

HAJZER GERGŐ*

Tetszik, nem tetszik: A Magyar Országgyűlés pártjainak lájkhálózata**

1. Bevezetés

Az internet és a közösségi média felületek terjedésével új lehetőségek nyíltak a politikai szereplők kommunikációjának szélesítésére. Magyarországon a világháló felületén folytatott politikai kommunikáció a 2002-es választások idején jelent meg először.¹ Ugyanakkor, mind a 2002-es mind pedig a 2006-os választások alkalmával az online kampány inkább statikus, a politikai pártok honlapjain, blogjain² vagy hírportálokon elhelyezett hirdetésekkel állt.³ A pártok kampányában különös erőbefektetést és ezzel önálló helyet az online kommunikáció 2010-től tudhat magáénak.⁴ A közösségi médiában és a közösségi hálózatokon való aktivitást ezek sajátos szerepe hívta életre. A web 2.0 megjelenésével, ahogy Tim O' Reilly fogalmaz a világháló átalakult egy olyan platformmá, amelyen a felhasználók folyamatosan alkotják, módosítják és osztják meg egymással a tartalmakat.⁵ A web 2.0 eszközeinek csoportosításának lehetőségével találkozhatunk Scott Klososky írásában (2011), ahol alapvetően két csoportra osztja a technológiákat.⁶ Az egyik csoport a közösségi média (social media), amely magába foglalja az interneten és a telefonon alkalmazott video-, fotó-, dia-, bemutató és egyéb dokumentumokat, amelyek elképzelést, ötletet, tervet vagy üzenetet hordoznak, vagy csak szóragoztatnak és megoszthatók, illetve ezek közvetítőit, gyűjtőhelyeit; ilyen például a YouTube, a SlideShare, a Flickr és a Scribd. Továbbá ide sorolja még a felhasználó által generált tartalmakat (installációkat, fotókat, videókat...), a magánszemélyek újságírását

* PhD hallgató, tudományos segédmunkatárs, SZTE Állam- és Jogtudományi Kar

** A kutatást az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 azonosító számú, Az intelligens, fenntartható és inkluzív társadalom fejlesztésének aspektusai: társadalmi, technológiai, innovációs hálózatok a foglalkoztatásban és a digitális gazdaságban című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap és Magyarország költségvetése társfinanszírozásában valósul meg.

¹ DÁNYI ENDRE: *A falújság visszaszól*. Médiakutató 2002 nyár. 23–36. pp.

² A magyar politikai blogokról bővebben lásd: UGHY MÁRTON: *A blog hatása a politikai kommunikációra egy fontos politikai blog tükrében*. Információs Társadalom 2007/3. 102–114. pp.

³ MERKOVITY NORBERT: *Párthonlapok az országgyűlési választások idején*. Médiakutató 2010 ősz. 83–92. pp.

⁴ BURJÁN ANDRÁS: *Internetes politikai kampány 2*. Médiakutató, 2010 tél. 37–50. pp.

⁵ O'REILLY, TIM: *What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Communication and Strategies 2007/65, 17. p.

⁶ KLOSOSKY, SCOTT: *Enterprise Social Technology*. Austin, Texas: GBG Press. 2011.

(a blogolást, a hírcsatorna összeállítását), a valós idejű hírek eseményeinek nyomon követését. A másik kategóriát közösségi hálózatoknak nevezi melyeken a felhasználók mintegy hálózatot alkotva kerülnek kapcsolatba egymással, Klososky itt a Facebook, Twitter, MySpace és LinkedInt hozza példának, de ezt kiegészíthetjük az Instagrammal is. Ugyanakkor ezek az oldalak mára jelentősen átalakultak és a két osztály összemósodni látszik. Mindazonáltal a web 2.0 technológiai sokkal nagyobb interaktivitást, média-használói aktivitást tesznek lehetővé és követelnek meg, mint a korábbi médiumok. A felhasználói profiloknak és a média-használói aktivitást lekövető algoritmusoknak köszönhetően egy könnyen beazonosítható, a médiatartalmak iránt fogékony, aktív és preferenciái alapján jól célozható közönség elérhetőségének ígérését hordozzák.⁷ Az Eurostat legfrissebb adatai szerint a 16-74 éves korosztály körében ez a közönség Magyarországon kiemelkedő az Európai Unió országait és Norvégiát figyelembe véve.⁸ Az online felhasználók körében Magyarországon a Facebook kiemelkedő platform.⁹ Így a politikai szereplők körében is predesztinálható volt, hogy a közösségi hálózatokon és azon belül főként a Facebookon való megjelenésükkel és aktivitásukkal kommunikációs lehetőségeik bővülnek. Ennek megfelelően a politikai szereplők elsőként iWiW majd annak elsovadását követően Facebook fiókokat hoztak létre.¹⁰ A közösségi hálózatok különösen népszerűvé váltak az új mozgalmak és pártok körében mint a Jobbik és az LMP, melyek saját bevallásuk szerint kevésbé fértek hozzá a tradicionális média csatornához.¹¹ A politikai kommunikáció eszközeinek ezirányú bővülésének hatására a politikai szereplők a felhasználók közvetlen és folyamatos elérésére törekedtek. Az átalakulás folyamata, Bajomi-Lázár Péter szerint a propagandisztikus üzenetközvetítésről inkább a politikai marketing eszköztárára történő átállásban figyelhető meg.¹² A lájkok, követők és pozitív bejegyzések gyűjtése így egy új területet nyitott a politikai kommunikáció és azon belül is a politikai kampány számára. A következőkben empirikus kutatásom eredményeit összegzem, mely a Magyar Országgyűlésben szereplő pártok lájkhálózatával foglalkozik.

2. Mik a lájkhálózatok? Kutatásmódszertan

Mielőtt rátérnék a kutatási eredményeim részletes ismertetésére tisztázni szeretném, hogy mi is kutatásom tárgya, mik a lájkhálózatok. Ezt követően ismertetem az eredmények vizsgálatának mikéntjét. Mára Magyarország parlamenti pártjainak mindegyike

⁷ MYAT KORNÉL: *Remény, forradalom, kiábrándulás? Politikai aktivitás a közösségi média színterein*. Médiakutató 2015 őszi, 82. p.

⁸ Az Eurostat legfrissebb adatai szerint a 16-74 éves korosztály körében, százalékos arányban az Európai Unió országait és Norvégiát vizsgálva Magyarország a második helyen áll a közösségi platformok használatának vonatkozásában. Az adatokért lásd: <http://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/ict/bloc-1b.html> Utolsó letöltés ideje: 2019. 09. 19.

⁹ A magyarok közösségi hálózatokon való részvételéről lásd: <http://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/hungary> Utolsó letöltés ideje: 2019. 09. 19.

¹⁰ BALOGH CSABA: *A politika közösségiweb-használata Magyarországon*. Médiakutató. 2011 nyár, 29–38.

¹¹ KITTA GERGELY: *A Fidesz online politikai kampánya 2010-ben*. In: Enyedi Zsolt, Szabó Andrea & Tardos Róbert (szerk.): *Új képlet. Választások Magyarországon*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, Budapest, 2011.

