



A KÖZÖSSÉGI MÉDIA KÖZIGAZGATÁSI ALKALMAZÁSÁNAK LEHETŐSÉGEI ÉS AZOK MÉRHETŐSÉGE

VARGA FERENC* 

* PhD hallgató, Károli Gáspár Református Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar. E-mail: varga.ferenc@kre.hu

Absztrakt

A tanulmány a közösségi média közigazgatásban való alkalmazásának mérési lehetőségeivel foglalkozik, kezdve az amerikai kormányzati szervek közösségimédia-alkalmazásának kezdeti gyakorlatával, áttekintve annak hiányosságait és esetleges nehézségeit, ami elvezetett egy mérési keretrendszer koncepciójához. Ezt követően – a kapcsolattartási szintek fejlődésén és azokhoz kapcsolódó egyes példákon keresztül – az angolszász (elsősorban az angliai) önkormányzati tapasztalatok, majd a nyugat-európai önkormányzatok körében végzett közösségimédia-jelenlét mérési eredményei kerülnek bemutatásra. Végül a kelet-közép európai önkormányzatok Facebook használatával kapcsolatos mérési tapasztalatok összefoglalására kerül sor, két országra vonatkozóan.

Kulcsszavak

közösségi média, mérés, mérési keretrendszer, kormányzat, önkormányzat

Abstract

The paper focuses on the measurement of the use of social media in public administration, starting with the initial practice of social media use in US government agencies, reviewing its shortcomings and potential difficulties, leading to the concept of a measurement framework. This is followed by a discussion of the experience of Anglo-Saxon local government (mainly in England) through the development of contact levels and some examples of these, and then the results of measurement of social media presence among Western European local governments. Finally, a summary of the measurement experience of Facebook use by local authorities in Central and Eastern Europe is presented for two countries.

Keywords

social media, measurement, framework, government, local government

1. Bevezetés és háttér

A Pew Research Centre felmérése (Perrin, 2015) szerint 2005-ben az internetező amerikai felnőttkorúak 10%-a, 2008-ra a 35%-a rendelkezett legalább egy közösségimédia-profillal, melynek kétharmada városi lakos, egyharmada vidéki lakos volt. 2008-ban a 301 millió¹ Egyesült Államok 180 millió felnőtt lakosságának (UN Population Division, 2022) 74%-a (ITU, 2008), azaz 133 millió fő használta az internetet, amelyből 47 millió fő tehát rendelkezett legalább egy közösségimédia-profillal. Látható, hogy a Web 2.0 technológia elterjedése a potenciális ügyfelek (és választók) körében egyértelmű hatással lehet a közszférára is, hiszen egy-egy állami szerv vagy személy céljai elérése érdekében használatukkal célzottabb, nagy tömegeket elérő kommunikációt folytathat. Ez egyrészt nagymértékben növeli az átláthatóságot, hiszen ahol kötelező (USA), vagy saját elhatározásból alkalmazzák a kormányok, soha nem látott mértékű átláthatósági követelményekkel szembesülnek a közvetlen és azonnali kétirányú kommunikáció révén, amelyeket a közösségi platformokat használó, önszerveződő digitális közösségek tovább ösztönöznek (Chun et al., 2010). Másrészt elősegítheti a polgárokkal és közösségekkel való párbeszédet, az együttműködést és a részvételt. Ily módon bővíthet a résztvevők száma, támogatás biztosítható egy cél számára, valamint identitás és bizalom teremthető (Strandberg, 2006), így kifejezetten alkalmas pl. politikai kampányhasználatra (Dixon, 2010, 435), de képes növelni a polgárok részvételét a közszféra folyamataiban, beleértve a szakpolitikák kidolgozását és végrehajtását is. Harmadrészt javíthatja a közszolgáltatások minőségét (Osimo, 2008), és végül: a szervezeteken belüli szakértők felhasználásával e platformok segíthetik a tudásmentés és a hatóságok közötti együttműködés javítását is (Nisar et al., 2019).

Az ebben rejlő lehetőségeket a központi közigazgatási szervek, ezen belül is főként a politikai szereppel bíró személyek a 2000-es évek elején fedezték fel, így ezek közigazgatási alkalmazhatóságát is politikai gyökerek határozzák meg (Csáki, 2006). Merkovity (2009) elemzésében fejti ki, hogy Barack Obama 2008-as elnöki kampányát nagymértékben a közösségi oldalakra helyezte, tudatos közösségimédia-használattal, melyet Nyílt Kormányzati Kezdeményezésével (a továbbiakban: Memorandum) a központi szervezetek számára is kötelezővé tett (Obama, 2009). Az e-kormányzat szellemében kelt Memorandum rendelkezései alapján ezen innovatív technológiák bevezetése három különböző célt szolgált: (1) az átláthatóság növelése, (2) a szervezetek közötti és a szervezeten belüli együttműködés támogatása és (3) a nyilvánosság részvétele és bevonása innovatív formáinak lehetővé tétele (Zients, 2010). A közösségimédia-alkalmazások ezredfordulót követő évekre jellemző használata a közszférában a kormányzati információs és kommunikációs technológiák (IKT) alkalmazásának ötödik hullámaként definiálható, a nagyszámítógépek (1950-1960-as évek), a központi időmegosztó rendszerek (1970-1980-as évek), a miniszámítógépek és a helyi hálózatok (1980-1990-es évek) és az online e-szolgáltatások (1990-2000-es évek) időszakát követően (Bretschneider & Mergel, 2011, 192).

Bretschneider és Mergel (2011, 199) rávilágított, hogy a Memorandum hatására a közösségimédia-technológiák alkalmazása az amerikai szövetségi kormányzati szervek körében gyors ütemben terjedt, hiszen kötelezővé tette számukra, ugyanakkor annak sikeres használatát segítette a közösségi szolgáltatások polgárok körében megnövekedett használata is, valamint az az igény, hogy az információk a lehető legrövidebb úton eljussanak a címzettekhez céljaik elérése érdekében (Doll & Torkzadeh, 1987). Természetesen e jelenségnek, mint az IKT-k bármely új hullámának a megjelenése a kormányzati hatékonyság és eredményesség szempontjából elő-

¹ <https://www.census.gov>

nyökkel járó várakozásokat, de kihívásokat is hozott magával. Bár a közösségi platformok demokratizáló hatással bírnak, hiszen lehetőséget biztosít véleményük kifejtésére azoknak is, akik eddig nem, vagy csak korlátozottan vettek részt a politikai döntéshozatalban (Shirky, 2011), ugyanakkor az is igaz, hogy az ezen keresztül végzett „közvélemény kutatással” könnyebb visszaélni, esetleg téves következtetéseket levonni (Lin et al., 2011).

A Gallup (2023) felmérése szerint 2010-re az amerikai állampolgárok csak kb. 10%-a szavazott bizalmat a hivatalos kormányzati hírforrásoknak, figyelmük jobbra a közösségi oldalakon közzétett, „társadalmilag ellenőrzött információk és hírek” felé fordult (Pew Research Center, 2010). Figyelemre méltó, hogy – bár az intenzív polgári használat mellett a közigazgatás intézményei lassabban váltak a közösségi oldalak „hírforrásaivá” – már 2012 májusára az amerikai szövetségi kormány 698 minisztériuma és hivatalaik 488 Facebook-oldalt, 363 Twitter-fiókot, 247 YouTube-csatornát és 71 Flickr-fiókot hoztak létre tartalmaik népszerűsítésére és az állampolgárokkal való kapcsolattartásra (Mergel, 2013b). Csak a Védelmi Minisztérium „égisze alatt” 2468 Facebook-oldal, 653 Twitter-fiók, 448 YouTube-csatorna és 427 Flickr-fiók jött létre. Ez persze nem azt jelenti, hogy a kormányzati hivatalok felcserélték volna az általuk ellenőrzött és működtetett hivatalos csatornáikat harmadik felek által fenntartott felületekre, inkább csak nyitottak a közösségi felületek napi rutinszerű használata iránt (Dunn, 2010). Egyrészt a meglévő tartalmak újabb csatornákon történő terjesztése céljával, másrészt annak érdekében, hogy az állampolgári visszajelzések révén mérni tudják a közvéleményt. További lehetőség, hogy oda-vissza interakciót generálnak a problémák, vagy közügyek tényleges megvitatása érdekében (Mislove et al., 2010). Kivételesen pedig előfordul, hogy tényleges tranzakciókra használják, vagyis kormányzati szolgáltatások tényleges lebonyolítását próbálják meg elvégezni a közösségimédia-alkalmazásokon keresztül. Ez utóbbi esetben azért látnunk kell, hogy a szolgáltatók által teljes mértékben felügyelt, gyorsan változó technikai megoldásokhoz, a bejelentés nélkül folyamatosan módosított szolgáltatási funkciókhoz a közigazgatásnak sokkal nehezebb, vagy szinte lehetetlen alkalmazkodnia (Mergel, 2012b). További nehézséget okozott, hogy a fejlesztések nagy részét nem a platformszolgáltatókon keresztül, vagy a velük kötött megállapodás szerint, hanem az állami megrendeléseket teljesítő, hosszú távra szerződött szolgáltatók végezték (vö. Brown & Osborne, 2013), akik az e-kormányzati szolgáltatások terén is, sokszor lassabban, és a belső igényekhez vagy meglévő rendszerekhez igazították a fejlesztéseket (Lazer et al., 2011), nem pedig a platformszolgáltatók gyorsan változó működési kereteihez. Nehezen értelmezhetők a közösségi felületek dinamikáján belül a törvényben meghatározott ügyintézési határidők is. Továbbá a közösségi felületeken önfejlesztő módosítások is történnek, amelyekhez igazodni szükséges, ilyen volt például a # bevezetése a Twitteren (Gannes, 2010). Erre egyébként pozitív példa is volt – az amerikai külügyminisztérium alkalmazta a #AskState megoldást az állampolgári és újságírói kérdések megválaszolásához, vagy politikai döntések kifejtéséhez.² Látható tehát, hogy a közigazgatás különböző szerveinek kihívásokkal kell szembenézni, amennyiben megfelelő módon kívánják alkalmazni a közösségi felületeket.

