

MAGYAR KORMÁNYZATI SZEREPLŐK DIGITÁLIS DIPLOMÁCIAI TEVÉKENYSÉGE A TWITTEREN (2021-2022)

Kacziba Péter

tudományos munkatárs

PTE BTK, Politikatudományi és Nemzetközi Tanulmányok Tanszék

ORCID 0000-0002-9567-5363

Dol:

10.15170/PSK.2023.04.01.01

Publikálva: 2023.08.31.

Hivatkozás:

Kacziba, Péter (2023): Magyar kormányzati szereplők digitális diplomáciai tevékenysége a Twitteren (2021-2022). *Pólusok*, 4(1), 2-26.

Támogatói Információk:

A tanulmány „A közösségi média meghódítása? Magyarország és Görögország digitális nyilvános diplomáciája a COVID-19 pandémia időszakában” című PD 138100. sz. OTKA kutatás keretében készült.

A folyóiratban megjelenő írások a Creative Commons Nevezd meg - Nem Kereskedelmi - No Derivatives 4.0 nemzetközi licenc alatt kezeltek.



Absztrakt

A tanulmány fókuszában a magyar kormányzathoz köthető Twitter-felhasználók 2021 és 2022 közötti tevékenységének empirikus vizsgálata áll. Célja, hogy feltérképezze a platform nemzetközi kommunikációban legaktívabb kormányzati szereplőinek összetételét, megértse az azonosított aktorok tartalomelőállítási szokásait, a közölt narratívák főbb jellemzőit, valamint azok eloszlásának trendjeit. A tanulmányhoz kapcsolódó kutatás utóbbi célkitűzések megvalósítása érdekében önálló adatgyűjtést végzett, a létrejövő adatbázist pedig szoftveres elemzési technikákkal vizsgálta. Az elemzés egy nemzetközi trendeknek megfelelő digitális diplomáciai tevékenységet körvonalazott, amelyben a legaktívabb és leginkább követett résztvevők száma és összetétele ma már viszonylag magas, az emblematikus felhasználók szerepvállalása pedig aktív. Az eredmények egy centralizált rendszer ismérveit mutatják, amelyben a központtól távolodva a relatív kontroll csökken, emiatt az információs és relációs jellegű tartalmak megjelenése, illetve a szereplők közötti eloszlása jobbra kiegyensúlyozott. Ezek a tulajdonságok ugyanakkor csak az átlagot tekintve érvényesek, 2022-től az egyébként nemzetközi kontextusban megjelenő üzenetek tartalmában hangsúlyosabban jelennek meg a belpolitikában használt kommunikációs panelek.

Kulcsszavak: nyilvános diplomácia, digitális külkapcsolatok, digitális diplomácia, Twitter, Magyarország

Bevezetés

A digitális technológia és az internet rohamos expanziójával a kormányzatok külpolitikai kommunikációjának szerepe jelentősen felértékelődött. A szakirodalom által eltérő szakterminusokkal¹ azonosított digitális diplomácia mára a nyilvános

¹ Például e-diplomácia, virtuális diplomácia, digitális nyilvános diplomácia, Twitter diplomácia vagy kiberdiplomácia (Nyáry, 2016).

diplomácia (public diplomacy) legfontosabb területévé vált, ezáltal vezető szerepet játszik a kormányzati politikák külföldi kommunikációjában, illetve az államok érdekeinek nemzetközi pozicionálásában (Cull, 2013; Manor, 2019). Noha az eltérő terminusok okán számos definícióval találkozhatunk, általánosságban megállapítható, hogy a digitális diplomácia azon új információs technológiai módszerek alkalmazására reflektál, amelyeket állami és nem-állami szereplők saját érdekeik előmozdítása érdekében a digitális térben kifejtenek (Rashica, 2018). A digitális diplomácia ennek megfelelően magába foglalja a weboldalak, webes hírszolgáltatók, közösségi média platformok, blogok, online fórumok és egyéb virtuális kommunikációs platformok (például Zoom, Skype) használatát, amiket az államok vagy nemzetközi szervezetek hivatalos tisztségviselői, illetve nemzetközi civil szervezetek vagy multinacionális vállalatok releváns szakértői a digitális nyilvánosság bevonása és az információterjesztés hatékonyabbá tétele érdekében használnak (DIPLO, 2021).

Ez a tanulmány azon kutatásokhoz illeszkedik, amelyek a digitális diplomácia összefüggéseit és hatásait esettanulmányok, jelen esetben egy magyar példa empirikus elemzése révén kívánják megérteni. Az írás konkrét célkitűzése, hogy a digitális nyilvános diplomácia elméleti alapvetéseivel összefüggésben

- azonosítsa azon kormányzati szereplőket és szerepköröket, amelyek a Twitteren zajló nemzetközi kommunikációban a legaktívabbak voltak;
- megértse az azonosított aktorok tartalomelőállítási szokásait;
- feltérképezze a posztok tartalmi kontextusait, azok időbeli változásait, valamint szereplők közötti eloszlásaik mintázatait.

Az elemzés utóbbi célkitűzések megvalósítása érdekében elméleti és empirikus vizsgálatot végez. Először röviden áttekinti a digitális diplomácia elméleti összefüggéseit, illetve a nemzetközi gyakorlatok egyes hasonlóságait. Ezt követően ismerteti a legaktívabb szereplők kiválasztásának módszereit, az adatlehívás eredményeként létrejövő adatbázis jellegzetességeit, valamint a szoftveres elemzés részleteit. Az eredmények bemutatása a fentebb összegzett célkitűzések sorrendjében történik, értelmezésük pedig az elméleti alapvetésekkel összefüggésben a diszkusszió részben következik.

A tanulmány természetesen rendelkezik bizonyos prekoncepciókkal. Ezek egyrészt a digitális diplomácia elméleti alapvetéseiből, másrészt a magyar külpolitikával és nyilvános diplomáciával foglalkozó szakirodalmakból, harmadrészt a kormányzat hazai kommunikációjával kapcsolatos eredményekből tevődtek össze. Az első esetben a szakirodalom markáns véleménye, hogy az effektív digitális nyilvános diplomácia inkább relációs, mint információs, azaz nem pusztán projektál és közöl, inkább kapcsolatot épít, reflektál, dialógusba bocsátkozik, és a külföldi befogadó preferenciája szerint formálja üzeneteit (Melissen, 2005; Cowan – Arsenault, 2008; Zaharna, 2008; Yun – Toth, 2009; Zaharna – Uysal, 2016; Uysal –

Schroeder, 2019). A második egy összetett összképet körvonalaz, ahol a magyar kormányzat külpolitikai narratívájában egyszerre jelennek meg populista és hazabeszélő (belpolitikai) panelek, a befogadótól függő és ellentmondásos „kettős beszéd” magyarázatok, valamint a relációs altípushoz tartozó reprezentatív üzenetek és kulturális vagy sportdiplomáciai elemek (Lengyel – Ilonszki, 2012; Dúró – Várnagy, 2019; Garamvölgyi – Dóczy, 2021; Tóth, 2021; Visnovitz – Jenne, 2021, Kopper et al., 2023). Utóbbiaktól eltérően a kormányzat belpolitikai kommunikációjával kapcsolatos vélemények egy alapvetően kontrolált és a túlcentralizált rendszer ismérveit azonosították, amelyben a médiatúlsúly kialakítására tett törekvések folyamatos kampánykommunikációval, valamint a jobboldali és kormányzó populizmus paneleinek dominanciájával párosulnak (Szilágyi – Bozóki, 2015; Böcskei, 2021; Csígyó – Merkovity, 20; Tóth, 2020). Mivel az első és a harmadik vélemény, azaz a digitális diplomácia elmélete és a magyar kormányzat belpolitikai kommunikációs stratégiája szöges ellentéte egymásnak, ezért a tanulmány a továbbiakban a köztes megoldást jelentő a második véleményre építi hipotézisét. Eszerint *a magyar kormányzat Twitteren folytatott digitális diplomáciája párhuzamosan alkalmazza a külkapcsolati és belpolitikai kommunikációs stratégiákat, ezáltal a reprezentatív funkciók és relációs tartalmak mellett a központosított és kampányorientált üzenettovábbítási módszerek, illetve a hazai információs panelek tematikai jellegzetességeit is magán hordozza*. Utóbbi feltévésekre a tanulmány a továbbiakban többször is reflektálni fog, a tézis ellenőrzésére pedig a konklúzióban fog visszatérni.

Elméleti háttér és nemzetközi kitekintés

A digitális diplomácia a külkapcsolatok előző évtizedekben lezajló evolúciójának természetes folyamánya, amely a diplomácia történeti fejlődésének számos tulajdonságát magán hordozza. Habár kiindulópontja a tradicionális klub diplomácia, ugyanakkor jelentősen eltér attól, a fizikai kontaktus és a személyközi kapcsolatok hiánya mellett olyan diplomáciai alapvetéseket nélkülöz, mint a diszkreció, a kiszámíthatóság, és – bizonyos esetekben – a hitelesség (Verbeke, 2022). A történeti fejlődés következő szakaszai közül ezért a hálózatdiplomácia és a nyilvános diplomácia inkább tekinthetők a digitális diplomácia előzményeinek. Utóbbiak közül a hálózatdiplomácia (network diplomacy) arra az 1970-es évek végétől felgyorsuló folyamatra reflektál, amely során a diplomácia jelentős komplexitásnövekedésen ment keresztül, fókusza pedig lényegesen kiszélesedett a szereplők, a tématerületek és az implementációs lehetőségek bővülése miatt (Heine, 2013).