¹² BAJOMI-LÁZÁR PÉTER: *A politikai propagandától a politikai marketingig*. Médiakutató. 2009 nyár. 41–49. pp.

rendelkezik valamilyen közösségi média felülettel, mely a hatékony elérés mellett tájékoztató és mobilizáló eszközként is funkcionál. Kutatásom során azt a célt tűztem ki, hogy részletesebb betekintést nyerjek egy-egy párt közösségi média használatának szokásába, különös tekintettel a hivatalos, nyílt Facebook oldalak kezelésének sajátosságaira. Tanulmányom empirikus kutatási eredményeimet foglalja össze, mely a Magyar Országgyűlésbe bejutó és ott frakció alakítására képes pártok Facebookon szereplő lájkhálózatának feltérképezésére koncentrálna.

A tanulmányban használt és elemzett adatok begyűjtésére a Netvizz online, Facebookon elérhető, nyílt, ingyenes alkalmazást használtam, melynek *page like network* funkcióját segítségül hívva könnyedén, pár kattintással rendelkezésemre állt a pártok lájktérképe.¹³ Az adatgyűjtés nehézségei közé tartozik, hogy a Cambridge Analytica botrány miatt, a Facebook kezelői felülvizsgálták minden adatgyűjtésre szolgáló szoftvert, és annak ellenére, hogy a Netvizz nyilvános, mindenki számára könnyen hozzáférhető, nyílt adatokkal dolgozik, elrendelték a program korlátozását, felfüggesztését. Bár tanulmányomban igyekeztem friss adatokkal dolgozni, ezek visszakövethetősége és ellenőrzése nehézségekbe ütközhet a jövőben, amennyiben a szolgáltatás végleges törlésre kerül. Az adatok az oldalak 2018. szeptember 24-i állapotát tükrözik. A Netvizz szolgáltatást 2019 nyarán az üzemeltetője leállította, így a vizsgálatom ezzel az alkalmazással nem reprodukálható, ugyanakkor továbbra is rendelkezésre áll több, ingyenes közösségi média oldalak kapcsolatait feltérképező, hálózat elemző program mint például a netlytic.¹⁴

Leszögezendő, hogy a Facebook „tetszik” gomb megnyomását tanulmányomban a szimpátia kifejezésének egyik lehetséges módjaként tárgyalom. Mindazonáltal megjegyzendő, hogy ennek elmaradása korántsem jelenti kizárólag azt, hogy az adott párt ne szimpatizálna, ne támogathatna más oldalakat.

A Netvizz kéttípusú lájkhálózat megalkotását teszi lehetővé: (1) a vizsgált oldal által kedvelt oldalak közti kapcsolat első szintű vizsgálatát, ahol az egyes oldalak alapvető adatai mellett – mint a kedvelések száma, a posztgyakoriság vagy az elemek kategóriája – a köztük lévő kapcsolatokat elemezhetjük; míg (2) a második szintű elemzés során a vizsgált oldal által kedvelt oldalak által kedvelt további oldalakat is tartalmazza a hálózat. Utóbbi esetben bár egy „réteggel” mélyebbre hatolva bővebb képet kaphatunk az eredetileg vizsgált oldalunk kapcsolatairól, de ebben az esetben a hatalmas hálózati térképek kialakítása mellett, elveszne a vizsgálat központjába állított oldal relevanciája. Tanulmányomban ezért, illetve azért hogy az egyes pártok lájkhálóit össze tudjam hasonlítani egy „réteg” vizsgálatát tűztem ki célul.

Az adatokat a vizualizációra és grafikai elemzésre szolgáló Gephi v0.9.2 programmal kezeltem, szerkesztettem, melyeket képformátumban a kutatási eredmények ismertetésére szolgáló fejezetekben jeleníték meg. A képi megjelenítéssel kapcsolatban, egyes pártok hálózatai esetében problémába ütköztem. Egyes esetekben a több száz elemből álló hálózatok ábrázolása nyomtatásban igencsak összemosódó és kivehetetlen ábrákat eredményezne, így kénytelen voltam (5-7. ábránál) redukálni a hálózatot, és

¹³ RIEDER, BERNHARD: *Studying Facebook via Data Extraction: The Netvizz Application*. 2013. WebSci'13, május 2–4.

¹⁴ GRUZD, ANTOLYI: *Netlytic: Software for Automated Text and Social Network Analysis*. 2016. Elérhető: <http://Netlytic.org>, Utolsó letöltés ideje: 2019. 09. 14.

csupán egyfajta kivonatot rögzíteni a tanulmányban. Ezekben az esetekben az egyes elemek fokszáma, azaz a kapcsolataik száma alapján szűkítettem a hálózatot. A foksám azért fontos a vizuális redukció kapcsán, mert így a hálózatok elemei között fennálló kapcsolatokra téve a hangsúlyt az a 20 elem marad az ábrázolt kivonatokban, melyek a teljes hálózat vonatkozásában a legtöbb kapcsolattal rendelkeznek.

Maga a lájkhálózat elemekből és a köztük lévő kapcsolatokból épül fel. Az elemek olyan oldalak, melyeket az adott párt kedvel. A kapcsolatok pedig az elemek közt létrejövő kedveléseket jelenítik meg. Ezeket a kapcsolatokat az ábrákon nyilak jelzik. A nyíl arra mutat amit az adott oldal lájkol, így kialakulhatnak oda-vissza nyilak is, melyek azt jelölik, ha közös az egymás iránti „szimpátia”. A nyilak azonban eltérő hosszúságúak lehetnek, mint ahogy eltérő lehet az elemek csoportosulása és egymástól lévő távolsága is. Ezek azonban már nem az egyes oldalak viszonylatában alakulnak, hanem a Facebook felhasználók preferenciáját jeleníti meg: minél távolabb vannak egymástól az elemek annál kevesebb felhasználó lájkolta ugyanazt a két oldalt. Ezáltal egy viszonylagos képet kaphatunk a felhasználók privát lájkjairól is a vizsgált oldalak tekintetében.

Az ábrákon, a vizualizáció alkalmával használt szürkeátmenetes skálán azt figyelhetjük meg, hogy a hálózat mely elemei a legkedveltebbek. Minél nagyobb az adott hivatalos oldal kedvelőinek száma, annál sötétebben szerepel a hálózati ábrában. Mindemelett, itt érdemes leszögezni, hogy a Facebook oldalak esetében különbséget kell tennünk a kedvelések és a követettség között. Ez két külön mérőszám, melyeket könnyű összekeverni vagy éppen összemosni, mennyiségben ugyanakkor jelentősen eltérnek egymástól. Egy adott oldalt a nélkül is követhetünk, értesülhetünk a legfrissebb posztjairól, általa hirdetett eseményekről, hogy azt kedvelnénk. Ugyanakkor kedvelésünkkel automatikusan az adott oldal követőivé válunk. Továbbá az ábrákon, az elemek méretével kívánom azt jelezni, hogy mely oldalak a legaktívabbak. A „posztgyakoriság” vonatkozásában azon elemek mérete lesz nagyobb, melyek a mintavételt megelőző 50 poszt gyakorisága alapján óránként nagyobb „forgalmat” bonyolítottak le. Az átlagos forgalom kiszámításába azonban nem csupán az adott oldal által megosztott tartalmak száma tartozik, hanem az az egyes megosztások alatt megjelenő kommentek is.