² Lásd például: <https://2009-2017.state.gov/r/pa/prs/ps/2012/06/193708.htm>, <https://e-pluribusunum.org/tag/ask-state/>, <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2012/07/27/us-department-state-hosts-spanish-language-twitter-briefing>

2. Lehetséges kihívások

Az állampolgári kapcsolattartás közösségi felületekre is történő áthelyezése esetén számolni kell azzal, hogy ez a fajta kommunikáció nem a hagyományos felülről lefelé történő (pár)beszéd (Csáki-Hatalovics, 2021). Meg kell találni a módját, hogy hogyan illeszkedjen a meglévő mechanizmusokba, valamint az interakciók helyes értelmezéséhez és elemzéséhez megfelelő keretrendszert vagy mérőszámokat célszerű felállítani. Mindezt úgy, hogy az átláthatóság, a szervezeti kultúra és a hatékonyság megtartása mellett történjen.

A közösségimédia-felületek használata nagy elvárásokat támasztott az átláthatóság új formáival, az egykor közzétett információk nyilvánosságával és az elszámoltathatósággal kapcsolatban, ami alapvető kihívást jelentett a kormányzat statikus információs és tájékoztatási gyakorlata számára (Brown & Osborne, 2013). Ugyanis az állampolgárok újra értelmezték szerepüket a részvételi demokráciában, hiszen ezeken a felületeken nem csak választásokon tudják elmondani a véleményüket a kormány, vagy valamely szervének működésével kapcsolatban. Ezek a felületek azonnali reagálási és közvetlen visszajelzési lehetőséget biztosítanak, így amint egy hivatal (vagy valamely képviselője) hajlandó belépni ebbe a dialógusba, a polgárok részéről előbb-utóbb megjelenik az elvárás a valós idejű eszmecsere és a feltett kérdésekre adott válaszokra (Gregory, 2010). Látható tehát, hogy a korábbi e-kormányzati megoldásokhoz képest magasabb az interaktivitás foka, valamint a kormány, vagy valamely szervének és az állampolgároknak a tartalomgyártó szerepe (Cormode & Krishanmurthy, 2008). Ez természetesen magába foglalja a döntési folyamatok nyilvánosságát is, elmozdulva a „tudni kell” megközelítés felől az „osztani kell” felé (Dawes et al., 2009). Míg korábban az átláthatóságot elsősorban adatvédelmi fogalomkörben vizsgálták – azaz mely adatok nyilvánosak és melyek zártak – a közösségimédia-felületeken ennek már több rétege lehet. Itt szabályozási szinten már nem csak arról van szó, hogy az ügyfél hogyan lép kapcsolatba hivatalosan az állam valamely szereplőjével, hanem arról is, hogy a közösségi médiában hivatalosan közzétett tartalomhoz hogy fér hozzá (GAO, 2012), milyen körben osztja tovább és milyen célzattal (Roberts, 2012). Ezek alapján arra jutunk, hogy a közösségi térben nehéz megteremti az egyensúlyt a nyilvánosság átláthatóság iránti elvárása és a kormányzat azon törekvése között, hogy valóban nyílt hozzáférést biztosítson a működéséhez és döntéshozatali folyamataihoz.

A szervezeti kihívások között mindenképp számba kell venni, hogy a felülről lefelé történő kommunikációt szétfeszíti a közösségi felületekre jellemző gyors interakció, a szerkesztési, jóváhagyási, kiadmányozási protokollok jelentősen lassítják a kommunikációt. Ennél fogva a hivatalok által kialakított közösségi felületek vagy blogok csak a 24/7 hozzáférés illúzióját kelthetik (Mahler & Regan, 2011), így célszerű akár külön szervezeti egységet létrehozni a közösségi felületeken megosztani kívánt információk összegyűjtése és az interakció kezelése érdekében (Mergel, 2012a, 287). Erre a célra hozta létre az amerikai kormány (The White House, 2012) az Általános Szolgáltatási Igazgatóságot (General Services Administration, GSA), amely központi szolgáltatást nyújt a közösségi médiával kapcsolatos döntéshozatali eljárásokban is. A GSA azóta többször módosított útmutatója a közösségi média hivatalos használatához³ arra utasította a hivatalokat, hogy az egységes teljesítménymutatók kialakítása érdekében egységes módszerekkel monitorozzák azt, ami a kezelésükben van, tehát ők mint a közösségi média felhasználói felelősek azért, hogy folyamatosan ellenőrizzék a tulajdonukban lévő oldalakat. Az oldal jóváhagyásáért felelős személynek vagy az általa megbízott személynek biztosítania

³ The Social Media Navigator – GSA’s Guide to Official Use of SocialMedia

kell, hogy az információk pontosak, időszerűek, relevánsak és teljesek legyenek, és ne befolyásolják hátrányosan a GSA vagy a szövetségi kormány küldetésének és feladatainak végrehajtását (GSA, 2023). Természetesen az e-kormányzati eszközökhöz hasonlóan a hivatalnokok és a vezetők információ- és adatbiztonságra vonatkozó kétségeit is csökkenteni kell (Zuboff, 1985), egyrészt itt is el kell fogadni, hogy a közösségi felületeken folyó interakciókból elérhető információkat be kell építeni a vitákba, másrészt a korábbi e-kormányzati eszközök esetén is felmerült negatív tapasztalatok ellenére ezeknél is nyitottnak kell maradni ezen technológiák iránt is. Összegezve tehát akkor lehet sikeres a közösségi platformokon keresztüli kapcsolattartás, ha ennek gyakorlatát a meglévő folyamatoktól eltérően végzik, melyhez idővel a szervezeti kultúra is igazodik, ugyanakkor ez a közigazgatási szervezetek analóg viselkedési mechanizmusait teremtheti meg (Mergel, 2012a, 288). Az örök kérdés minden esetben ugyanaz: egyáltalán lehetséges-e mérni a folyamat eredményeit, és ha igen, hogyan mérjük azt?

3. Mérhetőség

A hatékonyság, hatás és eredményesség mérése talán a legnehezebb feladat. A nagy nemzetközi szervezetek az e-kormányzati eszközök vizsgálata során ritkán alkalmaznak kifejezetten közösségi médiára fókuszáló mérési keretrendszereket, a közösségi média mutatóként legfeljebb az online részvétel egyik indikátoraként jelenik meg (Molnár, 2020). Azon intézményeknél, ahol egyáltalán vállalkoznak erre, a közösségimédia-használat hatékonysága körében legfeljebb a lájkokat, a kommenteket és talán a tovább osztásokat vizsgálják. Ezen a gyakorlaton viszont Mergel (2013a) szerint – mivel megbízható képet nem ad a közösségi felületek használatának sikerére vonatkozóan – tovább kell lépni, és a beszélgetési adatokat, a felmerülő problémákat és a véleményvezérek szöveges bejegyzéseit kell ténylegesen elemezni, hiszen ha nem reagálnak az érkező érzelmi reakciókra vagy a visszajelzésekre, az inkább csak ront a megítélésén. Ugyanis egy közösségi felületeket aktívan használó kormányzat további csatornákat nyit a digitális interakciókról, tartalmakról és kifejezett online érzelmekről szóló nagy mennyiségű adat beáramlása előtt, amelyeket elemezni és értelmezni kell, hogy megértsék, milyen mértékben támogatják a kormányzat célkitűzéseit (Lazer et al., 2009). A követők, vagy csatlakozók számának növelése nem feltétlenül jelenti azt, hogy az intézmény által kitűzött célok teljesülnek. Ugyan vannak már elérhető szoftverek (pl. SentiOne, Neticle) a közösségimédia-profilok mérésére, ugyanakkor teljesen átfogó képet még egyik sem tud biztosítani. Ha be is tudják azonosítani a véleményvezéreket, nagyban torzíthatják a képet a „törzsutasok”⁴ és a tényleges szakmai felkészültséggel rendelkező, a problémákra valós, vitaképes megoldásokat javasoló, értékes hozzászólások nehezebben kiszűrhetők (Mergel, 2010).

Az Egyesült Államokban voltak kezdeti próbálkozások a közösségi média alkalmazásának elemzésére. A 2010-es éveket megelőzően, ezeket online (e-kormányzati) szolgáltatásnyújtásként azonosítva, azok különböző típusainak alkalmazását vizsgálták mintegy a kormányhivatal honlapján megjelenő interaktív eszközöként. Ilyen volt például Melitski (2003) négylépcsős modellje, amely annak értékelésére alkalmas, hogy egy hivatal profilja milyen mértékben statikus, interaktív, tranzakciós vagy transzformációs jellegű. Ez a négy dimenzió valamelyest

⁴ „frequent flyers” (törzsutasok) Eredetileg azokat illették vele, akik mindig ugyanazzal a légitársasággal utaztak, klubtagok voltak, és ragaszkodtak csak egy szolgáltató termékeihez. A közösségi médiában azokra a személyekre is használják, akik vagy beépített szószólók, vagy egy adott témában akár több felületen is erőteljesen hirdetik a saját véleményüket, elnyomva mások véleményét.

segíthet a profil tulajdonosának felmérni az oldal kapacitását. Stowers (2004) módszere, a be-menet (milyen anyagi, humán és technikai erőforrásokat használtak fel a felület kialakítására és fenntartására) alapján értékelt eredmény köztes (pl. az adott információ hitelessége, pontossága, megosztások mértéke), vagy végső eredmény (pl. az ügyfél felületen eltöltött ideje, megválaszolt problémák, kérdések száma stb.) mérése sem adhat egyértelmű válaszokat, hiszen a közösségi felületen történő interakció nem feltétlenül növeli az állampolgári bizalmat, vagy az elszámoltathatóságot. Ugyanakkor Moon (2002) megállapításai szerint azok az állampolgárok, akik inkább a kormányzati honlapokról fogyasztanak információkat, általában nyitottabbak az interaktív szolgáltatásokra is. Ez pedig vitathatatlanul megalapozza a közösségi felületek iránti állampolgári elfogadást. Suen (2006) az e-kormányzati funkciók vonatkozásában az interaktivitás három különböző szintjét azonosította: egyirányú interaktív, félig kétirányú interaktív és kétirányú interaktív. Az egyirányú interakciók a kormányzati információk átadására összpontosítanak, pl. online szavazás, közvélemény-kutatás vagy felmérések formájában. A félig kétirányú interakciók közé tartoznak az online vitafórumok, az online hozzászólások vagy információk online kérése. A kétirányú interaktív elkötelezettség már magában foglalhatja a profilok személyre szabását, a profilokon történő információkeresést, vagy az információk lekérdezését (Csáki-Hatalovics & Czékman, 2019). Összegezve, a közösségi felületek alkalmazásának kezdeti vizsgálatai azokat hagyományosan e-kormányzati eszközként közelítették meg, ugyanakkor olyan álláspont is fellelhető, miszerint nem is lehetséges az e-kormányzati kezdeményezések (így a közösségi platformok alkalmazásának) aggregált értékelése (pl. Luna-Reyes et al., 2012, 324). Ennek ellenére Mergel és kutatócsoportja mégis tett egy próbálkozást, melyet a következőkben mutatok be, egyéb európai tapasztalatokkal.

