



Politikai erőviszonyok a Facebookon (KIVONAT)



A tanulmány elkészítésében partnerünk volt a



POLITICAL CAPITAL
POLICY RESEARCH & CONSULTING INSTITUTE



A teljes, megvásárolható tanulmány tartalomjegyzéke

Miben hoz újat a módszer?	2
Terminológia	2
Vezetői összefoglaló	3
Bevezető.....	6
Közösségi média vizsgálata a politikai közvéleménykutatásban	6
Miért a Facebook?	6
Keresleti és kínálati oldal megkülönböztetése	7
Módszertani háttér és leíró statisztikák	7
Keresleti oldal – felhasználói aktivitás vizsgálata	8
Többirányú Kedvelők a pártok Facebook oldalain	8
Többirányú kedvelők Átlagos aktivitása a pártok Facebook oldalain	11
Közös Kedvelők hálózata a pártok Facebook oldalai között	12
Egyirányú kedvelők a pártok Facebook oldalain	14
Egyirányú és többirányú szimpatizánsok aránya	15
Idősoros vizsgálat az egyirányú kedvelőkről	18
Egyirányú kedvelők a pártok első embereinek oldalán	22
Posztolás és kommentelés, mint az online politikai aktivitás eltérő formái	24
Egyedi kommentelők átlagos száma	24
Felhasználói és saját posztok aránya a pártok Facebook-oldalain	25
Like-ok és posztok aránya a pártok Facebook oldalain	27
Kommentek és posztok aránya a pártok Facebook oldalán	29
Kínálati oldal – pártok közötti kapcsolódások	31
A pártok Facebook oldalai közötti like-hálózat	32
A pártok Facebook oldalai közötti kölcsönösített like-hálózat	33
Médiumok és pártok kapcsolata a Facebookon	35
Módszertan	37
Vizsgált oldalak kiválasztása	37
Pártok közti hálózat	37
Hivatkozáslista	38
Mellékletek	39
1. számú melléklet	39
2. számú melléklet	51



Miben hoz újat a módszer?

- ✓ Magyarországon még nem vizsgált adatmennyiség – elemzésünk több mint 255 ezer Facebook-felhasználó politikai aktivitása alapján készült
- ✓ A fókusz a tényleges online politikai aktivitáson, nem pedig a passzív követésen van
- ✓ A hagyományos közvélemény-kutatásokkal ellentétben a felhasználók által önként generált tartalmak alapján értelmezzük a politikai események hatását
- ✓ Politikai táborok méretének és aktivitásának változását tudjuk előrejelezni a Facebookon
- ✓ Lehetővé teszi a "pártkoalíciók" és többirányú pártszimpátia mérését, az átfedő szimpatizáns táborok modellezését, a közösségek szemléltetését hálózatos formában
- ✓ A támogatottságok ingadozását, valamint új pártok, szervezetek megjelenését, növekedését jelezheti a hagyományos közvélemény-kutatások előtt
- ✓ A Facebookon alkalmazott kommunikációs stratégiák hatásának mérését teszi lehetővé
- ✓ A felhasználók preferenciáit dinamikusan méri a napi politikai események tükrében.

Terminológia

Tanulmányunk annyiban haladja meg a pártok erőviszonyait a közösségi médiában vizsgáló korábbi elemzéseket, hogy **azokkal foglalkozik, akik a Facebookon valóban tényleges aktivitást fejtenek ki, azaz bizonyos értelemben "politizálnak"**, és nem csupán passzívan követnek egyes oldalakat.

A Facebook-felhasználók politizálásaként értelmeztük az oldalakon megnyilvánuló következő három aktivitási formát:

- 1. az egyes oldalakon megjelenő tartalmak like-olását,**
- 2. a kommentelést,**
- 3. a posztolást, azaz a felhasználók általi posztok elhelyezését.**

Az egyes Facebook-oldalak pusztán like-olása, mint egyszeri aktus, megközelítésünk szerint nem jelent egyértelmű szimpátiát, ezért nem tekintjük releváns információnak, a



.....
továbbiakban csak az adatainkkal való összevetés céljából fogjuk felhasználni, és semleges követői tevékenységként aposztrofáljuk. Tehát a teljes vizsgált populációt – a politikailag aktív Facebook-felhasználók csoportját – a párt általi bejegyzéseket like-oló és/vagy kommentelő, illetve posztoló felhasználók jelentették. Az egyértelmű pártszimpátia jeleként az egyes pártokhoz tartozó oldalakon az oldalak által kirakott posztok like-olását tekinthetjük.