Kutatásom egyik célkitűzése az volt, hogy feltérképezzem, vajon az egyes pártok lájkhálózatai hány komponensből állnak, illetve, hogy a hálózat elemei milyen oldalaknak azonosítják magukat. A kutatás megkezdése előtt azt feltételeztem, hogy a 2018-as választások után az Országgyűlésben frakcióképes pártok közül, a választási sikerekhez viszonyítva, az a párt rendelkezik több elemmel, mely a választásokat is sikeresebben vette. Azt feltételeztem, hogy a hálózatok elemei közt jelentős számban találok az adott párt helyi szerveződéseihez kapcsolódó hivatalos oldalakat, vagy más politikai szereplőket, egyéni jelölteket. Az egyéni jelöltek és a megyei, területi szerveződések jelenléte nem pusztán abból az irányból indokolt, hogy a központi hivatalos oldalak a „tetszik” gomb megnyomásával kifejezik szimpátiájukat és szimbolikus támogatásokat az adott jelölt, politikus vagy helyi szerveződés iránt, de egy-egy lájk a felhasználók és ezúton a potenciális szavazókkal való kommunikáció megkönnyítését is szolgálhatja. Hiszen, amennyiben egy felhasználó egy egyéni jelölt oldalát lájkolja, akkor a későbbiekben akár hirdetés, akár ajánlás formájában az adott politikai szervezet bejegyzéseiről is értesülhet. Ilyen szempontból tehát mindenképpen megéri a párt hálózatának ezirányú kiépítése. Ebből indul ki egy másik előfeltevés, mely szerint a hálózat elemei között

inkább politikai érintettségű portálok hivatalos oldalait fogjuk megtalálni. A „politikai érintettség” tanulmányomban az adott politikai párt színeiben induló személyt, vagy az adott politikai párt helyi – megyei, városi vagy egyéb területi – egységeit, szerveződéseire korlátozódik. Tehát az adott párttal való kölcsönös viszonyt feltételez. Ezért, bár érdekes lenne megvizsgálni a hírügynökségek, hírportálok és egyéb médiumok ilyen szintű szerveződését és esetleges pártkötődését, de tanulmányomban ezek az oldalak, nem tartoznak a „politikai” kategóriába. A nagyszámú mintára való tekintettel ilyen esetben minden médiumként szereplő elemnél a tulajdonosi szálát és az adott párt kapcsolatát kellene vizsgálni. Erre azonban a tanulmány nem terjed ki.

Mindazonáltal, vizsgálatom nem csupán arra kíván rávilágítani, hogy melyik oldal, melyiket kedveli, de arra is igyekszik választ keresni, hogy a vizsgált hálózatokban, mely elemek rendelkeznek a legnagyobb kedvelési mutatóval. Mint említettem, a kedvelés és a követés két élesen elkülönítendő változó, mely közül tanulmányom kifejezetten a kedvelések számával foglalkozik. Kutatásom megkezdése előtt, a kedvelések száma és a posztaktivitás tekintetében egyfajta pozitív relációt feltételeztem és arra voltam kíváncsi, hogy vajon a legkedveltebb elem a legforgalmasabb-e azaz vajon azon az oldalon jelenik-e meg gyakrabban bejegyzés, mely a legtöbb lájkkal rendelkezik; vagy éppen fordítva: vajon a legforgalmasabb oldalak a legkedveltebbek? Leszögezendő ugyanakkor, hogy a kutatásom elején úgy gondoltam, hogy mind a legkedveltebb mind pedig a legforgalmasabb oldalak tekintetében a magyar politikai élethez kötődő, releváns oldalakkal fogok találkozni: hely pártszervezések, vagy politikusok oldalaival. Ugyanakkor ez nem minden esetben alakult így, ezért több esetben szűrést kellett végennem, hogy kiderítsem, vajon az adott hálózat központi eleméhez, azaz a párthoz politikailag is kötődő elemek közül melyik szereplő rendelkezik a legnagyobb kedvelési számmal és posztgyakorisági mutatóval.

Az eddigiekben csupán az egyes elemek egyéni tulajdonságaira koncentrálok mutatószámokat tárgyaltam, ugyanakkor tanulmányomban a szereplők hálózatban elfoglalt helyét és szerepét is elemzem. Kíváncsi voltam, hogy a vizsgált hálózatokban, mely elemek a főszereplők: mely oldalak rendelkeznek a legtöbb indított és fogadott kapcsolattal, illetve hogy mely elemeken halad át a legtöbb útvonal. Ezek megállapításához egyes gráfelméleti elemzési mutatószámokat hívtam segítségül. Vizsgáltam a hálózatban szereplő elemek fokszámait és közöttiségi centralitását.

Bár a centralitás fogalmát általában nem irányított gráfok esetében alkalmazzák, ebben az esetben a kapcsolatok a már említett nyilak használatával irányított jelleget öltenek. Ezért a fok centralitás esetében, mely azt mutatja meg, hogy egy adott elem hány közvetlen kapcsolattal rendelkezik két további, mutatószámot különböztethetünk meg.¹⁵ Az úgynevezett „befok” – *indegree* – mely az adott lájkhálózatban azt mutatja meg, hogy az adott oldal hány kedvelést kap a hálózatban szereplő oldalak közül. A „kifok” – *outdegree* – mely arról árulkodik, hogy az adott oldal hány kedvelést indít a hálózat más szereplői felé. E mérőszám segítségével választ kaphatunk arra, hogy az adott lájkhálózatban belül, specifikusan a szereplők szemében, mely oldalak a legnépszerűbbek, valamint, hogy mely oldalak szimpatizálnak legjobban más szereplőkkel. Előzete-

¹⁵ TISZBERGER MÓNKA: *A hálózatok kutatás módszertani vizsgálati lehetőségei – szakirodalmi összefoglalás.* Pécsi Tudományegyetem. Pécs, 2015.

sen leszögezendő ebben a tekintetben, hogy az adott politikai párt hivatalos oldalát középpontba állítva készült hálózatok elemzéséről lévén szó, a vizsgált mérőszámok vonatkozásában potenciálisan a legmagasabb mindig az adott oldalé lesz. Kutatásom, így a hálózatok többi szereplőjének összevetését célozza ebben a vonatkozásban.

A közöttiség centralitás – *betweenness centrality* – fogalma abból indul ki, hogy igazából azoknak az elemeknek van hatalma az egyes hálózatokban, melyek sok másik szereplő között helyezkednek el, így képesek ellenőrizni a kapcsolatokban áramló erőforrásokat. A közöttiség centralitás-mutató az egyes kapcsolatokon átmenő útvonalak számát méri. A magasabb mutatószámmal rendelkező szereplő tehát olyan útvonalon fekszik, ahol több kapcsolat is áthalad, például ha egy adott pontból a legrövidebb út egy másik pont felé két másik elemen keresztül vezet, a két közbülső szereplő közöttiség centralitás-mutatója magasabb.¹⁶ A lájkhálózatra vetítve specifikusan a magasabb közöttiség-mutatóval rendelkező szereplőn több útvonal halad át tehát amellett, hogy a szereplők szemében kedvelt elem ő maga is több oldalt kedvel.

A változók esetében leszögezendő azonban, hogy a tanulmányban használt lájkhálók sajátossága pont abban rejlik, hogy az adott politikai párt által kedvelt oldalakból áll és a köztük lévő kapcsolatokat vizualizálja. Így mindhárom változó esetében a legnagyobb mutatószámmal természetesen a hálózat központjában szereplő, a hálózat bázisául szolgáló oldal, az adott párt hivatalos oldala fog rendelkezni. Azonban ezt elismerve és evidenciaként alapul véve, az egyes hálózatokra vonatkoztatva, az elemzést a többi oldal esetére szűkítve jelentős különbségekre bukkanhatunk. Az alábbi fejezetekben pártról pártra haladva mutatom be kutatási eredményeimet. Elsőként az adott párt hivatalos Facebook oldalának vizsgált tulajdonságait mutatom be, majd rátérek a hálózat más szereplőinek mutatóira is. Ezt követően az egyes hálózatokban szereplő elemek szerepét mutatom be.

