválasztott felhasználók bármelyik másik tagjának a posztjára érkezett. Ebből arra következtethetünk, hogy egymás üzeneteit szívesen osztják meg, ugyanakkor az önálló tartalom elhelyezése elterjedtebb. Ezt a következtetést részben árnyalja, hogy 2021-ben a megosztások 46 százaléka egy minisztérium (Ministry_04_GR), 21 százaléka egy miniszteri hivatal (Minister's Office_02_GR) és 14 százaléka egyetlen miniszter (Minister_06_GR) által közzétett bejegyzésekre vonatkozott. Ez az eloszlás 2022-ben nagyjából változatlan maradt: továbbra is ugyanaz a minisztérium (51%), miniszter (16%) és miniszteri hivatal (15%) kapta a legtöbb megosztást a mintában szereplő többi felhasználótól. A *retweetek* ilyen mértékű koncentrációjából mindenképpen az üzenetmegosztás centralizációs modelljének az alkalmazására lehet következtetni.

A központi szereplők láthatóságának a növekedésére utal az új posztokra érkező kedvelések számának emelkedése is: az eredmények összegzésekor láttuk, hogy 2021 és 2022 között a számuk 183,5 százalékkal nőtt. Ebben ismét döntő szerepet játszottak az imént említett központi szereplők: míg 2021-ben a három legkedveltebb szereplő⁶⁸ a *like*-ok 67,7 százalékát gyűjtötte össze, addig 2022-ben a dobogósok⁶⁹ a 83,9 százalékát. Ez az üzenetközvetítés kapcsán arra utal, hogy a vezető beosztású állami tisztségviselők és a hivatalok egyébként is fajsúlyosabb posztjait láthatóbbá tették a fentebb említett centralizált megosztási tendenciák. Az általuk létrehozott bejegyzések így nagyobb közönségből váltottak ki reakciót, mint az egyébként frekvenciájában posztoló diplomáciai háttérű felhasználóké.

A megosztási és kedvelési összefüggések összegzésekor két, egymással párhuzamos tendencia azonosítható. Az egyik azt mutatja, hogy a mintában szereplő ágazati és szakpolitikai tartalmak meghatározása a felhasználók számára funkcionális feladat, amely nem igényli más tematikus narratívák megosztását. Következésképpen kevés átfedés van például a turisztikai értékeket népszerűsítő és a kelet-mediterrán térségben folyó gáztárgyalásokat bemutató felhasználók között, ami a kölcsönös megosztás hiányában csökkenti az ilyen ágazati tartalmak láthatóságát. A másik tendencia a három központilag meghatározott szereplő üzeneteinek az állandó és kiemelt megosztása, akik a centralizált modell révén nagyobb hatékonysággal terjesztik a központi kormányzati üzeneteket. A két trend következtében az átlagos *Twitter*-felhasználót főleg a központi üzenetek, míg az ágazati tartalmak inkább a specifikus érdeklődésű fogyasztókat érik el. Összevetve a görög nyilvános és digitális diplomácia helyzetét bemutató részben felvázolt párhuzamosságokkal, ez a digitális diplomáciai stratégia mindenképpen egy tudatosabb, centralizáltabban működő tervezési struktúrára utal.

A fentiek fényében a következő feladat a tartalmi összefüggések értelmezése. A szakirodalom ebben a vonatkozásban még a 2010-es évek közepén-végén is tematikai szűklátókörűségről számolt be: a nyilvános diplomácia főbb narratívái közé továbbra is a turizmus, a kulturális és történelmi örökség, illetve a nemzetközi konfliktusok tartoztak, amelyek néhány gazdasági témával egészültek ki. Az adatok azt mutatják, hogy a *Twitter*-en zajló kormányzati kommunikáció a platform profiljához illeszkedett, azaz főként külpolitikai témákat helyezett előtérbe. Így az eredményekből több különálló külpolitikai területet lehetett azonosítani, amelyek közül legalább négy (a kelet-mediterrán és a törökországi kapcsolatok, a migráció, valamint a nemzetközi jog) tekinthető olyan klaszternek, amely előszeretettel érint bilaterális konfliktusokat (is).

