

# ÉRZELMEK ÉS JÁRVÁNYPOLITIZÁLÁS

Politikai érzelemmenedzserek és  
érzelemszabályozási ajánlataik  
Magyarországon

a COVID-19-pandémia idején



Szerkesztette:  
SZABÓ GABRIELLA

Szabó Gabriella (szerk.)

## **ÉRZELMEK ÉS JÁRVÁNPOLITIZÁLÁS**

Politikai érzelemmenedzserek és érzelemszabályozási ajánlataik  
Magyarországon a COVID-19-pandémia idején



Szabó Gabriella (szerk.)

# ÉRZELMEK ÉS JÁRVÁNPOLITIZÁLÁS

Politikai érzelemmenedzserek és érzelemszabályozási  
ajánlataik Magyarországon a COVID-19-pandémia idején

Budapest, 2022

A kötet az NKFIH\_FK 131990 témaszámú projekt támogatásával valósult meg.



Szerkesztette:  
Szabó Gabriella

Szakmailag lektorálta:  
Glózer Rita

Szerzők:  
Árva Kata, Bajzát Tímea Borbála, Egres Dorottya, Farkas Xénia, Kiss Balázs, Kmetty Zoltán,  
K. Molnár Emese, Knap Árpád, Prótár Noémi, Simon Gábor, Szabó Gabriella, Szabó Lilla Petronella,  
Szlávič Eszter

© Szerzők, 2022  
© Szerkesztő, 2022

ISBN 978 963 418 048 7



Felelős kiadó: ELKH Társadalomtudományi Kutatóközpont  
Projektmenedzser: Csanádi-Egresi Nóra  
Kiadói szerkesztő: Tihanyi Katalin  
Tördelés/Tipográfia: Balázs Andrea  
Borítótér: Csele Kmotrik Ildikó

# Tartalomjegyzék

1. fejezet

Szabó Gabriella – Kiss Balázs

**Érzelmei, érzelmszabályozási ajánlatok és érzelmenedzserek** ..... 7

2. fejezet

Szabó Lilla Petronella – Farkas Xénia

**„Küzdelem a vírus ellen” – Orbán Viktor érzelmszabályozási ajánlatai a koronavírus-járvány első és második hullámában** ..... 23

3. fejezet

Kiss Balázs

**Ellenzéki érzelmei – érzelmes ellenzék** ..... 39

4. fejezet

Farkas Xénia

**Vizualitás és érzelmszabályozási ajánlatok a COVID-19-járvány első és második szakaszában** ..... 56

5. fejezet

Simon Gábor – Árvay Kata – Bajzát Tímea Borbála – K. Molnár Emese – Prótár Noémi – Szlávich Eszter

**Metaforikus kreativitás és érzelmszabályozás – Metaforamintázatok a közösségi médiában a járvány idején** ..... 82

6. fejezet

Szabó Gabriella

**Érzelmszabályozási ajánlatok az online hírportálokon** ..... 112

7. fejezet

Kiss Balázs – Szabó Gabriella

**Az érzelmszabályozás fázisai és a COVID-19** ..... 134

8. fejezet

Egres Dorottya

**Elkötelezettek vagy távolságtartók? Argumentatív stíluselemzés az online médiában** ..... 158

9. fejezet

Kmetty Zoltán – Knap Árpád

**Trágárság mint érzelmi válasz a COVID-19-járvány idején** ..... 173

Szabó Gabriella

**Zárszó** ..... 191

Szabó Gabriella – Kiss Balázs

## Érzelmek, érzelemszabályozási ajánlatok és érzelemmenedzserek

Fogalmi és módszertani bevezető a koronavírus-járvány politikai kommunikációjának kutatásához

A koronavírus nemcsak az egészségügyi, az oktatási és a munkaerőpiaci folyamatokat befolyásolja, hanem a politikai kommunikáció eddig kevésbé feltárt aspektusaira is felhívja a figyelmet. A 2020-as év ugyanis megmutatta, hogy a bizonytalan, tragédiákkal teli, válság sújtotta világban a politikától a jogalkotási, szervezői, irányítási munka, illetve az arról szóló tájékoztatás mellett életvezetési tanácsokat és megküzdési stratégiákra vonatkozó közléseket is várhatunk. A járvány egyrészt váratlanságával, másrészt ismeretlen kimenetelével, harmadrészt mindenkit érintő egyéni és kollektív következményeivel a nyilvánosság előtt megvallott szubjektív viszonyulások, illetve érzelmes reakciók kaleidoszkópját eredményezte. A politikai szereplők COVID-19-fertőzést és annak hatásait tárgyaló kommunikációja többféle feladatot lát el, így vizsgálata nem csak az információtartalom alapján lehetséges. A kötetben szereplő tanulmányok ezek egyikét, az úgynevezett expresszív funkciót veszik alapul, mégpedig azért, hogy leírják a politikai érzelemszabályozás jellegzetességeit. A bevezető tanulmány a későbbi fejezetek megértését a közös fogalmi hálót alkotó legfontosabb elemek – érzelmek, érzelemszabályozás, érzelemmenedzserek – bemutatásával és az elemzések módszertani hátterének megvilágításával segíti.

Az expresszivitás mibenlétéről, politikai kommunikációs használatáról részletesen írtunk a [Politikatudományi Szemle 2021/1-es](#) kiadványában (Szabó – Kiss, 2021). Kérjük az olvasót, hogy elégedjen meg itt ennek rövid felelevenítésével! A politikai kommunikáció expresszivitása alatt a megszólalásnak azt az összetevőjét értjük, aminek a segítségével a kommunikátor kifejezi a saját viszonyát a szóban forgó témával, a diskurzusban részt vevőkkel, az interakció csatornájával vagy egyéb jellemzőjével kapcsolatban. A politikai kommunikáció főszereplői – a politikusok és az újságírók – tudatos megszólalók, így az expresszív megnyilvánulásukat nem tekinthetjük a véletlen művének. Ugyanakkor sosem zárható ki teljes biztonsággal az átgondolatlanság, a valós felindultság, a pillanat hevében való elragadtatottság. Bármireh kötjük is a politikai expresszivitást,



számunkra a szubjektív viszonyulások megjelenése nem zaj, baki, hibás érvéles vagy eliminálandó jelenség, hanem a megfigyelő értékítéletétől független tudományos tény. A megközelítésünk tehát leíró és magyarázó, nem pedig normatív és értékelő. Tágabb értelemben az expresszivitás része az affektivitás (Szathmári, 1967): a szubjektív viszonyulások kifejezései nem minden esetben, de többnyire emocionálisak, és jól azonosíthatóan látnak napvilágot. Más szóval, bizonyos közlések az adott kulturális és társadalmi közegben értelmezhető és azonosítható érzelmi állapotokat tükröznek (Bozicevic et al., 2016). Ha ez így van, akkor meg kell határozni az érzelmkifejezések elméleti tétjét, vagyis azt, miért tartjuk fontosnak a nyilvánosság főszereplőinek affektív közléseit. Álláspontunk szerint az emotív kommunikáció a politikai érzelmszabályozásban játszik szerepet. Az érzelmeik meghatározzák a politikai aktorok viselkedését és preferenciáit, különösen válságok és feszültségek idején. Az érzelmeik kialakulását, tartósságát, intenzitását azonban számos tényező befolyásolja (személyiségjegyek, szociokulturális sajátosságok, tanult minták stb.), ezek egyike maga az interakció. Feltételezzük, hogy a politikai nyilvánosságot domináló elit részt vesz az érzelmeiket befolyásoló interakciókban, mégpedig úgy, hogy saját érzelmi viszonyulását mintaként mutatja fel, felszólít bizonyos érzelmeikre, vagy éppen lebeszél másokról. A politikai interakciók egy része így érzelmszabályozási funkciót tölt be.

A kutatásunk kulcsfogalmai a ki, mit és hogyan kérdései köré rendeződnek, vagyis a köré, hogy kik az érzelmeiket szabályozni kívánó megszólalók, mi az érzelmszabályozás tárgya, illetve hogyan megy végbe az érzelmszabályozás folyamata. Lássuk ezeket egyenként!

## Érzelmmenedzserek

A politikai érzelmszabályozás két szereplőcsoport, az érzelmmenedzserek és a kliensek interakcióján alapszik (Maor – Gross, 2015). Az érzelmmenedzser a kezdeményező fél, aki folyamatosan és változatos formában érzelmi ajánlatokat tesz a közössége számára. Érzelmmenedzsernek tekinthető minden olyan megszólaló, akinek nagyobb nyilvánosság áll a rendelkezésére. Az érzelmszabályozás során egyrészt szándékolt, szervezett és tervezett lépéseket hajt végre, másrészt viszont maga is a helyzet vagy esemény hatása alá kerülhet, ami tudattalan reakciókra készíti. Az online és a közösségi média uralta nyilvánosságban a gyors és azonnali válaszadás igénye láthatóbbá teszi a hirtelen felindulásból adott érzelmi reakciókat (lásd Botha – Reyneke, 2013). Az érzelmmenedzser ez utóbbiakért is felelős. Az érzelmmenedzser tehát a kommunikáció segítségével igyekszik befolyásolni mások mentális és lelkiállapotát, affektív viszonyulásait, érzelmkifejezési gyakorlatait, vagy legalábbis gyarapítani az adott közösségben az adott helyzetben elfogadott, tolerált, esetleg kívánatosnak tartott érzelmkészletet.

Az érzelmmenedzserek felismerik, hogy egyes szituációban milyen érzületek széles körű elterjesztése szolgálja céljaikat, viszont számolniuk kell néhány tényezővel. Az egyik a közösség

befogadóképessége, érzelmi intelligenciája (lásd Singh et al., 2021): ha az érzelmszabályozási ajánlat nem érthető, nem átélhető tömegek számára, akkor az érzelmmenedzser kísérletei elbuknak. A másik az autenticitás problémája (lásd Avolio et al., 2004). Amennyiben az érzelmmenedzser vagy ajánlata nem hiteles, akkor valószínűleg szintén elutasításban részesül. A harmadik pedig az adott közegben bevett érzelmi és érzelmkifejezési szokás vagy szabályrendszer (lásd Dzikoto et al., 2018). Az érzelmmenedzsernek tiszteletben kell tartania az írott és íratlan kulturális normákat. Egy politikai vezető esetében néhány évtizede bizonyosan kedvezőtlenül fogadták volna a szomorúság és a kétségbeesés érzelmi ajánlatát, manapság azonban egyre többen értékeli pozitívan a vulnerabilitás jeleit. A médiát illetően is megfigyelhető a hullámlás, de nem annyira időbeli a váltás, inkább versengő gyakorlatokat látunk: az elmúlt közel száz évben egyszerre volt jelen a közéleti kérdéseket távolságtartó módon tárgyaló objektivitás és az újságírói szubjektivitást előtérbe helyező praxis (Bajomi-Lázár, 2016; Mellado et al., 2017). Bizonyos körökben továbbra is inkább a sztoikus viselkedés a minta, ám napjainkban olyan politikai érzelmmenedzsernek is teremhet babér, aki szélsőségesebb érzelmeket is megjelentet.

A koronavírus-járvány politikai érzelmszabályozásában két fontos érzelmmenedzser-típus figyelhető meg: a politikusok és a média. Mindkét kör előállhat érzelmszabályozási ajánlatokkal, viszont a felkínálás módja és motivációja eltér egymástól. A politikus, különösen a maga és stábjja által kezelt közösségimédia-felületeken közvetlenül a követőihez fordulva közölheti mondandóját (Bene, 2020). A menedzsmentirodalomban régóta ismert, hogy az érzelmeikkel kapcsolatos eligazítás, a domináns érzelmszabályozási kultúra kialakítása és fenntartása a vezetői feladatok része (Crawford, 2007; Dasborough – Ashkanasy, 2002; Michie – Gooty, 2005). Innen már csak egy lépés feltételezni, hogy a politikai vezetők is felelősnek és kompetensnek érzik magukat a szavazók közéleti-politikai ügyekkel kapcsolatos affektív viszonyulásainak a befolyásolásában.

A média esetében diffúzabb a potenciális érzelmszabályozás. Itt is feltételezhetünk egyfajta terápiás–támogató feladatvállalást, hiszen Magyarországon is megfigyelhető a szolgáltató újságírói szerepfelfogás, ami kifejezetten a média tanácsadó, eligazító, segítő funkcióját hangsúlyozza (Humanes – Roses, 2020; Szabó, 2020). A média kapcsán azonban a trendkövető hatás is releváns: minél több szó esik a politikában az érzelmeiről, annál több figyelmet szentel a sajtó is neki. A média tehát beszámol mások érzelmszabályozási erőfeszítéseiről, továbbá keretezi vagy véleményezi azokat. Az újságírók, szerkesztők ágenciája itt abban áll, hogy döntenek arról, kitől származó és milyen típusú kommunikációnak adnak láthatóságot, és hogyan tálalják azt. Emellett előállhatnak önálló javaslatokkal is: a járvány idején újságírók betegség-, karantén- és oltástörténetei is megjelentek, bennük számos érzelmes utalással.<sup>1</sup> A média érzelmmenedzsmenti tevékenysége tehát többretegű, azaz bemutat, reagál és maga is produkál érzelmszabályozási

<sup>1</sup> Például a *24.hu* „Karanténnapló koronavírus-járvány idején” című sorozata 2020 márciusában, és az oltásbeszámoló-sorozat az *Index.hu*-n 2021 tavaszán.

ajánlatokat. Aktivitása során legitimál vagy diszkreditál vizibilitást biztosít, vagy elkendőz bizonyos érületeket és megküzdési stratégiákat.

A jelen kutatás potenciális érzelmmenedzsernek tekinti a magyar parlamenti pártok vezető politikusait és a közéleti-politikai kérdésekkel is foglalkozó, önálló tartalmat gyártó, az első két hullám mindegyik napján elérhető legkattintottabb hús online hírmédiaplatformot. Annak eldöntésére, hogy valóban tesznek-e érzelmszabályozási ajánlatokat, az előbbiek hivatalos Facebook-oldaláról származó tartalmakat vizsgáltuk. A médiaforrások kiválasztásakor a Digitális Közönségmérési Tanács ([dkt.hu](http://dkt.hu)) adatait vettük figyelembe, méghozzá a 2020. március és 2020. november havi forgalommérések alapján. A politikusok Facebook-oldalát és az online portálok tartalmait a SentiOne online és közösségimédia-figyelő szoftver segítségével töltöttük le a „Covid-19”, „koronavírus” és „járvány” kulcsszavakat használva.

## Érzelem

Ha azt kérdezzük, hogy mi az érzelem, amit politikai aktorok szabályozni és menedzselni szeretnének, akkor azt látjuk, hogy az érzelem fogalmával lefedett jelenségkör egyre bővült a pszichológia története folyamán (Bányai – Varga, 2013: 43).

A korai megközelítés az érzelmet azokra a jelenségekre szűkítve vizsgálta, amelyek a magányos alanyon megmutatkoztak egy-egy őt meglepő stimulus, belső vagy külső történés következtében. Ezért Descartes-nál (1649/1970) az érzelem magában foglalja az egyéni átélést, a történés okozta élményt, a testi változásokat, tehát például félelem közepette a pulzus megemelkedését és a történés eredményeképpen bekövetkező testi mozdulatokat, például az ijedtség megmutatkozását a végtagok remegésében. Sokáig arról folyik a vita, hogy az érzelem vajon pusztán a testi változások megélése, avagy ellenkezőleg, a testi változások a következményei az érzelemnek. Látjuk, hogy ebben a felfogásban semmi nem szerepel arra vonatkozóan, hogy az alany megértené, értékelné akár az érzelmet kiváltó történést, akár magát az élményt, amelyet megtapasztal, ezért a későbbiek felől nézve kimarad belőle az értékelés nyomán fellépő újabb stimulus, például a haragot azonnal követő szégyen, éspedig annak a következtében, hogy a harag manapság morálisan negatív.

A ma dívó érzelemelmélet hat tényezője a fenti három mellett felsorakoztatja a kognitív értékelést, a gondolkodási és cselekvési tendenciákat, valamint magukat a stimulus folytán bekövetkező cselekvéseket is. A kognitivizmus uralma idején a legfontosabbnak ezek közül az értékelés minősült; sokáig azt gondolták, hogy nem is jöhet létre érzelem akkor, ha nincsen ilyen értékelés, tehát ha az alany nem képes reflektálni arra, ami történik vele, legalább abban az értelemben, hogy eldönti, a történés kedvező-e vagy kedvezőtlen. A gondolkodási és cselekvési tendencia alatt

azokat a késztetéseket kell érteni, amelyek a stimulus következtében ébrednek az alanyban: a kellemes élmény arra késztetheti, hogy közelebb húzódjék annak forrásához, a kellemetlen éppen ellenkezőleg, a távolodásra sarkallhatja. Nem minden tendencia valósul meg, ezért külön specifikus egy-egy érzelmek esetén, hogy milyen cselekvések, reakciók következnek be valóságosan is.

Az érzelmek tehát nem szinguláris dolog, nem különálló entitás, hanem konstruktum, amelyik – ez idő szerint és a pszichológiában – ezt a hat összetevőt fedi le. Ráadásul abban is változások történtek, hogy van-e ezek közül valamelyik tényezőnek időbeli elsőbbsége. Ahogyan jeleztük, a kognitívizmusról idején, így például Nico Frijda korai munkáiban (1986) vagy Richard Lazarusnál (Lazarus – Folkman, 1984; Lazarus, 1991) a kognitív értékelés volt a primátus. Később az időbeli elsőbbség kérdése elveszítette a relevanciáját, mert az lett az uralkodó felfogás, hogy a komponensek folyamatos kölcsönhatásban vannak egymással (Scherer, 2005). Sőt, Frijda kétezres évekbéli munkája már nemcsak egymástól nem választja el az összetevőket, hanem a kulturális és társadalmi környezettől sem, és nem állapít meg közöttük kauzális viszonyt (idézi Bányai – Varga, 2013: 44).

Érdemesnek látszik dinamizálni ezt a felfogást, és pedig annak a mintájára, ahogyan azt Klaus Scherer tette még a nyolcvanas években (Scherer, 1982). Darwin óta van jelen az érzelmekekkel kapcsolatos elméletalkotásban az evolúciós szempont, az tehát, hogy az érzelmekek az egyed és a faj fennmaradását szolgálják például azért, hogy információt közvetítenek az egyed belső állapotáról a társai felé, és így javítják az életben maradásának esélyeit (Hochschild, 1983). Az evolúciós vonulat jegyében Scherer (1982) elméletében az érzelmek közbeiktató állomása a stimulusra adott közvetlen reakció és a racionális végiggondolás között. Például amikor valami súlyosnak látszó tárgy repül az alany felé, akkor az első reakciója valószínűleg a tárgy útjából való reflexszerű elhúzódnás lesz. Ezt a megijedést, félelemnek nevezett érzelmek követi, és ez az, ami nemcsak magában foglalja a fenti hat változást, hanem elvezet annak a racionális végiggondolásához is, hogy mit is kellene tenni ebben a helyzetben. Ha nem lenne jelen a félelem, az alany azt cselekedné, amit reflexszerűen mindig is szokott, például elmenekülne, holott lehet, hogy inkább szembe kellene néznie a fenyegetéssel. Ennek az eldöntéséhez ad időt az érzelmek közbeiktató állomása a stimulus és a racionális reflektálás közé. Az összefüggés olyan helyzetben is igaz, amikor az önkéntelen válasz valami olyan lenne, ami társadalmilag, morálisan nem elfogadott. Meglehet, hogy az első késztetés valamilyen erkölcsstelen tette sarkallna, de az érzelmek jelzi az alanyban, hogy nem helyes az, amire készül, és így az érzelmek, például a vágyakozása miatt érzett szegénység, időt hagy neki arra, hogy racionálisan kitalálja, hogyan érhetné el a normákat betartva azt, amit zsigerileg megkívánt. Azért látszik szükségesnek figyelembe venni ezt a schereri dinamizálást és temporalizálást, mert korunk az internet és a közösségi média következtében különösen hajlamosabb teszi a politikai aktorokat, köztük a médiát és az állampolgárokat is arra, hogy mintegy ne vegyék igénybe az érzelmek nyújtotta intervallumot a racionális reflexióra, hanem pusztán a felébredő érzelmek hatására és azonnal reagáljanak.

Látható, hogy a hat összetevő milyen módon lehet kihasználható a politikai érzelmszabályozás számára.

1. **Kognitív értékelés, információfeldolgozás.** Az állampolgárok túlnyomó része közvetlenül, testileg nem találkozik a járvánnyal, jórésztüknek még az ismerősi körét is elkerüli a betegség, ezért a vele kapcsolatos információk, stimulusok szinte kizárólag híradásokból érik: szövegekből és médiafelületek képeiből. Azért csak szinte, mert az utcák kiürülése, a maszkviselés kötelezettsége, az élettevékenységek tereinek és időablakainak a megváltozása nagyon is közvetlenül látja el stimulusokkal, és kelt érzelmeket.
2. **Fiziológiai változások.** A stimulusok hatására különféle testi változások mennek végbe az emberekben. Ezeknek a rövid és hosszú távú következményei eltérő súllyal esnek latba az érzelmmenedzsereknél. A rövid távú következmények valószínűleg kevésbé fontosak, a hosszú távúak viszont annál inkább. A rendszeresen visszatérő felhorgadások, pulzusgyorsulások, vérnyomás-emelkedések tartós testi állapotromlást idézhetnek elő, aminek lehet pozitív következménye a járvány elmúltát követő felszabadulásakor, de lehetnek a kiindulópontjai a járvánnyal kapcsolatos információk ömlesztésére vagy visszatartására, a korlátozások szigorítására vagy enyhítésére irányuló politikai döntéseknek is.
3. **Szubjektív megélés.** A járvány jeleivel való találkozások szubjektív megélését is meg lehet kísérni politikai megfontolásból menedzselni. Tanácsokkal lehet előállni arra nézve, hogy milyen élményeknek tegye ki magát az állampolgár, milyen eseményeket kerüljön el, milyen előzetes érzelmekkel lépjen bele egy-egy járványeseménybe. A szubjektív megéléshez tartozik az is, amikor az egyén megfogalmazza a maga számára azt, hogy mit is érez, milyen érzelem fogta el. Ehhez a megfogalmazáshoz nagyon is kaphat segítséget és ajánlatot az érzelmmenedzsertől.
4. **Érzelmkifejezés.** Ennek a komponensnek a politikai tétje valószínűleg a leginkább arra vonatkozik, hogy az egyéni állampolgárok a maguk érzelmkifejezésével hogyan hathatnak a többi állampolgárra. Itt olyan momentumokra kell gondolni, mint a megbetegedéstől való félelem miatti mimika, testtartás és a mozgás megváltozása, például a távolságtartás vagy annak hiánya, és következményeik. Ezek szociális közegben ragadósak lehetnek – erre vonatkoznak például a tükroneuronokkal kapcsolatos felfedezések. A maszkviselés és a különböző zárások és korlátozások erősen lassíthatják az érzelmkifejezések terjedését, ám a közösségi-média-felületeken mutatott példák könnyen virálissá válhatnak.
5. **Gondolkodási és cselekvési tendenciák.** Meghatározott érzelmek specifikus cselekvési tendenciákkal járnak. A félelem és a szégyen a visszahúzódásra és tétlenségre késztet, a harag és a büntudat aktivitásra, a mások által, illetve az alany által elkövetett méltánytalanság

kiigazítására (Tangney – Dearing, 2002). Hasonlóképpen egy-egy csoport rendelkezhet olyan affektív stílussal, mely a stimulusokra például rendre felháborodással reagál. Adott helyzetben a politikai aktornak érdekében állhat ilyen vagy olyan érzelmet kelteni meghatározott állampolgári körben, olyanban, amellyel kapcsolatban vannak ismeretei a várható gondolkodási és cselekvési tendenciákat illetően.

6. *A stimulusra adott válaszok.* Mivel a politikai aktorok a leginkább az állampolgárok cselekvései iránt érdeklődnek, ezeket akarják ösztönözni vagy visszafogni, ezért a feléledt cselekvési tendenciákat megpróbálhatják becsatornázni nekik politikai szempontból kedvező aktivitásokba. A leginkább logikus kísérlet például a választási vagy tüntetési részvétel vagy – ellenkezőleg – az attól való távolmaradás felé terelni az állampolgárokat.

Az érzelem hat összetevője folyamatos interakcióban áll egymással, és ezen túl még a kulturális és szociális környezettel is. Az egyik példában utaltunk arra, ahogyan egy érzelem a morális problematikussága okán átmegy egy másikba, adott esetben egy aktivizáló érzelmet, a haragot egy passzívra tevő, a szégyen váltja fel. Az érzelmeknek és az érzelmi dinamikának ez a rögzíthetlensége, képlékenysége, összetett és bonyolult biológiai és társas folyamata nagy kihívás elé állítja a kutatókat. Az ilyen felismerések vezettek el ahhoz, hogy szisztematikusan próbálják meg elválasztani egymástól az érzelmek különböző fajtáit, így kutathatóvá tenni az affektusok egyes elemeit.

Warren D. TenHouten (2007) érzelmeklasszifikációja az összetettségük alapján a társas együttlésben és a közösségi interakciókban kiemelkedő szerepet játszó emóciók meghatározására törekszik. TenHouten primer, szekunder és terciér érzelmeket különít el, ezeket eltérő valenciaértékük alapján párokba rendezi. Itt tehát egy olyan megközelítésről van szó, amely alapérzelmekre vezet vissza a továbbiakat; a szekunder és terciér csoportba a keverékérzelmeket sorolja. A primer párok kultúrától független, biológiailag meghatározott adaptív reakciók, amik az élet alapproblémáira adott ellentétes értékű, érzelmi válaszokat kategorizálják.

Robert Plutchikra támaszkodva (1980), TenHouten (2013: 15–16) négy univerzális egzisztenciális életproblémát és ahhoz kapcsolódó érzelmeket határoz meg. Az *identitásra* vonatkozó kérdések az önmagunkhoz, másokhoz vagy az aktuális élethezethhez való viszony primer érzelmeit hozzák felszínre, ezek az elfogadás (acceptance) és a lelki-testi elutasítás, tehát az undor (disgust). Az élet *temporalitásához*, például annak végességéhez kapcsolódó érzelepár az öröm (joy) és szomorúság (sadness). Az emberi létezés *horizontjára*, azaz a megélt újdonságokra és várakozásokra vonatkozó kettős az előérzet (anticipation) és a meglepődés (surprise). Az egyének közötti konkrét vagy a közösségben elvontan létező *hierarchiával* szembeni érzelmi reakciók változatosak, de TenHouten szerint mindegyik visszavezethető a *harag* (anger) vagy a *félelem* (fear) komponensére (2007: 25–49). A primerek mellett hasznosítjuk a TenHouten-i klasszifikáció szekunder

érzelempárok egy részét is. Témánk szempontjából az alábbiak relevánsak: *alárendelődés* (forrása elfogadás és félelem), *büszkeség* (forrása öröm és harag), *morbidság* (forrása öröm és undor), *szégyen* (forrása szomorúság és félelem), *csalódottság* (forrása szomorúság és harag), *felháborodás* (forrása meglepődés és harag), *lenézés* (forrása undor és harag), *bűntudat* (forrása öröm és félelem), örömteli jövőbe tekintés (forrása öröm és előérzet), *borúlátó jövőbe tekintés* (forrása szomorúság és előérzet) (TenHouten, 2007: 50–101). Későbbi munkájában TenHouten tercier érzelmeket is meghatároz (2018) – ilyen például a tehetetlen bosszúvágy (ressentiment) –, ám ezeket bonyolult azonosításuk okán a jelen kutatásban nem alkalmazzuk.

Feladatunk, hogy a TenHouten-féle primer és szekunder érzelmeket politikai kommunikációs anyagokon vizsgáljuk. Ehhez különböző affektuskifejező formulákat kell meghatározni. A legkönnyebb dolgunk a *közvetlen* és *explicit* formulával van, hiszen ilyenkor a megszólaló megnevezi az érzelmet (például „*dühös vagyok*”, „*büszkeséggel tölt el*”, „*örömmel jelentem*”). Az elemzőnek itt nincs más dolga, mint regisztrálni a leírtakat vagy elhangzottakat. Az érzelmi állapotok kifejezése azonban gyakran nem ennyire egyértelmű. Ilyenkor sem kell lemondani az érzelmelek azonosításáról, hiszen bizonyos nyelvi fordulatok – expresszívumok és metaforák – segítségével közvetetten, de szintén megjelenik az affektus: a bocsánatkérés a szégyennel, a robbanással kapcsolatos szóképeket a haraggal szokás összekötni. Az expresszivitás természetesen áttételes is lehet, hiszen minden olyan közlése számít, amelyik várhatóan meghatározott érzéseket közvetít, vagy olyan érzelmet kelt, amit a megszólaló kívánatosnak tart. Az érzelmi tartalom felismerésében segít a kontextus. Ha ismerjük a kommunikátor politikai hátterét, a beszédhelyzetet, a tágabb kulturális és történeti kontextust, akkor nagy valószínűséggel azonosíthatjuk a kifejezni szándékozott affektust. Egy jelenleg ellenzéki politikus szájából könnyen észrevehető az irónia és a harag megfogalmazása az alábbi mondatban: „***Hadd gratuláljak Orbán Viktornak innen is! Kiváló munkát végzett a kaszinó-jobboldal felépítésével!***”<sup>2</sup>

Az adatgyűjtésünk során a verbális és képi kommunikáció tartalmaira fókuszáltunk, módszertani-technikai korlátok miatt a gesztusok és vokális elemek vizsgálatát nem tudtuk elvégezni. TenHouten példákkal illusztrálja az érzelmelek manifesztációját, és bár rendelkezésre áll angol nyelvű emóciószótár is, a magyar tartalmak érzelmi alkotóelemeinek azonosításakor nem lehet idegennyelvi formák tükörfordítására támaszkodni. Ezért a *Magyar Értelmező Kéziszótár* és a *Magyar Szinonima Szótár* alapján a primer és szekunder érzelmelekhez magyar nyelvű indikátorszavakat és további prototipikus kifejezési módokat (például metaforák és expresszívumok) társítottunk. Ezek alkotják az adatfelvételt segítő kódutasításokat. A betanulási folyamat részeként, egy kisebb korpuszon a kódolók közötti egyezést is megmértük (Krippendorf  $\alpha = 0,82$ ). A koronavírussal kapcsolatos tartalmak érzelmetléttségét kézi kódolással rögzítettük, amit a kötet szerzői közül Egres Dorottya, Kiss Balázs, Szabó Lilla Petronella és Szabó Gabriella hajtott végre. Hálásak

<sup>2</sup> Szabó Tímea (Párbeszéd) Facebook-bejegyzése, 2016. október 4.

vagyunk továbbá Burai Krisztinának, aki az adatbázis-építésben segédkezett. Az érzelmeik képi megjelenítésének feltárását Farkas Xénia vezette. A vizuális elemzés módszerét a *második* és a *nyolcadik fejezet* tartalmazza.

## Érzelmszabályozás

A fejezet utolsó kulcsfogalma az érzelmszabályozás, aminek megértéséhez a pszichológia néhány megállapítását hívjuk segítségül.

A korai szakirodalom jelentős része kevésbé az érzelmeik szabályozására, mint inkább azok kifejezésének a szabályozására összpontosított. Ez annak is volt a folyománya, hogy akár Darwin, akár James,<sup>3</sup> akár a korai Freud úgy tartotta, hogy az érzelmeik egyszerűen meglepik, elborítják az embert, ezért legfeljebb arra törekedhet, hogy a kifejezésüket akadályozza meg. A kései Freud és aztán az érzelmszociológusok (például Arlie Hochschild és Eve Illouz) ezzel szemben abból indultak ki, hogy az ember szocializációjának a szerves része az érzelmi tanulás, tehát az, hogy megtanulja nemcsak azt, hogy milyen érzelmet szabad mutatnia, hanem azt is, hogy mit kell és mit szabad egy-egy történés közepette éreznie. Mivel pedig a szocializáció nem ér véget a gyermekkorban, ezért az ember folyamatosan ki van téve az újabb és újabb érzésszabályok és kifejezési normák elsajátítását előíró társadalmi folyamatoknak. Ezért nagyon is lehetséges megírni akár az érzelmeik történetét is (Reddy, 2001; Rosenwein, 2006, 2015; Lukács – Tóth, 2019), mert fellelhetők azok a múltbeli szabálykönyvek és nevelési útmutatók, amelyekből kiolvasható az adott kor érzelmi kultúrája, például az, ahogyan a király viselkedéséről beszámoló korabeli szerzők egyszerre vallanak arról, hogyan kellett érzelmeiket nyilvánítani, és arról, hogyan mutatott ebben példát az uralkodó.

Hochschild (1983) a légiutas-kísérők hetvenes évekbeli képzésének a tanulmányozásából vonta le azt a következtetést, hogy az ember igenis kondicionálható arra, hogy valamely történésre – például a stewardess egy utas durva megnyilvánulására – ne a másutt természetes módon reagáljon, hanem úgy, hogy azzal enyhítse a fedélzeti feszültséget, hiszen ez repülés közben különösen fontos. A légiutas-kísérők azonban ilyenkor nem színlelnek, hanem valóságosan is azt érzik, amit a munkaadók érdekében érezniük kell. Illouz munkái (1997, 2007) hasonlóképpen arra a következtetésre jutnak, hogy a kapitalizmus nemcsak a fizikai munkaerőt, hanem a munkavállalók és a fogyasztók érzelmi életét is piacosította, s ettől kezdve a szerelem nem lehet az igazi holdfényes tengerparti séta vagy drága éttermi vacsora nélkül.

Külön említést érdemel Goffman, mert ő az egyéni érzelmszabályozás és a makrotársadalmi előírások közötti közbülső szférával foglalkozik, azzal, ahogyan az egyén a hétköznapi közösségi

<sup>3</sup> Például a *The Principles of Psychology* XXV. fejezetében, de tulajdonképpen a fő művében végig, az érzelmeiket együtt tárgyalja az ösztönökkel.



viselkedésében alkalmazkodik a környezete érzelmi elvárásaihoz. Goffman a belső, ha úgy tetszik, valós egyéni érzelmeiről nem ír ugyan, de arról igen, ahogyan az egyén egyszerre színleli azt az érzelmet, hangulatot, amit elvárnak tőle, és mutatja is magát másmilyennek, esetleg jobbnak annál, amilyen valójában (Goffman, 2000).

Az érzelmszabályozás legkidolgozottabb felfogása James Gross (2007) nevéhez fűződik. Ő és szerzőtársa, Ross Thompson (1994) a fejlődépszichológiából érkezik az érzelmszabályozás problémájához, ezért paradigmája a szülő–gyermek kapcsolat, például az, hogyan próbálja a szülő az elejét venni a gyermeke kellemetlen érzéseinek, élményeinek. A grossi modellben (Gross – Thompson, 2007) ezért az érzelmszabályozás szinte teljességgel kívülről történik, jóllehet az érzelmmenedzser a szabályozási erőfeszítéseibe belekombinálja alanyának saját belső érzelmszabályozási képességeit is.

Gross az érzelmszabályozást öt ponton történő beavatkozással gondolja elvégeztetni.

1. **Helyzetkiválasztás.** A szabályozó fél mindenekelőtt megpróbálja elkerülni azt, hogy az alanya kellemetlen érzelmi reakciókat kiváltó helyzetbe kerüljön. Ezért olyan helyzetet választ vagy hoz létre, ami kevesebb kellemetlen érzelmmel fenyeget.
2. **Helyzetmódosítás.** Amennyiben az érzelmgeneráló helyzet már fennáll, akkor megpróbálhatja azt úgy módosítani, hogy minél kevesebb kellemetlen érzelmet keltő hatás, stimulus érje az alanyt. A koronavírus-járvány idején a kórházakat, COVID-osztályokat a nyilvánosság elől elzáró kormányzati törekvés leírható a grossi logika alapján.
3. **Figyelemvezénylés.** A helyzetnek mindig vannak olyan összetevői, amelyek kevesebb kellemetlen, több kellemes érzelmet fognak valószínűleg keltetni az alanyban, ezért megpróbálja a figyelmet az előbbieket helyett az utóbbiakra irányítani, sőt, esetleg valami olyanra, ami nem is része a helyzetnek, de kellően vonzó ahhoz, hogy az alany megfeledezzen a helyzet kellemetlenségeiről.
4. **Kognitív értékelés.** A szabályozó fél megkísérli átértelmezni a helyzetet vagy annak egy-egy összetevőjét, lehetőleg úgy, hogy akár kellemesbe is fordulhasson a kellemetlen élmény. Grossnak ez a gondolata is hasznosítható a koronavírus-járvány politikai kommunikációjában: a karantént több megszólalás az elmélyülés, a családi kapcsolatok megerősítése és az önfejlesztés időszakának igyekezett bemutatni.
5. **Válaszmoduláció.** Az előző erőfeszítések ellenére a helyzet az alanyból olyan érzelmi reakciót válthat ki, ami a körülmények miatt enyhítésre szorul. Általánosságban a nyugtató testmozgástól kezdve a gyógyszerek vagy kábítószeres fogyasztásig sok ilyen moduláló megoldás áll

rendelkezésre. Esetünkben a belenyugvást, az elfogadást és az engedelmességet hangoztató megnyilvánulások tekinthetők ilyen modulációnak.

Jóllehet, nem pontos a politikai aktorok és az állampolgárok közötti viszonyt a szülő–gyermek kapcsolat alapján modellezni, ám főként járvány idején a kettő mégsem áll nagyon messze egymástól. Manapság az állampolgárok amúgy is hajlamosak az életük és egészségük kormányzását különböző társadalmi intézményekre, például az egészségügyre vagy a rendfenntartásra bízni, ezt szokás a biopolitika és biohatalom fogalma alá sorolni, tömeges fertőzések idején ez még inkább logikus. A közfelfogás szerint a politikus és a szakértői rendelkeznek a szükséges tudással, pénzzel, személyzettel és legitim hatalommal ahhoz, hogy megvédjék az állampolgárokat egymástól, de akár az egyes állampolgárt saját magától is.

A kötet azonban nem a megszólalók lelki állapotát vagy annak rezdüléseit kívánja feltárni. Éppen ezért nem perdöntő számunkra a politikai aktorok őszintesége. Lényegtelen, hogy a politikai aktor a megszólalásának pillanatában valóban fél-e a koronavírusról vagy annak következményeitől. A nyilvános érzelm kifejezést ebben a kutatásban érzelmszabályozási ajánlatnak tekintjük. A politikai kommunikáció főszereplői időről időre, változatos formájú felhívásokkal és felajánlásokkal állhatnak elő, melyek célja a közönség érzelmi válaszainak manipulálása.

Vizsgálatunkat a pandémia magyarországi történetének első és második hullámához kapcsoltuk, vagyis adataink a 2020. március 4-e és december 31-e közötti időszakból származnak. A hosszú adatfelvételi időszak nagyobb korpuszokat eredményez, és lehetővé teszi az érzelmszabályozási kísérletek dinamikájának mérését. Érzelmszabályozási ajánlatnak tekintünk minden olyan megszólalást, amelyben a kommunikátor felhívja a közönségét arra, hogy bizonyos érzelmet tápláljon, vagy ne tápláljon. Ez történhet erősebb vagy gyengébb módon. Erősebb mód, ha határozott felszólítással él: „*legyetek hálásak*”, „*legyünk büszkék*” vagy „*szégyellje magát!*”, esetleg „*ne essünk pánikba!*”. Gyengébb mód az alacsonyabb modalitású felhívás a kívánatos érzelmi válaszra, például „*tisztességes ember ilyenkor szomorú lesz*”, „*az ember szívét eltölti a büszkeség*”, „*ilyenkor szokás szégyenkezni*”, „*jó lenne örömmel tekinteni a jövőbe*”. Hasonlóan gyengébb, de hatásos érzelmszabályozási ajánlat, amikor a megszólaló leírja, megmutatja, hogy ő milyen érzelmet táplál a koronavírussal vagy annak következményeivel szemben. Ezzel legitimál bizonyos érzelmi állapotokat, és példát mutat, hiszen a nyilvánosság kiemelt szereplője, ezért a közönsége valószínűleg követi őt az érzelmi viszonyulások és kifejezési módok tekintetében. Az érzelmeik módosítására vonatkozó ajánlat lehet részleges vagy teljes. Részleges, ha a megszólaló csak az általa preferált érzelméről ejt szót, és teljesnek minősül, amikor a kommunikáció során nemcsak az az érzelm jelenik meg, amitől el kívánja téríteni a közönségét, hanem az is, amire rá akarja venni őket. Végül, a politikai aktor az érzelm intenzitásával kapcsolatban is kifejezheti magát. Érzelmeik erősödésére vagy tompítására utaló kommunikációt – például „*ha eddig csak kicsit voltunk megijedve, akkor itt az ideje pánikolni*” – is rögzítettük.

## A kötet felépítése

A könyv tíz fejezetből áll. Az első és az utolsó írás bevezető, illetve összegző jellegű. A köztes tanulmányok adatalapú tudást közvetítenek a járványpolitizálás kommunikációjának érzelmi vonatkozásairól. A tanulmányok a politikai kommunikáció főszereplőire, vagyis a politikusokra, a médiára, illetve az állampolgárokra összpontosítanak. A különböző politikai aktorok nyilvánosságra hozott érzelmi reakcióinak elemzése során szükséges definíciós és módszertani specifikumokat a fejezetek bevezető részei tartalmazzák.

A politikusok közösségi médián keresztül zajló érzelmszabályozási törekvéseit a *második, harmadik, negyedik és ötödik* fejezet tárgyalja. Az írások a miniszterelnök és az ellenzéki pártok vezetőinek verbális és vizuális kommunikációját elemzik. Az ötödik fejezet a politikusok metaforahasználatára és annak érzelmkifejező potenciáira koncentrál. A tömegkommunikációt a *hatodik, hetedik és nyolcadik fejezet* fedi le: ezek a részek az online hírportálok koronavírus-járvánnyal kapcsolatos cikkeire támaszkodnak. A *hatodik fejezet* a pandémia első és második hullámában megfigyelhető érzelmszabályozási ajánlatokat és azok jellemzőit tárgyalja, mégpedig a hús legnépszerűbb internetes médiaoldal tartalmainak tükrében. A *hetedik fejezet* James Gross folyamatmodelljének stációit egy szűkebb empirikus mintán vezeti végig, a *nyolcadik* pedig az újságírók érzelmeire alapuló argumentációs gyakorlatát veszi górcső alá. Végül kitérünk az állampolgárokra is: a kilencedik fejezet a COVID-19 és annak következményeiről szóló online kommentfolyamokban végez mélyfúrást, és pedig úgy, hogy a trágárságról, az internetes diskurzusok egyik tipikus érzelmi alapú beszédmódjáról ad képet. Az állampolgárok befogadókként megjelennek az *ötödik fejezet*ben is, ahol a szerzők a politikusok metaforahasználatának recepcióját is feltárják.

A kötet közel egyéves intenzív műhelymunka, a politológia, a kommunikációkutatás és a nyelvészet diszciplinái közötti összefogás terméke. Az együttműködés során megszületett a közös elméleti-fogalmi háló, koordinált adatfelvétel segítségével létrejttek adatbázisok, illetve rendszeres kutatócsoporti megbeszéléseken vitattuk meg a kutatás produktumait. Örömmel és büszkeséggel nyújtjuk át az olvasóknak a legfontosabb eredményeket összefoglaló gyűjteményt. Reméljük, hogy sikerül megvilágítanunk a járványpolitológia néhány szeletét, és hogy új ismeretekkel szolgálhatunk a COVID-19-cel kapcsolatos érzelmi válaszok forrásairól és átalakulásairól.

## Felhasznált irodalom

Avolio, Bruce J. – Gardner, William L. – Walumbwa, Fred O. – Luthans, Fred – May, Douglas R. (2004): *Unlocking the Mask: A Look at the Process by which Authentic*

- Leaders Impact Follower Attitudes and Behaviors. *The Leadership Quarterly*, 15(6): 801–823. DOI: 10.1016/j.leaqua.2004.09.003
- Bajomi-Lázár Péter (2016): Semlegesség és elkötelezettség között. Politikai újságírás Magyarországon. *Politikatudományi Szemle* 25(2): 59–83.
- Bányai Éva – Varga Katalin (szerk.) (2013): *Affektív pszichológia: Az emberi késztetések és érzelmek világa*. Budapest, Medicina.
- Bene Márton (2020): *Virális politika: Politikai kommunikáció a Facebookon*. Budapest, L'Harmattan Kiadó.
- Botha, Elsamari – Reyneke, Mignon (2013): To share or not to share: the role of content and emotion in viral marketing. *Journal of Public Affairs*, 13(2): 160–171. DOI: doi.org/10.1002/pa.1471
- Bozicevic, Laura – De Pascalis, Leonardo L. D. – Schuitmaker, Nicole – Tomlinson, Mark – Cooper, Peter – Murray, Lynne (2016): Longitudinal association between child emotion regulation and aggression, and the role of parenting: a comparison of three cultures. *Psychopathology*, 49(4): 228–235. DOI: 10.1159/000447747
- Crawford, Megan (2007): Rationality and Emotion in Primary School Leadership: An Exploration of Key Themes. *Educational Review*, 59(1): 87–98. DOI: 10.1080/00131910600797155
- Dasborough, Marie T. – Ashkanasy, Neal M. (2002): Emotion and Attribution of Intentionality in Leader-Member Relationships. *The Leadership Quarterly*, 13(5): 615–634. DOI: doi.org/10.1016/S1048-9843(02)00147-9
- Descartes, René (1649/1970): *A lélek szenvedélyei*. Budapest, Ictus.
- Dzokoto, Vivian – Osei-Tutu, Annabella – Kyei, Jane J. – Twum-Asante, Maxwell – Attah, Dzifa A. – Ahorsu, Daniel K. (2018): Emotion Norms, Display Rules, and Regulation in the Akan Society of Ghana: An Exploration Using Proverbs. *Frontiers in Psychology*, 9. DOI: 10.3389/fpsyg.2018.01916
- Frijda, Nico H. (1986): *The Emotions*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Goffman Erving (2000): *Az én bemutatása a mindennapi életben*. Budapest, Thalassa Alapítvány – Pólya Kiadó.
- Gross, James (szerk.) (2007): *Handbook of Emotion Regulation*. New York, The Guildford Press.
- Gross, James – Thompson, R. (2007): Emotion Regulation: Conceptual Foundations. In: James Gross (ed.): *Handbook of Emotion Regulation*. New York, The Guildford Press.
- Hochschild, Arlie R. (1983): *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley, University of California Press.
- Humanes, María L. – Roses, Sergio (2020): Audience Approach. The Performance of the Civic, Infotainment, and Service Roles. In: Claudia Mellado (ed.): *Beyond Journalistic Norms Role Performance and News in Comparative Perspective*. London, Routledge.
- Illouz, Eva (1997): *Consuming the Romantic Utopia: Love and the Cultural Contradictions of Capitalism*. Berkeley, University of California Press.

- Illouz, Eva (2007): *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. London, Polity Press.
- James, William (1890): *The Principles of Psychology*. Volume II. New York, Henry Holt and Company.
- Lazarus, Richard S. – Folkman, Susan (1984): *Stress, Appraisal, and Coping*. New York, Springer.
- Lazarus, Richard S. (1991): *Emotion and Adaptation*. Oxford, Oxford University Press.
- Lukács Anikó – Tóth Árpád (szerk.) (2019): *Az érzelmek története. A Hajnal István Kör – Társadalomtörténeti Egyesület 2017. évi, gyöngyösi konferenciájának tanulmányköete*. Rendi társadalom – polgári társadalom 31. Budapest, Hajnal István Kör – Társadalomtörténeti Egyesület.
- Maor, Moshe – Gross, James (2015): Emotion Regulation by Emotional Entrepreneurs: Implications for Political Science and International Relations. *The 73rd annual MPSA conference, April 16–19, Chicago*.
- Mellado, Claudia – Hellmueller, Lea – Dornsbach, Wolfgang (eds.) (2017): *Journalistic Role Performance. Concepts, Contexts, and Method*. London, Routledge.
- Michie, Susan – Gooty, Janaki (2005): Values, Emotions, and Authenticity: Will the Real Leader Please Stand Up?. *The Leadership Quarterly*, 16(3): 441–457. DOI: 10.1016/j.leaqua.2005.03.006
- Plutchik, Robert (1980a): *Emotion: A Psychoevolutionary Synthesis*. New York, Harper & Row.
- Plutchik, Robert (1980b): A general psychoevolutionary theory of emotion. In: Robert Plutchik (ed.): *Emotion. Theory, Research, and Experience*. Vol 1. New York, Academic Press.
- Reddy, William M. (2001): *The Navigation of Feeling. A Framework for the History of Emotions*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Rosenwein, Barbara H. (2006): *Emotional Communities in the Early Middle Ages*. New York, Cornell University Press.
- Rosenwein, Barbara H. (2015): *Generations of Feeling: A History of Emotions, 600–1700*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Scherer, Klaus R. (1982): Emotion as a Process: Function, origin and regulation. *Social Science Information*, 21(4–5): 555–570. DOI: 10.1177/053901882021004004
- Scherer, Klaus R. (2005): What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, 44(4): 695–729. DOI: 10.1177/05390184050508216
- Singh, Elangbam H. – Dorji, Namgay – Zangmo, Leki – Wangchuk, Namyel – Tamang, Leki D. – Zangmo, Nidup (2021): A Study on the Relationship Between Emotional Intelligence, Leadership Styles and Perceived Leadership Effectiveness in Bhutan. *Global Business Review*. online first. (Letöltés ideje: 2021. február 10.) DOI: 10.1177/0972150920978121
- Szabó Gabriella (2020): Milyen az internetes újságírás a pandémia idején? In: Körösenyi András – Szabó Andrea – Böcskei Balázs (szerk.): *Vírusba oltott politika. Világjárvány és politikatudomány*. Budapest, Napvilág Kiadó. 135–150.
- Szabó Gabriella – Kiss Balázs (2021): Politikai kommunikáció és expresszivitás. *Politikatudományi Szemle* 30(1): 39–59.

- Szathmári István (1967): A nyelvi elemek stílusértékéről. In: Acta Univ. Szegediensis: *Néprajz és Nyelvtudomány XI*. 1967: 3542.
- Tangney, June P. – Dearing, Ronda L. (2002): *Shame and Guilt*. New York, The Guildford Press.
- TenHouten, Warren D. (2007): *A General Theory of Emotions and Social Life*. London, Routledge.
- TenHouten, Warren D. (2018): From Ressentiment to Resentment as a Tertiary Emotion. *Review of European Studies*, 10(4): 49–67. DOI: 10.5539/res.v10n4p49
- Thompson, Ross A. (1994): Emotion Regulation: A Theme in Search of Definition. *Mono-graphs of the Society for Research in Child Development*, 59(2–3): 25–52. PMID: 7984164.

## 1. melléklet: Politikusi kommunikációt tartalmazó minta forrásai

Név	Forrás
Fekete-Győr András	<a href="https://www.facebook.com/feketegyorandras.momentum">https://www.facebook.com/feketegyorandras.momentum</a>
Gyurcsány Ferenc	<a href="https://www.facebook.com/gyurcsanyf">https://www.facebook.com/gyurcsanyf</a>
Jakab Péter	<a href="https://www.facebook.com/jakab.peter.miskolc">https://www.facebook.com/jakab.peter.miskolc</a>
Kanász-Nagy Máté	<a href="https://www.facebook.com/kanasznagymate">https://www.facebook.com/kanasznagymate</a>
Karácsony Gergely	<a href="https://www.facebook.com/karacsonygergely">https://www.facebook.com/karacsonygergely</a>
Kunhalmi Ágnes	<a href="https://www.facebook.com/kunhalmiagnes/">https://www.facebook.com/kunhalmiagnes/</a>
Orbán Viktor	<a href="https://www.facebook.com/orbanviktor">https://www.facebook.com/orbanviktor</a>
Schmuck Erzsébet	<a href="https://www.facebook.com/schmuckerzsebet">https://www.facebook.com/schmuckerzsebet</a>
Semjén Zsolt	<a href="https://www.facebook.com/semjenzsolt">https://www.facebook.com/semjenzsolt</a>
Szabó Tímea	<a href="https://www.facebook.com/szabotimeapm">https://www.facebook.com/szabotimeapm</a>
Tóth Bertalan	<a href="https://www.facebook.com/dr.toth.bertalan">https://www.facebook.com/dr.toth.bertalan</a>

## 2. melléklet: Médiaminta forrásai

Portál neve	Real users forgalmi adatok 2020. március 4.	Real users forgalmi adatok 2020. november 10.
<i>24.hu</i>	1 021 535	1 025 576
<i>444.hu</i>	477 079	498 032
<i>atv.hu</i>	170 190	182 104
<i>blikk.hu</i>	700 957	710 464
<i>borsonline.hu</i>	95 002	95 608
<i>hvg.hu</i>	524 860	567 392
<i>index.hu</i>	1 001 917	870 060
<i>indirekt.hu</i>	41 003	41 412
<i>infostart.hu</i>	97 484	100 164
<i>magyarnemzet.hu</i>	59 655	60 520
<i>metropol.hu</i>	334 010	324 972
<i>nepszava.hu</i>	58 552	59 364
<i>nyugat.hu</i>	33 580	36 108
<i>origo.hu</i>	760 411	768 468
<i>pestisracok.hu</i>	52 090	53 380
<i>portfolio.hu</i>	730 715	769 488
<i>ripost.hu</i>	400 001	402 016
<i>szon.hu</i>	40 021	41 344
<i>tv2.hu</i>	308 970	308 516
<i>vaol.hu</i>	63 997	64 396

Szabó Lilla Petronella – Farkas Xénia

## **„Küzdelem a vírus ellen” – Orbán Viktor érzelemszabályozási ajánlatai a koronavírus-járvány első és második hullámában**

### **Bevezetés**

Orbán Viktor megjelenése mint karizmatikus vezető és a konfliktusokat markánsan hangsúlyozó kommunikációja már ismert (Bene – Boda, 2021). Gondoljunk csak azon gyakori esetekre, amikor a miniszterelnök a magyar népet szembeállítja a „brüsszeli bürokráttal”, vagy Magyarországot az Európai Unióval. Nem váratlan tehát, hogy erős vezetőként a magyarországi koronavírus-járvány kommunikációjának meghatározó alakja a miniszterelnök volt. Elsődleges kommunikációs platformján, a Facebookon tudósított a vírusellenes intézkedésekről, és osztott meg információkat, akár élő bejelentkezések keretében is (Bene et al., 2020). Arról viszont keveset tudunk, hogy a járvány első és második hullámában miképpen kommunikált Orbán Viktor a Facebookon. Mivel a Magyarországon legnépszerűbb közösségimédia-felületen (Newman et al., 2020) lehetőség van verbális és vizuális kommunikációra is, továbbá az is ismert, hogy azon posztok, amelyek képet tartalmaznak, több „kedvelést” kaphatnak a platformon (Bene, 2017), így egy multimodális elemzés keretében arra a kérdésre keressük a választ, hogy milyen érzelmi ajánlatokat tett Orbán Viktor a vizuális és nyelvi közösségimédia-kommunikációja során a járvány első és második hullámában. Ennek érdekében kvalitatív és kvantitatív vizuális tartomelemzéssel megvizsgáltuk az Orbán Viktor által a vizsgált időszakban (2020. március 1. – 2020. december 31.) közzétett összes olyan Facebook-posztot (N = 204), amelyben vizuális és szöveges kommunikáció egyidejűleg jelen volt. Az adatokat 2021. január 28-án töltöttük le a SentiOne social listening felület segítségével. A kapott eredményeket három főbb érzelemszabályozási ajánlat köré csoportosítva értelmeztük, amelyek az aggodalom, a büszkeség (az örömmel kiegészítve) és a tettvágy voltak.

### **Multimodális politikai kommunikáció**

A politikai kommunikáció kutatása sokáig elsősorban a verbális kommunikációra fókuszált, azaz, hogy milyen stílusban és mit mondtak a politikusok (Kress, 2013). Az elmúlt időszakban azonban egyre gyakrabban fordulnak a politikaikommunikáció-kutatók a vizuális kommunikáció vizsgálatához (Veneti et al., 2019), hiszen a politikai üzenetek értelmezése során nemcsak a verbális



kommunikációt érdemes vizsgálni, hanem a vizuális üzeneteket is (Farkas – Bene, 2020). A multimodális elemzések során a kommunikáció számos aspektusát vizsgálhatjuk, így a beszéd- és írásmódot, az írott szöveg kompozíciójának (például betűtípusának) milyenségét, a gesztikulálást, és akár a testtartás is jelentőséggel bírhat (Jewitt, 2009; Kress, 2013). Ezen számos lehetőség közül a jelen kutatás kettő dimenzióra, a (szöveg nélküli) állóképekre és a szöveges üzenetekre fókuszált.

## Módszer: multimodális érzelmek

Az adatokat multimodális elemzéssel (Kress – van Leeuwen, 2006) vizsgáltuk meg, melynek keretében a képi és nyelvi eszközök egyaránt a vizsgálat tárgyát képezték.

Kress (2010) szerint a multimodális elemzések során érdemes hangsúlyozni, hogy milyen elméleti keretet alkalmaznak a kutatók: jelen tanulmány a társadalomszemiotika (van Leeuwen, 2004) megközelítésére épül. Ennek értelmében a szöveges és képi jeleket erőforrásokként értelmezzük, amelyeket az adott társadalmi környezet figyelembevételével alkalmaznak az üzenetek előállítói annak érdekében, hogy a kívánt hatást elérjék. Másképp fogalmazva azt mondhatjuk, hogy kutatásunkban Orbán Viktorra mint érzelmenedzserre tekintünk, aki bizonyos érzelmi ajánlatokat fogalmaz meg vizuális és verbális erőforrások alkalmazásával.

A megközelítés értelmében a különböző kommunikációs eszközök és csatornák együtt alkotják meg az üzenetet, vagyis a Facebook-posztok vizuális és verbális komponensei nem egymástól külön léteznek, azok egységet alkotnak. Ennek megfelelően a képeket és nyelvi eszközöket egyaránt vizsgáltuk a következők szerint.

## Képek

A vizuális kommunikáció vizsgálata kizárólag az állóképekre terjed ki, így a tanulmány a képek kifejezés használata során csak ezekre utal. Azoknál a posztoknál, ahol fényképalbum volt feltöltve, csak az első, legnagyobb képet kódoltuk be.

A kvantitatív tartalomelemzés 29 változóját egy teljes mintás (N = 204) induktív kvalitatív tartalomelemzés segítségével alakítottuk ki, amelyeket a mellékletben részletesen bemutatunk.

## Nyelvi eszközök

Orbán Viktor Facebook-posztjait nyelvhasználati szempontból is vizsgáltuk. A nyelvi érzelmkifejezést két oldalról közelítettük meg: vizsgáltuk mind az explicit, mind az implicit nyelvi érzelmi

megnyilatkozásokat (vö. Kövecses, 2003). Az explicit érzelmi kifejezés alatt az „érzelemfogalmakat” jelölő szavakat értjük, mint például *szerelem, öröm, barag* stb. főnevek (Péter, 1991: 58–61). Ide tartoznak továbbá az olyan igék, mint az *örülök, baragszom*, illetve melléknevek (*szomorú, vidám*) és határozók (*szomorúan, boldogan*; Koschut, 2017: 483). Összegezve: az érzelemkifejező szavak alatt minden olyan lexikális elemet – szót vagy kifejezést – értettünk, amely közvetlenül fejezi ki a beszélő érzelmeit.

Az érzelmeket implicit módon, tehát azokat nem konkrétan megnevezve a fogalmi metaforákon keresztül is vizsgáltuk (Kövecses, 2003). Ezt példázza a magyarban a *fel van dobva* kifejezés, amely a BOLDOGSÁG FENT VAN<sup>1</sup> fogalmi metafora nyelvi leképezése. A BOLDOGSÁG FENT VAN metafora arra az emberi tapasztalásra épít, hogy a boldogság érzete fizikai aktivitáshoz köthető, szemben például a bánattal, amelyre inkább a passzivitás jellemző (Kövecses – Benczes, 2010: 96). A metaforikus kifejezéseknek kettős szerepe van az érzelmelek közvetítésében: egyfelől a metaforikus kifejezésekkel leírhatunk bizonyos érzelmeleket. A „szerelem” fogalmát megtaláljuk például olyan kifejezésekben, mint a *ledöntötte a lábáról*, amely esetben a szerelem metaforikusan, természeti erő formájában jelenik meg (Kövecses, 2003). A metaforák ugyanakkor nemcsak az érzelmelek leírására használhatók, hanem érzelmeleket is képesek kiváltani. Charteris-Black (2004: 24) szerint a metaforák a meggyőzés hatékony eszközei, mivel azok képesek érzelmeleket generálni. Ezt példázza a bevándorlók mint „áradat” ábrázolása a politikai kommunikációban: az áradás, árvíz olyan természeti erő, amely elsöprő erővel bír, és megállíthatatlan (Semino, 2008). Ennek megfelelően a bevándorlás áradásként való értelmezése hasonló félelmet válthat ki az emberekből, mint maga az árvíz (Semino, 2008). A koronavírus-járvánnyal kapcsolatban mind a nemzetközi (Semino, 2021), mind a hazai (Szabó, 2020; Szabó – Béni, 2021) politikai diskurzusbán a háború metaforái a legelterjedtebbek (például *harca vírussal*), amelyek szintén félelmet és feszültséget generálhatnak. Fontos azonban megjegyezni, hogy a jelen kutatásban nem mértünk befogadói reakciókat, hanem a lehetséges érzelmi ajánlatokat elemeztük, így a metaforikus érzelmelektésről is csupán lehetőségként szöölünk.