3. A Demokratikus Koalíció hivatalos oldalának lájkhálózata

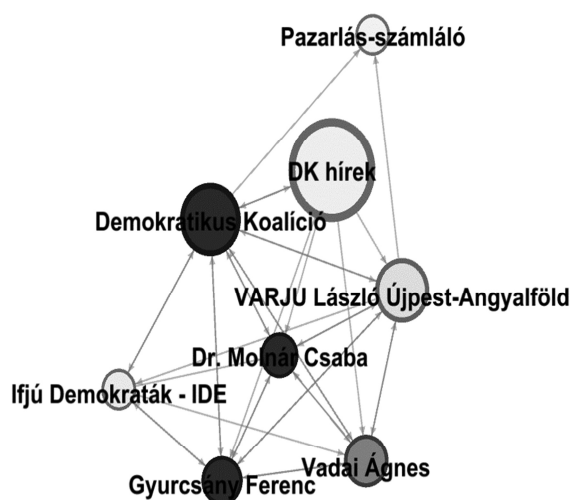
A DK hivatalos oldala 2018. szeptember 24.-i állapot szerint 7 másik hivatalos oldallal szimpatizált a tetszik gombra kattintva. Hálózati ábrájában (1. ábra) a 8 elem mellett 35 kapcsolat található a különböző szereplők között. A Demokratikus Koalíció hivatalos Facebook oldala 110772 kedvelést gyűjtött be, míg posztaktivitás tekintetében a DK hírek mögött a második helyen végzett 0,08 poszttal óránként. Ez az oldal által közzétett és az oldalra érkező bejegyzések tekintetében közel 2 posztot jelent átlagosan naponta. A gráfon a párt helyi szerveződései nem jelennek meg. A hálózatban, politikai szervezetként csupán ifjúsági szervezetük szerepel. Az elemek túlnyomó többsége (37,5%) közszereplőként azonosítja magát. A DK-s politikusok Facebook oldalai tekintetében megállapítható, hogy a hálózatban csak a mandátumot szerzett képviselők szerepelnek és azok közül se mind, csupán 4: Gyurcsány Ferenc, Vadai Ágnes, Varjú László és Dr. Molnár Csaba. A hálózatban szereplő elemek közül a legnépszerűbb Gyurcsány Ferenc hivatalos oldala, mely 217 591 kedvelővel rendelkezik. A volt miniszterelnök Facebook

¹⁶ SZABÓ GABRIELLA, BENE MÁRTON: *Hivatkozlak, tehát vagy(ok)! Kommunikációs kapcsolatok a magyar médianyilvánosságban*. In: Szabó Gabriella (szerk.): *Politika az intézményeken túl: Kapcsolatok, interakciók, élmények*. MTA TK PTI. Budapest, 2015. 51. p.

oldala azonban korántsem tartozik a legforgalmasabb oldalak közé, ugyanis 0,02 poszttal óránként, azaz nagyjából két naponkénti poszttal csupán a középmezőnyben helyezkedik el. Mindazonáltal elmondható, hogy a hálózati elemeket vizsgálva, a legaktívabb politikus oldala a Budapest 11. számú választókerületben mandátumot szerző Varju Lászlóé volt, akinél háromszor gyakrabban került ki bejegyzés, mint a volt miniszterelnöknél. A hálózat összes eleme közül azonban a DK hírek oldala volt a mintavételt megelőző 50 poszt alapján a legaktívabb 0,16 bejegyzéssel óránként, mely napi szinten csaknem 4 posztot jelent. A hálózatban a DK oldalát követve holt versenyben Gyurcsány Ferenc és Varju László oldalának van a legtöbb kapcsolattal (11-gyel). Azonban míg előbbi inkább a hálózat elemei közt népszerű – hiszen 6 másik elemtől érkezett be hozzá kapcsolat – addig utóbbi – ugyancsak 6 kapcsolattal – inkább a hálózatban szereplő oldalakat kedveli. A hálózat elemei vonatkozásában Vadai Ágnes és Molnár Csaba oldalai rendelkeznek még 6-6 beérkező kedveléssel. Közöttiségi centralitása Varju Lászlónak a legmagasabb, mely azt jelenti, hogy az ő oldalán megy keresztül a legtöbb útvonal, ezzel pedig a hálózat szereplői közt kulcsfontosságú szereplővé lép elő, hiszen a felhasználók abban az esetben, ha DK-hoz kötődő posztokra kíváncsiak a hivatalos oldal bejegyzései mellett, akkor a kapcsolati ábra alapján nagyobb valószínűséggel fognak találkozni Varju László posztjaival. Így bár kétségtelenül Gyurcsány Ferenc a legnépszerűbb politikus a DK hálózatában, mind a felhasználói kedvelések, mind pedig az egyes elemek általi lájkok tekintetében, ugyanakkor a hálózat struktúrájára a legnagyobb hatás Varju László gyakorolja.

1. sz. ábra

Demokratikus Koalíció hivatalos Facebook oldalának lájkhálózata



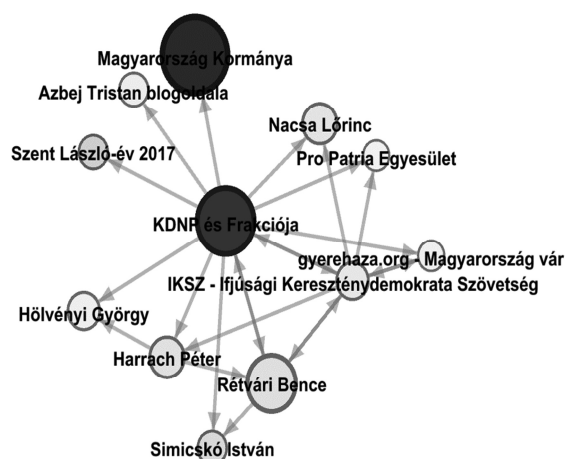
Forrás: saját szerkesztés.