Jellemző, hogy a két mintavételi év alatt csak a kelet-mediterrán reláció került be a leggyakrabban említett tématerületek közé, de az is csupán harmadikként. A konfliktusokkal összefüggő témák körében beazonosított 21 klaszter közül

a 10. helyen a Törökországgal fenntartott kapcsolatok, a 11.-en a migráció és a menekültek, a 20.-on pedig a nemzetközi jog szerepelt. Az eredmények tehát az ilyen jellegű topikok csökkenését jelzik, ami arra utal, hogy Görögország vagy komolyan gondolja a jószomszédi kapcsolatokra vonatkozó célkitűzéseit, vagy kontraproduktívnak tartja az érzékeny témák nemzetközi hirdetését. A görög nyilvános diplomácia tradicionális témái egészében véve is csökkenést mutatnak. Noha a turizmus még mindig a 4. leggyakrabban említett tárgykör volt, a kultúra a 9., a gazdaság a 13., a diaszpóradiplomácia a 17., míg a hellenizmus és nemzeti büszkeség a 21. helyre került. Helyettük 2021-ben az EU, a pandémia, illetve az amerikai kapcsolatok, 2022-ben pedig az EU, az ukrán háború és a kelet-mediterrán kapcsolatok kaptak tematikai prioritást.

Ebből az összetételből egyértelműen kirajzolódik, hogy a görög digitális diplomáciának a *Twitteren* kialakított narratívája szakítani kívánt a hagyományos berögződésekkel, és a külpolitika 2019-ben meghatározott reformjait kívánta tükrözni. Ez természetesen nem azt jelenti, hogy a hagyományos témák eltűntek, azonban az újak hangsúlyozása miatt a külföldi *Twitter*-fogyasztók statisztikailag magasabb arányban találtak az olyan tartalmakkal, amelyek földrajzi és tematikai tekintetben a kormányzat modernizációs céljainak is megfeleltek.

Az eredmények interpretációjának utolsó fontos állomása az azonosított tématerületek szereplők közötti eloszlásához kapcsolódik. A kutatás során a felhasználók két nagyobb csoportját lehetett azonosítani: a központi kormányzat és a diplomácia szereplőit. Noha mindkettő esetén az EU-val való kapcsolatok témaköre volt a legnépszerűbb, a többenél eltérések tapasztalhatók. A központi kormányzat esetében a legfontosabb megállapítás, hogy ott az ágazati tartalmak közlése, tehát az adott minisztérium szakpolitikai fókuszába tartozó üzenetek továbbítása áll a feladatok élén. Így ebben a csoportban a hazai kommunikációs elemek is megtalálhatók. A második megállapítás, hogy ez a csoport hajlamosabb változtatni a főbb narratívákhoz kapcsolódó preferenciákat, azaz a hazai és a nemzetközi változásoknak megfelelően módosítja a bejegyzések tartalmát. Ahogy korábban láttuk, ezek az adaptációk azért különösen fontosak, mert a központi kormányzat három szereplője kapja a legnagyobb láthatóságot, tehát az ő reagálóképességük meghatározza a görög kormányzatról kialakult nemzetközi összképet. Mivel a diplomáciai csoport a funkciójából eredően külpolitikával foglalkozik, ezért esetükben a váratlan tematikai váltás csak hirtelen bekövetkezett események kapcsán történt meg. Ezért a külpolitikai tématerületekkel kapcsolatos preferenciáik a két év alatt keveset változtak, kis túlzással kijelenthető, hogy az Ukrajnában zajló háborút leszámítva érintetlenek maradtak.

Konklúzió

A tanulmány összefoglalta a digitális diplomácia általános jellemzőit és görögországi sajátosságait, majd azokkal összefüggésben bemutatta 40 kormányzati szereplő 2021–2022 közötti angol nyelvű bejegyzéseinek empirikusan vizsgált eredményeit. A legfontosabb célkitűzések esetében azonosította azon kormányzati szereplőket, akik a *Twitter*en zajló nemzetközi kommunikációban a legaktívabbak voltak, feltárta a felhasználók tartalom-előállítási struktúráit, illetve feltérképezte a posztok tartalmi kontextusait, azok időbeli változásait, valamint a digitális diplomácia tématerületeinek a szereplők közötti eloszlásait. A kutatás eredményei a felhasználók változatos összetételét azonosították: a külügyminisztérium és a diplomácia képviselői mellett a központi kormányzat tagjai is bekerültek a legnépszerűbb és a legaktívabb felhasználók közé. Noha ez megegyezik a szakirodalom⁷⁰ által körvonalazott trendekkel, a görög modell mégis némileg eltérő, mivel abban a digitális diplomácia kevésbé personalizált, azaz hivatalokhoz is kötődik.