A folyamat révén nemcsak új kormányzati szereplők kezdtek fokozott hatást gyakorolni a korábban kizárólag a külügyminisztériumokhoz tartozó diplomáciai munkára, de a transznacionális szereplők közül a nemzetközi szervezetek munkatársai, a multinacionális vállalatok vezetői vagy különböző civil szervezetek képviselői is egyre nagyobb befolyással bírtak a külkapcsolatokra. A szereplők bővülése mellett

a diplomácia feladatrendszere is nagyban átalakult. A hagyományos szerepkörök, mint a képviselő, a tárgyalás, az érdekvédelem, az információszerzés és a kapcsolattartás a globalizációhoz kapcsolódó folyamatokkal egészültek ki, a diplomaták pedig olyan határokon átnyúló biztonsági, gazdasági, technológiai vagy kommunikációs folyamatok ellenőrzésével és befolyásolásával lettek megbízva, amelyek korábban nem tartoztak a bilaterális vagy multilaterális diplomácia tradicionálisan inkább politika-centrikus feladatrendszerébe (Bába – Sáringer, 2021; Heine, 2013). Ezen új elemek közös sajátossága, hogy a diplomáciát vertikálisan és horizontálisan is kiszélesítették, ezzel pedig nagyban csökkentették a külpolitika korábban jellemző döntéshozatali egyoldalúságát, növelték ugyanakkor a külképviseleti munka komplexitását (Langhorne – Wallace, 1999).

A hálózatdiplomácia fentebb listázott új aspektusai közül kétségtől a nyilvános diplomácia tekinthető a digitális külkapcsolatok közvetlen előfutárának. A másnéven közdiplomáciának vagy társadalmi diplomáciának (public diplomácia) is nevezett nyilvános diplomácia szűkebb értelemben a kormányzati politikák nemzetközi kommunikációjával foglalkozik, célja az államról szóló ismeretek külföldi terjesztése (Csiki et al., 2017). Tágabb értelemben véve a nyilvános diplomácia a puha erő (soft power) szerves részét képezi, ezáltal nem pusztán a kormányzati narratívák disszeminációja, az interkulturális kommunikáció vagy a tájékoztatás a célja, de egyúttal a külföldi állampolgárok legkülönbözőbb társadalmi rétegeinek meggyőzése és befolyásolása is (Simon-Nagy, 2013).

Ez a komplex feladatrendszer már szükségszerűen tágabb célközönséget célozott meg, egyúttal a nyilvános diplomáciával foglalkozó szakemberektől olyan kompetenciákat követelt meg, amelyek meghaladták a tradicionális feladatokhoz szükséges szakmai tudásbázist. A célközönség tekintetében a külföldi társadalmak széles rétegei kerültek a diplomáciai kommunikáció célkeresztjébe, az eliteken túl a szubnacionális szintek tisztségviselői, a civil társadalom képviselői, különféle jogi személyiséggel rendelkező entitások, és általában véve az átlagpolgárok is hangsúlyossá váltak. A célközönség bővülésével a befogadók preferenciáinak megfelelő kompetenciák is a diplomácia részévé váltak, a korábban korlátozott mennyiségű nyilvános szereplést a televízióval, a rádióval és az egyéb médiafelületekkel történő aktív kapcsolattartás váltotta. A kommunikációs, technológiai és sok esetben PR és marketing ismeretek mellett a nyilvános diplomáciai tevékenység természetesen a médián túlra is kiterjedt, fókuszja a fejlesztés- és segélydiplomáciától a sport- és városdiplomácián át egészen az oktatási és kulturális tevékenységekig terjedt (Pamment, 2012). Kiemelendő, hogy célközönség és a kompetenciák tágulása ismételtelen a diplomáciát befolyásoló körének bővülésével járt: az új feladatok ellátásának igénye nem pusztán új kormányzati, de bizonyos esetekben nem-állami szereplők (például az akadémiai szektor képviselői, segélyszervezetek munkatársai, PR cégek szakértői) bevonását is megkövetelte (Szörényi, 2010).

A nyilvános diplomácia országmárkázásra, kulturális diplomáciára, tudomány- és oktatásdiplomáciára, sportdiplomáciára, fejlesztési és segélydiplomáciára, illetve a hagyományos médiafelületeket kiaknázó külpolitikai kommunikációra építő tradicionális formája a digitális technológiák, az internet, és a közösségi médiaplatformok elterjedésével nagyban átalakult. Az 1990-es évek végén 2000-es évek elején lezajló folyamat egyik legfontosabb változása a digitális diplomácia megjelenése volt. A digitalizáció két, egymással párhuzamos fejlődési pályán zajlott le, amelyek közül az első a diplomáciai munka, a második inkább a nyilvános diplomácia digitalizálódását takarta. Az első esetben a külügyminisztériumokkal történő kapcsolattartás, a konzuli feladatok egy része, és – ahogyan a pandémia alatt láttuk – bizonyos esetekben a diplomaták közötti tárgyalások is a digitális átállás részévé váltak (Bjola – Manor, 2022; Taraktaş et al., 2022). Ezeket a digitális fejlesztéseket a külügyminisztériumok némely esetben a költséghatékonyság, más esetben az hatékonyság növelése érdekében hajtották végre (Görömbölyi, 2022). A második esetben a digitális tér megjelenése nemcsak lehetőséget, de szükségszerűséget is jelentett. Ennek elsődleges oka a nemzetközi kapcsolatok megvalósulási tereinek átalakulása: a fizikai terek mellett a digitális szférában lezajló politikai, gazdasági, biztonsági (stb.) vonatkozású interakciók ellenőrzése és befolyásolása is a kormányzatok vitális jelentőségű érdekévé vált (Ennis – Fletcher, 2020; Efremenko, 2020). A folyamat részeként az államok nyilvános diplomáciai erőfeszítései is elkezdtek kihasználni az internet lehetőségeit, a 2010-es évek végére pedig a nyilvános diplomácia legfontosabb eszközévé egyértelműen a digitális diplomácia vált.

A kormányzati honlapok, az internetes hírszolgáltatások vagy az online hirdetések mellett a digitális diplomácia legfontosabb közvetítői médiuma manapság a közösségi média. A BCW (2021) számításai szerint 2020-ban már az ENSZ 193 tagállama közül 189-nek volt valamilyen hivatalos közösségi média jelenléte. A közösségi média platformok közül egyértelműen a Twitter vált a digitális diplomácia legfontosabb felületévé, az oldalon 2020-ban összesen 163 állam- és kormányfő, valamint 132 külügyminisztérium tartott fenn hivatalos felhasználói profilt (Uo.). A második legnépszerűbb platform a Facebook, ahol ugyanebben az évben 153 állam- és kormányfő, valamint 90 külügyminisztérium volt jelen (Uo.). Utóbbiak mellett az Instagram, Youtube, LinkedIn, a TikTok, illetve az egyes régiókban népszerű felületek (például WeChat, Sina Weibo, Telegram, V Kontakte) tekinthetők a digitális diplomácia feltörekvő platformjainak (Kurbalija, 2022). A nyilvános diplomácia tulajdonképpen ezen online közösségi terek kiaknázása révén vált digitális (nyilvános) diplomáciává, potenciális lehetőségeit maximalizálta, és a korábbinál sokkal kiterjedtebb célközönséget tudott elérni. Erre jó példa, hogy 2023 júniusában Narendra Modi (89,7 millió), Joe Biden (31,4 millió), Recep Tayyip Erdoğan (20,8 millió), Emmanuel Macron (9,4 millió) és Luiz Inácio Lula da Silva (7,9 millió) együttesen csaknem 160 millió Twitter követővel rendelkeztek (Twitter Inc., 2023). Ezek a számadatok jelzik, hogy a diplomácia hálózatosodásával elkezdődő vertikális és

horizontális expanzió a digitális térben teljesedett ki, a külföldi kormányzatok narratívái pedig ma már valós időben tudnak milliókhoz eljutni. A korábbiakhoz képest szintén változás az egyoldalú kommunikáció kizárólagosságának megszűnése. Az online platformokon a digitális közvélemény már képessé vált a nyilvános diplomácia üzeneteinek minősítésére és véleményezésére, azaz lehetővé vált a nyilvános diplomácia kibocsátója és befogadója közötti interakció (Görömbölyi, 2022). Ez a lehetőség egyéb statisztikai és mérési módszerekkel kiegészülve egy folyamatos visszajelzési mechanizmust biztosít a külkapcsolati kommunikációval foglalkozó állami szervezeteknek, lehetővé teszi az üzenetek finomhangolását, illetve a célközönség igényeinek megfelelő üzenetek és üzenettovábbítási módszerek kiválasztását (Manor, 2016).

Noha a 2010-es évekre a digitális diplomácia alkalmazása széleskörben elterjedtté vált, megvalósítására az államok eltérő stratégiákat alakítottak ki. Mivel jelen tanulmány keretei között lehetetlen lenne ezen eltérő irányok elemzése, ezért célszerűbb a nemzetközi gyakorlatok közötti hasonlóságok feltárása. Ezek közül az első fontos kiindulópont, hogy az online térben megvalósuló diplomácia elődjeihez hasonlóan felülről lefelé (topdown) építkező folyamat, ugyanakkor a klub és a hálózatdiplomáciától eltérően a centralizáltság foka a központtól távolodva általában csökken (Hedling – Bremberg, 2021). Mind szakpolitikai, mind tartalmi értelemben ebben a centralizált rendszerben a mindenkori kormány játssza a vezető szerepet. Feladata nem pusztán a stratégiák és a főbb kommunikációs irányelvek meghatározása, de a digitális diplomácia perszonalifikációja okán az aktív digitális szerepvállalás is. Az internetkorszak hajnalán Tony Blair, később Donald Trump, manapság pedig Narendra Modi digitális diplomáciában betöltött központi szerepe például jól jelzi, hogy az egyes országok emblemikus vezetői nem csak a stratégiaalkotásban, de a digitális diplomácia napi aktivitásaiban is központi szerepet játszanak (BCW, 2021). Ez a központi szerep ugyanakkor korántsem jelent kizárólagosságot. Noha a legtöbb országban a külföldi kommunikáció esetében a topdown formula érvényesül, a külföld számára megjelenített kormányzati online tartalmak teljeskörű centralizációja és ellenőrzése csak extrém esetekben (például Irán, Kína, Oroszország) jellemző, ráadásul ezekben az esetekben sem mentes a hibáktól. A nemzetközi gyakorlatokból emiatt inkább egy olyan struktúra rajzolódik ki, amelyben a kormányhoz közel állók kommunikációja erősen központosított, attól távolodva azonban egyre inkább diverzifikált és decentralizált. Ugyan a külügyminisztériumok ebben a struktúrában továbbra is kiemelt szerepet játszanak, az egyéb minisztériumok, államtitkárságok és kormánytisztviselők külföld felé irányuló digitális üzenetei ezt a korábban jellemző központi szerepet jelentősen erodálták (Ittefaq, 2019). A digitális diplomácia tehát a legtöbb országban a széles értelemben vett kormányzat hivatalos online aktivitásainak végeredménye, amely – főként a világnyelveket használó országok esetében – manapság már kevésbé választható el a belföldi választóknak szánt digitális kommunikációtól (Pamment, 2012).

