

Juhász Vanessza – Bene Márton

Sok beszédnek sok az alja?

A pártok és pártvezetők online argumentációjának vizsgálata a 2022-es országgyűlési választási kampányban¹

A 2022-es országgyűlési választási kampányban azt vizsgáltuk meg, hogy a politikai vita egyes elemei, így a szubjektív vélemény és az egymásra való reagálás milyen mértékben és minőségben van jelen a politikai szereplők Facebook-kommunikációjában. Kutatásunk során pártok és pártvezetők 2441 kampány alatti Facebook-bejegyzését elemeztünk. Eredményeink szerint a politikai szereplők véleménytelített kommunikációt folytatnak a közösségi oldalon, és nagymértékben közpolitikai kérdésekre fókuszálnak. Tényalapú forrásokra ritkán támaszkodnak, és az *ad hominem* érvelés nagy szerepet játszik megnyilatkozásaikban, viszont egyéb érvelési hibák kevésbé jellemzőek kommunikációjukra. Az egymás megszólalásaira adott reakciók igen ritkák a vizsgált bejegyzésekben. A főbb mintázatok hasonlóak a politikai oldalak között, viszont elmondható, hogy általánosságban az ellenzéki oldalak argumentatívabb, reaktívabb és több érvelési hibát alkalmazó kommunikációt folytatnak, mint a kormánypárti oldalak.

Kulcsszavak: 2022-es országgyűlési választási kampány, *ad hominem*, argumentáció, érvelési hibák, Facebook, Frans van Eemeren, közösségi média, politikai vita, pragmadialektika

The online argumentation of political parties and their leaders during the 2022 parliamentary election campaign

Based on the 2022 legislative election campaign, this paper studies how frequently and in what ways certain elements of political debate occur in political actors' social media communication. We analysed 2,441 Facebook posts issued by parties and party leaders prior to the election. Our findings suggest that political actors engage in opinionated discourse on social media and largely focus on public policy issues. They rarely rely on factual reasoning, but *ad hominem* fallacy plays a significant role in their Facebook posts. However, other argumentation mistakes occur rarely in their communication. Different actors evince largely identical patterns, but opposition parties and politicians tend to take a more argumentative stance compared to coalition parties and politicians.

Key words: 2022 parliamentary election campaign, *ad hominem*, argumentation, Facebook, Frans van Eemeren, political debate, pragmadialectics, social media

¹ E tanulmány az Innovációs és Technológiai Minisztérium ÚNKP-21-5 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával (ÚNKP-21-5-ELTE-1094), illetve a „COMPACT: A comparative approach to investigate strategic social media activity during political campaigns” (TK-Inkubátor, projekt száma: 03013645) kutatás támogatásával, valamint a Kulturális és Innovációs Minisztérium ÚNKP-22-3 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.

„Aki politizál, az mindig válaszol és válaszra vár”

Schlett István *A politikai gondolkodás története Magyarországon* című könyvében úgy vélekedik a politika diszkurzív jellegéről (Schlett 2018: 26), hogy a politikai szövegek mindig vitaszövegek, folyamatosan valamilyen ellenvéleményt képviselnek. Úgy véli, ahol politika van, ott konfliktus is létezik a vélemények között. A politika véleménypluralitása adja tehát annak diszkurzív jellegét, amely olyannyira inherens része a rendszernek, hogy ha nincs ellenvélemény, akkor a politikai hajlamos kreálni egyet, amely ellen érvelhet.

A kortárs politikai kommunikációtudomány bőséges szakirodalommal rendelkezik arról, hogy a politikusok hogyan és milyen sikeresen juttatják el üzeneteiket a választókhöz. Ám arra, hogy miként kommunikálnak egymással, kevesebb figyelem irányul, miközben e diskurzusok is hatással vannak a választókra. E kérdés a vitakultúra diszciplínáival válik feltérképezhetővé, és a jelen tanulmány is ezzel foglalkozik. A közéleti viták jelensége hosszú hagyományokra tekint vissza, ám a hazai politikában ezeknek csak bizonyos formái tudtak meghonosodni, például a formális keretek között zajló parlamenti viták azonnali kérdései és interpellációi. Mindazonáltal nem gyakran látunk olyan helyzeteket, ahol két politikus egy adott beszédeseményen reagál egymás elhangzott érveire, ami egyebek mellett a jelenlegi hatalmi viszonyoknak (Körösi et al. 2020), a nemzetközi összehasonlításban is extrém magas politikai polarizációnak (Patkós 2019) és a médiarendszer átalakulásának (Bajomi-Lázár 2020) köszönhető. Ahogy a nyilvánosság az évek során megváltozott, a közösségi oldalak egyre inkább megkerülhetetlen szerepet játszottak a politikusok kommunikációjában (Bene 2020). A politikai vezetők és pártok itt – különösen a legnagyobb közösségi oldalon, a Facebookon – a választók nagy tömegeit képesek elérni, ráadásul anélkül, hogy ehhez közvetlen dialektikai kapcsolatba kellene lépniük újságírókkal vagy egymással. Ez azonban nem jelenti azt, hogy az érvek küzdelmeként felfogott politikai vitának nincs helye e platformokon: a politikai szereplők itt is kifejtik szubjektív véleményüket, érvekkel és tényekkel igazolhatják azokat, és reagálhatnak riváisaik és szövetségeseik hasonló megnyilatkozásaira. Éppen ezért érdemes megvizsgálni, hogy a politikai vita egyes elemei mennyiben tevődtek át az online térbe.

A választások közeledtével a politika szereplői teljes erőbedobással igyekeznek befolyásolni és tematizálni a közbeszédet saját üzeneteikkel, egyebek mellett egymásra is reagálva, hogy bebizonyítsák politikai ajánlatuk relevanciáját. Az online kampányok egyre nagyobb térnyerése, illetve a vírusként terjedő álhírek és dezinformációs hadjáratok (Bódi et al. 2022) fényében különösen fontos, hogy a politikusok igazolni is tudják az általuk nyújtott alternatívákat, főleg akkor, ha kommunikációs stratégiájuk akár az ország jövőjét is befolyásolhatja. Éppen ezért érdemes megvizsgálni, mint mondanak, és azt is, hogyan. Ez utóbbi különösen fontos kérdés a közösségi média által teremtett diszkurzív térben, ahol a politikai szereplők megnyilatkozásait nem tudja közvetlenül megkérdőjelezni a vitapartner vagy az újságíró, így könnyebb hibás érveléssel vagy nem megbízható forrásokkal alátámasztani egy álláspontot vagy tényként interpretált véleményt.

Ebben a tanulmányban arra a kérdésre keresünk választ, hogy a választási kampány Facebook-kommunikációjában milyen szerepet játszik az érvelés, illetve a vita elemei hogyan bukkannak fel a közvetett dialektikai kapcsolatok során. A politika szereplői vajon reagálnak-e egymás kijelentéseire, megjelenítik-e szubjektív véleményüket posztjaikban, valamint érveléseik mennyiben felelnek meg a pragmadialektika vizsgálati kerete által meghatározott érvelés sémáinak, illetve az általuk tényként megjelenített információkat milyen bizonyítékokkal támasztják alá? Összességében tehát arra vagyunk kíváncsiak, hogy a legnagyobb közösségi platformon zajló politikai kommunikáció milyen minőségű diszkurzív teret eredményez. Másként fogalmazva: képes-e valamilyen szinten helyettesíteni vagy kiegészíteni a hagyományos médiatér vitaszituációit?

E kutatási kérdésekre a pártok és a politikai vezetők kampány alatti Facebook-tevékenységét vizsgáló kvantitatív tartalomelemzés segítségével kísérünk meg választ adni. A következő fejezetben bemutatjuk az érveléstudomány vezető iskoláját, amely vizsgálati keretet biztosít kutatásunknak, illetve azon elemeit, amelyek a politikusok Facebook-bejegyzéseiben is megjelenhetnek. Ebben a részben rögzítjük három kutatási kérdésünket is, amely a politikusok közti interakciók feltérképezésére irányul, azaz hogy (1) a szereplők mennyire nyilvánítanak ki szubjektív véleményeket, (2) milyen gyakran reagálnak egymásra vagy bizonyos jelenségekre, illetve (3) milyen érvelési stratégiákat és érvelési hibákat, azaz fallációkat alkalmaznak e megnyilvánulások során. Ezt követően bemutatjuk kutatásunk eredményeit, majd a tanulmány végén levonjuk a következtetéseinket.