4. Nemzetközi mérések

4.1. Egy amerikai keretrendszer kormányzati szinten

Az alábbiakban vázolt kutatás alapján már a 2010-es évek elején megfogalmazódott az igény egy egységes mérési technika kialakítása és az amerikai szövetségi kormányzatban történő alkalmazása iránt annak megismerése érdekében, hogy a közigazgatás és az állampolgárok között a közösségi média csatornáinak használatával létrejövő interakció különböző szintjei mennyiben segítik egy közigazgatási szervezet céljainak elérését, végső soron a Memorandumban megfogalmazott elvárások teljesülését. Mergel (2013a) és kutatócsoportja a szövetségi kormányzat 25 szervezeti egységében végeztek interjúkat adatgyűjtést annak érdekében, hogy a kormányzati közösségi médiával foglalkozó szakemberek információs igényeit felmérjék. Az interjúk során konkrét kérdéseket tettek fel arra vonatkozóan, hogy a közösségi médiával foglalkozó vezetők hogyan hajtják végre a Memorandum rendelkezéseit az átláthatóság, a részvétel és az együttműködés növelése érdekében. A Memorandum értelmezésében (Obama, 2009, 1), a transzparenciát úgy kell megvalósítani, hogy a szerv folyamatosan tájékoztatja az állampolgárokat a közösségi médiafelületeken keresztül arról, hogy a kormányuk mit tesz. A részvételt úgy kell megvalósítani, hogy az állampolgárok kollektív szakértelmével és információik segítségével – azaz a közösségi felületeken történő hozzászólásaikkal és visszajelzéseikkel – járuljanak hozzá a szakpolitikai döntéshozatalhoz. Az együttműködés keretében pedig a nyilvánosság visszajelzését kell kérni az az interakció szintjének értékelése és javítása, valamint az új lehetőségek azonosítása érdekében. A közösségi médiacsatornákat alkalmazó intézménynek tehát az eszmecsere fokozásában, a kormányzati szereplőkkel való együttműködésben, a kormányzati

célok teljesítésülését szolgáló innovatív ötletek kidolgozásában kérniük kell az állampolgárok részvételét. Nos, az interjúk rávilágítottak arra, hogy az intézmények semmilyen mérést nem alkalmaztak, legfeljebb a szolgáltató által biztosított adatokat vizsgálták (Mergel, 2013a, 330–331). Az átláthatóság tekintetében a szervezetek főként csak a jelenlétre fókuszáltak, még a követők számával sem foglalkoztak igazán. Nem történt meg a célközönség elemzése, arról sem volt információjuk, hogy a követők például mennyire reprezentatívak. A részvétel területén főleg a weboldalakon közzétett információkat ismételték meg a közösségi médiában, esetleg kérdőíves felmérést végeztek, de volt arra is példa, hogy konkrét jogszabálytervezetre vártak véleményeket vagy javaslatokat. Ezek mérésére is az egyes szolgáltatók által biztosított statisztikákat (pl. Google Analytics) alkalmazták. Az együttműködés vonatkozásában pedig kizárólag az egyirányú interaktivitást – a kormányzat által posztolt tartalom tovább osztását vizsgálták. Ennélfogva nem használták a közösségi felületeket oda-vissza beszélgetésekre, ami innovatív meglátásokhoz vagy ötletekhez vezetett volna, mintegy passzív stratégiával kizárólag a kommentek feldolgozása történt meg.

A keretrendszer kialakítását tehát indokolta egyrészt az a paradoxon, ami a Memorandumban megfogalmazott részvétel és együttműködés fokozására vonatkozó elvárás és az intézmények gyakorlati megvalósítása között húzódott, másrészt az, hogy a szolgáltatók által biztosított vagy ingyenesen elérhető statisztikák nem adtak sem szignifikáns, sem megbízható adatokat. Harmadrészt a visszajelzések igazolták, hogy a szervezetek szinte kizárólag egyirányú, „push” kommunikációt folytattak más oldalakon is megjelent információk megosztásával, jellemzően a statikus weboldalakra jellemző (Moon, 2002, 426) tájékoztatási vagy felvilágosítási céllal. Néhány esetben megfigyelhető volt a kedvező elmozdulás – például a szakpolitikai vagy jogszabálytervezetek véleményeztetése – de a legmagasabb elköteleződési szint vitathatatlanul az együttműködés, amikor az állampolgárok már nem csak kommentelnek és véleményeznek, hanem saját tartalmakat töltenek fel és le, azok alapján beszélgetéseket kezdeményeznek, csatlakoznak kormányzati blogokhoz, YouTube-csatornához, s a folyamat végén már az offline térben is aktivitást mutat egy-egy kormányzati kezdeményezés mentén (pl. adománygyűjtést, aláírásgyűjtést generál, jótékonykodik, vagy éppen a kormányzati üzenetek alapján hajlandó szavazáson részt venni).

Fentiek alapján, Mergel az alábbi keretrendszert állította fel a közösségi média interakciók méréséhez:

1. táblázat: Mergel-féle keretrendszer a közösségi média interakciók méréséhez a közzférában

Küldetés	Cél	Taktika	Közösségi média mechanizmusok	Eredmény
Transzparencia	Tájékoztatás és felvilágosítás	Egyirányú	<ul style="list-style-type: none"> – Követők és kedvelők/barátok száma (változás a kezdetektől) – FB kedvelések – Twitter követők – A blog egyedi látogatottsága – Az oldalon töltött idő <30 perc – Csak a kezdőlapot látogatja – Nézettség a YouTube-on és a Flickr⁵-en – „Olvasd tovább” kattintások 	Megbízhatóság, bizalom

⁵ Az Egyesült Államokban közkedvelt fénykép és videómegosztó applikáció.

Küldetés	Cél	Taktika	Közösségi média mechanizmusok	Eredmény
Részvétel	Elköteleződés	Kétirányú	<ul style="list-style-type: none"> – Átkattintások a közösségi oldalakról – Elérés: demográfiai adatok (nem, hely, városok) – Könyvjelzők és tartalmak feltárása – Twitter retweetek,⁶ hashtagek – Értékelések közzététele és vélemények – Többet tölteni az oldalon, mint 1 perc – Hozzászólások blog és Facebook – Értékelések a YouTube-on – Linkek száma és trackbackek⁷ – Bejelentkezések gyakorisága pl. a Foursquare-en⁸ 	Konzultáció, tanácskozás, elégedettség
Együttműködés	Rendszereken át-nyúló, kétirányú interaktivitás	Hálózatépítés és közös tervezés	<ul style="list-style-type: none"> – Tagság iránti kérelem egy LinkedIn csoportban – Előfizetés blogra, YouTube-csatornára – Facebook megosztások – Twitter közvetlen üzenetek – Saját tartalom létrehozása – Videók, dokumentumok letöltése – Beszélgetések – Önkéntesség, adományok – Offline akciók 	Közösségépítés és Témahálózatok létrehozása

Mivel a közösségi média mindhárom fenti szakaszt képes biztosítani (Mergel, 2015, 466), a ke-retrendszer alkalmazásához a következőket mindenképp figyelembe kell venni (Mergel 2013a, 332):

- A közösségi médiával foglalkozó közigazgatási vezetőknek fel kell mérniük, hogy a szabályok és előírások milyen adatok és interakciók gyűjtését teszik lehetővé a kormányzati szervek számára.
- A célok kitűzése alapvető feladat, hiszen az azok nélküli mérés valószínűleg nem vezet a kívánt eredményekhez.
- Értelmezni szükséges, hogy a közösségi médiaalkalmazásoknak használata hogyan változtathatja meg a kormányzat megítélését.
- Világosan meg kell fogalmazni, hogy mi az intézmény küldetése, és annak megvalósításához hogyan lehet hatékonyan felhasználni a közösségi médiát.
- Be kell azonosítani a szervezet potenciális közönségének általános összetételét, azon belül kik azok a hatásközpontok, véleményvezérek és fontos követők, akik a kormányzati tartalmakat saját kapcsolati hálózatukon keresztül terjesztik, annak érdekében, hogy követhető legyen a kormányzati tartalmak terjedési útvonala a közösségi hálón.

⁶ Valakinek a Twitteren tett bejegyzés tovább osztása egy Twitter-felhasználó által a saját kapcsolati hálójában, általában változtatás nélkül.

⁷ Egy webhelynek, különösen egy blognak küldött üzenet vagy link, ha egy másik blogról vagy webhelyről megemlítették vagy hivatkoztak rá.

⁸ Városkalauz applikáció, blogokkal, utasvéleményekkel, helyi nevezetességek és attrakciók bemutatásával.

Fentiek mentén, ha a közösségi médiával foglalkozó szakemberek képesek feltárni, hogy a megosztott információ hogyan terjedt a közösségi hálózatban, azt hogyan fogadták és milyen reakciókat váltott ki, gyakorlatilag a kormányzat egy passzív hallgatói funkcióba kerül, ahol tényellenőrként csupán a pontos és megbízható információk hálózatba juttatásáról kell gondoskodnia. Ez pedig öngerjesztő folyamattá válhat, hiszen minél több intézmény van jelen így a közösségi felületeken, az állampolgárok annál nagyobb mértékben hajlandók reagálni és megosztani információkat, vagy akár fizikailag is cselekedni. Ezen a ponton elérkeztünk a Participation 2.0 offline aktivitást kiváltó hatásához, amely különösen a helyi önkormányzatoknál érvényesült jobban.