Bár a szakirodalom inkább a közpolitikai tervezésre összpontosít, jelen tanulmány számára ugyanilyen fontos a digitális diplomácia tartalmának, pontosabban annak nemzetközi trendjeinek rövid vizsgálata. Ebben az esetben nehezebb közös pontokat találni, hiszen a digitális diplomácia üzenetei általában véve kontextusfüggők, azaz a digitális üzenetet megfogalmazó kormány prioritásainak függvényei. Ennek megfelelően elméletek sokasága foglalkozik a külpolitika, a nyilvános diplomácia, illetve a digitális diplomácia által előállított kommunikációs stratégiákkal és tartalmakkal (Davison, 1963; Gilboa, 2008; Rothschild – Shafranek, 2017). Noha a digitális diplomácia esettanulmányai a bilaterális és multilaterális diplomáciától a gazdaság- és kulturális diplomáciáig széleskörű tématerületeket azonosítottak (Park et al., 2019; Ittefaq, 2019; Kampf et al., 2015), a tartalmi szempontok elemzésére a legkompaktabb elméleti megközelítést a nyilvános diplomácia szakirodalma biztosítja. Ezek közül a tanulmány a továbbiakban Zaharna (2008; 2014) elméletét hasznosítja, aki a nyilvános diplomácia hálózati struktúrájából kiindulva a tartalmak relációs (relational) és információs (informational) kategóriáit azonosította. A relációs kategória elsősorban olyan tartalmakra reflektál, amelyek célja az audienciával való kapcsolatteremtés, a partnerség kialakítása, az ágazati feladatok nemzetközi érvényre juttatása. Ezzel szemben az információs kategória a kormányzat üzeneteinek disszeminációjára koncentrál, mégpedig azzal a céllal, hogy a kormányzatnak fontos témákat és az arról kialakított narratívákat minél szélesebb külföldi közönséghez juttassa el (Uo., Sevin – Ingenhoff, 2018). A két kategória reflektál a nyilvános és digitális diplomáciában résztvevő szereplők eltérő célkitűzéseire. Míg az információs jellegű tartalmak a központi kormányzatok azon szándékait tükrözik, hogy narratívákat széles külföldi közönséggel ismertessék meg, addig a relációs típusok a szakminisztériumok ágazati és funkcionális célkitűzéseit tükrözik.

Az információs kategória esetében olyan kormányzati prioritások jelennek meg, amelyeket az adott kormányzat mind közpolitikai döntéseiben, mind kommunikációs erőfeszítéseiben központi jelentőségűként kezel. Ezen tématerületek a legkülönbözőbb ügyeket érinthetik, például a demokrácia, a vallás, a szociális viszonyok, az egészségügy, a környezetvédelem, a nemzeti büszkeség, a konfliktuskezelés, vagy a technológiai fejlődés állandó területei a digitális diplomácia információs üzeneteinek (Bjola, 2018). A relációs jellegű tartalmak ettől eltérően az egyes kormányzati szereplők funkcionális feladatrendszeréhez kötődnek, ebben a viszonylatban végeznek digitális kapcsolatépítési tevékenységet. Ennek megfelelően például a külügyminisztérium főként külkapcsolatokról és diplomáciáról, a hadügyminisztérium katonai fejlesztésekről vagy hadászati együttműködésekről, a gazdasági minisztérium pénzügyi beruházásokról vagy kereskedelmi kapcsolatokról közöl tartalmakat.

Noha az információs és relációs vonatkozású üzeneteket szükségszerűen egy kormány stratégiai prioritásai határozzák meg, nemzetközi trend, hogy a megfogalmazott tartalmakat az adott külföldi online befogadó preferenciáinak megfelelően

próbálják tálalni és szelektálni (Kurbalija, 2022). Egy példával illusztrálva, az USA rijádi nagykövetsége digitális diplomáciájának homlokterébe természetesen nem az emberi vagy politikai szabadságjogok propagálása kerül, a fókusz inkább a bilaterális kapcsolatok fejleményeire, gazdasági és védelmi együttműködésekre, illetve egyéb szakdiplomáciai eseményekre helyeződik. Ez a példa jól megvilágítja, hogy a digitális diplomácia tartalmi összetétele és retorikai tónusa az államok közötti kapcsolatok minőségére is reflektál. A kormányzatok emiatt fokozott figyelmet szentelnek az állampolgáraik számára megfogalmazott üzenetek elemzésére és ellenőrzésére, illetve lehetőségeikhez képest reagálnak a nem kívánatos tartalmak ellensúlyozására.

Adatgyűjtés és módszertan

A tanulmány az előzőekben összefoglalt elméleti háttér és nemzetközi trendek alapján egy hazai esettanulmány elemzésére vállalkozik. Legfontosabb célja a Twitteren folytatott nemzetközi kommunikáció kormányzati szereplőinek azonosítása, a kiválasztott felhasználók tartalomelőállítási szokásainak megértése, valamint a közzétett narratívák főbb jellemzőinek és eloszlásainak feltárása. A célkitűzés megvalósítása érdekében a tanulmányhoz kapcsolódó kutatás önálló adatgyűjtést végzett. Az adatgyűjtés 40 magyar kormányzati tisztviselő N=24380 Twitter-bejegyzését a 2021-es és 2022-es mintaidőszakban hívta le, a kapott eredményeket pedig egy adatbázisban összesítette. Noha Magyarországon a Facebook a belpolitikai kampányok legmeghatározóbb közösségi médiaplatformja (Merkovity, 2014), a kutatási projekt külpolitikai fókuszja miatt a digitális diplomácia vezető oldalaként azonosított Twitter-t hasznosította (Sandre, 2017; Hoffmann, 2015; Shea – Lee, 2022). A 40 szereplő kiválasztása két kritériumon alapult. A kiválasztott szereplőknek egyrészt kormánytisztviselőnek vagy kormányzati intézmények hivatalos felhasználói fiókjainak kellett lenniük, tehát például kormányzati pozícióval nem rendelkező európai parlamenti képviselők nem kerültek az adatgyűjtés fókuszába. Másodszor, a projekt rangsorolási rendszert alkalmazott a Twitteren azonosított kormánytisztviselők és kormányzati intézmények legaktívabb és leginkább követett fiókjainak szelektálására, melynek eredményeként az elemzés fókuszába a 40 legaktívabb és legkövetettebb felhasználó került.

A vizsgált kérdéskör átpolitizáltsága, illetve a Twitter átalakulásának jogi bizonytalanságai okán az adathalmaz anonimizálásra került, a felhasználók elnevezéseit kormányzati tisztségekkel vagy funkciókkal helyettesítettük. Például A miniszter felhasználónevét *MINISTER_01_HU*-ra, az EU-ban található B nagykövetség elnevezését pedig *Embassy_01_EU_HU*-ra alakítottuk át. A módszer megőrizte az egyes bejegyzések eredeti tartalmát, ugyanakkor lehetővé tette az objektív és előítéletektől mentes vizsgálatot. Az adatlekérdezési folyamat a Twitter API Tools akadémiai hozzáférése segítségével történt, amely a kiválasztott felhasználók valamennyi angol nyelvű bejegyzését a 2021. január 1. és 2022. december 31.

közötti időszakra vonatkozóan hívta le (Twitter Inc., 2020). A létrehozott adatállomány a posztok szövegén és a felhasználókat fedő mozaikszavakon túl tartalmazza az egyes posztok idejét, típusát (új vagy retweetelt), a retweetek és a kedvelések számát, valamint az ATLAS.ti által azonosított fogalmi koncepciókat. A megtisztított és rendezett adatkészlet, illetve a hozzá tartozó kódolási rendszer a Mendeley Data adatrepositóriumában került közlésre és elérhető a bibliográfiában feltüntetett hivatkozás (Kacziba, 2023a) alatt. Az adatállomány szabadon hozzáférhető és elemezhető, jelen tanulmány eredményei tehát ellenőrzés céljából reprodukálhatók.

A tanulmány a tartalmi összefüggések azonosítására az ATLAS.ti (2023, Version 23.2.1) szoftvert használta. A négylépcsős azonosítási folyamat első szakaszában az adatállomány felhasználó és mintavételi év szerinti rendezési elv alapján külön dokumentumokra lett bontva. A különválasztás lehetővé tette, hogy a dokumentumok programba történő betöltése után felhasználónként és mintavételi időszakként is különválaszthatók és vizsgálhatók legyenek. A második lépcsőben a dokumentumokat a program főnévi kifejezések detektálására kialakított funkciója (*concept search*) elemezte. A funkció az egyedi szavakon (pl. egészség) túl szókapcsolatok (pl. egészségügyi rendszer) felismerésére is képes, az összegyűjtött fogalmakat előfordulási gyakoriság alapján csoportosítja és rangsorolja, a kutató preferenciái szerint akár dokumentumonként, akár a teljes adatállományra vonatkozóan (Atlas.ti, 2023). Az algoritmus által azonosított fogalmak ebben az esetben a teljes adathalmazra vonatkozóan kerültek lekérdezésre, ugyanakkor az első lépésben végrehajtott adatelkülönítés továbbra is lehetővé tette az egyes szereplőkre és időszakokra vonatkozó eredmények elkülönítését. Az adatlehívás során kiszűrésre kerültek a Twitter szövegben maradt technikai jellegű információi (pl. RT=*retweet*), valamint mellőzésre kerültek a kis- és nagybetűk közötti különbségek. A harmadik lépcsőben a program által azonosított fogalmi klaszterek kódolásra kerültek. A folyamat során a felhasználók posztjai a bennük azonosított fogalmi koncepciók révén az előző lépésben azonosított klaszterekkel kerültek összekapcsolásra. Egy példával illusztrálva, ha *MINISTER_01_HU* a pandémiáról közölt bejegyzést, akkor az adott poszt bekerült a témához kapcsolódó fogalmi klaszterekbe, tehát például a pandémia, a vakcina vagy a védelem csoportokba. A kódolás utáni negyedik szakaszban a tartalmi összefüggések azonosítására irányuló módszertan a fogalmi klaszterek és a hozzájuk tartozó szókapcsolatok manuális módszerrel történő kigyűjtésével zárult: az adatok ezáltal bekerültek Mendeley Data felületén publikált adatbázisba. Ezen utolsó lépésre elsősorban a visszakereshetőség és az ellenőrzés miatt volt szükség, az eredmények ellenőrzése és reprodukálására így a használt szoftver nélkül is megvalósulhat.