A metaforákat diskurzuson alapuló metaforaazonosítási módszerrel („*discourse dynamics approach*”) határoztuk meg (Cameron et al., 2009). A módszer lényeges tulajdonsága, hogy a szöveg alapján építkezve határozuk meg a benne előforduló metaforikus kifejezéseket, tehát minden metaforát azonosítottunk. Első lépésként elolvastuk a miniszterelnök Facebook-posztjait, majd ezt követően kigyűjtöttük az olyan kifejezéseket, amelyek az adott szövegekörnyezetben nem értelmezhetőek szó szerinti jelentésükkel. Ezt példázza a 2020. szeptember 16-án közzétett bejegyzés a miniszterelnök oldalán: „*Parlamenti seregszemle. A Fidesz–KDNP készen áll*”<sup>2</sup>. A *seregszemle* szó elsődleges jelentése a *Magyar értelmező kéziszótár* (Pusztai, 2014) szerint „Hadvezérnek serege(i) fölött tartott szemléje”, így a posztban nem szó szerinti értendő, mivel az nem katonai seregszemlééről, hanem a pártokról szööl. A metaforikus kifejezéseket elsőként a lehető

<sup>1</sup> A fogalmi metaforákat a kognitív nyelvészeti konvenciók szerint kiskapitálissal jelöltük (Kövecses, 2005).

<sup>2</sup> <https://www.facebook.com/298090296092/posts/10158599257701093>

legkevésbé általánosító címkékként láttuk el, mint a példában említett *seregszemle* esetén a SEREGSZEMLE A PÁRTTAGOK SZEMLÉJE. Ezt követően a hasonló jelentéssel bíró metaforikus kifejezéseket tágabb kategóriába soroltuk. Például a *seregszemle* mellett a *partraszállás* kifejezés a POLITIKA HARC címke alá került, mivel a *partraszállás* szintén a katonai nyelvezethez sorolható.<sup>3</sup>

Az Orbán Viktor Facebook-oldalán található posztok nyelve magyar és angol. Ha kétnyelvű volt egy poszt, minden esetben a magyart vetettük elemzés alá. Elemeztük továbbá az egynyelvű magyar és egynyelvű angol posztokat is.

A képi és nyelvi korpusz elemzését követően kvalitatív módon azt vizsgáltuk meg, hogy az egyes képi motívumok, mint például nemzeti lobogó, illetve a nyelvi érzelmkifejezések jellemzően mely érzelmi ajánlathoz köthetően jelennek meg. A következőkben így három fő érzélemszabályozási kategória köré csoportosítva tárgyaljuk az eredményeket, amelyek az aggodalom, a büszkeség és a tettvágy voltak.

## Eredmények

### Aggodalom

Az aggodalom a TenHouten-féle (2007) klasszifikáció szerint két különböző érzelemből, a félelemből és a rossz bekövetkeztenek sejtéséből tevődik össze. Az aggodalom rendszerint a „harcolj vagy menekülj” reakciót váltja ki az emberekből (TenHouten, 2007: 98), tehát vagy megküzdnek az adott szituációval, vagy kiutat keresnek belőle. A miniszterelnök kommunikációjában az előbbi magatartás, tehát a harc motívumai jelentek meg mind a képi, mind pedig a nyelvi szinteken. Meg kell jegyeznünk, hogy ez a hozzáállás nem egyedi Orbán Viktor esetében, ugyanis a járványt és az ellene tett intézkedéseket a (magyar és külföldi) politikusok és a média is gyakran tárgyalta a háború képeinek segítségével: „csatázunk” a vírussal, amely az „ellenség”.

Miért alkalmasak a háború terminusai a pandémia tárgyalására? A háborús retorika visszanyúl a legelemibb, érzelmeiket kiváltó szcenárióhoz, amelynek keretében egy entitás (jelen esetben a vírus) megakadályozza, hogy elérjük a céljainkat, vagy akár fenyegeti a túlélésünket (Semino, 2021). A háború képei továbbá szemléltetik a helyzet súlyosságát, hiszen a harctérrel állítják párhuzamba a vírus kreálta válságot. Ezzel egy időben ugyanakkor az érzélemszabályozó (jelen esetben a miniszterelnök) megoldást is kínál a fennálló esetre, amely a harc felvétele a vírus ellen, nem pedig a fent említett megfutamodás.

<sup>3</sup> A *Magyar értelmező kéziszótár* (Pusztai, 2014) szerint a partraszállás egyfelől az „a cselekvés, hogy vki, vmi partra száll”, illetve a tengeren „szállított haderőnek ellenséges v. megszállt szárazföldre jut(tat)ása”.

A védekezés és háború vizuális megjelenítése az Operatív Törzs ábrázolásával, a járvány elleni küzdelemmel kapcsolatos feladatok bemutatásával, fegyveres erők ábrázolásával, és a maszkviseléssel / nem viseléssel járt együtt. A vizsgált időszak képeinek 9 százalékában jelentek meg az Operatív Törzs tagjai.



**1. kép:** Operatív Törzs, hajnali érkezés, kisbusz a háttérben.

Forrás: Orbán Viktor Facebook-oldala, 2020. december 18.

Fegyveres erők a képek szintén 9 százalékában jelentek meg. Ahogy Schill (2012) írja, a fegyveres erők politikusokkal együtt történő ábrázolása a politikai vezető erejét és nemzeti elkötelezettségét erősíti, illetve ezeknek az érzését közvetíti.



**2. kép:** Fegyveres erők, akik egyben az Operatív Törzs tagjai.

Forrás: Orbán Viktor Facebook-oldala, 2020. március 23.

Továbbá megemlítendő még a maszkviselés is: a képek 21 százalékán viselt maszkot Orbán Viktor, ezek is meghatározóan a járvány második hullámában jelentek csak meg. Vagyis a miniszterelnök vizuális kommunikációjában a védekezés és járvány elleni háború fontos szimbóluma, a maszk nem állt kiemelkedő helyen, ehelyett a munkabírás és az erő szimbólumai jelentek meg.

A nyelvi adatokban a háború képei a legmarkánsabban a metaforikus nyelvi kifejezésekben azonosíthatók. A magyar miniszterelnök – hasonlóan a nemzetközi trendekhez – számos esetben konceptualizálta a járványt háborús helyzetként (vö. Semino, 2021). A háborús retorika megjelent a vizsgált posztokban is. Például a vírusellenes intézkedéseket a miniszterelnök „küzdelenek” és „csatának” titulálta:

„Küzdelem a vírus ellen, gazdasági együttműködés, határvédelem.”<sup>4</sup>

„A csata döntő fázisába léptünk”<sup>5</sup>

Továbbá a járvány okozta károk enyhítését is a háború keretében ábrázolta, például a magyar gazdaság védelme érdekében „akcióterv” készült:

„Akciótervvel segítünk megvédeni a magyar gazdaságot.”<sup>6</sup>

Összességében tehát azt láthatjuk, hogy mind a vizuális, mind pedig a nyelvi szinteken markánsan jelen voltak a miniszterelnöki kommunikációban a háború képei, amely által egyfelől – mint érzelemnedzser – aggodalomra tett érzelmi ajánlatot. Egyúttal azonban megoldást is kínált, hiszen a harc lehetséges válaszreakció a hasonló krízishelyzetekre.

## **Büszkeség és öröm**

A büszkeséget és az örömet Heinrich (2012) alapján a nemzethez kötődő vizuális és nyelvi megnyilatkozásokhoz kötöttük. A büszkeség azért köthető a nemzethez, mert rendszerint az emberek a saját nemzetük eredményeit hasonlítják más nemzetekéhez, amely ezt az érzést generálhatja (Willy, 1994; idézi Heinrich, 2010: 229). A büszkeség mellett a nemzethez kapcsolódóan az örömet nevezi meg Heinrich (2012: 230–231), amely – a büszkeséghez hasonlóan – bizonyos feltételektől függő érzelm. Ilyen feltételként említhető a demokrácia megvalósulása, amely (ha nem is teljes mértékben, de) jelen van egy társadalom életében, öröme adhat okot (különösen, ha a nemzet tagjai összehasonlítják a saját berendezkedésüket más, például diktatórikus

<sup>4</sup> <https://www.facebook.com/298090296092/posts/10158180445296093>

<sup>5</sup> <https://www.facebook.com/298090296092/posts/10158851160336093>

<sup>6</sup> <https://www.facebook.com/298090296092/posts/10157935899911093>

államokkal). A nemzeti érzelmekhez egyúttal szorosan kötődik a csoportképzés, azaz, hogy kik tartoznak a „mi, a nemzet” és az „ők, a másik nemzet” kategóriája alá (Heinrich, 2010). Ennélfogva a nemzeti szimbólumokon túl vizsgáltuk azt is, hogy a miniszterelnöki kommunikációban miképpen jelentek meg más nemzetek; konkrétan, hogy barátként vagy ellenségként ábrázolták-e őket.

## Nemzeti érzelmek

A nemzeti szimbólumok, mint a nemzeti lobogó vagy a kiemelkedő jelentőséggel bíró, nemzetileg fontos helyek, például a világörökség részét képező budai Várnegyed, a Duna-part vagy az Andrássy út a nemzeti értékek fontos közvetítői. Az érzelemmenedzser tehát ezeknek a gyakori megjelenítésével büszkeségre és öröme tehet érzelmi ajánlatot (Heinrich, 2012). Például a nemzeti zászló patrióta érzelmeket felerősítő mivolta (Schill, 2012), vagy az EU-zászló képi megjelenítésének pro-európai szimbólum mivolta (Dumitrescu – Popa, 2016) egyértelműen alátámasztják a vizuális kommunikáció nemzeti érzelmekben megjelenő kiemelkedő szerepét.

A vizsgált időszakban Orbán Viktor Facebook-képeinek 25 százalékában volt jelen a magyar zászló vagy a nemzeti lobogó színeire emlékeztető szalag. Ehhez társult még 5 százalékban olyan fontos szimbólumok ábrázolása, mint a Duna-part vagy az Andrássy út, azonban amennyiben a budai Várnegyedet is bekódoltuk volna, úgy ez az arány jóval magasabb lett volna. A várat azért nem kódoltuk a szimbólumok közé, mert a képek nagy százaléka ott készült, és ez torzította volna az eredményeket. Összességében azonban elmondhatjuk, hogy a képek 30 százalékán jelent meg valamilyen nemzeti szimbólum, ami a nemzeti és patrióta érzelmek erőteljes jelenlétét mutatja.

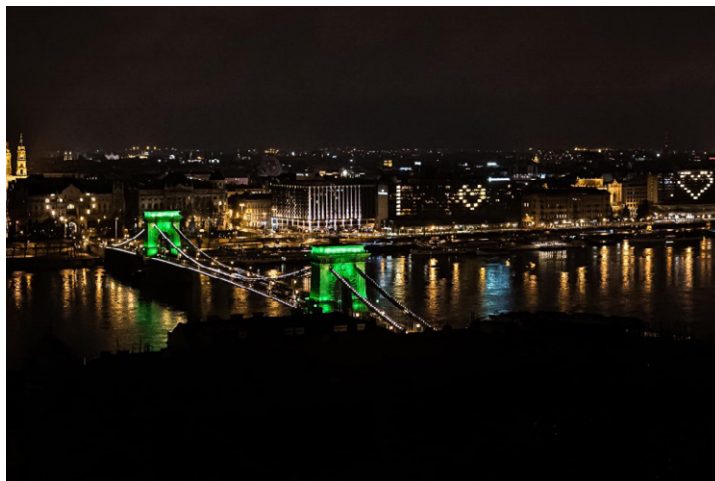




3–4. kép: Nemzeti jelképek.


Forrás: Orbán Viktor Facebook-oldala, 2020. december 28. és május 28.

Ehhez képest az EU-s zászló 5 százalékos megjelenése azt mutatja, hogy a pro-európaiság vizuális eszközökben sem számít meghatározónak a miniszterelnök kommunikációjában. Más országok zászlói 6 százalékbán jelentek meg, ezek többnyire akkor, amikor más országok politikusaival és vezetőivel találkozott Orbán Viktor. A járványhelyzet egyik első és legfontosabb, összetartást mutató szimbóluma, a piros szív a miniszterelnök képeinek 4 százaléján jelent meg, az irodájának ablakára ragasztva vagy a budapesti hotelek és szállodák ablakainak kivilágításában.



5. kép: Szív szimbólum a budai oldalról fotózott pesti szállodák és hotelek kivilágított ablakaiban.

Forrás: Orbán Viktor Facebook-oldala, 2020. március 21.

A nemzeti érzelmek nyelvileg két területen jelentek meg: a posztokban használt emojiakon és érzelmkifejező szavakon keresztül voltak azonosíthatók. A vizualitáshoz szorosan kötődő emojiakat a képekhez hasonló módon kódoltuk: a nemzeti kategóriához soroltuk a zászlókat, a nemzethez köthető megnyilatkozásokban közzétett objektumokat és az összetartozást jelölő piros szívet. Az összesen 16 posztban megjelenő emoji 75 százaléka sorolható a nemzet kategóriához. Ezek 42 százaléka zászlót tartalmazott; egy posztot kivéve mindegyik esetben megjelent a magyar zászló. Összesen három olyan posztot találtunk, amelyen nem magyar zászló látható: két esetben a lengyel, míg egy esetben a magyar mellett a francia és a német lobogó volt jelen. Három nemzeti értékre vonatkozó emoji-t találtunk: őszibarack (amely a magyar őszibarackot népszerűsítő poszt esetében jelent meg), teniszütó (Babos Tímea magyar sportoló látogatását dokumentáló poszt) és a büszkeséget kifejező, a trianoni békeszerződés századik évfordulójakor posztolt száz pont emoji (). Végezetül a szeretetet szimbolizáló, a COVID-19-járvány alatt az összetartozás jelképévé választott piros szív szimbólum az összes nemzeti kategóriába sorolható emoji 19 százalékát képezte. Az emoji tehát a nemzeti büszkeségre utalnak a vizsgált posztokban: a magyar zászló dominanciája mellett a piros szív és a nemzet szempontjából releváns objektumok kerültek előtérbe.

Az érzelmeket kifejező szavakat tekintve egy esetben azonosítottunk büszkeségre vonatkozó érzelmi ajánlattételt: „*Azóta is büszkék vagyunk a magyar virtusra és a magyar katonákra*”.<sup>7</sup>

### **Csoportképzés: Barátok és ellenségek**

Az öröm és büszkeség érzelmi ajánlatokhoz kötött nemzeti vonatkozású posztok egyik velejárója a „mi” és az „ők” csoportok definiálása. A „mi” csoportról, jelen esetben a magyar nemzeti jelképekről az előző alfejezet adott betekintést. A továbbiakban az „ők” csoport kétféle megjelenítését mutatjuk be: egyfelől azokat a nemzeteket, amelyeket „barátként”, másfelől azokat, akiket „ellenségként” láttatott a miniszterelnöki kommunikáció a Facebookon.

A „barátok” és „ellenségek” a képeken az árnyalatokkal és arckifejezésekkel társíthatók. A képek 25 százaléka mutatja be Orbán Viktor barátságos arckifejezését, ezek közül pedig több kép készült más országok politikusával, akik szövetségesként értelmezhetők – mint például a szerb elnök –, de a fegyveres erőkkkel „könyökpaci” is a baráti, pozitív érzelmek mutatója. Ahogy az alábbi képen látható, a könyökpaci harmonikus együttműködést mutat, a kép érzelmi ajánlata egyrészt a nyugalom, másrészt a rendőr meghajlása azt is mutathatja, hogy elfogadja Orbán Viktor felsőbbbségét, vagyis az alárendelődés érzelmi ajánlata is látható.

<sup>7</sup> <https://www.facebook.com/298090296092/posts/10158236515171093>





**6. kép:** Könyökpacsí egy rendőrrel.

Forrás: Orbán Viktor Facebook-oldala, 2020. július 19.

A baráti érzelmek egy másik mutatója lehet a világos tónus, míg a sötét árnyalatok többnyire az ellenséges érzelmekhez köthetők. A képek 25 százaléka sötét árnyalatú, 42 százaléka világos, 29 százaléka vegyes, 4 százaléka fekete-fehér. Tekintve, hogy a vegyes árnyalatú képek javarészt több sötét tónussal dolgoznak, elmondható, hogy a képek több mint fele a sötét árnyalatokat jeleníti meg.



**7. kép:** Sötét árnyalatú kép. (A poszt szövege: „*Brüsszel. Fel, győzelemre // Brussels. On, to victory!*”)

Forrás: Orbán Viktor Facebook-oldala, 2020. december 9.

A fenti csoportosításon túl a vizsgált időszak vizuális kommunikációjának fontos eszközei és szimbólumai az ajtók és ablakok, amelyek a képek 18 százalékán jelentek meg. A nyitottság szimbolika mellett ezek a képi eszközök a valamitől való elzárást, a valahonnan történő kizárást is mutathatják,

azonban az esetek többségében betekintést engednek a nézőnek a politika „zárt világába”, ezzel is növelve az öröme vonatkozó érzelmi ajánlatokat. A nyitottság és szabadság érzéseit erősítik a kültéri, szabadban készített fotók is, amelyek az esetek közel felében, 48 százalékban jelentek meg.



**8. kép:** Ablak szív szimbólummal.

Forrás: Orbán Viktor Facebook-oldala, 2020. március 24.

Végül, de nem utolsósorban kódoltuk a képek társadalomszemiotikai szempontból egyik fontos interaktív jelentését, a képen szereplő emberek és a kép nézője közötti ábrázolt távolságot. Ha csak a fej és a váll, vagy esetleg ennél is kevesebb látható az ábrázolt személyből, akkor „közele” képről beszélhetünk, amely személyes kapcsolatot jelent a kép nézőjével. A „közepes kép” az, amikor a kereten belül lévő emberek alakja valahol a derék és a térd között van elvágva, ami társadalmi kapcsolatra utal. Az emberek teljes alakjának megjelenítése a kereten belül egy „távoli kép”, ami személytelen kapcsolatot jelent (Kress – van Leeuwen, 2006). A vizsgált képek 4 százaléká közeli, 45 százaléká közepes, 27 százalékuk távoli, vagyis a miniszterelnök leginkább társadalmi kapcsolatot, néha személytelen kapcsolatot, és legritkább esetben személyes kapcsolatot teremt a nézővel.

### **Tettvágy**

Végezetül erős érzelmszabályozási motívum volt a miniszterelnöki kommunikációban a tettvágy. Az aktivitás markánsan jelen volt Orbán válságkezelésében, amelyet példáznak a miniszterelnöki kórházlátogatások, egyeztetések a különböző szakértőkkel és más politikai vezetőkkel (Bene et al., 2020: 156). A miniszterelnök tettekéssége észlelhető az érzelmmenedzsmentjét illetően is, mivel mind a képi, mind pedig a nyelvi korpuszban találtunk aktivitásra utaló motívumokat.

A képek üzenete egyértelműen a fáradhatatlanság bemutatása, amit verbálisan is több fórumon említett Orbán Viktor (Bene et al., 2020). Ezeket az üzeneteket erősítették a beszéd pillanatában

készített fotók, amelyek a cselekvő, „megmondó” politikus képét mutatják, a képek 10 százalékban így örökítették meg a miniszterelnököt. Ide kapcsolhatók még azok a képek is, amelyeken a háttér meghatározó elemeként jelenik meg valamilyen közlekedési eszköz, például a klasszikus fekete kisbusz, amivel Orbán Viktor gyakran közlekedik. Ezeket a haladás, előrejutás szimbólumaként értelmeztük, és az esetek 20 százalékában jelentek meg. A mozgás és aktivitás pedig egyrészt megmutatja Orbán Viktor domináns érzelmenedzszeri pozícióját, másrészt a haladással azt is megmutatja, hogy a miniszterelnök a kemény munkával uralkodik a nehézségeken, így a jövőbe tekintés ajánlatát is felajánlja a néző számára.



9. kép: A papírhegy mint a munka mennyiségének szimbóluma.

Forrás: Orbán Viktor Facebook-oldala, 2020. augusztus 4.

Az aktivitás és tettvágy érzelmi ajánlatainak nyelvi vonatkozását a POLITIKA HARC metaforák példázzák, mivel azok a miniszterelnököt aktív résztvevőként jelenítik meg, nem pedig passzív szemlélődőként. Ezt mutatják az olyan posztok, mint a „*Brüsszel. Fel, győzelemre*”<sup>8</sup>, vagy a „*Kiharcoltuk*”<sup>9</sup>, amelyek a csatakiáltás és a harc metaforikus megjelenítésén keresztül rávilágítanak arra, hogy a politikában az aktív részvétellel és küzdelemmel lehet eredményt elérni.

<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/298090296092/posts/10158815092216093>

<sup>9</sup> <https://www.facebook.com/298090296092/posts/10158441596911093>

## Összegzés

A tanulmányunk célja az volt, hogy Orbán Viktor miniszterelnök koronavírushoz köthető Facebook-kommunikációját vizsgáljuk, multimodális megközelítésből. A kutatás során kettő modalitásra fókuszáltunk: a képi és szöveges kommunikációra, illetve azok együttműködésére az üzenetközvetítés során.

A korpusz alapján megállapítottuk, hogy két főbb, TenHouten (2007) által meghatározott érzelmi ajánlat dominálta a miniszterelnök posztjait a Facebookon a koronavírus-járvány első és második hulláma idején: az aggodalom és a büszkeség (amelynek egyik komponense az öröm). Azonosítottunk ugyanakkor egy további érzelmi motívumot is, mégpedig a tettvégyat. Az aktivitásra, cselekvésre invitáló posztokat a miniszterelnök mozgalmas járvány alatti tevékenységét bemutató képek és szövegek (például egyeztetés politikusokkal) jelentették. A cselekvésre ösztönző, tettvégyat közvetítő üzenetek arra utalhatnak, hogy bizonyos szituációk (mint a járványhelyzet) az alapérzelmeken túl (például öröm, bánat) más érzelmi ajánlatokat is generálhatnak.

Szót kell ejtenünk ugyanakkor a kutatásunk korlátairól is, mivel a miniszterelnöki kommunikációnak csak egy szeletét, a Facebook-posztokat vizsgáltuk. Különösen nyelvi szempontból jelentett szűk elemzési lehetőséget a posztok vizsgálata, mivel viszonylag rövid, akár pár szavas szöveg kapcsolódott a megosztott képekhez számos esetben. Az érzelmi ajánlatokról teljesebb képet adhat tehát a miniszterelnöki járványkommunikáció szélesebb körű vizsgálata, ideértve akár más közösségimédia-platfomot (például Instagram), illetve más fórumokat, mint a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország!” című műsora, amelyben az Orbán Viktorral folytatott heti interjúk domináns témája volt a koronavírus-járvány a pandémia időszakában.

## Felhasznált irodalom

- Bene, Márton (2017): Go viral on the Facebook! Interactions between candidates and followers on Facebook during the Hungarian general election campaign of 2014. *Information, Communication & Society*, 20(4): 513–529. DOI: 10.1080/1369118X.2016.1198411
- Bene, Márton – Boda, Zsolt (2021): Hungary: Crisis as Usual—Populist Governance and the Pandemic. In: Giuliano Bobba and Nicolas Hubé (eds): *Populism and the Politicization of the COVID-19 Crisis in Europe*. London, Palgrave Macmillan, 87–100.
- Bene Márton – Farkas Xénia – Merkovity Norbert (2020): Válságcsörték – A koronavírus-válság kormányzati, ellenzéki és médiakommunikációja. In: Körösenyi András – Szabó Andrea – Böcskei Balázs (szerk.): *Vírusba oltott politika: Világjárvány és politikatudomány*. Budapest, Napvilág Kiadó. 151–168.

- Charteris-Black, Jonathan (2004): *Corpus approaches to critical metaphor analysis*. London, Palgrave Macmillan.
- Dumitrescu, Delia – Popa, Sebastian Adrian (2016): Showing Their True Colors? How EU Flag Display Affects Perceptions of Party Elites’ European Attachment. *American Behavioral Scientist*, 60(14): 1698–1718. DOI: 10.1177/0002764216676248
- Farkas, Xénia – Bene, Márton (2020): Images, Politicians, and Social Media: Patterns and Effects of Politicians’ Image-based Political Communication Strategies on Social Media. *The International Journal of Press/Politics*, 26(1): 119–142. DOI: 10.1177/1940161220959553
- Heinrich, Horst-Alfred (2012): Emotions toward the nation. In: Samuel Salzborn – Eldad Davidov and Jost Reinecke (eds): *Methods, Theories, and Empirical Applications in the Social Sciences*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: 10.1007/978-3-531-18898-0\_28
- Jewitt, Carey (2009): Introduction: What Is Multimodality? In: Carey Jewitt (ed.): *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London, Routledge, 14–27.
- Koschut, Simon (2017): The power of (emotion) words: on the importance of emotions for social constructivist discourse analysis in IR. *Journal of International Relation Development*, 21: 495–522. DOI: 10.1057/s41268-017-0086-0
- Kövecses, Zoltán (2003): *Metaphor and Emotion: Language, Culture, and Body in Human Feeling*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Kövecses Zoltán (2005): *A metafora: Gyakorlati Bevezetés a kognitív metaforaelméletbe*. Budapest, Typotex.
- Kövecses Zoltán – Benczes Réka (2010): *Kognitív nyelvészet*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Kress, Gunther (2010): *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London, Routledge.
- Kress, Gunther – van Leeuwen, Theo (2006): *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London, Routledge.
- Newman, Nic – Fletcher, Richard – Schulz, Anne – Andi, Simge – Nielsen, Rasmus Kleis (2020): *Reuters Institute Digital News Report 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Péter Mihály (1991): *A nyelvi érzelmekifejezés eszközei és módjai*. Budapest, Tankönyvkiadó Vállalat.
- Pusztai Ferenc (2014): *Magyar értelmezőkészisztár*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Schill, Dan (2012): The Visual Image and the Political Image: A Review of Visual Communication Research in the Field of Political Communication. *Review of Communication*, 12(2): 118–142. DOI: 10.1080/15358593.2011.653504
- Semino, Elena (2008): *Metaphor in discourse*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Semino, Elena (2021): “Not Soldiers but Fire-fighters.” Metaphors and Covid-19. *Health Communication*, 36(1): 50–58. DOI: 10.1080/10410236.2020.1844989
- Szabó Lilla Petronella (2020): Én és a pártom: A politikai kommunikáció perszonalizációja a személyes névmások tükrében. In: Váradi Tamás – Ludányi Zsófia és Gráczki Tekla Etelka

(szerk.): *Doktoranduszok tanulmányai az alkalmazott nyelvészet köréből 2020. XIV. Alkalmazott Nyelvészeti Doktoranduszkonferencia*. Budapest, Nyelvtudományi Intézet. 106–115.  
DOI: 10.18135/Alknyelvdok.2020.14.8

Szabó Lilla Petronella – Béni Alexandra (2021): Vírusháború: A Covid19 járvány metaforikus ábrázolása a magyar hírportálokon. *Médiakutató*, ősz–tél, 59–68.

van Leeuwen, Theo (2004): *Introducing Social Semiotics: An Introductory Textbook*. London, Routledge.

## 1. melléklet: A kódolt kategóriák és változók

Ábrázolt személyek (nem kölcsönösen kizáró)	Orbán Viktor	Orbán Viktor a képen
	magyar politikus	magyar politikus a képen
	más ország politikusa	más ország politikusa a képen
	Operatív Törzs tagok	az Operatív Törzs tagjai közül bárki szerepel a képen
	fegyveres erők	rendvédelmi szervek láthatók a képen
	gyerek	gyerekek láthatók a képen
	állampolgárok	állampolgárok a képen (a háttérben látható Orbán Viktort védő biztonsági személyzet nem számít ide)
	nincsenek emberek	nem láthatók emberek a képen
Színek (kölcsönösen kizáró)	sötét	sötét árnyalatú kép: a színek nagyobb részben sötétek
	világos	világos árnyaltú kép: a színek nagyobb arányban világosak
	vegyes	vegyes árnyalat: a képe egy része sötét, másik része világos árnyalatú
	F/F	fekete-fehér kép
Arckifejezés (Orbán Viktor) (kölcsönösen kizáró)	pozitív	pozitív arckifejezés: Orbán Viktor mosolyog, amit a száján és a szemén, vagy maszkban csak a szemén lehet látni
	negatív	negatív arckifejezés: Orbán Viktor gondterhelt, dühös stb. negatív arckifejezései, amit legörbülő szájjal, összehúzott szemmel és szemöldökkel értelmezünk
	semleges	semleges arckifejezés: Orbán Viktor arckifejezése se nem pozitív, se nem negatív
	beszéd közben	Orbán Viktor a beszéd pillanatában lefotózva

Távolság (Orbán Viktor) (kölcsonösen kizáró)	közeli	közeli kép: Orbán Viktor vállig látható, arca közelről
	közepes	közepes távolság: Orbán Viktor nagyjából derékig látható, arca már kevésbé közeli, de még nem egész alakos kép
	távoli	távoli kép: Orbán Viktor egész alakos képe, vagy ülő testhelyzetben olyan távolról, hogy ha tárgyak (asztal, székek) nem takarnák el, akkor látható lenne egész alakban
Szimbólumok (nem kölcsonösen kizáró)	magyar zászló	magyar zászló: konkrétan a zászló vagy a nemzeti lobogó színeire emlékeztető szalag
	magyar szimbólum (híd, Duna-part stb.)	magyar szimbólum: olyan helyek, amelyek a világörökség részét képezik, így pl. az Andrássy út, Duna-part, Balaton stb.
	EU-zászló	EU-zászló, konkrétan a lobogó
	szív szimbólum	szív szimbólum papírból kivágva, vagy a szállodák ablakainak fényeivel kirajzolva
	más ország zászlaja	más ország zászlaja
Tárgyak (nem kölcsonösen kizáró)	közlekedési eszköz	közlekedési eszközök: Orbán Viktor fekete kisbusza, vagy egyéb autó/repülő, amivel ő vagy más politikus érkezik, és hangsúlyos része a képnek
	ablak, ajtó	ablak, ajtó: a képen hangsúlyosan látható ajtó vagy ablak, vagy méretéből, vagy mennyiségéből adódóan
	maszk (Orbán Viktor arcán)	Orbán Viktor arcán maszk látható
Környezet (kölcsonösen kizáró)	beltéri	beltéren készült kép
	kültéri	szabadtéren készült kép

Kiss Balázs

## Ellenzéki érzelmek – érzelmes ellenzék

### Bevezetés

Ha van helyzet, mely felveti annak lehetőségét, hogy a politikai elit menedzselje az állampolgárok érzelmeit, akkor az a társadalmat fenyegető katasztrófa, például egy járvány. A fenyegetés vagy a már bekövetkezett csapások súlyosan megzavarják, megakasztják az állampolgárok nagy tömegeinek megszokott tevékenységét, emberéleteket követelhetnek, a normális élet hosszú távú lehetetlenné válásával fenyegetnek, ami széles tömegekben kelthet pánikot, rémült kapkodást vagy éppen bénultságot – ezek mindegyike tovább rontja a veszély elhárításának vagy a bekövetkezett károk utólagos felszámolásának esélyét. Elvileg az elit dönthet úgy, hogy nem foglalkozik a veszélyekkel, hanem rábízza a védekezést az egyénekre. Miért kellene az államnak a korábbiaknál mélyebben beavatkoznia az emberek életébe? Ehelyett azonban a modern társadalmak utóbbi néhány száz éve olyan fejlődést hozott, hogy az államok mind több felelősséget vállaltak magukra a polgárok egészségéért, életéért és haláláért – szokás ezt a biohatalom és a biopolitika fogalmával ragadni meg. Az élet megvédelmezése és a halál elkerülése pedig az állampolgárok érzelmeinek menedzselését is megköveteli: járvány idején ne legyenek se túlságosan – tudniillik a bénultságig menően – ijedtek, se túlságosan magabiztosak, mert az gyorsíthatja a fertőzés terjedését. Az állampolgárokat tehát a megfelelő érzelmi állapotban kell tartani, éspedig a megfelelő érzelmszabályozási eszközök alkalmazásával.

A 2020-as járvány idején a magyar politikai elit, a kormányoldali és az ellenzéki egyaránt, úgy döntött, hogy a helyzetre az állam a megoldás, az államnak kell nagyon nagy szerepet vállalnia a folyamatok irányításában, minél kevesebbet szabad ráhagyni az állampolgárokra vagy a gazdasági és más szereplőkre, s minél több területen kell a politikai intézményeknek beavatkozniuk a mindennapokba. Az év folyamán a politikai erők főként abban versengtek, hogy ki tud minél több javaslatot tenni arra nézve, milyen különleges eljárásokat és állami intézkedéseket kellene a kormánynak bevezetnie a járvány megfékezése és a következményei enyhítése érdekében, és megfordítva: mikor és milyen szigorításokat kellene feloldania vagy enyhítenie az élet újraindítása végett. A lépések elfogadtatásához, sőt, állampolgárok általi követeléséhez azonban a lakosságot



a megfelelő érzelmi állapotba kellett hozni, a megfelelő szinten kellett tartani, vagy éppen a megfelelő érzelmi változásokat kellett megpróbálni generálni. Ez láthatóan sikerült, legalábbis erre utal az, hogy Magyarországon nem voltak olyan lázadások a korlátozásokkal szemben, mint számos más európai országban.

Az eddigiek azt sugallhatják, hogy 2020-ban a magyar politikai elit egységesen viselkedett járványkezelési és érzelmszabályozási szempontból, pedig a helyzet ennél összetettebb képet mutat. Járvány vagy bármely nagyobb katasztrófa idején ugyanis az ellenzék ambivalens helyzetben van: az egyik oldalon ott a követelés, hogy mivel a válság az egész átfogó politikai közösséget fenyegeti vagy sújtja, ezért az ellenzéknek is csatlakoznia kellene a nehézségek elhárításáért folytatott kormányzati harchoz, hiszen ilyenkor mindenki összetart. Ha nem teszi, akkor a pártpolitikai szembenállás az erők megosztásához és elfecséreléséhez vezet, ami csökkenti a járvány elleni küzdelem hatékonyságát. Ráadásul az ellenzék hajlamos minden területen szembeszállni a kormányoldal lépéseivel, hajlamos lehet tehát így eljárni a járványkezelést illetően is, ami összezavarhatja az állampolgárokat a védekezés mékéntjét illetően, s ez emberéletekbe kerülhet. A másik oldalon azonban ott az ellenzéki szerep törvénye, hogy ugyanis ellenőriznie kell a kormányzati működést, ami a hétköznapiakban azzal jár, hogy mindent bírál, amit a kormányoldal tesz.

Valóban gyakori követelés volt a 2020-as járvány idején, és pedig mind kormányzati, mind ellenzéki oldalon, hogy legalább most fel kellene függeszteni a pártpolitikai harcokat, mert a szembenállás súlyos áldozatokkal járhat. A két tábor ne egymás legyőzésével foglalkozzék, hanem egyesítse erőit, illetve – döntési pozícióban lévén – a kormány ne az ellenzék legyőzésével foglalkozzék, hanem a járvány megfékezésével. A követelés azért is érdemel figyelmet, mert jól körvonalazható előfeltevésekre épül, ám ezek rejtve maradnak.

Mindenekelőtt olyan politikakép áll mögötte, mely szerint a politika valójában fölösleges idő- és erőpocsékolás, hiszen ha a járvány miatt fel lehet függeszteni, akkor miért ne lehetne máskor is, miért ne szabadulhatnánk meg tőle egyszer s mindenkorra? A követelés továbbá azt sugallja, hogy a járványt megelőzően nem volt olyan helyzet, amelyet bárki hasonló válságnak minősített volna. Valójában a politikai erők folyamatosan válságokat definiálnak a nyilvánosság számára bármely valós vagy sokak számára valóssá tehető feszültségből, hiányból vagy túlságból. A politikai kommunikáció tele van a halaszthatatlanság emlegetésével, azzal, hogy a sürgősség okán félre kell tenni a politikai szembenállást, már csak azért is, mert az adott problémának nincsen ideológiai vagy pártpolitikai oldala.

Érdemes lenne megvizsgálni, hogy más országokban létrejött-e járványellenes nemzeti egység, de annyit megállapíthatunk, hogy habár néhány területen volt ilyen Magyarországon, jobbra inkább a szembenállás folytatódásáról beszélhetünk. Nincsenek erre vonatkozóan empirikus

bizonyítékaink, de valószínűleg elfogadhatjuk indikátornak azt, hogy mindkét oldal a fenti követelmény semmibe vételével vádolta a másikat, tehát legalább ezen a szinten biztosan hiányzott a nemzeti egység.

Meglehet tehát, hogy a két politikai oldal között konszenzus volt abban a tekintetben, hogy az államnak és nem másnak kell a vezető szerepet játszania a járványkezelésben, de ezzel egy időben minden erő törekedett arra is, hogy megkülönböztethető legyen a többiektől, de legalább a másik oldaltól. Ráadásul a pártpolitikai csatározások fenntartása azzal a pozitív érzelemszabályozási következménnyel – tudniillik az állampolgárok oldalán olyan recepcióval – is járhatott, hogy nem lehet olyan nagy a veszély, ha a pártok a szokott módon elsősorban egymással vannak elfoglalva.

Ezt az eszmefuttatást azért látszott érdemesnek elővezetni, hogy feltehessük az ellenzék érzelemszabályozásával kapcsolatos alapvető kérdést: mennyire erős és milyen irányú volt az ellenzéki politikusok érzelemszabályozási tevékenysége; mennyiben irányult az érzelemszabályozás a járvánnyal kapcsolatos állampolgári magatartás, és mennyiben a kormánypártok iránti érzelmek befolyásolására.

A kérdések megválaszolásához azokat a Facebookon 2020. március 1. és december 31. között publikált anyagokat, posztokat és videókat tekintetem át, amelyeket a kutatócsoportunk a SentiOne online és közösségimédia-figyelő szoftver segítségével gyűjtött össze a járvánnyal kapcsolatos keresőszavak alapján, és dolgozott fel érzelemszabályozási erőfeszítéseket keresve.

Az alábbiakban először azokat a kutatási kérdéseket fogalmazom meg, amelyek az összegyűjtött adatok segítségével megválaszolhatók, és így hozzájárulnak az alapkérdés tisztázásához. Ezt követően bemutatom az adatgyűjtés mikéntjét, és annak nem csekély nehézségeit. Utána az eredmények bemutatása következik, és levonok néhány következtetést az ellenzéki érzelemszabályozás mikéntjére vonatkozóan.

## Kutatási kérdések és módszer

Az alapkérdéseket a következő kutatási kérdések megválaszolása révén próbálom meg a továbbiakban tisztázni:

*Első kutatási kérdés: Mekkora a súlya az ellenzéki politikusok koronavírus-járvánnyal és annak következményeivel foglalkozó posztjainak a posztjaik teljes halmazán belül, és mennyiben irányul a járvánnyal foglalkozás érzelemszabályozásra?*

Azt fogom vizsgálni, hogy a járvánnyal foglalkozó posztok mekkora részét tették ki az ellenzéki politikusok 2020 márciusától decemberéig megjelentetett összes közösségimédia-posztjának, és ezen belül mennyiben van jelen érzelemszabályozási próbálkozás. Másképpen fogalmazva: az adott politikusnak a tíz hónap alatt publikált összes posztjából mennyi foglalkozott akár csak érintőlegesen is a járvánnyal, és mennyi mutatott fel érzelmeket, és javasolt érzelmi reakciókat. Az érzelemszabályozás mibenlétét a kötet bevezető tanulmánya határozza meg. Röviden összefoglalva: akkor beszélünk érzelemszabályozásról, illetve érzelemszabályozási ajánlatról, ha a poszt közvetve vagy közvetlenül kifejezi a politikus érzelmi választát valamely történéseire, ha közvetve vagy közvetlenül előírja más politikusnak, vagy ajánlja a saját követőinek azt, hogy egy-egy eseményre milyen érzellel reagáljanak.

*Második kutatási kérdés: Mely ellenzéki politikusok járnak elöl az érzelemszabályozási ajánlatok megtételében?*

A kérdés megválaszolásához arra van szükség, hogy áttekintsem, melyik ellenzéki politikus milyen sok posztban tett kísérletet a követői érzelmeinek szabályozására. Volt-e olyan politikus, aki különösen sokat vagy éppen az átlagnál sokkal kevesebbet foglalkozott a közösségimédia-felületén a járvánnyal és annak érzelmi vonatkozásaival?

*Harmadik kutatási kérdés: Mikor, milyen érzelm kifejezések dominálják az érzelemszabályozási ajánlatokat?*

Ez a vizsgálódás az érzelemszabályozás időbeli dinamikájára kérdez rá. A közbeszédben egyetértés uralkodott abban a tekintetben, hogy a járványnak 2020 folyamán voltak hullámai: márciustól május végéig / június elejéig tartott az első hulláma, amit nyáron a fertőzés számainak alacsony szintje követett, majd szeptembertől újabb hullám, az úgynevezett második hullám indult el, és tartott egészen decemberig. Érdeemes megvizsgálni, hogy a politikusi érzelemszabályozás alkalmazkodott-e a járvány alakulásához, együtt mozgott-e a vonatkozó adatokkal, így például az új fertőzések és a halálesetek számával. A kérdés másik része azon alapul, hogy többféle érzelm felmutatására vagy előírására is sor kerülhetett, és érdekes lenne látni, hogy vannak-e ebben időbeli tendenciák, tehát hogy idővel bizonyos érzelmek jelenléte csökken, másoké növekszik, s ha van ilyen tendencia, akkor mi lehet ennek a magyarázata.

*Negyedik kutatási kérdés: Megfigyelhetők-e érzelmmódosításra vonatkozó ajánlatok a koronavírus-járvánnyal és annak következményeivel foglalkozó ellenzéki politikusi posztokban?*

A posztokat elemeztük abból a szempontból is, hogy vajon a politikus javasolta-e azt, hogy a közönsége valamely érzelm helyett inkább egy másik érzelmet generáljon magában. Ez a módosítási ajánlat közvetlenül kiolvasható a poszt szövegéből.

A vizsgálat során a 2019 óta formálódó ellenzéki összefogás pártelnökeinek posztjaira összpontosítottam. Ezért a következő politikusok szerepelnek az alábbiakban: Fekete-Győr András, Gyurcsány Ferenc, Jakab Péter, Kanász-Nagy Máté, Karácsony Gergely, Kunhalmi Ágnes, Schmuck Erzsébet, Szabó Tímea, Tóth Bertalan. Összesen kilenc politikus kommunikációs erőfeszítéseinek áttekintése volt a cél, s ehhez a SentiOne nevű szoftver segítségével összegyűjtött posztokat több körben kiegészítettük további anyagokkal, ugyanis meglepő módon az anyaggyűjtés számos nehézségbe ütközött.

## Eredmények

A következőkben kutatási kérdésenként haladva mutatom be a kapott számokat és tanulságokat.

*Első kutatási kérdés: Mekkora a súlya az ellenzéki politikusok koronavírus-járvánnyal és annak következményeivel foglalkozó posztjainak a posztjaik teljes halmazán belül, és mennyiben irányul a járvánnyal foglalkozás érzelemszabályozásra?*

Szabó Tímea adatai nélkül tekintve, az ellenzéki politikusok összesen 3185 posztot jelentettek meg 2020 vizsgált tíz hónapja alatt a Facebookon. Sem Szabó Tímea, sem Jakab Péter esetében nem ismerjük a járvánnyal foglalkozó összes poszt mennyiségét, így az összes poszt, a járványról szólók és az utóbbiak között az érzelemszabályozás alá vehetők darabszáma és aránya az alábbi, 1. táblázatban látható.

**1. táblázat.** Az ellenzéki politikusok járvánnyal kapcsolatos posztjai és azok érzelemszabályozási tartalma.

Politikus	Összes poszt	Összes járványos poszt	A járványos posztok súlya a politikus posztjain belül	Az egyes politikusok súlya az összes járványos poszton belül
Karácsony Gergely	766	284	37,1%	38,0%
Tóth Bertalan	434	124	28,6%	16,6%
Jakab Péter	571	–	–	–
Szabó Tímea	–	–	–	–
Fekete-Győr András	241	63	26,1%	8,4%
Gyurcsány Ferenc	225	62	27,6%	8,3%
Schmuck Erzsébet	536	76	14,2%	10,2%
Kunhalmi Ágnes	189	45	23,8%	6,0%
Kanász-Nagy Máté	223	94	42,1%	12,6%
<b>Összesen</b>	<b>3185</b>	<b>748</b>	<b>28,5%*</b>	<b>100,0%</b>

\* A járványos posztok számának és az összes ellenzéki poszt Jakab Péter adatával csökkentett számának a hányadosa: 748/(3185–571).

Mint látjuk, jelentősen eltért az egyes politikusok termékenysége mind az összes posztot, mind a járvánnyal kapcsolatosakat tekintve. Mindkét csoportot Karácsony Gergely vezeti 766, illetve 284 darabbal, és mindkettőben Kunhalmi Ágnes produkálta a legkevesebbet, 189-et, illetve 45-öt. A főpolgármester az élen jár abban, bár csak második, hogy a posztjainak mekkora része foglalkozik a járvánnyal (37,1%), csak Kanász-Nagy Máté előzi meg (42,1%). Figyelemre méltó, hogy az LMP másik társelnöke foglalkozott a legkevésbé intenzíven a vírus terjedésével, a harmadik legtöbb posztjának csak nem egészen 15%-a szólt a témáról – nem kizárt, hogy volt kettejük között valamiféle munkamegosztás, amelyik szerint a járvány elsősorban Kanász-Nagy Máté és kevésbé Schmuck Erzsébet reszortjába tartozott. A többiek 20 és 30 százalék közötti arányt értek el. Mindez azt sugallja, hogy a járvány felettébb fontos poszttéma volt, de egyáltalán nem egyedüli, hiszen az összes posztnak még a 30%-át sem érte el azok súlya.

*Második kutatási kérdés: Mely ellenzéki politikusok járnak elöl az érzelmszabályozási ajánlatok megtételében?*

Mint a 2. táblázatban látható, Karácsony Gergely volt a legaktívabb, és Kanász-Nagy Máté a legkevésbé aktív.

**2. táblázat.** Az ellenzéki politikusok járvánnyal kapcsolatos érzelmszabályozási posztjai

Politikus	Összes járványos poszt	Az egyes politikusok súlya az összes járványos poszton belül	Az érzelmes posztok száma a járványosokon belül	Az érzelmes posztok súlya a járványosok közt	Az egyes politikusok súlya az összes érzelmes poszton belül
Karácsony Gergely	284	38,0%	241	84,9%	34,7%
Tóth Bertalan	124	16,6%	77	62,1%	11,1%
Jakab Péter	–	–	73	–	10,5%
Szabó Tímea	–	–	70	–	10,1%
Fekete-Győr András	63	8,4%	56	88,9%	8,1%
Gyurcsány Ferenc	62	8,3%	50	80,6%	7,2%
Schmuck Erzsébet	76	10,2%	50	65,8%	7,2%
Kunhalmi Ágnes	45	6,0%	39	86,7%	5,6%
Kanász-Nagy Máté	94	12,6%	38	40,4%	5,5%
<b>Összesen</b>	<b>748</b>	<b>100,0%</b>	<b>694</b>	<b>72,8%</b>	<b>100,0%</b>

Bár Szabó Tímea és Jakab Péter járványos posztjai számának hiánya bizonytalanná teszi a képet, mégis azt mondhatjuk, hogy az ellenzéki politikusok jól láthatóan két csoportra oszthatók. Négyen, és a benyomásaink alapján Szabó Tímea és Jakab Péter is ide tartozik, tehát hatan, a témával foglalkozó posztjaik több mint 80%-ában tettek érzelmszabályozási ajánlatot, míg egy másik

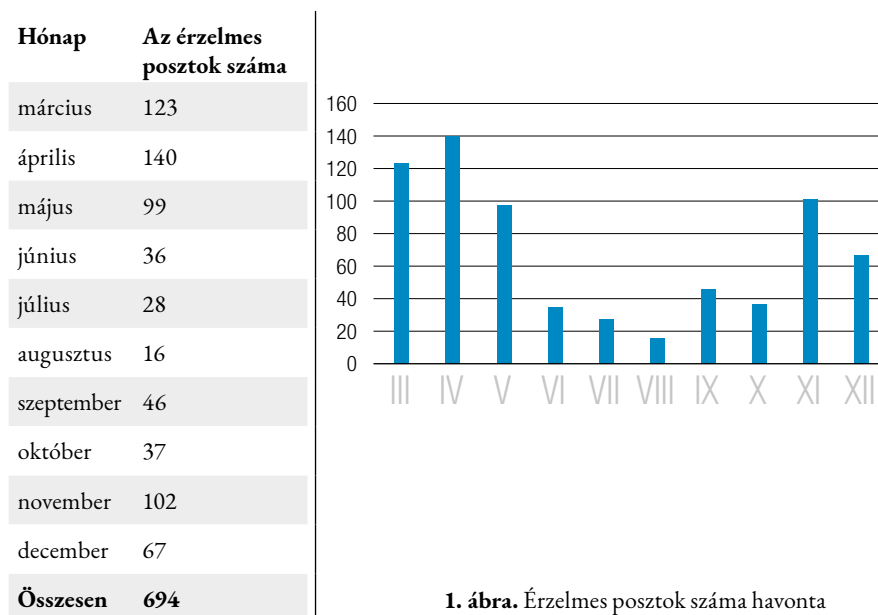
csoport, amelyikbe Tóth Bertalan, Schmuck Erzsébet és Kanász-Nagy Máté tartozik, 70% alatt produkált ilyen anyagot, Kanász-Nagy Máté még a 40%-os arányt is alig haladta meg. Érdekes látni, hogy az LMP két vezetője ebbe az érzelmileg kevésbé aktív csoportba tartozik, míg az MSZP két társelnöke közül a női elnök érte el az egész ellenzéki körön belül a második legmagasabb arányt, a férfi társelnök pedig a második legalacsonyabbat. Megint azt sejtethetjük, hogy az MSZP esetében lehetett valamilyen „érzelmi munkamegosztás”, amelyik ráadásul követte a hagyományos felfogást, hogy ugyanis a nők az érzelmesebbek, és a férfiak a racionálisabbak.

A másik irányból olvasva az adatokat, azt is látjuk, hogy bár magas az ellenzéki politikusok érzelmissége a posztokban, nem mondhatjuk, hogy a járvánnyal foglalkozó összes posztjuk tett volna érzelmesabályozási ajánlatot.

Harmadik kutatási kérdés: *Mikor és milyen érzelmkifejezések dominálják az érzelmesabályozási ajánlatokat?*

Az egyik érdekes kérdés, hogy hogyan változott az érzelmesabályozás alá sorolható posztok mennyisége az időmúlásával. Ennek áttekintése érdekében havi bontásban vizsgáltam az érzelmesabályozási ajánlatot tevő posztok számának és az érzelmesabályozási ajánlatok számának az alakulását. Ezeket mutatja be a 3. és a 4. táblázat, valamint az őket megjelenítő három ábra.

**3. táblázat.** Az érzelmes posztok száma havonta



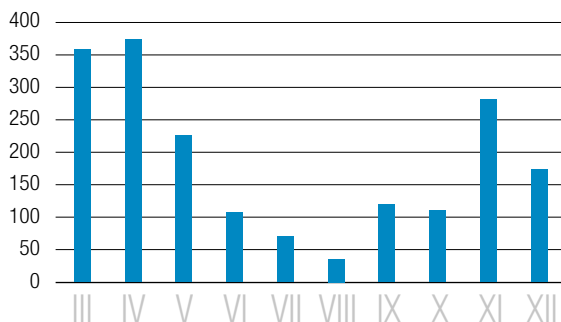
**1. ábra.** Érzelmes posztok száma havonta

A 3. táblázat alapján kimondhatjuk, hogy a legintenzívebb érzelemszabályozás az ellenzéki politikusok részéről márciusban és áprilisban folyt, ezt a novemberi adat követi, majd újra egy tavaszi hónap, a május. Érthető, hogy nyáron alábbhagyott a járvánnyal kapcsolatos kommunikáció, mert maga a járvány is szinte eltűnt. Ugyanakkor meglepő, hogy bár szeptemberben volt emelkedés, ezt októberben újabb visszaesés követte, holott ekkorra megint erőre kapott a pandémia.

Érdeemes külön megvizsgálni, hogy hány érzelemszabályozási ajánlat keletkezett az ellenzéki politikusok közösségimédia-tevékenysége során, hiszen egy-egy poszt tartalmazhatott több ilyen ajánlatot is.

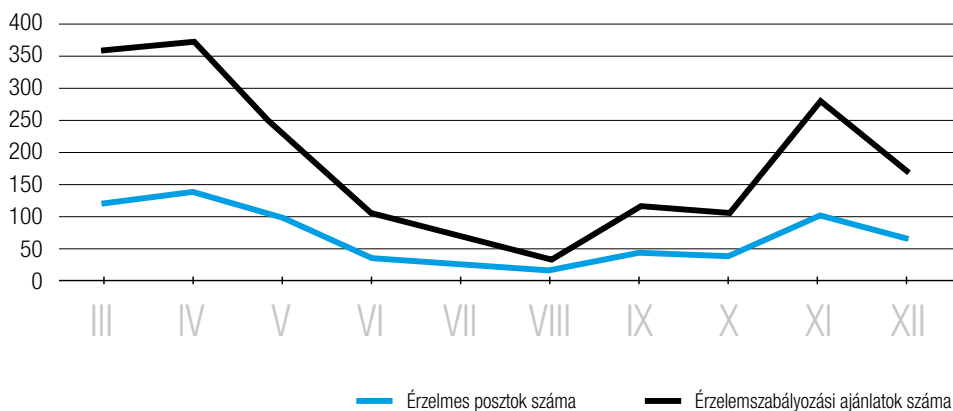
**4. táblázat.** Az egyes érzelmek jelenléte az érzelemszabályozásra irányuló posztokban

Hónap	Az érzelemszabályozási ajánlatok száma
március	359
április	374
május	226
június	106
július	68
augusztus	34
szeptember	118
október	108
november	283
december	171
<b>Összesen</b>	<b>1847</b>



**2. ábra.** Érzelemszabályozási ajánlatok száma havi bontásban

A 3. és a 4. táblázat adatainak összevetése, amit a 3. ábra szemléltet, azt mutatja, hogy egy-egy posztra legalább két, de inkább három érzelemszabályozási ajánlat jutott, az átlag 2,7 fölött van, tehát a posztok intenzívnek mondhatók érzelemszabályozási szempontból.



3. ábra. Az érzelmes posztok és az érzelemszabályozási ajánlatok alakulása

A legmagasabb, 2,9 fölötti eredményt június, március és október szolgáltatta, a legalacsonyabbakat augusztus és május. A márciusi és októberi magas adat nem meglepő. Márciusban kezdődött a járvány és az ismeretlensége érthető módon elsősorban érzelmeket válthatott ki és kevésbé higgadt üzeneteket. Hasonlóképpen az október a tavaszinál jóval magasabbra tornászta fel a megbetegedések számát, ami teret adhatott kellemetlen érzelmeknek. Ráadásul mindkét hónap készíthette az ellenzéki politikusokat arra, hogy a kormány intézkedéseivel kapcsolatos negatív érzelmeiknek adjanak hangot. Például márciusban erős érzelmeket keltett a rendkívüli jogrenddel kapcsolatos jogszabály – az ellenzéki szóhasználat szerint: felhatalmazási törvény – bevezetése a hónap végén; ennek hatása érződik az áprilisi magas számokban is. Ugyanígy nem meglepő a viszonylag alacsony augusztusi adat, mert ekkor a járvány szinte eltűnt.

Külön magyarázatra ezért elsősorban a júniusi magas és a májusi alacsony adat szorul. Alighanem mindkettő az ellenzéki szereppel magyarázható. Május 4-től kezdve csökkentek a fertőzési és halálozási számok, amire pozitív érzelmekkel is reagálhattak volna az ellenzéki politikusok, de ez ellentétes lett volna az ellenzéki szereppel, ráadásul ellentmondott volna azoknak az üzeneteknek, amelyek tavasszal éppen arról szóltak, hogy a kormány rosszul kezeli a járványt, nincsen megfelelő megoldása a gazdasági és egyéb következményeire nézve, ezért a helyzet nem javulni, hanem romlani fog. Ami a júniusi adatot illeti, itt egyszerűen azt érdemes látni, hogy alaposan megcsappan a vonatkozó posztok száma, azok érzelmi sűrűsége viszont magas.

A kérdés másik fele az érzelmek milyenségére vonatkozik. Az egyes érzelmi ajánlatok posztokban való jelenlétét összegezi az 5. táblázat, éspedig havi bontásban.

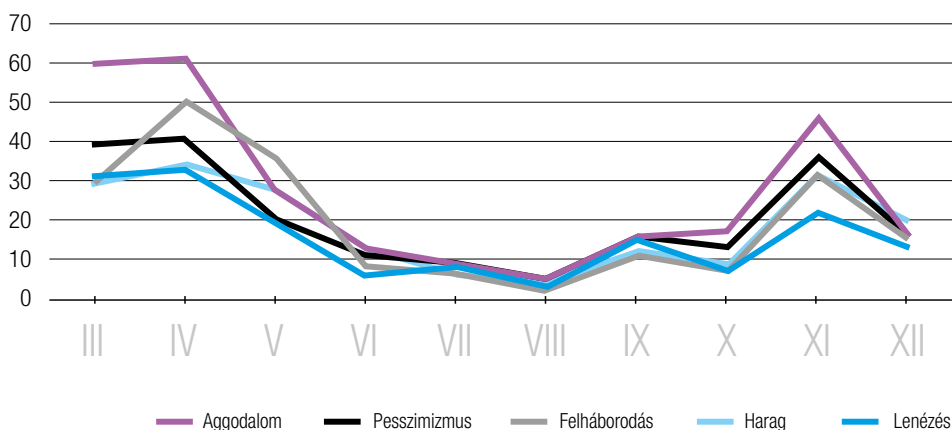


## 5. táblázat. Az érzelmszabályozási ajánlatok hónapról hónapra

Hónap	március	április	május	június	július	augusztus	szeptember	október	november	december	Összesen	%
1 Aggodalom	60	61	27	13	7	6	16	17	46	15	<b>268</b>	<b>14,5</b>
2 Pesszimizmus	39	41	20	11	9	5	16	13	36	16	<b>206</b>	<b>11,2</b>
3 Felháborodás	29	50	36	8	6	2	11	7	31	15	<b>195</b>	<b>10,6</b>
4 Harag	29	34	28	13	6	4	12	9	32	20	<b>187</b>	<b>10,1</b>
5 Lenézés	31	33	19	6	8	3	15	7	22	13	<b>157</b>	<b>8,5</b>
6 Bánat	22	29	21	8	7	2	11	9	26	13	<b>148</b>	<b>8,0</b>
7 Optimizmus	20	26	12	6	6	2	8	7	21	26	<b>134</b>	<b>7,3</b>
8 Csalódottság	29	23	7	7	3	2	4	6	16	3	<b>100</b>	<b>5,4</b>
9 Irtózás	20	22	10	7	3	2	6	6	12	7	<b>95</b>	<b>5,1</b>
10 Jókedv	16	10	21	9	8	1	3	9	3	14	<b>94</b>	<b>5,1</b>
11 Büszkeség	10	11	7	4	2	2	3	12	4	10	<b>65</b>	<b>3,5</b>
12 Erőtlenség	11	15	6	4	1	0	0	3	6	8	<b>54</b>	<b>2,9</b>
13 Szégyen	8	6	4	6	0	0	5	3	16	3	<b>51</b>	<b>2,8</b>
14 Meglepettség	5	6	4	2	1	3	7	0	9	4	<b>41</b>	<b>2,2</b>
15 Alárendelődés	19	5	1	2	1	0	0	0	0	1	<b>29</b>	<b>1,6</b>
16 Elfogadás	7	1	0	0	0	0	0	0	0	2	<b>10</b>	<b>0,5</b>
17 Bűntudat	4	0	1	0	0	0	1	0	2	1	<b>9</b>	<b>0,5</b>
18 Morbidság	0	1	2	0	0	0	0	0	1	0	<b>4</b>	<b>0,2</b>
<b>Összesen</b>	<b>359</b>	<b>374</b>	<b>226</b>	<b>106</b>	<b>68</b>	<b>34</b>	<b>118</b>	<b>108</b>	<b>283</b>	<b>171</b>	<b>1847</b>	<b>100,0</b>
%	<b>19,4</b>	<b>20,2</b>	<b>12,2</b>	<b>5,7</b>	<b>3,7</b>	<b>1,8</b>	<b>6,4</b>	<b>5,8</b>	<b>15,3</b>	<b>9,3</b>	<b>100,0</b>	

Mint az 5. táblázatból kiolvasható, az összesen 1847 ajánlat időbeli eloszlása felettébb egyenetlen, nem csak azért, mert nyáron szinte eltűnt a járvány. Az összes ajánlat több mint felét az első három hónapban publikálták az ellenzéki politikusok, a harmadik legintenzívebb hónapnak pedig a november bizonyult. Hasonlóképpen a legváltakozatosabb ajánlatokat is az első három hónap és a december hozta: egy híján az összes vizsgált érzelem megjelent az ellenzéki politikusok közösségi médián folytatott kommunikációjában.

Összesen 18 különböző érzelem, illetve érzelemszabályozási ajánlat jelenlétét kerestük a posztok kódolásakor. Mint az 5. táblázatból kiolvasható, erősen szórt az egyes érzelmek gyakorisága. Az összesen 1847 ajánlat 14,5%-át az *aggodalom* tette ki, míg a másik véglet a *morbidság* volt, ami 0,2%-nál nem szerepelt nagyobb súllyal. A legtöbbször szereplő öt érzelem (*aggodalom*, *pesszimizmus*, *felháborodás*, *harag* és *lenézés*) teszi ki az összes ajánlat majdnem 55%-át. Ez azért is figyelemre méltó, mert kivétel nélkül morális értelemben negatív, illetve szubjektíve kellemetlen érzelmeket mutatnak fel és ajánlanak az ellenzéki politikusok az esetek több mint felében.



4. ábra. A leggyakoribb öt érzelem dinamikája

Az öt leggyakrabban szereplő érzelem dinamikája, egymáshoz képest bejárt pályája megint árulkodó. Míg a márciust elsősorban az *aggodalom* és a *pesszimizmus* jellemzi, addig áprilisra a második helyet a *felháborodás* veszi át, az előző kettő pedig nagyjából a márciusi szinten marad. Ez világosan köthető ahhoz, hogy a járvány ijesztő voltához társul a kormányzati lépések (például a „felhatalmazási törvény”) feletti ellenzéki felháborodás. Érdekes látni, hogy a *harag* a negyedik helyen van márciusban és áprilisban, majd májusban második, júniusban holtversenyben első, decemberben pedig csak azért nem első, mert közben az élre szökő *optimizmus* megelőzi.