Módszerünk más eljárásoknál jobban képes a többirányú pártszimpátiát kezelni: semmi nem korlátozza a felhasználókat abban, hogy több párt felé is kifejtssenek aktivitást. Az akár több irányba is like-oló felhasználókat az offline *pártszimpátia* terminus mintájára *többirányú pártkedvelőknek* neveztük. Ezen belül külön vizsgáltuk azokat, akik kizárólag egy párt irányába aktívak, őket *egyirányú kedvelőknek* definiáltuk. A kommentelés és a posztolás nem minden esetben egyértelműen a szimpátia (kedvelés) jele, de a véleménynyilvánításnak egy fontos formája, ezért ezek megoszlását is külön vizsgáljuk az egyes pártok esetében.

Vezetői összefoglaló

- **A pártok hivatalos Facebook oldalain jóval kisebb a baloldali ellenzék politikailag aktív közössége a jobboldalénál, ha a több irányba kötődő felhasználókat is számításba vesszük, azaz a baloldal közösen sem tud jelenleg akkora kedvelői tábort felmutatni, mint a jobboldal. Ezért, ahogy az offline világban, úgy a közösségi médiában is fontos feladata baloldalnak a még nem kötődő (még nem kedvelő) felhasználók meggyőzése abban az esetben, ha a választáson eséllyel szeretne indulni.**
- **Az egyes pártokat tekintve Facebookon a **Jobbik bír a legnagyobb táborral**, ha az egyszerre több pártot is kedvelő felhasználót vizsgáljuk. A kizárólag **egy irányban aktív (egyirányú kedvelő)** felhasználók szerint viszont a Fidesz áll az első helyen.**
- **A baloldali tábor még inkább szétaprózódik, ha a kizárólag egy párttal szimpatizálók arányát vizsgáljuk.** Azaz, kevés a biztosan egy párthoz kötődő Facebook-felhasználó. Ez kihívás az egyes politikai erők számára, de lehetőséget is rejt a választási rendszer miatt szövetkezésre kényszerülő ellenzéki pártok esetében.



- A **Demokratikus Koalíció vezet a legtöbb kedvelővel a baloldalon**, és a kedvelők átlagos (like) aktivitása is ott a legnagyobb. A többi baloldali párt esetében a kedvelők aktivitása kisebb, így a felhasználók "megtartása" is külön stratégiai erőfeszítést igényel.
- A baloldalon a **felhasználók körében létrejött az "összefogás"**: minden párt, szervezet rendelkezik egymással átfedő kedvelői közösséggel. **Legnagyobb közös szimpatizánsi tábora az MSZP-nek és a DK-nak**, valamint az **Együtt 2014-nek és a DK-nak van a baloldalon**.
- A pártok esetében a **legnagyobb kedvelővel mindenhol a pártvezető és a hivatalos oldal bír**, de a **Jobbik esetében** a hivatalos oldal és Vona Gábor oldala mellett a **Jobbik Ifjúsági Tagozat is meghatározó** pozícióban van.
- Az **MSZP hivatalos oldalának kedvelői nagyobb átfedést mutatnak Gyurcsány Ferenc, mint Mesterházy Attila oldalával**. Előbbinek Bajnai Gordonnal is erősebb a közös tábora, mint az MSZP vezetőjével. **Az Együtt-PM választási szövetségben az Együtt 2014-nek van csak erős kedvelői tábora Bajnai Gordon kedvelőivel, a többi szervezettel (Egymillióan a magyar sajtószabadságért, Szolidaritás, Párbeszéd Magyarországért) szinte alig van átfedő közössége.**
- Az **LMP kedvelői közössége pedig egyik párttal sem alkot közös metszetet** szignifikáns mértékben.
- **A Fidesz és a Jobbik tábora között nagy az átfedés**, amely leginkább Orbán Viktor és a Fidesz hivatalos oldalának a Jobbik hivatalos oldalával való nagy közös kedvelői táborát jelenti. A KDNP és a Jobbik tábora nem átfedő.
- A **legmagasabb átlagos felhasználói komment a Milla posztjaira érkezik**, de a felhasználók **posztolási hajlandósága is náluk és az Együtt 2014 különálló oldalain a legnagyobb**. Ez jól mutatja az ellenzéki oldal és ezen belül is az előbbi szervezetek közt lévő különbségeket, a szövetség még nem pártszerű jellegét.
- A felhasználók **minden párt esetében sokkal jobban díjazzák like-jaikkal és kommentjeikkel a pártok által kirakott posztokat, mint a többi felhasználó által kirakott bejegyzéseket**. Tehát a posztok mennyisége és megfelelő időben történő elhelyezése a továbbiakban a pártok számára fontos lehet a kampány felgyorsulásánál.
- Az **MSZP kedvelői tábora a legdecentralizáltabb** – sok kis oldallal szimpatizálnak a felhasználók. Ezzel ellentétben a **Jobbiké a legcentralizáltabb** – a felhasználók sűrű