Szintén fontos felismerés, hogy a kiválasztott kormányzati szereplők *Twitter*-aktivitása 2021 és 2022 között jelentősen megnőtt. Ebből arra következtethetünk, hogy a nyilvános diplomácia digitális átállása megkezdődött, folyamatosan halad, és általánosságban megfelel a 2019-ben előirányzott célkitűzéseknek. Ezzel összefüggésben a megosztási és a kedvelési arányok vizsgálatából kitűnik, hogy a főbb narratívák meghatározásakor központosítási tendenciák érvényesülnek. E centralizációs törekvések több évtizedes párhuzamosságokra reflektálnak, a *Twitter*en zajló digitális diplomácia esetében pedig elsősorban a központi kormányzat három felhasználójának az üzeneteit kívánják széles körben terjeszteni. A centralizáltabb üzenetmegosztás miatt a leggyakrabban megjelenő posztok többé-kevésbé a központi kormányzat igényeit és a 2019-ben meghatározott reformjait tükrözik. A 2021-es adatokból kiemelhetők például az EU-hoz, a pandémiához és az amerikai kapcsolatokhoz köthető tartalmak, 2022-ben pedig az Ukrajnában dúló háborúra és a kelet-mediterrán kapcsolatokra vonatkozó bejegyzések. Bár ez a tematikai fókusz nem számolta fel az olyan hagyományos témákat, mint a turizmus vagy a bilaterális konfliktusok, az átlagos *Twitter*-felhasználó statisztikailag nagyobb arányban találkozott olyan üzenetekkel, amelyek megfeleltek a görög kormányzat földrajzi és tematikai prioritásainak.

Összességében tehát megállapítható, hogy a görög kormányzati *Twitter*-kommunikáció fejlődése egy, a korábbinál tudatosabb és stratégiaileg jobban irányított digitális diplomáciai modellt tükrözött, amely a nemzetközi és a hazai változásokhoz való alkalmazkodás képességével is rendelkezett. Az eredmények azt mutatják, hogy a görög nyilvános diplomácia a gazdasági válságot követően képes volt megújulni, és a késedelem ellenére reagálni tudott a digitális technológiák támasztotta kihívásokra.