A kép nem nagyon módosul akkor sem, ha a 18 érzelem legtöbbet szereplő első felét nézzük, tehát 9-et, vagyis kiegészítjük az előbbieket a következőkkel: *bánat*, *optimizmus*, *csalódottság* és *irtózás*. Ezek részesedése az előző ötével együtt az egész időszakra nézve az összes ajánlaton belül felülmúlja a 80%-ot, és egyedül a hetedik helyen levő *optimizmus*, vagyis örömteli jövőbe tekintés minősíthető morálisan és szubjektíve is pozitív érzelmenek.

Már most levonhatjuk a következtetést, hogy az ellenzéki érzelmszabályozási ajánlatok túlnyomó része inkább irányult a kormányoldal lépései, mint a járvány ellen. Még az *aggodalom* jelentős része is a lépések okozta politikai következmények miatt fogalmazódott meg, az olyan érzelmek pedig, mint például a *felháborodás* és a *lenézés*, természetükénél fogva nem a vírust, inkább a politikai versenytársat vették célba.

Figyelemre méltó az alacsonyabb esetszámmal rendelkező érzelmek közül az *alárendelődés*, mivel ilyen érzelmszabályozási ajánlattal egyedül márciusban találkoztunk jelentős számban. Ez érthető: ekkortájt, pontosabban a hónap első felében az ellenzék még kevésbé volt kritikus a kormány járványkezelésével szemben, ezért viszonylag gyakran buzdított arra, hogy az állampolgárok vegyék komolyan a járványt, és tartsák magukat az intézkedésekhez és ajánlásokhoz. Jellemzően májustól kezdve szinte alig, augusztustól novemberig pedig egyáltalán nem találni olyan posztot, amelyik erre hívta volna fel az állampolgárok figyelmét.

*Negyedik kutatási kérdés: Megfigyelhetők-e érzelmmódosításra vonatkozó ajánlatok a koronavírus-járvánnyal és annak következményeivel foglalkozó ellenzéki politikusi posztokban?*

Összesen 104 ilyen posztot találtunk, az összes poszt 15%-a volt besorolható ebbe a csoportba. Nehéz megmondani, hogy ez sok vagy kevés az összesen 694 érzelmszabályozónak tekintett poszton belül. Egyfelől azt mondhatjuk, hogy valójában minden érzelmes poszt potenciálisan átkeretező, hiszen ezek is a politikus által relevánsnak tartott érzelmet ajánlanak fel az olvasóknak, amely érzelem eltérhet a követő által éppen tápláltaktól, tehát érzelmmódosításhoz vezethet a közönség oldalán. Másfelől az érzelmmódosítónak kódolt posztok ennél többet tesznek: általuk a politikus megnevez egy olyan érzelmet, amelyet a hívei esetleg a magukéva tesznek, ő azonban ehelyett másikat javasol, de legalábbis megpróbál lebeszélni az adott érzelmről. Ez mindenképpen intenzívebb érzelmszabályozási erőfeszítés, mint az előző, következképpen nyilvánvalóbb is az érzelmszabályozási természete a követők számára. Tehát nem egyezés esetén nagyobb ellenállást szülhet, mint a pusztán kitarulkozás vagy az ellenfél felszólítása például arra, hogy szégyellje magát, vagy a saját táboré arra, hogy legyen büszke az ellenzék vezette önkormányzatok járványkezelési sikereire.

Az átkeretezés részleteiről a 6. és 7. táblázat és az 5. ábra ad áttekintést.

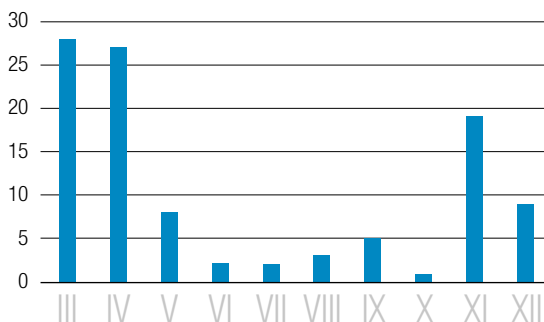
**6. táblázat.** Az átkeretező posztok száma politikusonként

Politikus	Az átkeretező posztok száma	Az érzelmes posztok száma	Az átkeretezés súlya politikusonként
Gyurcsány Ferenc	18	50	36,0%
Szabó Tímea	18	70	25,7%
Jakab Péter	14	73	19,2%
Schmuck Erzsébet	9	50	18,0%
Fekete-Győr András	9	56	16,1%
Tóth Bertalan	12	77	15,6%
Kanász-Nagy Máté	5	38	13,2%
Karácsony Gergely	18	241	7,5%
Kunhalmi Ágnes	1	39	2,6%
Összesen	<b>104</b>	<b>694</b>	<b>15,0%</b>

Mint a 6. táblázatból kiolvasható, habár az abszolút számokat tekintve Karácsony Gergely ebben a tevékenységben is élen jár, ugyanakkor a teljesítménye messze elmarad attól, amilyen súlya van az általa produkáltaknak a járványról szóló ellenzéki posztok között, illetve az ilyen témájú érzelmes posztok között. Míg a főpolgármester az összes érzelmes szabályozási ajánlatot tevő poszt majdnem 35%-át publikálta, addig a vele átkeretezésben egy szinten levő Szabó Tímea csak 10, Gyurcsány Ferenc pedig csak 7%-át. Ennek megfelelően Gyurcsány Ferenc messze nagyobb arányban kísérletezett érzelmeváltóztatási javaslattal, mint az utána következők, nem beszélve Kunhalmi Ágnesről, akinél szinte elő sem fordult ilyen kommunikációs erőfeszítés.

**7. táblázat.** Az átkeretező posztok száma havonta

Hónap	Az átkeretező posztok száma
március	28
április	27
május	8
június	2
július	2
augusztus	3
szeptember	5
október	1
november	19
december	9
<b>Összesen</b>	<b>104</b>

**5. ábra.** Az átkeretezést tartalmazó posztok száma

Az 5. *ábra* nagyon hasonlít az előző ábrákra, ami nem meglepő, hiszen az érzelmi átkeretezés is érzelemszabályozási ajánlat, és ezért érzelmek felmutatásával vagy leírásával és előírásával jár együtt. Ennek megfelelően a legintenzívebb két hónap a március és az április, majd erős apály következik egészen novemberig, aminek a számai azonban nem érik el a tavasziakat. Érdekesebb ezért az ajánlatok tartalmára figyelni, vagyis arra, hogy a politikusok milyen érzelmektől akarják eltéríteni és milyenekre akarják rávenni a híveiket.

Azt látjuk, hogy az átkeretezés uralkodó iránya végig, de főként március és jelentős mértékben április folyamán is az *aggodalom* felé mutat. Az átkeretező üzenet valahogyan úgy hangzik, hogy bárhol is akarnánk viszonyulni a lezajló folyamatokhoz, akár a járványhoz, akár a kormányzati lépésekhez, mindenképpen aggodalommal kell néznünk a jövőbe. Az érdekesség az, hogy míg március első kétharmadában inkább a járvány ad okot az aggodalomra, addig a hónap második felétől kezdve mind gyakrabban a kormány járványkezelése, sőt, egy idő után még ennél is inkább az országgyűlési többség pártpolitikai előretörése, a miniszterelnök ellenzék által érzékelt törekvése a korlátlan idejű és kiterjedésű politikai hatalomra. Ilyenformán már egyre kevésbé közvetlenül fenyeget a járvány, mint inkább közvetetten, vagyis amiatt, hogy a kormány lépései az ellenzék szerint előbb nem eléggé hatékonyan, majd állításaik szerint egyáltalán nem irányulnak a járvány csökkentésére, hanem kizárólag a saját hatalmának kiterjesztésére és a saját klientúrájának támogatására.

Ennek megfelelően a kormányzati járványkezelés kritikája és elutasítása egyre globálisabbá válik. Míg március első három hetében az ellenzéki megszólalók általában egyetértenek a kormánnyal például abban, hogy veszélyhelyzetet vezetett be, és csak rész kérdésekben vannak további kiegészítő javaslatok, kritikájuk tehát specifikus, március utolsó harmadától kezdve a bírálat és aztán az elutasítás globálissá válik, s az egyes specifikus javaslatok mintegy arra szolgálnak, hogy a helytelen járványkezelés ellenpéldái legyenek. Ekkortól tehát az ellenzéki politikusok által javasolt intézkedések csak illusztrálják azt, hogy mi mindenben marad adós a kormány a járvánnyal folytatott harcban, de ez szerintük tulajdonképpen logikus, hiszen nem azzal van elfoglalva, hanem az ellenzék elleni gyűlöletkeltéssel és a saját hatalma kiterjesztésével.

Ennélfogva a járvány elleni harc párhuzamossá válik a kormány elleni harccal, hiszen a járványt is csak akkor lehet legyőzni, ha a kormányt legyőzték, a kormány ugyanis nem a segítője, hanem az akadálya a vírus visszaszorításának. Ennek tömör megfogalmazását Jakab Péter adta elő az Országgyűlés ülésén:

„Miniszterelnök úr, tudja, melyik a legveszélyesebb vírus? Az, amelyik korlátlan ideig akar élősködni a nemzet testén! De nyugodjon meg, a magyar nemzet immunrendszere erősebb, mint gondolná. Le fogjuk győzni nemcsak a vírust, de a koronát is!”<sup>1</sup>

<sup>1</sup> <https://www.facebook.com/jakab.peter.miskolc/posts/3159563964105896>

A koronára való utalás azon alapszik, hogy a Jobbik elnöke hol államcsínynek, hol a királyság bevezetésének minősíti a rendkívüli jogrendről szóló törvény március végi elfogadását.

Az *aggodalom* gyakori voltának a másik oka az, hogy ősszel az ellenzéki politikusok már arról kezdenek írni, hogy a kormánypártok aggódnak a saját jövőjük miatt.<sup>2</sup> Ez a kormányoldali aggodalom ugyanakkor alkalom az ellenzéki optimizmusra.

Az átkeretezések iránya tehát többnyire morálisan negatív vagy szubjektíve kellemetlen érzelmektől mutat másfajta negatív érzelmek, elsősorban az *aggodalom* szükségessége felé. Feltűnnek azonban ilyen tekintetben pozitív érzelmek is az ellenzéki politikusok megszólalásaiban. Ezek rendre a kormányzati lépések okán ébredő negatív érzések helyett, így az *aggodalmon* túl a *barag* és a *felháborodás* helyett fogalmazódnak meg ajánlatként. A logika a következő: a kormány rosszul, sőt, sanda szándékkal végzi a járványkezelést, de az ellenzéknek vannak nagyon jó javaslatai, amelyek megvalósítása esetén minden okunk meglenne a reményre és az optimizmusra. Ezek a jó javaslatok sokszor más európai ország intézkedéseiből származnak, de persze a kormány annyira öntelt és befelé forduló, hogy nem vesz tudomást másutt általánosan alkalmazott eszközökről. Ilyennek minősítik mindenekelőtt a sokkal sűrűbb tesztelést vagy a szigorúbb lezárásokat, és a gálásabb kormányzati segítséget a munkájukat elvesztő alkalmazottaknak és a vállalkozóknak.

Az ilyen átkeretezés az ősz elejéig alapvetően az ellenzéknek a kormányénál jobb kormányzó képességén, így például az önkormányzatok elérté sikerek bemutatásán alapszik, és arra utal. Novembertől kezdve azonban egyre gyakrabban apellál a 2022-es választásokra. Ha az ősz elejéig azért lehet ok arra, hogy ne fogja el az állampolgárokat a teljes kétségbeesés, mert például az önkormányzatokban jelen levő ellenzéki politikusok jobban kezelik a járványt, mint a kormány, akkor ősztől felerősödik a 2022-es választások sorsfordító volta, hogy akkortól minden jobb lesz.<sup>3</sup>

Van más okokból is alkalom derűs érzelmekre. Időről időre örömmel említik az ellenzéki politikusok az állampolgárok segítőkészségét,<sup>4</sup> azt, hogy tartották magukat a korlátozásokhoz,<sup>5</sup> vagy azt, hogy a felmérések szerint az emberek nem a kormányt támogatják a járványkezelés bizonyos kérdéseiben, hanem egy-egy ellenzéki párt javaslataival értenek egyet.<sup>6</sup> De öröm fakad abból is, ha tartalmas megbeszélések nyomán egyetértés születik külföldi<sup>7</sup> vagy hazai partnerekkel.<sup>8</sup>

<sup>2</sup> <http://www.facebook.com/128573907819549/posts/527332817943654>

<sup>3</sup> <http://www.facebook.com/187301974635606/posts/4077141475651617>

<sup>4</sup> <http://www.facebook.com/128573907819549/posts/627232067953728>

<sup>5</sup> <http://www.facebook.com/1425355697692924/posts/2696892560539225>

<sup>6</sup> <http://www.facebook.com/156847374371871/posts/3479142938808948>

<sup>7</sup> <https://www.facebook.com/karacsonyergely/posts/3810583745641110>

<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/karacsonyergely/posts/3810004649032353>

## Összegzés

Röviden összefoglalva azt mondhatjuk, hogy a tanulmány elején vázolt két lehetséges út, tudniillik a nemzeti összefogásban való részvétel és a kritikus szerep közül a hazai ellenzéki politikusok a járvánnyal kapcsolatos érzelmszabályozás területén az utóbbit választották. A vírus Magyarországon történt megjelenését követően néhány hétig mintha inkább az első út, a kormánnyal létrehozandó konszenzus felé tájékozódtak volna, de elsősorban a március 30-án elfogadott törvény előzetes vitái okán már a hónap utolsó harmadában a konfrontációt választották, vagy inkább azt mondhatjuk, hogy folytatták a korábbi ellenzéki kommunikációs gyakorlatot.

Az ellenzék a közösségimédia-felületein sokat foglalkozott a járvánnyal, még ha azt nem is mondhatjuk, hogy ez minden más témát kiszorított volna. A járvánnyal foglalkozó posztjaik nem csekély, sőt, éppenséggel túlnyomó része, 73%-a érzelmszabályozási ajánlatot is tett, tehát legalább annyira szándékoztak a helyzetet érzelmi, mint értelmi szinten kezelni a híveik körében. Hasonlóképpen jelentős munkát fektettek abba, hogy valamely vélhetően kialakult vagy a kialakulóban lévő érzelmek helyett másmilyent ajánljanak a közönségüknek. Mind a járvánnyal kapcsolatos posztok sűrűsége, mind a vonatkozó érzelmszabályozási ajánlatok gyakorisága nagyjából együtt mozgott a járvány hullámaival, jóllehet ez leginkább 2020 őszének elejéig igaz. A második hullám jóval több fertőzést hozott, és sokkal nagyobb halálozással járt, mint az első tavasszal, mégis azt látjuk, hogy az ellenzéki posztok mennyisége és az érzelmszabályozás intenzitása sosem érte el a márciusi és áprilisi szinteket. Ősszel sokkal fontosabb lett az ellenzéki politikusok számára az Európai Unió következő hétéves költségvetésével kapcsolatos konfrontatív kormányzati politika éles bírálata és például az úgynevezett Szájer-ügy, mint a járvány.

Az ellenzéki politikusok által keltett érzelmek túlnyomó része morálisan vagy szubjektíve negatív végig a tíz hónap alatt, még akkor is, ha ősszel megjelenik az optimizmus is. Uralkodó az *aggodalom*, és pedig hol a járvány, de még gyakrabban a kormány lépései miatt. Az ellenzéki politikusok borúlátóan néznek a jövőbe, és rendre felháborodnak a kormány intézkedései és kezdeményezései miatt, melyek haragot keltenek bennük.

Ahogy említettem, ősszel megjelenik a derűlátás is, ám olyan kontextusban fogalmazódik meg, mint ami általában is jelen van az önkormányzatokban többségi pozíciókhoz jutott ellenzéki politikusok körében: a kormány téves és rosszindulatú lépései miatt csak akkor lehet javítani az állampolgárok életkörülményein és ennek részeként legyőzni a vírust, ha az ellenzék nyeri a 2022-es országgyűlési választásokat. Mivel pedig mindenki, minden választópolgár előtt nyilvánvaló a második hullám okán, hogy a kormány inkompetens, ezért optimizmussal töltheti el a baloldalt az, hogy már csak másfél év van hátra a választásokig. Addig azonban nincsen remény, leginkább csak az aggodalom marad.

A kutatás számos ponton folytatásért kiált. Vélhetően a kormánypártok közösségimédia- és általában vett kommunikációjában sokkal magasabb volt a pozitív érzelmek – mint öröm, *büszkeség* és *optimizmus* – jelenléte, de sejtethetően nem hiányzott az ellenzék lépései miatti *felháborodás* és *harag* sem. Ha ez így van, akkor látva az ellenzéki politikusok érzelmi ajánlatainak sokszínűségét, még inkább azt feltételezhetjük, hogy az összes konfliktus és konfrontatív jelleg, másoldalról a sokat követelt nemzeti egység és konszenzus létre nem jötte ellenére, a magyar politikai elit kellő változatossággal képviselte a magyar állampolgárok érzelmeit a 2020-as COVID-járvány idején.



Farkas Xénia

## Vizualitás és érzelemszabályozási ajánlatok a COVID-19-járvány első és második szakaszában

### Bevezetés

A tanulmány arra a kérdésre keresi a választ, hogy milyen érzelemszabályozási ajánlatokat kínáltak a magyar pártvezető politikusok a 2020-as COVID-19-járvány idején a vizuális kommunikáció segítségével a közösségi médiában. Vajon létrejött egy, a járványhoz kapcsolódó specifikus látványvilág a magyar politikai kommunikációban? Vannak-e vizuális érzelemszabályozási ajánlatok a COVID-19-járványt és annak következményeit tárgyaló Facebook-posztokban? Mely politikusok közölnek vizuális érzelemszabályozási ajánlatokat? Azokat a politikai élet főszereplői által felkínált képi kommunikációs gesztusokat és aktusokat elemezzük, amelyek érzelmeket fejeznek ki, egyben közvetlen vagy közvetett érzelemszabályozási ajánlatokat nyújtanak.

A kérdés megválaszolásához azokat a képeket tartalmazó Facebook-posztokat vizsgálja a tanulmány, amelyeket 2020-ban 5% feletti népszerűséggel rendelkező pártok<sup>1</sup> vezetői, így Orbán Viktor, Gyurcsány Ferenc, Fekete-Győr András, Tóth Bertalan, Kunhalmi Ágnes, Jakab Péter tettek közzé. Továbbá a vizsgált politikusok köre kiterjed Karácsony Gergelyre, Budapest főpolgármesterére, aki a vizsgált időszakban meghatározó kommunikációs aktornak számított (Bene et al., 2020). A kutatás időkerete 2020. március 1. és 2020. december 31. közötti időszak. A vizsgált anyagok letöltését a Facebook tulajdonában álló CrowdTangle (2021) eszköz segítette.

A vizsgált időszakban összesen 2969 posztot tettek közzé a vizsgálatba bevont politikusok, amelyekből 1416 (48%) poszt állóképet is tartalmazott. Minden politikustól az összes állóképet tartalmazó posztjuk közül 100 kép került be a vizsgálatba random mintavétellel, így a minta 700 képet tartalmaz (50%).

<sup>1</sup> Lásd: <http://www.zavecresearch.hu/fidesz-34-szazalek-egyuttmukodo-ellenzek-32-szazalek/>.

Az egyéb vizuális tartalmakkal (videó, live videó, kép, YouTube-link) együtt nézve a posztok 78%-a (2304) tartalmazott valamilyen vizuális elemet. A megosztott posztok arányában a legtöbb állóképet tartalmazó bejegyzést Fekete-Győr András (62%, 159) tette közzé, őt követi Kunhalmi Ágnes (56%, 159), majd Gyurcsány Ferenc (55%, 127). Karácsony Gergely posztjainak 47%-a (357) tartalmazott képet, míg Jakab Péter posztjainak 46%-a (258) volt képes tartalom. Orbán Viktor bejegyzései 41%-ban (179) tartalmaztak képeket, Tóth Bertalan pedig 41%-ban (177) osztott meg képeket.

A vizuális érzelmkifejezés egyik legfontosabb eleme a nonverbális kommunikáció, így az arckifejezések és gesztusok. Nincs ez másképp a politikai kommunikációban sem. Az arckifejezések azonosítása legfőképp Darwin (1872) és Ekman és munkatársai (1980) munkáira támaszkodik. Mivel azonban több szerző is kiemeli (a) az arckifejezések egységes azonosításának nehézségeit (Druckman et al., 1986); (b) a közlő által az arckifejezésekkel kifejezni kívánt, és a néző által interpretált érzelmek eltéréseit (Ridout – Searles, 2011); (c) az elmélet és a gyakorlat gyakori eltéréseit (Fridlund, 1991), így a tanulmány kétféle megközelítést alkalmaz. Egyrészt a Masters és munkatársai (1986) által alkalmazott, és egyben legrészletesebben leírt keret megfelelő módszert nyújt az alapvető arckifejezések azonosításához; másrészt a Kress és van Leeuwen (2006) által fémjelzett társadalomszemiotika módszere segítséget nyújt az adott környezetben értelmezni az egyéb vizuális erőforrásokat, így például a színeket, képi kompozíciókat vagy ruhadarabokat. Végül, a felkínált érzelmi ajánlatokat a tanulmány TenHouten (2007) érzelmklasszifikációjának felhasználásával azonosítja.

## Érzelmek és vizuális politikai kommunikáció

A vizuális kommunikáció és az érzelmek összekapcsolódása régóta ismert, amiben a látványvilág és vizuális szimbólumok érzelmi ajánlatokként értelmezhetők. Mások érzelmeit a vizualitáson keresztül is érzékeljük: az arckifejezések, testtartások, gesztusok és viseletek segítségével.

A nonverbális üzenetek kiemelkedő szerepe abban rejlik, hogy az alapvető érzelmek kifejezése univerzálisan hozzáférhető, vagyis ezek kultúrákon átívelően azonos jelentéssel bírnak (Ekman, 1989). Müller és Kappas (2011) szintén megerősíti, hogy az arc- és a testkifejezések vizuális érzékelése kiemelkedő fontosságú az egyének és csoportok közötti kommunikációban. Szociálpszichológiai kutatások megmutatták, hogy egy adott ember iránti attitűdöt az illető nonverbális viselkedésére adott érzelmi válaszok alakítják (Petty – Cacioppo, 1979; Lanzetta et al., 1985). Hasonlóképp a politikusok is érzelmi ajánlatokat kínálnak a nézők számára nonverbális kommunikációjukkal.

Mindezt megerősíti Bucy (2011) is: a politikai vezetők nyilatkozatai mellett vizuális ábrázolásuk is kiemelkedő jelentőséggel bír. Ennek oka, hogy az agy speciális, vizuális feldolgozásért felelős

területei lehetővé teszik, hogy a nonverbális jeleket mint az érzelmi állapotok és a kommunikációs jellemzők hatékony hordozóit könnyen, kevés mérlegelő erőfeszítés és előzetes szakértelem nélkül hatékonyan feldolgozzuk, beépítsük az összesített értékelésbe, és a hosszú távú memóriába raktározzuk. Pszichológiai szempontból a jelöltek vizuális ábrázolásából levont következtetések gyorsan, szinte automatikusan bekövetkeznek, és még akkor is befolyásolják a jelöltekről szóló információk későbbi feldolgozását, ha tudatosan nem gondolkodunk rajtuk (Todorov et al., 2005). A vizuális ábrázolások tehát előkészíthetik a későbbiekben a politikai cselekvéssel kapcsolatos ítéleteket, és kialakíthatják a jelöltek értékelésének kritériumait (Bucy, 2011).

A vizuális kommunikáció, és ezen belül a nonverbális kommunikáció kiemelt jelentőséggel bír az érzelmi viszonyulások befolyásolásában. A politikusok arckifejezései, gesztusai, öltözéke mind érzelmi ajánlatokként jelennek meg: a politikusok érzelmeinek kifejezése adott érzések, érzelmek és kifejezési módok legitimálásaként értelmezhető, amely mintát nyújthat a néző számára, hogy bizonyos helyzetekben milyen érzései, érzelmei lehetnek / kellene hogy legyenek, és hogyan fejezze ki azokat (Gross, 2014). A befolyásolás pedig nemcsak kampányok idején, de általánosságban, és specifikusan válságok idején is hangsúlyosan jelen van (Bucy, 2011).

Az alapérzelmek kifejezésében és azonosításában mutatkozó hasonlóságok ellenére a kutatások eltéréseket is dokumentáltak (Druckman et al., 1986). Vegyük példának az álcázott mosoly esetét, ahol szándékosan próbálják meggyőzni a megfigyelőt a jókedvről, amikor az nincs jelen. Ekman és Friesen (1982) megkülönböztetik az érzett (valódi), a hamis és a keserves (boldogtalan, kibékítő típusú) mosolyokat, megjegyezve, hogy a mosolyok „rejtőzködő maszkokként” is működhetnek (uo. 240. o.), voltaképpen megtévesztő információkat közvetítve. Fontos kiemelni azt is, hogy egy politikai üzenet hiába tartalmaz egy adott érzelmi ajánlatot, ez önmagában még nem jelenti azt, hogy minden néző megtapasztalja az adott érzelmet. Ez pedig megvilágít egy további nehézséget: a jelentések sokféleségét. Müller és Kappas (2011) a látványvilág és az érzelmek jelentését illetően legalább kétféle jelentést különböztet meg: az előállító által tervezett (szándékolt) jelentések azok, amelyek tükrözik a vizuális előállítók szándékát, ideértve azokat is, akik vizuálisan kommunikálják érzelmeiket, míg az érzékelő által tulajdonított (hozzárendelt) jelentések a címzettek oldalán keletkeznek. Ezek a gyakorlatban gyakran nem egyeznek meg, hiszen ahogy arra már Darwin (1872) is rámutatott, az érzelmek hatékony kommunikációjának nemcsak bizonyos univerzális kifejezések kifejlesztését, hanem azok felismerésének képességét is magában kell foglalnia. Azaz, a szándékolt jelentések sokszínű hozzárendelt jelentéssel bírhatnak a befogadói oldalon.

Jelen tanulmány azonban nem vizsgálja a hozzárendelt jelentéseket, csak az előállító oldalán megjelenő érzelmi ajánlatokra fókuszál. Az érzelmek őszinteségével kapcsolatban sem folytatunk kutatást, a politikusok által a képeken kifejezett érzelmeket a közönség számára felkínált érzelmi ajánlatokként értelmezzük. Utóbbi során a társadalomszemiotika (Kress – van Leeuwen, 2006) azon kiindulási pontjára építünk, miszerint a jelkészítő, vagyis esetünkben a politikus, adott

erőforrások közül saját szándékainak megfelelően választja ki az alkalmazott eszközöket. Így tehát a kifejezett érzelmi ajánlatok lehetséges jelentéseit igyekszünk feltárni.

A nonverbális kommunikáció azonban nem az egyetlen vizuális kommunikációs eszköz, amely képes az érzelmek kifejezésére. Brader (2006) szerint például a fekete-fehér hirdetések tízszer nagyobb valószínűséggel tartalmaznak félelmet vagy haragot, mint büszkeséget vagy lelkesedést, míg az élénk színek egybeesnek a pozitív érzelmekkel. Ugyanakkor azt is érdemes kiemelni, hogy a színek és érzelmek összekapcsolása szubjektív élmények, környezeti hatások, kulturális és történelmi háttér által meghatározott (Terwogt – Hoeksma, 1995).

Ikonikus és társadalmi szimbólumok szintén érzelmi ajánlatokat hordoznak (Lucaites, 1997), a nemzeti zászló szimbóluma például patrióta érzelmeket erősíthet (Schill, 2012). A politikus, aki egyszerűen csak egy olyan szobában látható, ahol a háttérben a nemzeti lobogó található, a nemzeti és a csoportdominancia attitűdöket aktiválja (Kemmelmeier – Winter, 2008), míg az EU-zászló kampányanyagokon való ábrázolása egyértelműen pro-európai érzéseket mutathat minden egyéb ismeret nélkül (Dumitrescu – Popa, 2016). A zászlón túl hasonló érzelmekifejezéshez kapcsolhatók bizonyos nemzetileg fontos helyek, szobrok és események vizuális ábrázolása. A katonai és fegyveres erők politikusokkal ábrázolása a politikai vezetőhöz kapcsolható erő és nemzeti elkötelezettség érzéseit fejezhetik ki (Schill, 2012), de az aggodalom és alárendelődés érzelmi ajánlataként is értelmezhetők.

A továbbiakban a tanulmány a fentiekre támaszkodva a TenHouten (2007) által primer és szekunder érzelmeként azonosított érzelmekre és érzelmi ajánlatokra fókuszál: ezek az elfogadás, undor, öröm, szomorúság, harag, félelem, jövőbe tekintés, meglepődés, valamint az alárendelődés, büszkeség, morbiditás, szégyen, csalódottság, felháborodás, lenézés, büntudat, örömteli jövőbe tekintés és borúlátó jövőbe tekintés. Mivel azonban több primer és szekunder érzelem sem rendelkezik általánosan elismert arckifejezéssel (TenHouten, 2007), így ezen érzelmi ajánlatok egy része jelenik csak meg az elemzésben.

## Módszer

A vizuális társadalomszemiotika magában foglalja az alkalmazott képi szemiotikai erőforrások azonosítását és azok értelmezésének lehetőségeit az adott társadalmi környezetben (Jewitt – Oyama, 2004). A módszer lényege, hogy minden kommunikációs cselekvést és eszközt szemiotikai erőforrásként tekintünk, függetlenül attól, hogy azokat a hangszálakkal, az arcizmokkal, tollal és papírral vagy anyagokkal és ollóval állították elő (van Leeuwen, 2004). Ilyen értelemben tehát szemiotikai erőforrásként értelmezhetők elmondott beszédek, az előadás módja, a mimika és a gesztusok, a leírt szövegek, de a ruhák és terek egyaránt. Az erőforrások lehetséges

jelentésekkel bírnak, amelyek az adott társadalmi környezetben értelmezendők. Például a mára általánossá váló politikai divat szerint a farmernadrágot viselő politikus képe húsz évvel ezelőtt aligha lett volna megengedett, de ennél távolabb lépve az orrot és száját eltakaró maszk viselése is eltérő jelentésekkel bír egy vírushelyzetben, mint az azt megelőző időkben. Vagyis a módszer lehetőséget teremt a kommunikációs eszközök széles spektrumának azonosítására és értelmezésére. Ehhez pedig olyan vizuális eszközöket vizsgál meg, mint a képek kompozíciója, keretei és egyéb alkalmazott erőforrásai.

Kress és van Leeuwen (2006) nyomán azokat a képeket, ahol a képen látható szereplő kinéz a képből, vagyis a nézőre tekint, ezzel kapcsolatot teremt a kép nézőjével, „követelő” képeknek tekintjük, hiszen a szereplő kér, követel valamit a nézőtől. Az arckifejezések és gesztusok segítenek értelmezni, hogy mit is kér a nézőtől az ábrázolt személy – tiszteletet a nézőre való letekintéssel, együttérzést vagy megbocsátást a nézőre való felfelé irányuló tekintettel, vagy valamilyen cselekvést a néző szemébe mélyen, egyenesen nézéssel, esetleg mutatóujjal a nézőre mutatással. Amennyiben a kép szereplője nem tekint a nézőre, nem teremt meg ezt a fajta kapcsolatot, úgy a képet „ajánlatként” értelmezhetjük, amelyben személytelenebb módon a szereplő felkínálja magát a nézés tárgyának, vagy információt kínál a nézőnek. A továbbiakban előbbi kategória képeit explicit, míg utóbbi kategória képeit implicit érzelmi ajánlatokként értelmezzük. A módszer lehetővé teszi, hogy a kifejezett érzelmeket érzelemszabályozási ajánlatokként azonosítsuk: a képen alkalmazott erőforrások, így az arckifejezések, gesztusok, kompozíciók a képkészítő arra irányuló szándékát mutatják meg, hogy milyen érzelmeket kínál fel a néző számára. A társadalomszemiotika módszerét kiegészítjük Masters és munkatársainak (1986) megállapításaival.

Kísérleti kutatások ugyanis azt mutatják, hogy a *boldogság / megnyugvás*, *harag / fenyegettség* és a *félelem/kitérés* arckifejezései képesek befolyásolni politikailag releváns attitűdöket, érzelmeket és benyomásokat (Masters et al., 1986). A nonverbális megjelenések leírásához olyan jeleket emelnek ki, mint a mozgás könnyedsége, a fej megdöntése, a szem fókuszálása, vagy a szemkontaktus megszüntetése, behúzott vagy megemelt szájzugok, a fogak láthatósága (mosoly), látható szarkalábak a szem sarkában. A *boldog / megnyugvó* kifejezésekben például a szemöldök nagy valószínűséggel megemelkedik, a test mozgása sima, és a fej megdől. A *harag / fenyegettség* jelei ezzel szemben a leeresztett szemöldök, nagyra nyitott szemhéj, meredt tekintet, leeresztett szájzugok, a fogak nem láthatók, vagy esetleg csak az alsó fogak, a hirtelen mozdulatok és a fej merev tartása. A *félelem / kitérés* jelei az elforduló szemek, a fej elfordítása, alacsonyabb fejtartás, leeresztett és barázdált szemöldök és a hirtelen mozgásminták. Ez a három gesztus „feltétel nélküli ingerként” működik (lásd Ekman – Oster, 1979; Orr – Lanzetta, 1980).

**1. táblázat.** Érzelmek azonosítása képi anyagokon. Forrás: Masters et al., 1986. (a szerző összefoglalása)

	<b>Félelem / Kitérés</b>	<b>Harag / Fenyegetettség</b>	<b>Boldogság / Megnyugvás</b>
<b>Szemhéj</b>	Tágra nyílt	Felső felemelt / Alsó megfeszített	Széles, normál vagy kicsit zárt
<b>Szemöldök</b>	Leengedett	Leengedett és ráncolt	Megemelt
<b>Szemorientáció</b>	Bámuló, meredt	Elfordított	Fókuszált majd elvágott
<b>Szájsarok</b>	Előre vagy leeresztett	Visszahúzott vagy normál	Visszahúzott vagy megemelt
<b>Fogak mutatása</b>	Alsó vagy egyik sem	Változó	Felső vagy mindegyik
<b>Fejmozgás</b>			
<b>Oldalirányú</b>	Nincs	Egyik oldalról a másikra	Egyik oldalról a másikra
<b>Függőleges</b>	Nincs	Lefelé	Fel-le
<b>Fejorientáció</b>			
<b>Testhez nézve</b>	A törzshöz közelít	Függőlegesen elfordított	Normál (nem elfordított)
<b>Szög (függőleges)</b>	Lefelé	Lefelé	Fel

A politikusok által felkínált érzelmi ajánlatok lehető legpontosabb értelmezése érdekében Bucy (2011) részletes értelmezéseire is támaszkodunk.

A *félelem / kitérés* jellemző jelei a barázdált szemöldök, kitérő tekintet, lehajtott fej, hirtelen mozdulatok és időnként oldalirányú fejmozdítás. Jellegzetes lehet még a szemhéj megemelkedése vagy a szemöldök ráncolása, és a homlok közepén is ráncok alakulhatnak ki az aggodalom jeleként, az ajkak pedig vízszintesen megnyúlhatnak, és az áll leeresztkedhet. A kitérő kifejezés a konfrontáció elkerülésének szándékára utal, az alárendeltséget, az elkerülést és az alsóbbrendű státuszt jelzi. Azok a politikusok, akik nehéz kérdések megválaszolására kényszerülnek, és akik rosszul szerepelnek a közvélemény-kutatásokban, vagy akik ellentmondásos állítások igazolására kényszerülnek, gyakran mutathatják a *félelem / kitérés* jeleit. Ugyanakkor a félelem és a kitérés jelei olyan érzelemszabályozási ajánlatokként is értelmezhetők, amelyeket a járványhoz kapcsolódó kellemetlen helyzetekben fejeznek ki a politikusok, így például a járvány áldozataival kapcsolatos kommunikációban.

A *harag / fenyegetettség* kifejeződésében az arc vonalainak merevebb mintázatai, bámuló szemek, a fej függőleges iránya jellemző. Emelt felső és összehúzott alsó szemhéjak, lehúzott és összeráncolt szemöldök, látható alsó fogak, vagy egyáltalán nem látható fogak, süllyesztett szájszögökkel. Az ajkak szorosan összenyomódhatnak, vagy szorosan záródhatnak. A kifejezés összességében negatív vagy feszült tulajdonságokkal rendelkezik, és ellenséges kommunikációs

szándékkal párosul, agresszív viselkedéshez, társadalmi rivalizáláshoz és a dominanciahierarchiák kihívásaihoz kapcsolódik.

A *boldogság / megnyugvás* jelei a mosoly vagy a száj nyugodt helyzete, amely viszonylag könnyed. A szem lehet tágra nyílt, normál vagy csak kissé csukott. A felhúzott szemöldök és a látható felső, illetve felső és alsó fogak szintén jellemzők. A szemkontaktus lehet rövid, amelyet egy elvágás vagy tekintetváltás követ, hogy elkerülje a bámulást. Ezenkívül „szarkaláb” ráncok jelenhetnek meg a szem körül, a fej oldalra, hátra vagy bőlíntó helyzetbe hajolhat.

Ezen arckifejezéseket, gesztusokat és kompozíciókat végül összevetjük TenHouten (2007) klaszifikációjával, így azonosítjuk az érzelemszabályozási ajánlatokat.

## Eredmények

Az alábbiakban Orbán Viktor, Karácsony Gergely, Jakab Péter, Gyurcsány Ferenc, Fekete-Győr András, Kunhalmi Ágnes, Tóth Bertalan 2020. március 4. és 2020. december 31. között közzétett Facebook-képei kerülnek elemzésre.

### *Orbán Viktor*

Orbán Viktor fényképeit nagy valószínűséggel hivatalos fotós készíti, hiszen jó minőségű, megkomponált képek. A többségén Orbán Viktor látható, vagy egyedül, vagy más, legtöbbször férfi politikusokkal. Nőket nagyon ritkán ábrázolnak. A képaláírások jellemzően egysorosak, többségük magyarul és angolul is olvasható. Az összes kép saját tartalom, utánközlés, megosztás nem található. A legfontosabb erőforrások a magyar zászló, papírok, lépés, beszéd és munka közbeni ábrázolás. Ruhatárának alapja a fehér ing, amit általában zakóval egészít ki, nyakkendő csak a hivatalos eseményeken készült képeken látható. Az elemzett időszak képein maszkot elvértve hord a miniszterelnök.

Erőforrások és kifejezett érzelmek terén Orbán Viktor képei leggyakrabban a nemzeti érzésekhez társított magyar lobogót ábrázolják, illetve fontos még az olyan nemzetileg kiemelkedő jelentőségű terek és épületek ábrázolása, mint a budapesti Lánchíd, a Bazilika, a világörökség részét képező Duna-part és az Andrássy út. Ezek gyakran a fény játékaival is társulnak, például az esti sötétségben kivilágítva, vagy a felkelő nap fényében a remény érzését mutatva. A remény mellett a magyar zászló és egyéb nemzetileg fontos terek a nemzeti büszkeség érzelmi ajánlatát hordozzák. A büszkeség szekunder érzelem, ami a harag és az öröm érzelmeiből épül fel: harag feltehetően a járványhelyzettel kapcsolatban, és öröm abban, hogy a járvány felett győzedelmeskedünk, vagy legalább úton vagyunk a siker felé.

Az árnyékokkal, fényekkel és kontrasztokkal gyakran helyezik a középpontba a miniszterelnököt. Ezek a képek értelmezhetőek úgy, hogy Orbán Viktor a helyzet nehézségeiben is kiemelkedő szerepet tölt be. Ezt erősítik továbbá az ablak és ajtó szimbólumok is: gyakran visszatér a miniszterelnök íróasztala mögött látható ablak, amin egy piros, papírból kivágott szív látható, illetve egyéb ajtókból és ablakokból kifelé készített fotók. Ezen erőforrásokhoz szinte minden esetben pozitív érzelmek társíthatók – nem csak a piros szív mint a szeretet szimbóluma –, hiszen az ajtó és ablakok kifelé nyíló látványa a szabadságra emlékeztet, legfőképp egy karantén idején. Az ajtókból és ablakokból befelé készített képek, amelyek szintén gyakran visszatérnek, az előzőkkel ellentétes érzések közvetítői: a szobák és termek zárt világába engednek betekintést a nézőnek, aki ilyen értelemben egyfajta beavatottként leshet be a politika zárt világába. Orbán Viktor irodájának erkélye szintén fontos és gyakran látható vizuális erőforrás, ami a háttérben a Duna-parttal nemcsak a nemzeti szimbólumok sorát gyarapítja, de az irodák zárt tere helyett a szabad térrel, az égbolttal és a fák lombkoronájával az öröm érzelmi ajánlatát is mutatja.

Egy további vizuális ábrázolás a munkához, munkavégzéshez kapcsolódó feladatokhoz társul. A miniszterelnök a fényképek többségén íróasztal vagy tárgyalóasztal mögött, óriási papírkupacok között átható, amint épp aláír vagy olvas valamit. Amikor épp nem asztalnál, akkor legtöbbször lépés közben látható, ahogy halad valahova, miközben iratmappát vagy papírokat tart a kezében, sokszor épp ezeket olvassa. Ide kapcsolódnak azok a képek is, amikor videokonferenciákon vesz részt a miniszterelnök, jellemzően egy monitorral áll szemben, támaszkodik egy papírokkal teli asztalon, a háttérben pedig zászlók láthatók. A kemény és korai munkavégzést hivatottak bemutatni azok a képek is, ahol Orbán Viktor a még sötét hajnali órákban, néha már a felkelő nappal a háttérben száll ki egy fekete kisbuszból, és az Operatív Törzs valamelyik tagja az utcán üdvözlí őt. Gyakoriak még az üléseken készült fényképek is, ahol tárgyalóasztalnál papírok fölött ül a miniszterelnök, körülötte pedig az Operatív Törzs tagjai. A munkával kapcsolatos látványvilág az elfogadás és az örömteli jövőbe tekintés érzelmi ajánlatait hordozzák magukban: a járványhelyzet adta nehézségek elfogadása, amelyeken a könnyebb jövő reményében és cselekvéssel lehet átlendülni.

Ugyan más eszközzel, de szintén a munkát, az aktív vezetői szerepet és dominanciát mutatják be azok a képek, ahol Orbán Viktor nyitott szájjal, ráncolt homlokkal, épp beszéd közben, és/vagy lépés közben, haladva látható. Ez az ábrázolás tekinthető a leggyakoribbnak, a miniszterelnököt ritkán ábrázolják mosolyogva, boldog, nyugodt állapotban, sokkal inkább a *harag/fenyegettség* jelei láthatók arckifejezésén. Nagyon ritka a képbe belenéző, a nézőtől valamit kérő vagy követelő kép, ehelyett olyanok láthatók, ahol a néző implicit érzelmi ajánlatokkal találkozhat, a képek által közvetített érzések és érzelmi ajánlatok rejtettebben jelennek meg. A vezetői szerepet hangsúlyozzák azok a képek is, ahol a tárgyalóasztalnál minden szem a miniszterelnökre szegeződik, miközben ő épp beszél. A dominancia ábrázolása pedig szintén a büszkeség érzelmi ajánlatával társul: a harag arckifejezéseihez párosul annak öröme, hogy a miniszterelnök a kemény munkával uralkodik a nehézségeken, így egyben a fentebb említett jövőbe tekintés ajánlatát is megkapja a néző.



Az alábbi képen az asztalon látható sok papír szimbolizálja az elvégzendő munka nagy mennyiségét, viszont a kép kompozíciója vezeti a néző tekintetét balról jobbra, vagyis a jövő irányába a lámpa fénye felé, ahol már vége a sok munkának. Vagyis a kép az örömteli jövőbe tekintés ajánlata. A két megjelenített alak ugyanazt a testtartást veszi fel, pozíciójuk együttműködésre, egymásra hangolódásra utal. A térben való elhelyezkedésük a nézői pozíció előtt van, vagyis a miniszterelnök és a pénzügyminiszter már előrébb járnak, többet tudnak, mint a néző.



1. kép. Forrás: Orbán Viktor Facebook-oldala, 2020. május 11.

Ugyan 2020 márciusa már sokaknak a kijárási korlátozásról szólt, Orbán Viktor ebben a hónapban három külföldi látogatást is megörökített, egyet Szerbiában, egyet Szlovéniában és egyet Moldáviában. Ezeken a képeken, csakúgy, mint az esetek többségében, a miniszterelnök nem visel maszkot. Az utazás valamilyen formában mindig visszaköszön, akár a fekete kisbuszból történő kiszállás, akár a reptereken repülőre fel vagy leszállás megörökítésével. Orbán Viktor tehát mozgásban van, nem áll meg, ami az aktivitás érzelmszabályozása: a bénító érzelmek cselekvéssel történő feloldásának ajánlata.



2. kép. Forrás: Orbán Viktor Facebook-oldala, 2020. május 16.

Szajmaszk először májusban látható a fényképeken, de az nem a miniszterelnökön, hanem íróasztalán egy ajándékdobozban fekszik, magyar nemzeti szimbólumokkal hímezve, kézzel írt dicsérőlevél kíséretében egy állampolgártól. Ebben a hónapban látható egy kép, ahol Orbán Viktor maszkot visel, majd szeptemberig ilyen képek nincsenek. A képek gyakran ábrázolnak valamilyen fizikai kontaktust is, legyen az szoros ölelés egy ismeretlen állampolgárral, kézfogás külföldi miniszterelnökökkel vagy „ökölpacsi”, „könyökpacsi” magyar miniszterekkel, rendőrökkel, az Operatív Törzs tagjaival.

A maszk hiányában a miniszterelnök arckifejezései jól láthatók. A félelem és kitérés jellegzetes vonásai Orbán Viktor esetében semennyire sem jellemzőek, visszatérőek a harag és fenyegetettség vonásai: ráncolt szemöldök és homlok, merev vonások, tágra nyitott szemek, megemelt felső, megfeszített alsó szemhéj, a fogak jellemzően láthatók, az ajkak szorosan záródnak, a dominancia jelei továbbá kiegészülnek széles kartámaszokkal, előre döntött felsőtesttel. Ezek a jelek többnyire a munkához kapcsolódó képeken láthatók, amikor a miniszterelnök tárgyal vagy bejelentésre készül. A boldogság és megnyugvás jelei azokon a képeken jellemzőek, ahol Orbán Viktor magánéletéhez kapcsolódó jeleneteket láthat a néző, így például az unokáját ölelve széles mosollyal, vagy a Karmelita kolostor folyosóján egy üveg kovászos uborkával, megemelt szemöldökkel. Továbbá a beszéd közben, nyitott szájjal, magyarázó kéztartással való ábrázolás nagyon gyakori még. Ezek a képek a mestersi kategóriák alapján nem azonosítható érzelmeket fejeznek ki, legtöbbször a koncentráció és az ehhez kapcsolható feszültség vagy szenvedélyesség látható az arcon.

Visszatérő elem még a katonák és rendőrök ábrázolása, akik egyenruhájukkal és fegyvereikkel az erő és nemzeti elkötelezettség, büszkeség érzelmi ajánlataihoz kapcsolhatók, ugyanakkor értelmezhető az aggodalom érzelmi ajánlataiként is, hiszen a védekezéshez, a veszélyhelyezethez kapcsolódnak. Gyakori, hogy Orbán Viktor „ökölpacsival” üdvözlí a rendőröket és a katonákat a reptéren, de az Operatív Törzs tagjai közt is megjelennek, így a véderő képviselői egyértelműen a miniszterelnök szemiotikai erőforrásai közé tartoznak.

Meg kell említeni azokat a képeket is, amelyek a miniszterelnök magánemberi, nem politikusi oldalát hivatottak bemutatni: fényképek Orbán Viktor klasszikus, nyomógombos Nokia mobiltelefonjáról, egy üveg kovászos uborkáról, unokákról, traktorozásról, újságot olvasásról, vagy a műanyag dobozba helyezett spenótról és tojásról mint a miniszterelnök elviteles ebédjéről. Ezek a képek az élet kisebb-nagyobb örömeit mutatják, de mind kapcsolódnak a munkához, segítségükkel a cselekvés és az örömteli jövőbe tekintés ajánlatainak összekapcsolódása figyelhető meg.

### **Karácsony Gergely**

Karácsony Gergely fényképeiről általánosságban elmondható, hogy minőségük, kompozíciójuk és technikai beállításuk nem közelítik meg a miniszterelnök vizuális világát. Legtöbbször valószínűleg nem előre megtervezett képeket láthat a néző, lényegében amatőr fotók sokaságát posztolja a főpolgármester. Meg kell jegyezni azonban a szakirodalom (Baldwin-Philippi, 2018) által „amatőr előállítási stílusnak” nevezett jelenséget, amit akár szándékosan is alkalmazhatnak politikusok annak érdekében, hogy hétköznapiaságot és autenticitást sugalljanak. A képeken sokszor látható a főpolgármester, de gyakran tesz közzé olyan fotókat is, ahol más politikusok szerepelnek, akár vele, akár nélküle. Sok női politikus is megjelenik. Gyakran láthatók piktogramok infografikákkal, ezek többnyire tájékoztató képek, vagy a kormánnyal kapcsolatos kritikát fogalmazznak meg, illetve viszonylag gyakran jelennek meg állatok is. A posztok között sok a „repostsz”, vagyis más oldalak, így például a Budapest Városháza, a BKK, a CNN vagy akár Barabási-Albert László fényképes posztjainak megosztása. A bejegyzések összességében hosszú szöveggel jelennek meg, a képek sokkal inkább illusztrációk. A fényképeken jellemzően farmerben és kék ingben, sportcipőben látható a főpolgármester, amivel szintén eltér a hagyományos, hivatalos politikusi ábrázolástól.

A főpolgármester által leggyakrabban kifejezett érzelmek pozitívak, sem a *félelem / kitérés*, sem a *harag / fenyegetettség* jelei nem láthatók képein. A *boldogság / megnyugvást* jelentő mosoly, könnyed tartás és a mosolygó „szarkaláb” ráncok a szem körül nagyjából hasonló mértékben jelennek meg, mint a koncentráció, beszédpartnerére figyelő arckifejezések, illetve a beszéd pillanatának ábrázolása, kissé nyitott szájjal. A pozitív érzelmeket erősítik a szabadtéren készült fotók is, amelyeken ugyan sokszor visel maszkot a főpolgármester, a szemek körüli mosolygóráncokból mégis látható a mosoly. Negatív érzelmek a képekből kevésbé olvashatók ki.

A munka ábrázolása Karácsony Gergely esetében is gyakori, azonban ezt nem a papírok mennyiségével közvetített elfoglaltsággal társítja, sokkal inkább a tárgyalások és találkozók megörökítésével. A tárgyalóasztalnál ülve a főpolgármester előtt legtöbbször nincs egy papír sem, és ugyan a beszéd pillanatában sokszor látható, ugyanilyen arányban látható az is, amikor mások beszélnek, ő figyel. Ilyen formában pedig nemcsak a mások irányába mutatott figyelem jelenik meg a képeken, de az érzelmenedzseri feladatok megosztását is mutathatja. Az ábrázoláshoz társítható érzelmek a dominancia és a hierarchia hiányát mutatják, ezek helyett a nyugalom és elengedtség állapota mutatkozik.



3. kép. Forrás: Karácsony Gergely Facebook-oldala, 2020. június 10.

A munka ábrázolásának egy másik jellegzetessége az ügyek megjelenítése a hozzájuk tartozó felelősökkel: Hűsítő-szigetek a Blaha Lujza téren, Budaörsi úti gyalogátkelő Dorosz Dáviddal, buszok, Szentendrei út. Ezekon a képeken Karácsony Gergely nem minden esetben látható, a vizuális üzenetek nem a personalizációhoz kapcsolódnak, hanem a szakpolitikák bemutatásához. Láthatók még olyan, a munkához kapcsolódó fényképek is, ahol a főpolgármester beszédeket tart, így az LMP pártkongresszusán, a Tabáni szabadidőpark átadásakor, a Magyar Önkormányzatok Szövetségének ünnepi rendezvényén, az ARC kiállítás megnyitóján, a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár eseményén vagy a Transparency International eseményén. A képek érzelmi ajánlatai az öröm, az örömteli jövőbe tekintés, amelyek az érzelmenedzsmet megosztásával, néhol teljes átruházásával jelennek meg. Az érzelmenedzsmet megosztására utal, ahogy a főpolgármester tekintetével másokra, mások érzelmi ajánlataira irányítja a figyelmet.



4. kép. Forrás: Karácsony Gergely Facebook-oldala, 2020. július 23.

A zászlók szimbolikus üzenetei a főpolgármester esetében is megjelennek. Az EU-zászló gyakran visszatérő elem Karácsony Gergely képein, de látható Budapest zászlaja, amelyek a büszkeség érzelmi ajánlatát hordozzák. A nemzeti büszkeség helyett itt inkább a lokálpatriotizmus és az Európa-pártiság jelenik meg. Megjelenik a Babazászló is, ami a Három Királyfi, Három Királylány Mozgalom által kezdeményezett családbarát szimbólum, de kikerült a Városházára Ausztria zászlaja is fekete szalaggal a novemberi bécsi lövöldözéseket követően, ami a bánat, vagy legalábbis a bánatban való osztozás jele. Joe Biden és Kamala Harris győzelméről olyan képpel emlékezett meg Karácsony Gergely, melyen az amerikai zászló előtt ünnepelnek maszkban, tűzijátékkal a háttérben, ami az aggodalom és az öröm vegyes érzelmi ajánlatait közvetíti. A zászlók a főpolgármester esetében kevésbé a nemzeti érzelmek szimbólumaiként jelennek meg, sokkal inkább a tágabb összetartozás jelei akár az Európai Unióval, akár családokként, akár más országokkal. A helyi összetartozásként értelmezhető viszont a Budapest logó, ami számos fényképen visszaköszön.

### **Jakab Péter**

Jakab Péter jó minőségű, szerkesztett képeket közölt. A képeken a háttér és a képre írt szöveg színekompozíciója a nemzeti színeket mutatja, a kép alján pedig gyakran látható a Jobbik logója mellett Jakab Péter Instagram- és Facebook-oldalának elérhetősége. A nemzeti színek használata végig megjelenik, ami a nemzeti büszkeség érzelmeajánlata. A bejegyzések szövege hosszú, gyakran sok emotikonnal, mint például a piros x vagy a piros felkiáltójel. A képek itt nem

illusztrációkként jelennek meg, önmagukban is jelentéssel bírnak, üzeneteket közvetítenek. A megjelenített érzelmek közt sok negatív látható, amik leginkább kontrasztokkal jelennek meg, és Orbán Viktorral kapcsolatosak: a harag és a felháborodás érzelmi ajánlatai. Jakab Péter fényképei lényegében az érzelmi skála két végén mozognak: indulatok munkavégzés közben, öröm az emberek között és gyerekeivel. A képeken Jakab Péter mellett gyakran jelennek meg párttársai, az utca emberei és gyerekei. Nők ritkán.



5. kép. Forrás: Jakab Péter Facebook-oldala, 2020. június 16.

Jakab Péter megjelenése eltér a klasszikus politikusi megjelenéstől, ruhatárának alapja a farmer-nadrág és a bőrdzseki, ami alatt gyakran kék vagy fehér inget visel, de pólóingekben is sokszor látható. Ezek a ruhadarabok a korlátok feszegetéséről, a kialakult normák megszegéséről árulkodnak, ezáltal pedig a merészség, bátorság, szabadság érzeteihez társulnak, illetve a megszokottól eltérő öltözködés a magabiztosság kommunikációja is egyben, ami az önbizalom érzelmi példáját mutatja. A „rosszfiú” megjelenéshez pedig lényegében kétféle arckifejezés között válogat Jakab Péter. A barátságosság jelei széles, fogakat is láttató mosollyal, a szem körüli mosolygóráncok elhúzódásával, tágira nyitott és fókuszált szemekkel. A harag jelei ingerült, merev arckifejezésekkel és gesztikulációval, tágira nyílt, fókuszált szemekkel, összeráncolt szemöldökkel, többnyire a beszéd pillanatában ábrázolva. Ugyan az előbbi ábrázoláshoz társítható érzelmek inkább pozitívak, míg az utóbbi megjelenés negatívnak tűnhet, valójában mindkét esetben a bátorság,

energikusság, tettekre készség és szenvedélyesség jelenik meg, utóbbi ábrázolás esetében a feszültséggel kiegészülve. Összességében a Jakab Péter által felkínált érzelmek az örömteli jövőbe tekintés, a harag, utóbbi a jelenre és a jövőre egyaránt vonatkozó konfliktusokat feltételez, amiknek megharcolását vállalja a politikus. Mindent összevetve egy tettere kész és érzelmgazdag politikus képe sejlik fel a nézők előtt.

A vizuális eszközök tekintetében egyik leggyakoribb erőforrása a kontraszt: Orbán Viktorral helyezi élesen szembe magát, azaz a miniszterelnök negatív ábrázolásához önmaga pozitív ábrázolását társítja. A negatív érzelmeket mutatják a sötét, fakó színek, a gondterhelt arckifejezések és egyéb, előnytelen ábrázolások – mint például egy, a beszéd pillanatában, előnytelen gesztikulációval készített fotó vagy egy tárgyú, félresikerült mosoly –, míg a pozitív érzelmeket mutatják a határozott mosolyok, vagy akár a beszéd pillanatában rögzített, de előnyös, erőt sugárzó arckifejezéssel és gesztikulációval társított ábrázolások.



6. kép. Forrás: Jakab Péter Facebook-oldala, 2020. július 10.

Megjelennek a klasszikus politikusábrázolások is, portréfotók, amelyeken vagy karba tett kézzel, erőt sugározva, magabiztosan mosolyog, vagy a régről ismert, Uncle Sam mobilizáló kép mintájára a nézőre mutatva szélesen mosolyog Jakab Péter. Ezek a képek a plakát műfajába sorolhatók, logóval, rövid szöveges üzenetekkel, a kép nézőjére tekintve valamilyen aktivitást, többnyire

támogatást várnak a nézőtől, vagyis explicit érzelmi ajánlatokat hordoznak: az örömteli jövőbe tekintés érzelmét.

A munka ábrázolása minden politikusnál visszaköszön, így Jakab Péter esetében is. A politikai munka sokféleképp bemutatható. Jakab Péter általában kis irodákban, szűk körben tárgyal, ahol kevés papírlap látható előtte az asztalon, arca a figyelem, fókuszálás, koncentráció jeleit mutatja, ha épp nem a beszéd pillanatában ábrázolják. Láthatók még a parlamenti felszólalások, ahol ingerülten beszél, mutatóujjával mutat, vagy egy zsák krumplival a kezében, indulatos arccal beszél kormánypárti politikusokhoz a parlamentben, akik szintén ingerült arcot és testhelyzetet vesznek fel. A járvány időszakában a politikusi munka részét képezte Jakab Péternél a maszkosztás: maszkban és kesztyűben, buszmegállóban, piacon, gyereknek, idősnek, felnőttnek. A maszkviselés egyébként vissza-visszatér Jakab képein, nem visel maszkot minden képen az egész időszakban, de gyakran látható abban is. A maszk az aggodalom jele, az indulatok pedig a harag ajánlatai.

### **Gyurcsány Ferenc**

Gyurcsány Ferenc Facebook-képei a vizsgált időszakban a megtervezett stratégiai vizuális kommunikációt mutatják. A posztok között nagy arányban szerepelnek stockfotó jellegű képek, vagyis olyan, képügynökségek által előre elkészített képek, amelyek illusztrációként szolgálnak a legkülönfélébb témákhoz. Sok fényképen megjelennek a DK képi elemei, így a logó, a színek (kék, pink, sárga, fehér), illetve az „*Oszd meg, hogy mindenkibe eljusson!*” felirat, amik egyfajta egységes keretbe foglalják a képeket. Kisebb arányban maga a politikus is megjelenik a fényképeken, érzelmi ajánlatai visszafogottak, többnyire szolid mosollyal, ami higgadtságot, érdeklődést mutat. A képek nagyobb arányban szerkesztettek, mint amatőr jellegűek.

Gyakori vizuális elemek a Fidesz és Orbán Viktor negatív ábrázolásai, aminek eszközei a fakó, sötét, esetleg fekete-fehér árnyalatok, az előnytelen képek ráncolt homlokkal és emelt szemöldökkel, gúnyos arccal és egy rozsdás narancssárgás képkerettel. Kontrasztok nem jelennek meg Gyurcsány Ferenc és Orbán Viktor között, a negatív képek önmagukban képviselik a negatív érzelmi ajánlatokat: cinikusság, gondterheltség, feszültség. Ezek jellemzik Orbán Viktor arckifejezéseit Gyurcsány Ferenc posztjaiban, illetve látható még Szijjártó Péter és Szájer József is, hasonlóan negatív ábrázolásokkal.

A stockfotó jellegű képeken szakpolitikák és az azokkal kapcsolatos problémák jelennek meg. Egy kórházi folyosón ülő doktornő, a távolba meredő, fáradt tekintettel mutatja az egészségügyi dolgozók meggyötörtségét. A kép kompozíciója, az arckifejezés és a tekintet egyszerre mutatják az erőtlenséget és a borúlátó jövőbe tekintést. Egy fekete-fehér kép, amin íróasztal látható üres székekkel, az asztalon sztetoszkóp, és egy határidőnapló becsukva, a széken orvosi köpeny – a vizuális elemek a drámai ürességet, az egészségügy rémítő, aggasztó helyzetét mutatják, amelyekkel a kép érzelmi ajánlata a félelem. Hasonlóképp egy fekete-fehér kép, amin egy üres kórteremben



egy üres kórházi ágy látható. A kép elsődleges érzelmi ajánlatát a sötét színek és a kompozíció teremti meg, amelyben a néző alsó perspektívából, a sötét falak által zárt sarokba tekinthet, ahol az üres ágy látható. A jövőtlenség és bezáruló lehetőségek a félelem érzelmi ajánlatával társulnak, majd a képen olvasható szöveges üzenet („*Felelősök lesztek sok ember haláláért és nem lesz bocsánat!*”) a jövőidő használatával egy olyan borúlátó jövőbe tekintést enged, amelyben a szomorúság haraggal társul. Az egészségügyi dolgozók nehézségeit, szomorú helyzetét mutatja egy kép, amin a maszk alatt kisebesedett arccal, fájdalmas tekintettel, gumikesztyűben húzza le a maszkot egy orvos. Az egészségügyön túl megjelenik az oktatás is, ahol üres osztálytermek és pedagógusok mutatják a helyzet drámaiságát. Az ebbe a csoportba tartozó képek érzelmi ajánlati tehát a borúlátó jövőbe tekintés, a félelem, a harag és az erőtlenség köré csoportosulnak.