4. A Keresztény Demokrata Néppárt lájkhálózata

A Keresztény Demokrata Néppárt hivatalos Facebook oldala által kedvelt 12 oldalt tartalmazó hálózati ábrán (2. ábra) 23 kapcsolat található a szereplők között. A párt hivatalos oldalát a mintavétel időpontjában 74 659-en kedvelték, ezzel a hálózat elemei közül a második helyet foglalta el Magyarország Kormánya (159887 kedvelés) oldalt követve. Posztgyakoriság tekintetében ugyancsak a kormányzati hivatalos oldal (0,14 poszt óránként, azaz átlagosan 3 bejegyzés naponta) után végzett a második helyen, 0,11 poszttal óránként, mely naponta több mint két és fél bejegyzést jelent. A hálózatban főként (41, 67%-ban) a magukat politikusként azonosító oldalak szerepelnek. Ezek közt a mandátumot szerzettek, túl az egyik alapító tag, a mintavétel időszakában EP képviselő Hölvényi György oldala is szerepel az adatbázisban. Az azonban, hogy koalíciós partnerének a Fidesznek, egyetlen politikusa, és maga a párt sem szerepel a tetszik hálóban már sokkal meglepőbb. Kutatásom megkezdésekor ugyanis arra számítottam, hogy a két kormánypárt erős összefonódását még egyszerűbb lesz vizualizálni, ugyanakkor a KDNP esetében se a Fidesz hivatalos oldala, sem pedig a Fidesz által állított listán induló személy nem kapott lájkot, beleértve a miniszterelnököt is. Mindazonáltal, megjegyzendő, hogy az egyéniben induló közös jelöltjeik közül Rétvári Bence hivatalos oldala azonban megjelenik a Fidesz hálózatában is. Továbbá, leszögezendő, hogy a KDNP hálózati ábrájában szereplő adatok alapján mind a legkedveltebb, mind pedig a legaktívabb oldal, Magyarország Kormányának hivatalos Facebook oldala lett. A politikusok közül a leggyakrabban Rétvári Bence osztott meg tartalmakat az oldalán: 0,08 posztot óránként, mely napi szinten körül-belül 2 bejegyzést jelent. Mindazonáltal, népszerűség tekintetében nem tudta megelőzni Simicskó Istvánt, aki a legkedveltebb KDNP-s politikusként szerepel, 14 220 rajongóval. A hálózat szereplői körében a KDNP hivatalos oldalát követően az IKSZ- Ifjúsági Kereszténydemokrata Szövetség oldala rendelkezik a legtöbb kapcsolattal. 9 kapcsolatából 3 lájkot tudhat magáénak más szereplőktől, míg 6 kapcsolatot indít más elemek felé. Mindazonáltal, míg a párt hivatalos oldala inkább a többi oldalt kedvelte (11 kedvelés), addig az IKSZ, Rétvári Bence oldalával a többi elem szemében népszerűbb. A KDNP hivatalos oldalát követően ugyancsak az IKSZ oldala rendelkezik a legtöbb rajta keresztülfutó útvonallal, ami egyrészt azt jelenti, hogy a hálózat szereplői számára az IKSZ a legnépszerűbb. Másrészt viszont az ifjúsági szervezet úgy játszik központi szerepet a hálózatban, hogy posztjaival azon felhasználók, akik a hálózatban szereplő más oldalt kedveltek, hamarabb találkozhatnak. Így a hálózatnak egyfajta politikai rekrutációs funkciója jelenik meg, hangsúlyt fektetve az ifjúsági szervezet posztjaira. Ugyanakkor leszögezendő, hogy az egyes oldalak posztjait nem vizsgáltam ebben az időszakban, így azt biztosan nem állíthatom, hogy megosztásokkal vagy megjelölésekkel az egyes elemek bevonták-e az IKSZ oldalát bejegyzéseikbe vagy sem.

2. sz. ábra

A KDNP és frakciója Facebook oldal lájkhálózata



Forrás: saját szerkesztés.

5. A Fidesz hivatalos Facebook oldalának lájkhálójaja

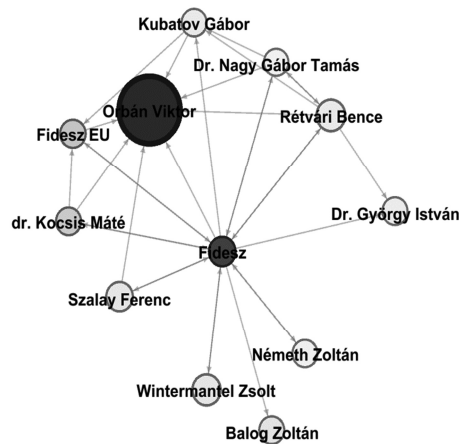
A KDNP-vel megegyező elem- (12 db), de magasabb kapcsolatszámú (31 db) lájkhálózati ábrát lehetett készíteni a már említett szeptember végi adatok alapján a Fidesz hivatalos Facebook oldaláról (3.ábra). Az oldal 272 744 kedvelőt tudhatott maga mögött az adatok begyűjtésének időpontjában, míg bejegyzési gyakorisága 0,04 poszt volt óránként, mely naponta közel egy bejegyzést jelent. A hálózat megegyező arányban, főként politikusokat (41,7%) és közszereplőket tartalmaz (41,7%). Orbán Viktor oldala, teljes „egyeduralkodóként” őrzi első helyét mind a posztgyakoriság, mind pedig a kedvelések számának tekintetében. A mintavételt megelőző 50 poszt idejének átlaga alapján a miniszterelnök oldalán egy picit több mint 17 bejegyzés jelent meg naponta (0,71 poszt óránként). Népszerűsége a hálózatban szereplő más elemek közül kimagaslik, hiszen 623051 kedvelés birtokosaként több mint kétszer annyi rajongóval bír, mint a második helyen lévő Fidesz oldal, ami ugyancsak elég magas táborot tudott maga mögött a mintavétel időpontjában. A hálózatban szereplő politikusok közül Kocsis Máté oldala közelíti meg legjobban a miniszterelnök kedveltségét 56 684 követővel, így is csaknem 11-szeresen elmaradva.

A miniszterelnök oldala tehát a felhasználói lájkok körében kimagaslik, de vajon a hálózaton belül is főszerelő? Erre a kérdésre egyértelmű választ adható: igen. Egyrésztől fokszámban, Rétvári Bencével együtt holtversenyben állnak az élen 7 kapcsolattal tehát megállapítható, hogy a hálózat szereplői közt ők rendelkeznek a második legtöbb kapcsolattal. Másrésztől azonban, ha megvizsgáljuk a kapcsolatok irányát rögtön szembeötlő, hogy Orbán Viktor oldala csak és kizárólag kapja a lájkokat, indítani nem indít

nyilat. Az adatok alapján tehát nem tetszik neki semmilyen más oldal a hálózaton belül. E furesaság a miniszterelnök hivatalos oldalán tovább gyűrűzik, ugyanis ott nem található a kedveléssel kapcsolódó oldalak listája. Ez vagy azért lehetséges, mert az oldal adminisztrátora valóban nem látta be egyetlen másik oldalt sem, vagy pedig egyszerűen letiltotta a kedvelések megjelenítését és hozzáférhetőségét. A két variáció közül egyiket sem állíthatom biztosan, a jövőben az oldalak kezelőihez fordulva lehetne kideríteni a z adott oldal kedvelési tevékenységeit. Ugyanakkor, ha az útvonalak tekintetében azt vizsgáljuk, hogy melyik elem helyezkedik el a legtöbb útvonalon, azaz melyik szereplőnek van a legnagyobb közötliség centralitása, akkor a Fidesz EU hivatalos oldal szerepel a párt oldala után a második helyen.

3. sz. ábra

A Fidesz hivatalos Facebook oldalának lájkhálózata



Forrás: saját szerkesztés.