Jegyzetek

- 1 A tanulmány „A közösségi média meghódítása? Magyarország és Görögország digitális nyilvános diplomáciája a COVID-19 pandémia időszakában” című PD138100. sz. NKFIH (OTKA) kutatás keretében készült.
- 2 Manor, Ilan: *The Digitalization of Public Diplomacy* (Oxford: Palgrave Macmillan, 2019), 10–19. o.
- 3 Manor, Ilan: *Are We there yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy? Results from a Cross-National Comparison* (Leiden: Brill, 2016), 17. o.
- 4 Manor: *The Digitalization of Public Diplomacy*, 107–113. o.
- 5 Rashica, Viona: „The Benefits and Risks of Digital Diplomacy”, *SEEU Review*, 13., no. 1. (2018): 80–82.
- 6 Nyáry Gábor: „A digitális állam a külpolitikai térben”, *Új Magyar Közigazgatás*, 12., no. 2. (2019): 76.
- 7 Gilboa, Eytan: „Digital Diplomacy” in *The SAGE Handbook of Diplomacy*, szerk. Constantinou, Costas M., Kerr, Pauline és Sharp, Paul (Los Angeles, CA – London – New Delhi: SAGE, 2016), 540–551. o.
- 8 BCW: „Twiplomacy Study”, *BCW Twiplomacy*, <https://www.twiplomacy.com/twiplomacy-study-2020> (a letöltés ideje: 2024. március 31.).
- 9 Freeman, Jessica D., Elton, Jessica és Sipocz, Daniel: „»Defined by the #Coronavirus Outbreak«: Characterizing Gen Z in Twitter Discourse Surrounding COVID-19”, *Journal of Youth Studies*, 26., no. 9. (2023): 1130–1146.
- 10 Például: Frangonikolopoulos, Christos A.: „Public Diplomacy: How to Think about and Improve Greece’s »Neglected« Component of Foreign Policy in Times of Economic Crisis”, *Place Branding and Public Diplomacy*, 8., no. 3. (2012): 185–193.; Skouroliakou, Melina: „The Communication Factor in Greek Foreign Policy: An Analysis”, *GreeSE Paper*, no. 55. (2012): 9–17.; Vaxevanidou, Maria: „Nation Rebranding in a Period of Crisis and the Role of Public Diplomacy: The Case Study of Greece”, *Journal of Media Critiques*, 3., no. 11. (2017): 68.
- 11 OECD: „Digital Transformation Projects in Greece’s Public Sector: Governance, Procurement and Implementation”, *OECD Public Governance Reviews*, https://www.oecd-ilibrary.org/governance/digital-transformation-projects-in-greece-s-public-sector_33792fae-en (a letöltés ideje: 2023. november 2.).
- 12 Chrysoulakis, John és Kiortsi, Florentia: „Interview of Secretary General for Greeks Abroad and Public Diplomacy John Chrysoulakis for »Greek News Agenda« (20 May 2021)”, *Hellenic Republic – Ministry of Foreign Affairs*, <https://www.mfa.gr/en/current-affairs/news-announcements/interview-of-secretarygeneral-for-greeks-abroad-and-public-diplomacy-john-chrysoulakis-for-greek-newsagenda-20-may-2021.html> (a letöltés ideje: 2024. március 31.).
- 13 IDIS: „Ino Afentouli on Greek Public Diplomacy”, *Institute of International Relations, Pantheon University*, <https://idis.gr/ino-afentouli-on-greek-public-diplomacy> (a letöltés ideje: 2023. november 13.); Frangonikolopoulos: „Public Diplomacy”, 188–187. o.
- 14 Chrysoulakis és Kiortsi: „Interview of Secretary General”; Chrysoulakis, John és Boutsicos, Nicolas: „Interview with Secretary General for Greeks Abroad and Public Diplomacy, John Chrysoulakis, for »Greek Diplomatic Life« (July–August 2021)”, *Hellenic Republic – Ministry of Foreign Affairs*, <https://www.mfa.gr/en/current-affairs/news-announcements/interview-with-secretarygeneral-for-greeks-abroad-and-public-diplomacy-john-chrysoulakis-for-greekdiplomatic-life-july-august-2021.html> (a letöltés ideje: 2024. március 31.).