7. kép. Forrás: Gyurcsány Ferenc Facebook-oldala, 2020. április 15.

A képek között megjelenik néhány, a politikai munkát bemutató kép, így egy pódiumnál vagy a parlamenti patkóban történő felszólalás, ahol a beszéd pillanatában, erősen gesztikulálva határozottságot sugall a fotó, illetve látható olyan fénykép is, ahol egy tárgyalóasztalnál maszkban ül a volt miniszterelnök, de a képen inkább együttműködő, mint vezető szerepet tölt be. A fotók többségén azonban hétköznapi emberként látható Gyurcsány Ferenc, például kanapén, térdre tett lábbal, sportcipőben, pulóverben, halvány mosollyal, vagy csíkos pólóban a konyhában, spárgát forgatva egy serpenyőben, esetleg hasonló ruhában a Momentum standjánál, majd fiatalokkal lánegoszva a Balatonon. Az arckifejezések a *boldogságot/megnyugvást* mutatják, a könnyedség, vidámság, nyitottság és együttműködés jelei láthatók ezeken a képeken, amelyek nem

kapcsolódnak a járványhoz, ami azt is mutatja, hogy a vizsgált időszakot ugyan a COVID-19 határozta meg, mégsem csak ezzel kapcsolatos politikai kommunikáció jelenik meg.

### Fekete-Győr András

Fekete-Győr András fényképeinek többsége nem kimagaslóan jó minőségű fotó, de az amatőr stílusban készült képek nem is rossz minőségűek, és a profi fotós kompozíciótól ugyan elmaradó, de összességében átgondoltan megkomponáltak, amelyeken a pártvezetőn kívül sok női politikus, más párttársak, politikusok, fiatalok és állampolgárok egyaránt láthatók. Bár láthatók olyan képek, ahol egyedül Fekete-Győr András látható, a pártvezető kevésbé követi a perszonalizációs trendet, mint az elemzésbe bevont többi politikus. A fényképek vegyes érzelmi ajánlatokat fogalmazznak meg: a Fidesszel és Orbán Viktorral kapcsolatos képek haragot és felháborodást mutatnak, míg a Momentum vezetője néhol komoly céltudatossággal, néhol könnyed, barátságos mosollyal jeleníti meg az öröm és az örömteli jövőbe tekintés érzelmeit.

Gyakran visszatérnek azok a képek, amelyek a Fidesz és Orbán Viktor kritikáját fogalmazzák meg. Fekete-narancssárga filter, fekete-fehér filter, vagy olyan sötét kép, hogy alig látszanak a szereplők – ezek azok a vizuális eszközök, amelyek a harag érzelmi ajánlatait hordozzák. Ezekhez társul a gúnyos, előnytelen ábrázolás, vagy az érdektelenséget mutató, lefelé görbülő száj, megemelt szemöldök és rancos homlok, ezek mind a *harag/fenyeggettség* jelei, amik a miniszterelnök, Rogán Antal, Mészáros Lőrinc vagy Tiborcz István ábrázolásához társulnak.



8. kép. Forrás: Fekete-Győr András Facebook-oldala, 2020. március 7.

Fekete-Győr András érzelmi ajánlatai a kép nézőinek az elszántság és a pozitív jövőbe tekintés köré csoportosíthatók. A munkavégzéshez kapcsolódó képeken, mint például az eseményeken való felszólaláskor vagy aláírásgyűjtéskor a párt vezetőjét leggyakrabban komoly arccal, erős gesztikulációval ábrázolják, ami a határozottságot és tettekkészséget mutatja. Nagy számban vannak olyan képek is, ahol Fekete-Győr András széles, fogakat is láttató mosollyal látható. Ezek a fényképek többnyire párttársakkal készült csoportképek, ahol őszinte, barátságos, bajtársias boldogság mutatkozik meg.



9. kép. Forrás: Fekete-Győr András Facebook-oldala, 2020. június 6.

## Kunhalmi Ágnes

Kunhalmi Ágnes képei a vizsgált mintával összevetve a pozitív energiák és a jókedv megtestesítői. A leggyakoribb képtípus a szelfi, az MSZP női vezetőjének majdnem minden képe egy önmagáról készített fotó. Ebből adódóan az is elmondható, hogy a fényképek minősége, beállítási és kompozíciója sem közelíti meg egy profi fotós által készített képek jellemzőit, ennek ellenére (vagy épp az amatőr stílusnak köszönhetően) a képek hangulata messzemenően pozitív, és egyértelműen mutatják az érzelmenedzsert. A képek többségén ugyan egyedül Kunhalmi Ágnes látható, azonban számos olyan fényképet is megoszt, ahol párttársaival vagy más ellenzéki politikusokkal szerepel látható. Emellett „reposztok”, vagyis más oldalak posztjainak megosztásai is előfordulnak néha.

A mastersi arckifejezések közül a boldogság és megnyugvás kategóriájának jelei láthatók Kunhalmi Ágnes szinte összes fényképén: széles mosoly, látható alsó és felső fogak, tágra nyílt szemek, halvány

mosolygóránckok, felhúzott szemöldök, szemkontaktus a kép nézőjével. A lelkes, energikus mosolyok a boldogság és pozitív hangulat közvetítői.



**10. kép.** Forrás: Kunhalmi Ágnes Facebook-oldala, 2020. június 25.

A politikai munkát bemutató szelfik egy része utazás közben, autóban, más politikusok társaságában készülnek, továbbá láthatók még rendezvényeken készült fényképek Karácsony Gergellyel, Szabó Tímeával és más PM-esekkel, Tóth Bertalannal és más MSZP-s politikusokkal. Található még fénykép a parlamenti patkóban a nők másodrendűségét szimbolizáló 2-es kitűzöt viselő Kunhalmi Ágnesről, ahol arckifejezése kiábrándultságot mutatja, illetve ilyen negatív érzelmek láthatók arcán akkor is, amikor más női képviselőkkel együtt Kövér Lászlótól származó idézeteket megjelenítő transzparenszek tartanak fel a parlamentben. Koncentráció és fókuszált figyelem jelenik meg a fogadóórán készült képeken, ahol egyszer maszkban, egyszer anélkül látható Kunhalmi Ágnes. A pozitív érzelmek visszatérnek azonban más politikai munkavégzések közben, például aláírásgyűjtés, kézfogás és az utca embereivel beszélgetés közben, vagy az épülő új gyermekorvosi rendelő bejárásakor, vagy maszkok osztásakor az utca embereinek, ahol a jól ismert széles mosoly vagy annak maszkkal félig eltakart, a mosolygó szemet láttató variációja látható. Az időszak fényképei között található még „munkaszelfi” is, ahol hosszú tárgyalóasztalnál, maszkban, megbeszélés közben készít fotót Kunhalmi Ágnes.

A maszk gyakran visszatérő erőforrás, szinte az egész vizsgált időszakban látható valamilyen formában: vagy az arcot eltakaró, szabályos viseléssel, vagy a szelfi készítés idejére félig félrehúzott pozícióban. A maszk által képviselt aggodalom érzelmi ajánlata tehát megjelenik, de nem válik meghatározóvá a képeken.

Kritikai tartalmak ugyan sokkal kisebb arányban, mint bármely más vizsgált politikus esetében, de itt is megjelennek, többnyire egyszerűbb üzenetekkel: egy átragasztott Fidesz plakát, ami az emberek védelmére történő költésre szólít fel a plakátokra költés helyett, vagy az MSZP „diktatúrafigyelője”, ami Orbán Viktor negatív ábrázolásával társul, lefelé görbülő szájjal, ráncolt homlokkal egy mérőóra mellett, narancs-fekete filterrel.

Minden más képnél gyakoribb képi erőforrás Kunhalmi Ágnes kutyája. A fényképek nagy arányban mutatják be a kutya életét. A kutya mellett sokszor láthatók sütemények, torták és egyéb édességek is a képeken. Az érzelmek nyelvére lefordítva Kunhalmi Ágnes kutyája és az édességek a nem arckifejezések által közvetített érzelmek megtestesítői. Az elégedettség és a pozitív jövőbe tekintés érzelmi ajánlataival a járvány idején megélt nehézségeket ellensúlyozó kellemes érzések közvetítése történik.



11. kép. Forrás: Kunhalmi Ágnes Facebook-oldala, 2020. május 24.

### **Tóth Bertalan**

Tóth Bertalan vizuális anyagai nem túl jó minőségű, nem beállított vagy megkomponált képek, amelyeken az amatőr stílus Kunhalmi Ágnessel és Karácsony Gergellyel ellentétben nem eredményez pozitív érzelmi ajánlatokat. Sok stockfotó jellegű képet oszt meg Tóth Bertalan, amelyek szakpolitikákat és azok hibáit, vagy az MSZP megoldási javaslatait illusztrálják, illetve nagyon

nagy arányban jelennek meg olyan dokumentumfotók, amelyek csak szöveget tartalmaznak. Utóbbiak lényegesen csökkentik a vizuális érzelmi ajánlatok mértékét. Emellett többször láthatók megosztások az MSZP oldaláról, és néhány képen Tóth Bertalan is szerepel, esetenként más politikusokkal közösen.

A stockfotó jellegű képeken láthatók házat szigetelő munkások, majd munkások egy építkezésen, gázóra, majd gázórára mutató kéz, papírra író ceruza, műtőruhás alakok, sztetoszkópos fáradt orvos, orvos, aki maszkot köt, közlekedési eszközön kapaszkodókat fertőtlenítő ember, mosolygó boldog gyerekek, majd egy gyerek a laptopkijelzőn egy tanárra figyel, kézfogás, ház, radiátort fogó időős nő. A felsorolásból is kiolvasható, hogy ezek a képek különböző szakpolitikákat illusztrálnak, azonban önmagukban nem közvetítik a kívánt üzeneteket, vagyis a vizuális erőforrások nem bírnak konkrétabb jelentésekkel önmaguknál, ebből adódóan vizuális érzelmi ajánlatok sem azonosíthatók ezeken a képeken.



## VÉDJÜK MEG AZ EMBEREKET!



A kormány vezesse be a lakosság részére a veszélyhelyzeti közmű-árakat:

LAKOSSÁGI GÁZ: -32%  
TÁVHŐ ÉS ÁRAM: -10%

MSZP



#maradjotthon

#vigyazzunk egymásra

12. kép. Forrás: Tóth Bertalan Facebook-oldala, 2020. március 20.

Hasonlóképp a határozati javaslatokról készült képernyőfotók, amelyek ugyan megjelenítik a politikai munkát, és szöveges információt közvetítenek, vizuális érzelmeket kevésbé lehet azonosítani rajtuk, ellenben nagy arányban jelennek meg Tóth Bertalan képei között. A politikai munkavégzést bemutató képek továbbá a felszólalásokat ábrázolják, ahol komoly arccal, erősen gesztikulálva beszél Tóth Bertalan, máskor mutatóujjal mutat tágra nyílt szájjal, ingerülten beszél. Visszatérő képek az ATV Egyenes beszéd című műsorában épp beszélő Tóth Bertalant ábrázoló fényképek, ahol szintén nyitott szájjal, erős gesztikulációval látható.



13. kép. Forrás: Tóth Bertalan Facebook-oldala, 2020. november 9.

A határozottság, indulatosság érzelmei fejeződnek itt ki, néhol pozitív, néhol inkább negatív érzésekkel társulva. A vizsgált időszakban sok politikus körében gyakoriak azok a képek, amelyek a maszkosztásokat mutatják be az utca embereinek, Tóth Bertalan azonban bevásárolni ment idős és rászoruló embereknek. Az ezt bemutató képeken maszkban és kesztyűben vásárol boltokban, vagy postára megy, majd házakhoz viszi a bevásárolt termékeket. Érzelmeket kifejező arckifejezések vagy szimbólumok ezeken a fotókon nem láthatók. Viszonylag gyakran szereplő szimbólumok a magyar és az EU-zászló, valamint az MSZP zászlaja, amelyek az összetartozás különböző köreit mutatják: az ország, Európa és a párton belüli összetartozást, illetve a nemzeti, európai és baloldali büszkeséget.

## Összegzés

A magyar pártok vezetőinek vizuális kommunikációja széles skálán mozgott az érzelmajánlatok terén a 2020-as COVID-19-járvány idején. A vizuális expresszivitás központi elemei politikusonként eltértek, azonban az elmondható, hogy nem jött létre egy konkrétan a járványhoz kapcsolódó specifikus látványvilág a magyar politikai kommunikációban, a vizsgált időszak képei meghatározó részben nem a vírusra fókuszálnak. Ennek ellenére vannak vizuális érzelmszabályozási ajánlatok a járványt és annak következményeit tárgyaló Facebook-posztokban, azonban nem mindegyik kapcsolódik a vírushoz.

Orbán Viktor vizuális érzelmi ajánlatai a koronavírus időszakában a nemzeti érzésekhez köthető pozitív érzelmek, az erős vezetéshez, munkavégzéshez kapcsolható szenvedélyesség, fáradhatatlanság, és a kiemelkedő vezetőhöz társított központosított figyelem és a személyes, politikától távolabbi, hétköznapi emberi érzések, mint a büszkeség. A miniszterelnök jellemző érzelmi ajánlatai a nemzeti büszkeség, az elfogadás és az örömteli jövőbe tekintés. Az aggodalom bénító hatásait pedig cselekvéssel kívánja ellensúlyozni.

Karácsony Gergely vizuális érzelmi ajánlatai a járvány idején inkább kellemesek, gyakoriak a mosolyok. A munkához kapcsolható képeket a könnyedség és a nyugalom jellemzi leginkább, más szereplők előtérbe helyezése az érzelmenedzseri felelősség megosztását, az érzelmi ajánlatok kollektív kialakításának vágyát mutatja. A dominancia és a hierarchia hiánya látható a képeken, ahol az öröm, az örömteli jövőbe tekintés a leggyakoribb érzelmi ajánlat. A büszkeség érzelmi ajánlata is megjelenik, de eltérően a miniszterelnök kommunikációjától, itt a büszkeség tárgya nem a nemzet, hanem a budapestiek és az európaiak közössége.

Jakab Péter vizuális érzelmi ajánlatai a járvány idején a két véglet között mozogtak: a pozitív érzések, mint a boldogság, energikusság és szenvedélyesség a politikai munkavégzés és a magánélet során is bemutatásra kerülnek, de olyan érzelmek is láthatók, mint a düh és harag, ezek kizárólag a miniszterelnökkel szembeni kritikák megfogalmazásakor láthatók.

Ellenben Gyurcsány Ferenc vizuális érzelmi ajánlatai a járvány idején alapvetően a higgadttság, visszafogottság és pozitív szemlélet. Mindezek mellett azonban a járvány okozta problémák láthatóvá tétele a fáradtság, kimerültség, üresség negatív érzelmeivel társulnak. A pesszimizmus, a félelem, a harag és az erőtlenség érzelmi ajánlatai mellett megjelenik a pozitív jövőbe tekintés is.

Fekete-Győr András képein mozgósító érzelmek a Fidesszel kapcsolatban jelennek csak meg: harag és felháborodás jellemzi azokat.

Kunhalmi Ágnes pedig kevésbé reflektál a koronavírus-járványra, sokkal inkább az élet egyéb vonatkozásaival kapcsolatban aktív.

Érdekes, de Tóth Bertalan tartózkodik a vizuális érzelmi ajánlatok megtételétől.

## Felhasznált irodalom

Baldwin-Philippi, Jessica (2019): The Technological Performance of Populism. *New Media & Society*, 21(2): 376–397. DOI: 10.1177/1461444818797591.



- Bene Márton – Farkas Xénia – Merkovity Norbert (2020): Válságcsörték – A koronavírus-válság kormányzati, ellenzéki és médiakommunikációja. In: András Körösenyi – Andrea Szabó – Balázs Böcskei (szerk.): *Virusba oltott politika: világjárvány és politikatudomány*. Budapest, Napvilág Kiadó. 151–68.
- Brader, Ted (2006): *Campaigning For Hearts and Minds: How Emotional Appeals in Political Ads Work*. Chicago, University of Chicago Press.
- Bucy, Erik P. (2011): Nonverbal communication, emotion, and political evaluation. In: Katrin Dovelung – Christian von Scheve – Elly A. Konijn (eds): *The Routledge Handbook of Emotions and Mass Media*. London, Routledge.
- CrowdTangle Team (2021): *CrowdTangle*. Facebook, Menlo Park, California, United States.
- Darwin, Charles (1872): *The Expression of the Emotions in Man and Animals*. 1st edition. London, John Murray.
- Druckman, Daniel – Rozelle, Richard M. – Baxter, James C. (1986): Nonverbal communication. In: Owen Hargie (ed.): *Handbook of Communication Skills*. London, Croom Helm, 59–94.
- Dumitrescu, Delia – Popa, Sebastian Adrian (2016): Showing Their True Colors? How EU Flag Display Affects Perceptions of Party Elites' European Attachment. *American Behavioral Scientist*, 60(4): 1698–1718. DOI: 10.1177/0002764216676248
- Ekman, Paul – Oster, Harriet (1979): Facial Expressions of Emotion. *Annual Review of Psychology*, 30(1): 527–554. DOI: 10.1146/annurev.ps.30.020179.002523
- Ekman, Paul (1989): The argument and evidence about universals in facial expressions of emotion. In: Hugh Wagner – Antony Manstead (eds): *Wiley handbook of psychophysiology. Handbook of social psychophysiology*. Hoboken, John Wiley & Sons, 143–164.
- Ekman, Paul – Freisen, Wallace V. – Ancoli, Sonia (1980): Facial signs of emotional experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(6): 1125–1134. DOI: 10.1037/h0077722
- Ekman, Paul – Friesen, Wallace V. (1982): Felt, false, and miserable smiles. *Journal of Nonverbal Behavior*, 6(4): 238–252. DOI: 10.1007/BF00987191
- Fridlund, Alan J. (1991): Sociality of solitary smiling: Potentiation by an implicit audience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(2): 229–240. DOI: 10.1037/0022-3514.60.2.229
- Jewitt, Carey – Oyama, Rumiko (2004): Visual Meaning: a Social Semiotic Approach. In: Theo van Leeuwen – Carey Jewitt (eds): *The Handbook of Visual Analysis*. London, SAGE Publications Ltd., 134–156. DOI: 10.4135/9780857020062.n7
- Kemmelmeier, Markus – Winter, David G. (2008): Sowing Patriotism, But Reaping Nationalism? Consequences of Exposure to the American Flag: Exposure to the American Flag. *Political Psychology*, 29(6): 859–879. DOI: 10.1111/j.1467-9221.2008.00670.x
- Kress, Günther – van Leeuwen, Theo (2006): *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London, Routledge.

- Lanzetta, John T. – Sullivan, Denis G. – Masters, Roger D. – McHugo, Gregory J. (1985): Emotional and Cognitive Responses to Televised Images of Political Leaders. In: Sidney Kraus – Richard M. Perloff (eds): *Mass Media and Political Thought*. Beverly Hills, California, SAGE Publications Ltd.
- Lucaites, John L. (1997): Visualizing “the people”: Individualism vs. collectivism in *Let Us Now Praise Famous Men*. *Quarterly Journal of Speech*, 83(3): 269–288. DOI: 10.1080/00335639709384186
- Masters, Roger – Sullivan, Denis – Lanzetta, John – Mchugo, Gregory – Englis, Basil G. (1986): The facial displays of leaders: Toward an ethology of human politics. *Journal of Social and Biological Systems*, 9(4): 319–343. DOI: 10.1016/S0140-1750(86)90190-9
- Müller, Marion G. – Kappas, Arvid (2011): Visual emotions – emotional visuals: Emotions, pathos formulae, and their relevance for communication research. In: Katrin Döveling – Christian von Scheve and Elly A. Konijn (eds): *The Routledge Handbook of Emotions and Mass Media*. London, Routledge.
- Orr, Scott P. – Lanzetta, John T. (1980): Facial expressions of emotion as conditioned stimuli for human autonomic responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38(2): 278–282. DOI: 10.1037/0022-3514.38.2.278
- Petty, Richard E. – Cacioppo, John T. (1979): Issue involvement can increase or decrease persuasion by enhancing message-relevant cognitive responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(10): 1915–1926. DOI: 10.1037/0022-3514.37.10.1915
- Ridout, Travis N. – Searles, Kathleen (2011): It’s My Campaign I’ll Cry if I Want to: How and When Campaigns Use Emotional Appeals: How and When Campaigns Use Emotional Appeals. *Political Psychology*, 32(3): 439–458. DOI: 10.1111/j.1467-9221.2010.00819.x
- Schill, Dan (2012): The Visual Image and the Political Image: A Review of Visual Communication Research in the Field of Political Communication. *Review of Communication*, 12(2): 118–142. DOI: 10.1080/15358593.2011.653504
- TenHouten, Warren D. (2007): *A General Theory of Emotions and Social Life*. London, Routledge.
- Terwogt, Mark Meerum – Hoeksma, Jan B. (1995): Colors and Emotions: Preferences and Combinations. *The Journal of General Psychology*, 122(1): 5–17. DOI: 10.1080/00221309.1995.9921217
- Todorov, Alexander – Anesu, Mandisodza N. – Amir, Goren – Crystal, C. Hall (2005): Inferences of Competence from Faces Predict Election Outcomes. *Science*, 308(5728): 1623–1626. DOI: 10.1126/science.1110589
- van Leeuwen, Theo (2004): *Introducing Social Semiotics: An Introductory Textbook*. 1st edition. London, Routledge.

Simon Gábor – Árvay Kata – Bajzát Tímea Borbála –  
K. Molnár Emese – Prótár Noémi – Szláwich Eszter

## Metaforikus kreativitás és érzelemszabályozás – Metaforamintázatok a közösségi médiában a járvány idején<sup>1</sup>

### Bevezetés

A koronavírus-világjárvány a mindennapi és a szakértői kommunikációra is hatással volt, új és/vagy újonnan tömegessé váló nyelvi jelenségekre irányítva a figyelmet. A nyelvtudományon belül a kognitív nyelvészet elsősorban a betegség és a járvány fogalmi feldolgozását (konceptualizálását) helyezte a kutatói figyelem előterébe. A pandémia elsődlegesen a háborúról való tudásunkkal összefüggésben jelent meg 2020 tavaszán a Twitter-bejegyzésekben (Wicke – Bolognesi, 2020)<sup>2</sup> és a világ vezető politikusainak megszólalásaiban is (Semino, 2020: 50). Emellett önálló kezdeményezésként kibontakozott a COVID-19-hez kapcsolódó, különböző nyelvekből származó metaforikus megnyilatkozások összegyűjtése: a #ReframeCovid honlapon a kezdeményezők ma is várják az oldalra látogatóktól saját tapasztalataikat.<sup>3</sup>

Meglehetősen sokat tudunk tehát már arról, milyen metaforák segítik (vagy éppen nehezítik) a koronavírus-járványról folytatott diskurzust. Ám egyelőre igen kevés ismeretünk van arról, hogy milyen nyelvi szerkezetek, pontosabban milyen szerkezeti mintázatok jellemezték a közbeszédet a járvány első és második hulláma idején. Tanulmányunk központi kérdései ezért a következők:

<sup>1</sup> A tanulmány elkészítését Simon Gábor esetében az NKFIH 129040 „A magyar nyelv igei konstrukciói. Használat-alapú konstrukciós nyelvtani kutatás” című pályázata támogatta. A kutatás továbbá az Innovációs és Technológiai Minisztérium Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal által kibocsátott ELTE TKP2020-IKA-06 sz. támogatói okirat alapján valósult meg.

<sup>2</sup> A HÁBORÚ fogalma már korábbi járványok során is elsődleges kerete volt az események feldolgozásának (a Zika-vírus kapcsán l. Ribeiro et al. 2018). Megjegyzendő, hogy a rákbetegségről szóló online diskurzusban is elsődlegesnek bizonyultak a harcias, erőszakos cselekvésekhez kapcsolódó metaforák, sőt, a rákban szenvedő betegekkel készített interjúkban is a második leggyakoribb ez a konceptualizáció, l. Hendricks et al. (2018: 268).

<sup>3</sup> <https://sites.google.com/view/reframecovid/home> (Letöltve: 2021. június 10.) Az immár harminc nyelvet képviselő adatbázist nyílt hozzáférésű korpuszként bocsátják a kutatók rendelkezésére.

(1) hány metaforikus kifejezést tartalmaznak a legnagyobb közösségi média felületéről származó, prominens politikai szereplőkhöz köthető bejegyzések; (2) milyen e metaforák szerkezeti és szemantikai kidolgozottsága; és (3) hogyan kapcsolódik a megfigyelt metaforikusság az érzelmi reakciók kiváltásához. Kutatásunkban a metaforikus nyelvhasználatot olyan közvetett érzelemszabályozási eszköznek tekintjük, amely a nyelvi szerkezetek újszerű felhasználásával kezdeményez emocionális állapotot a befogadókban.

A korábbi kutatásokkal szemben nem az áll tehát a figyelmünk középpontjában, hogyan mutatják be metaforikusan a koronavírus-járványt az elemzésbe bevont posztok, hiszen a vizsgált szövegek sok esetben nem is magát a pandémiát, sokkal inkább a járványkezelés módját és eseményeit tematizálják. Mérésünk elsősorban magukra a metaforikus nyelvi szerkezetekre, azok azonosítására és feltérképezésére fókuszált. Azt vizsgáltuk, hogy Orbán Viktor és Gyurcsány Ferenc 2020. március és december közötti Facebook-bejegyzéseiben milyen a metaforikus szerkezetek aránya, milyen mértékű a nyelvi kifejtettségük, mennyire jellemzi ezeket a kifejezéseket az idiomatikusság, végül pedig, hogy a metaforizáció megfigyelhető tendenciái összefüggésbe hozhatók-e a szövegek érzelmkifejező jellegével. A kutatás első fázisában a szóban forgó időszakból vételezett posztok manuális elemzése, metaforikus szerkezeteinek azonosítása és annotálása zajlott. Az így kapott eredményeket az egyes posztok érzelmkifejező jellegének kérdőíves felméréséből származó adatokkal vetettük össze.

A vizsgálat új eredményekkel gazdagítja az érzelemszabályozásról folyó diskurzust. Ha ugyanis pontos képet kapunk arról, mennyire kidolgozott nyelvileg a metaforikus jelentés kifejezése, akkor a vizsgált bejegyzések jellemezhetőek a konvencionalitás és a kreativitás szempontjából (természetesen kizárólag a metaforikus nyelvhasználat tekintetében). És mivel kreativitás és érzelmkifejezés között egyértelmű kapcsolatot tételez Lubart és Getz érzelemszabályozási modellje (Lubart – Getz, 1997; Getz – Lubart, 2000), ezért az is feltételezhető, hogy a részletesebb szerkezetű, nyelvileg kidolgozottabb metaforikus nyelvhasználat az érzelemszabályozás tényezője.

A korpuszelemzés révén kimutathatóvá váltak a két politikai szereplő metaforikus nyelvhasználatának bizonyos különbségei. Jelentős eltérésekről nem beszélhetünk, de több szempontból kirajzolódik a kétféle minta különbsége. A kérdőív révén pedig sikerült kapcsolatot találnunk a metaforikusság és az érzelemszabályozás között, jóllehet ez a kapcsolat sem mondható automatikusnak. Míg érzelmi reakciókat metaforikus szerkezetek hiányában (vagy azoktól függetlenül) is kiváltak a posztok, az erősen metaforikus bejegyzéseknél már szerepe lehet a metaforák nyelvi kidolgozottságának is.

A továbbiakban elsőként áttekintjük metafora, érzelem, kreativitás és értékelés összetett viszonyát. Ezt követően részletezzük a kutatás kérdéseit, valamint kutatói korpusz összeállítását,

illetve a vizsgálatba bevont további módszereket. Az eredmények ismertetése és megvitatása után a legfontosabb következtetések levonásával zárjuk tanulmányunkat.

## Metafora, érzelem, kreativitás – elméleti áttekintés

A vizsgálat részleteinek bemutatása előtt célszerű tisztázni a kutatás alapfogalmait és a köztük lévő kapcsolatokat. A metaforát tágabban a kognitív nyelvészetben kanonizálódott elmélet alapján (lásd Lakoff, 2006; Grady, 2007; Evans, 2019: 300–319; Tolcsvai Nagy, 2013: 208–217; Kövecses – Benczes, 2010: 79–94) a fogalmi gondolkodás jelenségeként értelmezzük: olyan struktúráként, amelyben egy fogalom (a forrástartomány) segíti egy másik fogalom (a céltartomány) feldolgozását. A fogalmi metafora tehát konceptuális tartományok közötti leképezésekkel kínál mintát arra, hogyan értsünk meg egy elvontabb jelenséget a konkrét, tapasztalati tudásunkra építve.<sup>4</sup> A metaforának tehát kognitív funkciója van, amennyiben a világ jelenségeinek megismeréséhez nyújt az emberi elme számára kulturálisan hagyományozódó asszociációs mintákat. Ezek a minták a testben létezés és a környezet fizikai megtapasztalásához kötik az absztrakt jelentések kialakítását, mint amilyen a hőérzet, a gravitáció vagy a térbeli észlelés tapasztalata, vagyis a hasonlóságon túl általánosabb mentális alapjai vannak fogalmaink metaforikus kapcsolatának.

Noha ebben a tanulmányban a metafora tágan értett, fogalmi szerveződésével nem foglalkozunk (erről lásd a kötetben Szabó Lilla és Farkas Xénia tanulmányát), fontos rögzíteni, hogy a kognitív nyelvészet megközelítésében a metafora nem a nyelv díszítőeszköze (miként a klasszikus retorikai-stilisztikai hagyomány állítja), hanem a gondolkodás alapvető, a mindennapi közlések jelentéseit is átható művelete. A fogalmi metaforák a nyelv metaforikus kifejezéseit teszik motíválttá: megalapozzák azok jelentését és összekapcsolásukat. A nyelv metaforikussága így egyrészt a következménye megismerésünk asszociatív jellegének. Másrészt viszont a nyelvi szerkezetek alakítják, formálják is az aktuális metaforikus jelentéseket. Vannak bejáratott, konvencionális nyelvi minták fogalmi metaforák aktiválásához (ilyenek például az irányjelentésű igeikötők a *felderül* és a *letört* kifejezésekben), de lehet egy metaforikus konceptualizációt kevésbé megszokott módon is kifejtetté tenni (*Nyüzöség a boldogság bennem* – írja József Attila egy versében).<sup>5</sup> A lexikális választások mellett (milyen szavak, kifejezések vesznek részt a fogalmi metafora nyelvi megjelenítésében) a szerkezeti összetettség (milyen terjedelmű a nyelvi metafora, hány összetevője van) is fontos szempontja a nyelvészeti elemzésnek. Vizsgálatunkban a metaforát nyelvi kifejezésként azonosítjuk, és a struktúrájára irányítjuk a figyelmet.

<sup>4</sup> Az előző szakaszban erre mutattunk példát a JÁRVÁNY és a HÁBORÚ fogalmak összekapcsolásával: a harcokról szerzett hétköznapi tudásunk közreműködik a pandémia mindennapi léptékben mérve feldolgozhatatlan jelenségének megértésében.

<sup>5</sup> A szövegrészlet forrása: <http://mek.oszk.hu/00700/00708/html/index.htm> (Utolsó elérés: 2021. augusztus 9.)

Az érzelmek metaforikus feldolgozása jól ismert tény a kognitív nyelvészetben: az átélt szubjektív emóciók kevésbé hozzáférhetőek mások számára, így metaforikus reprezentálásuk lehetővé teszi interszubjektív megjelenítésüket (Dancygier – Sweetser, 2014: 27). Kövecses és Benczes (2010: 138–140) hét fő érzelemmetaforát mutat be magyar nyelvű példákkal, ezzel az ÉRZELEM (az ÉLET után) a második legkiterjedtebben metaforizálódó céltartomány.<sup>6</sup> Fainsilber és Ortony mérései azt mutatják, hogy önéletrajzi szövegekben az intenzív érzelmek leírása nagyobb arányú metaforikussággal jár együtt (idézi Williams-Whitney et al., 1992: 498), egy későbbi vizsgálat pedig arra is rámutatott, hogy az ilyen szövegek szerzői több újszerű metaforát alkalmaztak, amikor a saját intenzív érzelmeiket írták le, szemben mások érzelmi állapotainak közvetítésével (lásd Williams-Whitney et al., 1992: 505).

Az tehát empirikusan is igazoltnak tűnik, hogy az érzelmekről gyakran metaforák segítségével beszélünk. Citron és Goldberg kutatása azonban még ennél is szorosabb kapcsolatot talált metaforikusság és érzelmek között: MRI-méréseik nem csupán a szenzomotoros és percepciós agykérgi területek aktivitásukat mutatták *ízérzékelésről* szóló metaforikus mondatok (pl. *Édes bókot kapott.*) esetében (támogatva ezzel az ún. embodiment tézist, lásd Rohrer, 2007), hanem az érzelmfeldolgozásért felelős neurális mintázatokat is (Citron – Goldberg, 2014). Olyan agyi területek váltak aktívvá a metaforikus mondatok megértése során, amelyek az erős érzelmi stimulusok feldolgozásáért felelősek, illetve amelyek érzelmi élmények előhívását teszik lehetővé (és az érzelmek konkrét megnevezésének tapasztalata mellett például zenehallgatáskor is aktiválódnak, lásd Citron – Goldberg, 2014: 2592). Mindebből arra következtethetünk, hogy a metaforikus nyelvhasználat jobban involválja érzelmileg a befogadót (még annak ellenére is, hogy a tesztalanyok a kísérletet megelőzően nem találták egyértelműen érzelmkifejezőnek a példanyagot), vagyis a metaforikus szerkezetek jobban előhívják és kezdeményezik az érzelmi bevonódást.<sup>7</sup>

Általánosságban tehát legalább négyféle módon kapcsolódhat egymáshoz a metaforikus nyelvhasználat és az érzelmek megélése (Getz – Lubart, 2000: 287–289).

1. A fogalmi metaforák megszervezik az érzelmekről kialakuló kognitív modelljeinket. Érzéseinkről metaforikusan beszélünk, metaforák révén dolgozzuk fel azokat: az örömet a fenti régiókhoz vagy a melegség tapasztalatához kötjük, míg a szomorúságot a sötétség és a hideg érzetéhez.

<sup>6</sup> Sőt, ha az egyes specifikus érzelmi állapotokkal, mint amilyen a BOLDGOSÁG vagy a DÜH, együtt kezeljük az ÉRZELEM címkéjét, a forrástartományok száma vetekszik az ÉLETÉVEL.

<sup>7</sup> A vizsgálat alapján az eredmények nem következnek pusztán az *ízérzékeléshez* kapcsolódó asszociációkból, ugyanakkor a neurális aktivitásból arra is lehet következtetni, hogy a konvencionális metaforikus kifejezések esetében az érzelmi válasz szerepe megnő a jelentés feldolgozásához viszonyítva (Citron – Goldberg, 2014: 2593). Ez utóbbi megállapítást a szerzők is inkább lehetőségként kezelik.

2. Az ilyen „érzelmi metaforák” segítségével az aktuális érzelmi állapotunkat is feldolgozzuk, ez pedig a viselkedésünkre, reakcióinkra is hat. Ez tükröződik a járványok metaforikus kezeztetésének jelentőségében: a negatív forrástartományok (harc, háború) negatív reakciókat váltanak ki a nyelvhasználókból.
3. Összetett, elsősorban nehezen feldolgozható érzelmi tapasztalatok új metaforák kialakításához vezethetnek, mert az újszerű vagy szokatlan metaforikus jelentés kialakítása egyúttal az érzelmek megélését és megértését is segíti. Ha például egy betegséget nem a megszokott forrástartománnyal konceptualizálunk (például versenytársnak tekintjük), ez mind a szóhasználatban, mind a nyelvi szerkezetek szintjén változásokhoz vezet, ami visszahat a betegség okozta helyzet feldolgozására is.
4. Végül, érzelmi tapasztalataink segíthetik a metaforák értelmezését, másként fogalmazva, nemcsak a metaforák keltenek közvetlenül vagy közvetve érzelmeket, hanem az érzelmek is közreműködnek a metaforikus jelentés kialakításában. Citron és Goldberg eredményei támogatják a metaforikus érzelemszabályozás ezen aspektusát.

Jól látható, hogy metafora és érzelem kapcsolata a közvetlenség és a közvetettség skáláján alakul: a direkt metaforikus érzelmerkifejezés mellett a metaforikus kifejezés emóciók áttételes kiváltója is lehet, s mindez részben neurálisan, részben kulturálisan beágyazott. A jelen vizsgálat elsősorban a harmadik és a negyedik tézisre épül, vagyis élethelyzetek metaforikus megjelenítésének érzelmi hatására, valamint metaforák érzelmeket kiváltó működésmódjára.

Ennek feltárásához Lubert és Getz érzelmirezonancia-modellje kínál elméleti perspektívát (lásd Lubart – Getz, 1997; Getz – Lubart, 2000) amely a harmadik kulcsfogalmat, a kreativitást vonja be a kutatás elméleti megalapozásába. A modell legfőbb állítása, hogy a kreatív metaforikusság emocionális alapokra épül: az egyes fogalmakhoz szubjektív és összetett érzelmi állapotok (érzelmi tónusok vagy *endoceptusok*) kapcsolódnak, amelyek a fogalom megtapasztalásában gyökereznek. Így a fogalmak aktiválása olyan érzelmi rezonanciát indít be a memóriában, amely további állapotokat aktivál. Vagyis amikor fogalmakat kapcsolunk össze a megismerés során, egyúttal érzelmi tónusok együttes aktiválódását is átéljük, és minél távolabbiak az összekapcsolt fogalmak, annál erősebb lesz az emocionális rezonancia.<sup>8</sup> A kreativitás ebben az elméleti javaslatban a fogalmi metaforák szintjén értelmezhető, forrás- és céltartományok szokatlan viszonyaként.

A rezonancia-modell egyrészt hangsúlyozza az egyéni, személyes érzelmi tapasztalatok jelentőségét a kreatív metaforák kialakulásában.<sup>9</sup> Másrészt e metaforák elsődleges funkcióját abban

<sup>8</sup> A modell továbbá számol egy úgynevezett rezonanciaküszöbvel is, amely azt kontrollálja, mely fogalmak, fogalmi kapcsolatok érik el a munkamemória szintjét. Ez a küszöb egyénileg eltérő lehet.

<sup>9</sup> Ez a megállapítás egyébként harmonizál Dancygier és Sweetser már idézett megközelítésével, amely szerint a metafora céltartománya általában interszubjektív módon nehezen hozzáférhető, és a metaforikus feldolgozás éppen ezen változtat.

látja, hogy azok megszervezik és kifejezik az egyén rejtett attitűdjét és előítéleteit (amelyek a tapasztalat érzelmi nyomaiba vannak kódolva), ezért a kreatív metaforák erőteljes eszközei az egyéni tapasztalatok megosztásának (Getz – Lubart, 2000: 286). Nyitott kérdés ugyanakkor, hogy amennyiben a kreativitást nem csupán a fogalmi kapcsolatok, hanem a nyelvi szerkezetek összetettsége szintjén is értelmezzük, érvényesül-e a metaforák érzelemszabályozó funkciója.

A felidézett érzelmi tónusok egyfajta közvetítő szerepet töltenek be a fogalmak közötti asszociációk kibontakozása során (Averill, 2005: 226), ez segíti az új helyzetnek megfelelő metaforikus kifejezőmód megtalálását. Mindezek alapján a kreativitás ismérve nem csupán az újdonság és a hatásosság, hanem az autentikusság is: a kreatív szerkezet érzelmi profilja legyen őszinte és hiteles (Averill, 2005: 231–232). Következésképpen egy metaforikus szerkezet lehet újszerű, de nem autentikus, vagy éppen konvencionális, mégis hiteles.

A kreativitás egyik ismérve tehát a hatás (a kreatív szokatlan, illetve a hiteles), a másik pedig a jelentés újszerűsége, amelyet a korábbi kutatások rendre a fogalmi szerveződés szintjén értelmeztek, a jelen vizsgálatban azonban a nyelvi szerkezet összetettségével ragadjuk meg.

Megállapítható, hogy metafora és érzelem kapcsolata korántsem egysíkú vagy automatikus. Míképpen az érzelmi kreativitás kulturális és egyéni szintje mellett célszerű külön figyelmet fordítani az érzelmi helyzet megélésének improvizatív jellegére (Averill, 2005: 234), úgy a metaforikus szerkezetek kreativitása és/vagy konvencionálitása sem vetíti egyértelműen előre, milyen emocionális folyamatokkal dolgozzák fel azokat a befogadók. Azért kínál tehát különösen izgalmas kutatási terepet a metaforikus nyelvhasználat az érzelemszabályozás vizsgálatához, mert csak az bizonyos, hogy a metaforák érzelmi reakciókat váltanak ki, ám e reakciók minősége nem bejósolható, hiszen több tényező függvénye. Mindez előrevetíti a vizsgálat módszertani komplexitását is: mivel az érzelmek szabályozása egyfajta potencialitása a metaforikus szerkezeteknek, azok feltérképezését ki kell egészíteni a befogadói válaszok elemzésével, amely a kapcsolat tényén túl annak jellegéről is empirikus bizonyítékkal szolgál.

Ezzel összefüggésben Averill arra is felhívja a figyelmet, hogy különbséget kell tennünk az aktuális érzelmi tónus (más terminussal érzelmi profil) és az átélt érzelmi állapot, azaz a specifikus válaszmintázat (érzelmi tünet) között. Míg az utóbbi válaszreakció egyértelműen címkézhető egy nyelv érzelmi szótárával, ezért könnyen rá lehet kérdezni egy mérés során, addig az átélt érzelem aktuálisan szerveződik, és válik részévé a stabilizálódó érzelmi állapotnak, miközben nem feltétlenül azonos azzal.<sup>10</sup> Mindez összefüggésben állhat azzal is, hogy az érzelmi állapotaink sok esetben amorf jellegűek, azaz nem homogének, a kreatív metafora pedig (amely tehát nem szükség-szerűen magára az érzelmeire reflektál, hiszen vonatkozhat az átélt helyzet más aspektusaira is)

<sup>10</sup> Ezen a ponton célszerű felidézni Citron és Goldberg azon megfigyelését, hogy a tesztalanyok akkor is erős, érzelmekhez kötődő neurális aktivitást mutattak a befogadás során, amikor egyébiránt nem tekintették a kapott mondatokat az érzelmkifejezés intenzív eszközeinek.



olyan feldolgozási módot kínál, amely egyben a helyzet megértéséhez és elfogadásához is elvezet. Másként fogalmazva, miközben metaforákat alkotunk egy helyzetre adott nyelvi válaszukban, lehetőségünk nyílik érzelmileg is reagálni a situációra, stabilizálni saját reakciónkat, és másokból is kiváltani érzelmi állapotokat.

Minden bizonnyal ez a szoros kapcsolat áll annak a háttérében is, hogy a metaforák fontos funkciója az értékelés. Rosamund Moon angol nyelvű idiómákra és rögzült kifejezésekre irányuló mérései alapján megállapította, hogy az értékelő orientáció sokkal erősebben asszociálódik metaforákkal, mint más típusú rögzült és idiomatikus kifejezésekkel (jóllehet e két kategória közé napjaink kutatása nem von éles határt, lásd Deignan, 2005). Ráadásul a Moon által feltárt kifejezések körében a negatív értékelés csaknem kétszer gyakoribbnak bizonyult a pozitívnál (Moon, 1998: 247). Egészen más nyelvelméleti kiindulópontból (az úgynevezett szisztemikus–funkcionális nyelvészet keretében),<sup>11</sup> de hasonló következtetésre jutott Simon-Vandenbergen is: az értékelő viszonyulást inherens tényezőnek tekinti a metaforák használatában, mert egyrészt motiválják a metaforaalkotást, másrészt a metaforikus (fogalmi) transzfer hatékony keretet ad az értékelés kifejezésének (Simon-Vandenbergen, 2003: 252). Továbbá azt is megfigyelte az igei folyamatok köré szerveződő metaforák esetében, hogy azok tipikusan az elsődleges kommunikatív esemény negatív értékelését fejezik ki. A metaforikus nyelvhasználatot tehát egyszerre motiválja az érzelm feldolgozásának az igénye, valamint az adott helyzet értékelése, az angol nyelv esetében pedig összefüggés tételvezhető fel a metaforikusság és a negatív értékelés között.

Mindezek alapján a következőképpen összegezhető metafora és emocionalitás egymást motiváló kapcsolata. Az érzelmi folyamatok fontos szerepet játszanak a metaforikus jelentésalkotásban (tárgyan értve a metaforikus gondolkodásban): az érzelmek neurálisan aktív tényezői a metaforák megértésének, miközben a metaforák közreműködnek a helyzetre adott érzelmi válasz kialakításában. A metaforikus kreativitás (fogalmak újszerű és autentikus összekapcsolása) kibontakozásában az érzelmi folyamatok mediátorként működnek közre, a kreatív metaforák pedig segíthetik az érzelmi reakciók konszolidálását. A metaforák használatának lényeges funkciója az (a jellemzően negatív) értékelés kifejezése, így a metaforikusság az érzelmszabályozás egyik tényezőjeként is értelmezhető.

## A vizsgálat fókusza

A koronavírus-járvány olyan kihívások elé állította napjaink társadalmait, amelyekre nem voltak készen kapott, illetve begyakorolt válaszok. A pandémia bonyolult érzelmi reakciókat váltott ki,

<sup>11</sup> A szisztemikus–funkcionális nyelvészet a metaforát lexikális és grammatikai szinten is értelmezi, és a tapasztalatok inkongruens (a megszokott feldolgozási módtól eltérő) nyelvi reprezentálásaként határozza meg (lásd Simon, 2018, további szakirodalommal). Jóllehet ez az értelmezés nem azonos a kognitív nyelvészetben kanonizálódott modellel, a két megközelítés több ponton összekapcsolható. A jelen tanulmányban sajnos nincs módunk a kortárs nyelvelméleti irányzatok metaforameghatározásait részletekbe menően tárgyalni.

a közösségi média pedig lehetővé tette ezek széles körben való megosztását, legyen szó a vírus egészségügyi, gazdasági vagy magánéleti aspektusáról. Mivel a prominens politikai szereplők kihasználják a közösségi média nyújtotta lehetőségeket a politikai diskurzus alakítására, és mivel a metaforikusság a korábbi kutatási eredmények alapján összefüggésben áll az érzelemszabályozás folyamataival, úgy tűnik, érdemes azt vizsgálni, milyen jellegűek a politikusok bejegyzései a metaforikusság tekintetében. Azaz mennyire telítettek metaforikus kifejezésekkel, milyen e kifejezések mintázata és megosztása, továbbá mennyiben tekinthetők újszerűnek ezek a metaforák. Jóllehet a vizsgálatot megalapozó elméleti háttérfeltételek a kreativitást a fogalmi szerveződésben látják, izgalmas kérdésnek tűnik a nyelv szintjén újrafogalmazni a kérdést, oly módon, hogy a metaforikus nyelvi szerkezetek kidolgozottságát, kifejtettségét és idiomatikusságát tekintjük a kreativitás megállapításában alkalmazható szempontoknak.

Ezen túlmenően arról is szerettünk volna megbízható képet kapni, hogy a metaforikusság mértéke vajon ténylegesen korrelál-e a bejegyzés érzelmi telítettségével, és amennyiben igen, milyen jellegű érzelmeket tulajdonítanak a nyelvhasználók magának a bejegyzésnek.

A vizsgálat során a fő kutatási kérdést az alábbi részletező kérdésekre bontottuk:

1. Milyen különbség figyelhető meg két politikus, Orbán Viktor és Gyurcsány Ferenc Facebook-bejegyzései között a metaforikusság tekintetében?
2. Kimutatható-e eltérés a két szövegcsoport között a metaforikus nyelvhasználat kidolgozottságát tekintve?
3. Milyen érzelmeket azonosítanak a megkérdezett nyelvhasználók a nem metaforikus, kevésbé metaforikus és nagyon metaforikus bejegyzések esetében? Van-e kimutatható hatása a metaforikusságnak az érzelmek azonosítása terén?

## **A vizsgálat anyaga és módszerei**

A kutatási kérdések vizsgálatához Orbán Viktor és Gyurcsány Ferenc 2020. március és december közötti Facebook-bejegyzéseit vettük alapul.<sup>12</sup> Az előbbi szövegcsoport 3966 szóból áll, az utóbbi 3375 szóból. Mivel a manuális metaforaazonosítás és -annotálás igen idő- és munkaigényes folyamat, a jelenlegi pilotvizsgálatban a teljes minta egy részén végeztük el az elemzést: ez Orbán bejegyzései esetében egy 931 szövegszóból álló minta (a teljes minta 23,47%-a), Gyurcsány posztjainál pedig egy 927 szövegszóból álló minta (a teljes minta 27,47%-a). A mintavételezést gondos

<sup>12</sup> A legkorábbi bejegyzés március 4-én kelt, a legkésőbbi december 30-án. A szövegekhez a jelen kötet megvalósítását támogató projekt keretében kaptunk hozzáférést, ezúton is köszönjük az adatok megosztását.

szövegelőkészítés előzte meg: Orbán bejegyzéseiből eltávolítottunk minden olyan információt, amely nem releváns a metaforaazonosítás szempontjából, vagy nem értelmezhető (például a bejegyzések angol nyelvű fordításai, url-hivatkozások, emotikonok, a szöveget tagoló írásjelek, *hashtagek*). Ezt követően randomizáltuk a bejegyzések sorrendjét, hogy véletlenszerűen kerüljenek a vizsgált mintákba különböző időpontú posztok, majd végül mennyiségileg kiegyenlítettük az elemzendő szövegeket, hogy az arányok összevethetőek legyenek.

Fontos tehát megjegyeznünk, hogy a minták nem reprezentatívak a két teljes korpusz tekintetében: terjedelmüket a kézi feldolgozás korlátaihoz kellett igazítanunk. (Lényeges azonban az is, hogy előzetes kutatói szelekció nem torzította a mintavételt.) Nem tekinthető reprezentatívnak a vizsgált adatok tágabb értelemben sem: noha fő célunk az volt, hogy a kormányzó politikai erő és az ellenzék is képviselve legyen a kutatás korpuszában, sem hivatalos kormányzati közleményeket, sem más ellenzéki szereplők bejegyzéseit nem vizsgáltuk. Ezért az eredmények a kutatás jelen fázisában még nem általánosíthatók a kormányoldal és az ellenzék nyelvhasználatára.

A metaforák azonosítását az erre a célra kidolgozott nemzetközi eljárás (MIPVU, Steen et al., 2010) magyar nyelvre adaptált és továbbfejlesztett változatával (MetaID-módszer, Simon et al., 2019, 2020) végeztük el. A módszer, amely voltaképpen a szöveg szavain elvégzett szótáralapú jelentésértelmezés, a mi esetünkben szóelemekre bontva kezeli a metaforikusságot, hogy a metaforizálódó esztragonok, igekötők, összetételei tagok is elemezhetővé váljanak. A metaforizáció nem automatikusan megvalósuló minőségként, hanem potencialitásként kezeljük, miként az alapul vett módszer is. Egyszerűbben fogalmazva arról ad számot, hogy a vizsgált szövegek mely kifejezéseinél merülhet fel a mindenkori anyanyelvű nyelvhasználó számára a metaforizáció. Ugyan a metaforikus szerkezet fogalmi viszonyairól nem szolgáltat adatot a módszer alkalmazása, ám a szerkezet- és viszonycímkék alkalmazásával képet kaphatunk a szövegek metaforikus kifejezéseinek összetettségéről, illetve kifejtettségükről és grammatikai szerveződéseükről.

A MetaID-eljárás protokollja szerint a szövegszók grammatikai felépítésének feltárása után megvizsgáljuk az egyes szóelemek elsődleges (tehát konkrétabb, specifikusabb és humánorientált) jelentését a szótár<sup>13</sup> alapján. Majd ugyancsak a szótár segítségével azonosítjuk a kifejezés (és elemeinek) kontextuális (szövegbeli) jelentését, és megvizsgáljuk, hogy kellően elkülönülő kontextuális jelentés esetén megfigyelhető-e tartományok közötti leképezés a szótárbeli elsődleges jelentés és a kontextuális jelentés között. Amennyiben igen, úgy az adott kifejezés (vagy annak egy eleme) megkapja a metaforikusság megfelelő címkéjét.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Kutatásaink során az *Értelmező kéziszótár* második kiadását (Pusztai [szerk.], 2003) használjuk, annak részben korpuszalapú lexicográfiai adatai miatt.

<sup>14</sup> Az eredeti eljáráshoz képest a MetaID-módszer szűkebben vonja meg a metaforikusság határait, így sem a pusztán metonimikusságot, sem a jelentéskiterjesztés más eseteit (generalizáció, szemantikai kiürülés) nem tekinti metaforizációnak.

Az azonosítás során külön címkeképzéssel használunk a metaforikus kifejezés szerkezettagjainak jelölésére, valamint az e szerkezettagokat összekapcsoló jelentésbeli viszonyokra. Az 1. táblázat mutatja be a szerkezetek címkeit, a 2. táblázat pedig a viszonycímkeket.

**1. táblázat.** A metaforaazonosítás során használt szerkezetcímkek

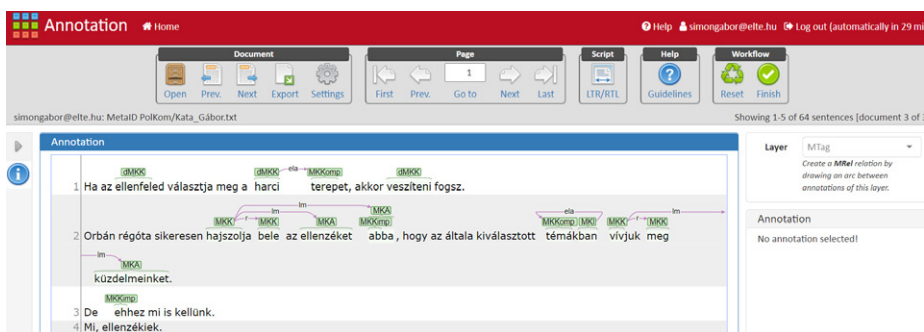
Címke	Jelentés	Példa
MKK	metaforához kapcsolódó kifejezés	Orbán kijelöli az <i>ellenséget</i>
MKI	metaforához kapcsolódó inflexió	Facebookon, 20:00 <i>után</i>
MKA	metaforához kapcsolódó argumentum	védekezünk [MKK] a <i>vírus</i> és a <i>járvány ellen</i>
MKKomp	metaforához kapcsolódó komponens	<i>Augusztusban, közeledő [...] katasztrófával</i>
MKKid	metaforához kapcsolódó kifejezés idióma részeként	<i>felvesszük az élénk dobott kesztyűt</i>
MKAid	metaforához kapcsolódó argumentum idióma részeként	felvesszük az élénk dobott <i>kesztyűt</i>
dMKK	direkt metaforához kapcsolódó kifejezés	Orbán úgy van az EU-val, mint <i>róka a nyúllal</i> .
MZ	metaforazászló	Orbán úgy van az EU-val, <i>mint</i> róka a nyúllal.
MKKimp	metaforához kapcsolódó implicit kifejezés	Orbán régóta sikeresen hajsolja bele az ellenzéket <i>abba</i> , hogy az általa kiválasztott témákban vívjuk meg küzdelmeinket.

**2. táblázat.** A metaforaazonosítás során használt viszonycímkek

Címke	Jelentés	Példa
tr	az igei jelentés elsődleges figurájának (jellemzően a cselekvőnek) a szemantikai kidolgozása	vissza nem térő lehetőség [tr]
lm	az igei jelentés másodlagos figurájának (jellemzően a tárgynak vagy körülménynek) a szemantikai kidolgozása	lehazudva az égről [lm] a csillagot [lm]
ela	a metaforikus jelentés kiterjedése nem specifikált kidolgozási művelettel	üres [ela] locsogás, élő[ela]ben
poss	birtokviszony a metaforikus kifejezésen belül vagy annak környezetében	az operatív törzs [poss] tagjainak
expm	metaforikus jelentést kifejtetté tévő viszony	mint [expm] a róka [expm] a nyúllal
r	egymástól elváló szerkezettagok (például igekötő és igető) általános viszonya	vívjuk [r] meg küzdelmeinket

Eljárásunk tehát alkalmas egy és több komponensből álló metaforikus szerkezetek azonosítására is, legyenek az utóbbiak morfológiailag vagy szintaktikailag összetett kifejezések. Ezen túl feltérképezhetjük vele a komponensek közötti jelentésbeli viszonyokat, a pusztá metaforizáló kidolgozáson (elaboráció) az igei szótőben jelölt folyamat résztvevőin át a birtokviszonyig és a metaforikus jelentés kifejtetté tételéig (például hasonlatok formájában). Végül az idiomatikusság<sup>15</sup> is külön jelölhető a módszer révén. Ehhez a kollokálódás korpusznyelvészeti fogalmát (lásd McEnergy – Hardie, 2012: 122–133) hívjuk segítségül: rákeresve az idiómagyánús szerkezetekre a huTenTen12 online korpuszában<sup>16</sup> megnézzük a jellemző kollokációkat (együttesen előforduló kifejezéseket), és amennyiben az együttes előfordulás-erőssége nagyobb volt egy előzetesen kijelölt küszöbértéknél,<sup>17</sup> a szerkezetet idiomatikus metaforizációként címkéztük.

Az azonosításhoz és az annotáláshoz a WebAnno online kollaborációs felületet<sup>18</sup> használtuk (Eckart de Castilho et al., 2016): az 1. ábra mutatja a felületet, illetve egy lezárt annotálás részleteit.



1. ábra. Metaforikus szerkezetek annotálása a WebAnno felületen

A harmadik kutatói kérdés vizsgálatához kvalitatív kérdőíves adatgyűjtést valósítottunk meg. Az online kérdőív<sup>19</sup> a szociokulturális háttérre vonatkozó adatok (nem, életkor, lakcím, legmagasabb iskolai végzettség) után három kategóriában mutat be posztokat vagy posztrészleteket<sup>20</sup> a kitöltőnek.

<sup>15</sup> A vizsgálat során a módszerrel összhangban nem vontunk éles határt a frazeológiai egységek (szólások, közmondások) és a rögzült kifejezések (pl. jelző és jelzett szó, ige és bővítmény rögzült kapcsolata) közé.

<sup>16</sup> A több mint 3 milliárd szövegszóból álló, online szövegekből összeállított Magyar webkorpusz a SketchEngine korpuszlekérdező felületen keresztül érhető el:

[https://app.sketchengine.eu/#dashboard?corpname=preloaded%2Fhuten12\\_hp2](https://app.sketchengine.eu/#dashboard?corpname=preloaded%2Fhuten12_hp2) (2021. június 11.).

<sup>17</sup> A kollokálódás méréséhez a logDice (Rychlý, 2008) értéket választottuk, a küszöböt 8-ban határoztuk meg.

<sup>18</sup> Lásd: <https://webanno.sfs.uni-tuebingen.de/> (Letöltve: 2021. június 11.).

<sup>19</sup> Elérhető a következő url-címen:

<https://docs.google.com/forms/d/1vWJ8dy-XusAX1cY6xdLYZWSm15c4CrP4Bex3TKult8/edit>

<sup>20</sup> Orbán Viktor bejegyzései jellemzően egy, legfeljebb két egyszerű mondatból állnak. Ezzel szemben Gyurcsány Ferenc posztjai nagy arányban tartalmaznak összetett mondatokat, és rendre több mondatból állnak. Ezt a jelentős különbséget kiegyensúlyozandó mindkét szövegcsoportból egy- vagy kétmondatos posztokat vagy ilyen terjedelmű részleteket választottunk ki.

A kérdőívhez 12 politikai posztot vagy posztrészletet választottunk ki (2–4 tagmondat hosszúságban). A szövegek kiválasztásakor szempont volt, hogy az előzetes metaforaméréseink alapján 2-2-2 legyen politikusonként a nem metaforikus, a közepesen metaforikus<sup>21</sup> és az erőteljesen metaforikus szövegrészekből is. Az elemzett posztokat tehát három-három csoportra osztottuk a metaforikusságuk alapján, kihúztuk azokat a posztokat, posztrészleteket, amelyek kontextus nélkül értelmezhetetlenek voltak (például az adott poszthoz tartozó képre reflektáltak), majd beszámoltuk őket, és randomszám-generátorral válogattuk ki a kérdőívbe bevett anyagot.

A válaszadók először háromfokozatú skálán értékelték a megadott szövegrészeknek az érzelmi intenzitását, illetve nullával lehetett jelölni azt is, ha az adott részt semlegesnek tartották.<sup>22</sup> A következő kérdésben konkrét érzelmet jelölhettek be a kitöltők, illetve adtunk lehetőséget arra is, ha egyéb érzelmet szerettek volna megnevezni. Az érzelmelek listáját a kötet egészének keretét adó kutatás kódtáblája alapján állítottuk össze, azzal a kiegészítéssel, hogy a meglepődés és a jövőbe tekintés tételeknél elkülönítettük a pozitív és negatív pólust.

Minden értékelés után megkérdeztük azt is, hogy amennyiben nem semlegesnek jelöltek egy szöveget, akkor mely nyelvi elemek alapján következtettek erre, illetve megkértük a kitöltőket, hogy nevezzék meg a posztok által közvetített konkrét érzelmeket is.