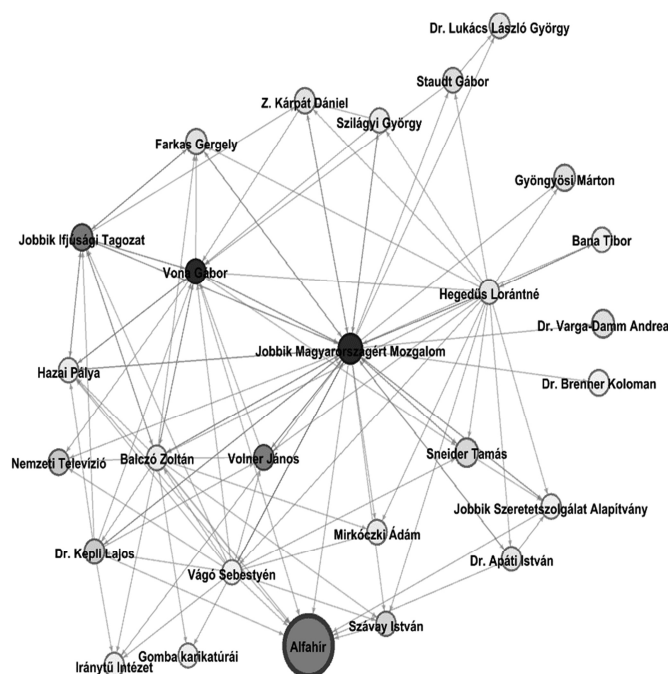
6. A Jobbik Magyarországért Mozgalom Facebook oldalának lájktérképe

A Jobbik több mint kétszer nagyobb lájkhálózattal rendelkezik, hiszen az ábrán 27 különböző elemet és 113 kapcsolatot találunk (4. ábra). A mintavételkor a Jobbik oldala 495 272 rajongóval bírt, s bejegyzési gyakorisága is meglehetősen magas volt, hiszen 0,17 poszt jelent meg óránként, ami napi szinten több mint 4 bejegyzést jelent. Az elemek kategóriájának tekintetében a Jobbiknál is – a Fideszhez hasonlóan – az figyelhető meg, hogy a politikusok (37,04%), illetve közszereplők (33,33%) hivatalos Facebook oldalai kapcsolódnak a párthoz. A hálózatban a helyi szerveződések nem jelennek meg, de a KDNP-hez hasonlóan az ifjúsági szervezet jelen van. A hálózat elemei közt a legnépszerűbb oldal Vona Gáboré volt 531 850 követővel. A kedvelésekkel ellentétben, amennyiben az oldal bejegyzési forgalmát vizsgáljuk, akkor megállapíthatjuk, hogy a Jobbik 2018-as miniszterelnökjelöltje csupán a középmezőnyben helyezkedik el 0,02

posztal óránként. A Jobbik által kedvelt oldalak közül a legnagyobb aktivitást az Alfahír oldala mutatta, ahol átlagosan 1,14 poszt fordult meg óránként. Mint említettem ez a szám nem csupán az adott oldal által közzétett bejegyzések, de az azokra érkező kommentek számát is tartalmazza. A politikusok oldalainak bejegyzési gyakorisága jóval alacsonyabb. A párt jelenlegi elnöke, Sneider Tamás vezeti ezt a statisztikát 0,13 posztal óránként, mely naponta alig több mint 3 posztot jelent. A mintavétel bázisául szolgáló Jobbik Magyarországért Mozgalom oldalt figyelmen kívül hagyva Vona Gábor rendelkezik a legtöbb kapcsolattal a hálózatban (19 db), melyek közül, a hálózat elemeire vonatkoztatva 11 lájkot kapott, ő pedig 8 másik, a hálózatban szereplő oldalt kedvelt. A hálózat elemei felé indított kapcsolatok tekintetében Hegedűs Lorántné oldala kimagasló, mely 16 kedvelést intézett a többi szereplő felé. A legtöbb útvonalon fekszik, és ezáltal a legnagyobb közöttiségi centralitással ugyancsak Vona Gábor rendelkezik.

4. sz. ábra

A Jobbik hivatalos Facebook oldalának lájkhálózata



Forrás: saját szerkesztés.

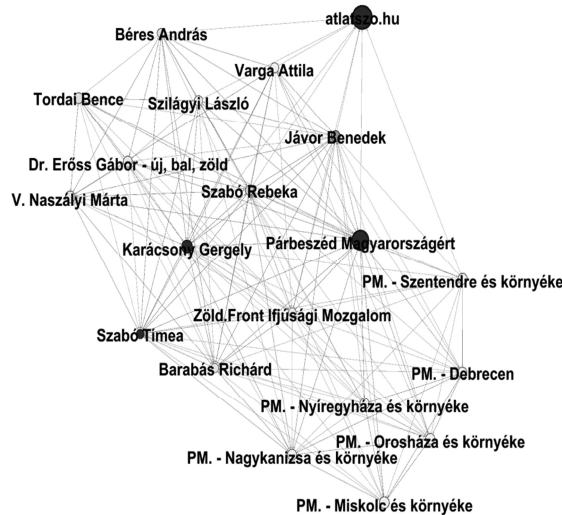
7. A Párbeszéd Magyarországért Mozgalom hivatalos Facebook oldalának lájkhálózata

A Párbeszéd Magyarországért Mozgalom oldala az eddig ismertetteknel sokkal aktívabban fejezte ki szimpátiáját, és kattintott más oldalak felületén a tetszik gombra.

Összesen 50 különböző elem kapcsolódik egymáshoz 462 féleképpen. Így a sokkal kiterjedtebb hálózati gráf ábrázolása nehézkesé tenné az adatok értelmezését. Ezért az 5. ábrán az elemek számában egy redukált gráffal találkozhatunk. A redukciót az oldalak közötti kapcsolatok számának függvényében végeztem el, így a hálózatban szereplő kapcsolatok szempontjából a legsűrűbb részt emelve ki. Az redukált hálózatban a 20 legtöbb kapcsolattal rendelkező elem szerepel. A Párbeszéd hivatalos Facebook oldalának 119 472 követője van, míg forgalma 0,13 posztot jelent óránként, mely napi szinten kicsivel több mint 3 bejegyzést takar. A teljes hálózat 50 elemének 38%-a politikusi oldala mellett megjelentek a párt helyi szerveződései is (16%), melyre az eddig bemutatott pártoknál még nem volt példa. A teljes hálózat legnépszerűbb eleme Karácsony Gergely oldala, amely 180 455 kedvelőt tudhatott maga mögött, többet mint az Európai Zöld Párt. A bejegyzések gyakorisága tekintetében az atlaszo.hu Facebook oldala 0,17 óránkénti poszttal, csupán 4 századdal előzte meg a párt hivatalos oldalának forgalmát. A politikusok oldalainak aktivitását vizsgálva, pedig ugyancsak Karácsony Gergely oldala mutatkozott a legaktívabbnak, ahova a vizsgált időszakban naponta egy poszt biztosan érkezett. Ugyancsak Karácsony Gergely oldala rendelkezik a legnagyobb fok centralitás- mutatóval, mely azt bizonyítja, hogy a hálózatban lévő elemek közül az ő oldala alakította ki a legtöbb kapcsolatot (50). A teljes hálózat szereplői közül – Szabó Tímea oldalával megegyezően – 31 lájkot kapott, míg ő 19 kedvelést indított a többi szereplő felé. A hálózat legtöbb kedvelését indító elem Varga Attila hivatalos oldala lett 24 indított kapcsolattal. Kapuórként, azaz a legtöbb útvonalon elhelyezkedő elemként – a Párbeszéd hivatalos oldala után – Karácsony Gergely szerepel.