Eredmények

Az eredmények összegzését a 40 kiválasztott szereplő bemutatásával kezdve megállapítható, hogy a legaktívabb és leginkább követett kormányzati Twitter-felhasználó közé 3 miniszter, 6 államtitkár vagy helyettes államtitkár, 2 kormányzati intézmény/szervezeti egység, 5 nagykövetség, 3 nemzetközi szervezethez delegált misszió, illetve 18 nagykövet és 3 konzul került be. Megjegyzendő, hogy a kiválasztott aktorok azonosítása a teljes mintavételi időszakra vonatkozóan, nem pedig évenkénti bontásban történt. Ebből következően az adatbázis által lefedett időszámban nem mindegyik szereplő volt folyamatosan aktív: bizonyos szereplők kormányzati személycserék, mások későbbi Twitter-fiók létrehozása, megint mások a posztolási tevékenység átmeneti szüneteltetése miatt hiányoznak bizonyos időszakokban. Ezek az átmeneti hiányok ugyanakkor nem tekinthetők számottevőnek, a 40 kiválasztott szereplő közül 2021-ben 39, míg 2022-ben pedig 38 volt huzamosabb ideig aktív.

1. táblázat: Az adatállomány legfontosabb statisztikai mutatói és jellemzői

Megfigyelési egység	Érték
Posztok száma	24380
Posztok száma 2021	11351
Posztok száma 2022	13029
Átlagos posztszám/felhasználó	609,5
Átlagos posztszám/felhasználó 2021	283,8
Átlagos posztszám/felhasználó 2022	325,7
Új posztok száma	14575
Legmagasabb posztszám/felhasználó	5068
Legalacsonyabb posztszám/felhasználó	25
Válaszbejegyzések (reply) száma	3822
Retweetek (megosztások) száma	5983
A kiválasztott 40 felhasználó egymásra érkező megosztásainak száma	2649
A kiválasztott 40 felhasználó egymásra érkező megosztásainak átlagos száma	66,2
Kedvelések száma 2021 (retweetek nélkül)	279049
Kedvelések száma 2022 (retweetek nélkül)	871864
Új üzenetekre érkező megosztások 2021	48572
Új üzenetekre érkező megosztások 2022	122656
Fogalmi klaszterek	94
A fogalmi klaszterekbe sorolt szókapcsolatok száma	13235

Saját szerkesztés, adatforrás: Kacziba, 2023a.

A kiválasztott szereplők aktivitásait összesítő 1. táblázat legszembetűnőbb konklúziója a magyar kormányzat Twitter-jelenlétének hangsúlyosabbá válása (vö. Merkovity, 2014). Ennek jele például a posztszámok és abból következően az egy főre jutó átlagos bejegyzésszámok emelkedése, amelyek a mintavételi időszak első évéhez képest 2022-re 14,8%-kal növekedtek. Az eredmények alapján a növekedés elsősorban önálló tartalomgyártás eredménye, a lehívott 24380 posztnak ugyanis csak 24,6%-a volt megosztás (*retweet*), azaz a felhasználók többsége mások előre kialakított narratívája helyett inkább a saját üzenetek létrehozását preferálta.

Fokozottan érvényesült ez a 40 kiválasztott szereplő egymásra adott megosztásainak vonatkozásában, ahol a retweet arány még alacsonyabb volt, egész pontosan 10,8%. A fennmaradó hányad nagyobb részét új posztokból (59,7%), illetve válaszbejegyzésekből (*reply*, 15,7%) tevődött össze.

A statisztikai adatok közül szintén figyelmet érdemel a kedvelések és az új bejegyzésekre érkező megosztások arányának alakulása. A kutatás mindkét esetben növekedést azonosított: a kedvelések száma 2022-re 212,4%-kal, míg az új posztokra érkező megosztásoké 152,5%-kal emelkedett. Megjegyzendő, hogy a kedvelésekkel kapcsolatos eredményeket két technikai akadály árnyalja. Egyrészt a feltüntetett számadatok szükségszerűen a lehívás pillanatának helyzetét mutatják, ebből következően azóta növekedhetnek vagy csökkenhetnek. Másrészt, egy, az adatlehívás során felmerülő technikai probléma miatt 2038 poszt kedvelési adatai hiányoznak az adatbázisból, amely erodálja az utóbb felvázolt eredmények érvényességét. Mindezen technikai problémák ellenére a kutatás eredményei mind a kedvelések, mind pedig az új posztokra érkező megosztások esetében egyértelmű növekedést azonosítottak.

1. ábra: A fogalmi klaszterek eloszlása és szókapcsolataik száma



Saját szerkesztés, adatforrás: Kacziba, 2023a.

A megosztások és kedvelések kétségtelenül összefüggésben vannak a szereplők által posztolt tartalmakkal. Ezen tartalmi trendek feltárására a kutatás az előző részben felvázolt négy lépcsős azonosítási eljárást alkalmazta. A módszertan második szakasza (*concept search*) összesen 13235 többször elforduló főnévi kifejezést és szókapcsolatot azonosított, amelyeket előfordulási gyakoriság alapján 94 fogalmi klaszterben csoportosított. A klasztereket bemutató 1. ábra ezért nem „szófelhőként”, hanem „fogalomfelhőként” (*concept cloud*) definiálható. Egy példával élve a legmagasabb előfordulási gyakorisággal rendelkező „Hungary” fogalomklaszterbe olyan kifejezések tartoznak, mint a „Hungary’s economy”, „Hungary’s peace” vagy „Hungary-Turkey relations”. Ahogy a kiemelt példákból látszik, egy detektált szókapcsolat több fogalmi klaszterbe is bekerülhetett, az imént említettek közül az első például a „Hungary” klaszteren túl az „economy” csoportban is szerepel.

Ugyan az eredmények értékelése a tanulmány következő részében következik, az 1. ábrán egyértelműen kirajzolódnak a Zaharna (2008, 2014) által meghatározott relációs és információs kategóriák. A relációs tartalmak az ágazati kommunikáció következményei, a diplomaták esetében a külpolitikához és a külkapcsolatokhoz kapcsolódó funkcionális kifejezések, például az *embassy*, az *ambassador*, a *meeting* vagy a *cooperation* szavakból következő szókapcsolatok különböző formációi. Ennek tipikus esetei a következő példák:

„Ambassador_01_NA_HU was happy to receive DAS Matthew Palmer yesterday at his residence. They discussed the future potentials of Hungarian-American cooperation in relation to the Western Balkans. HU 🇺🇸” (forrás: Twitter, Inc, elérhető: Kacziba, 2023a).

“Great first meeting with new @fvdemocratie MPs, @SimoneKerseboom and @Pvan-Houwelingen. Wishing you all the best in your new job and looking forward to continuing our cooperation” (Uo.).

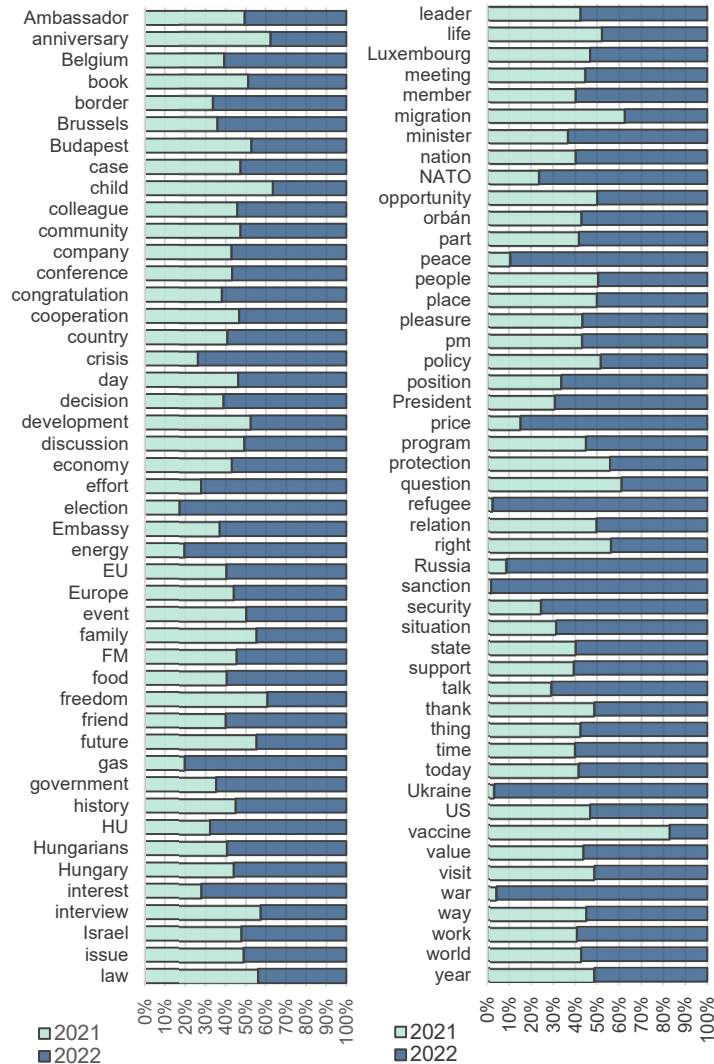
Míg ezen ágazati tartalmak a külkapcsolatok sztenderdjeit tükrözik, addig az információs esetek a belpolitikai kommunikációban hangsúlyos témákat ragadják meg. Bár bizonyos esetekben az információs vagy relációs jelleg nehezen különíthető el, a 94 azonosított klaszterből kirajzolódnak olyan esetek, ahol a belpolitikai kommunikációs panelek befolyása egyértelműen bizonyítható. Ezek közé tartoznak a karizmatikus vezetőre (*Orbán*), a konzervatív értékekre (pl. *family*, *value*, *history*), a nemzeti egységre és szabadságra (pl. *nation*, *freedom*, *protection*), a szövetségesekre (pl. *NATO*, *friend*), az ellenfelekre (pl. *migration*, *Brussel*, *sanction*), a pandémiára (pl. *vaccine*, *case*), a válságra (pl. *crisis*, *price*, *energy*, *gas*, *food*), illetve az orosz-ukrán háborúra (pl. *war*, *peace*, *Ukraine*, *Russia*) vonatkozó kifejezések klaszterei. Az információs kategória tipikus esetei például a következő bejegyzések:

„HU Cabinet meeting today. Brussels' sanctions policy has clearly failed, while European citizens continue to pay the price. In Europe, the Hungarian people are the first to have a say on sanctions that affect their lives. Democracy in action” (Uo.).

„PM Orbán said: HU could comprehend that the EU doesn't want to adopt our family or migration policy. We are open to reconciliation but Brussels, with the help of George Soros, launched a 'rule of law' jihad against HU, “so let the Reconquista begin!” (Uo.).

Noha az információs és relációs tartalmak jelenléte nem meglepő fejlemény, előfordulási gyakoriságuk jelzi az adott kormányzat digitális diplomáciai kommunikációjában kialakuló prioritásokat és eltolódásokat. A kutatás egyértelmű következtetése ebben a tekintetben az, hogy a teljes mintavételi időszakra vonatkozóan a kormányzat Twitteren folytatott digitális diplomáciai tevékenységében nem érvényesül egyértelműen az információs fölény, azaz a belpolitikában kialakított panelek mellett a diplomácia relációs és ágazati üzenetei is érvényre jutnak. Mindemellett, az információs irányultságú bejegyzések száma 2022-re megnövekszik, a relációs üzenetek kárára. Ezt alátámasztja a kutatás azon része, amely az azonosított tartalmak időbeli előfordulására és felhasználók közötti eloszlására vonatkozott. A fogalmi klaszterekhez kapcsolódó kifejezések időbeli előfordulását a 2. ábra jelzi. Az ábrán érzékelhető egyrészt a posztok számának 2022-re történő megnövekedése, amely erre a mintavételi évre vonatkozóan statisztikai eltolódásokat eredményez. Másrészt az ábrából szintén kirajzolódnak a digitális diplomácia külső kontextusának, illetve az azokra adott válaszoknak a változásai. Kétségtávol az egyik legfontosabb változás a pandémia lecsengése: 2022-re jelentősen csökkent a járványhoz köthető bejegyzések száma (pl. *vaccine*). Szintén jellemző a semlegesebb tartalmak, illetve a gazdasági sikerekhez és a kulturális diplomáciához kapcsolódó kifejezések, úgymint az *anniversary*, *book*, *development*, *future* vagy *life* fogalomklaszterekhez kötődő bejegyzések látványos csökkenése. Helyüket 2022-re alapvetően három új kommunikációs tématerület veszi át. Mennyiségi szempontból a harmadik helyen a 2022-es országgyűlési választások, illetve a kampányidőszak bejegyzései (pl. *election*) állnak. A második helyen a válság témaköre áll, amelyekkel összefüggésben a leggyakrabban a *crisis*, *price*, *food*, *energy*, *gas*, *Brussels*, *sanctions* kifejezések és szókapcsolatok jelennek meg. Utóbbiakon túl a leggyakrabban előforduló új narratíva Oroszország Ukrajna elleni agressziójához kapcsolódik, ahová például a *war*, *peace*, *Ukraine*, *Russia*, *security*, *NATO* és a *refugee* klaszterek tartoznak.

2. ábra: Fogalmi klaszterek időbell előfordulása



Saját szerkesztés, adatforrás: Kacziba, 2023a.

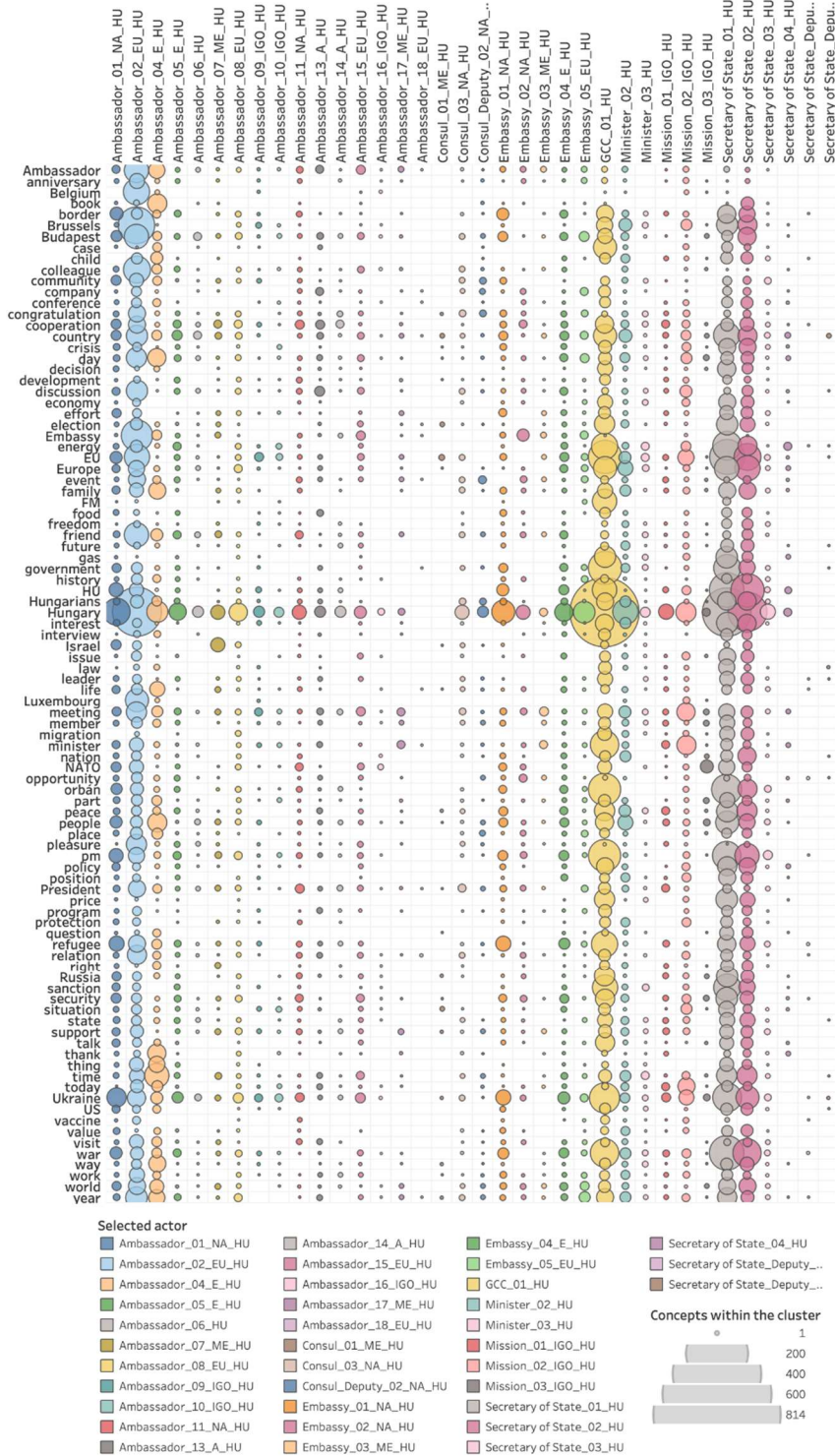
Az eredmények ismertetésekor fontos kitérni az azonosított tartalomtípusok felhasználók közötti eloszlására is, amit a 3. és 4. ábra összegez. Az ábrákon a korábban azonosított fogalmi klaszterek felhasználók közötti megoszlása lett vizualizálva. A metszéspontokon elhelyezkedő ábrakörök egy adott témakör (*y tengely*) elfordulási gyakoriságát egy adott kiválasztott szereplő (*x tengely*) viszonylatában ábrázolják, a jelzés mérete a fogalmi klaszter használati frekvenciájának függvénye. A legelső küszöbérték az 1 volt, a legfelső a 3. ábra esetében 737, a 4. ábrán pedig 814. Az adatértelmezést utóbbiakon túl a kiválasztott szereplők eltérő ábraszínei is segítik.

3. ábra: Fogalmi klaszterek felhasználók közötti eloszlása – 2021



Saját szerkesztés, adatforrás: Kacziba, 2023a.

4. ábra: Fogalmi klaszterek felhasználók közötti eloszlása – 2022



Saját szerkesztés, adatforrás: Kacziba, 2023a.

Az ábrák első szembetűnő jellegzetessége a szereplők posztolási aktivitásának mennyiségi különbségeire utal. 2021-ben az öt legtöbbet posztoló kormányzati szereplő közé 2 nagykövet, 1 nemzetközi szervezethez delegált misszióvezető, 1 kormányzati szervezeti egység és 1 államtitkár került be. 2022-ben a központi aktivitás fokozódásával ez az összetétel átalakult, ebben az évben a top öt közé 2 nagykövet, 2 államtitkár és 1 kormányzati szervezeti egység került be. Ezen szűk kör szerepe számottevő, hiszen 2021-ben a kiemelt 5 felhasználó posztolta az időszakban detektált angol nyelvű bejegyzések 61%-át, 2022-ben pedig már 67,3%-át. A mintavételi években Magyarországról Twitteren kialakítandó képet tehát kevés számú kormányzati szereplő relatíve magas posztmennyiséggel kívánta befolyásolni.