A kérdőívet a kutatócsoport tagjai a közvetlen ismerőseikkel osztották meg a legnagyobb közösségi-média-felületen, azt összesen 60-an töltötték ki. A kérdőív a szociológiai változókkal kapcsolatos kérdésekkel indul, majd a válaszadókat négyfelé osztottuk: egy álkérdésre adott válasz alapján a rendszer véletlenszerűen négy eltérő sorrendű kérdéssorhoz vezette a kitöltőket. Minden kitöltő mindegyik politikai posztszöveggel, illetve azonos kérdésekkel találkozott, csupán a kérdések sorrendje különbözött. A tizenkét kérdés sorrendjét randomszekvenca-generátorral határoztuk meg. Minderre azért volt szükség, hogy megelőzzük a válaszadás előfeszítését. Továbbá az azonos kérdések megjelenésének monotonitása fárasztóvá válhat kitöltéskor, így próbáltuk megkerülni azt a problémát, hogy az utolsó szövegek értékelése befolyásolt legyen.

<sup>21</sup> Ezek a szövegrészek általában egy metaforikus címkét tartalmaztak, vagy legfeljebb két, egymáshoz kapcsolódó komponenset, azaz egy összetett metaforát (például inflexió és szótó; vagy igető és egy argumentum).

<sup>22</sup> A bejegyzésrészletek minősítésére vonatkozó első kérdés nem kategorialis, hanem dimenzionális (lásd Buechel – Hahn, 2017: 578): nem konkrét érzelmet, inkább az érzelmi attitűd (*stance* vagy *valence*) megítélését kéri. Mégpedig úgy, hogy nem kizárólagos sem a szöveg szerzőjének perspektívája (pl. milyen érzelmei lehettek a bejegyzés írójának?), sem a befogadó perspektívája (pl. hogyan érezheti magát a bejegyzés olvasója az olvasás során/hatására?). Jóllehet mindkét perspektíva együttes alkalmazására is van példa a korpusznyelvészeti szakirodalomban (Buechel – Hahn, 2017, amely a befogadói perspektívát tekinti hatékonyabb kiindulópontnak), és az egyértelmű befogadói perspektíva alkalmazása olyan attitűdöt is a felszínre hozhat, amely nem volt szándékában a szerzőnek (van den Berg et al., 2020: 4926), mégis a semleges megfogalmazás tűnt megfelelőnek. Mindenekelőtt azért, mert így nem a bejegyzéssel való egyetértés vagy annak elutasítása, hanem inkább a szöveg emocionalitása kerülhet előtérbe, lehetővé téve a diskurzuba való érzelmi bevonódást.

## Eredmények

Az eredményeket összegezve az látható, hogy 454 metaforikus szöveghely fordul elő a két politikus annotált Facebook-bejegyzéseiben, ezekhez kapcsolódóan 211 szemantikai viszony állapítható meg. Ebből Orbán Viktor posztjaiban 211 szerkezetcímke és 104 viszonycímke, Gyurcsány Ferencnél pedig 243 és 107 címke található. Így az egy szóra jutó szerkezetcímkek száma a kormányfőnél 0,18, míg Gyurcsánynál 0,22.<sup>23</sup> Vagyis az ellenzéki politikus posztjai ez alapján valamivel metaforikusabbnak tekinthetők, noha a különbség nem látványos: 100 szóra vetítve Orbán Viktor vizsgált posztjaiban 18, míg Gyurcsány Ferenc bejegyzéseiben 22 metaforikus szerkezet vagy szerkezettag kapott címkét. A viszonycímkek esetében sokkal kiegyenlítettebbek az eredmények (Orbán Viktor: 0,112; Gyurcsány Ferenc: 0,115).

A mondatokra eső metaforák arányában is eltérés mutatkozik: a mondat–metafora mutató Orbánnál 1,16 (mondat–metaforikus viszony: 0,58), Gyurcsánynál 1,97 (mondat–metaforikus viszony: 0,89). Míg tehát a kormányfő posztjainál átlagosan minden mondatra esik egy metaforikus szerkezet vagy komponens, ugyanakkor csak minden második mondatban fordul elő szemantikai viszony is, addig az ellenzéki politikusnál csaknem két metaforikus szerkezet vagy komponens esik átlagban egy mondatra, és közel minden mondatban van legalább egy metaforikus szemantikai viszony. Ezek az arányok következhetnek abból is, hogy Gyurcsány Ferenc posztjai eleve hosszabb (azaz bővítettebb) mondatokból állnak, amelyek között gyakoriak az összetett mondatok is. Az arányokból (különösen a mondatokra eső viszonyok átlagos számából) tehát megállapítható, hogy az ellenzéki politikus nyelvhasználatában a metaforikus szerkezetek nem csupán valamivel gyakoribbak, de átlagosan összetettebbek is a szerkezetüket tekintve, és nagyobb mértékben jellemző erre a mintára a szerkezetileg összetett, legalább két komponensből álló metaforizáció.

A bejegyzések terjedelme olyan mértékben eltér, hogy az egy bejegyzésre eső metaforamutatókból nem lehet általános következtetéseket levonni. Szemléltetésként: Gyurcsány esetében a 120 mondat 11 posztba rendeződik, ezzel szemben Orbán Vikornál 179 mondat alkot 116 posztot (azaz átlagosan másfél mondat terjedelműek a bejegyzések).

A teljes mondatoknál részletesebb képet adhat az elemi mondatok<sup>24</sup> viszonylatában vizsgálni a metaforikusságot, ugyanis a teljes mondatok és metaforák arányában az összetett mondatok gyakori előfordulásával egy mondatra több metafora esik. Az elemi mondat fogalmával tehát

<sup>23</sup> A szerkezetcímkek esetében az arányszámításnál nem vettük figyelembe az elváló igekötős igék esetén kiosztott mind a két MKK címkét, így Orbán esetében 4 címkével, Gyurcsány esetében 7 címkével volt kevesebb.

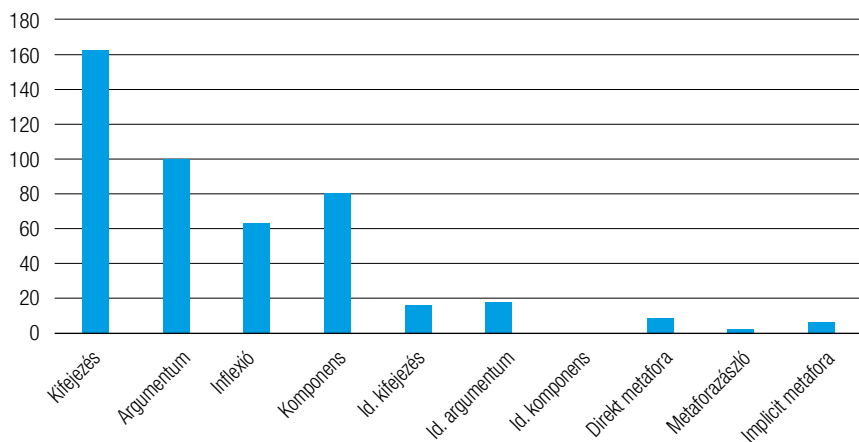
<sup>24</sup> Az elemi mondat (egyszerű mondat, tagmondat) olyan nyelvi szerkezetnek tekinthető, amely egyrészt intonációs egységként fonetikailag és proszódiailag körülhatárolható, másrészt szemantikai egységként értelmezhető azáltal, hogy egy beszélő egy elemi jelenetet konstruál meg általa – általában egyetlen fő szereplőt, egy eseményben, valamilyen szempontból fogalmilag kidolgoz (Imrényi, 2017: 664).

„beleláthatunk” az összetett mondatszerkezetekbe, és pontosabban felmérhetjük az egy nyelvi egységre eső metaforák arányát. Ebből a nézőpontból ugyancsak az látszik, hogy amíg Orbán Viktornál minden elemi mondatra átlagosan egy metafora esik (0,99), addig Gyurcsány Ferenc esetében már közel másféllel számolhatunk (1,38). Ez továbbra is megerősíti az ellenzéki politikus nyelvhasználatának intenzívebb metaforikusságát. A viszonycímkek esetében kiegyenlítettébbé válik az arány a két politikus között, hiszen Orbánnál (mondat–metaforikus viszony: 0,5) és Gyurcsányánál (mondat–metaforikus viszony: 0,62) is két elemi mondatonként jelenik meg egy szemantikai viszony. Ennek magyarázata, hogy a szemantikai viszonyok általában az elemi mondatokon belül érvényesülnek, ami kiegyenlítettébb arányt eredményez. Továbbá Gyurcsány esetében az összetett mondatok gyakoribb használata miatt még jobban csökken ez az arány.

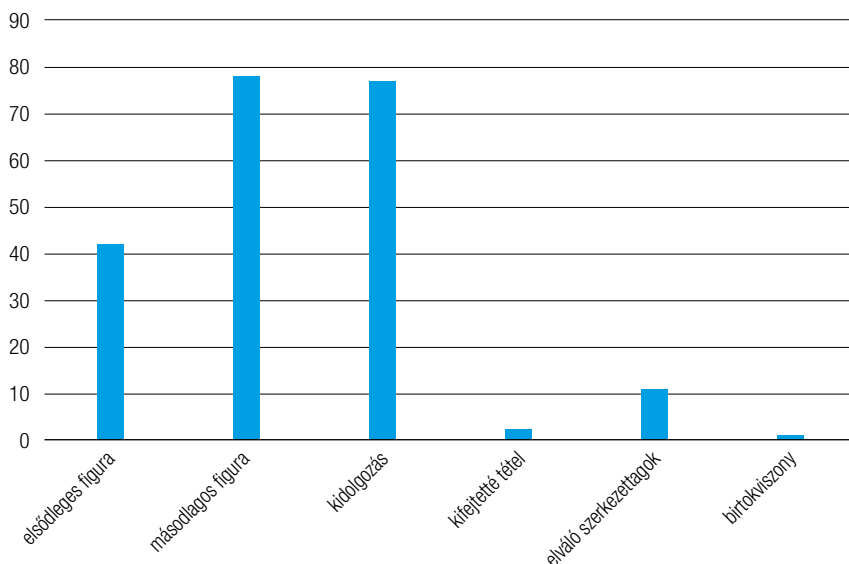
A következőkben a két mintában annotált metaforikus kifejezések szerkezet- és viszonytípusait vetjük össze. A 2. és a 3. ábra összesítve mutatja, mely címkékből mennyi került kiosztásra a kutatás korpuszában.

Jól látható, hogy a korpuszban az MKK címkéből van a legtöbb. Ezt a címkét alkalmazzuk az önmagukban metaforikus kifejezésekre, valamint egy több tagból álló metaforánál a metaforikus jelentést kezdeményező összetevőre (ilyenek az igetővek, az igekötők vagy a metaforikus jelzők). Az is kiderül azonban a mérésekből, hogy a második leggyakoribb kategóriát a metaforikus argumentumok alkotják, és a viszonycímkek megoszlása alapján elsődlegesen az igében jelölt folyamat elszenvedőjét, eszközét vagy körülményét szimbolizáló másodlagos figura válik nyelvileg kidolgozottá. Feltűnően magas a metaforikus jelentés kidolgozását általában jelölő [ela] címkék aránya, amely egyrészt az esetragokhoz kapcsolódó metaforizáció gyakoriságával (tehát magas MKI–MKKomp aránnyal) magyarázható, másrészt az egyéb metaforikus komponensek további eseteinek előfordulásaival (például jelzett szók, összetételi tagok, metaforikus igekötők melletti igetővek – ez utóbbit az erre kialakított [r] viszonycímke előfordulási gyakorisága is mutatja). A további címkék közül egyedül az idiomatikusságot jelölő szerkezetek érnek el magasabb gyakoriságot, mind az implicit, mind a direkt metaforák és metaforázászlók aránya csekély.





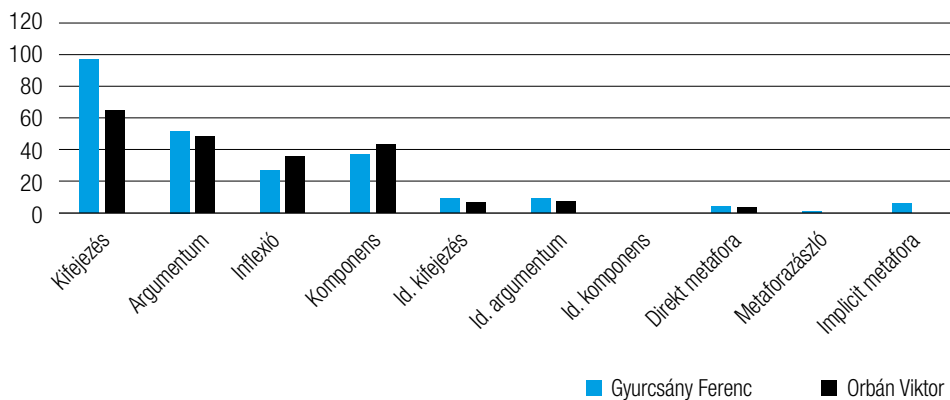
2. ábra. Metaforikus szerkezetcímkék megoszlása a politikusok posztjaiban



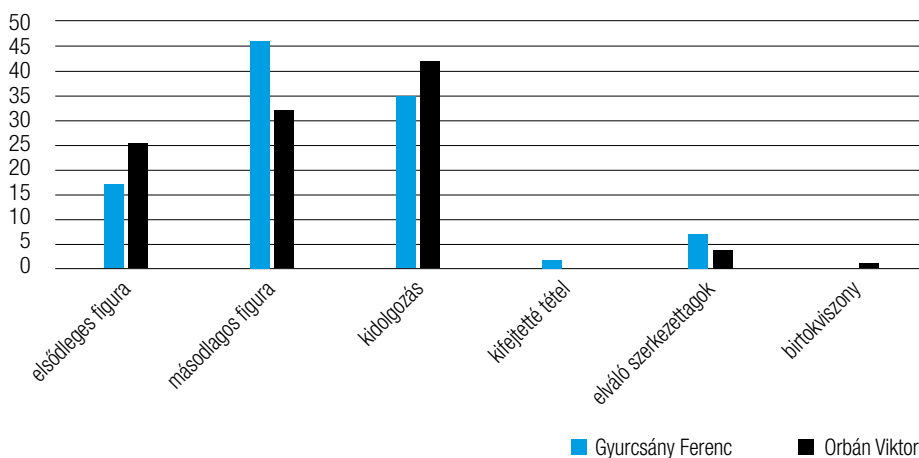
3. ábra. Metaforikus viszonycímkék megoszlása a politikusok posztjaiban

Összehasonlítva a két politikus szövegeinek metaforikusságát, bizonyos különbségekre lehetünk figyelmesek a metaforikus szerkezetek kidolgozásában (lásd 4. ábra). Elsőre is szembe-tűnő a szerkezetcímkék megoszlásának tekintetében, hogy Gyurcsány Ferencnél magasabb arányban vannak az MKK címkék, amelyek a leggyakoribb szerkezettípusnak számítanak. Ezzel szemben Orbán Viktornál az inflexió metaforákból láthatunk többet, amely viszont a legkevésbé feltűnő metaforatípusnak mondható, ugyanis a főnévi tő + esetrag kombináció a magyar nyelvben erősen begyakorolt, nagymértékben konvencionális szerkezet, ezért figurativitása igen kevésbé kerül előtérbe a szövegben (amelyhez az esetrag sematikus jelentése

is hozzájárul). Ezzel együtt a metaforikus komponensek száma és az elaboratív viszony aránya is magasabb a kormányfőnél. A további típusokat nézve egyértelmű különbségnek tekinthető, hogy amíg Gyurcsánynál implicit metaforák és metaforazászlók is megjelennek, addig Orbán-nál ezek egyáltalán nem szerepelnek. Mindez alapvetően az ellenzéki politikus posztjainak szövegszerűségére, explicitebb kidolgozottságára és koherenciájára utal: nála gyakoribb egy korábbi metaforára való névmási visszautalás, és a metafora explicit nyelvi jelzése (például hasonlító kötőszó) is megjelenik.



4. ábra. Metaforikus szerkezetcímkék megoszlása Gyurcsány Ferenc és Orbán Viktor posztjaiban



5. ábra. Metaforikus viszonycímkék megoszlása Gyurcsány Ferenc és Orbán Viktor posztjaiban

A viszonycímkék vonatkozásában (5. ábra) is hasonló különbségek állapíthatók meg. Amíg Orbán-nál a trajektorok és a landmarkok aránya kiegyenlítettebb, addig Gyurcsánynál az argumentumok tekintetében jellemzőbbnek bizonyul a landmark viszony, tehát a másodlagos figura

(egyszerűen fogalmazva a tárgy vagy körülmény) szemantikai kidolgozása. Ez azt jelenti, hogy a kormányfő szövegeit egyfajta deklaratív stílus jellemzi (azaz a diskurzusvilág entitásai önmagukban metaforizálódnak, vagy pedig kevés további figura jelenik meg a folyamat kapcsán, pl. „*A veszélyhelyzetnek vége, de a munka nem áll meg; Újraindul az élet; Jól vizsgázott az oktatási rendszerünk*”). Ezzel szemben az ellenzéki politikus részletezőbb szövegeiben a több figurát mozgató jelenetekben a másodlagos résztvevők nyelvi kidolgozása nagyobb mértékben megtörténik (pl. „*Jaj lesz neked Magyarország, ha nem veszed kezvedbe a sorsodat; Egy tehetetlen, cselekvésképtelen, ötlettelen, sodródó ember vágott nyugodt képet a semmittevéshez; Eddig a kormányfő azért támadta az EU-t, mert az szerinte nem adott pénzt a járvány kezelésére*”).

Megvizsgáltuk a posztokban előforduló idiomatikus metaforák jellegét is, az alábbi táblázat összesíti a két minta adatait.

**3. táblázat.** Az idiomatikus metaforák Orbán Viktor és Gyurcsány Ferenc bejegyzéseiből

Orbán Viktor	Gyurcsány Ferenc
Nehéz időszak elébe nézünk, de a magyar egészségügy <i>állja a sarat</i> .	Mi, akik ezredszere is <i>felvesszük</i> az élénk dobott <i>kesztyűt</i> .
A korlátozó szabályok ma éjfélről <i>életbe lépnek</i> .	Beismerte, hogy elkésett, és most idegesen <i>megnyomta a STOP gombot</i> Magyarországon.
Megalapozott <i>döntéseket</i> kell <i>hozunk</i> .	Orbán elaludt, most pedig kapkod, ötletel, <i>tűzet olt</i> , mert tönkrement körülötte a fél országot.
A szigorú intézkedések <i>érvényben maradnak</i> .	Hullanak a tanárok, a diákok, <i>kergessük örületbe</i> a szülőket.
Bár most mindannyian legalább másfél méterre vagyunk egymástól, 32 évvel ezelőtt összejöttünk, és <i>útjára indítottuk a Fideszt</i> .	Egy tehetetlen, cselekvésképtelen, ötlettelen, sodródó ember <i>vágott nyugodt képet</i> a semmittevéshez.
Mindannyian ugyanarra a <i>kérdésre keressük a választ</i> .	Jaj lesz neked Magyarország, ha nem <i>veszed kezvedbe sorsodat</i> .
A nemzetközi és hazai diktatúrázók <i>olcsón megúszhatják!</i>	A magyar miniszterelnök <i>szóba se hozza</i> .

Noha mennyiségi szempontból nem mutat eltéréseket a két minta idiomatikuság terén, e szerkezetek jellege láthatóan különbözik. A hét példából Orbán esetében mindössze két eset tekinthető frazeológiai egységnek is (*állja a sarat* és *olcsón megúszhatják*), a többi szerkezet grammatikailag rögzült formáció, amelyben jellemzően funkcióige jelenik meg (például *életbe lépnek* vagy *döntéseket hozunk*). A formálisabb, hivatalos nyelvhasználat gyakori jelenségei ezek, idiomatikus rögzültségük elsősorban a szerkezetben szereplő ige jelentésbeli kiürülésével hozható összefüggésbe. Ezzel összevetve Gyurcsány esetében egyetlen hasonló

funkcióigés szerkezetet találunk (*szóba hozza*), a további adatok a frazeologikus jelentés különböző megvalósulásainak tekinthetők. A kvalitatív elemzés tehát még közel azonos mennyiségi arányok mellett is fontos különbségre mutat rá: míg a kormányfő idiomatikus metaforái formálisabbak, konvencionálisabbak és ezzel együtt valószínűleg kevésbé prominensek, az ellenzéki politikus posztjaiban gyakoriak a valódi frazémák, ezek pedig autentikusabbak, mint a funkcióigés szerkezetek.

## A kérdőíves mérés eredményei

Az empirikus vizsgálatunk arra keresi a választ, hogy van-e összefüggés a metaforikus nyelvhasználat és az érzelmmel telítettség között a politikai posztokban. A metaforák megjelenését a kutatócsoport a MetaID-módszerrel vizsgálta, az érzelmi telítettség mérésére pedig kérdőívet dolgoztunk ki. A továbbiakban e mérés eredményeit foglaljuk össze.

Kérdőívünkben a szociológiai adatokon kívül egyik kérdésre sem volt kötelező válaszolni.<sup>25</sup> Az érzelmetelítettség nullától háromig terjedő skáláját a legtöbben kitöltötték minden kérdésnél (bár ezt is át lehetett ugrani véletlenül vagy szándékosan), azonban a nyelvi adatok megnevezése gyakran hiányos volt. Fontos kiemelni emellett azt, hogy mivel az érzelemlistánkban viszonylag magas számú érzelemmegnevezéssel dolgoztunk (11 érzelem), valamint mindenhol lehetőséget adtunk arra, hogy a válaszadók egyénileg is beírjanak érzelmeket, ezért a *Milyen érzelmeket közvetít az előző kérdésnél látott bejegyzés szövege?* kérdésre adott válaszoknál általában jelentős a válaszok sokfélesége. Ugyanez a tendencia látható az érzelmetelített nyelvi adatok felsorolását kérő kérdésnél is: mivel itt a válaszadók szabadon írhattak a válaszmezőbe, így gyakori volt, hogy különböző, esetleg a szövegben konkrétan nem szereplő, ezáltal nehezen kategorizálható válaszokat adtak. Az elemzésünkben mindkét fent említett kérdésnél a leggyakoribb válaszokat fogjuk kiemelni.

Jelen tanulmányban nincs lehetőségünk arra, hogy a kérdőívhez tartozó minden posztot részletesen elemezzük. A következőkben a kérdőívből levonható általános tanulságokat, nagyobb mintázatokát kívánjuk bemutatni a metaforikusság mindhárom kategóriájából, azokon a bejegyzéseken, amelyeken ezek leginkább megmutatkoznak.

## A kitöltők szociológiai adatai

A kérdőívünket összesen 60 válasz beérkezése után zártuk le, 21 férfi és 39 nő kitöltőnk volt. A kitöltők átlagéletkora 33 év. Legnagyobb részük, 63,3%-uk rendelkezik felsőfokú végzettséggel,

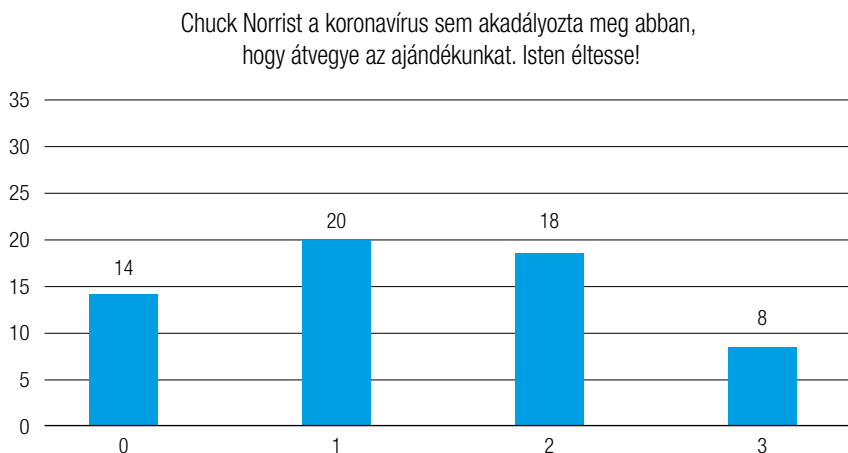
<sup>25</sup> Ezen a módon is csökkenteni kívántuk a kitöltés monotonitását. A célunk az volt, hogy minden esetben releváns válaszok érkezzenek az adatközlőktől, tehát akkor és úgy számoljanak be érzelmi reakciókról, ha azok valóban kibontakoznak. Noha ezáltal a válaszok száma nem egységes az egyes posztok esetében, elegendő válasz érkezett az általánosabb tendenciák bemutatásához.

de mindegyik kitöltőnk rendelkezik érettséggel vagy magasabb végzettséggel. Lakhelyük tekintetében viszonylag arányos eloszlással rendelkeznek: a kitöltők 30%-a lakik a fővárosban, ugyanennyi megyeszékhelyen, 21,7%-uk városban, míg 18,3%-uk községben.

### A nem metaforikus posztok

Már a nem metaforikus posztok esetében is megfigyelhető volt mind a csekély, mind a nagy fokú érzelmi intenzitás – ezen posztok esetében tehát megállapítható, hogy a szövegek metaforikussága (illetve annak hiánya) nem kizárólagos tényezője az érzelmi intenzitásnak.

A „*Chuck Norrist...*” kezdetű posztot a válaszadók inkább semlegesnek / kevésbé érzelmesnek jelölték meg, mint kifejezetten érzelmetlítettnek:

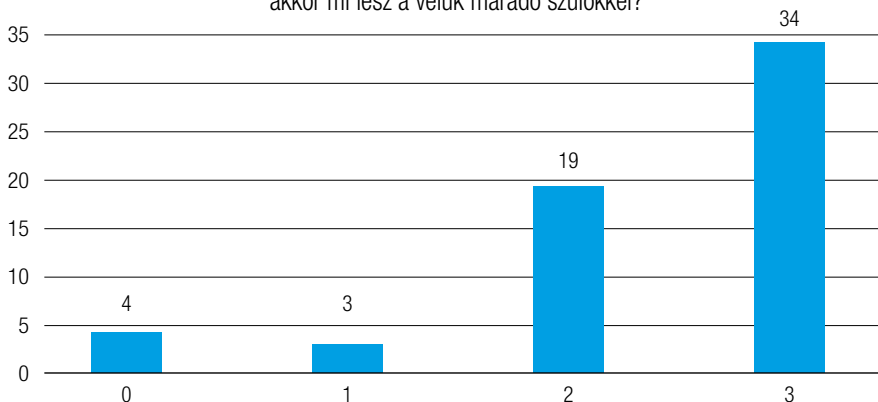


6. ábra. A „*Chuck Norrist...*” kezdetű bejegyzés érzelmetlítetttség-mértéke a válaszadók szerint

A posztban a legtöbben az örömet vélték felfedezni (23 válasz), a második leggyakoribb választás pedig a semlegességre, azaz az érzelmesség hiányára esett (15 fő). Különösen érdekes, hogy az ezután következő leggyakoribb válaszok azonban eltolódást mutatnak a negatív érzelmek felé: ugyan 6 válaszadónál megjelenik a pozitív attitűdű meglepődés, ugyanennyi válaszadó jelölte meg a haragot, 4 pedig az undort / elutasítást. A válaszadók legtöbben az *Isten éltesse* kifejezést találták a legérzelmetlítetttebbnek (15 fő), de többen megjelölték Chuck Norris nevét is (4 fő).

Ezzel szemben a „*Digitális oktatás lesz. A hétszázát! Látom Pápadereskén a gyerekeket, ahogy ott ülnek számítógépeik előtt... Ez az ember mit tud Magyarországról? És ha a gyerekek otthon van, akkor mi lesz a velük maradó szülőkkel?*” szövegű posztot a válaszadók egyértelműen sokkal érzelmetlítetttebbnek kategorizálták:

Digitális oktatás lesz. A hétszázát! Látom Pápadereskén a gyerekeket, ahogy ott ülnek a számítógépeik előtt... Ez az ember mit tud Magyarországról? És ha a gyerek otthon van, akkor mi lesz a velük maradó szülőkkel?



7. ábra. A „Digitális oktatás lesz...” kezdetű bejegyzés érzemtelítettség-mértéke a válaszadók szerint

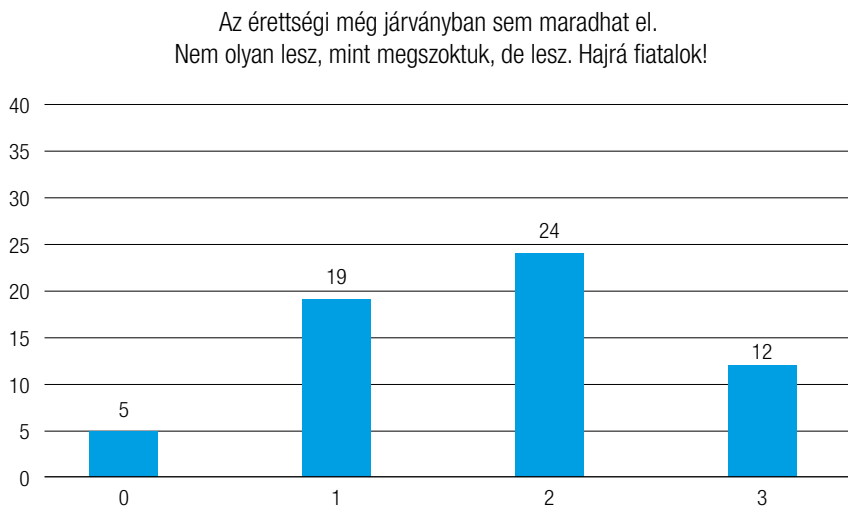
A válaszadók a haragot (22,46%), a negatív attitűdű jövőbe tekintést (22,46%), a félelmet (19,57%), a negatív meglepődést (10,87%) és az undort / elutasítást (8,7%) jelölték meg uralkodó érzelmekként, pozitív attitűdöt közvetítő érzelmet pedig egyik válaszadó sem érzékelt. A válaszadók az indulatszót (24 fő) és a költői kérdéseket (17 fő) jelölték meg mint érzelmkifejező nyelvi adatokat, de az írásjelek használatát („...”) is többen kiemelték. Megfigyelhető emellett, hogy – noha mindkét poszt tartalmaz retorikai alakzatot – az ellenzéki politikus posztja részletesebb, és jobban kidolgozza a témaként megjelölt helyzetet. A válaszok alapján úgy tűnik, hogy ez a fajta egyénibb és egyedibb nyelvi viszonyulás a helyzethez intenzívebb érzelmességet eredményez a befogadók megítélésében.

### A közepesen metaforikus posztok

A közepesen metaforikus posztok esetében is megfigyelhető az a tendencia, amely mindhárom posztcsoportra igaz volt: Orbán Viktor bejegyzései általában pozitív, míg Gyurcsány Ferenc bejegyzései általában negatív érzelmekkel telítettek voltak a kérdőívet kitöltők szerint. Így például a „*Minden eszközzel érveljünk, kiabáljunk, ezt már ne! Ne mi építsünk járványgócokat, ne veszélyeztessük gyerekeinket, tanárainkat!*” szövegű bejegyzést a kitöltők egyértelműen negatívnak ítélték meg: legtöbben a haragot (31,25%), a félelmet (24,10%), a negatív jövőbe tekintést (21,54%) és az undort / elutasítást (12,5%) jelölték meg, a poszt által közvetített érzelmekként. Ezzel szemben az „*Az érettségi a járványban sem maradhat el. Nem olyan lesz, mint megszoktuk, de lesz. Hajrá fiatalok!*” bejegyzést többségében pozitívnak ítélték meg: itt a pozitív jövőbe tekintést (47,37%) és az elfogadást (15,79%) jelölték leggyakrabban a válaszadók. Fontos kiemelni, hogy az előbbi posztban a kitöltők szerint sokkal erősebb volt az érzelmkifejezés mértéke, mint az utóbbiban:



8. ábra. A „Minden eszközzel...” kezdetű bejegyzés érzelmeltelíttség-mértéke a válaszadók szerint

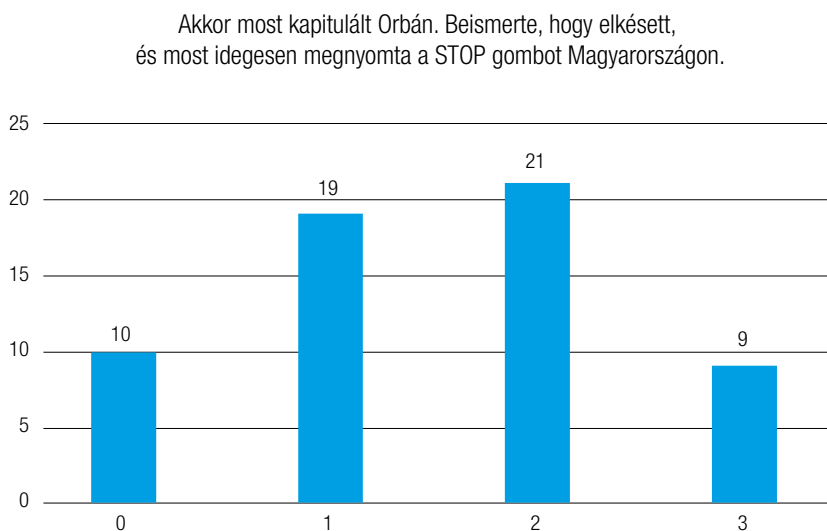


9. ábra. Az „Az érettségi...” kezdetű bejegyzés érzelmeltelíttség-mértéke a válaszadók szerint

A „Minden eszközzel...” kezdetű poszt esetében a leggyakrabban a *ne* (10 válasz), *ezt már ne* (16 válasz) nyelvi elemeket, valamint a *kiabáljunk* (13 válasz) alakokat tartották érzelmeltelítettnek a válaszadók. De többen kiemelték a felszólító mód és a tagadószavak használatát is. Jóllehet a válaszadók a bejegyzésnek általában véve erős érzelmi értéket tulajdonítottak, a megadott kifejezések alapján azt nem elsősorban a poszt metaforikus kifejezéseinek (*eszközzel, építsünk járványgóccokat*) tulajdonították.

Az „*Az érettségi...*” kezdetű poszt esetében a *hajrá (fiatalok)* nyelvi elemet találták magasan a legtöbben (összesen 25-en) érzelmetlítettnek. Ezután a *Nem olyan lesz, mint megszoktuk, de lesz.* (6 válasz), a *de lesz* (5 válasz) és a *sem maradhat el* (5 válasz) kifejezéseket jelölték meg a legtöbben. Ebben az esetben is megfigyelhetjük, hogy a kiválasztott bejegyzés érzelmi intenzitását nem az abban található metaforikus kifejezéshez (*járványban*) kötötték, hanem más, általában véve jobban mozgósító nyelvi megoldásokhoz.

Különösen érdekes e tekintetben az „*Akkor most kapitulált Orbán. Beismerte, hogy elkésett, és most idegesen megnyomta a STOP gombot Magyarországon.*” szövegű bejegyzés: ezt a válaszadók inkább érzelmmel telítettnek találták (legtöbben a 2, nagyjából a *közepesen érzelmetlítettnek* megfelelő válaszlehetőséget jelölték meg).



10. ábra. Az „*Akkor most kapitulált...*” kezdetű bejegyzés érzelmetlítetttség-mértéke a válaszadók szerint

Ezen poszt esetében a legtöbben a harag (25,68%), az undor / elutasítás (16,22%), a negatív attitűddel felruházott meglepődés (14,86%) válaszlehetőségeket jelölték meg; illetve aránylag sokan semlegesnek ítélték a bejegyzést (18,92%). Ennél a posztnál azonban a válaszadók igen nagy százaléka a metaforikus kifejezéseket vagy az ahhoz kapcsolódó nyelvi adatokat jelölte meg érzelmetlítettnek: a *kapitulált*, az *elkésett*, az *idegesen* 10-10, míg a *beismerte* és a *STOP gomb* szövegrészeket 9-9 válaszadó jelölte meg az érzelmetlítetttség forrásaként. E kifejezések közül a *kapitulált* és a *(megnyomta a) STOP gombot* minősült metaforikusnak az annotálás során, azaz a válaszok nagyobb része utal mindkét metaforikus szerkezetre. Mindez tehát azt mutatja, hogy egyfelől nincs közvetlen és kauzális kapcsolat egy bejegyzés metaforikussága és emócionálisága között, ugyanakkor a két mérték korrelációjára is van példa a kérdőíves vizsgálat eredményei között.



## A legmetaforikusabb posztok

A fejezetben felvázolt kutatási kérdésünkhöz, miszerint kimutatható-e összefüggés az érzelmetelítettség és a metaforikusság jelensége között a politikai posztokban, talán a leginkább azok a posztok érdemelnek figyelmet, amelyekre nagymértékben volt jellemző a metaforikus nyelvhasználat az annotálás alapján. A jelen részben egy kormánypárti, valamint egy ellenzéki posztot jelöltünk ki annak érdekében, hogy bemutassuk a válaszadási tendenciákat a kérdőívünk tükrében.

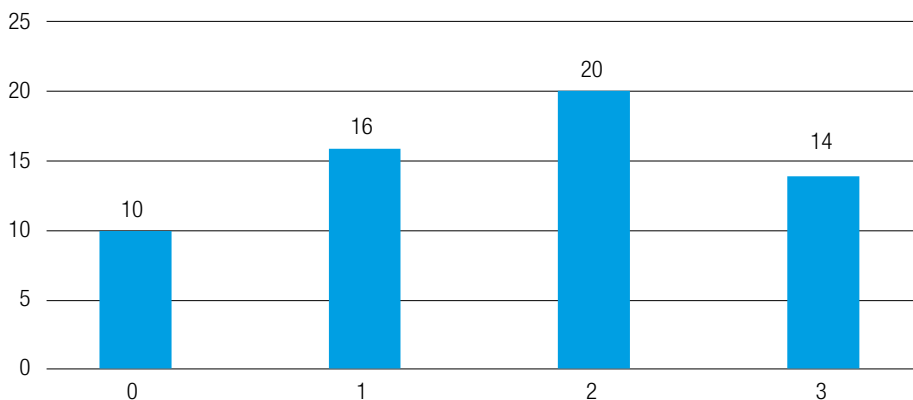


11. ábra. Az „A védekezés új szakaszba lép...” kezdetű bejegyzés érzelmetelítettség-mértéke a válaszadók szerint

A 11. ábra vizualizálja azt, hogy a válaszadók milyen mértékben találták érzelmetelítettnek „A védekezés új szakaszba lép...” kezdetű posztot. A kérdőívbe beválogatott kormányfői posztok közül ez az egyik, amelyben több metaforikusként címkézett nyelvi elem reprezentálódik. A diagramon megfigyelhető, hogy a válaszadók nagyrészt enyhe érzelmetelítettséget azonosítottak, s emellett többen voltak még azok, akik a posztot semlegesként kategorizálták az érzelmesség aspektusából közelítve, viszont figyelembe kell vennünk azt, hogy mindemellett megjelent az erős érzelmi telítettséget kifejező jelölés is (összesen a kitöltők 30%-a jelölte a skálán a kettes vagy a hármas fokozatot). A poszt beilleszkedik a már feltárt tendenciába, miszerint a vizsgálatba bevont kormánypárti bejegyzések leginkább a pozitív érzelmi attitűdöt hivatottak tükrözni. Annál a kérdésnél, amelynél a konkrét érzelmek megnevezését kértük a kitöltőktől, a válaszok csaknem fele (49,37%-a), a pozitív attitűddel társuló jövőbe tekintést mutatta fel. Az érzelmesség indikátoraként azonosított kifejezések esetében megfigyelhető volt az, hogy a nagyobb mértékben metaforikus posztok értékelésénél, a válaszadók egyértelműen megjelöltek ezen, potenciálisan metaforikussághoz kapcsolódó kifejezések közül

példányokat, tehát itt a kitöltők oldaláról reflektálttá tett nyelvi elemek egybeesést mutatnak a metaforikusokkal. A 11. ábrán megjelenített posztból az újraindíthatjuk igealakot jelölték meg a legtöbben (az összes válasz 34,62%-ában). Ezen kívül még az igei szerkezethez tartozó *fokozatosan* módhatározó (13,46%) és a *szigorú* jelző kapott kiemeltebb figyelmet (11,54%), noha az utóbbiak nem minősültek metaforikus kifejezésnek az annotálás során.

Augusztusban Európában egyedülként állította le a már akkor is elégtelen állami bérpótlékot és nem hosszabbította meg az elbocsájtottaknak járó támogatást.  
Orbán elaludt, most pedig kapkod, ötletel, tüzet olt,  
mert tönkrement körülötte a fél ország.



12. ábra. Az „Augusztusban Európába egyedülként állította le a már...” kezdetű bejegyzés érzelmetlítetttség-mértéke a válaszadók szerint

A 12. ábrán bemutatott ellenzéki poszt érzelmetlítetttségét a válaszadók eltérően értékelték, viszont ha megnézzük, akkor a kitöltők mintegy 16,67%-a volt az, aki teljesen semlegesnek ítélte meg a bejegyzést a feltett kérdés tükrében. Ahogyan a kutatásban részt vevő ellenzéki posztokra, úgy erre is jellemző, hogy negatív érzelmi attitűddel kapcsolódott össze, a kérdőívben feltérképezett válaszok szerint. A válaszadások között nem jelent meg olyan, ami bármiféle pozitív érzelmi konnotációval azonosította volna a tematizált bejegyzést. A legjellemzőbb az undor (18,35%), a negatív attitűddel társuló jövőbe tekintés (18,34%), valamint a harag (29,36%) volt. Az érzelmi telítettséggel asszociálódó kifejezések között megjelent olyan, amely metaforaként, azon belül pedig idiomatikusként azonosítható (*tüzet olt*) (15,73%-kal), továbbá más metaforikus jelen idejű E/3-hoz lehorgonyozódó jelen idejű igealakok is szerepeltek az érzelmetlítettnek ítélt kifejezések között (*kapkod* [21,39%], *tüzet olt* [15,73%]). Feltételezhető, hogy itt nem kizárólag a metaforikusság az érzelmetlítetttség indikátora, hanem a megjelölt kifejezésekhez társuló, feltételezett negatív hangú megnyilatkozási attitűd azonosíthatósága és a halmozás alakzata. Továbbá a tönkrement metaforikus múlt idejű igealakot azonosították még a kitöltők érzelmetlítetttséggel (15,73 %).

## A pilotkutatás tanulságai

A kérdőívre érkezett válaszok kiértékelésekor ugyan nem minden esetben megerősítetten (például a 9. ábrához tartozó poszt eltérő mintázata), de látható tendenciaként kirajzolódik, hogy ahol adatolható potenciális metaforikusság (például az „*Augusztusban...*” kezdetű bejegyzésben, lásd 12. ábra), ott az érzelmetelítettség szempontjából kulcsfontosságú kifejezésként azonosított nyelvi elem egybeesik a metaforikus elemmel. Természetesen ez még nem jelenti azt, hogy a korreláció szükségszerűen kimutatható, de mindenféleképpen abba az irányba mutat, hogy a felállított hipotézis megerősíthető. Általánosságban megfogalmazható még a vizsgált mintára vonatkoztatva, hogy a kormánypárti bejegyzések legmagasabb mértékben a pozitív érzelmi attitűd közvetítésének szándékát tükrözték vissza az adatközlők válaszaik alapján, s ezzel összekapcsolódva leginkább a *pozitív árnyalatú jövőbe tekintést* és viszonylag gyengébb érzelmi telítettséget (semleges vagy enyhe intenzitású) jelenítettek meg. Az ellenzéki posztok ezzel szemben nagyobb mértékben váltak érzelmetelítetté a kitöltői vélekedés alapján (intenzív vagy erős intenzitású érzelmek jelölése a skálán), továbbá negatív érzelmekkel asszociálódtak ezen posztok (pl. *harag, félelem, negatív jövőbe tekintés*). Míg a kormánypárti bejegyzéseknél a legkiemelkedőbb érzelmek a jövőbe tekintés volt, addig az ellenzéki posztok között jóval nagyobb változatosságot mutatnak a konkrét érzelmek típusai. A negatív és a pozitív pólus elkülönülése nem meglepő eredmény, hiszen a kormányfői bejegyzések esetében egyfajta általános benyomásunk, hogy azok pozitív hozzáállást képviselnek, míg az ellenzéki megszólalások rendre kritikus hangvételűek. Egyértelműsíthető, hogy a poláris megoszlás önmagában nem a metaforikusságból vezethető le, az azonban tükröződik, hogy a nagyobb mértékben metaforikus bejegyzések egyben erősebb érzelmi telítettséggel is jellemezhetők.

**4. táblázat.** A kérdőívben bemutatott bejegyzések átlagos érzelmi telítettsége, valamint a hozzájuk kapcsolt leggyakoribb érzelmek

	Nem metaforikus bejegyzések		Közepesen metaforikus bejegyzések		Erősen metaforikus bejegyzések	
	Átlagos érzelmi telítettség	A leggyakoribb érzelmek	Átlagos érzelmi telítettség	A leggyakoribb érzelmek	Átlagos érzelmi telítettség	A leggyakoribb érzelmek
<b>Orbán Viktor</b>	1,18	semleges (20%) öröm (16,43%) pozitív jövőbe tekintés (13,57%)	1,79	pozitív jövőbe tekintés (32,96%) elfogadás (18,99%) öröm (18,99%)	1,47	pozitív jövőbe tekintés (45,71%) semleges (8,57%) negatív jövőbe tekintés (7,43%)
<b>Gyurcsány Ferenc</b>	2,3	harag (26,25%) negatív jövőbe tekintés (16,25%) undor (13,33%)	1,97	harag (29,03%) félelem (17,74%) undor (13,98%)	1,9	harag (25,13%) undor (18,85%) semleges (16,75%)

A táblázat adatai alapján megállapítható, hogy Orbán Viktor esetében a metaforikusság fokozásával erősebb lesz a bejegyzések érzelmi intenzitása a befogadók számára, ám ez a kapcsolat nem monoton jellegű. Gyurcsány Ferenc posztjainál pedig az figyelhető meg, hogy a legintenzívebb, a válaszadókat vélhetően legjobban involváló szöveg nem tartalmaz metaforákat. A metaforikusság tehát nem elsődleges és nem automatikus eszköze érzelmi reakciók kiváltásának, mindazonáltal közreműködik az érzelmi reakciók kiváltásában. Ezt mutatja az is, hogy az ellenzéki politikai szövegeinél magasán marad az érzelmi telítettség értéke, és a válaszok alapján ez a közepesen és az erősen metaforikus példánál több metaforikus kifejezéssel is összefüggésben áll. Fontos továbbá, hogy a hasonlóan metaforikus posztok esetében Gyurcsány Ferenc bejegyzései rendre magasabb érzelmi értéket kaptak átlagosan, ez pedig összefüggésbe hozható a politikai metaforikus nyelvhasználatának kidolgozottabb és eredetibb jellegével. Végül az érzelmek polarítása mentén is kirajzolódik egy általánosabb mintázat: a negatív hangvételű, túlnyomórészt negatív érzelmekkel minősített bejegyzések általában intenzívebb emocionalitást mutatnak. Ez ugyancsak összefüggésben állhat e szövegek metaforikusságával, hiszen azok a kormányfői bejegyzések, amelyekhez negatív érzelmet is társítottak a válaszadók, és amelyek erősen metaforikusnak minősültek az elemzés során, összességében alacsonyabb fokú érzelmi reakciókhoz vezettek.

## Összegzés

Kutatásunkban azt vizsgáltuk, milyen jellemzői vannak a metaforikus nyelvi szerkezeteknek Orbán Viktor és Gyurcsány Ferenc Facebook-bejegyzéseiben, a koronavírus első és második hulláma (2020 márciusa és decembere közötti időszak) idején. A metaforikus kifejezéseket érzelmi reakciók kiváltására alkalmas indirekt érzelmszabályozó eszközökként értelmeztük a vizsgálatban, amelyhez egy kutatói korpuszt hoztunk létre a két politikai posztjaiból vételezett mintákkal, majd ezt a korpuszt elemeztük és annotáltuk egy metaforaazonosító eljárással. Végül a metaforikusság tekintetében kiválogatott bejegyzések, illetve bejegyzésrészletek kapcsán arról is adatokat gyűjtöttünk egy kérdőív révén, hogy mennyiben találják a megkérdezett nyelvhasználók érzelmileg telítettnek az adott szövegrészleteket, és ez milyen összefüggésben állhat azok metaforikusságával.

Kimutathatóvá vált, hogy Gyurcsány Ferenc bejegyzései valamivel metaforikusabbak, mint Orbán Viktoréi. A mennyiségi különbség nem jelentős, annál fontosabbak azonban a minőségi eltérések a kétféle metaforikus nyelvhasználat között. A kormányfő esetében nagyobb az aránya a konvencionális, kevésbé feltűnő metaforáknak (ilyenek az inflexiók szerkezetek, illetve a funkcióigés konstrukciók), valamint az ige köré szerveződő metaforáknál kevésbé jellemző a folyamat nyelvi kidolgozása: kevesebb a metaforizálódó argumentum, nagyobb az elsődleges (általában alanyi) szereplők kidolgozásának aránya, és alacsonyabb a másodlagos (tárgyi vagy körülményszereplő) résztvevőkre kiterjedő metaforikusság. Mindez vélhetően összefüggésben áll

a miniszterelnök politikai kommunikációjának sajátosságaival: közjogi méltóságként olyan ágense a kommunikációs folyamatnak, akinek az érzelemszabályozási folyamatokban is kevesebb tere nyílik személyes és egyéni kreativitás megvalósítására. A metaforahasználat terén Orbán kommunikációja visszafogottabb, következésképpen kevésbé él a metaforikusság nyújtotta érzelemszabályozási lehetőségekkel.

Gyurcsány Ferenc bejegyzéseiben kisebb számban fordulnak elő nagyon konvencionális metaforák, az idiomatikus szerkezetek túlnyomórészt frazeológiai egységek, és az igei folyamatok nyelvi kidolgozottsága nagyobb fokú, azaz gyakoribb a másodlagos figurák metaforizálódása, sőt, az egynél több figura kidolgozása is. Összegezve az annotálás eredményeit megállapíthatjuk, hogy Gyurcsány Ferenc posztjainak metaforikussága a fentiek alapján kreatívabb, ami arra enged következtetni, hogy határozottabban alkalmazza a nyelvi metaforikusságot a befogadók érzelmi bevonására.

Határozottabban, de vajon hatékonyabban is egyúttal?

Az annotált mintából kiválogatott posztok kérdőíves bemutatása egyértelműen kétpólusú érzelmi reagálást váltott ki. A két politikai szereplőtől származó posztok markáns megkülönböztetése a pozitív és a negatív érzelmek alapján természetesen nem következik kizárólagosan sem a posztok metaforikusságából, sem Gyurcsány Ferenc posztjainak kreatívabb metaforahasználatából. Ugyanakkor mivel a korábbi szakirodalom összekapcsolja egyfelől a negatív értékelés és a metaforikusság, másfelől a metaforikus kreativitás és az érzelmi bevonódás dimenzióját, az már mindenképpen figyelmet érdemel, hogy a Gyurcsány-posztok esetében a metaforahasználat fokozódásával kismértékben csökkent a negatív érzelmi telítettség. Ezzel szemben Orbán bejegyzéseinél éppen a leginkább metaforikus szövegrészek bizonyultak kevésbé érzelmetelítettnek. Mindez megerősíti a metaforikus kreativitás és az érzelmi bevonódás kapcsolatát, továbbá e tényezők és a negatív értékítélet összefüggésbe hozását is támogatja. Úgy tűnik tehát, hogy míg a metaforikus kifejezések mennyisége önmagában nem feltétlenül meghatározó az érzelemszabályozás szempontjából, ám a metaforikus nyelvhasználat eredetisége és kidolgozottsága lényeges minősége a nyelvhasználatnak, ha érzelmeket akarunk kiváltani. Azaz minél több olyan metaforát használunk közlésünkben, amelyek nyelvi szinten részletezők és kifejtők, több összetevőre terjednek ki, és a nyelvi rendszert tekintve kevésbé konvencionálisak, annál valószínűbb, hogy érzelmi válaszokat váltunk ki, és emocionálisan is támogatjuk a reprezentált értékítéletünket.

Érdekes végül a kapott eredményeket összefüggésbe hozni az érzelemszabályozás Gross-féle modelljével is (lásd Kiss Balázs és Szabó Gabriella tanulmányát e kötetben). Az figyelhető meg ugyanis, hogy az egyértelműen és erősen érzelmesnek minősített bejegyzések elsősorban a helyzethez és a figyelem irányításához kapcsolódó nyelvi megoldásokat tartalmaznak (például

„*Hajrá, nem olyan lesz [...] de lesz, érveljünk, kiabáljunk, ne!*”). A helyzetválasztásnak és a figyelmi fókusz kialakításának eszközei gyakran kerülnek előtérbe a befogadói válaszokban is. Ezzel összevetve, a metaforikus szerkezetek elsősorban a kognitív változtatás funkcióját valósítják meg: kiemelten a megmagyarázás és az átértékelés funkcióját Gyurcsány Ferenc esetében („*kapitulált, megnyomta a STOP gombot, elaludt, tönkrement körülötte a fél ország, ne építsünk járványgócokat*”), míg a kormányfőnél inkább a felértékelés és az összevetés dominál („*új szakaszba lép, újraindíthatjuk, járványban*”). Emellett a válaszmoduláció szakaszában nyerik még el jelentőségüket a metaforikus kifejezések, leginkább úgy, hogy a metaforákon keresztül nyilvánulnak meg a megnyilatkozó érzelmei. Vagyis a metaforikus nyelvhasználat e tekintetben is szekunder érzelemszabályozó eszköz: nem annyira az érzelmi helyzet megteremtésében, mint inkább stabilizálásában, kibontakoztatásában válik tényezővé. Ám a kérdőív adatai alapján nem elhanyagolható tényező, hiszen magasan tartja az érzelmi intenzitást akár helyzetválasztó megoldások nélkül is (lásd Gyurcsány Ferenc közepesen és erősen metaforikus posztjait).

A kutatás a jövőben elsősorban a vizsgált anyag és a triangulációt biztosító eljárások mentén bővíthető. Meg kell majd vizsgálni, hogy nagyobb mintákban (más politikusok, közszereplők bejegyzéseiben, illetve a közösségi médián kívül) is érvényesülnek-e a most megfigyelt tendenciák. Egy kiterjedtebb, nagy léptékű annotálás révén olyan mennyiségű adatot nyerhetünk, amelyen statisztikai próbák is elvégezhetőek majd. Fontos továbbá a kérdőíves vizsgálat eddigi tanulságai alapján egy újabb kérdőíves adatgyűjtés elvégzése, és a kapott válaszok újabb szisztematikus összevetése az annotálás során nyert eredményekkel.

Az azonban már a kutatás jelenlegi szakaszában is látható, hogy míg a kormányfői kommunikáció vélhetően formális jellegéből, korlátozottabb kommunikációs lehetőségeiből következően nem törekszik a politikai diskurzus figurativitásának megújítására, az ellenzék egyik központi alakja nyelviileg komplexebb metaforizációt valósít meg, amely egyúttal az arra adott érzelmi választ is stabilizálja.

## Felhasznált irodalom

- Averill, James R. (2005): Emotions as Mediators and as Products of Creative Activity. In: James C. Kaufman – John Baer (eds): *Creativity across domains: Faces of the muse*. Mahwah, Erlbaum, 225–243.
- Buechel, Sven – Hahn, Udo (2012): EmoBank: Studying the Impact of Annotation Perspective and Representation Form on Dimensional Emotion Analysis. In: Mirella Lapata – Phil Blunsom – Alexander Koller (eds): *Proceedings of the 15th Conference of the European*

- Chapter of the Association for Computational Linguistics: Volume 2, Short Papers. Valencia, Association for Computational Linguistics, 578–585.
- Citron, Francesca M. M. – Goldberg, Adele E. (2014): Metaphorical Sentences Are More Emotionally Engaging than Their Literal Counterparts. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 26(11): 2585–2595. DOI: 10.1162/jocn\_a\_00654
- Dancygier, Barbara – Sweetser, Eve (2014): *Figurative Language*. Cambridge, Cambridge University Press. DOI: 10.1075/etc.8.2.07rim
- Deignan, Alice (2005): *Metaphor and Corpus Linguistics*. Amsterdam – Philadelphia, John Benjamins. DOI: 10.1075/celcr.6
- Eckart de Castilho, Richard – Mújdricza-Maydt, Éva – Yimam, Seid Muhie – Hartmann, Sylvana – Gurevych, Iryna – Frank, Anette – Biemann, Chris (2016): A web-based tool for the integrated annotation of semantic and syntactic structures. In: Erhard Hinrichs – Marie Hinrichs – Thorsten Trippel (eds): *Proceedings of the LT4DH workshop at COLING 2016*. Osaka, Japan, 76–84. pp.
- Evans, Vyvyan (2019): *Cognitive Linguistics. A Complete Guide*. Edinburgh, Edinburgh University Press.
- Getz, Isaac – Lubart, Todd I. (2000): An emotional-experiential perspective on creative symbolic-metaphorical processes. *Consciousness & Emotion*, 1(2): 283–312. DOI: 10.1075/ce.1.2.06get
- Grady, Joseph E. (2007): Metaphor. In: Dirk Geeraerts and Hubert Cuyckens (eds): *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. Oxford, Oxford University Press, 189–213. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199738632.001.0001
- Hendricks, Rose K. – Demjén, Zsófia – Semino, Elena – Boroditsky, Lera (2018): Emotional Implications for Metaphors: consequences of Metaphor Framing for Mindset about Cancer. *Metaphor & Symbol*, 33(4): 267–279. DOI: 10.1080/10926488.2018.1549835
- Kövecses Zoltán – Benczes Réka (2010): *Kognitív nyelvészet*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Lakoff, George (2006 [1993]): The contemporary theory of metaphor. In: Dirk Geeraerts (ed.): *Cognitive Linguistics: Basic Readings*. Berlin – New York, Mouton de Gruyter, 185–238.
- Lubart, Todd I. – Getz, Isaac (1997): Emotion, Metaphor, and the Creative Process. *Creativity Research Journal*, 10(4): 285–301. DOI: 10.1207/s15326934crj1004\_1
- McEnery, Tony – Hardie, Andrew (2012): *Corpus Linguistics. Method, Theory and Practice*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Moon, Rosamund (1998): *Fixed Expressions and Idioms in English. A Corpus-based Approach*. Oxford, Clarendon Press.
- Pusztai Ferenc (szerk.) (2013): *A magyar nyelv értelmező kéziszótára*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Ribeiro, Barbara – Hartley, Sarah – Nerlich, Brigitte – Jaspal, Rusi (2018): Media coverage of the Zika crisis in Brazil: The construction of a 'war' frame that masked social and gender inequalities. *Social Science & Medicine*, 200, 137–144. DOI: 10.1016/j.socscimed.2018.01.023

- Rohrer, Tim (2007): Embodiment and experientialism. In: Dirk Geeraerts – Hubert Cuyckens (eds): *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. Oxford, Oxford University Press, 25–47.
- Rychlý, Pavel (2008): A Lexicographer-Friendly Association Score. In: Petr Sojka – Horák Alešm (eds): *Proceedings of Recent Advances in Slavonic Natural Language Processing, RAS-LAN 2008*. Brno, Masaryk University, 6–9.
- Semino, Elena (2020): "Not Slodiers but Fire-fighters" – Metaphors and Covid-19. *Health Communication*, 36, 50–58. DOI: 10.1080/10410236.2020.1844989
- Simon Gábor (2018): Hol a helye a metaforának a grammatikában? In: Balázs Géza – Lengyel Klára (szerk.): *Grammatika és oktatás – időszerű kérdések*. Budapest, ELTE BTK Mai Magyar Nyelvi Tanszék – Inter Nonprofit Kft. – MSzT. 85–96.
- Simon Gábor – Bajzát Tímea – Ballagó Júlia – Havasi Zsuzsanna – Roskó Mira – Szlávich Eszter (2019): Metaforaazonosítás magyar nyelvű szövegekben: egy módszer adaptálásról. *Magyar Nyelvőr*, 143(2): 223–247.
- Simon Gábor – Bajzát Tímea Borbála – Ballagó Júlia – Hauber Kitti – Havasi Zsuzsanna – Szlávich Eszter (2020): Az igealak köré szerveződő metaforák szerkezeti sajátosságai. In: Simon Gábor – Tolcsvai Nagy Gábor (szerk.): *Nyelvtan, diskurzus, megismerés*. Budapest, ELTE Eötvös Kiadó. 245–270.
- Simon-Vandenberg, Anne-Marie (2003): Lexical metaphor and interpersonal meaning. In: Anne-Marie Simon-Vandenberg – Miriam Taverniers – Louise J. Ravelli (eds): *Grammatical Metaphor. Views from systemic functional linguistics*. Amsterdam – Philadelphia, John Benjamins, 223–256.
- Steen, Gerard J. – Dorst, Aletta G. – Herrmann, Berenike J. – Kaal, Anna A. – Krennmayr, Tina – Pasma, Trijntje (2010): *A Method for Linguistic Metaphor Identification. From MIP to MIPVU*. Amsterdam – Philadelphia, John Benjamins. DOI: 10.1075/celcr.14
- Tolcsvai Nagy Gábor (2013): *Bevezetés a kognitív nyelvészetbe*. Budapest, Osiris Kiadó.
- van den Berg, Esther – Korfhage, Katharina – Ruppenhofer, Josef – Wiegand, Michael – Markert, Katja (2020): Doctor Who? Framing Through Names and Titles in German. In: Nicoletta Calzolari – Frédéric Béchet – Philippe Blache – Khalid Choukri – Christopher Cieri – Thierry Declerck – Sara Goggi – Hitoshi Isahara – Bente Maegaard – Joseph Mariani – Hélène Mazo – Asuncion Moreno – Jan Odijk – Stelios Piperidis (eds): *Proceedings of the 12th Conference on Language Resources and Evaluation (LREC 2020)*, Paris, ELRA, 4924–4932.
- Wicke, Philipp – Bolognesi, Marianna M. (2020): Framing COVID-19: How we conceptualize and discuss the pandemic on Twitter. *PLoS ONE*, 15(9): 1–24. DOI: 10.1371/journal.pone.0240010
- Williams-Whitney, Diana – Mio, Jeffrey Scott – Whitney, Paul (1992): Metaphor Production in Creative Writing. *Journal of Psychology Research*, 21(6): 497–509.