A politikai vitakultúra Magyarországon

Napjainkban mind a közéleti, mind a tudományos diskurzusban gyakran jelenik meg a hazai politikai vitakultúra visszaszorulásának és egyre romló színvonalának gondolata (Farkas & Szabó 2021), ám tudományosan nem könnyű meghatározni, hogy pontosan mit is értünk a jelenség alatt. Az ugyanis nem igaz, hogy ne lennének politikai viták. Az ellenzéki előválasztások alatt például a pártok rekordszámú jelölti vitát szerveztek, a parlamentben pedig rendszeresen kérdezik fel egymást a képviselők közügyeket érintő témákban. Nem csak a viták mennyisége, hanem azok színvonala is gyakran kritika tárgya, amelyet meghatározhat a résztvevők összetétele, felkészültsége, az elhangzott érvek minősége és maga a közeg, amelyben a viták lejátszódnak. A fent említett diskurzusok például kiegyenlített erőviszonyok között zajlottak. Mint azt tudjuk, az előválasztásokon nem vett részt kormánypárti képviselőjelölt, a törvényalkotási bizottságba visszahúzódó parlamenti vitákon pedig az ellenzéknek a kétharmados kormánytöbbséggel szemben nincs érdemi beleszólása a jogalkotásba. Több mint egy évtized óta aligha fordult elő olyan kiegyenlített erőviszonyok között zajló beszédesemény, amely során a kormánypárti és az ellenzéki politikusok közvetlen dialektikai kapcsolatba léptek volna egymással, és a véleménykülönbség feloldására szolgáló érvelésekkel próbálták volna meg cáfolni a másik álláspontját, vagyis amelyet a szakirodalom klasszikus értelemben vitaként definiál (Emeren et al. 2002: 11).

Bár a hagyományos vitamodellek eltűnőben vannak a magyar politikai diskurzusban, az érvelés és a dialógus a mai napig szerves részét képezi a közegnek, így a vita „nem vész el, csak átalakul” a hazai politikában. A politikai szereplőknek a választói támogatás megszerzése és megőrzése érdekében folyamatosan igazolniuk kell politikai céljaikat, cselekvéseiket, valamint valamilyen módon interpretálniuk kell a politikai tér történéseit és szereplőit. Ez az interpretációs és igazoló folyamat pedig egyebek mellett érvelések sorozatával történik. Az érveléstudomány, azaz a pragmadialektika a politikai kommunikációt egy nyilvános kommunikatív tevékenységtípusba, a deliberáció műfajába sorolja. Ennek során a résztvevők változatosan használnak argumentatív kommunikatív tevékenységeket, hogy olyan kérdéseket vitassanak meg, amelyekről nemcsak a vitát folytató felek, hanem a közönség is különböző álláspontokat képvisel (Emeren & Peng 2017: 129–135). Az argumentáció ilyenkor a legtöbbször a harmadik fél, vagyis a közönség felé irányul, ebből kifolyólag a cél nem a vitapartner meggyőzése vagy a véleménykülönbség feloldása, hanem a publikumra gyakorolt hatás. A politikus, amikor dialógust folytat egy másik szereplővel, valójában nem vitapartnerét kívánja meggyőzni saját ideológiai vagy szakpolitikai álláspontjáról, hanem a közönséget, azaz a választókat, kommunikációjában pedig e stratégia szerint válogatja ki az eszközöket.

E ponton fontos kiemelni a diszkurzív politikatudomány vélekedését a politikai vita céljáról és jellegéről. A politikai vita ugyanis több szempontból túlmutat az egyszerű, két egyén közötti vitázáson, a diskurzus ebben az esetben nem más, mint definíciós vagy értelmezési küzdelem. A felek nem a valóság objektív leírására törekcsenek, hanem a politikai valóság megszervezésére (Szabó 2003: 139). A szereplők értelmezési küzdelmeik során argumentációs folyamatokkal igyekeznek igazolni saját politikai ajánlatukat, „politikai valóságuk” igazságát, és cáfolni, hitelteleníteni vagy nem kívánatosként beállítani a vitapartner értelmezési kísérleteit. A politikai vitát tehát nem a közös megegyezés vagy a véleménykülönbség feloldása motiválja, hanem az értelmezési küzdelemben való előnyösebb pozíció szerzése a politikai ellenfélhez képest.

A mediatizált politikában az érvelések nagy része azonban már nem egy közvetlen dialektikai kapcsolaton keresztül megy végbe, hanem a politika szereplői valamilyen médiaközegen keresztül reagálnak egymás megnyilatkozásaira. Ezt az átalakulást erősítette fel a közösségi média megjelenése, amelynek segítségével a politikusok az újságírók közvetítő szerepe nélkül is el tudnak jutni a választók tömegeihez. A magyar kontextusban ehhez szintén hozzájárult a hosszú évek alatt végbemenő hatalmi eltolódás a kormány és az ellenzék között (Körösényi et al. 2020), amely egyben a plurális médiatér fokozatos beszűkülését is eredményezte (Bajomi-Lázár 2020). Ebben a térben kevés lehetőség nyílik a politikusok számára a közvetlen vitahelyzetre, ugyanakkor közösségi oldalakon keresztül reagálhatnak egymás kijelentéseire, illetve hangot adhatnak szubjektív véleményüknek. A közösségi média a politikában is elengedhetetlen kommunikációs eszközzé vált, a magyar politikusok aktívan használják a különböző platformokat, különösen a Facebookot (Bene & Farkas 2022). Amellett, hogy saját politikai munkájukat tehetik láthatóvá követők előtt, szubjektív véleményeket is megfogalmazhatnak, eseményekre, döntésekre és egymásra is reagálhatnak az online térben, ráadásul anélkül, hogy az újságírók

vagy politikai ellenfelek közvetlenül visszakérdezhessenek vagy vitathassák a megfogalmazott kijelentéseket. Ebből következik, hogy a hazai vitakultúra mélyebb megértése érdekében elengedhetetlen, hogy a vizsgálódás fókuszát a politika szereplőinek közösségi oldalakon elhangzó érveire irányítsuk.

Számos kutatás foglalkozik a politikusok közösségimédia-használatával és annak hatásaival, az érvelések és az egymásra adott reakciók vizsgálata azonban kevésbé kutatott területnek számít. Néhány kutatás vizsgálta, hogy az arisztotelészi értelemben vett éthosz (személyfókuszú kommunikáció), páthosz (érzelmekekre apellálás) és logosz (racionális érvelés) mennyire jelenik meg a politikusok kommunikációjában. E kutatások szerint az érvelés ritka a politikusok posztjaiban, ugyanakkor hatékony kommunikációs eszköznek számít a reakciók kiváltása szempontjából (Bronstein 2013, Gerodimos & Justinussen 2015, Samuel-Azran et al. 2015, Heiss et al. 2019). Kis számú kutatás foglalkozott a politikai szereplők Twitteren történő, egymásra adott reakcióival, elsősorban a platform korai időszakában. E vizsgálatok szerint a posztoknak csak egy kis részében található más szereplőre való reagálás (Jackson & Lilleker 2011, Graham et al. 2013), és ezek is elsődlegesen negatív színezetűek (Hemsley et al. 2018). Meglehetősen korlátozottak tehát az ismereteink e témákban, és a meglévő eredmények is főként amerikai kampányokból származnak, ami a közösségi médiában zajló politikai kommunikáció szempontjából nehezen általánosítható, inkább kivételes esetnek számít (Vaccari & Valeriani 2021).

Érvelés a közösségi médiában

Az érveléstudomány jelenleg azon kommunikatív tevékenység típusokat különbözteti meg, amelyekben közvetlen dialektikai kapcsolat áll fenn a vita szereplői között. Mivel azonban az online kommunikáció a nyilvánosság egyik központi elemévé lényegült, szükségszerűvé vált, hogy az interneten vagy a sajtóorgánumokban zajló argumentatív diskurzusok is a vizsgálódás tárgyává váljanak. Tanulmányok már foglalkoznak a média argumentációra gyakorolt hatásaival (Rinke 2016), valamint a populisták politikai retorikájában előforduló érvelési hibákkal (Blassnig et al. 2018), azonban a közösségi médiában előforduló argumentatív tevékenységek politikai vonatkozásaival ismereteink szerint a tudományos diskurzus kevésbé foglalkozik. A jelen tanulmány célja, hogy megvizsgálja, a közösségi médiában mennyiben vannak jelen szubjektív vélemények és reakciók formájában közvetett vitaszituációk, valamint feltárja az argumentációk során alkalmazott érvelési sémákat. A hagyományos vitamodellek ugyan eltűnőben vannak a politikai diskurzusban, ám ahogy a nyilvánosság egyre inkább az online térbe tevődik át, bizonyos argumentatív elemek ott is megjelennek, újabb vitafajtákat hozva létre ezáltal. Arra vagyunk tehát kíváncsiak, hogy a politikai szereplők közösségimédia-tevékenysége mennyiben képes helyettesíteni a hagyományos politikai vitát azáltal, hogy egyfajta közvetett dialogikus teret teremt, ahol vélemények, érvek és egymás kijelentéseire adott reakciók cirkulálnak.

A politikai vita alapfeltétele, hogy szubjektív vélemények fogalmazódjanak meg a felek részéről, hiszen a vita legelső feltétele a konfrontációs szakaszban rögzített véleménykülönbségek realizálása (Eemeren & Grootendorst 1984: 85). Ezért első kutatási kérdésünk arra irányul, hogy a politikai szereplők a Facebookon mennyire adnak teret saját szubjektív véleményük kifejtésének (KK1). A vélemények megformálása egyben a politikai napirend meghatározására is alkalmas: a politikus vagy párt kijelöli, mely ügyeket tartja fontosnak azzal, hogy véleményt nyilvánít róluk, ezzel pedig diskurzust is generál.