4.2. Az angolszász helyi önkormányzatok Participation 2.0 tapasztalatai

Az önkormányzati közigazgatási mérési keretrendszereknek csak ritkán képezik részét a közösségi médiára vonatkozó mutató-elemzések (Molnár, 2018). A '90-es években kialakult Web 1.0-ás eszközök a felhasználók rendelkezésre bocsátott információk passzív megtekintésére korlátozódtak, a 2000-es évek elején kialakult felhasználóközpontú Web 2.0-ás eszközök az interaktív tartalomgyártás és megosztás révén már megkönnyítették az együttműködést (Howe, 2006). Bolívar (2015, 201) megállapításában a Web 2.0 vezet Government 2.0-hoz, ami pedig a Participation 2.0-t alapozta meg (Nabatchi & Mergel, 2010). Fentiek alapján a Participation 2.0 középpontjában tehát azok az új kommunikációs csatornák állnak, amelyek lehetővé teszik a kormányzat és a polgárok közötti kétirányú interakciót, a blogokhoz, Facebook-oldalakhoz való hozzászólást, a Twitter-üzenetek retweetelését, vagy akár nyilvános információk közzétételét más alkalmazásokkal, például az ügyfélfogadási idő Google térképpel való összekapcsolását (vö. Farazmand, 2012). A helyi önkormányzatok is a Participation 2.0 technikát használták arra, hogy bevonják a polgárokat a sürgető problémák azonosításába, szervezésébe, rangsorolásába és megoldásába. Például Kauai szigetén a vállalkozók és lakosok összefogtak, hogy megjavítsanak egy állami parkba vezető hidat, amelyre az államnak és a helyi önkormányzatnak nem volt pénze (Mallory, 2009).

A helyi önkormányzatok esetében is érvényesült az állampolgárok különböző szinten történő bevonása a döntéshozatalba, melyek Nabatchi és Mergel (2010, 86) szerint a következőképpen foglalhatók össze. Lukensmeyer és Torres (2006) tanulmányából kiindulva a részvétel mértéke és célja szerint az első szint a *tájékoztatási szint*, melynek célja a nyilvánosság kiegyensúlyozott és objektív tájékoztatásának biztosítása a problémák, az alternatívák, a lehetőségek és a megoldások feltáráshoz. Ez történt interaktív weboldalakon vagy közösségi felületeken (pl. Facebook, Twitter) keresztül. Ebben az esetben a közösségi médiát egyszerűen csak frissítésekre és arra használják, hogy a polgárokat további információkért visszairányítsák a weboldalakra, vagy arra, hogy a polgárok további problémát jelezzenek és kérdéseket tegyenek fel. A második szint a *konzultációs szint*, amikor fogadják a lakosok észrevételeit és kérdéseit, majd azokat megválaszolják, tehát kialakul egy interakció és a nyilvánosság visszajelzéseinek beszerzése az elemzéssel, alternatívákkal és/vagy döntésekkel kapcsolatban. Ilyenek például a SeeClickFix.com,⁹ FixMyStreet.com,¹⁰ Love Lewisham¹¹ vagy

⁹ Egy olyan felület, amely lehetővé teszi a lakosság számára, hogy jelentsék a problémákat, azonosítsák a javítási igényeket, megosszák véleményeiket és kérdéseket tegyenek fel helyi önkormányzati vezetőknek.

¹⁰ SeeClickFix.com-hoz hasonló felület az Egyesült Királyságban, itt lehet jelenteni például graffitit rongálást, illegális szemétkerakást, törött járó- és térköveket vagy közvilágítás meghibásodását bármely önkormányzatnak irányítószám vagy utcanév és település alapján.

¹¹ London egyik közösségszervező oldala. A Covid19-világjárvány alatt pl. ételkiszállító önkénteseket, illetve – a tömegközlekedés helyettesítése érdekében az idősek számára – személyszállító sofőröket toboroztak, adományo-

a Citizens Connect.¹² Szabó (2019, 109) megközelítésében pedig, a mobiltelefon-használók maguk is adatfeldolgozókká válnak, mellyel az adatgyűjtés és elemzés is egyszerűbbé válhat – gondoljunk például a személyes tapasztalatokon és nyilatkozatokon alapuló önkéntes földrajzi információs rendszerre (VGI), melyhez az adatokat maguk a felhasználók biztosítják a webes technológiákon keresztül. A *bevonás, vagy bevonódás szintjén* a helyi önkormányzat közvetlenül és folyamatosan együttműködik a nyilvánossággal annak érdekében, hogy a hatósági személyzet következetesen megértse a nyilvánosság problémáit és kéréseit. Erre kiváló példa volt a Wikipanning részvételen alapuló városstervezési módszer (Soligno et al., 2015). Az *együttműködési szint* jelenti a partnerséget a nyilvánossággal, azaz a döntés minden egyes szakaszában az intézmény együttműködik a lakosokkal, beleértve az alternatív javaslatok kidolgozását és az előnyben részesített megoldások meghatározását is. Erre jó példa a Virtual Ward online orvosi rendelés (Lewis et al., 2012), amikor az állampolgárok saját otthonukban vagy állandó tartózkodási helyükön megkapják a szükséges ellátást és kezelést orvosi útmutatással. A *felhatalmazás szintjén* pedig a döntéshozatali jogkör címzettjei maguk az állampolgárok. Erre inkább a kormányzat szintjén volt példa, a Virginia Idea Forum (Denhardt & Denhardt, 2015) bizonyos mértékben lehetővé tette az állampolgárok számára, hogy ötleteket adjanak a kormányzati működés javítására. A felületen a polgárok közösen megvitathatták az ötleteket, és együttműködhetek azok kidolgozásában és továbbfejlesztésében. Az ötleteket a kormány értékelte, és a legjobb értékelést kapott ötletekre az állam egy képviselője hivatalosan válaszolt (Nabatchi & Mergel, 2010, 83). Egy ilyen állami szintű kezdeményezés a helyi önkormányzatoknál is működhetett volna, ugyanakkor az állami kormányzat sem sokáig tette ezt lehetővé. Ugyanakkor a többszintű bevonásra és részvételre is volt példa, amikor Participation 2.0 technikát egyetlen alkalmazásban használták a nyilvánosság részvételi spektrumának különböző szintjein. Redbridge önkormányzata hozta létre a „Redbridge-i” oldalt,¹³ amelyen keresztül az önkormányzat a lakosok számára híreket és információkat közölt, véleményeket kért, de ugyanezen a platformon keresztül a lakosok intézkedési kéréseket is megfogalmazhattak, és közvetlenül az ügyintézőtől kaphattak választ.¹⁴ A másik hasonló felület a lakosok által generált „Harringay Online”¹⁵ volt, a mely a helytudatos állampolgári önszerveződésen alapult, és olyan célok elérése érdekében szerveződtek, mint a bűnözés visszaszorítása a „szomszédörségen”¹⁶ keresztül, vagy a parkok és közterületek szépítése takarítások révén.¹⁷ Erről az oldalról pedig az önkormányzat is folyamatosan értesült az aktuális állapotokról, vagy körendvédelmi körülményekről.

Fenti esetek jól mutatják a helyi önkormányzatok és a polgárok közötti kapcsolattartás módjában bekövetkezett jelentős változásokat. Eltérő eredménnyel, de sikeresen alkalmazták a polgárok bevonása, a felelősség megosztása, a sürgető közösségi problémák azonosítása és megoldása terén. Bizonyos esetekben erősödött „digitális szomszédság”, javítva saját közösségeik életét, valamint ezen önszerveződött közösségek átvettek olyan nem kritikus feladatokat és felelőségeket, amelyek hagyományosan az önkormányzat kezében voltak.

kat gyűjtöttek, online fitness kihívásokat, vagy közös online főzéseket szerveztek, ingyen nézhető tartalmakat osztottak meg stb.

¹² Egy pártoktól független amerikai platform, amely a politikából kiábrándult aktivistáknak segít abban, hogy önkéntes tevékenységet találjanak.

¹³ <https://www.redbridge.gov.uk/>

¹⁴ Lásd: <https://www.redbridge.gov.uk/report-it/>

¹⁵ Lásd: <https://harringayonline.com/>

¹⁶ Lásd: <https://harringayonline.com/page/harringay-area-police>

¹⁷ Lásd: <https://harringayonline.com/group/gardening>

4.3. Egy nyugat-európai helyi önkormányzatokra vonatkozó mérés tapasztalatai

Egy nyugat-európai felmérésében az amerikai tapasztalatokhoz hasonlóan arra jutottak, hogy az európai önkormányzatok közösségiplatform-használatára a blogok, a Wiki és a közösségi-média-profilok jellemzők (Bonsón et al., 2012, 125). A blog egy naplószerű felület, ahol az új bejegyzések a régiek fölött jelennek meg, és amely lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy az írásaikra érkezett reakciókat ellenőrizzék. Mivel a legtöbb blog interaktív, a látogatóknak lehetőségük van, hogy megjegyzéseket hagyjanak a különböző bejegyzésekhez. Ezek révén gyűjthetnek az önkormányzatok értékes információkat a társadalmi problémák feltárásához, de akár konkrét állampolgári kezdeményezése eszköze is lehet. A Wiki(pédia) egy olyan hálózat, amely lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy megosszák és osztályozzák egy általános vagy konkrét témával kapcsolatos tudásukat, és valós időben javítsák a tartalmat. Ez a lakosság közreműködésével a város hagyományainak és örökségeinek népszerűsítésére használható, és bizonyos körülmények között az ezzel foglalkozó munkavállalókkal való együttműködés erősítésében is hasznosnak tartják (Trkman & Trkman, 2009). A közösségi felületek pedig biztosítják, hogy ugyanazon az oldalon egyben vizsgálható és elemezhető legyen a közösség, annak véleménye, valamint az általuk közzétett tartalom. Például több önkormányzat létrehozott egy YouTube-csatornát és egy Facebook-oldalt, majd linkeket ágyazott be, de főként ugyanazokat az anyagokat tartalmazták, mint a saját önkormányzati honlapok (tájékoztatási szint). A Twitter pedig a közösségi hálózat és a mikroblog-eszközök keverékeként használták, elsősorban a politikusok politikai ambícióik érdekében, tehát politikai üzenetek megfogalmazására és a visszajelzések vizsgálatára. Ugyanakkor a közösségi oldalon lehetővé kell tenni, hogy a polgárok is kifejtsek az álláspontjukat a megosztott tartalmakkal kapcsolatban, hiszen az közvetlenebb kapcsolatot teremt a felek között (Postman, 2008, 75). Ez viszont csak akkor működik megfelelően, ha az intézménytől válaszreakció is érkezik (Halavais, 2009, 449), azaz kétirányú a kommunikáció. Eccles és Krzus (2012, 112) szerint a helyi önkormányzatok aktívan használhatják a közösségi médiát a vállalati párbeszéd megnyitása érdekében is, hiszen a szervezet és az érdekelt felek közötti kapcsolatoknak két alapelve kell épülniük: együttműködésre és elkötelezettségre. Az együttműködés a szervezet és az érdekelt felek közötti aktív és valós idejű interakciókon, az elkötelezettség pedig a kölcsönösen előnyös eredményeken keresztül valósulhat meg.