- 15 Miliopoulou, Georgia-Zozeta és Papaioannou, Eftychia: „Greek Embassies on Twitter and the Quest for a Strategy” in *Strategic Innovative Marketing and Tourism*, szerk. Kavoura, Androniki, Kefallonitis, Efstathios és Theodoridis, Prokopios (Cham: Springer, 2019), 982. o.
- 16 Például 2024 márciusában Narendra Modi 91,6, a „President Biden” felhasználói néven regisztrált amerikai elnök 34,4, Recep Tayyip Erdoğan pedig 21,3 millió követővel rendelkezett.
- 17 Miliopoulou és Papaioannou: „Greek Embassies on Twitter”, 982. o.
- 18 További információ elérhető: „Search Tweets”, *Developer Platform*, <https://developer.twitter.com/en/docs/twitter-api/tweets/search/introduction> (a letöltés ideje: 2024. augusztus 21.).
- 19 Sandre, Andreas: *Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy* (Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2015); Erpul, Onur: „Digital Diplomacy and International Society in the Age of Populism” in *The Palgrave Handbook of Diplomatic Reform and Innovation*, szerk. Hare, Paul Webster, Manfredi-Sánchez, Juan Luis és Weisbrode, Kenneth (Cham: Palgrave Macmillan, 2023), 143–166. o.
- 20 Bjola, Corneliu: „Digital Diplomacy – the State of the Art”, *Global Affairs*, 2., no. 3. (2016): 1–3.
- 21 Manor: *Are We there yet*, 3. o.
- 22 Klubdiplomácia alatt az angolszász szakirodalom a bécsi kongresszus (1815) után kialakult klasszikus, szigorúan államközpontú nemzetközi diplomáciai kapcsolatot érti, amelyet a döntéshozói és a gazdasági elit egy szűk köre tudott befolyásolni. Forrás: Heine, Jorge: „From Club to Network Diplomacy” in *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, szerk. Cooper, Andrew F., Heine, Jorge és Thakur, Ramesh (Oxford: Oxford University Press, 2013), 1–12. o.
- 23 Cooper, Andrew F., Heine, Jorge és Thakur, Ramesh: „Introduction” in *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, 1–23. o.; Heine, Jorge: „From Club to Network Diplomacy”.
- 24 Nye, Joseph: „Public Diplomacy and Soft Power”, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616., no. 1. (2008): 94–109.
- 25 Pamment, James: „What Became of the New Public Diplomacy? Recent Developments in British, US and Swedish Public Diplomacy Policy and Evaluation Methods”, *The Hague Journal of Diplomacy*, 7., no. 3. (2012): 313–336.
- 26 Dél-Korea, az Egyesült Királyság, Etiópia, India, Izrael, Japán, Kenya, Lengyelország, Ruanda, Svédország, USA. Forrás: Kampf, Ronit, Manor, Ilan és Segev, Elad: „Digital Diplomacy 2.0? A Cross-National Comparison of Public Engagement in Facebook and Twitter”, *The Hague Journal of Diplomacy*, 10., no. 4. (2015): 331–362.; Mazumdar, B. Theo: „Digital Diplomacy: Internet-Based Public Diplomacy Activities or Novel Forms of Public Engagement?”, *Place Branding and Public Diplomacy*, 20. (2021): 24–43.
- 27 Manor: *The Digitalization of Public Diplomacy*, 14. és 35. o.
- 28 McNutt, Kathleen: „Public Engagement in the Web 2.0 Era: Social Collaborative Technologies in a Public Sector Context”, *Canadian Public Administration*, 57., no. 1. (2014): 49–70.
- 29 Manor: *The Digitalization of Public Diplomacy*, 101–113. o.
- 30 Zaharna, Rhonda S.: „Global Engagement: Culture and Communication Insights from Public Diplomacy” in *The Handbook of Communication Engagement*, szerk. Johnston, Kim A. és Taylor, Maureen (Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell, 2018), 311–330. o.
- 31 Manor: *Are We there yet*, 19. o.
- 32 Gilboa: „Digital Diplomacy”, 543–544. o.
- 33 Petropoulos, Sotirios: *Public Diplomacy: An Alternative Diplomacy in Foreign Affairs’ Issues* (Monterey, CA: Naval Postgraduate School, 2011), 67–68. o.