Az eltérő vélemények szükséges, azonban nem elégséges alapfeltételei a vitának. Az argumentációhoz a feleknek diskurzusba is kell lépniük egymással, amelyet a másik álláspontjára történő reakcióval tehetnek meg (Eemeren & Grootendorst 1984: 86). Ezért második kutatási kérdésünk keretében azt vizsgáljuk, hogy a Facebookon a politikai szereplők mekkora mértékben és milyen módon reagálnak más megszólaló véleményére (KK2). A digitális nyilvánosságban – csakúgy, mint a közvetlen vitaszituációk során – a szereplők a közönségre kívánnak hatni, még akkor is, ha üzeneteikben egy másik politikus álláspontjára reagálnak. A reakciók lehetnek pozitívak vagy negatívak, megfogalmazhatnak szubjektív véleményeket és tényeket egyaránt, amelyeket a meggyőzés érdekében érvekkel és bizonyítékokkal támaszthatnak alá.

Végezetül az érvelések normatív minőségét is vizsgáljuk (KK3). A vita létrejöttéhez elengedhetetlen az érvelés, amely az álláspontok igazolására szolgál. Az érvelés tipikusan egy premisszából és egy konklúzióból áll, a konklúzió maga a vitázó álláspontja, a premissza pedig az az érv vagy érvek, amellyel/amelyekkel alá kívánja

támasztani állításait (Francisca & Henkemans 1997). Ideális esetben az érvelő logikailag plauzibilis módon tényeket hoz fel álláspontja bizonyítására, így a premisszákból egyértelműen következik konklúziója. Ebből következik, hogy az érvelés erősségét a hivatkozott adatok, valamint az érv és a konklúzió közti kapcsolat is befolyásolja. Az előbbit egyszerűbben ki lehet elemezni, az utóbbihoz pedig a racionális vita szabályaival foglalkozó pragmadialektika módszertani eszköztárát hívjuk segítségül.

A pragmadialektika iskolája

Az érveléstudomány a kritikai vita lineáris modelljére támaszkodik, amely a véleménykülönbségek feloldását szolgálja egy előre meghatározott szabályrendszeren keresztül. Ebben a strukturált szabályrendszerben a pragmadialektika művelői számos érvelési sémát és a szabályok áthágásával létrejövő fallációkat, azaz érvelési hibákat határoztak meg (Eemeren et al. 2002: 182–183). Az érvelési hibák között megkülönböztetjük a formális és az informális fallációkat. Míg a formális fallációk logikai összefüggéseikben hibásak, addig az informális tévedések nem érintik a formális logika szabályait, hanem az érvelési séma helytelen használatából adódóan hibásak. Az utóbbiakat a pragmadialektika vizsgálati módszere tárja fel (Walton 1995). Ilyen tévedést jelent például a konklúzió és a premissza közti laza kapcsolat, és ilyeneket jelentenek a túlzó kijelentések vagy a nem helyesen használt hasonlatok is.

A kritikai vitamodellem elméletének kiegészítése révén jött létre a stratégiai manőverezés, amely a vitában elhangzó érveket a retorikai hatásosság és a dialektikai ésszerűség alapján vizsgálja. A stratégiai manőverezés azzal is kibővíti az iskolát, hogy a vitatkozó felek már nem pusztán a véleménykülönbségek feloldása érdekében folytatnak vitát, hanem azért is, hogy ez a feloldás az ő javukat szolgálja (Eemeren 2010: 25–28). Ez a kitétel már deskriptív módon közelíti meg az egyes kommunikatív tevékenységeket és az azokban alkalmazható prezentációs eszközöket, megjelenő hallgatói elvárásokat, valamint az érvek topikus potenciálját (Eemeren & Peng 2017: 7). Az érveknek ezért nem pusztán logikailag összefüggőnek kell lenniük, hanem retorikailag is hatást kell gyakorolniuk a vita szereplőire. A stratégiai manőverezés előfeltételezi, hogy a felek nem transzparens igazságdiskurzust folytatnak, hanem a tényektől függetlenül ellenfelüket vagy a közönséget próbálják saját álláspontjukról meggyőzni a kommunikációs mozgástérben rendelkezésre álló eszközeik (érvelési sémák, premisszák) segítségével.

Több kutatás foglalkozik a fallációk stratégiai használatával, amely során a politikusok hibás érveléseikkel igyekeznek igazolni olykor igen markáns állításukat a nyilvánosságban (Zurloni & Anolli 2010). Ebből következik tanulmányunk harmadik kutatási kérdése, az, hogy miként érvelnek a politikai szereplők a közösségi médiában. Ennek keretében megvizsgáljuk, hogy a politikusok érveléseiben megjelenő tényeket milyen forrásokra hivatkozva igazolják, illetve azt is, hogy a pragmadialektika által azonosított érvelési hibák mennyire jellemzőek a kommunikációjukra.

Fontos itt megemlíteni, hogy a politikai érveléseknek természetesen nem szükséges a pragmadialektika szabályrendszeréhez alkalmazkodniuk ahhoz, hogy az interpretációs küzdelemben hatékony eszközként szolgáljanak. Sőt sok esetben az érvelési hibák szándékos használata, például az érzelmekre apellálás vagy a személyekre fókuszáló támadás kifejezetten hatékony kommunikációs eszköznek számít (Bene 2020). Az érvelések racionalitásfókuszú normatív minőségének értékelése ettől függetlenül fontos kérdés, hiszen a politikai elitdiskurzus racionalitásának foka fontos közpolitikai és társadalmi következményekkel járhat. Ha a racionális érvelés alacsony szintet képvisel a politikai diskurzusban, akkor közpolitikai döntések is indokolhatóak hibás érvelésekkel, ami racionális érvek alapján kevésbé elfogadható döntéseket is képes legitimálni. A politikai elitdiskurzus ráadásul egyfajta mintaként is szolgál a társadalom számára, így ha bizonyos pragmadialektikailag hibás érvelések bevették és elfogadottá válnak, akkor azok a mindennapok intézményes és nem intézményes világában is az álláspontok igazolásának és a konfliktusok feloldásának jóváhagyott eszközeivé válhatnak. Ezért miközben elismerjük, hogy a meggyőzésre és a mozgósításra fókuszáló politikai logika nem a racionális érvelés szempontjait tartja szem előtt a politikai kommunikáció megszervezésekor, a pragmadialektika előíró szabályrendszere mégis alkalmazható a politikai diskurzus minőségének normatív értékelési standjardjaként. Tanulmányunkban tehát a pragmadialektikát olyan módszertani eszköznek tekintjük, amely a racionális vita normatív ideáljának felkínálásával értékelési standardot nyújt a politikusok kommunikációjának vizsgálatához.

Első lépésben azt vizsgáljuk, hogy a politikai szereplők a Facebook-bejegyzéseikben megjelenő tényszerű kijelentések igazolására milyen eszközöket használnak fel. Egy tényszerű állítás egyrészt alátámasztható adatokkal, másrészt lehet hivatkozni szakértői véleményre, illetve jogszabályokra is. Bár e források alkalmazása is lehet félrevezető, megtévesztő vagy akár hamis, a racionális vitát és mérlegelést mégiscsak elősegíti azáltal, hogy ezek ellenőrizhetőek és tényalapon megkérdőjelezhetőek lehetnek. Ezzel szemben amikor egy politikai szereplő az általa tényként közölt állítás alátámasztásaként egy egyedi jelenséget hoz fel, vagy azzal érvel, hogy az információ „közismert” és mindenki számára „magától értetődő” (egyfajta „common knowledge”), akkor a racionális vitázás lehetőségei szűkülnek. Az egyedi jelenség kevés tényállítás esetében jelent egyértelmű bizonyítékot, ráadásul könnyen szembeállítható egy, az állításnak ellentmondó másik egyedi jelenséggel. Az pedig, hogy egy tényállítást a társadalom jelentős része osztt, egyrészt nehezen ellenőrizhető, másrészt nem teszi igazgá a tényállítást. Ezért úgy véljük, az érvelés magasabb minőséget képvisel akkor, ha „tényalapra” legalábbis számot tartó forrásokat, így adatokat, szakértői véleményeket és jogszabályokat tartalmaz, mint amikor egyedi jelenségekkel és „magától értetődőségekkel” igazolják az állításokat.