Bonsón és kutatócsapata (Bonsón et al., 2012, 127) 15 európai uniós ország összesen 75 települését vizsgálta meg, és minden egyes helyi önkormányzatot egy 13 bináris tételből álló Szofisztikációs Index (SI) alapján értékelt. A 75 település összesen négy közigazgatási rendszertípust képviselt, az angolszász, az északi, a kontinentális germán és a dél-európai jellemzőkkel bírót. A mintaválasztás hátterében az húzódott meg, hogy az angolszász országok nagyobb valószínűséggel vezetnek be a piaci mechanizmusokat, és próbálják a közszolgáltatásokat a felhasználókra vagy az ügyfelekre jobban érzékenyebbé tenni. A skandináv országok szintén a polgárok igényeinek kielégítésére törekvő közigazgatási stílust hordoznak, hagyománya van a párbeszédnek és a konzultációnak. A germán és dél-európai országokra jobbra a bürokratikus, hierarchikus weberi közigazgatási jogon alapuló struktúrák hatnak. Minden egyes helyi önkormányzat weboldalán nyolc feltételt elemeztek, valamint hivatalos oldalak meglétét vagy nemlétét (hivatalos Twitter-fiók, hivatalos Facebook-csoport, hivatalos Facebook-oldal, hivatalos LinkedIn-csoport és hivatalos YouTube-csatorna). Az SI tehát a hivatalos honlap, valamint az egyes önkormányzatok főbb közösségi platformokon való aktív jelenlétének elemzésén alapult.

Az egyes helyi önkormányzatok SI-jét százalékos arányban számították ki, az 1-es pontszámot kapott paraméterek számát az SI-ben szereplő összes elem számához viszonyítva.

2. táblázat: a Bonsón-féle Szofisztikációs Index összetevői és alkalmazásuk aránya a vizsgált önkormányzatokban

Hivatalos web- oldal	Vezetőségi podcastok	20%	Web 2.0 összetevők
	RSS vagy Atom ¹⁸	77,3%	
	Vezetőségi vodcastok ¹⁹ a	0%	
	Az önkormányzat valós idejű webcast ²⁰ eseményei	8%	
	Widgetek ²¹	6,7%	
	Blogok	56%	
	Linkek a hivatalos YouTube-videókhoz a weboldalról	46,7%	
Külső csatornák	Az önkormányzati weboldal felhasználói által működtetett közösségi hálózat	2,7%	Közösségi média összetevők
	Hivatalos Twitter-fiók	32%	
	Hivatalos Facebook-csoport	16%	
	Hivatalos Facebook-oldal	17,3%	
	Hivatalos LinkedIn csoport	12%	
Hivatalos YouTube-csatorna	29,3%		

Forrás: Bosón et al. (2012)

A legelterjedtebb eszköz az RSS vagy az Atom volt, amelyet a helyi önkormányzatok 77%-a használt. A következő két eszköz – fontossági sorrendben – a helyi önkormányzati honlapon található blogok és a hivatalos YouTube-videókra mutató linkek, amelyeket az önkormányzatok 56%-a, illetve 47%-a használt. A vezetőség által készített podcastokat (20%), az önkormányzati rendezvények valós idejű webes közvetítéseit (8%) és a widgeteket (7%) nem nagyon alkalmazták, és ha az önkormányzati honlapon esetleg videós közvetítést osztottak meg, azok nem tették lehetővé a nézők visszajelzését. Csak két önkormányzat hozott létre saját közösségi hálózatot az önkormányzati honlapok felhasználói számára, de bizonyos korlátozásokkal, mivel nem állt rendelkezésre a képekkel ellátott komplex felhasználói profil létrehozásának, vagy a más felhasználók által olvasható bejegyzések közzétételének lehetősége. A kutatás során elemzett közösségi platformok közül a Twitter volt legnépszerűbb az önkormányzatok körében (32%-uk rendelkezett hivatalos Twitter-fiókkal). Ami a Facebookot illeti, az önkormányzatok mindössze 17%-ának volt hivatalos oldala ezen a platformon, ugyanakkor 29%-ának volt hivatalos YouTube-csatornája, amelyen a polgárok egyetlen YouTube-oldalon hozzáférhetnek az önkormányzat összes videójához, és még értesítést is kapnak, ha új videót töltek fel. Ezzel szemben a LinkedIn volt a legkevésbé népszerű, ami érthető, hiszen ez a platform inkább a szakmai kapcsolatok közösségi hálózata. A Twitteren átlagosan 803, a Facebookon átlagosan 1412

¹⁸ Az RSS és az Atom ugyanúgy a tartalomszindikációra (tartalom tovább osztása más felületeken) használt webes feed-formátum, bár történetük, szerkezetük, rugalmasságuk és szabványosításuk eltérő. Az RSS régebbi, gyakrabban használt és egyszerűbb szerkezetű, az Atom későbbi fejlesztés, rugalmasabb és szigorúbb XML-szintaxist követ.

¹⁹ Videós állományt közzé tévő podcast.

²⁰ Élő internetes közvetítés.

²¹ Kisalkalmazás vagy mini alkalmazás. Olyan kis helyet foglaló program, ami valamilyen aktuális információt közöl és más beágyazott webhelyre mutat, általában „felugró ablak” formájában (pl. ÁSZF gomb egy beágyazott pdf dokumentumra mutat).

követője volt az önkormányzatoknak. Átlag 576 Twitter-beszélgetés, 130 Facebook-csoport, 1610 YouTube-beszélgetés, és 111 717 Google-indexált blog tartalmazott az önkormányzattal kapcsolatos beszélgetéseket. Látható, hogy azok a helyi önkormányzatok, amelyek nincsenek jelen ezeken a közösségi platformokon, nem értesülnek arról, hogy mit mondanak róluk a polgárok, a helyi politikával, a közszolgáltatásokkal és a település mindennapi életével kapcsolatos véleményeket és érzéseket tükröző fontos információforrást mellőznek. Vizsgálatuk beszédes eredménye volt, hogy legfeljebb öt összetevőt használtak, és ennyit is csak két önkormányzat. Mindkét város podcastokat, RSS-csatornákat, blogokat és hivatalos YouTube-videókra mutató linkeket alkalmazott. Az önkormányzatok közel 60%-a 2-4 elemet használt, 27%-uk csak egyet (leginkább RSS-t), 12%-uk pedig egyet sem. Ami az egyes önkormányzatok jelenlétét és aktivitási szintjét illeti az elemzett közösségimédia-platformokon, az önkormányzatok mintegy felének semmilyen formában nem volt aktív jelenléte egyik elemzett közösségi hálózaton sem. Volt olyan település, ahol igen magas volt az önkormányzattal kapcsolatos polgári párbeszéd, ugyanakkor az adott önkormányzat jelen sem volt az adott platformon. Az átlagos SI érték 25% körül volt, de a 75 uniós helyi önkormányzat között nagyfokú heterogenitás volt tapasztalható, az országos SI értékek 0 és 62% között mozogtak, négy országban volt tapasztalható a 0% SI érték, az elemzett városok közül pedig, hat városban egyáltalán nem volt jelen a Web 2.0 és a közösségi média egyik elemzett jellemzője sem.

Bonsónék kutatásából azt a következtetés lehet levonni, hogy közösségi médiában való jelenlét az egyes önkormányzatok politikai akaratától és sajátos körülményeitől függ leginkább, viszont azt is látni kell, hogy az az önkormányzat, amely kimarad a közösségi térből, fontos információktól esik el, mert az állampolgárok a jelenlététől függetlenül aktív párbeszédet folytatnak annak munkájáról. Ugyanakkor figyelemre méltó, hogy az amerikai és nyugat-európai országok önkormányzatai már lassan tizenöt évvel ezelőtt elmozdultak a Web 2.0 és a Participation 2.0 eszközök elemzésének irányába, hogy a polgárokkal szorosabb és hatékonyabb kapcsolatot ápoljanak.

4.4. Közép-kelet európai helyi önkormányzatokra vonatkozó mérések tapasztalatai

Mital' (2020) és kutatócsapata 2016 és 2019 közötti időszakban vizsgálta nyolc szlovákiai regionális város (Besztercebánya, Pozsony, Kassa, Nyitra, Eperjes, Trencsén, Nagyszombat és Zsolna) hivatalos Facebook-oldalait. A megszerzett adatokat a leíró statisztika módszereivel dolgozták fel, és minden egyes bejegyzéshez egy célt rendeltek. Emellett egy-egy posztot a társadalmi élet különböző területeire vonatkozó kategóriába sorolták, összesen 15 508 poszt feldolgozásával, az alábbi mutatókészlet alapján.