hálóval szövik össze a párt kisebb és nagyobb oldalait. A kisebb, helyi pártoldalakon aktív felhasználók mobilizálása, a leszakadó közösségek "becsatornázása" a mainstream pártoldalakra fontos lehet a további mozgósítás szempontjából.

- Minden párt esetében **az offline akciók hozták a legtöbb kedvelőt** (A Demokratikus Koalíció a hónap elején a parlamenti éjszakázásával, az Együtt-PM a hó végén a Lánchídi molinó kifeszítési akcióval), de ezekből nem tudtak hosszútávon profitálni, nem tudták az érdeklődést fenntartani. **Október 23-án** a Fidesz és a Jobbik mozgósított a legsikeresebben, a baloldalon egyik párt sem tudott igazán profitálni az ünnepből. Az offline mozgósítás fenntartása, "továbbkövetése" az online szférában megfelelő kommunikációval a népszerűség növekedését eredményezheti hosszabb távon is.
- **A Jobbik az összes párt közül a legkiegyensúlyozottabb mértékben tudta felhasználóit mozgósítani** a hónapban folyamatos, integrált kommunikációs stratégia alkalmazásával, **a "rég" és az "új" profil együttes alkalmazásával**, egyszerre mozgósítva felhasználóit az online és az offline térben.
- Ha azt vizsgáljuk, hogy a pártok maguk hogy kapcsolódnak egymáshoz Facebook oldalaik like-olása útján, akkor az **Együtt-PM és a kormánypártok esetében is több különálló csoportra esnek szét, amelyek egymással nem kapcsolódnak**, a **Jobbik azonban külön csoportot alkot az összes többi párttól**.
- **A médiumok összekötő szerepet foglalnak el a hálózatokban, a Jobbikot és a Fideszt több médium is összekapcsolja**, és ugyanígy a **baloldal esetében összekötő hídként funkcionálnak egyes orgánumok**. A legtöbb médiakapcsolattal a Facebookon a Fidesz bír. A közös médiafogyasztási szokások az online kampánystratégia építésénél új szavazók megnyeréséhez elengedhetetlenek lehetnek.



Módszerünkkel mélyebb betekintés nyerhető a politikailag aktív felhasználók viselkedésébe, kapcsolati hálózatába. Az így megismert adatok révén pedig a politikai szereplők kommunikációja is tudatosabbá, szegmentáltabbá válhat, és jobban illeszkedhet a célcsoportjaik jellemzőihez és igényeihez.