Második lépésben az érvelési sémák vizsgálatához az előzetes szakirodalmi áttekintés során összegyűjtöttük a politikában leggyakrabban előforduló érvelési hibákat. Az informális tévedések az érvelés logikai hiányosságairól árulkodnak, ám számos esetben előfordul, hogy a politikai vezetők a retorikai hatásosság érdekében stratégiai célból mégis alkalmazzák őket kommunikációjukban. Az egyik vizsgált falláció az *ad hominem*ek csoportja, amelyek személy elleni támadásként is definiálhatóak. Ebben az esetben a politikus nem ellenfele érvét, hanem annak valamilyen tulajdonságát támadja, megszegve ezzel a racionális vita szabályait, és ellehetetlenítve az álláspontok felülvizsgálatát (Walton 2008: 170). Az *ad hominem* több pusztá gúnyolódásnál, ugyanis követelménye, hogy a vitapartner álláspontjára reagálva hangozzon el.

Egy másik gyakori érvelési stratégia az érzelmekre hivatkozás. A politikus elkeserítőnek vagy örömtelnek talál valamilyen történést, például „a kormányzat maffiaállamot működtet, ami rendkívül dühítő”. Ez hibás érvelésnek minősül, hiszen logikai érvek helyett érzelmekkel akar hatni a választókra (Walton 2008: 106), ám igen gyakori eszköz a politikai diskurzusban.

A harmadik frekvenciánál magasabban használt, ám hibás érv a többségre való hivatkozás, azaz *ad populum*, például „a kormányzat hazudik, hiszen senki se hisz már neki”. Itt a politikus egy igen markáns véleményt pusztán a közhangulat vélelmzésével igyekszik alátámasztani, ami értelemeszerűen nem elégséges bizonyítás (Walton 2008: 107–108).

A következő vizsgált kategória az elhamarkodott általánosítás, azaz ha egy politikus azt feltételezi, hogy ellenfele álláspontja valótlán, mert egy bizonyos társadalmi vagy politikai csoporthoz tartozik. Ez szintén érvelési hibának minősül, de a politikában gyakran hallhatunk implikált vagy explicit utalásokat erre vonatkozóan, például „a kormányzat maffiaállamot működtet, hiszen a fideszes Volner Pál kenőpénzeket vett fel.” A „csúszós lejtő” kategóriába azok az érvelések tartoznak, amelyek egy adott szituációból vezetnek le egy sor olyan következményt, amelynek valószínűsége a valóságban nagyon is csekély, az érvelő mégis elkerülhetetlennek látja őket (Walton 2008: 22). Ezek logikailag szintén nem állják meg helyüket, a politikusok mégis gyakran „fenyegetőznek” végzetes kimenetekkel.

Összességében a pragmatodialektika szabályrendszere mint módszertani eszköz lehetővé teszi a politikusok érvelésének vizsgálatát a premisszáik igazságtartalmától függetlenül. Ezzel elemezhetővé válik, hogy milyen igazolási funkciókat használva közvetítik saját politikai valóságukat a választók felé.

Módszer

A kutatás a magyarországi pártok és pártvezetők 2022-es kampány során folytatott Facebook-kommunikációját vizsgálta tartalomelemzési eszközökkel. Ebből célból a parlamentbe került pártok (Fidesz, KDNP, Demokratikus Koalíció, Jobbik, Momentum Mozgalom, MSZP, LMP, Párbeszéd) központi oldalainak, a pártok vezetőinek, valamint Márki-Zay Péter miniszterelnök-jelöltnek a kampány utolsó négy hetében, azaz 2022. március 7-e és április 3-a között közzétett posztjait töltöttük le a CrowdTangle alkalmazás segítségével. A Mi Hazánk esetében a pártelnök nem rendelkezett Facebook-oldallal, a párt oldalát pedig a kampányhajrában törölte a Facebook, így a kódolás idején már nem tudtunk hozzáférni a korábban letöltött posztokhoz sem. A letöltést napi

rendszerességgel végeztük, minden nap a megelőző nap posztjait kértük le a programból. A társelnöki rendszerrel rendelkező pártok esetében csak az egyik társelnököt vettük figyelembe, mégpedig azt, aki az adatgyűjtést megelőző héten nagyobb aktivitást mutatott a Facebookon: az MSZP-nél Kunhalmi Ágnes, az LMP-nél Kanász-Nagy Mátét, a Párbeszédnél Szabó Tímeát.

A tartalomelemzési mintába a vezetők esetében az összes közzétett poszt (N=1335), a pártok esetében pedig a közzétett posztok 50 százalékos véletlen mintája került (N=1106). Az utóbbi esetben a szűkítésre azért volt szükség, mert a pártok jóval többet posztoltak, mint a politikai vezetők. A posztokat a DigiWorld² nemzetközi kutatóhálózat kódkönyve alapján kategorizáltuk, a nemzetközileg használt kódkönyvet azonban kiegészítettük néhány további kategóriával – a jelen elemzésben elsősorban ezekre fókuszálunk. A legtöbb változónkat kétértékű álváltozóként (dummy változó) kezeltük, vagyis amennyiben az adott elem a posztban megjelenik, akkor a változó 1-es értéket, ha pedig nincs jelen, akkor 0 értéket vesz fel.

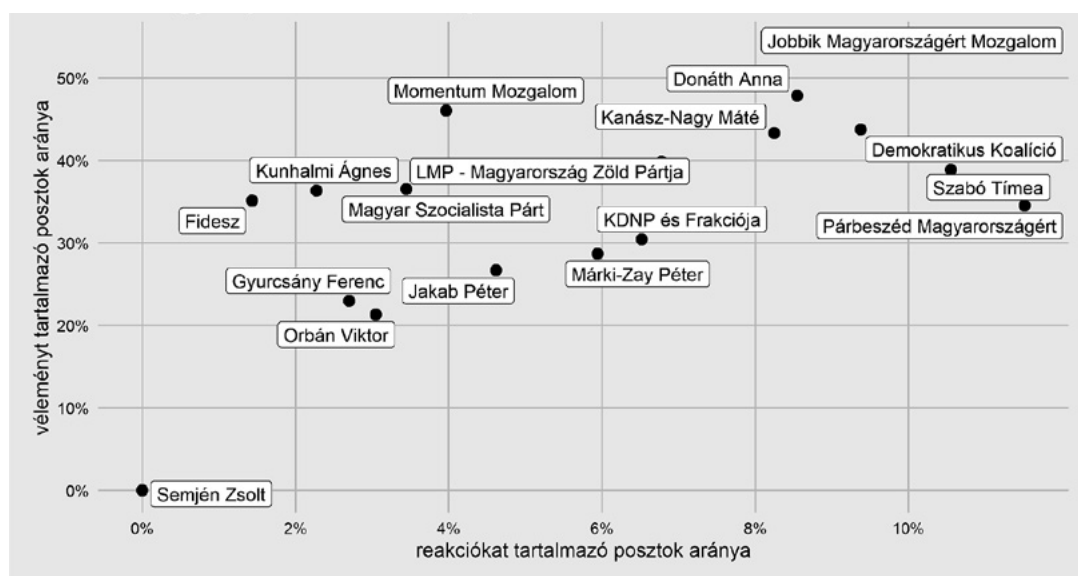
Ennek értelmében a kódolóknak rögzíteniük kellett, ha az adott poszt tartalmazta a közlétező saját véleményét, explicit reakciót más szereplő kijelentésére, a reakció jellegét (pozitív, negatív, neutrális), a felsorolt érvelési hibák valamelyikét (ad hominem, negatív érzelmi érv, pozitív érzelmi érv, ad populum, általánosítás, csúszós lejtő), illetve a tények bizonyításra használt forrást (adat, szakértő, jog, általános tudás, egyedi eset). A kódolást négy kódoló végezte április 20-a és június 30-a között. A kódolás megbízhatóságának ellenőrzésére a kódolók közötti megbízhatósági tesztet végeztünk egy 100 elemű véletlen mintán. A Brennan-Prediger kappa koefficiens a változók többségénél a magas megbízhatóságot mutató 0,8-as érték felett volt, csak a szubjektív vélemény (0,61) és az általánosítás érvelési hibájánál (0,62) ért el alacsonyabb értéket. A négy kódoló között a kódolandó anyagot véletlenszerűen osztottuk szét, így szisztematikus kódolói torzítás nem érvényesül aktorspecifikusan.

Reakciók és vélemények

Az első két kutatási kérdésünkben arra voltunk kíváncsiak, hogy a politikai szereplők saját oldalain milyen arányban jelenítenek meg szubjektív véleményeket és reakciókat a választási kampány során.