3. táblázat: Mital'-féle 10 indikátoros rendszer

Csoport	Mutató	Mutató értéke
A Facebook-oldal használatának általános jellemzői	Van-e hivatalos FB-oldala?	igen/nem
	Van a hivatalos FB-oldalon a hivatalos weboldalra mutató link?	igen/nem
	Van a hivatalos weboldalon a hivatalos FB-oldalra mutató link?	igen/nem
	Hivatalos oldal létrehozása	év
	Követők száma	fő
	Hozzászólások, reakciók, kommentek és megosztások száma	db
	Település lakosainak száma	fő
	Követőszám/lakosság szám aránya	%

Csoport	Mutató	Mutató értéke
A Facebook-oldalakon közzétett és elemzett posztokban szereplő információk jellege	A posztok célja	Állampolgári részvétel ösztönzése
		Állampolgári vélemény kérése
		Jövőbeli események beharangozója
		Élő eseményekről való tudósítás
		Múltbeli események beszámolója
		Szolgáltatásjellegű bejegyzés
		Egyéb, passzívnak minősített poszt
	Társadalmi élet kategóriája	Környezeti kérdések
		Közrend és közbiztonság
		Szociális kérdések
		Oktatás
		Közlekedés
		Közintézményi infrastruktúra
		Sport
		Kultúra
		Önkormányzati kérdések
		Egyéb

Forrás: Mital' (2020)

A vizsgált városok mindegyikének volt hivatalos Facebook-oldala, melyeket 2009–2015 között hoztak létre, és valamennyi városnak a hivatalos weboldala és Facebook-oldala között megvolt az átjárhatóság. A legnagyobb számú követőt Pozsony és Nagyszombat esetében azonosították, utóbbinak több követője volt, mint a majdnem négyszer annyi lakossal rendelkező Kassa hivatalos Facebook-oldalának. Tehát a város mérete és a követők száma között nem lehetett összefüggést beazonosítani, ugyanakkor általános tapasztalat volt, hogy a lélekszám fordított arányban áll a reakciók számával, minél kisebb volt egy város lakossága, annál magasabb értéket vett fel az érzelmi reakciók száma. Azaz a kisebb közösségek jobban bekövetették és lereagálták a település oldalait. A legtöbb posztot Zsolna, Eperjes és Kassa jelentette meg, ezzel együtt Nagyszombat (második legalacsonyabb lélekszám) profilján mérték a legnagyobb, Zsolnán és Nyitrán a legalacsonyabb állampolgári reakciót. A legtöbb hozzászólást Pozsony oldalán, a legtöbb megosztást viszont Eperjes oldalán azonosították. A kommentek száma és az egy lakosra jutó megosztások száma tekintetében Trencsén, Nagyszombat és Eperjes magasán jobb eredményeket értek el. A leggyakrabban említett kategória (46%) a kultúra volt, a közinfrastruktúrával a posztok 12%-a, az önkormányzati kérdésekkel közel 19%-a foglalkozott. A posztok célját tekintve még kedvezőtlenebb eredmények születtek, az állampolgári részvételre ösztönző és az állampolgári véleményt kérő posztok együttvéve alig haladták meg a 10%-ot. A vizsgált településeken legnagyobb arányban az események beharangozása, tudósítása és a beszámolók voltak megtalálhatók, együttesen a bejegyzések 75%-a szólt ezekről. Látható tehát, hogy a szlovák önkormányzatok esetében a klasszikus közigazgatási tájékoztatás nem vált a jelentős kapcsolattartás formájává.

Jukić és Svete (2018) a szlovén önkormányzatok Facebook-profilját vizsgálta 2015 novemberétől 2016 májusáig tartó időszakra vonatkozóan. A 212 szlovén településből összesen 76 településnek volt valamilyen Facebook-oldala, ugyanis nem csak a hivatalos oldalt, hanem az önkormányzathoz köthető, annak engedélyével létrehozott magánoldalakat is (pl. valamely bizottság külön profilját) figyelembe véve. Minden egyes önkormányzati profil esetében öt csoportba felosztott 21 mutatót mértek az alábbiak szerint.

4. táblázat: Jukić-féle 21 indikátoros rendszer

Kategória	Mutató	Mutató értéke	
Használat	Jelenlét a Facebookon	igen/nem	
	Jelenlét típusa	Hivatalos oldal/nem hivatalos oldal vagy profil	
	Az oldal létrehozásának éve	év	
	Posztok száma a vizsgált időszakban	db	
	Posztok típusai	Állampolgári részvételre vagy véleménynyilvánításra való felhívás FB-oldalon	
		Állampolgári részvételre vagy véleménynyilvánításra való felhívás egyéb csatornákon (pl. email)	
		Múltbeli események beszámolója	
		Jövőbeli események beharangozója	
		Egyéb bejegyzések	
	Bejegyzések irányultsága	Élelmiszer, sport, egészség, főzés, szabadidő	
		Kultúra, kulturális és társadalmi események	
		Infrastruktúra	
		Turizmus	
		Önkormányzat vagy testület munkája	
	Egyéb		
Többcsatornás funkciók	Van a hivatalos FB-oldalon a hivatalos weboldalra mutató link?	igen/nem	
	Van a hivatalos weboldalon a hivatalos FB-oldalra mutató link?	igen/nem	
Engagement	Követők/kedvelők száma a vizsgált időszak végén	fő	
	Van-e lehetőség arra, hogy más is tegyen bejegyzést az oldalra?	igen/nem	
	Mások által tett bejegyzések száma	db	
	Kedvelések (like) száma	db	
	Megosztások száma	db	
	Az önkormányzat kommentjei	db	
	Mások kommentjei (polgárok, szervezetek)	db	
	Interakció mértéke	arány	
	Szavazások száma	db	
Nyereményjátékok száma	db		
Multimédiás tartalom	Multimédiás tartalmú bejegyzések (képek, videók, hanganyagok) száma	db	
Stratégia	Van-e a közösségi média használatára vonatkozó stratégiája	igen/nem	

Forrás: Jukić & Svete (2018)

A vizsgált önkormányzatok oldalai 2009 és 2015 között jöttek létre, többségüknek hivatalos oldala volt, 10 önkormányzatnak csak magánjellegű profilja, ám azok követéséhez is szükséges volt az önkormányzat engedélye. Összesen 9350 posztot jelenítettek meg, azzal, hogy a vizsgált időszakban öt hivatal egyáltalán nem tett bejegyzést. A vizsgálatuk során a bejegyzések gyakoriságát is vizsgálták, és érdekesség, hogy előre felállították azt a sarokpontot, hogy legalább és legfeljebb napi 1-2 bejegyzést szükséges tennie egy önkormányzatnak. Álláspontom szerint mennyiségi korlátozást nem szerencsés alkalmazni, a napi minimumot meghatározni indokolt lehet, ugyanakkor az önkormányzat vagy az állampolgárok életét érintő, nyilvánosságra és társadalmi párbeszédre érdemes ügyek ennél sűrűbben is jelentkezhetnek. A 9350 bejegyzésből mindössze 17 önkormányzat által megjelenített 39 poszt tartalmazott részvételre vagy állampolgári véleménykérésre vonatkozó felhívást (Facebook és más csatorna), az eseményekkel kapcsolatban 5284 bejegyzést tettek. Érezhető, hogy az egyéb kategória túlsúlya indokolta volna az egyéb kategória tovább bontását. A közigazgatási kérdéseket és a testületi munkát a bejegyzések mintegy 13%-a érintette, az infrastruktúrával kapcsolatban a posztok 6%-a foglalkozott. Látható tehát, hogy a szlovén önkormányzatok is inkább a bulvár típusú témákat részesítették előnyben. Egy településnek egyáltalán nem volt követője, a legtöbb kedvelést a főváros kapta, a teljes lakosságának 4%-a kedvelte. Ami viszont üdvös, 60 település lehetővé tette mások számára a bejegyzés lehetőségét, ugyanakkor ezzel az állampolgárok nem nagyon éltek, csak a posztok 1% körüli mennyisége volt ilyen módon érintett. A települések bejegyzései átlagosan 15 kedvelést kaptak, egyébként a Pearson korreláció²² szépen alakult a szlovén településeknél, tehát az oldal követői és a kedvelések (0,88) valamint az érkezett kommentek (0,83) mennyisége között erős összefüggés volt. Az összesen 7287 kommentből az önkormányzatoknak 589 kommentje volt, tehát az oda-vissza párbeszéd csak 8% mértékben valósult meg, illetve 70 hivatal interakciós aránya²³ is 3% alatt maradt, a legmagasabb 7% volt. Mindössze három önkormányzat rendelkezett közösségi médiahasználatra vonatkozó stratégiával.

Álláspontom szerint az, hogy a szlovén önkormányzatok egyharmada tíz évvel ezelőtt azonosítható Facebook-profillal rendelkezett, nem rossz eredmény. Ugyanakkor igazolódott, hogy a kétirányú kommunikáció kialakítására (együttműködés és véleménykérés), valamint a közigazgatási tevékenységgel összefüggő tájékoztatási gyakorlatra vonatkozóan volt még feladat. A kapott eredményeket részben az utolsó kategória vissza is igazolta, hiszen, ha nincs a közösségi médián keresztül történő kapcsolattartásra és kommunikációra vonatkozó határozott elképzelése egy szervezetnek, úgy a sikerek is a megérzésen alapulnak inkább.

5. Összegzés, záró gondolatok

Az új online platformok alapjaiban változtatták meg a nyilvánosság szerkezetét, döntő hatást gyakorolva a társadalmi párbeszéd alakulására. E kommunikációs forma az Egyesült Államok kormányzati működésének egyre szélesebb területére gyűrűzött be a Memorandumot követően, így a közösségi platformokon való jelenlét a legtöbb kormányzati és önkormányzati szereplő számára mára már nem csak lehetőség kérdése. Barack Obama központi szervezetek számára is

²² Azt mutatja meg, hogy van-e kapcsolat két vagy több mennyiségi változó között, és ha igen, az mennyire szoros. Értéke -1 és 1 között lehetséges, a 0 érték jelzi, ha nincs kapcsolat, negatív tartományban van, ha fordított, és pozitív tartományban, ha lineáris a kapcsolat a két változó között.