Szabó Gabriella

## Érzelemszabályozási ajánlatok az online hírportálokon

A fejezet célja a koronavírus-járvánnyal és annak következményeivel kapcsolatos híryanagok elemzése. A vizsgálat az online portálokról származó anyagokra, mégpedig a 2020. március 4-e és december 31-e között megjelent cikkekre, audiovizuális tartalmakra koncentrál. A COVID-19 médiatálalásáról szóló tudományos tudásunk elsősorban külföldi tanulmányokból származik. Idegen nyelvű korpuszokon végrehajtott szentimentelemzések arra engednek következtetni, hogy elsősorban a negativitás – például halál, válság, félelem, szenvedés, nehézségek, károk – dominálja a vírussal, annak hatásaival és járványpolitizálással foglalkozó cikkeket (Aslam et al., 2021; Giri – Maurya, 2021; Hubner, 2021; Krawczyk et al., 2021; Scopelliti et al., 2021; Su et al., 2021). Híján vagyunk azonban olyan szisztematikus vizsgálatnak, ami magyar nyelvű anyagokon az érzelmek széles spektrumán vizsgálja az online hírportálokat, illetve a média érzelmregulációban játszott szerepét.

Az érzelemmenedzsmet-elgondolás a tömegkommunikáció csatornáin bemutatott affektív viszonyulások részletgazdag feltárására ad lehetőséget, amit a kötet bevezetőjében összefoglalt fogalmi és módszertani kerettel összhangban tárgyalok. A legnépszerűbb online portálok érzelemmenedzseri tevékenységét a honlapok tartalmaiban megjelenő érzelemszabályozási ajánlatok tükrében vizsgálom. A verbális közlésekben az érzelmkifejezéseket és érzelemmodulációt tartalmazó elemeket keresem, illetve azok kommunikációs jellegzetességeit tárom fel. Ennek érdekében az alábbi kutatási kérdések megválaszolására törekszem:

*Első kutatási kérdés: **Vannak-e a koronavírus-járvánnyal és annak következményeivel foglalkozó cikkekből érzelmek közlésére (is) támaszkodó kognitív értékelések?***

*Második kutatási kérdés: **Megfigyelhetők-e érzelemmodulációra vonatkozó ajánlatok a koronavírus-járvánnyal és annak következményeivel foglalkozó cikkekből?***

**Harmadik kutatási kérdés:** *Ha igen, akkor mely híroldalak járnak elöl az érzelemszabályozási ajánlatok megtételében?*

**Negyedik kutatási kérdés:** *Mikor és milyen érzelemkifejezések dominálják az érzelemszabályozási ajánlatokat?*

A deskriptív elemzést magyarázó modellekkel egészíttem ki, amiket az ötödik kutatási kérdés orientál, azaz: *Van-e kapcsolat az érzelemszabályozási ajánlatok és a látogatottsági adatok, a portálok kormányhoz való viszonya, illetve a napi járványügyi statisztikák között?* Más szóval tesztelem a híroldalak olvasottságának, tulajdonosi–politikai háttérének, illetve a napi új fertőzöttségi adatok érzelemszabályozási ajánlatokkal történő összefüggését.

A fejezet elméleti, konceptuális és metodológiai alapjait a kötet bevezető írása tárgyalja. Jelen tanulmány a médiakutatás specifikumait mutatja be, vagyis az online tömegkommunikáció 2020-as helyzetét, a médiaminta összeállítását, az elemzés változóinak bemutatását, végül az eredmények ismertetését. A fejezet konklúziója a legfontosabb empirikus megállapításokat foglalja össze.

## **Média mint érzelemmenedzser és a COVID-19**

A média speciális érzelemmenedzser, hiszen egyszerre ad saját jogon érzelemszabályozási ajánlatokat, és közvetíti másokét. Más szóval, a média üzenetközvetítő és politikai kommunikációs aktor. Érzelemmenedzseri sajátosságait jelentősen befolyásolja ez a jellegzetesség. Rögtön három kérdés is adódik: milyen érzelmekre vonatkoznak az ajánlatok, miért pont azok az érzelmek jelennek meg, és milyen hatással vannak a média érzelemszabályozási kísérletei.

## **Érzelemkifejezések**

A média hamar felfigyelt az érzelmi aspektusok fontosságára. Tartalomelemzések és nyelvi analízisek sora erősíti meg, hogy a járvány első és második hullámaiban a hírmédiában leginkább az ijedelemre, pánikra, aggodalomra és bánatra utaló szókészlettel tárgyalták a legújabb fejleményeket (Giri – Maurya, 2021; Hubner, 2021; Krawczyk et al., 2021; Scopelliti et al., 2021; Su et al., 2021).

A leggazdagabb adatfelvétellel alighanem Aslam és munkatársai (Aslam et al., 2020) dolgoztak, akik a teljes angol nyelvű sajtó címlapjait vizsgálva a vezető hírek több mint 80 százalékában találtak érzelmi utalásokat. Ezek túlnyomó többsége negatív volt. Számítógépes nyelvészeti módszerrel

előállított adatok szerint a hírekben elsősorban a félelemre, az előre tekintésre, a szomorúságra és a haragra vonatkozó kifejezések domináltak. Mindezek együttesen a teljes minta körülbelül 61 százalékát fedik le. Ugyanakkor a cikkek közel egyharmada idézi a bizalom és a meglepetség érzelmét. Érdekes és egyben problémás azonban a szerzők valencia- és értelemazonosítási eljárása. Az alkalmazott módszer szerint a „járvány”, a „kitörés”, a „válság” és a „halál” szavak negatív valenciaértéket kaptak, ami érthető. Kérdéses azonban a „rendőrség”, a „küzdelem”, a „kormány”, és a „kórház” szavak negativitása, kifejezetten problémás pedig a politikusok, például „Donald Trump” és „Boris Johnson” neveinek negatív valenciája. Pozitív valenciaértéket kapott a „gyógyulás”, a „feloldás”, az „anya”, a „gyerekek” és az „étkezés” kifejezések. Utóbbiakat nehéz indokolni. Hasonlóképpen kérdéseket vet fel a kifejezések és az érzelmek összekapcsolása: a „halál” kifejezést hol a szomorúság, hol a meglepetség érzelmeként számolták. Míg a bizalom kiváltását tételezték a „világkereskedelem”, „egészségügy” és a „bivatalos” szavak használatakor (Aslam et al., 2020: 5). Az érzelmi dinamika alapján Aslam és munkatársai megállapították, hogy a járvány első két szakaszában – 2020 januárja és júniusa között – végig a negatív valenciaértékű kifejezések domináltak, bár a vizsgált időszak közepén megszorodtak a pozitív értékkel rendelkező megszólalások. Míg a szentimentelemzés során a nyár eleji időszakban ismét növekedett a negativitás.

Média alatt ma már nem csupán a hagyományos tömegkommunikáció csatornáit értjük, ezért érdemes rápillantani azokra az elemzésekre, amelyek a közösségi hálón megjelenő tartalmak érzelmi vonatkozásait vizsgálják. Egy újabb sokszerzős tanulmány Ausztráliára fókuszálva a történészek négy szakaszát különbözteti el: globális járvány deklaráció előtti időszak, kijárási korlátozások első hetei, lazítás, majd újabb kijárási korlátozások (Adikari et al., 2021). A kutatás tehát számol azzal, hogy a járvány új helyzeteket hoz, ami hatással van a tömegek által kommunikált érzelmi viszonyulásokra. Adikari és munkatársainak értelemelemzése szerint a prepandémiás szakaszban leginkább a szomorúság és a félelem voltak a legintenzívebben kifejezett érzelmi válaszok. A pandémia bejelentési szakaszában is ugyanez a két reakció dominált, amihez a pánik gesztusai kapcsolódtak. Egyre több bejegyzés született a felhalmozó vásárlásokról vagy a fertőzéstől való aggodalom miatti extrém önelteléről. Az érzelmek tehát egyre intenzívebbek lettek a második lezárási szakaszig bezárólag.

Az időbeli elemzés kimutatta, hogy a kezdeti időszakban megjelenő félelem és szomorúság kifejezéseit felváltotta a harag és az undor, elsősorban a biztonsági intézkedések, azok megsértése vagy egyéb járványügyi változások miatt. Az időszakok során változó érzelmi reakciókat és affektív viszonyulást jól tükröznek az akkor terjedő szóújítások, mint például a koronaszorongás („*coron-anxiety*”), koronageddon („*coronageddon*”), kovidióta („*covidiot*”). Az elemzés pozitív értelemkifejezéseket is észlelt. A tanulmány megállapította, hogy az örömről utaló szavak megsűrűsödtek az enyhülés korlátozási szakaszában, legkevésbé pedig a második lezárási szakaszban fordultak elő. A kutatás szerint az adatfelvétel vége felé az érzelmi megnyilvánulások csökkentek. Mindezt valamifajta fásultsággal magyarázták a szerzők.

## Hatások

A média érzelmes tálalásának következményei kapcsán elsősorban az egyénre gyakorolt hatásokat vizsgálják. Giri és Maurya (2021) megállapítása szerint a negatív érzelmi töltetű hírek jelentősen csökkentették a pozitív érzelmeket és az egyén érzelmi ellenálló képességét. Míg a pozitív hírek jelentősen csökkentették a negatív érzelmeket, és növelték a rezilienciát. A szerzők azt sugallják, hogy a tömegmédia erősen befolyásolja az egyén érzelmeit, az ellenálló képességre való hajlamát. A tanulmány éppen ezért rendkívül kritikus a médiával, firtatja a tömegtájékoztató felelősségét, és sürgeti a szükséges változásokat a pandémiás hírek és hasonlóan bizonytalan helyzetek ismeretében, az emberek érzelmeinek stabilitása és pszichológiai ellenálló képességének növelése érdekében. Nagyon hasonló összefüggésről számolt be egy kínai és egy amerikai esettanulmány. A COVID-19-ről szóló híreket nagy mennyiségben fogyasztók általában magasabb szorongásról és alacsonyabb elégedettségről számoltak be (Stainback et al., 2020; Yang et al., 2020: 10). Egyéb hatásokra vonatkozóan kevés ismeretünk van. Nem tudjuk, hogy az érzelemszabályozási ajánlatok miként hatnak a kommunikáció egyéb szereplőinek, például a politikusok vagy újságírók megnyilvánulásaira. Nincs adatunk továbbá a médiában megfigyelhető érzelemszabályozások és az általános érzelmkifejezési szokások változásai közötti összefüggésekkel kapcsolatban sem.

## Okok

A médiában megjelenő érzelmi tálalások okairól egyelőre leginkább spekulációk láttak napvilágot. Az egyik lehetséges magyarázat az újságírók mentális–pszichés állapotát emlegeti: a COVID-19 az újságírók, szerkesztők, riporterek idegrendszerére és lelkiállapotára is hatással volt. Felindultságuk, féltreírások, csalódottságuk, örömteli jövőbe tekintésük és bármilyen egyéb szubjektív viszonyulásaik így magától értetődően megjelentek tudósításaikban, önkéntelenül is hatással voltak szókészletükre, az általuk választott vizuális elemekre.<sup>1</sup>

Más interpretáció szerint elsősorban a kattintásvadászat áll az érzelmkifejező tartalmak háttérében (Almazán-Ruiz – Orrequia-Barea, 2021). Az olvasó figyelméért való küzdelemben az online portálok előszeretettel alkalmazzák a kíváncsiságot ébresztő címadást. A *clickbait* eszköztára ugyan változatos, de tipikus megjelenési formája a folyamatos érzelmi impulzusok futtatása figyelemfelkeltő címadással (Molek-Kozakowska, 2013). Már évekkal a koronavírus felbukkanása előtt megírták, hogy az internetes média üzleti modelljének kulcsa a weboldaluk látogatottsági száma (Bazaco et al., 2019). A kattintások határozzák meg a reklámbevételeik volumenét, a cég értékét, bevételeit és végső soron az ott dolgozók fizetését. Tekintettel erre

<sup>1</sup> COVID-19 is hurting journalists' mental health. News outlets should help them now. *Reuter Institute*, 17 July 2020. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/covid-19-hurting-journalists-mental-health-news-outlets-should-help-them-now>

a körülményre, az online média fennmaradása szempontjából a kattintások vonzása a legfontosabb feladat (Chen et al., 2015; Wiard, 2019). A piaci viszonyok az online kommunikáció és hírterjesztés útjaira és tartalmára egyaránt hatással vannak: egyre nő azon olvasók száma, akik a közösségi oldalakon keresztül jutnak el az egyes politikai–közéleti hírekhez, és csökken azoké, akik rutinszerűen követik a médiaportál teljes hírkínálatát. Az újságírók tehát egyre inkább a Facebookon jól terjeszthető tartalmak gyártásába fogtak, és azt is tudják, hogy a közösségi platformokon többnyire a hírmédia többi tartalmától elválasztott egyedi cikkek keringenek (Bebic – Volarević, 2016).

A médiában dolgozó érzelmenedzsernek két dologban kell megnyerni az internetezőket: kattintson a hírre, illetve ossza meg azt Facebookon vagy bármilyen közösségimédia-felületen. Honnan tudják az újságírók, hogy milyen tartalmak lesznek népszerűek? Ebben az új analitikai szoftvereszközök segítenek, amik lehetővé teszik a legolvasottabb vagy éppen virálissá váló híryanagok azonosítását (Rodríguez, 2013: 169). Jelenleg erősen él a meggyőződés, hogy a vizuális és érzelmetöltött tartalmak a legsikeresebbek, ezért a prepandémiás idők tudásával felvértezve várható az affektivitás erőteljes megjelenítése.<sup>2</sup>

A piaci viszonyok hatása mellett azonban a politikai beágyazottság is befolyásolhatja az online média tartalomgyártási szokásait. A kormánypárti outletek nagyobb valószínűséggel veszik át, hangsúlyozzák fel a kormánynak kedvező érzelmi állapotokat propagáló ajánlatokat. Míg a kritikusok valószínűleg igyekeznek ellentartani a kormánypárti megszólalásokban hallható érzelmeknek. A politikai színezet is magyarázhatja az online médiában megjelenő érzelemszabályozási ajánlatokat.

## 2020, a hírfogyasztás trendfordulója Magyarországon

A magyar médiafogyasztási felmérések szerint a járvány két fontos hozadéka a hírehség növekedése és az online világ térnyerése volt. A Mérték Médiaelemző Műhely és a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság mérései egybehangzóan állítják: a korábban mérsékelt politikai érdeklődéssel jellemezhető televízióshírműsor-központú médiafogyasztás megváltozott. 2020-ban megnőtt a betegséggel, a fertőzésekkel kapcsolatos intézkedésekkel, mindezek politikai–gazdasági következményeivel foglalkozó hírek iránti kereslet, aminek nyertesei az internetes hírportálok és a közösségi média lettek. Egyre többen követik az online médiát, ahol politikai–közéleti, szórakoztató és életvezetési tartalom egyaránt megtalálható. Olyannyira, hogy a teljes magyar népességet vizsgálva a politikai–közéleti tájékozódás legfontosabb forrása immár legalább annyira az internetes sajtó,

<sup>2</sup> Clickbait is dead. How emotion-bait drives virality on social media., [www.newswhip.com](http://www.newswhip.com), 2017. június 29.

mint a televízió.<sup>3</sup> A portálok közönségelérése a napilapok, hetilapok, rádiók befolyási körét már jócskán meghaladta. Bizonyosan állítható, hogy az online portálok politikai kommunikációs szempontból megkerülhetetlenek. Egyrészt milliós olvasottságuk miatt, másrészt pedig azért, mert tartalomgyártási sebességük okán más médiumok referenciapontjává válnak.

Figyelembe kell azonban venni, hogy az internetes média piaca napjainkban rendkívül heterogén. Rengeteg website kínál híreket, információkat, szöveges és képi anyagokat, eredeti és másodközlött tartalmakat. Némelyikben több tucat főállású, képzett újságíró dolgozik, másutt alig van személyzet. Vannak olyan hírportálok, amelyek mögött önálló cég áll, mások kiadói konglomerátum részeként működnek, megint mások pártokhoz vagy pártokhoz kapcsolódó érdekcsoportokhoz kötődnek. Egyes honlapok naponta körülbelül egymillió olvasót (*real user*) vonzanak, mások pár tízezret, a többséget pedig nem is auditálják. Számít még a kormányhoz és a Fideszhez fűződő viszony: a híroldalak derékhadá kritikus a Fidesz, illetve az Orbán-kormány tevékenységét illetően, míg van egy olyan kör, amelyik nyíltan támogatja a kormányzati szándékokat. Utóbbiak főként a Közép-Európai Sajtó és Média Alapítvány (röviden a KESMA) tulajdonában állnak, de a KESMA-n kívül, mégis kormányzimpatizánsként emlegetett pestisracok.hu és a tv2.hu is a kormánypárti médiacsoport kötelékében működik.

## Médiaminta

A kutatás előkészítő szakaszában a fent bemutatott fragmentált médiapiac mintáját kellett kialakítani. A mintavétel során két elvet követtem: elérés és eredetiség. Az elérés elvét a Digitális Közönségmérés Tanács nyilvánosan elérhető adataira támaszkodva érvényesítettem. Az úgynevezett „valós felhasználószámokat” (*real user*)<sup>4</sup> figyelembe véve a száz legnépszerűbb portál listájáról kiválasztottam a saját politikai–közéleti szöveges tartalmakat (is) közlő portálokat. Utóbbi szolgálja az eredetiség elvét.

A médiaminta forrásainak meghatározása után következett a korpusz összeállítása. A SentiOne online és közösségimédia-figyelő szoftver segítségével „COVID-19”, „koronavírus” és „járvány” kulcsszavakkal 2020. március 4. és december 31. közötti napokra. A keresés alapján 183 264 cikk került az adatbázisba, amit rétegzett mintavétellel, azaz minden portál összes megjelent cikkének 5 százalékát véletlenszerűen kiválasztva hoztam létre a médiamintát. A kétlépcsős eljárás után 9172 cikk alkotta a kutatás médiamintáját, aminek alapadatait az 1. táblázat foglalja össze.

<sup>3</sup> Megfertőzött médiarendszer – A politikai tájékozódás forrásai Magyarországon 2020. Forrás: <https://mertek.eu/2020/11/17/megfertozott-mediarendszer-a-politikai-tajekozodas-forrasai-magyarorszagon-2020/>; A médiatartalom-fogyasztók jelzései és a médiatartalom piac helyzete 2019-ben és 2020. I. félévében. Forrás: [https://nmhh.hu/cikk/215360/A\\_mediatartalomfogyasztok\\_jelzesei\\_es\\_a\\_mediatartalom\\_piac\\_helyzete\\_2019ben\\_es\\_2020\\_I\\_feleveben](https://nmhh.hu/cikk/215360/A_mediatartalomfogyasztok_jelzesei_es_a_mediatartalom_piac_helyzete_2019ben_es_2020_I_feleveben)

<sup>4</sup> A digitális közönségmérés kalkulált mutatója. Kalkulációjánál kiszűrjük a 15 évesnél fiatalabb és/vagy több eszköztől is webet használó felhasználók miatti többszörös mérést.

**1. táblázat.** A médiaminta alapadatai

Portál neve	Rétegzett minta (5%) összes cikke (db)
<i>24.hu</i>	641
<i>index.hu</i>	716
<i>origo.hu</i>	780
<i>blikk.hu</i>	545
<i>portfolio.hu</i>	850
<i>borsonline.hu</i>	342
<i>hvg.hu</i>	555
<i>444.hu</i>	383
<i>ripost.hu</i>	356
<i>atv.hu</i>	499
<i>infostart.hu</i>	548
<i>indirekt.hu</i>	68
<i>metropol.hu</i>	20
<i>nyugat.hu</i>	140
<i>tv2.hu</i>	19
<i>szon.hu</i>	485
<i>nepszava.hu</i>	275
<i>magyarnemzet.hu</i>	776
<i>pestisracok.hu</i>	451
<i>vaol.hu</i>	723

## Változók

Az elemzés alapegysége a cikk. Független változók a Warren D. TenHouten klasszifikációja alapján definiált érzelmkifejezések és a grossi értelemben vett érzelmoduláció. Független változók az elérést mutató közönségelérési adatok, a kormányhoz való viszony, a napi új fertőzési adatok és a cikkek megjelentésének dátumai. A Digitális Közönségmérési Tanács adatai alapján olvasottsági sorrendet állítottam fel a portálok között, a legmagasabb közönségeléssel rendelkező *24.hu*<sup>5</sup> 1-es, a listán legalacsonyabb *vaol.hu*<sup>6</sup> 20-as értéket kapott. A honlapok politikai

<sup>5</sup> RU adat: 2020. március 4-én 1 021 535 fő, 2020. november 10-én 1 025 576 fő.

<sup>6</sup> RU adat: 2020. március 4-én 63 997 fő, 2020. november 10-én 64 396 fő.

színezetét nem könnyű megállapítani, ezért egyszerű meghatározást alkalmaztam: kiválasztottam a KESMA-tulajdonosi háttérrel rendelkező internetes lapokat, és a *pestisracok.hu*-val, illetve a *tv2.hu*-val kiegészítve elkészítettem a kormányzimpatizáns híroldalak címkéjét. A napi új fertőzöttségi adatok pedig a járvány terjedésének és visszaszorulásának érzelemszabályozásra gyakorolt hatását kívánják feltárni. Részletek a 2. táblázatban olvashatók.

**2. táblázat.** Az elemzés változói

<b>Függő változók</b>	Érték: 1 – igen, 0 – nem
elfogadás	1/0
alárendelődés	1/0
irtózás	1/0
morbidság	1/0
lenézés	1/0
jókedv	1/0
büszkeség	1/0
örömteli jövőbe tekintés	1/0
bűntudat	1/0
erőtlenység	1/0
bánat	1/0
szégyen	1/0
csalódottság	1/0
borúlátó jövőbe tekintés	1/0
harag	1/0
felháborodottság	1/0
aggodalom	1/0
meglepettség	1/0
érzelemmodifikáció	1/0



Független változók

Portál neve	Elérés: 1 – legnagyobb, 20 – legkisebb *	Kormányzimpatizáns (KESMA + <i>pestisracok.hu</i> , <i>tv2.hu</i> ) 0 – nem, 1 – igen**	Napi új fertőzési adatok havi összesítése***
<i>24.hu</i>	1	0	március 492
<i>index.hu</i>	2	0	
<i>origo.hu</i>	3	1	április 2 283
<i>blikk.hu</i>	4	0	
<i>portfolio.hu</i>	5	0	
<i>borsonline.hu</i>	6	1	május 1 101
<i>hvg.hu</i>	7	0	
<i>444.hu</i>	8	0	június 279
<i>ripost.hu</i>	9	1	
<i>atv.hu</i>	10	0	július 350
<i>infostart.hu</i>	11	0	
<i>indirekt.hu</i>	12	0	augusztus 1 634
<i>metropol.hu</i>	13	1	
<i>nyugat.hu</i>	14	0	szeptem- ber 20 277
<i>tv2.hu</i>	15	1	
<i>szon.hu</i>	16	1	október 44 997
<i>nepszava.hu</i>	17	0	
<i>magyarnemzet.hu</i>	18	1	november 140 801
<i>pestisracok.hu</i>	19	1	
<i>vaol.hu</i>	20	1	december 105 392

\* Forrás: <https://e-public.gemius.com/hu/rankings/280>

\*\* Forrás: <https://atlo.team/igy-nez-ki-a-kormanyparti-hirmedia/>

\*\*\* Az adatok a koronavirus.gov.hu oldalról származnak, a napi gyűjtést és ellenőrzést Szabó Andrea végezte.

## Érzelemszabályozási ajánlatok

Kézi kódolás eredményeképpen 1951 cikkben fordult elő érzelmek közlésére támaszkodó kognitív értékelés és érzelmodulációs ajánlat. Ez a minta 21 százalékát jelenti, vagyis minden ötödik cikk beszámol mások vagy az újságíró koronavírushoz vagy annak következményeihez történő affektív viszonyulásáról (3. táblázat).

**3. táblázat:** Érzelemszabályozási ajánlatok az online portálokon

Online portálok	Érzelemszabályozási ajánlatok		Összes	Minta (cikkek száma)
	<i>csak érzelmek közlésére támaszkodó kognitív értékelések érzelemmoduláció nélkül (előfordulás – db)</i>	<i>érzelemmoduláció (előfordulás – db)</i>		
<i>24.hu</i>	95	127	222	641
<i>index.hu</i>	90	57	147	716
<i>origo.hu</i>	124	6	130	780
<i>blikk.hu</i>	126	9	135	545
<i>portfolio.hu</i>	82	0	82	850
<i>borsonline.hu</i>	87	28	115	342
<i>hvg.hu</i>	92	30	122	555
<i>444.hu</i>	31	92	123	383
<i>ripost.hu</i>	7	88	95	356
<i>atv.hu</i>	124	4	128	499
<i>tv2.hu</i>	0	0	0	19
<i>metropol.hu</i>	0	5	5	20
<i>infostart.hu</i>	43	0	43	548
<i>indirekt.hu</i>	10	45	55	68
<i>nyugat.hu</i>	31	43	74	140
<i>magyarnemzet.hu</i>	194	2	196	776
<i>pestisracok.hu</i>	107	3	110	451
<i>nepszava.hu</i>	70	25	95	275
<i>szon.hu</i>	39	0	39	485
<i>vaol.hu</i>	2	0	2	724

Az első két kutatási kérdésre tehát egyértelműen igen a felelet: a hírportálok élnek az érzelmek közlésére támaszkodó kognitív értékelésekre és érzelmi válaszmodulációra épülő szabályozási ajánlatok megtételével.

### **Mely híroldalak törekszenek leginkább az érzelmek szabályozását célzó kommunikációra?**

A harmadik kutatási kérdésre adandó választ az online portálok közül élen járó érzemenedzserek felsorolásával kezdem. A legtöbb érzelmi referencia a *24.hu*, a *magyarnemzet.hu*, az *index.hu*, az *origo.hu* és a *blikk.hu* oldalán jelent meg, például:

„Amikor hirtelen belekerültünk ebbe az új helyzetbe, akkor volt pár nap, amíg szorongtam.”<sup>7</sup>

„A szakemberek figyelmeztetnek [...] a veszély még nem szűnt meg.”<sup>8</sup>

„Örömteli hír érkezett az oltóanyaggal kapcsolatban.”<sup>9</sup>

A legkevesebbre pedig a *tv2.hu*, a *metropol.hu*, a *nepszava.hu*, a *vaol.hu* tartalmaiban bukkantam. A számosság mellett érdemes figyelni az arányosságra is: az érzemeltéttség legmagasabb aránya az *indirekt.hu*, a *borsonline.hu* és a *24.hu* portálokon volt. Előbbinél a mintába bekerült cikkek közel fele, utóbbinál minden harmadik cikk megjelenített valamiféle érzelmet. Legalacsonyabb arány a *portfolio.hu*-n mutatkozott: itt a minta kevesebb mint 10 százalékában vannak érzelmi ajánlatok.

Az érzemmodulációra fókuszálva az adatok némileg eltérő képet mutatnak. Az érzemmodulációs ajánlatokat tartalmazó cikkek közel 38 százalékában (736 cikk) az online portálok affektív átkeretezést is előterjesztenek. A legtöbb érzelmi átkeretezés a *24.hu*, a *444.hu* és a *ripost.hu* oldalain jelent meg. Az érzemmoduláció megjelenésére példa:

„A szakértők óvatos optimizmusra intenek.”<sup>10</sup>

„Nálunk egyelőre még kisebb a baj, de a szakemberek folyamatosan figyelmeztetnek: legyünk óvatosak!”<sup>11</sup>

<sup>7</sup> Művészkarantén: A fiúk a nappaliban őrjögve lőnek kapura, ilyenkor szeretnék bevenni egy nyugtatót. *24.hu*, 2020. április 6.

<sup>8</sup> Orbán Viktor meghívta a Nemzeti Kulturális Tanácsot a Karmelita kolostorba. *origo.hu*, 2020. május 23.

<sup>9</sup> Az operatív törzs szombati tájékoztatójának bejelentései. *blikk.hu*, 2020. május 22.

<sup>10</sup> A magyarok nem hisznek a járvány utáni jobb világban, de bíznak benne, hogy legalább visszatér a normalitás. *444.hu*, 2020. december 28.

<sup>11</sup> A figyelmeztetlen emberek miatt terjed a koronavírus. *ripost.hu*, 2020. március 12.

„A pánik elkerülésére [...] a pszichiáter azt tanácsolja, addig se »üljünk fel a pletykavonatra«, koncentráljunk arra, hogy a környezetünkben mindenki egészséges, éljük az életünket a megszokott rendben, mossunk gyakrabban kezet, és ne diszkrimináljuk azt, aki köhög, vagy tüsszög, elég, ha messzebb kerülünk tőle.”<sup>12</sup>

Két portál, amelyik sokat foglalkozott a koronavírus-járvánnyal, igencsak eltérő mintát mutatott: a *24.hu*, ami minden tekintetben kiemelkedő teljesítményt nyújtott az érzelemszabályozási ajánlatok megtételében, míg a *vaol.hu* hanyagolta az affektivitást. A koronavírus-járvánnyal kapcsolatban kifejezetten keveset cikkezett a *metropol.hu* és a *tv2.hu*, a portálokon érzelemszabályozásnak minimális nyoma van. Nem úgy, mint az *indirekt.hu* oldalán, ahol szintén nem nagyszámú a minta (68 cikk), ám azok 80 százalékában (55 cikk) érzelmekre reflektáló kommunikációs gesztusokat tartalmazott.

### ***Mikor és milyen érzelmkifejezések dominálják az érzelemszabályozási ajánlatokat?***

Az adatok arra engednek következtetni, hogy az internetes portálokon fellelhető érzelemszabályozási ajánlatok elsősorban az érzelmek közlésére támaszkodó kognitív értékelésre utaló nyelvi fordulatokra támaszkodnak. Érdeemes tehát megválaszolni a negyedik kutatási kérdést, vagyis a megjelenített érzelmek típusait tárgyalni. A TenHouten-féle klasszifikációt alkalmazó tartalom-elemzés változatos érzelmi tájképet mutatott, de azért a domináns érzelmi válaszokat is felfedte, ezek a meglepettség (1137 említés), a felháborodás (543 említés), az aggodalom (497 említés) és a csalódottság (412 említés) állapotát kifejező reakciók.

Az online sajtó leginkább a koronavírus váratlanságát, egészségügyi és egyéb következményeinek súlyossága feletti meglepettséget hangsúlyozta.

„A koronavírus váratlan szövődménye: vannak betegek, akik egyáltalán nem emlékeznek dolgokra.”<sup>13</sup>

„Meglepő! [...] Szinte hihetetlen, hogy ilyesmi megtörténhetett, pedig igaz: lenyelte a koronavírusesztet egy férfi.”<sup>14</sup>

„Koronavírus: meghökkentő ábrán a magyar halálozási adat.”<sup>15</sup>

<sup>12</sup> A pszichiáter tanácsa koronavírus ellen: ne ülünk fel a pletykavonatra! *hvg.hu*, 2020. március 5.

<sup>13</sup> A koronavírus váratlan szövődménye: vannak betegek, akik egyáltalán nem emlékeznek dolgokra. *hvg.hu*, 2020. október 22.

<sup>14</sup> Szinte hihetetlen, hogy ilyesmi megtörténhetett, pedig igaz. *ripost.hu*, 2020. szeptember 11.

<sup>15</sup> Koronavírus: meghökkentő ábrán a magyar halálozási adat. *portfolio.hu*, 2020. május 20.

A felháborodottság elősorban a járvány kezelésével, a kormányzati és egyéb politikai válaszok kapcsán jelent meg, de az állampolgárok viselkedéséről szóló cikkek egy részében is felbukkan az erős érzelmi felindultság kommunikálása:

„Szerinte az is felháborító, hogy a technikai dolgozókat – mint a portás, karbantartó, takarító – nem tesztelik, holott ők is ugyanúgy bevihetik a vírust az iskolába.”<sup>16</sup>

„A DK szerint nevétséges és felháborító a 19 500 forintos koronavírusteszt.”<sup>17</sup>

„A pofátlanság netovábbja: A koronavírusra hivatkozva verik át a népet Ördög Nóra nevében.”<sup>18</sup>

Az aggodalom a betegség és annak hatásai miatti félelem és szorongás megnyilvánulásait jelentette, a csalódottság pedig az elmaradó életesemények – például ballagás, nyaralás, szabadidő töltés stb. –, illetve a késlekedő támogatások, rossz helyzetfelismerés, téves lépések miatt fogalmazódott meg. Előbbire példa:

„Az új típusú koronavírus megjelenése óta a szorongásos kórképek váltak gyakoribbá.”<sup>19</sup>

Míg a csalódottság megjelenítését láthatjuk az alábbi idézetekben:

„Nem is csoda, hogy csalódott, hiszen Fanni unokája most érettségizett, s szerettek volna összegyűlni, hogy megünnepeljék a ballagást.”<sup>20</sup>

„Pumped Gabo borzasztóan csalódott a kormány legújabb döntései miatt.”<sup>21</sup>

Jelentős volt még az alárendelőds (392 említés):

„Vannak helyzetek, amikor meg kell bízni a döntéshozókban, és engedelmeskedni kell – vélekedett.”<sup>22</sup>

<sup>16</sup> Nem minden tanár kért koronavírus-tesztet. *nepszava.hu*, 2020. november 23.

<sup>17</sup> A DK szerint nevétséges és felháborító a 19 500 forintos koronavírusteszt. *24.hu*, 2020. szeptember 16.

<sup>18</sup> A pofátlanság netovábbja: A koronavírusra hivatkozva verik át a népet Ördög Nóra nevében. *ripost.hu*, 2020. november 11.

<sup>19</sup> A járvány komoly belső konfliktust okoz a főorvos szerint. *magyarnemzet.hu*, 2020. november 19.

<sup>20</sup> Rettenetes indulatok dúlnak Németh Lajosban, és most kimondta, mi az, ami nagyon fáj neki. *blikk.hu*, 2020. május 13.

<sup>21</sup> Pumped Gabónál betelt a pohár: „Viktor elárult minket, ez az utolsó mellezésünk”. *blikk.hu*, 2020. november 9.

<sup>22</sup> Csányi Vilmos: Ha ellenállunk, sokkal több áldozat lett volna. *bug.hu*, 2020. június 24.

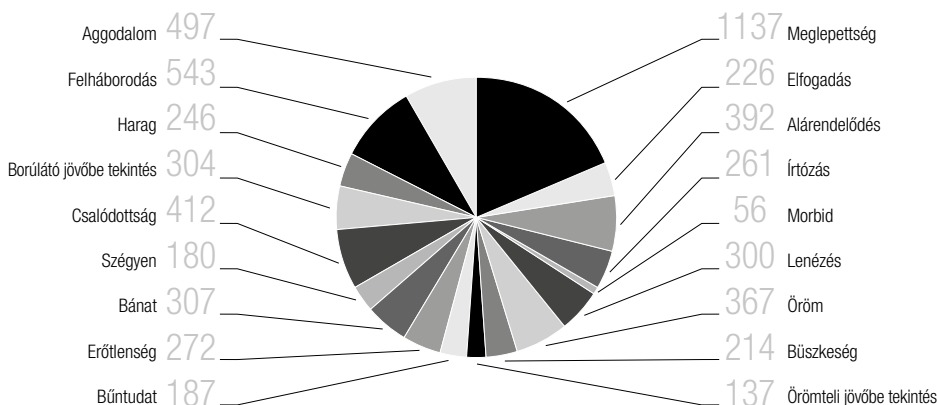
Kimutatható volt az öröm (365 említés):

„Az emberek pedig jöttek-mentek, nyaraltak, buliztak, és már csak kedélyes beszélgetésekben fordult elő a koronavírus.”<sup>23</sup>

Valamelyest a bánat (307 említés) is megjelent:

„Újabb szomorú rekord: 156 halálos áldozatot követelt a koronavírus.”<sup>24</sup>

A vizsgált időszakban legkevesebb jelét a morbiditás (56 említés), az örömteli jövőbe tekintés (137 említés), a szégyen (180 említés) és a büntudat (187 említés) megnyilvánulásainak látjuk (1. ábra).



1. ábra. Érzelmekre alapuló értékelések az online portálok cikkeiben a koronavírus-járvány első két hullámában

Noha az érzelmoduláció, tehát bizonyos érzületekről történő lebeszélés (273 említés) és/vagy másokra rábeszélés (291 említés) ritkábban valósult meg, mégis érdemes szót ejteni az eredményekről. Az adatfelvétel szerint az érzelmoduláció tárgya mindkét esetben az örömteli jövőbe tekintés és az aggodalom volt. Ez a kettő szerepelt a legtöbbször, amikor a portálok valamely érzelmi választól eltéríteni vagy éppen ellenkezőleg: egy érzület felé kívánták irányítani az olvasót. Az örömteli jövőbe tekintést (55 említés) és a félelmet (39 említés) tompító érzelmszabályozási ajánlatokra példák:

„Mérsékelt az optimizmus [...] Korai még ünnepelni a Pfizer-vakcináját.”<sup>25</sup>

<sup>23</sup> Második hullám. *magyarnemzet.hu*, 2020. szeptember 28.

<sup>24</sup> Újabb szomorú rekord: 156 halálos áldozatot követelt a koronavírus. *index.hu*, 2020. november 29.

<sup>25</sup> Korai még ünnepelni a Pfizer-vakcináját. *24.hu*, 2020. november 13.

„Nem kell félni. [...] Pánikra nincs ok, de a koronavírus új mutációja még okozhat gondokat.”<sup>26</sup>

„Nyugalom, gyerekek, a Mikulást nem érinti a kijárási tilalom!”<sup>27</sup>

Az aggodalomra (111 említés) és örömteli jövőbe tekintésre buzdító ajánlat (50 említés) megjelenését legjobban az *origo.hu* és a *portfolio.hu* oldalakról származó idézetek mutatják:

„Ez lehet a koronavírus legelső tünete – Légy óvatos, ha magadon tapasztalod!”<sup>28</sup>

„Bizakodhatunk: nem gyorsult a koronavírus járvány terjedése Magyarországon”<sup>29</sup>

Kisebb számban, de megfigyelhető volt a szégyen érzésére történő felszólítás vagy annak bemutatása (41 említés). A *pestisracok.hu* így idézi Menczer Tamás államtitkár Facebook-bejegyzését, amiben Varga Zoltán (DK) országgyűlési képviselővel vitatkozik:

„És Ön akar bárkit is számon kérni, pláne azt a főorvost, aki éjjel-nappal azért dolgozik, hogy ezt a helyzetet kezelje? [...] És Ön pedig szégyellje magát azért, amit csinált!”<sup>30</sup>

A COVID-19-vírussal, a pandémiával és politikai–gazdasági–társadalmi hatásaival foglalkozó cikkekben sűrűn találoztunk olyan megszólalásokkal, amelyek a helyzet veszélyességét, a fenyegetettséget hangsúlyozva óvatosságra, körültekintésre intik a közönséget. Ennek egyik példáját az *indirekt.hu*-n olvashatjuk:

„A virológus szerint nem nyugodhatunk meg. [...] Önmérsékletet és óvatosságot javaslok mindenkinek.”<sup>31</sup>

Másik jellegzetes megnyilvánulás a túlzott félelem, a szorongás, de legfőképpen a pánikra utaló érzelmi válaszok csillapítása, ekképpen:

„Pánikra nincs ok, de a koronavírus új mutációja még okozhat gondokat.”<sup>32</sup>

<sup>26</sup> Pánikra nincs ok, de a koronavírus új mutációja még okozhat gondokat. *hvg.hu*, 2020. december 21.

<sup>27</sup> Nyugalom, gyerekek, a Mikulást nem érinti a kijárási tilalom! *magyarnemzet.hu*, 2020. november 14.

<sup>28</sup> Légy óvatos, ha magadon tapasztalod!. *origo.hu*, 2020. október 27.

<sup>29</sup> Bizakodhatunk: nem gyorsult a koronavírus járvány terjedése Magyarországon. *portfolio.hu*, 2020. március 31.

<sup>30</sup> Menczer kiakadt a Müller Cecíliát ért kritikán: „Ez még egy gyurcsányistától is fölháborító” (Videó). *pestisracok.hu*, 2020. április 29.

<sup>31</sup> A virológus szerint nem nyugodhatunk meg. *indirekt.hu*, 2020. június 19.

<sup>32</sup> Pánikra nincs ok, de a koronavírus új mutációja még okozhat gondokat. *hvg.hu*, 2020. december 21.

„Nyugalom, gyerekek, a Mikulást nem érinti a kijárási tilalom!”<sup>33</sup>

Az online hírportálok a COVID-19-járványhoz kapcsolódó lehetséges affektív viszonyulások közül a bénító és aktivizáló érzelmeket egyaránt megmutatták. Előbbihez sorolható a meglepettség, az aggodalom, a csalódottság, az alárendelődés és a bánat, utóbbihoz pedig a felháborodás, az öröm és az örömteli jövőbe tekintés. A harag – ami a felháborodottság egyik összetevője –, illetve az öröm különösen fontos a politikában mint a motiváló és a cselekvés fenntartásához nélkülözhetetlen érzelmek.<sup>34</sup> Ez a kombináció előnyös a politikai, elsősorban a kormányzó elit számára, hiszen biztosítja a szabálykövetéshez, szubmisszív viselkedéshez szükséges érzelmi klímát úgy, hogy nem a fásultság állapotát és a politikától való távolmaradás igényét terjeszti. Talán ez is hozzájárult ahhoz, hogy a koronavírus-járvány első két hullámában nem voltak zavargások, de mind a kormánypárti, mind az ellenzéki politikai erők nyertek a COVID-19 erősen átpolitizált ügyén.<sup>35</sup>

A legtipikusabb érzelemszabályozási ajánlatok – meglepettség, aggodalom, felháborodás, csalódottság, öröm, bánat – időbeli változásának leírása megmutatja, hogy az online portálok az első hullám (március és április) napjaiban folytattak igazán aktív érzelmenedzseri tevékenységet. 2020 márciusa „sűrű” hónap volt: az első hazai eseteket március 4-én jelentették be, március 11-én kihirdették a veszélyhelyzetet, március 16-án bezárták az iskolákat, március 27-én kijárási korlátozásokat vezettek be, március 30-án a magyar országgyűlés elfogadta a koronavírus elleni védekezésről szóló 2020. évi XII. törvényt („első felhatalmazási törvény”, „rémhírtörvény”), bezárták a szórakozóhelyeket, betiltották a tömegrendezvényeket, kötelező maszkviselést rendeltek el. Így nem csoda, hogy a meglepettség és az aggodalom számai márciusban a legmagasabbak. 2020. március 28. és április 11. között Magyarország egész területén kijárási korlátozás volt érvényben, ami azt jelentette, hogy csak munkavégzés és az alapvető szükségletek kielégítése céljából lehetett elhagyni a lakóhelyet. 2020 áprilisában bevezették a díjmentes parkolást, meghosszabbodott a kijárási korlátozás, illetve elindult a csökkent munkaidős foglalkoztatás támogatottsága.

Ezzel párhuzamosan csökkent a meglepettség, az aggodalom, a csalódottság, a felháborodás és az alárendelődés, nőtt viszont az öröm és a bánat kifejezése. Májusban fokozatosan feloldották a kijárási korlátozásokat, és újraindulhatott az élet, ez az örömről épülő válaszok enyhé emelkedésében is látható, a többi érzelmek visszaszorult. Júniusban visszavonták az „első felhatalmazási törvényt”, az idősek vásárlási időszáma megszűnt, az érzelemszabályozási ajánlatok tovább

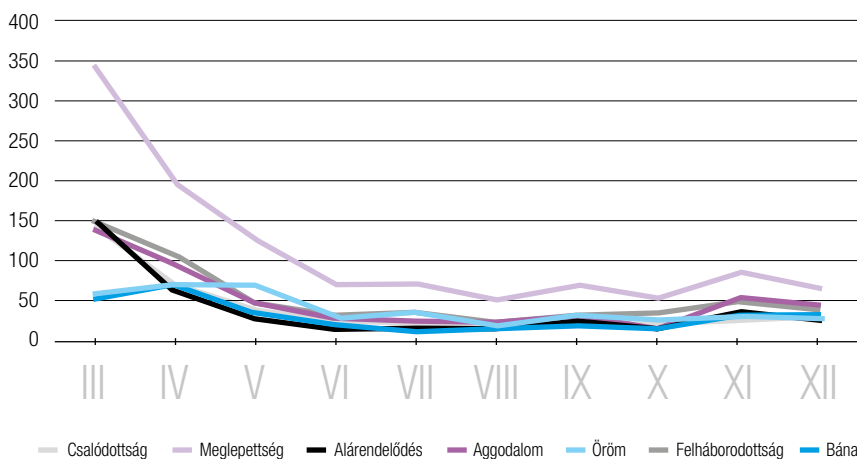
<sup>33</sup> Nyugalom, gyerekek, a Mikulást nem érinti a kijárási tilalom! *magyarnemzet.hu*, 2020. november 14.

<sup>34</sup> Hedda Ransan-Cooper – Selen A. Ercan – Sonya Duus (2018): When anger meets joy: how emotions mobilise and sustain the anti-coal seam gas movement in regional Australia. *Social Movement Studies*, 17(6): 635-657. DOI: 10.1080/14742837.2018.1515624

<sup>35</sup> Nőtt a kormánypártok és a Jobbik támogatottsága: 2021. áprilisi kutatási eredmények – *Republikon*. Forrás: <https://kozvelemenynkutatok.hu/2021-aprilisi-kutatasi-eredmenyek-republikon/>



csökkentek. Az érzelemszabályozási ajánlatok apálya augusztusban történt, ami egybeesett a második hullám kezdetével. A szeptemberi enyhe emelkedés után októberben ismét csökkent az érzelemmenedzseri aktivitás, kivéve a felháborodás esetében. Novemberben újabb szigorú intézkedéseket vezettek be, 10-én a magyar országgyűlés elfogadta a koronavírus-világjárvány második hulláma elleni védekezésről szóló 2020. évi CIX. törvényt („második felhatalmazási törvény”). Ekkor jelentősebb, de a tavasztól jócskán elmaradó érzelemszabályozási aktivitás látható: emelkedik a megleptség, az aggodalom, a felháborodás, a bánat és az alárendelődés, de nem csökken a csalódottság és az öröm sem. Az áprilisi szintet még a novemberi kisebb csúcs sem közelíti meg. A decemberi fejlemények, például az első vakcinák megérkezése és az oltásokra buzdító regisztrációs üzenetek vajmi keveset változtattak a jelentősebb érzelemszabályozási ajánlatok alakulásán (2. ábra).



2. ábra. Leggyakoribb érzelmekre alapuló értékelések az online portálok cikkeiben 2020. március 4. – 2020. december 31. között

### Van-e kapcsolat az érzelemszabályozási ajánlatok és a látogatottsági adatok, a portálok kormányhoz való viszonya, illetve a napi járványügyi statisztikák között?

A leíró adatok alapján állíthatjuk, hogy az online portálok változatos érzelemszabályozási ajánlatokkal állnak elő. A tanulmány azonban nemcsak az ajánlatok katalógusát, hanem annak politikai kommunikációs hátterét is kutatja, ezért az affektivitás és a portálok látogatottságának, illetve a kormányhoz fűződő viszonyának összefüggését is megvizsgáltam. Arra is kíváncsi voltam, hogy vajon a fertőzőtségi adatok befolyásolják-e az internetes sajtóban megjelenő érzelmek közlésére támaszkodó kognitív értékeléseket, illetve érzelemmodulációs erőfeszítéseket.

Korrelációelemzés és regressziós modell segítségével vizsgáltam a megjelenített érzelmek és a valódi felhasználók (*real user*) közönségmérési metrika közötti kapcsolatot. Az elemzés

eredménye gyenge, de valószínű összefüggést mutatott a népszerűség és a meglepetség, az alárendelődés, a lenézés és a csalódottság érzelmi ajánlatai, illetve az érzelmoduláció megtörténte között. A lineáris regresszió által kimutatott determinációs együttható ( $R^2$ ) mindegyik esetében alacsony meghatározottságot mutat, de a magas közönségelérés leginkább a meglepetség esetében magyarázza az érzelemszabályozás aktivitását. Az F- és t-próbák mindenhol szignifikánsak (4. táblázat).

**4. táblázat.** Érzelemszabályozási ajánlatok és a közönségelérés összefüggése

	<b>Meglepetség</b>	<b>Alárendelődés</b>	<b>Lenézés</b>	<b>Csalódottság</b>	<b>Érzelmoduláció</b>
R	0,344	0,283	0,260	0,224	-0,258
$R^2$	0,119	0,080	0,067	0,050	0,067
$t_{sig}$	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
$F_{sig}$	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Beta <sub>standardized</sub>	0,344	0,283	0,260	0,224	-0,258

Körültekintéssel, de azért állítható, hogy minél nagyobb egy online portál olvasottsága, annál valószínűbben tesz érzelemszabályozási ajánlatokat. Ez helytálló a *24.hu*, az *index.hu*, a *blikk.hu*, az *origo.hu*, a *borsonline.hu*, a *hvg.hu* és az *atv.hu* esetében, amik a közönségmérési lista élén állnak, és elől járnak az érzelemszabályozási ajánlatok kommunikálásában is. A *portfolio.hu* és a *nepszava.hu* azonban másként viselkedik: előbbi a nagy közönségelérés ellenére alig foglalkozik érzelmelekkel, utóbbi népszerűsége szerényebb, de mégis aktív érzelmenedzser. A népszerűség és érzelmoduláció közötti kapcsolat szintén szignifikáns, de az együttjárás fordított irányú és szintén gyenge. Vagyis: minél kisebb az online portál közönségelérése, annál jelentősebb az explicit érzelmetformálást célzó érzelmenedzsmenben játszott szerepe.

A kormányhoz fűződő viszony és az érzelmi alapú médiatartalmak között nincs igazán figyelemre méltó kapcsolat. Egyedül a meglepetséget vizsgálva gondolhatjuk, hogy nem a véletlenek összjátéka látható. Az internetes lapok politikai színezete és az érzelmoduláció kifejezetten gyenge kapcsolatban van (5. táblázat). Az alacsony determinációegyüttható-érték miatt szintén óvatos következtetést vonhatunk le: a kormányzimpatizáns portálokon nagyobb valószínűséggel található a járvány meglepetséggel történő értékelése, illetve a kormánykritikus hírhonlapok esetében biztosabban található érzelmi átkeretezésre felszólítás. Különösen igaz ez a *24.hu* és a *nyugat.hu* esetében. Látványos kivétel azonban a *ripost.hu*, ami KESMA-tulajdonú, tehát kormányzimpatizáns weboldalként majdnem mindegyik elemzett cikkében (92 százalék) érzelmi válaszmódosításra szólított fel.

**5. táblázat:** Érzelemszabályozási ajánlatok és a kormányhoz fűződő viszony összefüggése

	Meglepettség	Érzelemmoduláció
R	-0,204	0,179
R <sup>2</sup>	0,041	0,032
t <sub>sig</sub>	0,000	0,000
F <sub>sig</sub>	0,000	0,000
Beta <sub>standardized</sub>	-0,204	0,179

Teljes biztonsággal állítható, hogy a járvány terjedése és az online híroldalokon megjelent érzelemszabályozási ajánlatok között nincs statisztikai összefüggés. A napi új fertőzöttség mozgása egyáltalán nincs összhangban az internetes portálok által javasolt érzelmi viszonyulások változásával. Sem az érzelmekre alapuló értékelés, sem a moduláció nem magyarázható a regisztrált fertőzöttek számának növekedésével vagy csökkenésével.

## Összegzés

A tanulmány célja a média érzelemmenedzseri ténykedésének feltérképezése, mégpedig a koronavírus-járvány első két hullámának adatai alapján. Forrásként a politikai és közéleti témákkal is foglalkozó, legnépszerűbb online hírportálok szolgáltak.

Először arról kellett megbizonyosodni, hogy az internetes lapok tesznek-e érzelemszabályozási ajánlatokat, vagy a koronavírussal kapcsolatos hírgyártás során a tényekre, adatokra fókuszálva tartózkodnak az affektusok bemutatásától. Az adatok az előbbi állítást támasztották alá: a vizsgált médiatartalmak 21 százalékában megfigyelhető a COVID-19-járványhoz vagy annak következményeihez kapcsolódó érzelmi reakció megjelenítése. Az érzelemszabályozási ajánlatokat a meglepettség, a felháborodás, az aggodalom és a csalódottság állapotának bemutatása dominálta, de jelentős volt az öröm és a bánat megjelenítése is. Az érzelemmoduláció tárgya pedig legfőképpen az örömteli jövőbe tekintés és az aggodalom volt. Ez a kettő szerepelt a legtöbbször, amikor a portálok valamely érzelmi választól eltéríteni vagy éppen ellenkezőleg, egy érzület felé kívánták irányítani az olvasót. Az online portálok változatos érzelmi válaszokat kínáltak: az olvasók széles palettáról választhattak a COVID-19-cel kapcsolatos affektusok közül.

A kutatás igyekezett az okokat is feltárni. Az érzelemszabályozási ajánlatokat az internetes portálok politikai színezetével, népszerűségével és a járványhelyzet alakulásával szerettem volna összefüggésbe hozni. Az eredmények azonban inkább elbizonytalanítók, semmint megerősítők. Erős összefüggés egyik változó esetében sem mutatkozott. Pozitív, de gyenge kapcsolatot

azonban feltártam a portálok népszerűsége és az érzelemszabályozási ajánlatok megtétele között. Óvatos általánosítással elmondható, hogy minél nagyobb egy online portál olvasottsága, annál valószínűbben tesz érzelemszabályozási ajánlatokat. A népszerűség és érzelemmoduláció közötti kapcsolat szintén szignifikáns, de az együjtjárás fordított irányú és szintén gyenge, azaz minél kisebb az online portál közönségelérése, annál jelentősebb az explicit érzelemátformálást célzó érzelemmenedzsmentben játszott szerepe. A kormányhoz fűződő viszonyt vizsgálva nem találtam átütő magyarázó erőt, mindössze moderált korreláció olvasható ki az adatokból: a meglepettség érzelmi ajánlatával valószínűleg a kormánypárti médiában találkozhattunk többször. Igazán meglepő azonban az volt, hogy a napi fertőzöttségi adatok változásai alig tükröződtek az internetes média érzelmi tartalmaiban.

A magyar internetes sajtó képviselői tehát ambicionálják az olvasók politikai–közéleti érzületeinek befolyásolását, ám a törekvéseiket kevésbé a járványstatisztikák, inkább a médiapiaci helyzetük és a politikai színezetük befolyásolja. A vizsgált esetben az internetes sajtó feladatának érezte az érzelmi valóságok bemutatását és megteremtését. Működésével jelentős támpontot adott az olvasók számára affektív válaszaik, illetve az érzelmi állapotaikat tükrözőző szókészletük kialakításában. A média immár nemcsak azt szeretné meghatározni, hogy miről és hogyan gondolkodjunk, hanem azt is, hogy mit érezzünk és miként fejezzük ki politikával kapcsolatos érzelmi viszonyulásainkat. És ezzel megnyíluk az út a médiakutatások előtt az érzelmi alapú biopolitikai fejtegetések felé.

## Felhasznált irodalom

- Adikari, Achini – Nawaratne, Rashmika – De Silva, Daswin – Ranasinghe, Sajani – Alahakoon, Oshadi – Alahakoon, Damminda (2021): Emotions of COVID-19: Content Analysis of Self-Reported Information Using Artificial Intelligence. *Journal of Medical Internet Research*, 23(4): e27341. DOI: 10.2196/27341
- Almazán-Ruiz, Encarnación – Orrequia-Barea, Aroa (2020): The British press coverage of coronavirus threat: A comparative analysis based on corpus linguistics. *Çankaya University Journal of Humanities and Social Sciences*, 14(1): 1–22.
- Aslam, Faheed – Awan, Tahír Mumtaz – Syed, Jabir Hussain – Kashif, Aisha – Parveen, Mahwish (2020): Sentiments and emotions evoked by news headlines of coronavirus disease (COVID-19) outbreak. *Humanities and Social Sciences Communications*, 7(1): 1–9. DOI: 10.1057/s41599-020-0523-3
- Bazaco, Ángela – Redondo, Marta – Sánchez-García, Pilar (2019): Clickbait as a strategy of viral journalism: conceptualisation and methods. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 94–115. DOI: 10.4185/RLCS-2018-1323en
- Bebić, Domagoj – Volarević, Marija (2016): Viral journalism: The rise of a new form. *Medijska istraživanja*, 22(2): 107–126. DOI: 10.22572/mi.22.2.6

- Chen, Yimin – Conroy, Nadia J. – Rubin, Victoria L. (2015): *News in an Online World: The Need for an "Automatic Crap Detector"*. In The Proceedings of the Association for Information Science and Technology Annual Meeting (ASIST2015), Nov. 6–10., St. Louis
- Giri, Shakshi Priya – Maurya, Abhishek Kumar (2021): A neglected reality of mass media during COVID-19: Effect of pandemic news on individual's positive and negative emotion and psychological resilience. *Personality and Individual Differences*, 180(110962). DOI: 10.1016/j.paid.2021.110962
- Hubner, Austin (2021): How did we get here? A framing and source analysis of early COVID-19 media coverage. *Communication Research Reports*, 38(2): 112–120. DOI: 10.1080/08824096.221.1894112
- Krawczyk, Konrad – Chelkowski, Tadeusz – Laydon, Daniel J. – Mishra, Swapnil – Xifara, Denis – Gibert, Benjamin – Flaxman, Seth – Mellan, Thomas – Schwämmle, Veit – Röttger, Richard – Hadsund, Johannes T. – Bhatt Samir (2021): Quantifying Online News Media Coverage of the COVID-19 Pandemic: Text Mining Study and Resource. *Journal of Medical Internet Research*, 2(23): e28253. DOI: 10.2196/28253.
- Molek-Kozakowska, Katarzyna (2021): Towards a Pragma-Linguistic Framework for the Study of Sensationalism in News Headlines. *Discourse and Communication*, 7(2): 173–197. DOI: 10.1177/1750481312471668.
- Rodríguez-Martínez, Ruth – Codina, Lluís – Pedraza-Jiménez, Rafael (2010): Cibermedios y web 2.0: modelo de análisis y resultados de aplicación. *El Profesional de la Información*, 19(1): 35–44. DOI: 10.3145/epi.2010.ene.05
- Scopelliti, Massimiliano – Pacilli, Maria G. – Aquino, Antonio. (2021): TV News and COVID-19: Media Influence on Healthy Behavior in Public Spaces. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4): 1879. DOI: 10.3390/ijerph18041879
- Stainback, Kevin – Brittany N. Hearne – Trieu, Monica (2020): COVID-19 and the 24/7 News Cycle: Does COVID-19 News Exposure Affect Mental Health?. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*, 6(4): 1–15. DOI: 10.1177/2378023120969339.
- Su, Zhaohui – McDonnell, Dean – Wen, Jun – Kozak, Metin – Abbas, Jaffar – Šegalo, Sabina – Li, Xiaoshan – Ahmad, Junaid – Cheshmehzangi, Ali – Cai, Yuyang – Yang, Ling – Xiang, Yu-Tao (2021): Mental health consequences of COVID-19 media coverage: the need for effective crisis communication practices. *Globalization and Health*, 17(1): 4. DOI: 10.1186/s12992-020-00654-4
- Yang, Yang – Keqiao, Liu – Siqi, Li – Man, Shu (2020): Social Media Activities, Emotion Regulation Strategies, and Their Interactions on People's Mental Health in

COVID-19 Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(23): 8931. DOI: 10.3390/ijerph17238931

Wiard, Victor (2019): *News Ecology and News Ecosystems. Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Online Publication Date: 25 February, 2019. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.847

Kiss Balázs – Szabó Gabriella

## Az érzelemszabályozás fázisai és a COVID-19

A magyar járványkommunikáció James Gross folyamatmodellje alapján

A kötet elméleti tanulmányában röviden ismertettük az érzelemszabályozás konceptuális keretét, és azt is jeleztük, hogy a legkidolgozottabbnak és a mi számunkra leghasználhatóbbnak a James Gross által kialakított ötfázisú érzelemszabályozási modellt tekintjük. A kötet további tanulmányaiban a Gross által definiált összetevők közül nagyobb nehézség nélkül operacionalizáltunk kettőt: az érzelmi megalapozású kognitív értékeléseket (negyedik komponens) és az érzelmi válaszmodulációt (ötödik komponens). A többi fázis esetében kvantitatív vizsgálatot nem lehetett lefolytatni, mégpedig azért nem, mert nem sikerült megbízható kódolási útmutatóval előállni, továbbá azért, mert a szükséges adatok mennyisége meghaladta a feldolgozási képességeinket. Kvalitatív elemzés azonban nagyon is lehetséges, így a grossi fázisok magyar esetre vonatkozó kutatását egy szűkebb mintán végeztük el. A jelen tanulmány ennek eredményeit foglalja össze. Célunk tehát a magyar járványpolitizálás kommunikációs aspektusát az érzelemszabályozás ötfázisú modellje alapján megvizsgálni és bemutatni.

Kutatási kérdésünk tehát a következő:

*A koronavírus-járvánnyal kapcsolatos érzelmek szabályozásában megfigyelhető-e a James Gross által meghatározott fázisok, és ha igen, akkor mi jellemzi azokat?*

A kérdés megválaszolásához kvalitatív elemzést folytattunk. Az adatgyűjtés forrásköre az online média két kiemelkedő hírportálja, az *Index* és az *Origo*, időkeretként a 2020-as járványpolitizálás egyik legsűrűbb időszakát, a március 23-tól március 30-ig tartó nyolc napot választottuk. Ezalatt jutott el a magyar politikai elit az egyik oldal által koronavírus-törvénynek, a másik oldal által felhatalmazási törvénynek nevezett jogszabály parlamenti szavazásáig és elfogadásáig. Mivel jelentős vita vette körül a törvény tervezetét, ezért várható volt, hogy a legkülönbözőbb érzelmenedzserek gyakorta meg fognak nyilvánulni mind a járvánnyal, mind pedig ennek aktuális és kívánatos kezelésével kapcsolatban. Március végén világszerte és Magyarországon is romlóban voltak a járványadatok, ami szintén erős kommunikációs kényszerrel, illetve az

érzelmeik komolyanvételével járt, hiszen a betegségnek nemcsak politikai, gazdasági és jogi következményei voltak, hanem pszichés természetűek is. A feltárás során példákkal igyekeztünk megvilágítani a fázisok jellemzőit, valamint az érzelemszabályozási ajánlatok közötti hasonlóságokat és különbségeket.