1. ábra

A véleményt tartalmazó posztok aránya a magyar pártvezetők és pártok Facebook-oldalain



2 Lásd <https://digidemo.ifkw.lmu.de/digiworld/>.

Az 1. ábrán jól megfigyelhető, hogy a szubjektív vélemények viszonylag gyakoriak, a reakciók viszont ritkábbak a pártok és a politikusok posztjaiban. Az összes vizsgált poszt csupán 6 százaléka tartalmaz reakciót, azonban 35 százalékukban fogalmaznak meg valamilyen véleményt. A vizsgált reakciók nagy többségükben negatívnak bizonyultak, a reagáló bejegyzések csupán 16 százaléka volt pozitív hangvételű, 9 százalékban pedig semlegesen reagáltak egymásra a politikusok. A vélemények minden politikusnál gyakrabban jelennek meg, mint a másokra adott reakciók, ám az eredmények alapján jelentős különbségek is látszanak az egyes politikai szereplők között. A táblázatból kimagaslik a Jobbik Magyarországért Mozgalom, amely a posztok 54 százalékában nyilvánított valamilyen véleményt, de az átlagnál kétszer gyakrabban, a bejegyzések 10 százalékánál reagált is valamilyen állításra vagy személyre. A Jobbikot Donáth Anna és a Demokratikus Koalíció oldala követi 48 és 44 százalékos vélemény/poszt arányban. A Momentum politikusa és a DK a bejegyzések 9 százalékában reagált valakire. Az ellenzéki összefogás többi szereplője is gyakran nyilvánított véleményt, a skála elején végzett a Momentum Mozgalom (46 %), Kanász-Nagy Máté (43 %), valamint az LMP (40 %) és Szabó Tímea (39 %) oldala. Az általunk vizsgált politikai vezetők és pártok közül a lista végén Semjén Zsolt található 0 reakcióval, illetve véleménnyel. Gyurcsány Ferenc 23 százalékban, Orbán Viktor pedig 21 százalékban nyilvánított véleményt posztjaiban. A DK vezető politikusa pártjánál jóval kevesebbszer, csupán a posztok 3 százalékában reagált mások véleményére, csakúgy, mint a miniszterelnök. Jakab Péter pártja Facebook-oldalával ellentétben nem sokszor nyilvánít véleményt (27 %), illetve másokra sem gyakran reagál (5 %). Márki-Zay Péter, az Egységben Magyarországért miniszterelnök-jelöltje a kampány alatt posztjainak csupán 29 százalékában fogalmazott meg saját véleményt, míg bejegyzéseinek mindössze 6 százalékában reagált mások üzeneteire.

Az adatok alapján kijelenthető, hogy az ellenzéki oldalak általánosságban nagyobb reaktivitást mutatnak kormánypárti ellenfeleiknél, ez alól leginkább a KDNP Facebook-oldala kivétel, amely a táborból kimagasló arányban közöl reakciókat (7 %) a közösségi oldalon. Az ellenzéki térfélen alulmarad viszont Gyurcsány Ferenc (3 %), a Magyar Szocialista Párt (3 %) és Kunhalmi Ágnes (2 %) Facebook-oldala: ezek ritkábban osztanak meg más politikusokra vagy pártokra adott reakciókat.

A vizsgált Facebook-oldalakból az is kiderült, hogy az ellenzéki oldalon több egyéni vélemény is megjelenik, bár a Fidesz aránylag szintén gyakran osztja meg szubjektív véleményeit a felhasználókkal (35 %). Gyurcsány Ferenc, Jakab Péter és Márki-Zay Péter oldala itt is kivételt képez: ők jóval ritkábban jelenítenek meg egyéni álláspontokat bejegyzéseikben. Figyelemre méltó, hogy a Jobbik, a DK és a KDNP esetében jelentős eltérés mutatkozik a pártoldal és a pártvezető oldala között. Mindhárom esetben a párt oldala a Facebookon sokkal argumentatívabb, míg a pártok vezetői kevésbé szorítkoznak ilyen eszközökre. Véleményközlés tekintetében a Fidesz hasonló stratégiát követ, a párt oldala sokkal gyakrabban fogalmaz meg szubjektív üzeneteket, mint maga a miniszterelnök. Ezzel szemben a Párbeszéd, az LMP és az MSZP esetében a pártvezető és a pártoldal stratégiája nagyon hasonló a véleményközlés tekintetében, a Momentum esetében pedig a pártelnök reakciói és véleményei meghaladják a pártéit is.

Ebből két eltérő kommunikációs stratégiára következtethetünk. Az egyik csoport a pártokon keresztül végzi a politikai napirend megszervezését, a vezetők pedig egy kevésbé argumentatív kommunikációt folytatnak, míg bizonyos szereplőknél a párt és a pártvezetők párhuzamosan közvetítik a véleményt és a reakciókat.

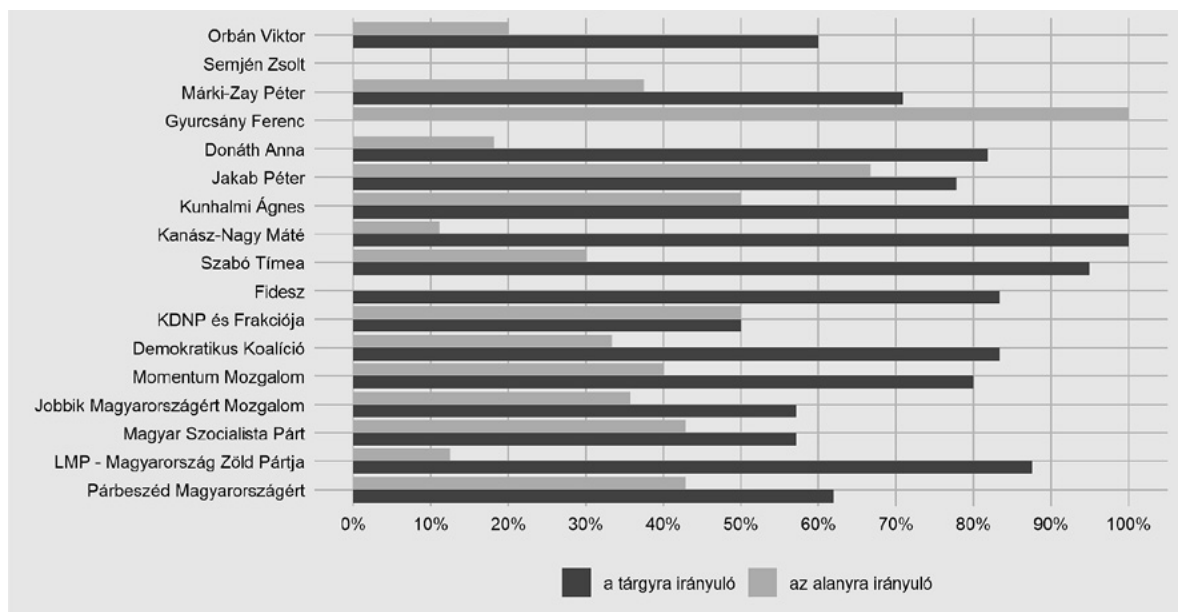
A politikus reagál: alany vagy állítmány?

A 2. ábra a reakciót tartalmazó Facebook-posztokon belül megkülönbözteti, hogy a reagáló párt vagy politikus egy adott véleményre vagy a véleményt közlő személyre reagál. Az eredmények a harmadik kutatási kérdésünk szempontjából is fontosak, ha ugyanis a vitázó ellenfele álláspontja helyett annak személyre reagál, érvelési hibát követ el a pragmadialektikai megközelítés értelmében. Összességében megállapítható, hogy ha egy politikai szereplő reagál valamilyen véleményre, akkor túlnyomóan inkább a tartalmával szemben fogalmaz meg kritikát, mintsem a közlővel szemben. Ez azért is különösen érdekes eredmény, mert a politikában a személyeskedés igen gyakori jelenség, így azt feltételezhetnénk, hogy a politikusok a közösségi médiában folytatott argumentáció során is többször kritizálják ellenfelüket, mint annak véleményét, A reakciók terén kifejezetten aktív Szabó Tímea, Donáth Anna, az LMP és a Demokratikus Koalíció, vagy éppen Kanász-Nagy Máté szinte

mindig reagál a közlő álláspontjára, és viszonylag ritkán támadja magát a közlőt. A közlő álláspontjára reagál nagymértékben a kevesebb reakcióval operáló Kunhalmi Ágnes, a Momentum vagy éppen a Fidesz is, az utóbbi talán meglepő módon kizárólag a tartalmi reagálásra hagyatkozott. A közlő bírálata leginkább Gyurcsány Ferencre jellemző, akinek kevés reakciója mind ilyen jellegű volt, valamint Jakab Péterre, de Kunhalmi Ágnes és a KDNP is gyakran személyeskedik a tartalmi kritikák mellett.