KERESLETI ÉS KÍNÁLATI OLDAL MEGKÜLÖNBÖZTETÉSE

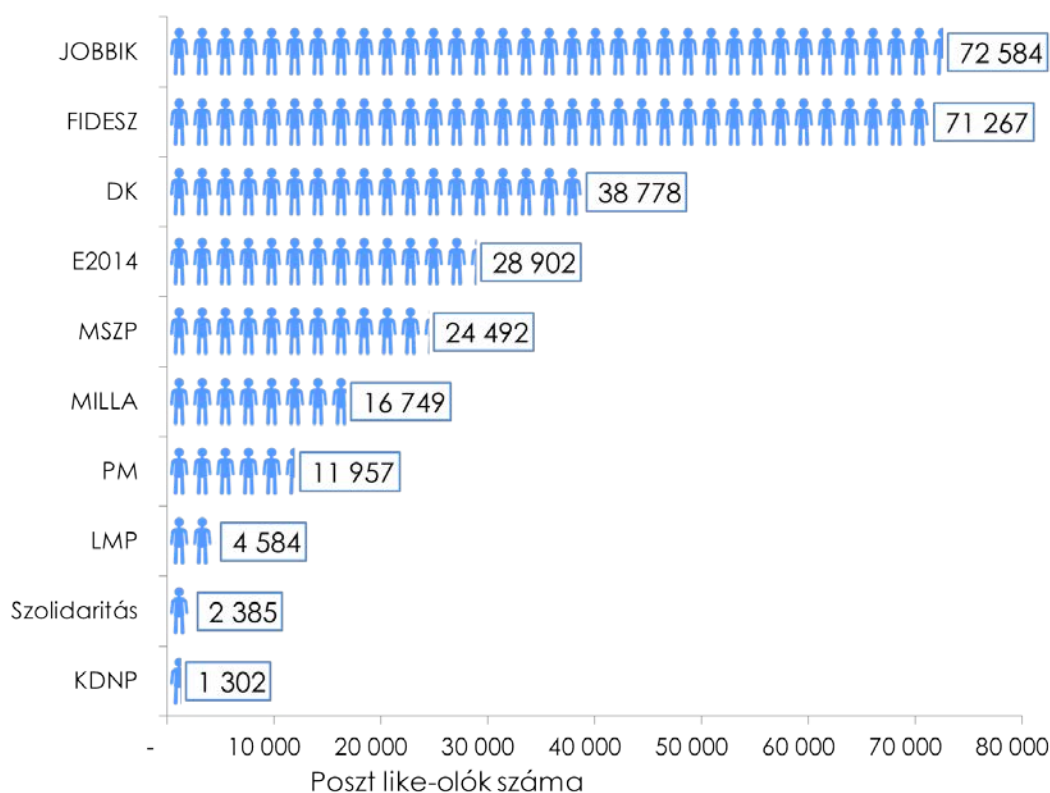
A pártok és mozgalmak közösségi oldalon fennálló erőviszonyainak vizsgálatánál *keresleti* és *kínálati* oldalt különböztetünk meg. A keresleti oldalon a Facebook-felhasználók pártpreferenciáját vizsgáljuk, amelyekből az egyes pártok támogatottságára vonatkozó adatokra következtetünk. Kínálati oldalként az egyes pártok Facebook-oldalaiból, a pártok hálózataiból, azok kapcsolatából vontunk le következtetéseket, melyek a pártok online jelenlétét hivatottak mérni és összehasonlítani. Az online jelenlét kvantitatív értelemben vett nagyobb mértéke önmagában nagyobb valószínűségűvé teszi az információterjesztés hatékonyságát (pl.: voice of share), ugyanakkor a "kvalitatív" értelemben vett megfelelő jelenlét, a célzott kampánystratégia hasonló mértékben meghatározhatja a pártok népszerűségét a Facebook esetében is. Ezért a továbbiakban mindkét értelemben fogjuk elemezni a pártok oldalait.



Keresleti oldal – felhasználói aktivitás vizsgálata

TÖBBIRÁNYÚ KEDVELŐK A PÁRTOK FACEBOOK OLDALAIN

Többirányú kedvelők alatt azokat a felhasználókat értjük, akik a pártokhoz kapcsolódó oldalakon like-oltak a párt által kitett bejegyzéseket. A többirányú kedvelők egyszerre több párt posztjait is like-olják, ezért az eredmények inkább volumenben mutatják az egyes pártok iránti érdeklődést. Az októberi hónapot tekintve az első ábra mutatja a többirányú kedvelők számát az egyes pártoknál.



Az ábra szerint azon felhasználók között, akik több párthoz is kötődnek, toronymagasan vezet a két legnagyobb jobboldali párt. A Jobbik tábora a legnagyobb (72584 poszt like-oló), amit csak kevéssel lemaradva követ a Fidesz (71267 poszt like-oló). Ez azonban nem zárja ki a két párt kedvelői közti átfedést sem: azaz, hogy a magas számok mögött átfedő közösségek találhatóak. Ezek mértéke a Jobbik és a Fidesz esetében nagy jelentőséggel bírhat mindkét párt szempontjából, ezért ennek vizsgálatára később még visszatérünk.