Ez a jellegzetesség a célközönséghez eljutó tartalmi kategóriákra is hatást gyakorolt. Ebben a tekintetben az egyik legfontosabb tanulság az, hogy a központi kormányzathoz tartozó felhasználók többségében olyan információs tartalmakat posztoltak, amelyek alapvetően a kormányzat belpolitikai tematikáit (pl. *border, migration, Brussels* stb.) tükrözték. Bár a külügy kötelékébe tartozó felhasználók esetében is azonosíthatók ilyen információs üzenetek, ebben az esetben a relációs narratívák (pl. *embassy, ambassador, meeting, cooperation*) mellett inkább az ágazati tájékoztatás jellemző. A két csoport tehát alapvetően eltérő narratívákra helyezte a hangsúlyt, a kettő között 2021-ben azonban még egyfajta relatív balansz alakult ki.

Ez a balansz a központi kormányzat felhasználóinak frekvenciátalabb posztolási aktivitásának hatására felborult, az információs üzenetek javára. Bár a nyilvános diplomácia relációs narratívái továbbra is részét képezték a mintának, mennyiségi arányaik jobbra változatlanok maradtak, de legalábbis nem érték el az információs panelek esetében 2022-ben tapasztalt növekedését. Ennek a trendnek két klasszikus példája a *sanctions* vagy *peace* kifejezéscsoportok megjelenése, amelyek 2022-ben kerültek be a legfrekvenciátalabban használt fogalmi klaszterek közé. A két példa egyértelműen az információs kategóriába sorolható, gyors elterjedésük pedig szinte kizárólag a központi kormányzathoz köthető felhasználók posztolási tevékenységének köszönhető. Ezt jelzi, hogy a *peace* klaszterhez tartozó tartalmak 66%-át négy, a *sanctions* kifejezéseket tartalmazó üzenetek 85,5%-át pedig csupán három központi felhasználó posztolta. Hasonló tendenciák más, szintén információs kategóriába sorolható klasztereknél (pl. *Orbán, Brussels, crisis, energy* stb.) is megfigyelhetők, csökkenés inkább a pandémiához és a migrációhoz (vö. *refugee*) kapcsolódó kifejezések esetében azonosítható, elsősorban a kormányzat kommunikációs prioritásainak átalakulása miatt.

Az eredmények tehát azt mutatják, hogy a belföldi kommunikációs tématerületeket jobbra magasabb beosztású kormánytagok és szervezeti egységek közlik, míg – néhány kivételtől eltekintve² – a nagykövetségek és diplomaták inkább a

² Talán az egyetlen kivétel az orosz-ukrán háború esetében azonosítható: 2022-ben a háborúhoz kötődő kifejezések és szókapcsolatok a legtöbb a felhasználó esetében emelkedést mutatnak.

szakágazati tartalmakat posztolják. A két tartalmi kategória között fennálló relatív balansz 2022-re tolódott el, a központi kormányzat és az általuk közölt információs tartalmak irányába. Emiatt – noha a platformon és a kiválasztott szereplők között többségben vannak a diplomáciai fiókok – a külföldi Twitter-felhasználók többsége (mennyiségi okokból) nagyobb valószínűséggel találkozik olyan információs tartalmakkal, amelyek a belpolitikai narratívák és kommunikációs logikák alapján vannak felépítve.

Diszkusszió

Összegezve az előző részben felvázoltakat, a kutatási eredmények a magyar kormányzati szereplők fokozódó Twitter-aktivitását azonosították, amelyben 2021 és 2022 között mennyiségi és tartalmi változások is bekövetkeztek. A szereplők kapcsán kiemelendő, hogy a magyar esetben is érvényesültek a nemzetközi trendek. Egyrészt látható, hogy a digitális diplomácia nem pusztán a Külgazdasági és Külügyminisztérium privilégiuma, a nemzetközi közönségnek szóló idegennyelvű kommunikációban egyéb minisztériumok és kormányzati tisztségviselők is aktív szerepet vállalnak. Másrészt, a magyar esetben is megjelent az emblemikus kormányzati vezetők központi szerepe, a miniszterelnök 2022-től jellemző aktívabb Twitter-szerepvállalása is erre utal.

A mennyiségi változások, azaz a posztok számának növekedésének hátterében több tényező állhat. Egyrészt a kormányzat 2014-től fokozott figyelmet fordít a nemzetközi kommunikációra, amely kapcsán a miniszterelnökségen szakállamtitkárság működik, a külügyminisztériumban pedig digitális diplomáciai felkészítés zajlik (Klausz, 2018). Utóbbiak mellett – és talán azoknál nagyobb fajsúllyal – az előző évek digitális diplomáciai trendjei, illetve nemzetközi kihívásai is válaszlépéseket igényeltek. A trendek esetében már korábban említésre került a Twitter nyilvános diplomáciában 2010-es évek közepére kialakított megkülönböztetett szerepe, amely kapcsán kétségkívül a magyar kormányzat esetében is az *„aki kimarad, lemarad”* érv érvényesülhetett. Ennek megfelelően a kormányzat Twitter-jelenléte folyamatosan növekedett, a kiválasztott 40 szereplő össz-posztszáma 2019-ben 4575, 2020-ban 9625, míg a tanulmány mintavételi időszakában már 11351 (2021) és 13029 (2022) volt. A növekedést a digitális diplomácia trendjei mellett kétségkívül felgyorsították az előző évek nemzetközi kihívásai is. A szakirodalom a pandémia alatti karanténok, az izoláció és az otthoni munkavégzések következtében általában véve a diplomáciai kapcsolattartás fokozottabb digitalizációjáról számolt be (Sharma – Sisodia, 2022; Endong, 2023). Ez kétségkívül a magyar esetben is érvényesült. A központi kormányzat Twitter iránti érdeklődését érzékelhetően ugyanakkor nem a járványhelyzet, sokkal inkább az orosz-ukrán háború gyorsította fel. Mivel a magyar állásponttal kapcsolatos nemzetközi kritikák egyik legmarkánsabb hivatalos és nem-

hivatalos (azaz kommentelői) médiumává a Twitter vált, ezért a kormányzatban joggal merülhetett fel a közösségi médiában kialakult narratívák befolyásolásának igénye. Megjegyzendő, hogy ez a fokozódó aktivitás 2022 végére már nemzetközi mértékben is értékelhető Twitter-jelenléte eredményezett. Példának okáért az ugyanezzel a módszertannal megvalósuló, Görögországgal foglalkozó párhuzamos kutatás 2021 és 2022 alatt összesen 23420 angol nyelvű posztot detektált, amely közel megegyezik a magyar arányokkal (24380) (Kacziba, 2023b).

A posztok számának folyamatos emelkedése a magyar kormányzat láthatóságát is növelte. Erre a kedvelések és az új bejegyzésekre érkező megosztások szintén emelkedő számaiból következtethetünk. A láthatóság eloszlása mindemellett aránytalan volt, növekedése az egyes szereplők esetében eltérő, illetve nem feltétlen volt vezető kormányzati pozíció függvénye. Ugyan a magasabb beosztású kormányzati szereplők természetesen nagyobb láthatóságot kaptak, azonban a mintában például olyan nagykövetségek is kiemelt követői és kedvelési adatokkal rendelkeztek, akik a kormányzati kommunikációs panelektől eltérő narratívát közöltek. Ebből három fontos tanulság következik. Egyrészt az, hogy a platform felhasználóihoz nem egységes üzenetek jutnak el. Másodszor, ebből következően, a kedvelések 2022-ben bekövetkező növekedéséből nem következtethetünk a frekvenciátalabb kormányzati kommunikáció pozitív fogadtatására, hiszen a kedvelések növekedése sportsikerekből vagy kulturális diplomáciai üzenetekből, és nem mellékesen akár fizetett aktivisták online tevékenységeiből is következhetnek. Harmadrészt, a Twitteren zajló kormányzati kommunikáció csak részben tekinthető centralizáltnak vagy kontrolláltnak.

Utóbbiakra például a posztolási struktúrából lehet következtetni. Az 1. táblázat adataiból például kitűnik, hogy a kiválasztott szereplők többségében új tartalmakat hoznak létre, a megosztások aránya pedig relatíve alacsony. Ez a megfigyelés a kormányzat belföldi kommunikációjának ismeretében értelmezhető, ahol – például a Duna Médiaszolgáltató hírszolgáltatója vagy a regionális napilapok esetében – megszokott eljárás a központilag meghatározott narratívák változtatás nélküli átvétele. Jelen kutatás ezt az üzenettovábbítási magatartást csak néhány esetben, elsősorban a központi kormányzathoz közel álló felhasználók esetében tudta kimutatni. Az eredmények tehát azt mutatják, hogy a mintavételi időszakban Twitteren zajló digitális diplomáciai tevékenység a nemzetközi trendeket követte: a kormányhoz közel állók kommunikációjának erős centralizációja mellett a központtól távolodva a kontroll csökkent, míg a decentralizáció mértéke és az üzenetek tartalmi diverzifikációja növekedett. Fontos kiemelni, hogy ez nem azt jelenti, hogy például a központtól távolabb elhelyezkedő diplomaták vagy konzulok bármiről posztolhattak, hiszen hivatalos felhasználói fiókok és a hierarchikusan működő diplomáciai struktúrában ez eleve kizárt. A kutatás a Külügyminisztérium felhasználói kapcsán inkább egyfajta ágazati és funkcionális tartalom meghatározási „szabadságot” detektált, amelyben a diplomaták relatíve szabad mozgásteret kaptak

arra vonatkozóan, hogy a kormányzat központilag kialakított kommunikációs paneleit az adott bilaterális vagy multilaterális viszonyrendszer elvárásainak megfelelően és a külpolitika céljainak előmozdítása érdekében szűrjük és szelektáljuk. Ebből következik az a magatartásminta, amely során a külügyi felhasználók – néhány kivételtől eltekintve – a kormányzat narratívájának csak a fogadó országban relevánsan közölhető üzeneteit továbbítják. Ez általában véve a semlegesebb gazdasági, konzervatív, vallási, oktatási, kulturális vagy sportdiplomáciai témák kiemelését, illetve a fogadó ország többségi társadalmának preferenciájától eltérő központi üzenetek negligálását jelenti.