2. ábra

A reakciókat tartalmazó posztokon belül a tárgyra és az alanyra irányuló reakciók aránya



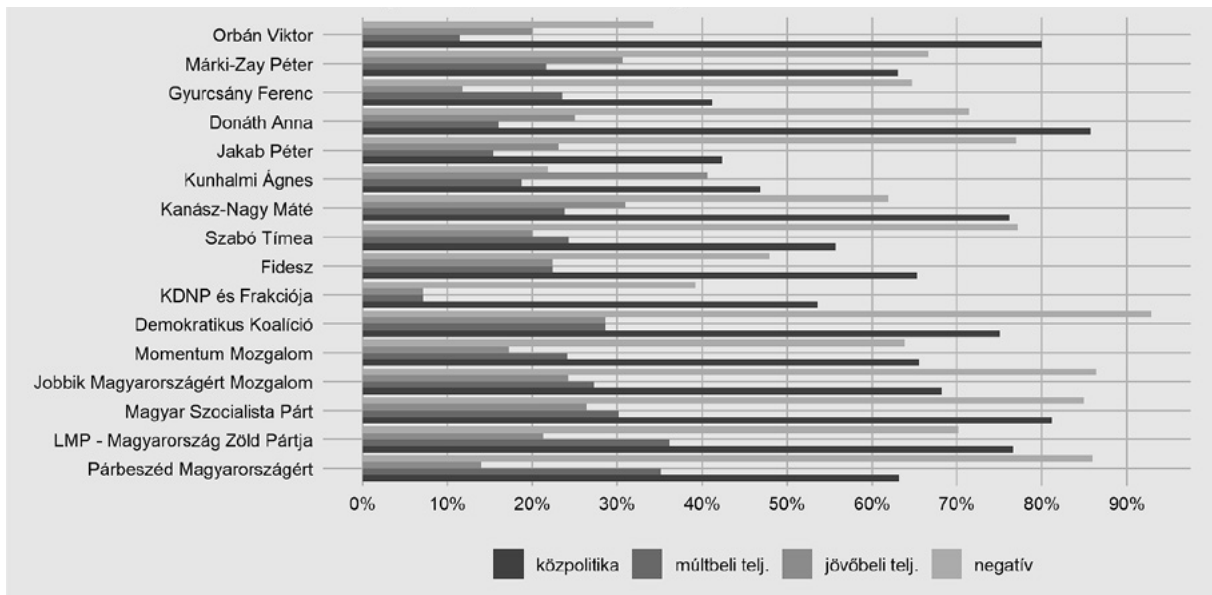
Bár az ábra szerint a politikusok kevésbé reagálnak egymás személyére, mint a másik álláspontjára, érdemes megkülönböztetni ezt a reakciótípust az ad hominem érveléstől. Az előbbit csak explicit reakciók esetében vizsgáltuk, ezért az ellenfél személyének bírálata akkor ritka, amikor kifejezetten az általa mondottakra reagál a politikai szereplő. Az ad hominem kifejezetten egy érvelési hiba, ami akkor történik, ha egy érvelés közben az adott politikus nem ellenfele álláspontját, hanem annak személyét támadja – ebben az esetben nem szükséges, hogy a személyes támadás konkrét reakció formáját vegye fel, a politikai ellenfél általánosságban is bírálható az érvelés részeként. Mindenesetre eredményeink alapján megállapítható, hogy a politikai szereplők viszonylag ritkán reagálnak egymásra a közösségi médián, de ha ezt megteszik, akkor inkább az álláspontot helyezik fókuszba a másik személye helyett.

Miről panaszkodnak a politikusok?

A 3. ábrán azt vizsgáltuk meg, hogy a Facebookon közzétett szubjektív véleményekben milyen arányban jelennek meg közpolitikával kapcsolatos bírálatok, múltbeli teljesítmények értékelései és jövőbeli prognózisok, valamint hogy ezek a vélemények mennyire negatívak. A pártok és a politikusok átlagosan a véleményt tartalmazó bejegyzések 66 százalékában fogalmaznak meg negatív véleményt. Az ellenzéki oldalak jóval negatívabbak a kormánypártiaknál, Orbán Viktor, a Fidesz és a KDNP szubjektív bejegyzéseinek kevesebb mint 50 százalékában található negatív vélemény, ezzel szemben a szakpolitikával kapcsolatos vélemények magasabb arányban jelennek meg. Az amúgy is sok véleményt közzé Donáth Anna és Kanász-Nagy Máté szintén túlnyomó részben szakpolitikákkal kapcsolatos álláspontokat fogalmaz meg. A táblázat alapján a legnegatívabb véleményen lévő politikai szereplő az online térben a Demokratikus Koalíció, de nem sokkal marad le tőle a Párbeszéd és az MSZP oldala sem.

Érdekes adat még, hogy a múltbeli és a jövőbeli teljesítmény értékelése mindegyik politikai oldalon ritkábban kap helyet. A múlttal és a jövővel kapcsolatban is átlagosan a szubjektív posztok 23 százalékában fejtik ki véleményüket a politikai szereplők.

3. ábra
A véleményt tartalmazó posztokon belül a közpolitikára, a kritikára,
a múltbeli és a jövőbeli teljesítményre irányuló posztok aránya



Az előző két ábrából arra következtethetünk, hogy a politikusok személyi kérdések helyett az online térben szakpolitikákat vitatnak meg, erőteljes kritikai éllel. Azonban a véleménynyilvánítás csak az egyik részét képezi az álláspontok prezentálásának. Minden érvelés a konklúzióból és a premisszából tevődik össze, így azt is szükséges megvizsgálni, hogy a politikusok milyen érvekkel támasztják alá saját véleményüket, legyen az negatív vagy pozitív, szakpolitikára vagy személyre irányuló.

Fallációk mindenhol

Az első táblázat az érvelési hibák jelenlétét vizsgálja a politikai szereplők kommunikációjában. Harmadik kutatási kérdésünk arra irányult, hogy a politika szereplői milyen arányban alkalmaznak érvelési fallációkat az online térben véleményeik prezentálása során. Összességében a vizsgált fallációk alacsony mértékben vannak jelen a Facebook-bejegyzésekben. A leggyakoribbak a személy elleni érvelések, azaz az ad hominemek, amelyek az összes vizsgált bejegyzés 23 százalékában felbukkantak, majd ezt követi az érzelmekre apellálás, ahol a politikusok negatív érzelmekkel 10 százalékban, a pozitívakkal pedig 6 százalékban próbáltak hatni a választókra. Ezek az eredmények tehát azt mutatják, hogy ha az explicit reakciókban ritkább is a személyeskedés, azért általánosságban igencsak gyakran használt kommunikációs eszközről van szó. Az ad populum, vagyis a közvéleményre való hivatkozás és a csúszos lejtő érvelés 2–2 százalékban jelent meg a kampány alatt közzétett Facebook-posztokban, az általánosítást pedig mindössze ezek 0,7 százalékában alkalmazták a politikai szereplők. Az ábra alapján az ellenzéki oldalon jóval magasabb a fallációk száma, míg a kormánypártok és vezetők csupán egy helyen lépik át a 10 százalék feletti értéket (a Fidesz bejegyzéseiben 10 százalékában használ ad hominemet) – bár az 1. ábra alapján azt is tudjuk, hogy az ellenzéki oldalak általánosságban gyakrabban is fejtik ki szubjektív véleményüket, azaz több érveket tartalmazó posztjuk is van.

1. táblázat

Érvelési fallációk aránya a magyar pártvezetők és pártok Facebook-oldalainak bejegyzéseiben

oldal neve	ad hominem	pozitív érzelmi	negatív érzelmi	ad populum	általánosítás	csúszos lejtő	N
1 Orbán Viktor	4.9%	6.1%	1.8%	2.4%	0.0%	0.6%	164.00
2 Semjén Zsolt	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	29.00
3 Márki-Zay Péter	20.7%	6.7%	6.5%	1.6%	0.5%	2.1%	387.00
4 Gyurcsány Ferenc	17.6%	2.7%	8.1%	0.0%	1.4%	0.0%	74.00
5 Donáth Anna	34.2%	4.3%	9.4%	2.6%	0.0%	5.1%	117.00
6 Jakab Péter	17.9%	6.2%	8.7%	3.1%	1.5%	1.0%	195.00
7 Kunhalmi Ágnes	8.0%	13.6%	3.4%	1.1%	0.0%	2.3%	88.00
8 Kanász-Nagy Máté	19.6%	6.2%	14.4%	5.2%	1.0%	5.2%	97.00
9 Szabó Tímea	32.8%	10.0%	15.0%	1.7%	2.2%	0.6%	180.00
10 Fidesz	10.0%	6.5%	7.5%	1.8%	0.0%	1.1%	279.00
11 KDNP és Frakciója	8.7%	8.7%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	92.00
12 Demokratikus Koalíció	40.6%	4.7%	15.6%	4.7%	1.6%	4.7%	64.00
13 Momentum Mozgalom	31.7%	7.1%	16.7%	7.1%	0.0%	2.4%	126.00
14 Jobbik Magyarországért Mozgalom	53.3%	4.9%	20.5%	2.5%	0.8%	2.5%	122.00
15 Magyar Szocialista Párt	28.3%	3.4%	9.7%	2.8%	0.0%	2.8%	145.00
16 LMP Magyarország Zöld Pártja	22.0%	6.8%	8.5%	1.7%	0.8%	3.4%	118.00
17 Párbeszéd Magyarországért	40.0%	4.2%	13.3%	1.8%	1.2%	3.6%	165.00
18 Total	23.0%	6.3%	9.5%	2.3%	0.7%	2.1%	0.00

Az adatsorból feltűnően kimagaslik a Jobbik Magyarországért Mozgalom az ad hominemek tekintetében 53 százalékkal, azt követi a Demokratikus Koalíció 41 százalékkal, valamint a Párbeszéd Magyarországért 40 százalékkal. Donáth Anna (34 %) és Szabó Tímea (33 %) szintén gyakran használja a személyeskedő érvelési hibát. A Jobbik (21 %), a Momentum (17 %), a DK (16 %), valamint a Párbeszéd (13 %) a negatív érzelmekre apellálást is gyakran használja bejegyzéseiben, míg Kunhalmi Ágnes (14 %) és Szabó Tímea (10 %) a pozitív érzelmekre is hangsúlyt fektet, bár az utóbbi esetében szintén inkább a negatív érzések domináltak (15 %).