1. ábra

A Párbeszéd hivatalos Facebook oldalának lájkhálózata



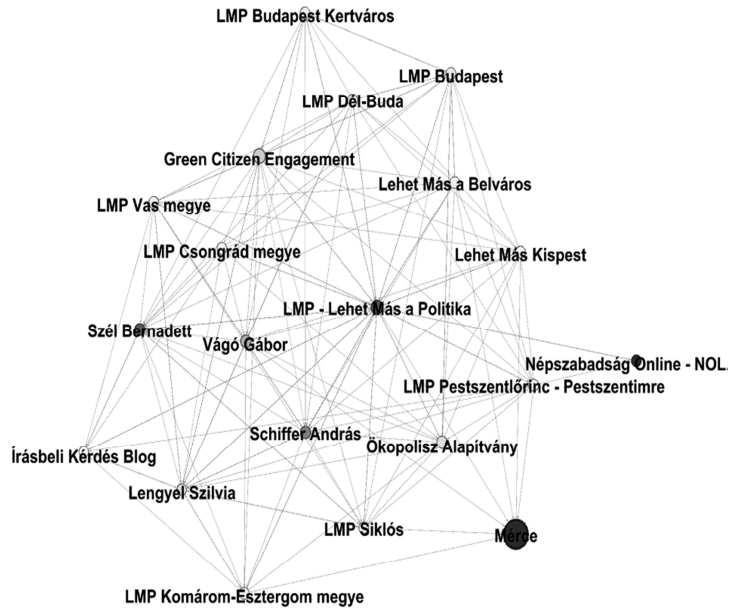
Forrás: saját szerkesztés.

8. A Lehet Más a Politika hivatalos Facebook oldalának lájkhálózata

Az LMP teljes lájkhálózata 94 elemet és 541 különböző kapcsolatot tartalmaz, így az átláthatóbb vizualizáció szempontjából redukcióra szorult. A 6. ábra így a 20 legtöbb kapcsolattal rendelkező elemet tartalmazza. Az oldalt a mintavétel időpontjában 79 988-an kedvelték, ezzel a hálózatban a politikai érintettséggel rendelkező oldalak közül a legnagyobb a rajongó tábora, mely mögött szorosán áll Szél Bernadett hivatalos oldala 73 669 kedveléssel. Az LMP központi oldalának bejegyzési gyakorisága 0,09 óránkénti poszt, mellyel kiemelkedik az azt követő a miskolci LMP oldalának 0,05, illetve Vágó Gábor 0,04 bejegyzési aktivitásai közül. Ugyanakkor mindkét változó esetében megemlítendő, hogy bőven alulmaradnak a mutatók amennyiben a hálózat összes elemének tulajdonságait vizsgáljuk, ugyanis a hálózat legnépszerűbb szereplője se nem az egyik helyi pártszerveződés, se nem egy politikus, hanem Woody Allen 1 817 992 kedvelővel.¹⁷ A bejegyzések gyakoriságát vizsgálva is érdekes megállapításra juthatunk, hiszen ilyen tekintetben, a hálózat összes eleme közül a legforgalmasabb oldalnak a 24.hu számít, ahol a mintavétel időpontjában készült számítás alapján 6.51 bejegyzés született óránként. Ami viszont az LMP oldalának lájkhálóját egyedülállóvá teszi az eddig bemutatott oldalak tekintetében az az, hogy a szereplők többségét a saját, helyi politikai szervezetek hivatalos Facebook oldalai teszik ki. Ezek hol politikai pártként (22,83%), hol pedig politikai szervezetként (7,61%) azonosítják magukat. Az eddig megfigyelt hálózatoktól eltérő és különleges, hogy az LMP ilyen nagy „gondot fordított” a saját szervezetei felé. Éppen ezért megvizsgálhatjuk, hogy a hálózatban szereplő LMP-s helyi szerveződések közül, hol rendelkezik a párt a legtöbb kedvelővel. A választási eredményeket figyelembe véve, talán nem meglepő, hogy a fővárosban, egyéni választókerületet nyert LMP budapesti Facebook oldala bírt a legtöbb kedveléssel a helyi szervezetek közül 1 565, míg vidéken a pécsi LMP volt a legerősebb 1 292 kedvelővel. A kapcsolatrendszer elemelve további különlegességre bukkanhatunk, hiszen a hálózatban a legtöbb kapcsolattal Lengyel Szilvia oldala bírt, összesen 51-gyel. Ezek közül 21 lájkot kapott más szereplőktől, míg ő 30-at indított. Őt azonban, ha csupán a befok-mutatószámot vesszük figyelembe, tehát a más oldalaktól érkezett lájkokat, akkor megelőzi mind Schiffer András (37), mind pedig Szél Bernadett (28). Ugyanakkor e két politikus korántsem kedvelt annyi oldalt mint Lengyel Szilvia (Schiffer oldalától 11, míg Széltől 3 kedvelés szerepel a hálózatban). Ugyancsak Lengyel Szilvia oldalán keresztül halad a legtöbb útvonal, így a közönség centralitása is magas, valamint az LMP központi oldalhoz kedveléssel kötődő saját politikai érintettséggel rendelkező oldalak tekintetében a legtöbb útvonal is hozzá köthető. Lengyel Szilvia tartalmi, így könnyebben eljuthatnak olyan felhasználók falára, akik a hálózat más elemeinek egyikét már kedvelték.

¹⁷ A redukált ábrában ez az oldal azért nem látható, mert csupán két kedvelést kapott a hálózat elemei részéről, így nem játszik központi szerepet az LMP hálójában.

Az LMP hivatalos oldalának lájkhálózata



Forrás: saját szerkesztés.

9. A Magyar Szocialista Párt hivatalos Facebook oldalának lájkhálózata

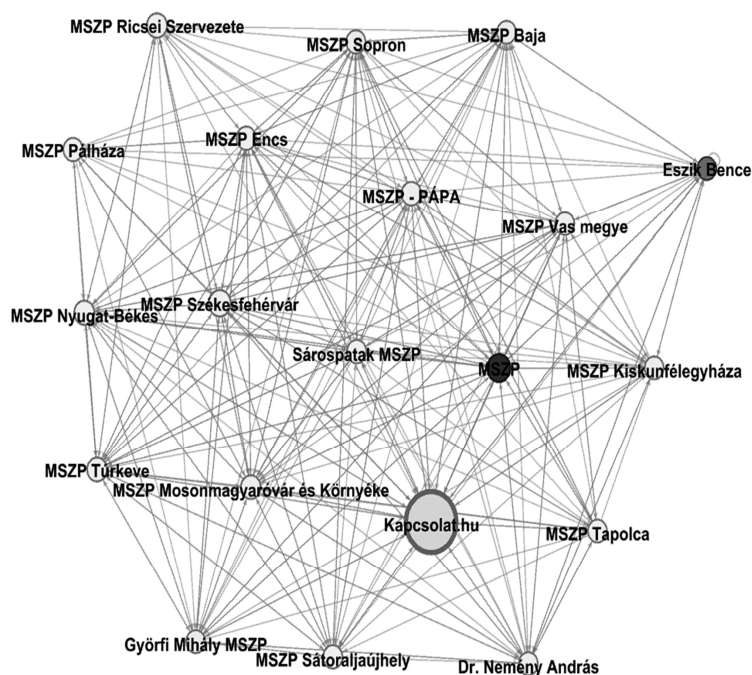
Az MSZP lájkhálózata 439 elemmel és 9 407 kapcsolattal az összes tárgyalt párt közül a legösszetettebb, ugyanakkor a vizuális minőség megtartása végett, a foksám függvényében a hálózatot 20 elemre redukáltam. Az elemek közti kapcsolatok összege pedig 573 lett (7. ábra). Az MSZP hivatalos oldalát a mintavétel időpontjáig 205 783-an kedvelték, míg posztgyakorisága 0,11 poszt óránként, ami napi szinten nagyjából két és fél bejegyzést jelent. A teljes hálózat tekintetében a politikai szervezetek (22,55%) és a politikai pártok (20,05%) kiemelkedő arányban fordulnak elő, melyeket a politikusok (15,26%), és a közszereplők (7,06%) oldalai követnek. A hálózat összes elemének vonatkozásában a legtöbb kedvelést – 45 934 377-et – a National Geographic Channel hivatalos Facebook oldala gyűjtötte be, míg a bejegyzések aktivitása tekintetében a Közösségi munkaközvetítő oldala 2,01 óránkénti bejegyzéssel végzett az élen.