Összességében a magyar eset alkalmas volt arra, hogy James Gross érzelemszabályozási folyamatmodelljét politikai kommunikációs folyamatokra alkalmazzuk, így legjobb tudásunk szerint ez az első sikeresnek mondható kísérlet a fejlődéslélektani nézőpontok, a tömegkommunikáció és a politika területének összekapcsolására. Az is kiderült, hogy az *Index* és az *Origo* által szemlézett kormánypárti és kormánykritikus érzelemmenedzserek ajánlatai között jelentős különbség mutatkozott, legfőképpen a figyelemvezénylés (*attentional deployment*) és a kognitív változtatás terén. A kormánypárti nyilvánosságban látványos volt a figyelemnek a járványról való elterelése: a betegségről szóló hírek mellett jócskán esett szó az élet egyéb vonatkozásairól, például bűnügyekről, balesetekről, a közlekedést érintő témákról, ezzel szemben a kormánykritikus érzelemmenedzserek ajánlataiban a COVID-19 mindent uraló topikként tűnt fel. A másik jelentős különbség abban mutatkozott meg, hogy míg a kormánypártiak a magyarországi helyzetet más országokhoz képest jobbnak, előnyösebbnek, a járványkezelést sikeresebbnek értékelték, a kormánykritikus hangok ennek ellenkezőjéről kívánták meggyőzni az olvasókat.

A következőkben bemutatjuk James Gross folyamatmodelljét, majd feltöltjük az általa elkülönített fázisokat magyar adatokkal, végül pedig közöljük következtetéseinket.

## Az érzelemszabályozás folyamatmodellje

Az affektív–diszkurzív politikakutatásokban az érzelmeiket szinguláris jelenségnek szokás felfogni, vagyis az érzelmeik megjelenését általában egy-egy dimenzióban vizsgálják. Akkor mondják, hogy egy bizonyos érzelem jellemző egy szövegre, ha megtalálható benne az illető érzelemmel kapcsolatos szokásos kifejezések (Altheide, 2002; Koschut et al., 2017), ha ennek megfelelő a stílusa (Gammerl, 2012; Nai – Maier, 2018) vagy a beszédmódja apellál az érzelemre (Wodak, 2015; Yates, 2019). Ezzel szemben James Gross (1998a) például Klaus Scherer (1982, 2005) nyomán összetett folyamatnak tekinti az érzelmeiket, és rámutat, hogy minden érzelemnek egyidejűleg van fiziológiai, élményjellegű, kognitív és választendenciákban megragadható összetevője. Ennek megfelelően a szabályozás nemcsak érzelmeket kiváltani képes kognitív meggyőzésre vagy annak tiltására támaszkodhat, hanem például a testi megelégedést befolyásoló eszközökre is. Vagyis egy érzelmeket nemcsak azáltal lehet kelteni, hogy az azt indukáló történéseket verbálisan felmutatjuk vagy átértékeljük az alanyunk számára, hanem azáltal is, hogy az alanyunk a történések nyomán bekövetkező testi változásait próbáljuk megmászítani.



Gross felfogása azért is vonzó, mert két szinten is értelmezi az érzelemszabályozás jelenségét: az egyén és a külső aktorok szintjén (Gross – Thompson, 2007). Mindenki szabályozza a saját érzelmeit: ritkán engedjük át magunkat reflexió nélkül a bennünket meglepő érzelmeknek. Az egyén belső affektív munkáját Gross (2015) intrinzik érzelemszabályozásként írja le. Nem csekély részükkel kapcsolatban azonban mások által felmutatott minták és külső kényszerek alapján megtanultuk és folyamatosan tanuljuk, hogy milyen érzelmeket élhetünk át (beleértve a tartósságot és intenzitást), és azokat hogyan fejezzük ki. Az érzelemszociológia által megfigyelt összefüggés az érzelemszabályozás kapcsán is releváns: külső tényezők is meghatározók abban, hogy az egyén mit érez, és mit érezzen (Hochschild, 1979), és abban, hogy bármit is érez, milyen érzelmek meglétét, átélését fejezheti ki vagy mutathatja meg, és pedig szabadon vagy esetleg kötelezően (Safdar et al., 2009). Mások érzelmeinek megváltoztatását Gross (2015) extrinzik érzelemszabályozás fogalma alatt tárgyalja.

Ennek megfelelően mind az intrinzik, mind az extrinzik erőfeszítések és próbálkozások két szakaszban bomlanak ki: érzelmek megjelenését megelőzően vagy azt követően. Az érzelmek megjelenését megelőzően az egyén próbálkozhat például azzal, hogy elkerül olyan helyzeteket, amelyekkel kapcsolatban félő, hogy kellemetlen érzelmeket keltenek benne, vagy megfordítva: igyekszik olyan helyzetekbe kerülni, amelyek kellemes érzelmeket ígérnek. Az érzelmek megjelenését követően pedig az érzelemszabályozási erőfeszítések irányulhatnak az egyén részéről például az adott érzelem elfojtására, vagy a valós érzelmei helyett mások mutatására. A külső aktorok az általuk nemkívánatosnak tartott érzelmek kialakulását úgy akadályozhatják meg, hogy az alanyt elzárják a nagy valószínűséggel bizonyos érzeteket kiváltó bizonyos helyzetektől. Ilyen, amikor a szülő megtiltja gyermekének egy horrorfilm megnézését, amivel minden bizonnyal a szorongásnak veszi elejét. Az érzelem megszületése után lehetséges extrinzik szabályozás a szülői, edukatori vagy baráti iránymutatás az egyén kitörő érzelmeinek kezelésére, eloltására („nyugodj meg”, „ne sírj”, „bagyd abba”). A neveléstudomány kiindulópontja szerint a szocializáció során a külső, extrinzik szabályozás eljut a személyiség tudattalan rétegébe, vagyis intrinzik szabályokon alapuló magatartássá válik (Ranschburg, 2014).

A grossi modell azonban nem éri be ezzel a két szakasszal, hanem összesen ötöt különít el, mely ötből négy az érzelmi válasz előzetes befolyásolására összpontosít. Grossnál érvényesül az az összefüggés, hogy annál biztosabban kerülhető el egy kellemetlen, avagy tapasztalható meg egy kellemes érzélem, minél korábban teszünk érzelemszabályozási erőfeszítést. Világos, hogy amennyiben elkerülünk egy rossz érzéssel fenyegető helyzetet, akkor ezzel egyben elejét vettük a belőle fakadó érzelmek kialakulásának is, míg amennyiben a már kialakult érzelmek szabályozására összpontosítunk, akkor nehéz lesz teljes sikert aratni felettük, mert valószínűleg megmaradnak, még ha elfojtva is.

A politikára és a politikai kommunikációra értelmezve az alapfeltetelezés az, hogy az érzelmi vállalkozó (Maor – Gross, 2015) vagy érzelemmenedzser a maga érdekeit leginkább szolgáló érzelmi állapotba akarja hozni az alanyait, akik többnyire az állampolgárok szűkebb vagy szélesebb körét jelentik. De elméletileg bárkire vonatkozhatnak az érzelemszabályozási ajánlatok, aki látja–hallja azokat. Feltetelezésünk szerint a nyilvánosságban a koronavírus-járvánnyal kapcsolatos érzelemszabályozási ajánlatok voltaképpen extrinzik folyamatok részei: mintát adnak, méghozzá azzal a reménnyel, hogy hatással lesznek az interakcióban részt vevők vagy azt követők érzelmi válaszára.

Megfelelő érzelmi állapot alatt nemcsak kellemes, hanem kellemetlen érzelmekkel való telítettséget is érthetünk. Itt ugyanis nem az alany pillanatnyi érdeke számít, hanem az érzelemmenedzseré. Egy politikus hergelheti az állampolgárokat avégett, hogy eltántorítsa őket egy párt támogatásától. Egy hírportál közzölhet aggodalmat kifejező cikkeket azért, hogy a közönségét további kattintásokra ösztönözze, ami elemi üzleti érdeke a portál mögött álló kiadóvállalatnak.

Az érzelemszabályozás történhet akaratlagosan és akaratlanul is. Az érzelemmenedzser tudatosan is megpróbálhat érzelmeket kelteni állampolgárokból, de az is előfordulhat, hogy bár nem törekszik érzelmeltésre, mégis megjelennek érzelmek a közönségében, akár a saját érdekei ellenére is.

Az elméleti fejezetben röviden említett öt összetevő a következő: helyzetválasztás, helyzetmódosítás, figyelemirányítás, kognitív változtatás és válaszmoduláció. A modell szerint az érzelmek keletkezését megelőzően az érzelemmenedzser próbálkozhat azzal, hogy

1. az alanyai számára olyan helyzetet választ, amelyikben nekik éppen abban az érzelmben lesz részük, amelyikben ő szeretné, hogy részesüljenek – ez a *helyzetválasztás*;
2. az érzelmeltető helyzetet úgy próbálja meg alakítani, hogy az a saját szempontjából a leghasznosabb legyen – ilyenkor *helyzetmódosításról* beszélünk;
3. az alanya figyelmét vezényli. Ekkor a helyzetnek arra az aspektusára irányítja a figyelmet, amelyik a menedzser számára megfelelő érzelmeket hozza létre az alanyban – ekkor *figyelemvezénylésről* beszélünk;
4. úgy értelmezi vagy értékeli a helyzetet, hogy az az ő érdekeit szolgáló érzelmeket indítsa el az alanyaiban – ilyenkor *kognitív változtatásról* van szó.

Ha az érzelmi reakció már kialakult, akkor próbálkozhat az érzelmi vállalkozó azzal, hogy

5. a választ úgy menedzseli, hogy az olyan minőségűvé és olyan erejűvé váljék, ami az érzelmenedzser számára politikai szempontból a leggyümölcsözőbb – ezt nevezzük *válaszmodulációnak*.

Az öt fázisnak nem kell szigorúan ebben a sorrendben követnie egymást, éppenséggel az érzelmenedzser önkényesen mozoghat a fázisok között: kihagyhat, visszatérhet, leragadhat egy-egy fázisnál. Az egyik fázisban bekövetkező események elvezethetnek olyan változáshoz, aminek eredményeképpen az érzelmenedzser egy másik fázisra jellemző eszközöket vet be. Például a helyzetmódosítás lehet olyan mértékű, hogy az az alany érzelmei számára új helyzetet hoz létre, vagy a figyelemvezénylés lehet annyira sikeres, hogy vonzóvá teheti a helyzet ennek megfelelő módosítását.

## Források

Mivel a célunk az volt, hogy egy rövid, mindössze nyolcnapos időtartamot vizsgálunk, és azon belül azt, hogy a különböző politikai kommunikátorok, érzelmenedzserek milyen érzelmszabályozási ajánlatokat tettek a nyilvánosságban, ezért a legtöbbször által követett online oldalakat akartuk áttekinteni, mert feltételeztük, hogy ezek fognak a legalaposabban beszámolni a napi történésekről. Továbbá, mivel a magyar nyilvánosság két táborra oszlott, ezért féltő volt, hogy az egyikbe tartozó portál esetleg figyelmen kívül hagy eseményeket, amelyek nem kedvezők a saját tömbje számára, és nagyon jelentősnek mutat be olyanokat, amelyek kedvezők a tábora számára, ezért mindkét politikai oldalról választottunk egy-egy portált.

A források halmaza azokat a híradásokat foglalta magában, amelyek az *Index* „Belföld” és az *Origo* „Itthon” című rovatában március 23-tól március 30-ig tartó időszakban jelentek meg. Habár bennünket a járvánnyal kapcsolatos érzelmszabályozás érdekelt, a figyelemvezénylés, a grossi modell harmadik összetevője miatt, meg kellett vizsgálnunk az egyéb tematikájú hírnagyokat is. Így lehetett megbizonyosodni arról, hogy a portálok át akarták-e terelni az olvasók figyelmét a járványról valami másra.

Összesen 1481 cikk került a források közé. Ebből az *Index* „Belföld” rovatában 1084 jelent meg, az *Origo* „Itthon” rovatában pedig 397. A különbség az első pillantásra jelentősnek látszik, de nagyobb részt az magyarázza, hogy az *Index*ben a hírek legalább kétszer, de inkább háromszor jelennek meg: egyszer önálló híreként, majd az esetek többségében változatlan címmel és tartalommal valamely „*Percről percre*” blokk híreiként és esetleg még egyszer egy napvégi vagy következő nap eleji összefoglaló darabjaiként is. Az egyes hírek jelentős része tartalmazott linket más saját vagy külső hírhez és sajtóanyaghoz, de ezeket a linkeket csak ritkán követtük, kizárólag

akkor, amikor a címből és a rovatban olvasható összefoglalóból látszott, hogy érzelemszabályozási kísérletről értesülhetünk.

Nemcsak azért választottuk az *Indexet* és az *Origót*, mert akartunk egy kormánykritikus és egy kormánybarát oldalt, hanem mert mindkettőn van közvetítéstípusú szolgáltatás, tehát például „percről percre” számoltak be az Operatív Törzs tájékoztatójáról és az Országgyűlés üléseiről.

A közönségmérési adatok alapján 2020 márciusában az *Index* jóval népszerűbb volt, mint az *Origo*: közel háromszázezerrel több internetező követte előbbit.<sup>1</sup> Az ott megjelentek tehát nagyobb láthatósággal és így feltételezhetően jelentősebb hatással voltak a magyar nyilvánosság, pontosabban az ott megjelenő érzelemszabályozási folyamatok egészére nézve.

## Eredmények

A következőkben arra összpontosítunk, hogy vajon szól-e a hír olyan történésről, megszólalásról, tettről, amelyik valamely érzelmenedzser szándékolt vagy akaratlan érzelemszabályozási erőfeszítésének tekinthető. Ha igen, akkor azokat Gross által definiált komponensek alá rendeztük.

### Helyzetválasztás

A helyzetválasztás (*situation selection*) bizonyos embereknek, helyeknek vagy objektumoknak a megközelítése vagy elkerülése érzelemszabályozási céllal (Gross – Thompson, 2007). Bizonyos emberek, helyek vagy objektumok tehát érzelmeket keltenek az alanyban, ezért érdemes velük találkozni vagy őket elkerülni. A definíciónak az objektumokra vonatkozó része nem kifejtett, de Gross további munkái alapján azt mondhatjuk, hogy a fogalom mindent takar, ami érzelmet ébreszthet az alanyban. Ezért látvány, hang, tárgy vagy bármilyen stimulus megközelítése vagy elkerülése történhet érzelemszabályozási céllal.

Helyzetválasztást végrehajthat egyén is, például akkor, amikor a szokásostól eltérő útvonalon indul el dolgozni, nehogy találkozzék egy benne kellemetlen érzelmeket keltő ismerőssel, és végrehajthat például egy apa is a fia érzelmeit illetően, amikor kiválasztja, hogy melyik fodrászatban vágassa le annak haját. Mindkét esetben, ahogyan helyzetválasztáskor mindig, a választást végrehajtó nagyjából tudja, hogy a választható helyzetek milyen érzelmeket kelthetnek saját magában vagy a számára fontos másik emberben vagy csoportban. Jóllehet a két példa negatív, természetesen választhatók pozitív érzelmeket keltő objektumokkal rendelkező helyzetek is.

<sup>1</sup> A digitális közönségmérési Tanács adatai szerint 2020. március 4-i real user számok az *Index.hu* esetében 1 001 917, az *Origo.hu*-nál 760 411.

A helyzet tehát valamiféle elrendeződése dolgoknak és embereknek, mely elrendeződés érzelmet szokott kelteni. A helyzetnek számtalan összetevője lehet, így például az érzelmenedzser is része lehet annak. Ez mind a családban, mind a politikában szinte általánosnak mondható, hiszen a szülő része a családnak, a politikus pedig a politikai közösségnek, osztozik az érzéseikben, „együtt sír és nevet” a többiekkel.

Nem biztos, hogy az adott helyzetbe való belekerülés valóban azt az érzelmet kelti, amit várnak tőle. Ennek valószínűbbé tétele olyan módon történhet, hogy maga az érzelmenedzser alakítja ki a helyzetet, amelyikbe azután az alanyát helyezi. Vagyis nem egyszerűen az történik, hogy az érzelmenedzser az egyik helyzet helyett egy másikba küldi el a közönséget, hanem tevékeny részese a helyzet kialakításának. Mind a családi viszonyok közepette, mind pedig a politikában megszokott, hogy a szülők, illetve a politikusok alakítják ki a helyzetet, amibe a gyermeküket, illetve az állampolgárokat helyezik.

Ez a gondolat egybevág azzal a politikatudományi, de főként vezetélméleti felismeréssel (például Spector, 2019), hogy a válságok ritkán objektíve adóttak, sokkal gyakoribb, hogy a politikusok konstruálják őket. Ehelyütt tehát nem az objektíve adott jelenségek átértelmezése történik, az a kognitív változtatás szakaszához tartozik, hanem előzetes elrendezés, olyan helyzet előzetes kialakítása, amelyben az alany majd elkerülhetetlenül találkozik érzelmekeltő jelenségekkel, vagy meg van óvva tőlük.

Gross és munkatársa további példái a politikai hirdetések területéről származnak (Maor – Gross, 2015). Természetesen vannak olyan hirdetések, amelyek csak átértelmeznek jelenségeket – ezek a kognitív változtatás esetei. A hirdetések jelentős része azonban mintegy primer érzelmekeltő elemekkel dolgozik. Például egy hirdetésben szerepelnek félelemkeltő vagy örömteli vizuális elemek, de ezek nem attól ilyenek, mert a hirdetés elmagyarázza, hogy miért félelemkeltő az egyik, miért örömteli a másik, hanem a hirdető mintegy arra hagyatkozik, hogy az adott elem az adott közönségben félelmet, illetve örömet szokott kelteni.

Ami a magyar esetet illeti: első ránézésre 2020 tavaszán a helyzetválasztásra már jóval az általunk vizsgált időszakot megelőzően sor került, hiszen a magyar kormány a veszélyhelyzetet március 11-én vezette be, és egészen júniusig fenntartotta. A március 11-i lépés kétségkívül helyzetválasztás, hiszen a kormány eljárhatott volna úgy is, ahogyan a svéd kormány tette, vagyis hagyja, hogy az ország úgy élje tovább az életét, ahogyan addig. Önmagában a járvány kitörése nem vezetett mindenütt ugyanolyan vagy hasonló helyzethez, hanem nagyon is az adott politikai elit vagy legalábbis a helyi kormány döntése következtében állt elő az, amit például Magyarországon járvány okozta veszélyhelyzetnek neveztek.

Az *Origo* így tudósított a magyar kormány választásáról Orbán Viktor beszédét idézve:

„Mi, magyarok úgy döntöttünk, hogy a vakcinára való várakozás helyett felvesszük a küzdelmet a vírus terjedésével szemben – mondta. Úgy fogalmazott: most mindenkinek ki kell lépnie a komfortzónájából, most egy ideig másképpen kell élnie, viselkednie, másképpen kell szerveznie az életét. Ezért vezettük be a veszélyhelyzeti jogrendet is, ami eszközöket ad a kormánynak, hogy megszervezze Magyarország önvédelmét – mondta.”<sup>2</sup>

A szöveg szerint tehát valóban helyzetváltás történt: az érzelemmenedzser szerint nem maradtunk a szokásos életrendben, a komfortzónában, amíg meglesz az oltás, hanem új helyzetet hozunk létre. A komfortzónára történő utalás pedig arra buzdít, hogy mindenki aktívan válasszon más helyzetet, mint amit megszokott. Vagyis a helyzetváltás csak részben a kormány dolga, az állampolgároknak autonóm módon is más helyzetbe kellene helyezniük magukat. Mint utóbb több megszólaló is megállapította, az állampolgárok túlnyomó része végre is hajtotta ezt a helyzetváltást: a tizedére esett az emberek közötti érintkezések mennyisége, jelentősen megritkult a közúti forgalom, csökkent az utasforgalom a közösségi közlekedés járatain, viszont megnőtt a kerékpározás.<sup>3</sup> Az új helyzetre történő utalás vissza-visszatért az *Origo* híryanagyaiban. Az ismétlődésekkel nemcsak a helyzetváltás mibenlétét kívánták megerősíteni, hanem annak tényét is, hogy a kormány képes helyzetváltató érzelemmenedzserként fellépni.<sup>4</sup>

Értelmezésünk szerint a járványügyi veszélyhelyzet nemcsak a nevében helyzet, hanem a grossi modell alapján is az. Azért tekinthetjük érzelemszabályozási lépésnek, mert a kormány akaratlagosan elejét vette annak, hogy ugyanolyan élmények érjék a magyar állampolgárokat, mint a helyieket előbb Kínában, majd Olaszországban, mely helyzetek erős érzelmeket váltottak ki nemcsak ott, hanem szerte a világban is. Láthatólag a magyar politikai elit széles körben elfogadta a kormány március 11-i döntését, és kevésbé a helyzet kiválasztása, mint inkább belső módosítása körül folyt vita.

Megváltozott azonban a két tábor helyzetváltás-alapú érzelemszabályozási iránya nagyjából az általunk vizsgált időszakban, és pedig a kormányoldal által koronavírus-törvénynek, az ellenzék által felhatalmazási törvénynek nevezett jogszabály körüli vita folyamán. Gross alapján ezt a vitát úgy értelmezhetjük, hogy a jogszabály segítségével a kormányoldal pusztán módosítani akart a helyzeten, az ellenzék viszont azt állította, hogy végre új helyzetet kellene választani, mert a kormány március 11-én valójában nem hozott létre új helyzetet, és nem azt tartja fenn azóta az

<sup>2</sup> Orbán Viktor: Politikai viták helyett összefogásra van szükség. *origo.hu*, 2020. március 23.

<sup>3</sup> Áprilistól a kerékpáros hálózat gyors bővítését tervezi a főváros. *index.hu*, 2020. március 30.; 60–70 százalékkal kevesebb ember van az utcákon. *index.hu*, 2020. március 26.

<sup>4</sup> Gulyás Gergely: Az eddigi intézkedések hatályban tartása függ az Országgyűlés döntésétől. *origo.hu*, 2020. március 23.; A kormány hamar tett tudatos lépéseket a járvány terjedésének fékezéséért. *origo.hu*, 2020. március 26.; Századvég: Számos védőintézkedés veszélybe kerül az ellenzék felelőtlensége miatt. *origo.hu*, 2020. március 26.

intézkedéseivel, hanem csak új ürügyet talált ki a már korábban is diktatórikus politikai helyzet továbbvitelére, a demokrácia és a jogállamiság további leépítésére.

Az ellenzék és a táborába tartozó média olyan tényezőkkel igazolta azt a nézetét, hogy a jobboldal valójában nem veszi komolyan a járványhelyzetet,<sup>5</sup> hogy a köztársasági elnök nem szólal meg a nehéz időkben, pedig a környező országokban ez megtörtént.<sup>6</sup> Az *Index* szerint az egyik ellenzéki képviselő ezt mondta a 30-i parlamenti vitában:

„Vadai Ágnes, a DK alelnöke »egy percre azt hitte, a koronavírus-járvány egységbe kovácsolja az Országgyűlést«.

Tévedtem! Történjen bármi, *önök* pártpolitizálnak, hazudnak, lejártnak – mondta.

Az elmúlt egy hétnek arról kellett volna szólnia, hogyan térnek át a tömeges tesztesésre, hogyan pótolják azoknak a megélhetését, akik elvesztették jövedelmüket. Ehhez képest arról szólt, hogy »az ellenzék felelőtlen magatartása gátolja a védekezés elleni küzdelmet«, mondta.

*Ébresztő!* Egy világjárvány van, és magyarok halnak meg. Ne ellenünk folytassanak hadjáratot, hanem a járvány ellen harcoljanak.”<sup>7</sup>

Jakab Péter, egy másik ellenzéki politikus, egyenesen államcsínnel vádolta meg a kormánytöbbséget a törvényvitájában.<sup>8</sup>

Ezekre a vádakra a kormányoldal hasonlókkal válaszolt: az ellenzék nem alkalmazkodik az új helyzethez, nem veszi tudomásul, hogy új helyzet van, amelyben félre kellene tenni a pártpolitikai haszonszerzés primátusát, és össze kellene az egész elitnek fognia a járványhelyzet megoldása érdekében.<sup>9</sup> Ez a követelés Gross alapján az érzelemmenedzsernek a helyzet részévé válására vonatkozik: a jobboldali megszólalók szerint az ellenzéknek az új helyzet részévé kellene válnia, és nem kívülről bírálnia az intézkedéseket. A kormányoldali kommunikáció szerint március 23-át megelőzően megvolt erre a szándék az ellenzékben, de 22-én történt valami, amitől megváltozott a viselkedése, és azóta inkább a hatalmi törekvéseinek él.

<sup>5</sup> Orbán Viktor fél kézzel a vírus ellen, fél kézzel pedig az ellenzék ellen küzd. *index.hu*, 2020. március 30.

<sup>6</sup> Mit csinál Áder János a koronavírus alatt?. *index.hu*, 2020. március 24.

<sup>7</sup> Vadai Ágnes: Mi ez a kupleráj a teszteségek körében?. *index.hu*, 2020. március 30.

<sup>8</sup> Jakab Péter: Önök államcsínyre készülnek. *index.hu*, 2020. március 23.

<sup>9</sup> A Fidesz a koronavírusra hivatkozva összefogásra szólította fel az ellenzékét. *index.hu*, 2020. március 30.

Mindkét oldal tehát azzal vádolta a másikat, hogy nem a járvánnyal foglalkozik, hanem párt-politikai csatározással, s ezért miatta nem jött létre egy olyan új helyzet, amelyben mindenki egyformán részes, és amelyik a leginkább alkalmas lenne a járvány következményeinek enyhítésére.<sup>10</sup>

A helyzetválasztásnak része a helyzet berendezése is, ami számos dolgot magában foglal az érzelemmedzser jelenlétén és viselkedésén túl. A márciusban bevezetett intézkedések jelentős része egyszerűen a katonai mozgósítás által előírtakat követte<sup>11</sup>, aminek megvoltak a maga szándékolt érzelemszabályozási következményei. Időről időre utaltak a megszólalók arra, hogy a járványhelyzet egyáltalán nem csupán egészségügyi feladatokat ró a kormányzati szervekre. Valahányszor Orbán Viktor felsorolta a teendőik fő „harctereit”,<sup>12</sup> mindig négyet említett, s az egészségügy csak a harmadikként szerepelt a sorban a katonai és a rendőri után, a gazdasági védekezés előtt. A kormánykörök a rendőrök és katonák megjelenését megnyugtató elemnek is szánták, a feladatuk nemcsak az ellátásnak, benne az egészségügyi ellátás infrastruktúrájának a biztosítása volt, hanem, ahogy egyszer-egyszer elhangzott: ennek esetleges megvédelmezése is.<sup>13</sup> Az Operatív Törzs egyik tájékoztatóján ezt ki is mondták:

„Azért vannak katonák az utcán, hogy határ- és rendvédelmi feladatokat lássanak el, továbbá hogy nyugtassák a közhangulatot, hangzott el válaszként Kiss Róberttől az idevágó kérdésre.”<sup>14</sup>

Számos további intézkedés nem volt szokatlan, ezek közé tartozott a látogatási tilalom a kórházakban, de életbe léptek új intézkedések is, ilyen volt a kormány részéről az iskolai oktatás távolléti tételé, és általában az otthoni munkavégzés bevezetése számos munkáltató által. Az ilyen elrendezések elsősorban a járvány terjedését voltak hivatottak lelassítani, de a helyzetválasztásra vonatkozó érzelemszabályozásra irányuló erőfeszítésként is értelmezhetők.

Gross is felhívja a figyelmet arra, hogy a helyzetválasztásnak vannak rövid távú és vannak hosszú távú következményei, s ezek sokszor ellentmondanak egymásnak (Gross – Thompson, 2007). A járvány miatti látogatási tilalom rövid távon megakadályozza a benn fekvők megfertőződését és a fertőzés kijutását, hosszú távon azonban elszigeteli a betegeket a hozzátartozóktól, ami jelentős érzelmi hatással van minden érintettre. A távoktatás és távmunka bevezetése szintén más érzelmi hatással jár mind rövid, mind hosszú távon. Az Operatív Törzs, mint az egyik

<sup>10</sup> LMP-s frakcióvezető: A kormány és ellenzék is sárt dobál egymás felé. *index.hu*, 2020. március 30.

<sup>11</sup> Orbán Viktor az Országgyűlésben a veszélyhelyzet 12. napján. *origo.hu*, 2020. március 23.

<sup>12</sup> Orbán Viktor 6 pontos, újabb akcióttervet jelentett be, átérünk a tömeges megbetegedések szakaszába. *index.hu*, 2020. március 23.

<sup>13</sup> Tábori kórházat állítottak fel Budapesten – videó Tábori kórházat állítottak fel Budapesten. *origo.hu*, 2020. március 25.

<sup>14</sup> Müller: Valahol a küszöbön vagyunk a csoportos és a tömeges megbetegedések szakasza között. *index.hu*, 2020. március 30.



kormányzati érzelemmedzser, számolt is ezzel, ahogyan jelezzük majd a válaszmódulációról szóló részben.

A rövid és hosszú távú helyzetválasztás alkalmával történő figyelembevétele expliciten jelen van abban, ahogyan a miniszterelnök indokolja a koronavírus-/felhatalmazási törvényt. Arra hivatkozik, hogy a tömeges fertőzés szakasza mindenképpen bekövetkezik, és nem állhat elő olyan helyzet, hogy a kormány azért képtelen az intézkedésre, mert a megbetegedések miatt az Országgyűlésben nem biztosított a többsége. Orbán Viktor tehát kezdettől olyan helyzetet választ és rendez be, amely a legsúlyosabb járvány esetében is képes biztosítani a stabilitást, az ügyek vitelét, tehát megnyugtató lehet az állampolgárok számára.<sup>15</sup>

Külön említést érdemel az olyan tilalom, mint az újságírók és az egészségügyi személyzet elszigetelése egymástól. A kínai és olasz járvány képei bejárták a magyar nyilvánosság felületeit, és valószínűleg komoly súllyal estek a latba a tiltás bevezetésekor. Érdemes ehhez hozzátenni ugyanakkor, hogy a magyar média már régóta köríti tudósításait nem az eseményeken készült képekkel, hanem online fotógyűjtemények darabjaival (Machin, 2004). Időszakunkban is megjelentek a portálok kórházak felvételekkel – a mai média aligha lehet meg erős vizualitás nélkül –, és csak az olvasón múlott, hogy odafigyelt-e a képek forrására.

Amennyiben a helyzet berendezését helyezzük a középpontba, akkor azt látjuk, hogy a média, két forrásunk közül is sokkal inkább az *Index*, mint az *Origo*, több olyan hírt és képet jelentetett meg, amely a járvány más országokban zajló terjedéséről szólt, vagy hírességek megbetegedéséről és haláláról. A hírek megfogalmazása néha kifejezetten arra utalt, hogy ezekben az országokban a saját jövődöbéli állapotunkat láthatjuk az emelkedő esetszámokkal és növekvő halálozással. Nem mondott ez ellent a miniszterelnök és az Operatív Törzs folyamatosan ismételt helyzetleírásának, mely szerint most még csak csoportos megbetegedések történnek Magyarországon, de a küszöbén állunk a harmadik típusú járványnak, mely tömeges fertőzéssel és akár az Országgyűlés munkájának a leállításával is járhat, sőt, félő, hogy veszélyeztetni fogja az egészségügyi ellátást is, hiszen más országokban is nagyon sok orvos és ápoló betegedett meg.<sup>16</sup>

## Helyzetmódosítás

A helyzetmódosítás a már kialakult és kialakított helyzet bizonyos érzelmekeltő összetevőinek megváltoztatása. Az érzelemmedzser olyan dolgokkal béleli ki a helyzetet, amelyekkel kapcsolatban bizton számíthat a neki megfelelő érzelmek keletkezésére. Kifejezetten nehéz elválasztani a helyzetválasztástól, mert egy jelentős helyzetmódosítás felérhet új helyzet kiválasztásával – a megítélése elsősorban az alany percepciójától függ.

<sup>15</sup> Orbán Viktor: Politikai viták helyett összefogásra van szükség. *origo.hu*, 2020. március 23.

<sup>16</sup> Dömötör Csaba: Csak most jön a neheze!. *origo.hu*, 2020. március 29.

Mivel a március 11-én életbe léptetett veszélyhelyzet a katonai mozgósításon alapult, az Operatív Törzs és a miniszterelnök körül működő munkacsoportok viszont úgy látták, hogy a járvány egyre erősödik, és nemsokára el fogja érni a tömeges megbetegedések fázisát, ezért a kormány időről időre kisebb-nagyobb módosításokat hajtott végre a helyzeten, mely módosítások akarva vagy akaratlanul érzelmi következményekkel is jártak.

A vizsgált nyolc napra esett az egyik legradikálisabb módosítás, a kijárási korlátozások bevezetése, ami azt írta elő, hogy a lakóhelyet csak a munkavégzés és a legszükségesebb feladatok elvégzése céljából szabad elhagyni. Ekkor vezették be az idősek vásárlási időszakát is, valamint a másfél méteres távolságtartás kötelezettségét. Bár kisebb jelentőséget kapott a híradásokban, de ekkor jelentek meg a katonák a kórházakban parancsnokként.

A kormánypárti érzelemnedzserek láthatólag ekkor is számoltak az intézkedések érzelmi hatásával, mert a miniszterelnök rögtön a kihirdetésekor, tehát a bevezetést megelőző napon jelezte, hogy a katonák és rendőrök megnyugtatásul vannak jelen a köztereken, nem elsősorban büntetni akarnak, hanem sokkal inkább segíteni az állampolgárokat, elnyerni az együttműködésüket,<sup>17</sup> hasonlóképpen az egészségügyi intézmények működését is biztonságosabbá fogják tenni, és nem fognak beleszólni orvosszakmai döntésekbe. Arról is szót ejtett, hogy az új helyzet elfogadásához szükség van az emberek megnyerésére. A miniszterelnök a módosított szabályok betartását az együttműködéstől és nem kényszerítő erők alkalmazásától remélte. Hangsúlyozta, hogy a rendőrségnek és a katonaságnak nem „dresszírozni” kell, hanem a lakosságot segíteni a kialakult új helyzetben.<sup>18</sup>

A helyzetmódosítást illetően igen visszafogott ellenzéki érzelemszabályozási ajánlatok érkeztek. A legélesebben a Jobbik szólalt meg, és közleményében tagadta a helyzetmódosítás tényét. Azt állították, hogy látszatintézkedés történt, voltaképpen semmi sem változott a bejelentés után, és éppenséggel a Jobbik párt követel szigorítást, vagyis helyzetváltoztatást. A többi parlamenti párt tulajdonképpen elfogadta a helyzetmódosítást, még akkor is, ha a kormány egyes lépéseit kritika tárgyává tette.

## Figyelemvezénylés

Ebben a fázisban az érzelemszabályozási erőfeszítés az alany figyelmére, annak vezénylésére irányul (*attentional deployment*). Az alany figyelme diffúz lehet, illetve irányulhat a helyzet és a történések olyan aspektusára, amelyik kedvezőtlenebb érzelmeket ébreszthet benne, mint amilyenek keletkezésében az érzelemnedzser érdekelt.

<sup>17</sup> Kijárási korlátozás lép életbe szombattól. *index.hu*, 2020. március 27.

<sup>18</sup> Mától él a kijárási korlátozás Magyarországon. *origo.hu*, 2020. március 28.

A vezénylésnek több fajtája van. Az alábbiakban egyenként előbb meghatározzuk őket, majd bemutatunk hozzájuk tartozó példákat a 2020. március végi politikai kommunikációs folyamatokból.

### Elterelés

Az elterelés a figyelemnek a helyzet nem érzelmi összetevőire való ráirányítása, vagy a figyelem teljes elvonása a helyzetről. Ehhez persze feltételeznünk kell azt, hogy lehetségesek olyan aspektusai egy helyzetnek, amelyeknek nincsen érzelmi hatásuk. A politikai kommunikációs csaták éppen abból szoktak állni, hogy egy-egy kommunikátor új témát vet fel, hogy ezzel terelje el az állampolgárok figyelmét a nyilvánosságban éppen intenzíven tárgyalt, de a számára nem előnyös vitakérdésről.

A jobboldal láthatólag egy darabig próbálkozik a migráció témájának hangsúlyozásával, ami a baloldali kommunikációból szinte teljesen kimarad; az Index még akkor sem ejt szót a migrációról, amikor a külügyminiszter hangsúlyosan említi, éppenséggel nagyobb terjedelemben, mint a járványt.<sup>19</sup> Az *Origo* mint érzelmenedzser sűrűn él a figyelemelterelés eszközével: a kutatási időszakban megjelent híryanagainak 46 százaléka nem a koronavírus-járvánnyal kapcsolatos témákat taglal. A migráció mellett hangsúlyosan szerepelnek bűnügyi és közlekedési tudósítások, valamint hírek balesetekről és az időjárásról. Azzal, hogy a hírfolyamot a járvány előtti időkből megszokott mederben tartották, az olvasóikban azt az érzést kelthették, hogy az élet nem változott meg radikálisan. Ezzel ellentétben az *Index*en a „Belföld” rovat majd’ mindegyik cikke kapcsolódott a járványpolitika egy-egy aspektusához, mintegy azt az összbemórást keltve, hogy az egész hazai világ nem szól másról, mint a vírus terjedéséről és az ellene folyó védekezéséről.

A baloldal a koronavírus-törvény esetében mindent megtett, hogy meggyőzze az állampolgárokat arról, hogy a jogszabály nincsen semmilyen valós kapcsolatban a járványhelyezettel.<sup>20</sup> Át is keresztelték felhatalmazási törvényre, ami a nevében is elszakította a jogszabályt a járványtól, ezzel szemben összekötötte az Orbán-rezsimet a hitleri Németországgal, és így Orbán Viktort Adolf Hitlerrel. A megnevezés is azt sugallja, hogy nem más a célja, mint a miniszterelnököt felhatalmazni még nagyobb hatalommal, sőt, teljhatalommal felruházni, éspedig örök időkre. Ahogy a Jobbik képviselője mondja március 30-án a parlamenti vitában:

„A kormánynak hallgatnia kellene a józan emberek követeléseire, és Orbán ne csináljon itt királyságot.”<sup>21</sup>

<sup>19</sup> Szijjártó Péter: Hosszú távú védekezésre kell berendezkedni a járvány miatt. *origo.hu*, 2020. március 23.; Szijjártó Péter: A válság idején is biztosítani kell az áruk akadálytalan forgalmát. *origo.hu*, 2020. március 26.; Ellenzéki pártok a Soros-szervezetek fogságában. *origo.hu*, 2020. március 27.

<sup>20</sup> Vasárnap közel hatezer nézővel tüntettek online a törvény ellen. *index.hu*, 2020. március 30.

<sup>21</sup> 100 százalékos fizetésemelést követel az ellenzék az egészségügyi dolgozóknak. *index.hu*, 2020. március 30.

Az *Index* hasonlóképpen azt bizonygatta több cikkében, hogy a járványkezeléshez a kormánynak nincsen szüksége erre a törvényre, hiszen Müller Cecília, országos tisztifőorvos egymaga be tudott vezetni különféle korlátozó intézkedéseket.<sup>22</sup> Azt mondhatjuk tehát, hogy az ellenzék a kormányzati intézkedésekről át akarta terelni az állampolgárok figyelmét egy olyan témára, ami éppen ellenkező érzelmi hatást kelthet: félelmet a diktatúrától, Orbán Viktor teljhatalmától, ennek megfelelően haragot a miniszterelnökkel szemben és rokonszenvet a demokráciát megóvni akaró ellenzék irányában.

### Összpontosítás

Az összpontosítás a kognitív erőforrások lekötése valamivel, ami nem a helyzet érzelmi összetevői közé tartozik. Általában arra, például munkára, kertészkedésre, sziklamászásra, művészi tevékenységre stb., amivel az emberek képesek lekötni a kognitív erőforrásaikat. Ezt lehet akár belső helyzetválasztásnak is tekinteni: tulajdonképpen az egyén a meglévő helyzet helyett választ magának egy másikat, amelyik kevesebb kellemetlen érzéssel jár.

Az *Origón* olvasható annak példája, hogy a járvány okozta kényszerű bezártságot az emberek elfogadják és megpróbálják élehetővé tenni: struktúrát adnak mindennapjaiknak, értelmesen töltik az időt: időben felkelnek, dolgoznak, főznek, ház körüli munkát végeznek, régóta halogatott ügyeket intéznek.<sup>23</sup> Bizonyos értelemben a kognitív erőforrások hasonló lekötésével járt sokak számára a gyermekeik otthoni tanítása a matematikaóráktól a filmre vett szülői testnevelési foglalkozásokig. Ezek a nem kevés odafigyelést igénylő tevékenységek elterelhették az emberek figyelmét a vírus általi fenyegetettségéről és a bezárkózottság okozta feszültségekről.

### Rumináció

A rumináció abban áll, hogy a figyelem a helyzet egyéni érzelmi következményeire irányul. Arra, hogy mit érzek, és nem arra, hogy milyen a helyzet önmagában, tehát függetlenül a vele kapcsolatos érzéseimtől. A magyar elnevezés – rágódás – korábbi érzelmek újra felidézésére, újraélésére utal. A rumináció fázisa tehát nem a helyzetre fordítja a figyelmet, hanem a keletkezett érzésekre. Rövid távon eltereli a figyelmet magáról a helyzetről, ugyanakkor hosszabb távon rontja az érzelmi állapotot (Nolen-Hoeksema, 1991; Nolen-Hoeksema et al., 2008).

Járványok idején gyakori ilyen érzélem az aggodás, tehát a jövőbeli fenyegetésekre irányuló figyelem. Az aggodás krónikus alacsony fokú, de hosszan tartó szorongáshoz vezet. Ugyanakkor van átértékelő aspektusa is: korlátozza az érzelmi információk feldolgozásának alaposságát, és elterelheti a figyelmet a komolyabb gondokról (Gross, 1998b).

<sup>22</sup> Hosszú időre jégre tehetik a kormánypártok a parlamentet hétfőn. *index.hu*, 2020. március 29.

<sup>23</sup> Így telnek az emberek napjai a kijárási korlátozás alatt. *origo.hu*, 2020. március 30.

Ebbe a körbe sorolható az az ajánlat, amit az *Index* a bizonytalanságról szóló cikkével tesz.<sup>24</sup> Ennek nyomán az olvasó lamentálhat a saját érzelmi állapotán, megfogalmazhatja, megnevezheti a maga számára azt, hogy mit is érez, és így immár nem a helyzettel, hanem a saját érzelmeivel és érzelmi állapotával, esetleg visszatérő érzelmi epizódjaival foglalkozhat. Természetesen mihelyt nevet kap egy érzelm, amelyet az alany a magáénak érez, megindulhat a keresgélés az interneten az adott érzelm mineműségét és kezelésének legjobb módjait illetően, ami érdeke lehet mind a keresgélést megindító portálnak, mind bármely érzelmenedzsernek, aki el akarja terelni az állampolgárok figyelmét a helyzet kellemetlen érzelmi vonatkozásairól.

Hasonló ajánlatnak tekinthetjük azokat a rövid beszámolókat, amelyeket szintén az *Index* közöl hétköznapi emberektől arról, hogy hogyan élték meg a járvány közel egy hónapját.<sup>25</sup> Sok szó esik itt félelemről, aggodásról, kétségbeesésről, letargiáról, sírásról és más érzelmekről és érzelmi megnyilvánulásokról. Ezek mintát adnak a történetek megéléséhez, tehát a válaszmodulációt segítik, ugyanakkor lehetővé és szinte illendővé teszik azt, hogy az olvasó elmélázzék a saját érzelmein.

Az *Origo* oldalain nem találtunk rumináció jeleként kategorizálható megszólalást. Kínzó gondolatok felelevenítése, tépelődés, rágódás nem szerepelt a kormánypárti nyilvánosság érzelmszabályozási ajánlatai között. Nem véletlen, hiszen a rumináló embereknek csökken a motivációja, a teljesítménye, és a rumináció a nagyobb közösségre is bénító hatással lehet, nem beszélve a rágódó személyeket fenyegető egészségügyi kockázatokról, mint amilyen például a depresszió (Nolen-Hoeksema et al., 2008; McLaughlin – Nolen-Hoeksema, 2011). Mindezeknek az elkerülése, és nem a kultiválása állt a kormánypárti érzelmenedzserek érdekében.

### Tudatos jelenlét és szemlélődés

Az angol megnevezéssel *Mindfulness*nek nevezett kognitív eljárás felajánlása azért figyelemvezénylés, mert arra készíti az egyént, hogy szemlélődő és a megítélő reflexet nélkülöző távolságot teremtsen a pillanat és saját maga közé (Bishop et al., 2004). Ez azért segíthet, mert egyrészt az egyén letesz arról, hogy azonosuljon a járványhelyzet ijesztő vonásai nyomán önkéntelenül keletkező kellemetlen érzéseivel, ehelyett intellektuális reflektív viszonyt alakít ki vele szemben, másrészt a történeteket és a velük kapcsolatban keletkező érzéseit és gondolatait elfogadja annak, amik, tehát nem emel belőlük még ijesztőbb lelki építményeket. A *Mindfulness*szel élő ember keres valamilyen stabil pontot, erre irányítja a figyelmét, s a kellemetlen gondolatait és érzéseit regisztrálja ugyan, de nem engedi őket elhatalmasodni, hanem a figyelmét tudatosan visszaterezi az előzetesen kiváltaszott stabil ponthoz.

Világos, hogy a pillanat ilyen típusú megélése erős leszűkítése a figyelmeknek. Az *Origo* tudósítása szerint sokan úgy küzdenek meg a kijárási korlátozás nehézségeivel, hogy belefeledkeznek kedvelt tevékenységeikbe: olvasás, festés, testedzés, spirituális tevékenységek, sorozatnézés. A jógázás

<sup>24</sup> A bizonytalanság az elme gyilkosa. *index.hu*, 2020. március 26.

<sup>25</sup> Többször is előfordult a héten, hogy hazamentem és csak sírtam. *index.hu*, 2020. március 30.

viszonyulási mintaként is fontos, hiszen olyan mozgásformáról van szó, amelyik nagy hangsúlyt fektet a befelé fordulásra és a tudatos jelenlétre.<sup>26</sup> Az imádkozás és meditáció pedig a szemlélődésben való feloldódás állapotával kecsegtet.<sup>27</sup>

### **Kognitív változtatás (change of cognition)**

A pszichológiai közfelfogás szerint, különösen a kognitivisták munkáiban, az érzelmek ébredése megköveteli, hogy az észleléseknek jelentésük legyen, és hogy az egyén értékelje azt, vajon milyenek a képességei a helyzet menedzselésére. Felfogásukban nincsen, nem jön létre érzelmek anélkül, hogy a stimuláló történéseknek jelentést és értékelést adna az egyén. A kognitív változtatás pedig módosítja az értékeléseket és ezen keresztül a várható érzelmeket.

A kognitív változtatás eljárásai közé sokféle erőfeszítés tartozik, ezek főként énvédő és megküzdési mechanizmusok, mint a tagadás, az izoláció és az intellektualizálás (Gross, 1998b). Lényegében minden esetben az történik, hogy az alany nem akar szembenézni a valóságos helyzettel, mert azt érzelmileg túlságosan fenyegetőnek érzékeli, ezért vagy egészében tagadja a számára negatív összetevőit, vagy megpróbálja őket valamilyen módon elszigetelni a mindennapos tevékenységeihez szükséges kognitív folyamataitól.

#### **Tagadás**

A tagadást ismerjük a vírus- és járványtagadók, oltásellenesek későbbi példáján, de forrásaink szerint a vizsgált időszakban ilyen érzelemszabályozási ajánlatok nem jelentek meg a széles nyilvánosságban. A koronavírus-törvény egyik része az ilyen nyilvános kommunikációt kívánta büntetni.<sup>28</sup>

#### **Intellektualizálás**

Az intellektualizálás az izoláció egyik formája. A lényege, hogy az alany megpróbál a helyzet érzelmeltető összetevői helyett az intellektuálisan megragadhatókra összpontosítani. Szélsőséges esetben akár a legborzalmasabb történéseket is valamilyen racionális komponensénél fogva ragadja meg és magyarázza.

Idesorolhatjuk az olyanokat, mint a nyilvánosság számokkal való elárasztása. A kormánypárti érzelmenedzserektől rendszeresen értesül a nyilvánosság arról, hogy hány lélegeztetőgép, hány orvosi maszk, hány kórházi ágy, hány orvos, nővér, mekkora egészségügyi szak személyzet stb. áll

<sup>26</sup> Mindenki sorozatokat és filmeket néz, rendkívül leterhelt az internet. *origo.hu*, 2020. március 29.; Így telnek az emberek napjai a kijárási korlátozás alatt. *origo.hu*, 2020. március 30.

<sup>27</sup> Ferenc pápa az üres Szent Péter téren ad rendkívüli áldást a világra. *origo.hu*, 2020. március 27.

<sup>28</sup> A rémhírtérjesztés eddig a fehér hollónál is ritkább volt Magyarországon. *index.hu*, 2020. március 30.

rendelkezésre.<sup>29</sup> Megtudjuk, hány tonna felszerelés érkezik hazánkba,<sup>30</sup> hány repülőgép hordja folyamatosan ezeket, melyik napon, pontosan hány új fertőzött, hány gyógyult, hány kórházban levő beteg van, mennyi tesztet végeztek el stb., s mindezt érzelmi kommentár nélkül, lehetőleg táblázatokba foglalva és grafikonokon ábrázolva. Az *Index*nek szinte minden héten megjelent a grafikus adatábrázoló sorozata, mely a napi adatokat teszi intellektuálisan emészthetőbbé.<sup>31</sup> Minden portál a *koronavirus.gov.hu* adatait veszi át, ami szintén nagyon pontosan, jóllehet a nevek feltüntetése nélkül, közli az áldozatok számát, alapbetegségét, korát és más adatát.

Számos tudományos ismeretterjesztő cikk is megjelent a vírussal, a védekezéssel, ezen belül a maszkviseléssel,<sup>32</sup> a maszkok történetével<sup>33</sup> és a számok értelmezhetőségével kapcsolatban.<sup>34</sup> Az utóbbi különösen érdekes jelenség, hiszen a cikk arról szól, hogy mennyire bizonytalanok a járvánnyal kapcsolatos adatok, tehát tulajdonképpen a számokkal való elárasztás intellektualizáló próbálkozásával ellentétes intellektualizációs erőfeszítésnek tarthatnánk. Csakhogy a cél éppen az, hogy a prompt intellektualizálás segítségével pillanatnyi enyhülést okozzon, azt sugallva, hogy legalább intellektuálisan urai vagyunk a helyzetnek, ami a mi kultúránkban mégis csak azt szokta elhozni, hogy egy idő után gyakorlatilag is kontroll alá fogjuk vonni.

Hasonlóan érdekes státusú az *Index*en a már említett hosszú szöveg,<sup>35</sup> amely arról szól, milyen káros, talán minden pszichológiai folyamat közül a legkárosabb, a bizonytalanság eluralkodása, a kontrollvesztés érzése, miközben az ezt megjelentető portál naponta több tucat hírben tudatja olvasóival, mennyire bizonytalan minden a járványadatokról a rövid és hosszú távú kilátásokig – különösen egy kevésbé kompetens kormány vezénylete alatt.

## Megmagyarázás

Az érzelemmedzser azzal próbálja megnyugtatni a közönségét, hogy okokat definiál, magyarázatot nyújt számára a helyzet valamely összetevőjével kapcsolatban. A magyarázat ugyanis azt sugallhatja, hogy ismerjük az okokat, tehát alkalmazni is tudjuk az ismereteinket a veszélyek csökkentése és a kedvező tendenciák felerősítése végett.

A megmagyarázás egyik formája az, amikor felmutatjuk a bajok okozóit. A vizsgált időszakban közli az *Origo.hu* a Századvég egyik kutatását, amely szerint a magyar állampolgárok nem kevesebb mint 80 százaléka felelősnek tartja a járvány terjedéséért a későn ébredő országokat,

<sup>29</sup> Orbán Viktor és az operatív törzs legfontosabb hétfői bejelentései. *index.hu*, 2020. március 23.; Orbán Viktor: Három témáról tárgyalnak ma az akciócsoportok – videó, *origo.hu*, 2020. március 25.; Magyarország elsőként nyújtott segítséget Kínának, most ők segítenek – videó, *origo.hu*, 2020. március 25.; Oriási áttörés: Magyarország önellátó lesz fertőtlenítőszerből. *origo.hu*, 2020. március 25.

<sup>30</sup> Pontosán mit hozott az első, orvosi eszközöket szállító gép Kínából? *index.hu*, 2020. március 23.

<sup>31</sup> Újabb 36 koronavírus-fertőzött van Magyarországon. *index.hu*, 2020. március 23.

<sup>32</sup> Ha van rajtad maszk, az a baj, ha nincs, az a baj. *index.hu*, 2020. március 30.

<sup>33</sup> Az N95-ös maszk évszázados története. *index.hu*, 2020. március 30.

<sup>34</sup> Nagyon könnyű félreérteni a járványról szóló statisztikákat. *index.hu*, 2020. március 26.

<sup>35</sup> A bizonytalanság az elme gyilkosa. *index.hu*, 2020. március 26.

de a felelősök között ott találjuk az Európai Bizottságot, a nyitott határokat, illetve a migrációt támogató politikusokat is.<sup>36</sup> Az ellenzéki pártokat pedig a helyzetet rontó, hátráltató figurákként, kártékony formációként tűnteti fel. A kormánypárti érzelmmenedzserek a budapesti főpolgármestert és hivatalát is időről időre felelőssé teszik a járvány terjedése miatt.<sup>37</sup>

## Összevetés

Az összevetés egyik, az egyéni érzelmszabályozás esetén a gyakoribb, változata a rosszabb helyzetben levőkkel való összehasonlítás. Lényege, hogy az alany azzal ébreszt magában kellemesebb érzelmeket, hogy olyanokat keres, akiknek a helyzete rosszabbnak minősíthető az övéénél. Nem szükséges, hogy valóban jobb helyzetben legyen másoknál, a lényeg, hogy képes legyen másokat és magát úgy percipiálni.

Elsősorban a jobboldali megszólalók fordulnak ehhez az eljáráshoz. Náluk a rossz nyugati járványadatok arra utalnak, hogy Magyarország jobban kezeli a folyamatokat, de legalábbis előbb tért észhez, mint a nálánál amúgy fejlettebbek,<sup>38</sup> nem is szólva az Európai Bizottságról.<sup>39</sup> Míg tehát az *Index*en a nyugati adatok abban a kontextusban szerepelnek, hogy nemsokára idehaza is ilyen lesz a helyzet, addig a jobboldali kommunikációban más szerepet kap az összevetés.

A klasszikus védekező és énvédő mechanizmusok tehát az alanyt pozitívabb lelki állapotba akarják hozni, mint amilyen a mindennapos élményei következtében fenyegeti. Érzelmmenedzserek azonban abban is érdekeltek lehetnek, hogy rosszabb hangulat alakuljon ki, mint amilyen a valószínű folyamatok alapján lehetne. Ez a politikában teljesen megszokott törekvés, a kormányt előtérbe toló helyzetekben jellemző az ellenzék érzelmszabályozási erőfeszítéseire; a köznyelv ezt úgy fogalmazza meg, hogy az ellenzék szerint mindig minden rossz, amit a kormány tesz.

Politikusok is élnek ezzel,<sup>40</sup> és az *Index* ellátja ezt a feladatot például olyan adatok és arányszámok előtérbe helyezésével, amelyek más országokénál rosszabbnak mutatják a hazai helyzetet. Ami a későbbiekben, 2021 tavaszán az egymillió főre jutó koronavírus-fertőzésben meghaltak száma, az 2020 márciusában a halottaknak a fertőzöttek számához viszonyított aránya, mely magasabb a vonatkozó nyugati adatoknál. Az ezt érintő kérdést mindennap felteszi az *Index* az Operatív Törzsnek,<sup>41</sup> de választ sosem kap rá, így mindennap újra a tudo-

<sup>36</sup> Századvég: Gyors és hatékony intézkedésekkel lassítható a koronavírus-járvány terjedése. *origo.hu*, 2020. március 24.

<sup>37</sup> Karácsony Gergely sem akarja a koronavírus elleni védekezésről szóló törvényt. *origo.hu*, 2020. március 23.; Gulyás Gergely: Az eddigi intézkedések hatályban tartása függ az Országgyűlés döntésétől. *origo.hu*, 2020. március 23.; Fidesz: Az ellenzék még mindig nem értette meg, hogy összefogásra van szükség. *origo.hu*, 2020. március 26.; Elutasította az ellenzék a magyar parlamentben a veszélyhelyzet meghosszabbítását. *origo.hu*, 2020. március 24.

<sup>38</sup> A miniszterelnök szerint a kormány az elsők között hozott meg minden fontos intézkedést Európában. *index.hu*, 2020. március 23.

<sup>39</sup> Nyugaton lényegében mindenből hiány van, beszerezni csak keletről lehet. *index.hu*, 2020. március 23.; Rétvári: Gyorsabban hoztunk rendeleteket, mint a környező országok. *index.hu*, 2020. március 30.

<sup>40</sup> A Párbeszéd válságkezelő alapjövdelem bevezetését sürgeti. *index.hu*, 2020. március 30.

<sup>41</sup> Őt témában küldtünk kérdéseket csütörtökön az operatív törzsnek is. *index.hu*, 2020. március 23.



mására hozhatja az olvasóknak ezt a negatív diszkrepanciát, amikor felsorolja, hogy milyen kérdéseket küldött be a tájékoztató előtt. Ezzel párhuzamosan a jobboldal által ismételtetett pozitív összehasonlítást csak módjával ismerteti.

Az Index érzékelhetően külön figyelmet fordít arra, hogy ellensúlyozza a kormányhoz közel álló médiumok kedvező jelentéseit. Egyik cikkében kifejezetten a közmédia magyar és osztrák összehasonlítására reagálva hívja fel a figyelmet arra, hogy a járványadatokat nagyon könnyű félreértetni.<sup>42</sup>

### Kognitív átkeretezés

A kognitív átkeretezés különösen potens forma. Például ha kudarcot vallunk az egyik célkitűzésünk szerint, akkor kereshetünk egy másikat, amely szerint sikert arattunk, de legalábbis nem történt semmi szomorú.

Erre leginkább a jobboldali megszólalóknál találunk példákat. Meglehet, hogy nő az esetszám, meglehet, hogy nem tudjuk megállítani a járványt, de korábban fogtunk hozzá, mint mások, és ügyesebbek voltunk az eszközök beszerzésében.<sup>43</sup> Különösen erőssé, tulajdonképpen uralkodóvá ez a kognitív változtatás a jobboldali kommunikációban 2021 tavaszán vált, amikor a halálozás alacsonyan tartásának célja helyett az oltóanyagok beszerzéséhez és az oltási folyamathoz mint célhoz viszonyították a kormányzati teljesítményt.

### Átértékelés

Különösen sűrűn alkalmazott eszköz az átértékelés. A helyzetet úgy alakítjuk át kognitív vonatkozásban, hogy megváltozzék az érzelmi hatása.

Ebbe a körbe tartozik az a kísérlet, amikor kommunikátorok arról nyilatkoznak, hogy a járványnak lehetnek pozitív hatásai is.<sup>44</sup> Ilyen például az egészségügy felértékelődése, hogy az emberek rájönnek, hogy mit várhatnak, és mit nem várhatnak az egészségügytől, mi az, amiért nekik maguknak kell vállalniuk a felelősséget az egészségüket illetően.<sup>45</sup> Vagy amikor azt a hasznát látják a járványnak, hogy rávilágít a globalizáció eltúlzott voltára, a nemzeti kormányok ütőképességére az uniós szervezetek hasznavetelenségével ellentétben,<sup>46</sup> vagy az oktatás digitalizálásának fontosságára.<sup>47</sup>

<sup>42</sup> Nagyon könnyű félreérteni a járványról szóló statisztikákat. *index.hu*, 2020. március 26.

<sup>43</sup> Szijjártó Péter: Számoljunk le mindenféle illúzióval!. *index.hu*, 2020. március 30.

<sup>44</sup> Vitézy: A koronavírus után akár radikális változás állhat be a budapesti közlekedésben. *index.hu*, 2020. március 30.

<sup>45</sup> Orvosi kamara elnöke: Ez a vihar előtti csend. *index.hu*, 2020. március 28.

<sup>46</sup> Brüsszel tehetetlensége miatt egyre feszültebb a helyzet a nemzetállamok és az Európai Unió között. *origo.hu*, 2020. március 26.

<sup>47</sup> A pedagógusokat számos digitális tartalom segíti az új munkarendben. *origo.hu*, 2020. március 29.

## Válaszmoduláció

A válaszmoduláció a fiziológiai, tapasztalati vagy viselkedési válasz közvetlen befolyásolása. Az érzelemgeneráló folyamat kései szakaszára irányul, amikor a választendenciák már elindultak. Mivel az érzelmeket a pszichológia nyomán úgy definiáltuk, mint olyan konstruktumokat, amelyek testi változásokat és szubjektív megéleléseket is magukban foglalnak, nem csak jelentésadást és cselekvési tendenciákat, ezért akár az égyének, akár az érzelmi vállalkozók által történő érzelemszabályozási erőfeszítés irányulhat mindezekre az összetevőkre.