Az eredményeket összehasonlítva az első ábra adataival megállapítható, hogy a véleményközlések mértékével az érvelési hibák mennyisége is nő. Azok a pártok és vezetők, amelyek és akik gyakrabban nyilvánítanak véleményt, több fallációt is használnak a Facebookon. Ha a második ábrával hasonlítjuk össze az érvelési hibák táblázatát, akkor az derül ki, hogy egyes politikusok nagyobb arányban használnak ad hominemet érvelésükben, mint ahányszor a személyekre reagálnak. Ez az eltérés azért lehetséges, mert egyes bejegyzések nem minden alkalommal tartalmaztak reagálásokat konkrét véleményekre, hanem a szereplők saját álláspontjuk igazolására használják a személy elleni érvelési hibát. Az aránylag nagyobb arányban személyre reagáló posztokat produkáló politikusok, mint például Gyurcsány Ferenc, Kunhalmi Ágnes vagy Jakab Péter körében alacsony az ad hominemek száma, ám ez azzal is magyarázható, hogy reakcióik összességében alacsonyabbak a többi párt és vezetők megnyilvánulásaihoz képest.

Kevés a ténszerű hivatkozás

Harmadik kutatási kérdésünkben nemcsak arra voltunk kíváncsiak, hogy hogyan érvelnek a politikusok, hanem arra is, hogy mivel. A 2. táblázatban látható százalékpontok azt mutatják meg, hogy a pártok és vezetők milyen arányban hivatkoznak adatokra, szakértőkre, jogszabályokra, általános tudásra vagy egyedi esetekre érveléseik során. Az ábrából az látszik, hogy a politikusok viszonylag kevés esetben hoznak fel tényalapú forrásokat érveléseik alátámasztására, viszont az ellenzéki szereplők általánosságban gyakrabban igazolják állításait ilyenekkel, mint kormánypárti társaik. A leggyakoribb az egyedi esettel való példalózás volt, amelyet a Párbeszéd Magyarországért (22 %), a Jobbik Magyarországért Mozgalom (18 %) és Szabó Tímea (17 %) alkalmazott a legtöbbször, viszont Donáth Anna (12 %), a Demokratikus Koalíció (9 %) a Magyar Szocialista Párt (10 %) és a Momentum (10 %) is relatíve

gyakran használta a többiekhez képest. Adatokkal leggyakrabban az MSZP (14 %), Donáth Anna (12 %), az LMP (11 %), Kanász-Nagy Máté (9 %) és Szabó Tímea (8 %) érvelt.

2. táblázat
A különböző típusú tényeket alátámasztó források aránya
a magyar pártvezetők és pártok Facebook-oldalainak bejegyzéseiben

oldal neve	adatok	szakértők	jog	általános tudás	egyedi eset	N
1 Orbán Viktor	2.4%	0.0%	0.0%	1.2%	2.4%	164.00
2 Semjén Zsolt	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	29.00
3 Márki-Zay Péter	3.9%	1.0%	0.8%	0.5%	7.5%	387.00
4 Gyurcsány Ferenc	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.7%	74.00
5 Donáth Anna	12.0%	4.3%	0.0%	2.6%	12.0%	117.00
6 Jakab Péter	0.5%	0.0%	0.5%	1.5%	6.2%	195.00
7 Kunhalmi Ágnes	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	5.7%	88.00
8 Kanász-Nagy Máté	9.3%	1.0%	0.0%	2.1%	7.2%	97.00
9 Szabó Tímea	8.3%	0.0%	0.6%	1.1%	16.7%	180.00
10 Fidesz	4.7%	0.4%	1.1%	1.4%	4.3%	279.00
11 KDNP és Frakciója	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	92.00
12 Demokratikus Koalíció	6.2%	0.0%	0.0%	3.1%	9.4%	64.00
13 Momentum Mozgalom	5.6%	1.6%	1.6%	0.8%	10.3%	126.00
14 Jobbik Magyarországért Mozgalom	5.7%	0.8%	0.8%	3.3%	18.0%	122.00
15 Magyar Szocialista Párt	13.8%	1.4%	0.7%	0.7%	10.3%	145.00
16 LMP Magyarország Zöld Pártja	11.0%	3.4%	4.2%	2.5%	7.6%	118.00
17 Párbeszéd Magyarországért	6.7%	0.0%	3.0%	1.2%	21.8%	165.00
18 Total	5.7%	0.8%	0.9%	1.3%	9.0%	0.00

Az első és a második táblázat összehasonlításából az látszik, hogy a pártok és vezetőik gyakrabban használnak érvelési hibákat, mint forrásokat véleményük alátámasztására, ám az utóbbit is azon szereplők alkalmazzák a leggyakrabban, akik eleve argumentatívan kommunikálnak az online nyilvánosságban. Bár az ellenzéki pártok és vezetőik gyakrabban hivatkoznak tényeket, több fallációt is használnak érveléseik során.

Összegzés

A kutatás eredményeiből érdekes kép rajzolódik ki a pártok és vezetőik Facebookon történő kommunikációjából. A tanulmány elején megfogalmazott első két kérdésünkben arra voltunk kíváncsiak, hogy a politikai vezetők nyilvánítanak-e véleményt különböző ügyekben, valamint reagálnak-e mások véleményeire. A választási kampányban a vizsgált posztok 35 százaléka tartalmazott valamilyen véleményt, a reakciók pedig csupán kevesebb mint 6 százalékát alkották a bejegyzéseknek. Ennek ellenére megállapíthatunk néhány jellegzetességet az online argumentációra vonatkozóan. A véleménynyilvánítások és a reakciók terén az ellenzéki pártok oldalai vezették a listát: nemcsak a kormánypárti politikusoknál és pártoknál voltak argumentatívabbak, hanem saját vezetőiket is sok esetben megelőzték a skálán. Ez egy tudatos kommunikációs stratégiáról is árulkodhat, amelyben a politikusok a pártok oldalain keresztül igyekeznek közvetíteni véleményüket és megszervezni a politika napirendjét,

míg saját oldalukon kevésbé argumentatívan tudnak kommunikálni a választókkal. Ezt támasztja alá az is, hogy a legfontosabb politikai vezetők – a két miniszterelnök-jelölt, valamint a két legnagyobb ellenzéki párt elnöke, Gyurcsány Ferenc és Jakab Péter – meglehetősen visszafogott volt mind a véleménynyilvánítás, mind a reakciók terén.

A másik fontos megfigyelés az, hogy a politika szereplői, még ha gyakran hibásan is, de az online térben is használnak érveket álláspontjuk igazolására. Az adatok alapján a legnagyobb arányban véleményt nyilvánító szereplők használnak ugyanis a leggyakrabban érvelési hibákat, vagy használnak hivatkozásokat bejegyzéseikben. Ez azt jelenti, hogy amikor szubjektív álláspontot közölnek, akkor is megérvelik mondanivalójukat, még ha a konklúzió és a premissza közti kapcsolat hibás is, vagy nincs tényekkel kellően alátámasztva. Ez alapján beszélhetünk egy, a Facebookon is jelen lévő bizonyítási kényszerről, viszont ez nem elégséges ahhoz, hogy az érvek plauzibilisek legyenek a pragmadialektika szempontjából. Az is lehetséges, hogy az adott politikus vagy párt stratégiaileg használ fallációkat, ahelyett, hogy adatsorokat vagy szakértőket idézne álláspontja alátámasztására, hiszen ez a Facebookon nagyobb retorikai hatást tud kiváltani a választókból.

A kutatásból az is kiderül, hogy amikor személyes véleményt közölnek a pártok és vezetőik, azok legtöbbször igen negatívak. Ez persze a leginkább az ellenzéki térféltre jellemző, az azonban általánosságban elmondható, hogy minden párt és pártvezető szeret közpolitikával kapcsolatban véleményt megfogalmazni. Szintén érdekes megfigyelés, hogy bár a politikusok személyére adott reakciók és az összes reagálás általánosságban elhanyagolható mértékben van jelen a vizsgált bejegyzésekben, mégis a leggyakoribb falláció a személy elleni érvelési hiba. Ebből arra következtethetünk, hogy a politikusok nem egymásra reagálnak az online térben, hanem pusztán saját álláspontjuk bizonyítására használják fel politikai ellenfeleik gyalázását.