- 34 Lagos, Taso G., Samra, Charanpreet, Anderson, Haley, Baker, Sydney, Leung, Jasmine, Kincheloe, Arica, Manning, Brooke, Tizon, Dylan Olivia és Franchino, Helena Gabrielle: „Narrating Hellas: Tourism, News Publicity and the Refugee Crisis’s Impact on Greece’s Nation-Brand”, *Journal of Tourism History*, 12., no. 3. (2020): 275–297.
- 35 Frangonikolopoulos, Christos A.: „Strengthening Greek Public Diplomacy: Present Conduct and Future Potential”, *Netherlands Institute of International Relations »Clingendael« Discussion Papers in Diplomacy*, (2012): 9.
- 36 Skouroliakou: „The Communication Factor in Greek Foreign Policy”, 9. o.
- 37 Frangonikolopoulos: „Strengthening Greek Public Diplomacy”, 8. o.
- 38 Frangonikolopoulos, Christos A.: „Communicating Greece in Times of Economic Crisis: The Role and Significance of Public Diplomacy”, *Hellenic Studies*, 20., no. 2. (2012): 93.
- 39 Skouroliakou: „The Communication Factor in Greek Foreign Policy”, 19. o.
- 40 Υπηρεσία Ενημέρωσης και Δημόσιας Διπλωματίας, *Information and Public Diplomacy Department*.
- 41 Skouroliakou: „The Communication Factor in Greek Foreign Policy”, 13–14. o.
- 42 Γενική Γραμματεία Επικοινωνίας και Ενημέρωσης, *Secretariat General of Information & Communication*.
- 43 Frangonikolopoulos: „Strengthening Greek Public Diplomacy”, 4–5. o.
- 44 Συμβουλίου Εθνικής Επικοινωνιακής Πολιτικής (ΣΕΕΠ), *Council of National Communication Policy (CNCP)*.
- 45 Vaxevanidou, Maria: „Public Diplomacy as a Tool to Change the Image of a Country in Crisis”, *Journal of Media Critiques*, no. 8. (2016): 111–120. o.
- 46 Σπηλιωτακοπούλου, Ελευθερία és Φραγκονικολόπουλος, Χρήστος: „Ο Ρόλος της Διαδικτυακής Επικοινωνίας και της Δημόσιας Διπλωματίας στην Ελληνική Εξωτερική Πολιτική: Προσκόμματα και Προοπτικές [Az online kommunikáció és a nyilvános diplomácia szerepe a görög külpolitikában: Akadályok és kilátások]” in *Συγχρονη Ελληνική Εξωτερική Πολιτική* [Jelenkori görög külpolitika], szerk. Τσάκωνας, Παναγιώτης és Ντόκος, Θάνος Π. (Athén: Εκδόσεις Ι. ΣΙΔΕΡΗΣ), 285. o.
- 47 Uo., 290–291. o.
- 48 Egeresi Zoltán: „Kihívások a második Micotákisz-kormány előtt”, *MKI Elemzések*, no. 33. (2023): 2–8., Egeresi Zoltán: „Γοργορσζάγ a török kihívással szemben: a Micotákisz-kormány külpolitikája”, *MKI Elemzések*, no. 53. (2022): 3–11. o.
- 49 Hellenic Republic: „Minister of Foreign Affairs Nikos Dendias Address in the Context of the Parliamentary Debate on the Government’s Policy Statements (Athens, 22 July 2019)”, *Ministry of Foreign Affairs, Current Affairs*, <https://www.mfa.gr/en/current-affairs/top-story/minister-of-foreign-affairs-nikos-dendias-address-in-the-context-of-the-parliamentary-debate-on-the-governments-policy-statements-athens-22-july-2019.html> (a letöltés ideje: 2024. március 31.).
- 50 Chrysoulakis és Kiortsi: „Interview of Secretary General”; Chrysoulakis és Boutsicos: „Interview with Secretary General”.
- 51 Σπηλιωτακοπούλου, Ελευθερία: „Νέα Μέσα και Εξωτερική Πολιτική: Η αξιοποίηση των Νέων Μέσων από την ελληνική εξωτερική πολιτική” [Új média és külpolitika: Az új média használata a görög külpolitikában], Διπλωματική Εργασία, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, <https://apothesis.eap.gr/archive/item/6019?lang=el> (a letöltés ideje 2023. november 23.).
- 52 Miliopoulou és Papaioannou: „Greek Embassies on Twitter”, 981–989. o.
- 53 Uo., 986. o.