A kutatásnak nem volt lehetősége annak feltárására, hogy ez a szelekció egy tudatos központi döntés eredménye vagy a diplomaták effektív munkavégzéséhez kapcsolódó szükségszerűség. Bármelyikről legyen is szó, az eredmények csak az információs tartalmak növekvő túlsúlyára vonatkozó adatokkal együtt értelmezhetők. Mivel a kutatás a központi felhasználók esetében a belpolitikai kommunikációban használt panelek növekvő jelenlétét azonosította, ezért joggal állítható, hogy kormányzati funkciótól függően a Twitteren jelenlévő nyilvános diplomáciai aktorok eltérő narratívákat közölnek. Bár ezek minden esetben funkcionálisak, célkitűzéseik tekintetében eltérők. A külkapcsolati csoport alapvetően – de nem kizárólagosan – a relációs kategóriába tartozik, feladata a nemzetközi partnerekkel és közvéleménnyel való pozitív viszony ápolása, a magyar érdekvérvényesítésnek kedvező tartalmi üzenetek továbbítása. A központi kormányzathoz közelálló csoport ezzel szemben inkább az információs kategória tartalmait közli, főként a kormányzat (bel)politikai céljainak megfelelő tématerületeket érint, az idegennyelvű tartalomgyártás ellenére célközönségének pedig nem csak a külföldi befogadókat, de a hazai választókat is tekinti (Tóth, 2021). Noha az információs és relációs üzenetek párhuzamos jelenléte nemzetközi tendencia, a második mintavételi évben tapasztalható eltolódások erősítik a szakirodalom bevezetőben ismertetett azon véleményét, mely szerint a magyar kormányzat sokszor a „kettős beszéd” eszközához nyúl, azaz a magyar közvélemény és a külföldi partnerek számára eltérő üzenetek továbbít (Kopper et al., 2023; Dúró – Várnagy, 2019; Lengyel – Ilonszki, 2012). Jelen kutatás eredményei azt mutatják, hogy ez kettőség nemcsak hazai vs. nemzetközi viszonylatban, de az eltérő narratívák jelenléte okán egyes külföldi partnerek viszonylatában is párhuzamosságokat eredményez.

Utóbbiak kapcsán kettő, jelen kutatáshoz kapcsolódó megjegyzést mindenképpen érdemes tenni. Egyrészt az információs és a relációs üzenetek elkülönülése arra utal, hogy a Külgazdasági és Külügyminisztérium mintában szereplő felhasználóinak többségénél – a mintavételi időszak alatt – korlátozottan érvényesült a központi kormányzat kommunikációs túlcentralizációja. Digitális diplomáciai tevékenységük elemzése után megállapítható, hogy többségük 2021 és 2022 folyamán továbbra is racionális módon értelmezte a fogadó ország elvárásait és funkcionális okok miatt próbált annak megfelelni. Másrészt a tanulmány által kiválasztott minta

elemzése után úgy tűnik, hogy a relációs funkció érvényesítésének lehetőségei az orosz-ukrán háború, a szövetségeseink abban képviselt álláspontja, illetve általában véve az uniós ellentétek kiéleződése miatt mára már jelentősen korlátozódtak, amelyen a belpolitikából átemelt információs tartalmak expanziója tovább ront.

Konklúzió

A tanulmány a magyar példán keresztül vizsgálta a digitális diplomácia empirikusan kimutatható összefüggéseit és hatásait. Fő célja a Twitteren folytatott nemzetközi kommunikáció kormányzati szereplőinek azonosítása, a kiválasztott felhasználók tartalomelőállítási szokásainak megértése, valamint a közzétett narratívák főbb jellemzőinek és eloszlásainak feltárása volt. Hipotézise a magyar külpolitikával és nyilvános diplomáciával foglalkozó szakirodalmakból indult ki (Lengyel – Ilonszki, 2012; Dúró – Várnagy, 2019; Garamvölgyi – Dóczy, 2021; Tóth, 2021; Visnovitz – Jenne, 2021, Kopper et al., 2023). Eszerint *a magyar kormányzat Twitteren folytatott digitális diplomáciája párhuzamosan alkalmazza a külkapcsolati és belpolitikai kommunikációs stratégiákat, ezáltal a reprezentatív funkciók és relációs tartalmak mellett a központosított és kampányorientált üzenettovábbítási módszerek, illetve a hazai információs panelek tematikai jellegzetességeit is magán hordozza*. A hipotézis tulajdonképpen igazolást nyert, hiszen a kutatás egyértelműen kimutatta a tézis által felvázolt kettőség jellegzetességeit. Ezzel összefüggésben megjegyzendő, hogy mintavételi időszak átlagát tekintve az eredmények egy alapvetően nemzetközi trendeknek megfelelő digitális diplomáciai összetételt vázoltak fel. Az abban résztvevők száma és összetétele relatíve magas és sokszínű volt, az emblemikus felhasználók szerepvállalása aktív, az egyébként centralizált rendszerben a központtól távolodva a relatív kontroll csökkent, az információs és relációs tartalmak megjelenése, illetve szereplők közötti eloszlása jobbra kiegyensúlyozott volt. Ezek a tulajdonságok ugyanakkor csak az átlagot tekintve érvényesek és főként a 2021-es év befolyásának és hatásának következményei. A második mintavételi évben eltolódások voltak tapasztalhatók, mely során az egyébként nemzetközi kontextusban megjelenő üzenetek tartalmában egyre többször jelentek meg a belpolitikában használt kommunikációs panelek. Ez – amennyiben a következő hónapokban és években folytatódik – csökkenti a hipotézis érvényességét, elsősorban a belpolitikai, a populista és hazabeszélő narratívák kizárólagosságát korlátozó relációs tartalmak vonatkozásában. Következésképpen az információs túlsúly fokozódása növelheti a korábban kiemelt „kettős beszédből” következő aránytalanságokat, és tovább csökkentheti a külpolitikai szakemberek képességét a racionális válaszlépések kidolgozására.

Irodalomjegyzék

- Atlas.ti (2023): Concepts and Auto-Code. *ATLAS.ti 22 Mac – User Manual 2023*, <https://bit.ly/3q9G9Ey>, utolsó hozzáférés 2023. 07. 24.
- Bába, Iván – Sáringer, János (szerk., 2021): *Új Diplomáciai Lexikon – A Nemzetközi Kapcsolatok Kézikönyve*. Kairosz Kiadó, Budapest.
- BCW (2021): Twiplomacy Study. *BCW Twiplomacy*, <https://bit.ly/3OshEMr>, utolsó hozzáférés 2023. 07. 24.
- Bjola, Corneliu (2018): Diplomacy in the Digital Age. *Elcano Royal Institute*, No. 113: 1–8.
- Bjola, Corneliu – Manor, Ilan (2022): The Rise of Hybrid Diplomacy: From Digital Adaptation to Digital Adoption. *International Affairs* 98(2): 471–91. DOI: <https://doi.org/10.1093/ia/iia005>.
- Böcskei, Balázs (2021): Kormányzó populizmus. A Fidesz ellenség- és identitáformáló populizmusa. *Politikatudományi Szemle* XXX(4): 61–79. DOI: <https://doi.org/10.30718/POL-TUD.HU.2021.4.61>
- Cowan, Geoffrey – Arsenault, Amelia (2008): Moving from Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616(1): 10–30. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002716207311863>.
- Csiki, Tamás – Tálás, Péter Tálás – Tóth, Norbert (2017): *Közigazgatási Szakvizsga: Kül- és Biztonságpolitikai Ágazat*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest.
- Csigó, Péter – Merkovity, Norbert (2017): Hungary: Home of Empty Populism. In: Aalberg, Toril – Esser, Frank – Reinemann, Carsten – Stromback, Jesper – De Vreese, Claes (szerk.): *Populist Political Communication in Europe*. Routledge, New York: 299–310.
- Cull, Nicholas J. (2013): The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy. *International Studies Review* 15(1): 123–39. DOI: <https://doi.org/10.1111/misr.12026>.
- Davison, W. Phillips. (1963): Political Communication as an Instrument of Foreign Policy. *Public Opinion Quarterly* 27(1): 28. DOI: <https://doi.org/10.1086/267147>.
- DIPLO (2021): Digital Foreign Policy. *DiploFoundation*, <https://bit.ly/43zvn8h>, utolsó hozzáférés 2023. 07. 24.
- Dúró, József – Várnagy, Réka (2019): Fidesz's Double-Talk Concerning EU Issues. *Political Science Online*, No. 2: 1–18.
- Efremenko, Dimitry V. (2020): Formation of Digital Society and Geopolitical Competition. *Outlines of Global Transformations: Politics, Economics, Law* 13(2): 25–43. DOI: <https://doi.org/10.23932/2542-0240-2020-13-2-2>.
- Endong, Floribert Patrick Calvin (szerk., 2023): *The COVID-19 Pandemic and the Digitalization of Diplomacy*. IGI Global. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8394-4>.
- Ennis, Sean F. – Fletcher, Amelia (2020): Developing International Perspectives on Digital Competition Policy. *SSRN Electronic Journal*. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3565491>.
- Garamvölgyi, Bence – Dóczy, Tamás (2021): Sport as a tool for public diplomacy in Hungary. *Physical Culture and Sport* 90: 39–49. DOI: <https://doi.org/10.2478/pcssr-2021-0012>.
- Gilboa, Eytan (2008): Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616(1): 55–77. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002716207312142>.
- Görömbölyi, Dávid (2022): A közösségi média platformjainak hatása a diplomáciai tevékenységekre." *Nemzet és Biztonság* 15(1): 116–35. DOI: <https://doi.org/10.32576/nb.2022.1.6>.