Ezzel szemben a baloldali ellenzék esetében a többirányú kötődést is megengedő vizsgálat jóval kisebb támogatói kört tárt fel. Közülük a DK és az Együtt 2014 vezeti a listát, azaz ők



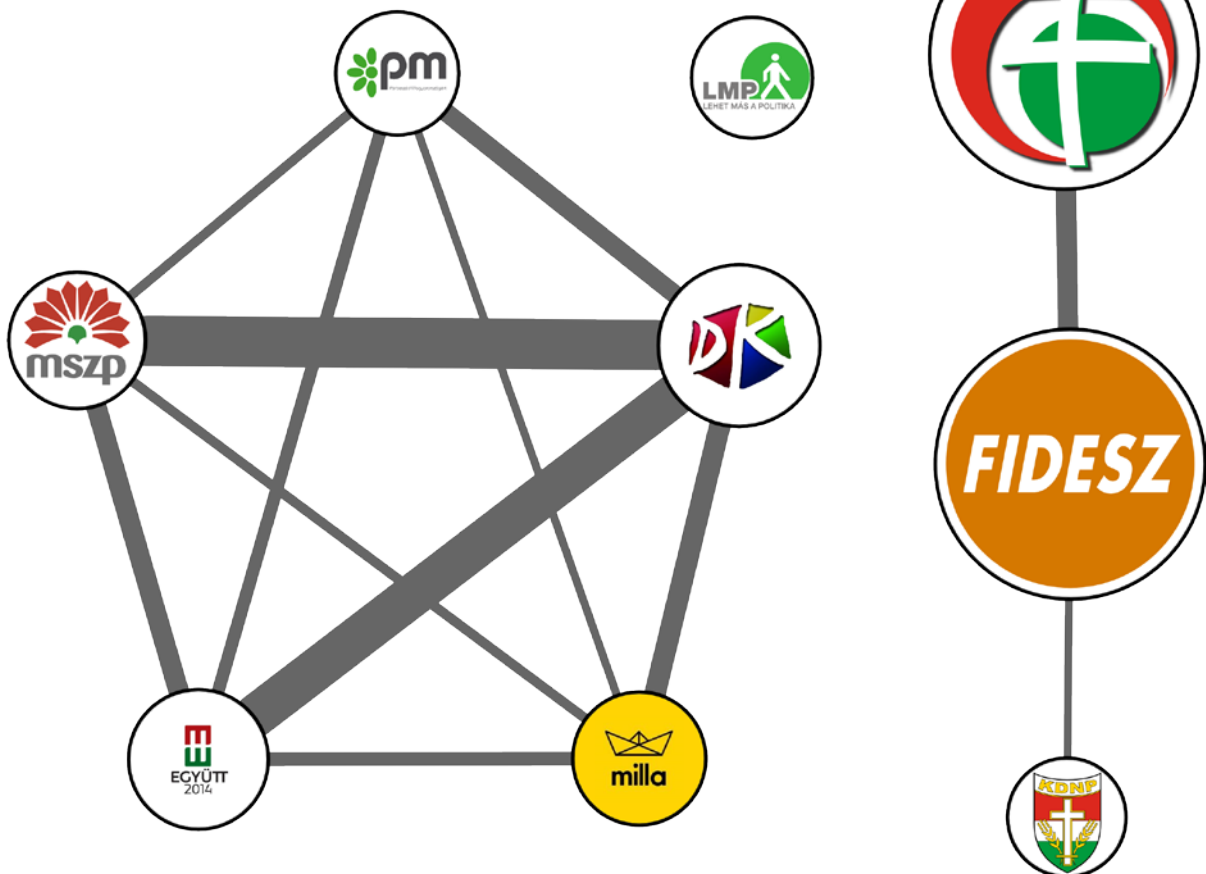
bírnak a legnagyobb kedvelői körrel, ha a több irányban kötődő felhasználókat vesszük számításba. Azután jön sorrendben az MSZP, majd az Együtt-PM választási szövetség további társszervezetei, ezektől jóval lemaradva a Szolidaritás a lista végén áll az LMP-vel, és a KDNP-vel.