²³
$$\frac{\text{összes reakció} + \text{összes komment} + \text{összes megosztás}}{\text{összes poszt}} \times \frac{100\%}{\text{összes követő}}$$

kötelezővé tett Nyílt Kormányzati Kezdeményezése megalapozta a kormányzati szervek tudatos közösségimédia-használatra vonatkozó törekvéseit is, amelyhez központi hivatal (GSA) is létrehozott. A Memorandum hatására a közösségimédia-technológiák alkalmazása az amerikai szövetségi kormányzati szervek és hivatalok körében – különösen a végrehajtó hatalomban – gyors ütemben terjedt, melyet a közösségi szolgáltatások polgárok körében megnövekedett használata is segített. A folyamat vitathatatlan előnye, hogy ezek a felületek lehetőséget biztosítanak az állampolgári visszajelzésre, így mérni tudják a közvéleményt, oda-vissza interakciót generálnak a problémák, vagy közügyek tényleges megvitatása érdekében, melyekkel a közigazgatás céljai még sikeresebben megvalósíthatók. Ehhez természetesen a felmerülő nehézségeket is enyhíteni kellett, melyet a GSA kezelt a különböző ajánlások, módszertanok és eljárásrendek kibocsátásával. Mergel kormányzati keretrendszere segítséget adhat a közösségi felületek alkalmazásának sikermérésére, amely annak megértéséhez szükséges, hogy a kormányzat és közigazgatással való állampolgári interakciók különböző szintjei hogyan segíthetik egy közigazgatási szervezet céljainak támogatását a közösségi média csatornáinak használatával a transzparencia, a részvétel és az együttműködés dimenzióiban. A keretrendszer alkalmazása révén a közösségi médiával foglalkozó szakemberek képesek feltárni, hogy a megosztott információ hogyan terjedt a közösségi hálózatban, azt hogyan fogadták és milyen reakciókat váltott ki. Az adatok helyes értelmezésével a kormányzat egy passzív hallgatói funkcióba kerülhet, és csupán a pontos és megbízható információk hálózatba juttatásáról kell gondoskodnia annak érdekében, hogy az állampolgárokat együttműködésre és cselekvésre ösztönözze.

Az angolszász helyi önkormányzatok Participation 2.0 megvalósítására vonatkozó tapasztalatai esetében is érvényesült az állampolgárok különböző szinten történő bevonása a döntéshozatalba. Interaktív weboldalakon vagy közösségi felületeken (pl. Facebook, Twitter) keresztül megvalósult a tájékoztatási szint, a nyilvánosság kiegyensúlyozott és objektív tájékoztatása, valamint a problémák, az alternatívák, a lehetőségek és a megoldások feltárása. A konzultációs szinten kialakult egy interakció a nyilvánosság visszajelzéseinek beszerzésével, azok elemzésével és döntési alternatívákkal kapcsolatban. Az együttműködés szintjén a nyilvánossággal való partnerség jelent meg, azaz bizonyos esetekben a döntés minden egyes szakaszában az intézmény együttműködött a lakosokkal, beleértve az alternatív javaslatok kidolgozását és az előnyben részesített megoldások meghatározását is. A felhatalmazási szinten, a döntéshozatali jogkör címzettjei maguk az állampolgárok, ám erre inkább kormányzati szinten volt példa. A Participation 2.0 alkalmazása jelentősen befolyásolta a helyi önkormányzatok és a polgárok közötti kapcsolattartás módjában bekövetkezett változásokat, a helyhatóságok eltérő eredményel ugyan, de sikeresen alkalmazták a polgárok bevonására, a felelősség megosztására, a sürgető közösségi problémák azonosítására és megoldására. A bemutatott nyugat-európai mérés az önkormányzatok szofisztikációs szintjét mérte, azaz a hivatalos weboldal működését és a közösségi médiafelületek meglétét vizsgálta egy 13 paraméteres rendszerben. Megállapításuk szerint a 75 vizsgált önkormányzat elsősorban az egyirányú kommunikációt biztosító eszközöket alkalmazta, ugyanakkor figyelemre méltó, hogy a kelet-európai országoktól eltérően viszonylag magas arányban alkalmazták a blogokat, mint kapcsolattartási eszközt. A közép-kelet-európai önkormányzatok Facebook-használatát két kutatócsoport megállapításaival követhettük nyomon. Mindkét kutatócsoport hasonlóan ragadta meg a használandó paramétereket, és hasonló megállapításra is jutottak. Általános tapasztalat volt, hogy a lélekszám fordított arányban áll a reakciók számával, és lakosságárányos követő mutatóval, azaz a kisebb közösségek jobban beköverték a település oldalait, és többet reagáltak a bejegyzésekre. Ugyanilyen erős összefüggést tapasztaltak a követőszám, valamint a hozzászólási és reagálási hajlam között – minél több követője volt egy oldalnak, annál nagyobb mértékben kommentelték vagy reagáltak le a posz-

tokat. Az önkormányzatok jellemzően a bulvár típusú témákat részesítették előnyben, ugyanakkor az oda-vissza párbeszéd nagyon alacsony mértékben valósult meg. Általános tapasztalat volt, hogy az önkormányzatoknak nincs a közösségi média használatára vonatkozó stratégiája.

A hazai szakirodalomban fentiekhez hasonló mérési keretrendszerre még nem találtam példát. Voltak hasonló, de csak bizonyos paraméterek alapján történt vizsgálatok (Csáki-Hatalovics, 2020), ám konkrét, keretrendszer szerinti, tervezett működésre utaló gyakorlatot nem ismerünk, a végrehajtó hatalom legmagasabb, közép és alsó szintjén sem. A vizsgálatok alapján a hazai miniszterek inkább politikusként (influenszerként), mint szakemberként kommunikálnak, és főként egyirányú kommunikációt folytatnak. A vármegyei önkormányzatok esetében sem igazolódott még a közigazgatási tevékenységgel kapcsolatos következetes tájékoztatási gyakorlat, ugyanakkor már jobban körülhatárolható a kapcsolattartás jellege. A posztok tartalmi vizsgálata és azok hatásvizsgálata is igazolta, hogy a közügyekkel kapcsolatos posztok elérése arányaiban magasabb, mint a minisztériumi/miniszteri szint esetében, ugyanakkor azok inkább ömlesztett jelleggel történtek, és tény, hogy a vármegyei önkormányzatok is a bulvár irányába mozdultak el inkább. Hasonlóan alakult a települések esetében is, igaz a közigazgatási vagy alapfeladatokhoz kapcsolódó tartalmak a bejegyzések közel egyharmadában jelennek meg, de elérési mutatójuk jelentősen elmaradt a populistább tartalmakétól. Pozitív tapasztalat viszont, hogy a településméret csökkenésével az alapfeladatokhoz, vagy a testület és a hivatal munkájához köthető tartalmak nagyobb aktivitást váltottak ki az állampolgárokból, és a 8 ezer fő alatti településeknél már a kétirányú kommunikáció is megjelent. Erre alapozva, utóbbiak esetében a fentiekben bemutatott keretrendszerekhez hasonló hazai keretrendszer kidolgozása, és az az alapján történő mérés hiánypótló lenne a hazai gyakorlat számára a közösségi felületek hatékonyabb alkalmazása érdekében.

Hivatkozások

- Bolívar, M. P. R. (2015). The influence of political factors in policymakers' perceptions on the implementation of Web 2.0 technologies for citizen Participation and knowledge sharing in public sector delivery. *Information Polity*, 20(2–3), 199–220. <https://doi.org/10.3233/ip-150365>
- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S., & Flores, F. (2012). Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. *Government Information Quarterly*, 29(2), 123–132. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2011.10.001>
- Bretschneider, S. I., & Mergel, I. (2011). Technology and Public Management Information Systems: Where we have been and where we are going. In D. C. Menzel, & H. E. White (Eds.), *The State of Public Administration: Issues, Challenges and Opportunities* (pp. 187–203). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315698977>
- Brown, L., & Osborne, S. P. (2013). Risk and Innovation. *Public Management Review*, 15(2), 186–208. <https://doi.org/10.1080/14719037.2012.707681>
- Chun, S. A., Shulman, S. W., Sandoval, A. R., & Hovy, E. (2010). Government 2.0: Making connections between citizens, data and government. *Information Polity*, 15(1–2), 1–9. <http://doi.org/10.3233/ip-2010-0205>
- Cormode, G., & Krishanmurthy, B. (2008). Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. *First Monday*, 13(6), 1–19. <https://doi.org/10.5210/fm.v13i6.2125>
- Csáki Gy. B. (2006). Környezetváltozás a közigazgatásban – szemléletváltozás nélkül. *Infokommunikáció és Jog*, 3(13), Melléklet, 2–4. Online: <https://shorturl.at/Ud9TQ>

- Csáki-Hatalovics Gy. B., & Czékmann Zs. (2019). Az elektronikus közigazgatás fogalma. In Czékmann Zs. (Ed.) *Infokommunikációs jog* (pp. 15–23). Dialog Campus. Online: <https://shorturl.at/PPkbJ>
- Csáki-Hatalovics, Gy. B. (2020). A helyi önkormányzatok működésének hatékonysági anomáliái és azok megoldási kísérletei a rendszerváltozást követően, különös tekintettel az elektronikus közigazgatási megoldások elterjedésére. *Glossa Iuridica*, 6(3–4), 187–202. Online: <https://shorturl.at/q4fxi>
- Csáki-Hatalovics, Gy. B. (2021). A digitális közigazgatás. *Miskolci Jogi Szemle*, 16(1. különszám), 53–61. Online: <https://shorturl.at/Ekh49>
- Dawes, S. S., Cresswell, A. M., & Pardo, T. A. (2009). From “Need to Know” to “Need to Share”: Tangled Problems, Information Boundaries, and the Building of Public Sector Knowledge Networks. *Public Administration Review*, 69(3), 392–402. http://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2009.01987_2.x
- Denhardt, J. V., & Denhardt, R. B. (2015). The New Public Service Revisited. *Public Administration Review*, 75(5), 664–672. <https://doi.org/10.1111/puar.12347>
- Dixon, B. E. (2010). Towards e-government 2.0: An assessment of where e-Government 2.0 is and where it is headed. *Public Administration & Management*, 2010. 15(2), pp. 418–454. Online: <https://shorturl.at/PzI7d>
- Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (1987). The relationship of MIS steering committees to size of firm and formalization of MIS planning. *Communications of the ACM*, 30(11), 972–978. <https://doi.org/10.1145/32206.32213>
- Dunn, B. J. (2010). How I Did it: Best Buy’s CEO on Learning to Love Social Media. *Harvard Business Review*, december 2010, 43–48. Online: <https://shorturl.at/AgaTp>
- Eccles, R. G., & Krzus, M. P. (2012). *One report: Integrated reporting for a sustainable strategy*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119199960>
- Farazmand, A. (2012). The Future of Public Administration: Challenges and Opportunities – A Critical Perspective. *Administration & Society*, 44(4), 487–517. <https://doi.org/10.1177/0095399712452658>
- Gallup. (2023). *Trust in Government*. Online: <https://shorturl.at/anZoG>
- Gannes, L. (2010). *The Short and Illustrious History of Twitter #Hashtags*. Gigaom. Online: <https://shorturl.at/3HWzO>
- General Services Administration (GSA). (2023). *Social Media Policy*. Online: <https://shorturl.at/VyeRr>
- Government Accountability Office (GAO). (2012). *Privacy: Federal Law Should Be Updated to Address Changing Technology Landscape*. Online: <https://shorturl.at/2lerU>
- Gregory, S. (2010). *Cory Booker: The Mayor of Twitter and Blizzard Superhero*. Time. Online: <https://shorturl.at/sfx1b>
- Halavais, A. (2009). Do dugg diggers digg diligently?. *Information Communication and Society*, 12(3), 444–459. <https://doi.org/10.1080/13691180802660636>
- Howe, J. (2006). The rise of crowdsourcing 2006. *Wired*, 14(6), Online: <https://bit.ly/4fZUFUo>
- International Telecommunication Union (ITU). (2022). *Individuals using the Internet (% of population) – United States*. World Bank Group. Online: <https://shorturl.at/1CQDL>
- Jukić, T., & Svete, B. (2018). The Use of Facebook in the Slovenian Local Self-Government: Empirical Evidence. *Central European Public Administration Review*, 16(2), 7–22. <https://doi.org/10.17573/cepar.2018.2.01>