- Hedling, Elsa – Bremberg, Niklas (2021): Practice Approaches to the Digital Transformations of Diplomacy: Toward a New Research Agenda. *International Studies Review* 23(4): 1595–1618. DOI: <https://doi.org/10.1093/isr/viab027>.
- Heine, Jorge (2013): From Club to Network Diplomacy. In: Cooper, Andrew F. – Heine, Jorge – Thakur, Ramesh (szerk.): *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford University Press, Oxford: 1–12. DOI: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199588862.013.0003>.
- Hoffmann, Helen (2015): Digital Public Diplomacy on Twitter? The Case of @sweden. *International Journal of Diplomacy and Economy* 2(4): 278. DOI: <https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2015.073931>.
- Ittefaq, Muhammad (2019): Digital Diplomacy via Social Networks: A Cross-National Analysis of Governmental Usage of Facebook and Twitter for Digital Engagement. *Journal of Contemporary Eastern Asia* 18(1): 49–69. DOI: <https://doi.org/10.17477/jcea.2019.18.1.049>.
- Kacziba, Péter (2023a): Public Diplomacy on Twitter in 2021 and 2022: The Case of Hungary. *Mendeley Data*, v3. DOI: <https://doi.org/10.17632/c2nnrrhmkw3>.
- Kacziba, Péter (2023b): Public Diplomacy on Twitter in 2021 and 2022: The Case of Greece. *Mendeley Data*, v2. DOI: <https://doi.org/10.17632/dzccnpekj9.1>.
- Kampf, Ronit – Ilan Manor – Elad Segev (2015): Digital Diplomacy 2.0? A Cross-National Comparison of Public Engagement in Facebook and Twitter." *The Hague Journal of Diplomacy* 10 (4): 331–362. <https://doi.org/10.1163/1871191X-12341318>.
- Klausz, Melinda (2018): Külképviseletek a Közösségi Média Térben. *Hadmérnök* XIII (4): 349–357.
- Kopper, Ákos – Szalai, András – Góra, Magdalena (2023): Populist Foreign Policy in Central and Eastern Europe: Poland, Hungary and the Shock of the Ukraine Crisis. In: Giurlando, Philip – Wajner, Daniel F. (szerk.): *Populist Foreign Policy – Regional Perspectives of Populism in the International Scene*. Springer International Publishing: Cham: 89–116. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-22773-8_4.
- Kurbalija, Jovan (2022): Digital Diplomacy. *DIPLO*, <https://bit.ly/3DKIPvT>, utolsó hozzáférés 2023.07.24.
- Langhorne, Richard – Wallace, William (1999): Diplomacy towards the Twenty-First Century." In: Hocking, Brian (szerk.): *Foreign Ministries*. Palgrave Macmillan UK, London: 16–22. DOI: https://doi.org/10.1007/978-1-349-27317-1_2.
- Lengyel, György – Ilonszki, Gabriella (2012): Simulated Democracy and Pseudo-Transformational Leadership in Hungary. *Historical Social Research / Historische Sozialforschung* 37(1): 107–126.
- Manor, Ilan (2016): Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy? *Brill Research Perspectives in Diplomacy and Foreign Policy* 1(2): 1–110. DOI: <https://doi.org/10.1163/24056006-12340002>.
- Manor, Ilan (2019): *The Digitalization of Public Diplomacy*. Springer International Publishing, Cham. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-04405-3>.
- Melissen, Jan (2005): The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice. In: Melissen, Jan (szerk.): *The New Public Diplomacy*. Palgrave Macmillan UK, London: 3–27. DOI: https://doi.org/10.1057/9780230554931_1.
- Merkovity, Norbert (2014): A politikusok médialogikája a közösségi oldalakon: Facebook és Twitter kutatás." In: Merkovity, Norbert (szerk.): *Politikai Kommunikáció-Kutatások a Közösségi Média Korában*. Primaware Kiadó, Szeged: 165–191.
- Nyáry, Gábor (2019): A digitális állam a külpolitikai térben. *Új Magyar Közigazgatás* 12(2): 75–82.
- Pamment, James (2012): *New Public Diplomacy in the 21st Century*. Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203096734>.

- Park, Sejung – Chung, Dahoon – Park, Han Woo (2019): Analytical Framework for Evaluating Digital Diplomacy Using Network Analysis and Topic Modeling: Comparing South Korea and Japan. *Information Processing & Management* 56(4): 1468–1483. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2018.10.021>.
- Rashica, Viona (2018): The Benefits and Risks of Digital Diplomacy. *SEEU Review* 13 (1): 75–89. DOI: <https://doi.org/10.2478/seeur-2018-0008>.
- Rothschild, Jacob E. – Shafranek, Richard M. (2017): Advances and Opportunities in the Study of Political Communication, Foreign Policy, and Public Opinion. *Political Communication* 34(4): 634–643. DOI: <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1373004>.
- Sandre, Andreas (2017): Social Media for Diplomats. *Medium*, <https://bit.ly/44B6NFn>, utolsó hozzáférés 2023. 07. 24.
- Sevin, Efe – Ingenhoff, Diana (2018): Public Diplomacy on Social Media: Analyzing Networks and Content. *International Journal of Communication* 12: 3663–3685.
- Sharma, Ashish – Sisodia, Varsha (2022): Digital Diplomacy and the Global Pandemic. *Media Asia* 49(1): 62–64. DOI: <https://doi.org/10.1080/01296612.2021.1973324>.
- Shea, Cheryl S. Y. – Lee, Francis L. F. (2022): Public Diplomacy via Twitter: Opportunities and Tensions. *Chinese Journal of Communication* 15(3): 449–462. DOI: <https://doi.org/10.1080/17544750.2022.2081988>.
- Simon-Nagy, Lilla (2013): *Nyilvános Diplomácia*. Doktori Értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest.
- Szilágyi, Anna – Bozóki, András (2015): Playing It Again in Post-Communism: The Revolutionary Rhetoric of Viktor Orbán in Hungary. *Advances in the History of Rhetoric* 18(1): 153–166. DOI: <https://doi.org/10.1080/15362426.2015.1010872>.
- Szörényi, András (2010): A társadalmi diplomácia (Public Diplomacy) újraértelmezése a 21. században. *Külgügyi Szemle* 9(4): 137–157.
- Taraktaş, Başak – Esen, Berk – Uskudarlı, Suzan (2022): Tweeting through a Public Health Crisis: Communication Strategies of Right-Wing Populist Leaders during the COVID-19 Pandemic. *Government and Opposition*, August, 1–22. DOI: <https://doi.org/10.1017/gov.2022.34>.
- Tóth, Loretta Mária (2021): *Az udvariatlanság pragmatikája. Diplomácia 280 karakterben: a nemzetközi kapcsolatok alakulása a twiplomácia aranykorában*. Budapesti Corvinus Egyetem, Szociológia és Kommunikációtudomány Doktori Iskola, Budapest.
- Tóth, Tamás (2020): Target the enemy: explicit and implicit populism in the rhetoric of the Hungarian right. *Journal of Contemporary European Studies* (28)3: 366–386. DOI: <https://doi.org/10.1080/14782804.2020.1757415>.
- Twitter Inc. (2020): Twitter API v2 Reference Index. *Twitter*, <https://bit.ly/3OrIYdC>, utolsó hozzáférés 2023. 07. 24.
- Twitter Inc. (2023): Twitter Search Engine. *Twitter*, <https://bit.ly/3rEmv4e>, utolsó hozzáférés 2023. 07. 24.
- Uysal, Nur – Schroeder, Jared (2019): Turkey’s Twitter Public Diplomacy: Towards a ‘New’ Cult of Personality. *Public Relations Review* 45(5): 101837. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101837>.
- Verbeke, Johan (2022): *Diplomacy in Practice*. Routledge, London. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003298182>.
- Visnovitz, Péter – Jenne, Erin Kristin (2021): Populist Argumentation in Foreign Policy: The Case of Hungary under Viktor Orbán, 2010–2020. *Comparative European Politics* 19(6): 683–702. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41295-021-00256-3>.

- Yun, Seong-Hun – Toth, Elizabeth L. (2009): Future Sociological Public Diplomacy and the Role of Public Relations: Evolution of Public Diplomacy. *American Behavioral Scientist* 53(4): 493–503. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002764209347626>.
- Zaharna, Rhonda S. (2008): Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives: Information and Relational Communication Frameworks. In: Snow, Nancy – Taylor, Philip M. (szerk.): *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. Routledge, New York – London: 86–100.
- Zaharna, Rhonda S. (2014): Network Purpose, Network Design: Dimensions of Network and Collaborative Public Diplomacy. In: Zaharna, Rhonda S. – Arsenault, Amelia – Fisher, Ali (szerk.): *Relational, Networked, and Collaborative Approaches to Public Diplomacy: The Connective Mindshift*. Routledge, New York: 173–191.
- Zaharna, Rhonda S. – Uysal, Nur (2016): Going for the Jugular in Public Diplomacy: How Adversarial Publics Using Social Media Are Challenging State Legitimacy. *Public Relations Review* 42(1): 109–19. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.07.006>.

DIGITAL DIPLOMACY ACTIVITIES OF HUNGARIAN GOVERNMENTAL ACTORS ON TWITTER (2021-2022)

Abstract

The study focuses on the empirical study of Twitter users associated with the Hungarian government between 2021 and 2022. The aim of the study is to map the composition of those government actors who have been most active on the platform, to understand their posting practices, and to identify the main indicators of the published narratives and the trends of their distribution. To achieve these objectives, the research conducted an independent data collection and used software analysis to examine the generated database. The analysis has outlined a digital diplomacy activity in line with international trends, with a relatively high number of government users and a proactive involvement of certain emblematic figures. The results indicate the characteristics of a centralized structure that became less controlled with distance from the core. In terms of content categories, the research revealed a mostly balanced distribution of informational and relational components. However, these characteristics were only valid when considering the overall average and were mainly caused by the influence of the year 2021. In the second year of the sample, shifts can be observed as messages typically framed for the international context increasingly began to incorporate communication panels used for domestic audiences.

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