Az ábrán a baloldali ellenzék esetében sem kizárt az átfedés az egyes kedvelői táborok között, a DK relatíve nagy táborából is feltehetően sokan vannak, akik a többi párt oldalán is like-olnak bejegyzéseket, de ugyanez fennállhat a kisebb, de még mindig jelentősnek mondható Együtt 2014 és az MSZP esetében is. A több párt irányába is aktív baloldali felhasználók meggyőzése, elköteleződésük elősegítése sorsdöntő lehet a baloldali pártok sikere szempontjából. Ennek ellenére igaz azonban, hogy akkor is **jóval kisebb a baloldali ellenzék közössége a Facebookon a jobboldalénál, ha a több irányba kötődő felhasználókat nézzük, azaz a baloldal közösen sem tud jelenleg akkora kedvelői tábort felmutatni, mint a jobboldal. Ezért, ahogy az offline világban, úgy a közösségi médiában is fontos feladata baloldalnak a még nem kötődő (még nem kedvelő) felhasználók meggyőzése abban az esetben, ha a választáson eséllyel szeretne indulni.**



KÖZÖS KEDVELŐK HÁLÓZATA A PÁRTOK FACEBOOK OLDALAI KÖZÖTT

Az alábbi hálózaton azt ábrázoltuk, hogy az egyes pártokat hogy kötik össze a közös kedvelők, azaz milyen erősek az átfedések az egyes pártok támogatói csoportjai között a Facebookon. A pártok (csomópontok) mérete az egyedi kedvelők számával arányos, a köztük lévő élek vastagsága pedig a közös kedvelők száma szerint méretezett. Tehát minél vastagabb vonal köt össze két pártot, annál átfedőbb szimpatizáns táborral bírnak.



Látható, hogy a baloldali ellenzék a közös kedvelők alapján teljes gráfot alkot, azaz minden pártnak van a másikkal átfedő tábora. Ahogy a fentiekben láthattuk, a legnagyobb kedvelői közösséggel a baloldalon a DK rendelkezik, a többi párt némi lemaradással következik csak utána. **A baloldali tömbön belül a legtöbb közös kedvelővel a DK és az MSZP bír.** A felhasználók közötti átfedés arról árulkodhat, hogy a két párt közötti konfliktusok, a



választási együttműködéssel kapcsolatos megállapodásokból adódó problémák a felhasználók körében nem eredményeztek erős szakadást, feltehetőleg a DK és az MSZP közös "gyökere" a közös kedvelőkben még mindig megmutatkozik. A DK szimpatizánsi közössége gyengébben, de átfedésben van a PM és a Milla szimpatizánsaival is, de **az Együtt-PM választási szövetségen belül a legerősebb közös szimpatizánsi tábora az Együtt 2014-gyel van a DK-nak.** Érdekes ugyanakkor, hogy **az Együtt 2014-nek mind a Millával, mind a PM-mel gyenge a közös metszet,** és ez az utóbbi kettő között is igaznak mondható. A választási szövetségben lévők között a továbbiakban a közös tábor erősítése a választási esélyeket nagymértékben növelheti. **Az Együtt 2014-nek szintén viszonylag nagy az átfedése az MSZP kedvelői körével.**

A jobboldali pártok kedvelői köre szintén összekapcsolódik, bár nem alkot teljes gráfot. **A Jobbik és a Fidesz fej-fej mellett haladó nagy egyedi kedvelői táborral bír,** ahogy a fentiekben bemutatuk, de az ábrán látható, hogy a kettő közti átfedés nem nevezhető elhanyagolható mértékűnek. Előzetes várakozásoknak megfelelően, a Fideszt a KDNP kis kedvelői közösségével is közös metszet kapcsolja össze. Azonban a KDNP és a Jobbik nem rendelkezik szignifikáns átfedő közösséggel.

Mindettől külön áll az LMP, amely kis kedvelői körével egyik párthoz sem kapcsolódik szignifikáns mértékben. Ez összhangban van a párt mostani "különutas" magatartásával.



A teljes tanulmány megvásárolható
az onlinepolitikaielemzes.hu
weboldalon