Ugyanakkor a foksám alapján végzett redukció következtében azonban olyan oldalak adataira tolódott az elemzés fókusz, melyek a hálózatban létesített kapcsolatok alapján a 20 legtöbb kapcsolattal rendelkeznek, azaz a legtöbb lájkot kapták és indították a hálózatban szereplő elemek vonatkozásában. Így fordulhat elő, hogy az előbb em-

lített oldalak nem szerepelnek a szűkített hálózati térképen.¹⁸ A 7. ábrán szereplő elemek közül az MSZP hivatalos oldala után, Eszik Bence kiskunfélegyházi politikus rendelkezik a legnagyobb követőszámmal (40307), míg posztgyakoriságban a kapcsolat.hu megelőzi a pártoldalt (0,82 poszt/óra), hiszen naponta kicsivel több mint 19 posztot tartalmaz jelent a mintavételt megelőző 50 poszt gyakoriságát alapul véve. Ugyancsak ez az oldal rendelkezett – a hivatalos oldal után – a legmagasabb befok számmal, azaz a hálózaton belül a hálózat többi eleme legtöbb esetben, a saját hivatalos Facebook oldal után a Kapcsolat.hu oldalt tetszikelte be. Az elemek közti közvetítő „híd” szerepében is ez utóbbi oldal játszik főszerepet. Ezek az eredmények annak függvényében nem meglepők, hogy egy MSZP-hez közel álló online híroldal hivatalos Facebook oldaláról van szó. Így ugyanis azok felhasználók, akik csupán ezt az oldalt követik, akár a párt helyi szervezeteinek bejegyzéseivel, akár a saját választókerületükben induló politikusok bejegyzéseivel is hamarabb találkozhatnak. Ezzel ellentétben, a lájkokat indítók körében a Vas megyei MSZP oldal szerepelt első helyen.

7. sz. ábra

Az MSZP hivatalos Facebook oldalának lájkhálózatának kivonata



Forrás: saját szerkesztés.

¹⁸ A National Geographic oldala csupán 3, míg a Közösségi munkaközvetítő 1 darab kedveléssel rendelkezik a teljes hálózat szereplői részéről, így szerepük elhanyagolható.

10. Konklúzió

Vizsgálatom fő célkitűzése a politikai pártok közösségi médiában létrejövő hálózatának feltérképezése volt. Bár a nyers adatok egy olyan szoftver segítségével kerültek hozzám, melynek felhasználását először korlátozták majd végső soron a Facebook nem engedélyezte további működését, a vizsgálat megismételhető, hiszen továbbra is rendelkezésre állnak olyan programok, melyek segítségével reprodukálható és hosszútávon nyomon követhető az egyes politikai pártok lájkhálózatainak alakulása. Ugyanakkor leszögezendő, hogy megállapításaim a vizsgált időszakban folytatott megfigyelésre koncentrálnak, hosszabb távú megfigyelési és adatelemzési időszakok bevezetésével az árnyaltabb változások rögzítése mellett, egyéb gyakoriságokra is választ kaphatunk. Egy-egy párt megszűnése, kettészakadása, pedig a régi kapcsolatok átstrukturálódása, esetleges megszűnése mellett, új relációkat is létrehozhat. Kutatási eredményeimből megállapítható, hogy a pártok lájkhálói jelentősen eltérő elem és kapcsolatszámmal rendelkeznek. Az MSZP hálózatának mérete és eltérő elemei arra engednek következtetni, hogy nagy valószínűséggel többen is hozzáférhetnek a fiókhoz és kontroláltanul osztozhatnak a kedveléseket. Ezzel ellentétben a kormánypártoknál sokkal mérsékeltebb e funkció használata. Oly annyira, hogy a felhasználók körében legkedveltebb politikus, Orbán Viktor az adatok alapján nem kedvel semmit, amit pártja a Fidesz kedvel. A hálózatok szereplői döntő többségben a magát politikusnak és közszereplőnek nyilvánító oldalak. Ugyanakkor kiemelendő, hogy az LMP és az MSZP esetében a politikusok mellett a párt helyi szerveződései is helyet kaptak a hálózatokban, sőt utóbbi esetben a Vas megyei oldal központi szereplője volt a szocialista párt hálózatának. Amennyiben csak a pártok kedveltségi mutatójának és posztgyakoriságának tekintetében kiemelkedő a Jobbik ahová napi szinten átlagosan 4 bejegyzés érkezett. Ugyanakkor, ha az összes vizsgált hálózat politikailag releváns elemét vesszük górcső alá, akkor az a felvetés, hogy a legkedveltebb oldal a legforgalmasabb nem bizonyosodott be. Mindazonáltal leszögezendő, hogy egy-egy esemény lehet olyan hatással a Facebook közösségre, hogy változzon ez a megállapítás. Éppen ezért a lájkhálózatok alakulásának megfigyelését a jövőben folyamatosan figyelemmel kellene kísérni, mely további tendenciák feltérképezésére szolgálhat. A „tetszik” gombra való kattintás tehát olyan hálózatokba kapcsolhatja be az egyes pártokat, melyek segítségével könnyebben elérhetik a választó polgárokat, a fizetett hirdetések nagyobb gyakorisággal jelennek majd meg az adott felhasználó felületén, így lehetőséget biztosítva a kampányanyagok könnyebb célba juttatására.

GERGŐ HAJZER

LIKE AND BEING LIKED: HUNGARIAN POLITICAL PARTY
FACEBOOK LIKE-NETWORK ANALYSIS

(Summary)

The mediatization of politics has already affected political communication throughout history. By every new technological improvement, the shape of political communication has changed. With the fast spread of social media activity, the different political actors have appeared in the social media in order to get and maintain as much support as possible. In my empirical study I focus on the analysis of political party activity on Facebook. In the era of populist rhetoric the politicians tend to use more their social media network sites (especially Facebook) but as they mainly share the content of the official pages of their parties, my study focuses on the analysis of the network connection of political parties. More concretely the emphasis is on the network analysis of Hungarian political parties who have successfully got into the Parliament and can have an own faction. By picturing the like-network of these parties with the help of the Netvizz and Gephi programmes (Rieder 2008) we can get a clearer picture not just about the Facebook usage but also the connections of the examined political parties. Results show a shocking difference in both Facebook activity and connections between the parties. In the beginning of the research my assumption was that the party using Facebook in a more organized way and having more connections will also have the higher supporters and the better results in the elections. In my paper it is clearly visible that this is not the case.

This research was supported by the project nr. EFOP-3.6.2-16-2017-00007, titled Aspects on the development of intelligent, sustainable and inclusive society: social, technological, innovation networks in employment and digital economy. The project has been supported by the European Union, co-financed by the European Social Fund and the budget of Hungary.