A hagyományos vitamodellek felől vizsgálva a politikai elitek szintjén zajló Facebook-diskurzus vegyes képet mutat. A politikai szereplők alapvetően nagy arányban kommunikálják saját szubjektív véleményüket, ráadásul elsősorban közpolitikai témában, főként kritikus éllel. Érvelési hibák azonban jelen vannak ezekben a véleményekben. A leginkább az *ad hominem* érvelés jellemzi a magyar politikai diskurzust, az állítások igazolására pedig sokkal inkább egyedi jelenségeket használnak fel a politikai szereplők, semmint tényalapú forrásokat. A többi megkülönböztetett érvelési hiba azonban meglehetősen ritka. Lényeges korlát azonban, hogy e szubjektív vélemények között kevés a párbeszéd, a politikai szereplők meglehetősen ritkán reagálnak egymás kijelentéseire. Ha viszont ezt megteszik, akkor a szubsztantív, a tartalmat érő, elsősorban kritikai reakció a jellemző, nem pedig a diskurzust egyébként meghatározó személyeskedés. Fontos azt is megjegyezni, hogy bár az általános mintázatokban sok hasonlóság látszik a politikai szereplők között, a mérték tekintetében azért jelentős különbségek is megfigyelhetők. Az ellenzéki politikai oldalak általánosságban argumentatívabb-reaktívabb, ugyanakkor több érvelési hibát is tartalmazó Facebook-kommunikációt folytatnak, mint a kormánypárti oldalak – bár az eredmények számos kivételre is rávilágítanak ebből a szempontból. Összességében tehát azt mondhatjuk, hogy a hagyományos vitamodellek perspektívájából a legnagyobb hiányosság a reakciók alacsony és az *ad hominem* érvelések túl magas aránya – ha ezeken a területeken változás menne végbe, akkor a Facebook, ha korlátozottan is, de alkalmas terepet biztosítana a politikai-közéleti viták politikai elitek közötti lefolytatására.

Irodalom

Bajomi-Lázár Péter (2020): *A patrónusi-kliensi médiarendszer – Magyarország 2010–2018*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Bene Márton (2020): *Virális politika. Politikai kommunikáció a Facebookon*. Budapest: L'Harmattan.

Blassnig, Sina, Büchel, Florin, Ernst, Nicole & Sven Engesser (2018): Populism and Informal Fallacies: An Analysis of Right-Wing Populist Rhetoric in Election Campaigns. *Argumentation* vol. 33, pp. 107–136, <https://doi.org/10.1007/s10503-018-9461-2>.

Bódi Jenő, Polyák Gábor & Urbán Ágnes (2022): Az álhír fogalmának átalakulása a közszolgálati híradóban. *Médiakutató*, 23. évf. 1. sz. 7–26 o.

Bronstein, Jenny (2013): Like me! Analyzing the 2012 Presidential Candidates' Facebook Pages". *Online Information Review*, vol. 37, no. 2, pp. 173–192, 10.1108/OIR-01-2013-0002.

- Eemeren, Frans H. van (2010): *Strategic Maneuvering in Argumentative Discourse*. Amsterdam-Philadelphia: John Benjamins, <http://dx.doi.org/10.1075/aic.2>.
- Eemeren, Frans H. van & Wu Peng (2017): *Contextualizing Pragma-Dialectics, Argumentation in Context*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Eemeren, Frans H. van, Francisca, Arnolda, Henkemans, Snoek & Rob Grootendorst (2002): *Argumentation Analysis, Evaluation, Presentation*. New York: Routledge.
- Eemeren, Frans H. van & Rob Grootendorst (1984): Speech Acts in Argumentative Discussions: A Theoretical Model for the Analysis of Discussions Directed Towards Solving Conflicts of Opinion. *Studies of Argumentation in Pragmatics and Discourse Analysis*. vol. 1, <https://doi.org/10.1515/9783110846089>.
- Farkas Xénia & Bene Márton (2021): Images, Politicians, and Social Media: Patterns and Effects of Politicians' Image-Based Political Communication Strategies on Social Media. *International Journal of Press/Politics*, vol. 26, no. 2, pp. 119–142, <https://doi.org/10.1177/1940161220959553>.
- Farkas Xénia & Szabó Gabriella (2021): Libernyákok és OIG. Modortalanság a politikai kommunikációban. *Politikatudományi Szemle*, 30. évf. 1. sz. 60–81. o., <https://doi.org/10.30718/POLTUD.HU.2021.1.60>.
- Francisca, Arnolda & Snoeck Henkemans (1997): *Analysing Complex Argumentation: The Reconstruction of Multiple and Coordinatively Compound Argumentation in a Critical Discussion* (2nd ed.). Amsterdam: SicSat.
- Gerodimos, Roman & Jákup Justinussen (2015): Obama's 2012 Facebook Campaign: Political Communication in the Age of The Like Button. *Journal of Information Technology & Politics*, vol. 12, no. 2, pp. 113–132, <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.982266>.
- Graham, Todd, Broersma, Marcel, Hazelhoff, Karin & Guido van't Haar (2013): Between Broadcasting Political Messages and Interacting With Voters: The Use of Twitter During The 2010 UK General Election Campaign. *Information, Communication & Society*, vol. 16, no. 5, pp. 692–716, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.785581>.
- Heiss, Raffael, Schmuck, Desiree & Jörg Matthes (2019): What Drives Interaction in Political Actors' Facebook Posts? Profile and Content Predictors of User Engagement and Political Actors' Reactions. *Information, Communication & Society*, vol. 22, no. 10, pp. 1497–1513, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1445273>.
- Hemsley, Jeff, Stromer-Galley, Jennifer, Semaan, Bryan & Sikana Tanupabrungsun (2018): Tweeting to the Target: Candidates' Use of Strategic Messages and @Mentions on Twitter. *Journal of Information Technology & Politics*, vol. 15, no. 1, pp. 3–18, <https://doi.org/10.1080/19331681.2017.1338634>.
- Jackson, Nigel & Darren Lilleker (2011): Microblogging, Constituency Service and Impression Management: UK MPs and the use of Twitter. *The Journal of Legislative Studies*, vol. 17, no. 1, pp. 86–105, <https://doi.org/10.1080/13572334.2011.545181>.
- Körösényi András, Illés Gábor & Gyulai Attila (2020): *Az Orbán-rezsim – A plebiszciter vezérdemokrácia elmélete és gyakorlata*. Budapest: Osiris Kiadó és Szolgáltató Kft.
- Patkós Veronika (2019): *Szekértáborharc: eredmények a politikai megosztottság okairól és következményeiről*. Budapest: MTA TK & Napvilág Kiadó.
- Rinke, Eike Mark (2016): The Impact of Sound-Bite Journalism. *Journal of Communication*, vol. 66, no. 4, pp. 625–645, <https://doi.org/10.1111/jcom.12246>.
- Samuel-Azran, Tal, Yarchi, Moran & Dadi Wolfsfeld (2015): Aristotelian Rhetoric and Facebook Success in Israel's 2013 Election Campaign. *Online Information Review*, vol. 39, no. 2, pp. 149–162, <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2014-0279>.
- Schlett István (2018): *A politikai gondolkodás története Magyarországon 1*. Budapest: Századvég Kiadó.
- Szabó Márton (2003): *A diszkurzív politikatudomány alapjai. Elméletek és elemzések*. Budapest: L'Harmattan Kiadó.
- Vaccari, Cristian & Augusto Valeriani (2021): *Outside the Bubble. Social Media and Political Participation in Western Democracies*. New York: Oxford University Press.
- Walton, Douglas (1995): *A Pragmatic Theory of Fallacy. Studies in Rhetoric and Communication*. Alabama: University of Alabama Press.

Walton, Douglas (2008): *Informal Logic: A Pragmatic Approach*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.

Zurloni, Valentino & Luigi Anolli (2010): Fallacies as Argumentative Devices in Political Debates. In: Poggi, Isabella, D'Errico, Francesca, Vincze, Laura & Alessandro Vinciarelli (eds.): *Multimodal Communication in Political Speech. Shaping Minds and Social Action*, pp. 245–257. Lecture Notes in Computer Science, vol. 7688. Berlin, Heidelberg: Springer, 10.1007/978-3-642-41545-6_18.

Juhász Vanessza az ELTE Állam- és Jogtudományi Kara Politikatudományi Doktori Iskolájának doktorandusza. Kutatási területe a politikai érvelés és vitakultúra. A Bibó István Szakkollégium nevelőtanára. Alapszakos tanulmányait az ELTE ÁJK Politológia szakán végezte, mesterdiplomáját pedig a Budapesti Műszaki- és Gazdaságtudományi Egyetem Kommunikáció- és Médiatudomány szakán szerezte. Email: juhaszvanessza96@gmail.com

Bene Márton a Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Intézetének tudományos főmunkatársa és az ELTE ÁJK egyetemi adjunktusa. Kutatásai politikai kommunikációval, politikai viselkedéssel és a közösségi média politikai hatásaival foglalkoznak. Email: bene.marton@tk.hu