- Lazer, D., Mergel, I. Ziniel, C., Esterling, K. M., & Neblo, M. A. (2011). The Multiple Institutional Logics of Innovation. *International Public Management Journal*, 14(3), 311–340. <https://doi.org/10.1080/10967494.2011.618308>
- Lazer, D., Pentland, A., Adamic, L., Aral, S., Barabási A. L., Brewer, D., Christakis, N., Contractor, N., Fowler, J., Gutmann, M., Jebara, T., King, G., Macy, M., Roy, D., & Van Alstyne, M. (2009). Computational Social Science. *Science*, 323(5915), 721–723. <https://doi.org/10.1126/science.1167742>
- Lewis, G., Wright, L., & Vaithianathan, R. (2012). Multidisciplinary Case Management for Patients at High Risk of Hospitalization: Comparison of Virtual Ward Models in the United Kingdom, United States, and Canada. *Population Health Management*, 15(5), 315–321. <https://doi.org/10.1089/pop.2011.0086>
- Lin, Y.-R., Bagrow, J. P., & Lazer, D. (2011). More Voices Than Ever? Quantifying Media Bias in Networks. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 5(1), 193–200. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v5i1.14128>
- Lukensmeyer, C. J., & Torres, L. H. (2006). Public Deliberation: A Manager’s Guide to Citizen Engagement. Collaboration series. IBM Center for The Business of Government. Online: <https://shorturl.at/8JcIf>
- Luna-Reyes, L. F., Gil-Garcia, J. R., & Romero, G. (2012). Towards a multidimensional model for evaluating electronic government: Proposing a more comprehensive and integrative perspective. *Government Information Quarterly*, 29(3), 324–334. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2012.03.001>
- Mahler, J., & Regan, P. M. (2011). Federal Agency Blogs: Agency Mission, Audience, and Blog Forms. *Journal of Information Technology & Politics*, 8(2), 163–176. <http://doi.org/10.1080/19331681.2011.536416>
- Mallory, S. (2009. április 9.). *Island DIY: Kauai residents don't wait for state to repair road*. CNN. Online: <https://bit.ly/3Z1A5Xa>
- Melitski, J. (2003). Capacity and E-Government Performance: An Analysis Based on Early Adopters of Internet Technologies in New Jersey. *Public Performance & Management Review*, 26(4), 376–390. Online: <http://www.jstor.org/stable/3381113>
- Mergel, I. (2010. július 15.). “*The Gift Relationship: From Human Blood to Social Policy*” revisited for Government 2.0. Social media in the public sector blog. Online: <https://bit.ly/4gikWNp>
- Mergel, I. (2012a. június 1.). *Facebook forces cities to rename their pages*. Social media in the public sector blog. Online: <https://bit.ly/41cr3OL>
- Mergel, I. (2012b). The social media innovation challenge in the public sector. *Information Polity*, 17(3–4), 281–292. <https://doi.org/10.3233/IP-2012-000281>
- Mergel, I. (2013a). A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government Information Quarterly*, 30(4), 327–334. Online: <https://shorturl.at/K8ju9>
- Mergel, I. (2013b). Future of Online Government Service Delivery: The Case of the U.S. Federal Government. In F. Salem, & Y. Jarrar (Eds), *The Future of Government Services Lessons from Global Experiences* (pp. 11–12). <http://doi.org/10.13140/2.1.4845.2482>
- Mergel, I. (2015). Designing Social Media Strategies and Policies. In J. L. Perry, & R. K. Christensen (Eds.), *Handbook of Public Administration* (pp. 456–468). Wiley. Online: <https://bit.ly/3ODjflg>
- Merkovity N. (2009). Barack Obama elnöki kampányának sajátosságai. Mitől működnek a hálózati közösségek?. *Médiakutató*, 10(1), 97–106. Online: <https://shorturl.at/4IDpS>

- Mislove, A., Lehmann, S., Ahn, Y.–Y., Onnela, Y.–P., & Rosenquist, J. N. (2010). *Pulse of the Nation: U.S. mood throughout the day inferred from Twitter*. Online: <https://shorturl.at/ulkZV>
- Mital', O. (2020). The Use of Social Media in Public Administration: The Case of Slovak Local Self-Government. *Halduskultuur: The Estonian Journal of Administrative Culture and Digital Governance*, 21(1), 56–75. Online: <https://bit.ly/49ioJl6>
- Molnár P. (2018). Helyi önkormányzatok a nemzetközi elektronikus közigazgatási jelentésekben. In Miskolczi Bodnár P. (Ed.), *XIII. Jogász Doktoranduszok Országos Szakmai Találkozója. Jog és Állam 23* (pp. 151–162). Károli Gáspár Református Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar. Online: <https://bit.ly/3ZIU4oC>
- Molnár P. (2020). E-government development in the European Union. In Miskolczi Bodnár P. (Ed.), *XVII. Jogász Doktoranduszok Országos Szakmai Találkozója. Jog és Állam 30* (pp. 151–160). Károli Gáspár Református Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar. Online: <https://bit.ly/4i9otPE>
- Moon, M. J. (2002). The evolution of e-government among municipalities: Rhetoric or reality?. *Public Administration Review*, 62, 424–433. <https://doi.org/10.1111/0033-3352.00196>
- Nabatchi, T., & Mergel, I. (2010). Participation 2.0: Using Internet and Social Media Technologies to promote Distributed Democracy and Create Digital Neighborhoods. In J. H. Svara, & J. Denhardt (Eds.), *Local Governments as a Partner in Citizen Engagement and Community Building. A white paper prepared for the Alliance for Innovation* (pp. 80–87). Online: <https://bit.ly/3ZjiVJF>
- Nisar, T. M., Prabhakar, G., & Strakova, L. (2019). Social media information benefits, knowledge management and smart organizations. *Journal of Business Research*, 94, 264–272. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.05.005>
- Obama, B. (2009. január 21.). *Memorandum for The Heads of Executive Departments and Agencies. Transparency and Open Government*. Online: <https://bit.ly/3OCNWni>
- Osimo, D. (2008). *Web 2.0 in Government: Why and How?*. European Commission Joint Research Centre. Institute for Prospective Technological Studies. Online: <https://bit.ly/3BdRUQ3>
- Perrin, A. (2015. október 8.). *Social Networking Usage: 2005-2015*. Pew Research Center. Online: <https://bit.ly/4fTw6bp>
- Pew Research Center. (2010). *Distrust, Discontent, Anger and Partisan Rancor. The People and Their Government*. Online: <https://bit.ly/41aR01l>
- Postman, J. (2009). *SocialCorp. Social media goes corporate*. New Riders.
- Roberts, A. (2012). WikiLeaks: The Illusion of Transparency. *International Review of Administrative Sciences*, 78(1), 116–133. <https://doi.org/10.1177/0020852311429428>
- Shirky, C. (2011). The political power of social media. Technology, the public sphere, and political change. *Foreign Affairs*, 90(1), 28–41. Online: <https://www.jstor.org/stable/25800379>
- Soligno, R., Scorza, F., Amato, F., Casas, G. L., Murgante, B. (2015). Citizens Participation in Improving Rural Communities Quality of Life. In O. Gervasi, B. Murgante, S. Misra, M. L. Gavrilova, A. M. A. C. Rocha, C. Torre, D. Taniar, & B. O. Apduhan (Eds.), *Computational Science and Its Applications – ICCSA 2015 Part II* (pp. 731–746). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-21407-8_52
- Stowers, G. N. L. (2004). *Measuring the performance of e-government. E-government series*. IBM Center for The Business of Government. Online: <https://bit.ly/3CXUKco>

- Strandberg, K. (2006). “Town Hall” Meetings for the Masses or “Social Clubs” for the Motivated? – A Study of Citizens’ Discussions on the Internet. *World Political Science*, 1(1). <https://doi.org/10.2202/1935-6226.1000>
- Suen I. S. (2006). Assessment of the level of interactivity of e-government functions. *Journal of E-Government*, 3(1), 29–51. https://doi.org/10.1300/J399v03n01_03
- Szabó B. (2019). Mobile Applications for Administrative Purpose in the EU and V4 – with Special Regard to Document Management. *European Studies*, 6(1), 108–124. <https://doi.org/10.2478/eustu-2022-0031>
- The White House. (2012). *Digital Government Building a 21st Century Platform to Better Serve the American People*. Online: <https://shorturl.at/qL1X6>
- Trkman, M., & Trkman, P. (2009). A wiki as intranet: A critical analysis using the Delone and McLean model. *Online Information Review*, 33(6), 1087–1102. <http://doi.org/10.1108/14684520911011025>
- United Nations Population Division. (2022). *Population ages 15-64 (% of total population) – United States*. World Bank Group. Online: <https://bit.ly/4iigy2r>
- Zients, J. D. (Office of Management and Budget) (2010). *The Accountable Government Initiative – an Update on Our Performance Management Agenda*. Online: <https://bit.ly/4fUiQU2>
- Zuboff, S. (1985). Automate/Informate: The Two Faces of Intelligent Technology. *Organizational Dynamics*, 14(2), 5–18. [https://doi.org/10.1016/0090-2616\(85\)90033-6](https://doi.org/10.1016/0090-2616(85)90033-6)