- 54 Az akadémiai hozzáféréshez kialakított letöltési felület az internetes keresőrendszerekhez (Google, Bing) hasonlóan kulcsszavas lekérdezést biztosít. Többek között a felhasználók aktivitásai, közzétett tartalmai, illetve konkrét kulcsszavak és kifejezések kereshetőek, mind nyelvi, mind pedig időszávos szűréssel. Az adatok lekérése a letöltési felület mentési opcióján keresztül történik, amely a meghatározott kritériumok szerint szűrt adatokat táblázatos formában teszi elérhetővé és szerkeszthetővé a kutatók számára. További technikai információk az alábbi honlapokon érhetők el: „Academic Research”, *Developer Platform*, <https://developer.twitter.com/en/use-cases/do-research/academic-research> (a letöltés ideje: 2024. augusztus 21.); „Search Tweets”, *Developer Platform*, <https://developer.twitter.com/en/docs/twitter-api/tweets/search/introduction> (a letöltés ideje: 2024. augusztus 21.).
- 55 A felhasználók aktivitásának fontosabb statisztikai mutatóit összegző parancs. Forrás: „Users Lookup”, *Developer Platform*, <https://developer.twitter.com/en/docs/twitter-api/users/lookup/introduction> (a letöltés ideje: 2024. augusztus 21.).
- 56 A súlyozás a követőszámokhoz 0,67-et, a posztfrekvenciaszámokhoz pedig 0,33-at rendelt; ennek oka, hogy a nagyobb követői bázis a digitális diplomáciai tevékenység nagyobb láthatóságát jelenti, ezért nagyobb súllyal kell a latba esnie. Az összesített pontszámokat így a következő formulával lehet kiszámítani: $\text{összesített pontszám} = (\text{normalizált követőszám} * 0,67) + (\text{normalizált posztolási gyakoriság} * 0,33)$.
- 57 Twitter Inc.: „Twitter API v2 Reference Index”, *Twitter*, <https://developer.twitter.com/api-tools/downloader> (a letöltés ideje: 2023. november 4.).
- 58 Kacziba, Péter: „Public diplomacy on Twitter in 2021 and 2022: The case of Greece”, *Mendeley Data*, <https://data.mendeley.com/datasets/dzccnpkdj9/2> (a letöltés ideje: 2024. szeptember 4.).
- 59 Angelov, Dimo: „Top2vec: Distributed Representations of Topics”, *arXiv*, 09470 (2008): 1–25.
- 60 *Latent Dirichlet Allocation* (LDA).
- 61 Molnár Csaba: „Szövegkódolás a gyakorlatban: Kézi, géppel támogatott és gépi megoldások” in *Kvantitatív szövegelemzés és szövegbányászat a politikatudományban*, szerk. Sebők Miklós (Budapest: L’Harmattan, 2016), 29–30. o.
- 62 A módszerrel kapcsolatos további információ a következő linken érhető el: Atlas.ti: „Concepts and Auto-Code”, *ATLAS.Ti 22 Mac – User Manual 2023*, <https://doc.atlasti.com/ManualMac.v22/SearchAndCode/SearchAndCodeFindConcepts> (a letöltés ideje: 2023. december 2.).
- 63 Manor: *Are We there yet*, 79. o.
- 64 Manor: *The Digitalization of Public Diplomacy*, 257–276. o.
- 65 Megjegyzendő, hogy az intézményi felhasználói fiókok fenntartásának az előnye különösen a személycserék időszakában érvényül, amikor – a personalizált digitális diplomációval ellentétben – az új hivatalviselőnek nem kell egy teljesen új közösségimédia-jelenlétet vagy követői bázist kiépítenie.
- 66 Hellenic Republic: „Minister of Foreign Affairs Nikos Dendias’ Address at the Presentation of the Strategic Plan 2022–2025 and Digital Transformation Projects of the Greek Ministry of Foreign Affairs (07.07.2022)”, *Ministry of Foreign Affairs, Current Affairs*, <https://www.mfa.gr/en/current-affairs/top-story/minister-of-foreign-affairs-nikos-dendias-address-at-the-presentation-of-the-strategic-plan-2022-2025-and-digital-transformation-projects-of-the-greek-ministry-of-foreign-affairs-07072022.html> (a letöltés ideje: 2024. március 31.).

- 67 Kacziba, Péter: „Public diplomacy on Twitter in 2021 and 2022: The case of Hungary”, *Mendeley Data*, <https://data.mendeley.com/datasets/c2nnrrhmwk/4> (a letöltés ideje: 2024. szeptember 4.).
- 68 Minister’s Office_02_GR, 2021: 91899; Minister_06_GR, 2021: 12591; Embassy_07_NA_GR, 2021: 14075.
- 69 Minister’s Office_02_GR, 2022: 232941; Minister_06_GR, 2022: 129066; Ministry_04_GR, 2022: 55007.
- 70 Manor: *The Digitalization of Public Diplomacy*, 257–276. o.