

### METZ RUDOLF\* – BENE MÁRTON\*\*

*\*Eötvös Loránd Kutatási Hálózat Társadalomtudományi Kutatóközpont  
Politikatudományi Intézet; Budapesti Corvinus Egyetem*

*\*\*Eötvös Loránd Kutatási Hálózat Társadalomtudományi Kutatóközpont  
Politikatudományi Intézet; ELTE ÁJK*

#### **Bizonyítsd a vezetői képességedet (ha tudod)! Identításlapú benyomás menedzsment és – formálás az online térben**

A modern demokráciák legnagyobb kihívása a vezetők és vezetettek közötti növekvő távolság. A közösségi média ezt a kihívást segít leküzdeni, amelyen keresztül a politikusok jeleket (viselkedési mintákat) küldhetnek követőiknek azt illetően, hogy „valóban” rendelkeznek a vezetéshez szükséges képességekkel. Bár a benyomás menedzsment korábban is a politikai eszköztár része volt (Landtsheer et al. 2008), a közösségi média lehetővé teszi a politikusok számára, hogy kvázi közvetlen és torzításmentes módon részt vegyenek a róluk alkotott benyomások befolyásolásában. A vezetők elfogadottsága azonban attól függ, hogy a megjelenített tulajdonságok és viselkedésminták megfelelnek-e a közönségük által formált idealizált vezetői prototípusoknak (Metz 2021). A közösségi média explicitté tette ezt az alapvetően rejtett kognitív benyomás formálást: a követők közvetlenül reagálhatnak a vezetői jelzésekre érzelmeik kifejezésével (lájkok és emojik) vagy a politikai részvétel imitálásával, azaz a vezetők posztjainak megosztásával és kommentálásával (vö. Bene, 2017).

A szakirodalom különbséget tesz a benyomás menedzsment és -formálás módjai között, attól függően, hogy általános vezetői erényekre vagy csoport-specifikus tulajdonságokra helyeződik-e a hangsúly. A politikatudomány hajlamos az általános, univerzális tulajdonságokat hangsúlyozni a personalizáció kapcsán (Bittner, 2015; Garzia et al., 2022). A vezetői rátermettség igazolását és elfogadását azonban az identitáspolitika felértékelődése új megvilágításba helyezi (Garzia és Ferreira da Silva, 2022). A tanulmányunk arra a feltételezésre épít, hogy a vezetőknek nemcsak saját vezetői képességeiket kell bizonyítaniuk, hanem közönségük identitását is meg kell testésíteniük. Orbán Viktor és Márki-Zay Péter 2022-es országgyűlési választások kampánya során közzétett Facebook-posztjainak kézi tartalomelemzésén keresztül ezt a feltevést vizsgáljuk.