Gyógyszerek, tornagyakorlatok, relaxálás segíthet a fiziológiai és az élményszerű aspektusok menedzselésére olyan kellemetlen érzelmek esetén, mint a szorongás. Sokan az alkohol, a cigaretta, a kokain vagy az evés segítségét kérik, esetleg családtagjaikon vezetik le felhalmozódott rossz érzéseiket. Szemben a közhittel, a kutatások szerint az érzelmek kifejezésének serkentése, az úgynevezett ventilálás inkább növeli az adott érzés erejét, mint hogy a kiengedése által csökkentené azt; ugyanakkor bizonyos érzelmek (büszkeség, jókedv) ereje csökken, ha tiltjuk a kifejezésüket, másoké (undor, szomorúság) nem.

Az érzelemnedzserek közvetve vagy közvetlenül igyekeznek modulálni az érzelmi válaszokat. A közvetettre példa, hogy bár március 28-án kijárási korlátozások léptek életbe, ezek nem tiltották meg a szabadban történő sportolást vagy kirándulást,<sup>48</sup> és az Operatív Törzs tájékoztatóján el is hangzott,<sup>49</sup> hogy a tilalom éppen azért nem érvényes ezekre a tevékenységekre, mert ezek segíthetnek javítani az állampolgárok testi és mentális állapotát.<sup>50</sup>

Az *Index* közölt cikket az alkoholfogyasztás valószínű megnövekedéséről<sup>51</sup> és a családon belüli erőszak várható elharapódzásáról.<sup>52</sup> Az előbbi elsősorban a mértékletességet ösztökéli, és arra ad ötleteket, hogyan ellenőrizhetjük, nem szaladt-e el velünk a ló az alkoholfogyasztás tekintetében. Az utóbbi pedig a tendencia riasztó voltának ecsetelésével igyekszik eltántorítani az ilyen érzelmi válaszoktól, és felhívja a figyelmet arra, hogy a menekülésre szolgáló intézmények a járvány alatt is működnek.<sup>53</sup> Ellentmondásos módon, de nagyon is érthetően egy-egy ilyen intés egyben fel is veti az ilyen típusú válaszok alkalmazásának lehetőségét, különösen akkor, ha arra kerül a hangsúly, hogy milyen sokan fognak ilyen eszközökhöz nyúlni.

A jelen kötet alapjául szolgáló kutatások egy jelentős nyalábja kifejezetten a válaszmoduláció alá sorolható érzelemszabályozási ajánlatokat gyűjtötte össze. Ebben három fajtáját különböztettük

<sup>48</sup> Így mehet ki a szabadba, hogy ne csavarodjon be otthon. *index.hu*, 2020. március 28.

<sup>49</sup> Nem ajánlom, hogy a gyerekek összeverődjenek az utcán. *index.hu*, 2020. március 27.

<sup>50</sup> Vitézy: A koronavírus után akár radikális változás állhat be a budapesti közlekedésben. *index.hu*, 2020. március 30.

<sup>51</sup> Otthon dolgozom, tehát iszom?. *index.hu*, 2020. március 29.

<sup>52</sup> A gyerekek lehetnek a krízis csendes áldozatai. *index.hu*, 2020. március 26.

<sup>53</sup> A párkapcsolati erőszak áldozatait segítő menedékházak és telefonvonalak működnek a veszélyhelyzetben is. *index.hu*, 2020. március 30.

meg az ajánlatoknak: azt, amikor a megszólaló verbálisan megfogalmazza érzéseit; amikor csak felmutatja az érzéseit valamilyen megnyilvánuláson keresztül; valamint azt, amikor érzés- és kifejezési szabályt fogalmaz meg azzal kapcsolatban, hogy egy-egy történetre milyen érzésekkel illendő reagálni, milyeneket szabad vagy illendő kifejezni. Mindegyik mintaadó lehet a közönség számára, ezért modulálhatja az állampolgárok érzelmi válaszait.

## Összegzés

A kutatás James Gross érzelemszabályozási folyamatmodelljét felhasználva írta le a COVID-19 magyarországi terjedésének első időszakában megmutatkozó járványpolitizálást. Az elemzés több tanulsággal járt, ezek közül a legfontosabb empirikus és elméleti konzekvenciákat vonjuk le.

A kvalitatív elemzés megmutatta, hogy mindkét forrásból (*Index*, *Origo*) származó kommunikáció segítségével bejárhatóak a Gross által javasolt érzelemszabályozási stációk. Az érzelmek menedzselésére vonatkozó ajánlatok differenciáltaknak és részletgazdagoknak bizonyultak, a nyilvánosság csatornáit tehát változatos affektív válaszokkal járultak hozzá a járvány kommunikációjához. A stációk azonban különböző hangsúllyal jelentek meg a két vizsgált online hírportál tudósításiban. A kormányzati szándékokat megértően tárgyaló, a kormánypárti narratívákat támogató *Origo* esetében jól látható törekvés a járványról a politikai élet egyéb aspektusaira (közlekedés, bűnözés, külpolitika) való figyelemátterelés, illetve az egyéni eseti stresszkezelés régóta bevált önvédő mechanizmusainak (spiritualitás, tettekkészség, „máshol rosszabb”) hangsúlyozása. A koronavírus része az *Origo*-realitásnak, de nem válik uralkodó témájává, nem lesz az élet alapjait megrengető kataklizmává. Magyarország kétségkívül úrrá lesz a járványon, nincs hát szükség sokat töprengeni a lehetséges érzelmi válaszokon. A ruminálás és az intellektualizálás hiánya tehát könnyen magyarázható. Az *Index* oldalain azonban mást látunk: a portál az olvasói figyelmet egyértelműen a COVID-19 és annak társadalmi, gazdasági és politikai következményeire szeretné irányítani. Az *Index.hu*-n a járvány kibillentette a politikát a régi rendjéből. Az események, hírek, új információk itt erőteljesen kötődtek a pandémiához, a betegség terjedéséhez, illetve az annak kezelése kapcsán született politikai válaszokhoz. Az új normalitás feldolgozásában az *Index* oldalain gyakran alkalmazott érzelemszabályozási eszköz a ruminálás és az intellektualizálás volt.

A grossi folyamatmodell megmutatta, hogy az érzelempolitológiának nem csak az affektusokra kell figyelnie. Az érzelmek befolyásolásában ugyanis, mint az elemzés során láthattuk, számos egyéb tényező szerepet játszik. Egy helyzet, egy adat, egy alkalmazott nyelvi fordulat, vizuális vagy fiziológiás élmény ugyanúgy összetevője az érzelmi reakcióknak, következésképpen az azokat manipulálók sem csupán az érzelmkifejezésekre koncentrálnak. Az érzelmekkel foglalkozó politikatudományi munkák túlnyomó többsége megmarad az emotív kifejezések mérésénél, így

a politikaikommunikáció-kutatás affektív fordulatát ténylegesen megalapozó komplex vizsgálatok még nem születtek meg.

Az érzelemszabályozás stációinak politikai kommunikációs hasznosítása során be kellett látnunk a diszciplínák különbségéből fakadó elméleti korlátot. James Gross pszichológus, tehát az egyének, egyéni szituációk és reakciók megértésére törekszik. A mi kutatásunk egy társas és mediatizált kontextusra vonatkozik. Ráadásul a politikában nincsenek objektiválható kategóriák, amihez képest megítélhető az érzelemszabályozási ajánlat helyes vagy helytelen, egészséges vagy egészségtelen mivolta. Az online hírportálok érzelemszabályozási ajánlatai elsődlegesen nem nevelési vagy terápiás célúak, de persze elvileg nem zárható ki, hogy a haragra és félelemre irányuló érzelemszabályozási ajánlatok hosszabb távon az alany politikai érdekeit szolgálják, ám ez mindig bizonytalan, és sokszor politikai megítélés kérdése. Az érzelemszabályozási kísérletek mindenképpen hatással vannak az azokat figyelőkre, a befolyás természete azonban feltérképezhetetlen, mert nemcsak a rövid távú, közvetlen, viselkedésre irányuló, hanem hosszú távú és diverzifikált hatásokat is kutatni kell. Erre egyelőre nincs politikatudományi példa.

## Felhasznált irodalom

- Altheide, David (2002): *Creating Fear: News and the Construction of Crisis*. New York, Aldine De Gruyter.
- Bishop, Scott R. – Lau, Mark – Shapiro, Shauna – Carlson, Linda – Anderson, Nicole – Carmody, James – Zindel V., Segal – Abbey, Susan – Speca, Michael – Velting, Drew – Devins, Gerald (2004): Mindfulness: A Proposed Operational Definition. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 11(3). DOI: 10.1093/clipsy.bph077
- Gammerl, Benno (2012): Emotional styles – Concepts and challenges. *Rethinking History*, 16(2): 161–175. DOI: 10.1080/13642529.2012.681189
- Gross, James (1998a): Antecedent- and Response-Focused Emotion Regulation: Divergent Consequences for Experience, Expression, and Physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(1): 224–237. DOI: 10.1037//0022-3514.74.1.224.
- Gross, James (1998b): The Emerging Field of Emotion Regulation: An Integrative Review. *Review of General Psychology*, (2)3: 271–299. DOI: 10.1037/1089-2680.2.3.271
- Gross, James (2007): *Handbook of Emotion Regulation*. New York, The Guildford Press.
- Gross, James – Thompson R. (2007): Emotion Regulation: Conceptual Foundations. In: James Gross (ed.): *Handbook of Emotion Regulation*. New York, The Guildford Press.

- Koschut, Simon – Hall, Todd H. – Wolf, Reinhard – Solomon, Ty – Hutchison, Emma – Bleiker, Roland (2017): Discourse and emotions in international relations. *International Studies Review*, 19(3): 481–508. DOI: 10.1093/isr/vix033
- Machin, David (2004): Building the World's Visual Language: the increasing global importance of image banks in corporate media. *Visual Communication*, 3(3): 316–336. DOI: 10.1177/1470357204045785
- Maor, Moshe – Gross, James (2015) *Emotion Regulation: Implications for Political Science and International Relations*. Paper prepared for presentation at the workshop on The Politics of Non-Proportionate Policy Response, at the 2015 ECPR Joint Sessions of Workshops, Warsaw. [https://openscholar.huji.ac.il/sites/default/files/moshemaor/files/emotion\\_regulation.pdf](https://openscholar.huji.ac.il/sites/default/files/moshemaor/files/emotion_regulation.pdf)
- McLaughlin, Katie A. – Nolen-Hoeksema, Susan (2011): Rumination as a transdiagnostic factor in depression and anxiety. *Behaviour Research and Therapy*, 49(3): 186–193. DOI: 10.1016/j.brat.2010.12.006
- Nai, Alessandro – Maier, Jürgen (2018): Perceived Personality and Campaign Style of Hillary Clinton and Donald Trump. *Personality and Individual Differences*, 121, 80–83. DOI: 10.1016/j.paid.2017.09.020
- Nolen-Hoeksema, Susan (1991): Responses to depression and their effects on the duration of depressive episodes. *Journal of Abnormal Psychology*, 100, 569–582. DOI: 10.1037//0021-843x.100.4.569
- Nolen-Hoeksema, Susan – Wisco, Blair E. – Lyubomirsky, Sonja (2008): Rethinking Rumination. *Perspectives on Psychological Science*, 3(5): 400–424. DOI: 10.1111/j.1745-6924.2008.00088.x
- Ranschburg Jenő (2014): *Szeretet, erkölcs, autonómia*. Budapest, Saxum Kiadó.
- Safdar, Saba – Friedlmeier, Wolfgang – Matsumoto, David – Yoo, Seung Hee – Kwantes, Catherine T. – Kakai, Hisako – Shigemasu, Eri (2009): Variations of emotional display rules within and across cultures: A comparison between Canada, USA, and Japan. *Canadian Journal of Behavioural Science / Revue canadienne des sciences du comportement*, 41(1): 1–10. DOI: 10.1037/a0014387
- Scherer, Klaus R. (1982): Emotion as a process: Function, origin and regulation. *Social Science Information*, 21(4–5): 555–570. DOI: 10.1177/053901882021004004.
- Scherer, Klaus R. (2005): What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, 44(4): 695–729. DOI: 10.1177/0539018405058216.
- Spector, Bert (2019): *Constructing Crisis: Leaders, Crises and Claims of Urgency*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Wodak, Ruth (2015): *The Politics of Fear: What Right-Wing Political Discourses Mean*. London, SAGE Publications Ltd.

Yates, Candida (2019): "Show us you care!" The gendered psycho-politics of emotion and women as political leaders. *European Journal of Politics and Gender*, 2(3): 345–361.  
DOI: 10.1332/251510819X15646233470674

Egres Dorottya

## Elkötelezettek vagy távolságtartók? Argumentatív stíloselemzés az online médiában

„Van ilyen, amikor a lapot megemlíti pl. az Origo, Pesti Srácok, általában úgy szokták átvenni a cikkeinket, hogy a Soros Györgyhez köthető fake news oldal írta ezt, ez már epítetron ornansunk a kormányzati médiában” – nyilatkozta név nélkül az egyik ellenzéki sajtóorgánium munkatársa a Társaság a Szabadságjogokért kutatásában.<sup>1</sup> A TASZ arra volt kíváncsi, hogy a 2020. március és 2021. január közötti időszakban Magyarországon a közhatalom milyen mértékben és tekintetben akadályozta a független sajtó hírszerkesztési és publikációs gyakorlatát, különös tekintettel az új típusú koronavírus-járványra. A kutatásban megkérdozettek azonban nem kizárólag a közhatalom és intézkedéseinek befolyására tértek ki, hanem azoktól részben független tényezőkre is, úgymint a kormánypárti sajtó hiteltelenítő kommunikációjára, ahogy az a fenti idézetben is olvasható.

A koronavírus Magyarországi megjelenése olyan komplex válsághelyzetet eredményezett, melyben kiemelt jelentőségűvé vált a nyilvánosság sajtó általi gyors, részletes és hiteles tájékoztatása, amihez a kormányzat együttműködése elengedhetetlen volt, és a mai napig is az. 2020 márciusának történései új kihívást jelentettek a sajtó részéről történő információszolgáltatásban, pl. az Operatív Törzs napi sajtótájékoztatóin megfigyelhető válaszadási gyakorlatok, valamint a Büntető Törvénykönyv rémhírterjesztésről szóló tényállásának szigorítása.<sup>2</sup> Ezzel egy időben szemtanúivá válhattunk az ellenzéki média hiteltelenítésére és ellehetetlenítésére irányuló újabb próbálkozásnak a kormányzat képviselői és a kormánypárti média részéről. Példaként szolgálhat az M1 Híradójában elinduló *Leleplezzük az álhíreket* című sorozat, melyben az ellenzéki média híradásairól számoltak be, vagy megemlíthetjük a HírTV *Sajtóklubjában* elhangzott

<sup>1</sup> Kutatás a sajtó működésének állami akadályoztatásáról. A 2020. március és 2021. január közötti időszak tapasztalatai, 2021. [https://tasz.hu/a/files/tasz\\_sajtokutatas\\_3.pdf](https://tasz.hu/a/files/tasz_sajtokutatas_3.pdf)

<sup>2</sup> A rémhírterjesztés szankcionálása azzal a céllal született, hogy megakadályozza a köznyugalom megzavarását, tehát az emberekben a félelemérzet veszélyes mértékű kialakulását. A koronavírus elleni védekezésről szóló 2020. évi XII. törvény – egyebek mellett – a Büntető Törvénykönyv módosítását is tartalmazta. A „félhatalmázási törvényként” is emlegetett jogszabály módosította a Btk. 37. § (1) bekezdését, illetve a rémhírterjesztés második esetére vonatkozóan kiegészítette azt egy (2) bekezdéssel. A módosítás értelmében már nemcsak azok a hamis közlések minősülnek rémhírterjesztésnek, amelyek megzavarhatják a köznyugalom, hanem azok is, amelyek alkalmasak a vírus elleni védekezés eredményességének akadályozására vagy megghiúsítására. Ezen felül a büntetési tételt háromról öt év szabadságvesztésre szigorították.

kormánykritikus újságírókra tett megjegyzést, miszerint „*néhány ilyen rémhírkeltőt látványosan be kéne ültetni egy rendőrautóba és látványosan elvinni, az biztos*”.<sup>3</sup> A kormánypárti kritikák részben arra vonatkoztak, hogy az ellenzéki sajtó félelmet kelt az olvasókban, sőt, közveszélyes pánikot gerjeszt, amely egyrészt indokolatlan a kormány megfelelő válságkezelésének köszönhetően, másrészt súlyos és emberéletekben mérhető következményekkel járhat. A kormánypárti média dezinformációs és delegitimáló kampányának kárvallottjai ugyanakkor nem kizárólag a kormánykritikus újságírók lehetnek, hanem az állampolgárok is.<sup>4</sup>

Jelen írás témája a kormánypárti média részéről történő érzelemmenedzsment az ellenzéki sajtó tevékenységét illetően. Az érzelemmenedzsment részben arra szolgált, hogy ellensúlyozza a független média megfenyegetése és ellehetetlenítése miatt kialakult aggodalmat. 2020 márciusában a kormánypárti média a kormányt követve kifejezte a reakcióját: az ellenzéki sajtó rémhíreket és álhíreket terjeszt, ezzel pedig fölöslegesen kelt veszélyes mértékű félelmet. Írásomban ennek a jelenségnek az argumentatív vizsgálatát végzem el. Kutatási kérdésem a következő:

*Milyen jellemzőkkel bír a kormánypárti média argumentatív stílusa, amikor az ellenzéki sajtót ál- és rémhírterjesztőnek állítja be?*

A bevezetőt követő részben argumentációelméleti betekintést adok a pragmadialektikába és annak kiterjesztett elméletébe, a stratégiai manőverezésbe (van Eemeren, 2010, 2018), azután pedig az elmülethez tartozó argumentatív stílus koncepcióját értelmezem (van Eemeren, 2019). Tanulmányom következő részében kifejtem a cikkek kiválasztásának logikáját, majd elvégzem a válogatott cikkek argumentatív elemzését a stratégiai manőverezés három aspektusát (topikus potenciál, hallgatói elvárások, prezentációs eszközök) egyenként figyelembe véve. Az eredmények azt mutatják, hogy a kormánypárti média cikkei dominánsan az elkötelezett argumentatív stílus jegyeit hordozzák, ahogyan a téma és az érvek kiválasztása, valamint a nyelvi kifejezőmód is a jelenséghez (ez esetben a sajtókommunikációhoz) való kötődésüket erősíti meg. Mindössze egy cikkben azonosított a távolságtartó argumentatív stílus. Kutatásom célja megvizsgálni az argumentatív stílus újságcikkekben megjelenő jellegzetességeit, valamint közelebbi betekintést adni a kormánypárti média argumentatív gyakorlataiba, melyek az ellenzéki sajtó ellen irányultak.

## **A stratégiai manőverezés és az argumentatív stílus**

Az argumentációelmélet Európában jelenleg meghatározó iskolája a Frans H. van Eemeren (2018) által alapított és vezetett pragmadialektika. A pragmadialektikai elemző a kritikai diszkusszió

<sup>3</sup> Sajtóklub (2020. március 16.) – *HírTV*, 2020. március 16. <https://www.youtube.com/watch?v=qjxt70Avquc>

<sup>4</sup> Kutatás a sajtó működésének állami akadályoztatásáról. a 2020. március és 2021. január közötti időszak tapasztalatai. (2021). [https://tasz.hu/a/files/tasz\\_sajtokutatas\\_3.pdf](https://tasz.hu/a/files/tasz_sajtokutatas_3.pdf)



(*critical discussion*) ideális vitamodelljét alapul véve azonosítja, hogy mi a vitázók közötti véleménykülönbség, milyen álláspontokat vesznek fel, milyen érveket, kritikai kérdéseket és cáfolatokat fogalmaznak meg, milyen érvelési sémákat alkalmaznak, valamint milyen konklúzióra jutnak, azaz hogyan zárják le a vitát. A valós vitaszituációk viszont nem az ideális modell szerint zajlanak le, a vita szereplői úgynevezett stratégiai manőverezést folytatnak. Ez azt jelenti, hogy a vitapartnerek nemcsak a véleménykülönbség feloldására, hanem a vita megnyerésére is törekszenek. A stratégiai manőverezés kiterjesztett elméletében tehát a dialektika mellett a retorika dimenziója is megjelenik. A stratégiai manőverezés kifejezés arra az állandó erőfeszítésre utal, amelyet az érvelő végez a vita összes lépésében annak érdekében, hogy megtartsa az egyensúlyt a dialektikai ésszerűség és a retorikai hatékonyság között (van Eemeren, 2010).

A stratégiai manőverezés elméletében három egymásra folytonosan ható aspektus kerül megkülönböztetésre: topikus potenciál, hallgatói elvárások és prezentációs eszközök. Ez a három aspektus az argumentatív diskurzusban meghozott választások típusait jelöli. Minden lépésében az érvelő döntést hoz arról, hogyan alkalmazza a topikus potenciált és a prezentációs eszközöket a hallgatói elvárások kielégítése érdekében. A topikus potenciál (*topical potential*) magában foglalja az érvelési szituációban rendelkezésre álló érveket, illetve érvelési sémákat, valamint közülük azok kiválasztását (*topical choice*), amelyek egyszerre kapcsolódnak a hallgatóság preferenciáihoz és mozdítják elő az érvelők céljainak megfelelő perspektívát. A pragmadialektika elmélete megkülönbözteti a szimptomatikus, összehasonlító és oksági sémákat (van Eemeren, 2018). A hallgatói elvárások (*audience demand*) fogalma arra utal, hogy a közlés címzettjéről alkotott elképzelések hatással vannak a vitázók érvelésére. A címzett részére kialakított érveléssel növelhető annak az esélye, hogy az érvelést megértsék és elfogadják. A prezentációs eszközök (*presentational devices*) kiválasztása azt jelenti, hogy a vitázók az érveiket a céljuknak megfelelő módon fejezik ki, melybe egyebek mellett a stílári eszközök is beletartoznak (van Eemeren, 2010).

A stratégiai manőverezés intézményi kontextusokhoz kötött, amelyeknek megfelelően a kommunikációs, illetve érvelő tevékenységek típusai konvencionalizálódnak (van Eemeren, 2010). Ezen a ponton fontos szót ejteni a sajtó intézményi céljairól, valamint az újságcikkek argumentatív jellegzetességeiről. A sajtó több alapvető funkcióval bír és szerepet tölt be: információt szolgáltat az eseményekről és azok kontextusáról, az eseményekkel kapcsolatban tanácsokat és javaslatokat fogalmaz meg a társadalom attitűdjére vonatkozóan, fórumként szolgál a nézetek széles tartománya számára, közvetít az állampolgárok és a kormányzat között, valamint a közérdek házórzőjeként megvalósítja a nép felügyeletét az állam felett (Christians et al., 2019). A média küldetése tehát nem merül ki az informálásban, ahogyan az részt vesz az értékek megkonstruálásában és a társadalom normatív rendjéről alkotott kép kialakításában. Közösséget teremt és konszenzust épít (Császi, 2002). Kutatások sora foglalkozik a médiafogyasztás és a politikai polarizáció összefüggéseivel, és az eredmények nem egy irányba mutatnak (Bennett – Iyengar, 2008). Azonban érdemes figyelembe venni a pártos sajtó fogyasztásának egy lehetséges hosszú távú hatását, mégpedig a média iránti

olvasói és nézői bizalomvesztést (Guess et al., 2020). A kormánypárti média részéről azonosítható, a kormánykritikus sajtót hiteltelenítő kommunikáció potenciális következményeként nevezhető meg az olvasói bizalom megrendülése, ami tekinthető az ellehetetlenítés egy módjának is. A média és a politika rendszerének kapcsolata szintén többféleképpen kategorizálható (Hallin – Mancini, 2004). A média a politikai erők közötti harc tárgyává, eszközévé és ütközőhelyévé vált. Értelmezhetjük a politika és a média rendszerének interakcióját többféle modellben, tekinthetünk rájuk ellenfelekként vagy kölcsönös haszonnal dolgozó intézményekként, de szoros együttműködésük és egymástól való függésük megkérdőjelezhetetlen (Cook, 2005; Mazzoleni, 2006). Egy médiaelemző sem tenne olyan kijelentést, hogy a világon bárhol is a média teljes mértékben neutrális, még akkor sem, ha az újságírók őszintén elkötelezettek az objektivitásdoktrína szakmai ideológiája mellett (Hallin – Mancini, 2004: 26; Bajomi-Lázár, 2003). A tanulmányban vizsgált cikkek esetében megfigyelhető, hogy a médiumok termékei egyszerre több funkciót töltenek be, de ezek másképpen kerülnek előtérbe az egyes cikkekben, például a tájékoztatás funkciója alárendelődik a kormány támogatásának.

A politikai hírmédia cikkei nem tisztán elkülöníthetők a véleménycikkektől és a kommentároktól. Azonban az imént felvezetett funkciók alapján kijelenthető, hogy még az eseményekről szóló híryanagok is tartalmazhatnak érvelést. Nem állítom, hogy minden írás a hírmédiában érvelő tevékenységként kategorizálható, pontosabb megfogalmazás az, ha a cikkek egy halmazára részben érvelő tevékenységként tekintünk (Walton, 2007; van Eemeren, 2018). Ebben az értelemben az újságírói munka felfogható argumentatív gyakorlatként, ahogyan az újságírók az események egy bizonyos értelmezésének közönség általi elfogadására törekcsenek (Bachmann, 2019; Morasso, 2010). Az argumentatív gyakorlat ebben az esetben implicit diszkusszióknak tekinthető (van Eemeren, 2015a; van Eemeren – Grootendorst, 2004), azaz nincs jelen vitapartner, aki a monologikus szövegre választ adna. A véleménykülönbség pedig az újságírók és az olvasók között áll fenn, ők a meggyőzés megkísérelői és alanyai. Az újságírók és az olvasók nem feltétlenül ellentétes véleményen vannak a cikkekben felsorakoztatott gondolatokat illetően, a véleménykülönbséget és a meggyőzési kísérletet érdemes úgy felfogni, mint a két ágens attitűdjeinek egymáshoz közelítését. Egy újságcikk stratégiai manőverezése alatt azt értjük, hogy az a tényeket észszerű módon elővezeti, miközben próbálja a közönséget meggyőzni az újságcikk általi valóságértelmezésről (van Eemeren, 2010; Morasso, 2010). A közönség számára azért tekinthető észszerűnek az érvelés, mert az olyan feltevéseken alapszik, melyek reprezentálják az elköteleződéseiket és céljaikat, továbbá az érvelési sémák segítségével racionálisnak tűnő következtetések levonására sarkallja őket. Tehát a kognitív alkotóelemtől nem tekinthetünk el. Ugyanakkor a retorikai hatékonyság is meghatározó, ahogyan az újságíró az érzelmekre hat, melyekkel szintén a konklúzió elfogadására lehet képes rávenni az olvasót (Walton, 2007).

Az álláspontok érvekkel történő alátámasztása, illetve a vitapartnernek és a közönség meggyőzése egyaránt jellemezhető a stílus tekintetében. A stílusra érkező megjegyzések és értékelések

vonatkozhatnak általánosságban véve a vita lefolytatására, a vitázók kifejezőmódjára és viselkedésére, a kiugró nyelvi elemekre, nemverbális kommunikatív aktusokra és még sorolhatnánk. A stílusról folytatott diszkusszió érinthet egy adott beszédeseményt (pl. Donald Trump és Joe Biden első és emlékezetes vitáját a 2020-as elnökválasztás során), egy személyt, a kommunikációs tevékenységek egy típusát (pl. audiovizuális politikai reklám) vagy időszakát (21. századi véleménycikkek). Az érvelő szövegek és a viták stílusának vizsgálata során azonban fontos elkülöníteni az *argumentatív stílus* koncepcióját. Az argumentatív stílust érdemes annak instrumentális jellege nyomán vizsgálni, mégpedig úgy, ahogyan az hozzájárul a felek között kialakult véleménykülönbség feloldásához, illetve az érvelőnek azon céljához, hogy vitapartnerre vagy közönségre elfogadja az általa elővezetett és érvekkel alátámasztott álláspontot. Tehát a hangsúly a stílus érvelő funkciójára kerül, összekötve azt az argumentatív diskurzus tulajdonságaival. Az argumentatív stílus elemzése összekapcsolható a stratégiai manőverezés három aspektusával: az argumentatív stílus az, ami szisztematikusan és következetesen formálja a választást a topikus potenciálból és a prezentációs eszközöket a hallgatói elvárások fényében az argumentatív diskurzusban történő stratégiai manőverezés során. Van Eemeren (2019) kiemeli, hogy az argumentációelmélet nem rendelkezik az argumentatív stílusok teljes katalógusával.

A továbbiakban két van Eemeren (2019) által megnevezett argumentatív stílust, az *elkötelezett (engaged)* és a *távolságtartó (detached)* stílust fogom segítségül hívni, amelyek számos argumentatív tevékenységben megjelennek. Az *elkötelezett* argumentatív stílusban az érvelő olyan kiindulópontokat és témákat választ, melyekhez való személyes viszonyát és involvációját ki tudja hangsúlyozni, és amelyek a közönség számára is közeli és ismerősek. Köötődését és *elkötelezettségét* személyes nyelvezettel (többször első személy) és értékerhelt szavakkal fejezi ki. Az *elkötelezett* argumentatív stílusra jellemző az összehasonlító vagy más néven analógiás érvelési séma alkalmazása, mellyel az érvelő egy már ismert és elfogadott (vagy könnyen elfogadtatható) témához tudja kapcsolni az általa elővezetett gondolatot, a kettőt összehasonlítva. A *távolságtartó* argumentatív stílusra a ténybeli közlések és a tárgyilagosság, a könnyen verifikálható kiindulópontok használata, a formális vagy szakmai kifejezőmód jellemző, továbbá az oksági érvelési séma alkalmazása.

## Módszertan

Az elemzési anyagba azok a cikkek kerültek be, melyek 2020 márciusában kerültek publikálásra a kormánypárti média legolvasottabb felületein. A legolvasottabbak alatt azokat az online sajtóorgánumokat értem, melyek a Digitális Közönségmérés Tanács 2020. március havi forgalommérési alapján a legnépszerűbb hús közéleti–politikai kérdésekkel is foglalkozó, önálló tartalmat gyártó, az első hullám mindegyik napján elérhető online hírmédia-platformba beletartoztak. A kormánypárti média alatt pedig azokat a felületeket értem,

amelyek az *Átlátszó* anyaga<sup>5</sup> alapján kormánypártinak minősíthetők. A vizsgált periódus 2020 márciusa, azaz a koronavírus magyarországi megjelenésének első hónapja – az az időszak, amikor a köznyelvben csak „felhatalmazási törvényként” emlegetett jogszabály módosította, illetve kiegészítette a rémhírterjesztés jogállását. A vizsgált időszakban azonban nem minden médium kommunikált részletekbe menően az ellenzéki sajtó rémhírterjesztő voltát és pánik-keltő kommunikációját illetően, mindössze a *Magyar Nemzet* ( $n = 5$ ), a *Pesti Srácok* ( $n = 2$ ) és az *Origo* ( $n = 2$ ) jelentetett meg a témával foglalkozó cikkeket. A kutatásra 2021 májusában került sor. A cikkek elmélyült olvasása (*close reading*, Brummet, 2019) során kirajzolódott, hogy a kormánypárti média cikkei közül egyet kivéve mind az elkötelezett argumentatív stílus jegyeit viseli. Kutatásomnak nem célja, hogy teljes elemzést adjon minden egyes hírányagról, mindössze az elkötelezett argumentatív stílusra jellemző visszatérő jellegzetességeket mutatja be, valamint a távolságtartó argumentatív stílus megjelenését ismerteti a kormánypárti média egyetlen hírányagában.

## A topikus potenciál aspektusa

Az argumentatív stílussal jellemezhető cikkekben a legprominensebb közös kiindulópontnak és nyitó gondolatnak tekinthető más országok járványkezelése és helyzete. Egyrésztől a már súlyos egészségügyi károkat szenvedett Olaszország és Kína, melyek helyzete számos híradásból ismerős lehet az olvasók számára, hiszen a koronavírus-járvány magyarországi megjelenése idején hatalmas médiafigyelmet kaptak a nemzetközi eljárások és arányszámok. Másrésztől pedig a nyugati ellenségképként is feltűnő „*liberális mintaállam*”<sup>6</sup> és „*bezzeghely*”<sup>7</sup> Svédország, amely bizonyos nemzeti intézkedések meghozatala okán mégsem tekinthető haladó nemzetnek, sem követendő példának.

A kormánypárti média cikkeiben összekapcsolásra kerül az ellenzéki sajtó és a köztudottan hazugságokat közlő álhírtárolók, ami a pragmadialektika összehasonlító érvelési sémájába illeszthető be. Ahogyan azt korábban megjegyeztem, az elkötelezett stílus egyik jellemzőjének tekinthető ennek a sémának az alkalmazása (van Eemeren, 2019). Az analogikus érvelési sémában két dolog valamilyen hasonlóságát alapul véve következtetünk arra, hogy a két dolog egy másik szempontból is hasonló (Margitay, 2004; van Eemeren – Garssen, 2020). A kormánypárti média elkötelezett argumentatív stílusát vizsgálva, az ellenzéki sajtó és az álhírtárolók között több hasonlóságot is megfogalmaznak, és mindegyikből ugyanarra a konklúzióra jutnak, miszerint az álhírtárolokhoz hasonlóan az ellenzéki sajtó tevékenysége is elítélendő és

<sup>5</sup> A magyar média elmúlt tíz éve. 2020. <https://atlo.team/media2020/>

<sup>6</sup> Bayer Zsolt: Az elvtársak össze-vissza beszélnek. *Magyar Nemzet*, 2020. március 16. <https://magyarnemzet.hu/velemenyl/az-elvtarsak-osszevissza-beszelnak-7889411/>

<sup>7</sup> Jeszenszky Zsolt: Alattomos haszonlesők. *Magyar Nemzet*, 2020. március 19. <https://magyarnemzet.hu/velemenyl/alattomos-haszonlesok-7896260/>

káros. A „*legnagyobb gazemberségnek*”<sup>7</sup> tartják „*a rémhíreket megosztó Facebook-buszárok*” és a kormánykritikus újságírók tevékenységét, mert ők mindannyian pánikot keltenek. Előkerül párhuzamként a „*hírportálnak maszkírozott*”<sup>8</sup> *Ötpercpibenő*, hogy utána hírhamisítókként utaljanak a két típusú médiára, melyek ügyét a rémhírterjesztés jogállása kapcsán tárgyalni fogja az országgyűlés. A kormánykritikus újságírókat egy lapon említik az „*egyéb szájbősökekkel*”,<sup>7</sup> akik a Büntető Törvénykönyv szigorítása után súlyos jogi következményekkel kell hogy számoljanak. „*Az ellenzéki sajtó pánikkeltő tevékenységének színvonala alig múlja felül az egyébként szintén az ellenzéki pártok környezetében található emberek által működtetett fakenevs gyáarak által belőtt irányt, vagyis az olyan álhíreket, amelyek szerint az emberek már Budapesten az utcán halnak meg a koronavírusról*” – ebben az idézetben azonosítható egy további közös pont, miszerint az ellenzéki média és az álhírportálok egyaránt az ellenzék által irányítottak. Az ellenzéki sajtó rémhírterjesztő és pánikkeltő kommunikációját politikai indíttatásúnak vélik, ahogyan az újságírókat „*felettes énjük*”,<sup>10</sup> azaz az ellenzéki politikusok irányítják. Az ellenzéki sajtóban és a közismerten hazugságokat terjesztő álhíroldalakban azt is közös pontként nevezték meg, hogy „*a kattintásszám utáni hirdetési bevételre számíthatnak*”.<sup>8</sup> Fontos megjegyezni, hogy a kormánypárti média cikkeiben nem található reflexív különbségtétel a rémhírek és az álhírek között, tehát nem teszik explicitté, hogy mit értenek a kifejezések alatt, illetve miért alkalmazzák egyiket vagy másikat.

Van Eemeren az argumentatív stílusról szóló tanulmányában (2019) maga is kiemeli az Új Retorika iskolájának (Perelman – Olbrechts-Tyteca, 1958) két argumentatív technikáját: az asszociációs és a disszociációs sémát. Asszociációs sémáknak nevezik a korábban különálló elemek egy egységbe foglalását és köztük egy érvelési viszony létrehozását. Az ellenzéki sajtó és a már elhíresült álhírportálok közötti asszociációs séma létrehozása által könnyebben eljuthat az olvasó arra a konklúzióra, hogy az álhírportálokkal megegyező módon az ellenzéki sajtó is büntetendő. A disszociációs séma esetében pedig az ellenzéki média elválasztásra kerül a tradicionális értelemben vett sajtótól, mely egy másik kiemelten fontos elem a kormánypárti média elkötelezett argumentatív stílusában. A disszociációs sémában a korábban összetartozó elemek szétválasztásra kerülnek, illetve fény derül a két dolog közötti releváns különbségekre.

Az álhírportálokkal való összekapcsolással egyetemben tehát a kormánypárti média szerint a független hírportálok pánikkeltő kommunikációjuk okai és súlyos következményei miatt már nem is tekinthetők komoly és hiteles sajtóorgánumoknak. A *Pesti Srácok* az ellenzéki sajtó

<sup>8</sup> Bácskai Balázs: Akadálytalanul terjednek a legelképesztőbb álhírek is. *Magyar Nemzet*, 2020. március 23. <https://magyarnemzet.hu/belfold/akadalytalanul-terjednek-a-legalkepesztobb-alhitek-is-7917953/>

<sup>9</sup> Bálint Botond: Ha az ellenzék és a sajtója így folytatja a pániknak lesznek áldozatai nem a járványnak! *Pesti Srácok*, 2020. március 10. <https://pestisracok.hu/ha-az-ellenzek-es-a-sajtója-igy-folytatja-a-paniknak-lesznek-aldozatai-nem-a-jarvanyinak/>

<sup>10</sup> Bayer Zsolt: Az igazi pánikkeltés. *Magyar Nemzet*, 2020. március 26. <https://magyarnemzet.hu/belfold/az-igazi-panikkeltés-7931762/>

„*becstelenségét*”<sup>11</sup> emeli ki a cikk címében, a bevezetőben pedig részletes leírást olvashatunk a sajtó feladatáról – „*halálos bűn, ha a sajtó egy része ma, a koronavírus-járvány esetében nem segíti a közösséget, nem tájékoztat, hanem pánikot kelt, bergel, rémhíreket terjeszt*”.<sup>11</sup> A Magyar Nemzet cikkében pedig azt olvashatjuk, hogy „*ez nem sajtóbravúr, ez nem újságírói etika, ez egész egyszerűen a pánikkeltés, a közveszélyokozás minősített esete*”.<sup>11</sup> Állításaik szerint éppen ezért jogos, sőt, szükséges a rémhírterjesztés szigorúbb szankcionálása. Az ellenzéki sajtó minősítésének tekintetében érdekes példa a következő, mely idézetben először egy szintre emelik a kormánykritikus újságírókat, majd rögtön megjegyzik, hogy nem végzik újságírókhoz méltó módon a munkájukat – „*még mindig magyaroknak, bonfitársaimnak, kollégáimnak tekintem a balliberális sajtómunkásokat, tisztelettel arra kérem őket, vegyenek egy mély levegőt, számoljanak el tizig, hagyják maguk mögött, hogy tíz éve tiszta szívükből gyűlölik Orbánt, hogy tíz éve nem az újságírást, hanem a megbuktatását tekintik elsődleges feladatuknak, hogy öt éve OIG-znek minden létező felületen, és hagyják abba a hazugságok terjesztését*”.<sup>12</sup>

A *Magyar Nemzet* értelmezésében az ellenzéki sajtó hiteltelensége nem merül ki abban, hogy feladatuk ellátása helyett politikai megfontolásból vagy kattintásvadászat céljából rémhíreket terjesztenek, pánikot keltenek és hazudnak. Megfigyelhető, ahogyan az ellenzéki újságírókat bloggerekre degradálják – „*az Index fiatal, kinyúlt pulóveres, kócos bloggerei*”<sup>12</sup> harcolnak a tesztelésért. Az újságírói szakma legitimációs harcairól Tófalvy (2016) ír részletesen, aki szerint a blogger kifejezést elsősorban a printújságírók aggatták az újnak számító blogfelületeken publikálókra az ezredforduló éveiben, ezzel húzva diszkurzív határvonalat szakmájuk köré. Az újságírás versus nem újságírás demarkációs vitájában a bloggereket „*otthonülőként, önfenntartásra képtelenként vagy csak egyszerűen infantilisként*” (Tófalvy, 2016: 5) ábrázolták.

A távolságtartó argumentatív stílus jegyeit hordozó cikkben a jogi szigorítást olyan esetekkel támasztják alá, melyek igazsága könnyűszerrel ellenőrizhető: „*[A] Századvég Alapítvány friss közvélemény-kutatásaiból kiderült, [...] hogy a koronavírus-járvány kapcsán társadalmi konszenzus alakult ki a kormány rendkívüli intézkedései mögött*”.<sup>13</sup> Ide tartozik még a statisztikai adatok idézése: „*a megkérdezettek közel háromnegyede (74 százalék) aggasztónak ítéli a koronavírus terjedését*”<sup>13</sup>. A legfontosabb különbség azonban, hogy ebben a cikkben nem összehasonlító érvelési séma azonosítható, hanem oksági. Van Eemeren és Grootendorst (1992) értelmezésében az oksági séma egyik altípusának tekinthető a pragmatikus érvelés (egy cselekedet célszerűségére apellálás, illetve egy nemes cél említése, mely szentesíti az eszközt). Az Origo cikke szerint a büntetőjogi kódex szigorítása elengedhetetlen,

<sup>11</sup> Nagy Ervin: Rémhír kufarok, avagy az ellenzéki sajtó becstelensége. *Pesti Srácok*, 2020. március 25. <https://pestisraccok.hu/remhir-kufarok-avagy-az-ellenzeki-sajto-becstelensege/>

<sup>12</sup> Apáti Bence: Olasz és spanyol apokalipszis. *Magyar Nemzet*, 2020. március 28. <https://magyarnemzet.hu/velemeny/olasz-es-spanyol-apokalipszis-7940387/>

ugyanis „*az inkriminált megnyilvánulások alkalmasak lehetnek arra is, hogy fokozzák a pánikot, és csökkentsék a magyar emberek életének megóvására irányuló védekező intézkedések hatékonyságát*”. A cikkben szerzője ifj. Lomnici Zoltán, a Századvég jogi szakértője, amellet érvel, hogy a „*drákói szigor szükséges a köznyugalom és közbizalom megzavaróival szemben*”.<sup>13</sup>

Összességében a pánikkeltő kommunikációhoz a kormánypárti médiában többféle célt és érdeket tulajdonítottak: a kormány és a Fidesz megbuktatása, illetve az ellenzék haszonszerzésének elősegítése – „*ebben a vészkorszakban is politikai érdekeket szolgálnak ki*”;<sup>11</sup> saját olvasottságuk növelése – „*az emberek félelmének, pánikhangulatának kattintásra váltása a célja az Index–HVG–24–444 tengelynek*”<sup>14</sup>; vagy egyszerűen rosszindulat – „*ezek bizony mind a vírusnak drukkolnak*”.<sup>12</sup>

## A hallgatói elvárások aspektusa

A vitapartnerek és a közönség elvárásainak figyelembevételét a legtöbb érveléseméleti iskola (Perelman – Olbrechts-Tyteca, 1958; Tindale, 2004; van Eemeren, 2010) hangsúlyozza, függetlenül attól, milyen mértékben integrálják a retorikát az elméleteikbe. Ugyanakkor az argumentáció-elméletben a közönség szegmentálása többféleképpen történik: elsődleges és másodlagos (van Eemeren, 2010), célzott és elért (Crosswhite, 1996; Perelman – Olbrechts-Tyteca, 1958; Tindale, 2006), vélt és valós (van Eemeren, 2015b). Ezek a megkülönböztetések azt implikálják, hogy nem egyértelmű, ki(ke)t tekinthetünk a vitapartnerek közönségének, illetve közönségeinek (Palmieri – Mazzali-Lurati, 2016; Tindale, 2015).

A kormánypárti média olvasótáborának összetételéről és attitűdjeiről egyrészt maguk a sajtóorgánumok tudnának információval szolgálni, másrészt közvélemény-kutatások tudnák felfedni. Jelen írásban nem áll módomban felmérni, milyen attitűdökkel rendelkező olvasótábornak szánták ezeket a cikkeket, valamint kik voltak azok, akikhez ténylegesen el is jutottak, azonban a stratégiai manőverezés ezen aspektusának elemzése során tudunk hagyatkozni a vizsgált cikkek érveléstechnikai jellegzetességeire – azokra a vonásokra, melyekről a cikkek írói úgy vélik, hogy alkalmasak lehetnek közösséget teremteni az olvasókkal.

Az elkötelezett argumentatív stílus jegyeit viselő minden cikkben többször is megjelenik a többes szám első személy használata. Ez történik egyrészt olyan formában, miszerint Magyarország

<sup>13</sup> Ifj. Lomnici Zoltán: Drákói szigor szükséges a köznyugalom és közbizalom megzavaróival. *origo.hu*, 2020. március 18. <https://www.origo.hu/itthon/20200318-drakoi-szigorszuksesges-a-koznyugalom-es-kozbizalom-megzavaroval-szemben.html>

<sup>14</sup> Az ellenzéki média pánikot akar kelteni a koronavírus miatt, aki pedig ezt szóvá teszi, azt megpróbálják megalázni. *origo.hu*, 2020. március 1. <https://www.origo.hu/itthon/20200229-hiszteria-panik-balliberalis-media.html>

egész lakossága (a „mi” első megnyilvánulása) küzd a koronavírus ellen, másrészt akkor, amikor a cikkíró közösséget vállal az olvasóval, és együtt érkeznek el a cikk végkifejletéhez – „*Hargitai Miklós nyitotta ki a szemünket még szombaton*”.<sup>6</sup> Előfordul, hogy a cikk szerzője azt feltételezi az olvasóról, hogy nem ismerős számára az ellenzéki sajtó éppen kifejtett híryanaga – „*El is határoztam, megosztom önökkel a hétvége ellenzéki sajtójának híreit és véleményeit, lássák önök is*”.<sup>6</sup> Mintha csak Bayer Zsolt a közönségével egyszerre szerezne tudomást arról, ahogyan az ellenzéki sajtó kommunikál a járvánnyal kapcsolatban. Eltávolítás és éles váltás történik a többes szám első személytől, amikor az ellenzéki sajtó pánikkeltő kommunikációjának kárvallottjai kerülnek szóba – „*ha azt hitetik el velük, hogy semmi sem működik, minden hibás, a döntéshozók és a hatóságok nem urai a helyzetnek, akkor nemcsak hogy bepánikolnak*”, „*[A]z ellenzéki média a koronavírus-járvány esetében számtalan rémhírt terjesztett az elmúlt hetekben, amivel labilissá tett sokakat*”.<sup>11</sup>

A távolságtartó argumentatív stílust reprezentáló cikkben ezzel szemben a többes szám első személy használata elsősorban a *Századvég* álláspontját jelöli – „*[N]ézetünk szerint az említett közéleti szereplők oldaláról itt már nem csupán morálisan kétségbevonható klikkvadászatról, politikai haszonszerzésről van szó*”,<sup>13</sup> „*[Á]lláspontunk szerint e körben említhető*”<sup>13</sup> – mely kijelentések a cikkben levezetett érvelés részei. Az írásban emellett olvashatunk a növekvő aggodalomról a „*magyar lakosság körében*”, a „*magyar emberek*” életének megóvásáról, továbbá általánosan megfogalmazva olyan „emberekhez” társuló fogalmakról, mint szabadság és jog.<sup>13</sup>

## A prezentációs eszközök aspektusa

A prezentációs eszközök vizsgálatába beletartozhatnak az érvelések stilisztikai és szerkezetbeli elemei, úgymint a szóválasztás, a regiszter és képes beszéd, az érvelések módja (verbális, vizuális, multimodális), de még a helyszín is, ahol az érvelések elhangzanak (Fahnestock, 2009; Zarefsky, 2009). A továbbiakban arra koncentrálok, hogy a kormánypárti média miként nevezi az ellenzéki sajtót, mert ebben megmutatkozik a kapcsolat a topikus választás esetében azonosított álhírtörtéletekhez való hasonlítással, valamint a minőségi sajtó titulusától való megfosztással, illetve az ellenzéki pártoknak való alárendeléssel.

Érdemes megjegyezni, hogy a köznyelvben a kormánykritikus médiára egyaránt utalnak ellenzékiként és függetlenként. A kormánypárti médiának az elkötelezett stílus jegyeit viselő cikkeiben azonban e kettő közül kizárólagosan ellenzékiként utalnak rájuk, illetve függetlenként idézőjelben – „*a magát »függetlenobjektívnek« tartó ellenzéki médiakórus*”,<sup>8</sup> „*[A]z »objektív-független-baladó« (a »balliberális« jelző szinonimái) média*”.<sup>11</sup> Ezek a kifejezések a politikai alárendelődést hivatottak megerősíteni. Bizonyos megnevezések hasonlóan az ellenzéki sajtó ellenzéki pártokhoz való kötődését hangsúlyozzák – „*a Gyurcsány-párt pártlapja*”,<sup>14</sup> a „*DK pártlapja*”,<sup>14</sup> „*nem támogatják a Btk. módosítását az ellenzéki*



*politikusok, miközben a »lakáj-sajtójuk« nyúszít, mint a dorgálástól rettegő, asztal alá piszkító kutya»<sup>11</sup> Az időzöjles kifejezéseknél megtalálhatjuk még az „*újságíró*”<sup>7</sup> és a „*szakértő*”<sup>6</sup> szavakat, melyekkel szintén degradálják a kormánykritikus sajtó munkatársait. Ehhez hasonlóan a lealacsonyítás célját szolgálják azok a megnevezések, mint a „*szennymédia*”,<sup>10</sup> „*szennyportál*”,<sup>10</sup> „*alattomos haszonlesők*”,<sup>7</sup> „*gazemberek*”,<sup>10</sup> de még az is, amikor Bayer Zsolt a *24.hu* újságírójára „*Benke Ágika*”-ként és „*[egyem a szívedet] kicsi Benke*”<sup>10</sup>-ként, becézve utal. Továbbá a kormánypárti média közelíti a kormánykritikus médiát az állhíportálok üzemeltetőihez, az Indexre például úgy hivatkoznak, mint „*az ellenzék vezető fake-news kanálisa*”,<sup>9</sup> de nem marad el a rémhírterjesztő minőség kiemelése sem, például a „*rémhír kufárok*”<sup>9</sup> kifejezés esetében.*

A hallgatói elvárások aspektusához kapcsolódó, említésre érdemes stilisztikai eszköz az irónia. Argumentatív, illetve retorikai szempontból az irónia a közönséggel való kapcsolatteremtésre szolgál, rejtett jele a rétor és közönsége bensőséges kapcsolatának, közös tudásának (Booth, 1974; Kaufer, 1977; Perelman – Olbrechts-Tyteca, 1958). Feltételezhető, hogy a cikkek szerzői tartózkodnának az iróniától, ha nem gondolnák, hogy az olvasóközönségük számára kikövetkeztethető lesz a közlés valódi jelentése, mint például ezekben az esetekben – „*Hargitai elvtárs kiváló eszmefuttatása annyira magával ragadott engem is*”,<sup>6</sup> „*Milyen érdekes, hogy a magát »függetlenobjektívnek« tartó ellenzéki médiakórus az állhírek elleni intézkedéseket azonnal magára vette*”<sup>8</sup>

Az *Origo* távolságtartó argumentatív stílus jegyeit viselő cikkében azonosítható legfontosabb prezentációs eszköz a tárgyilagos és szakmai nyelvezet. Miután a cikkben ifj. Lomnici Zoltán alkotmányjogász és a Századvég Alapítvány nézetei olvashatók, ezért nem idegen a jogi zsargon: „*saját autoritása megőrzésének szükségessége (interior szempont) mellett röviden szólni kell a külső, elsősorban az EU-s intézményi környezet hatékonyságáról (exteriority) is*”,<sup>13</sup> „*az integrációs közösség biztonságával kapcsolatos cselekvőképtelenség régi-új parantézisére*”.<sup>13</sup> Az állhíreket vagy rémhíreket közlő sajtóorgánumokat a szerző markánsan eltérő kifejezésekkel illeti, mint az elkötelezett argumentatív stílus jegyeit viselő cikkekben – „*egyes online médiumok*”-at említ, valamint az Index egy cikkét cím szerint kiemeli, de a portált mégsem nevezi meg, kizárólag „*az egyik közismert online híroldal*”<sup>13</sup> kifejezéssel utal rá.

## Összegzés

„*Rögzítjük most, hogy nem találunk ki állhíreket. Sőt, inkább tompítjuk egy-egy indulatos beszámoló élet, mert vészhelyzet van. Felelősségünk teljes tudatában, az újságírás lehető lesgigorúbb szabályait követve számolunk be a valóságról*” – olvashatjuk a *444.hu Felelősségünk tudatában* című, 2020. március 20-án megjelent cikkében, mely válaszként szolgált

a kormánypárti média támadásaira.<sup>15</sup> A koronavírus-járvány hatására számtalan kihívással és akadállyal kellett mindannyiunknak szembenézni, ami alól a sajtóorgánumok sem jelentettek kivételt. A különböző politikai színezettel rendelkező médiumok egymásnak feszülése nem új keletű jelenség, de talán kijelenthető, hogy a rémhírterjesztés kapcsán – ami alatt egyaránt érthető a Büntető Törvénykönyv módosítása és a rémhírterjesztő média narratívája – a jelenség új szint öltött. A közösségi médiában nagy sebességgel terjednek a tényleges álhíreket közlő portálok anyagai, ezért az álhírek és a rémhírek terjesztése ellen valóban fontos fellépni. Azonban az ellenzéki sajtó delegitimálását és ellehetetlenítését a kormánypárt és a kormányközeli médiumok által sokan inkább politikai lépésnek tekintették, mintsem ismeretterjesztő felhívásnak. Hasonlóképpen tekintettek magának a rémhírterjesztésnek a jogi módosítására is, mely többek szerint kevésbé a tényleges álhírek terjesztőit hivatott szankcionálni, inkább „*politikai bunkósbotként*”<sup>16</sup> értelmezhető.

Kutatásomban arra tettem kísérletet, hogy a kormánypárti médiában az ellenzéki sajtó rémhírterjesztő kommunikációját mélységében tárgyaló, a járvány kezdetén megjelentetett cikkek argumentatív stílusát vizsgáljam. A cikkek jelentős többsége az úgynevezett elkötelezett argumentatív stílus jegyeit viselte, és mindössze egy cikkben volt azonosítható a távolságtartó argumentatív stílus. Az ellenzéki sajtót rokonították a közismerten hazugságot közlő álhírportálokkal, miközben eltávolították a tradicionális értelemben vett sajtótól, mondván a kormánykritikus újságírók a hiteles tájékoztatás helyett politikai indíttatásból és a kattintásvadászat céljából pánikot keltenek, rémhíreket terjesztenek. A stratégiai manőverezést illetően kijelenthető, hogy a kormánypárti média topikus választása és prezentációs eszközei összhangban voltak, mellyel képesek lehetnek kielégíteni a hallgatói elvárásokat. Emellett megállapítható, hogy bármelyik argumentatív stílusban írott cikk képes lehet egyaránt tájékoztatni az állampolgárokat a világ történéseiről, közösséget építeni, konszenzust teremteni és nem utolsósorban delegitimálni. Ugyanakkor az elkötelezett stílus dominanciája arra enged következtetni, hogy a cikkek szerzői ebben nagyobb potenciált láthattak.

A jelen kötetben szereplő tanulmányok egyik legfontosabb célja a TenHouten-féle érzelmeklaszifikáció (TenHouten, 2007) politikai kommunikációs anyagokon történő vizsgálata, melyekhez képest ez az írás egy argumentációelméleti megközelítésben tárgyalta a politikai kommunikáció egyik szereplőjének online tartalmait. A kormánypárti média cikkeihez, melyekben az ellenzéki sajtó pánikkeltő kommunikációját minősítették, természetesen társultak érzelmszabályozási kísérletek, melyek közül három érdemes említésre: az undor érzése – „*Olyan dolgokat sugall,*

<sup>15</sup> Magyarai Péter: Felelősségünk tudatában. *444.hu*, 2020. március 20. <https://444.hu/2020/03/20/felelőségünk-tudatában>

<sup>16</sup> Urbán Ágnes: Az álhír az új Soros? *Mérték Médiaelemző Műhely. mertek.eu*, 2020. június 4. <https://mertek.eu/2020/06/04/az-alhir-az-uj-soros/>

Marad a rémhírterjesztés szigorú szankcionálása. *ATV*, 2020. június 24. <https://www.youtube.com/watch?v=1NhN2JLyUc>

*ami gyomorforogató, amire semmilyen bizonyítékuk sincs, és ami megingathatja a közbizalmat.*<sup>12</sup>; a harag – „*De a legnagyobb gazemberséget azok követik el, akik pánikot keltenek. És nem csak a rémbíreket megosztó Facebook-buszárokról van szó. A pánikkeltésnek egy sokkal alattomosabb, aljasabb módját űzik az újságírók.*”<sup>7</sup>; és a lenézés – „*a legutóbbi mellélövésükön bangosan felröhögtem*”<sup>12</sup>

További kutatási irányt jelenthet egyrészt az ellenzéki sajtó argumentatív stíluselemzése, ahol szintén rendszeresen állítják be a kormánypárti médiát propagandistaként és szakmaiatlanként. Másrészt felmerülhet a hitelesség kérdése (Dzokoto et al., 2018), hiszen a kormánypárti média argumentációs technikáit figyelembe véve megállapítható, hogy ők maguk is élnek a félelemkeltés eszközével. Rendszeresen felmerül ugyanis az a kritika, hogy a kormánypárti média az olyan ellenségek kommunikációjával, mint például a „migránsok”, irreális mértékű félelmet kelthet az olvasóközönségükben.

## Felhasznált irodalom

- Bachmann, Ingrid – Mujica, Constanza (2019): Exemplars as Argumentative Strategy in Broadcast News: Analyzing the Case of Chile. *Journalism Practice*, 13(9): 1042–1056. DOI: 10.1080/17512786.2019.1618198
- Bajomi-Lázár Péter (2003): Az objektivitás-doktrína nyomában. A politikai újságírás normái az Egyesült Államokban. *Médiakutató* 4(2): 13–38.
- Bencze Máttyás – Ficsor Krisztina (2020): *A koronavírus kibívásai és a jogtudomány: a rémbírtérjesztés tényállásának jogalkalmazási kérdései*. jti blog. A Jogtudományi Intézet blogja. <https://jog.tk.hu/blog/2020/04/a-remhirterjesztes-tenyallasanak-jogalkalmazasi-kerdesei>
- Bennet, W. Lance – Iyengar, Shanto (2008): A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*, 58(4): 707–731. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x
- Booth, Wayne C. (1974): *A Rhetoric of Irony*. Chicago, University of Chicago Press.
- Brummet, Barry (2019): *Techniques of Close Reading. Second edition*. Los Angeles, SAGE Publications Ltd.
- Christians, Cligford G. – Glasser, Theodore L. – McQuail, Denis – Nordenstreng, Kaarle – White, Robert A. (2019): *Normative Theories of the Media. Journalism in Democratic Societies*. Urbana – Chicago, University of Illinois Press.
- Cook, Timothy E. (2005): *Governing with the News. The News Media as a Political Institution*. Chicago – London, The University of Chicago Press.
- Crosswhite, James (1996): *The Rhetoric of Reason: Writing and the Attractions of Argument*. Madison, Wisconsin, The University of Wisconsin Press.
- Császi Lajos (2002): *A média rítusai. A kommunikáció neodurkheimi elmélete*. Budapest, Osiris – MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.

- Dzokoto, Vivien A. – Osei-Tutu, Annabella – Kyei, Jane J. – Twum-Asante, Maxwell – Attah, Dzifa – Ahorsu, Daniel (2018): Emotion Norms, Display Rules, and Regulation in the Akan Society of Ghana: An Exploration Using Proverbs. *Frontiers in Psychology*, 9: 1916. DOI: 10.3389/fpsyg.2018.01916
- Fahnestock, Jeanne (2009): Quid Pro Nobis. Rhetorical Stylistics for Argument Analysis. In: Frans H. van Eemeren (ed.): *Examining Argumentation in Context. Fifteen Studies on Strategic Maneuvering*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, 191–220.
- Guess, Andrew M. – Barberá, Pablo – Munzert, Simon – Yang, Jung Hwan (2021): The consequences of online partisan media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(14): e2013464118. DOI: 10.1073/pnas.2013464118
- Hallin, Daniel C. – Mancini, Paolo (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Kaufer, David (1977): Irony and Rhetorical Strategy. *Philosophy & Rhetoric* 10(2): 90–110. <https://www.jstor.org/stable/40237017>
- Margitay Tihamér (2007): *Az érvelés mestersége*. Második javított kiadás. Budapest, Typotex.
- Mazzoleni, Gianpietro (2006): *Politikai kommunikáció*. Budapest, Osiris.
- Morasso, Sara Greco (2010): Contextual frames and their argumentative implications: A case study in media argumentation. *Discourse Studies*, 14(2): 197–216. DOI: 10.1177/1461445611433636
- Palmieri, Rudi – Sabrina Mazzali-Lurati (2016): Multiple Audiences as Text Stakeholders: A Conceptual Framework for Analyzing Complex Rhetorical Situations. *Argumentation*, 30(4): 467–499. DOI: 10.1007/s10503-016-9394-6
- Perelman, Chaïm – Olbrechts-Tyteca, Lucie (1958): *La nouvelle rhétorique. Traité de l'argumentation*. Paris, Presses Universitaires de France.
- Társaság a Szabadságjogokért (2020): *Dermesztő hatással járhat a rémhírterjesztés tényállásának módosítása*. 2020. március 24. <https://tasz.hu/cikkek/dermeszto-hatassal-jarhat-a-remhirterjesztes-tenyallasanak-modositasa>
- TenHouten, Warren D. (2007): *A General Theory of Emotions and Social Life*. London, Routledge.
- Tindale, Christopher W. (2004): *Rhetorical Argumentation: Principles of Theory and Practice*. Thousand Oaks, CA, SAGE Publications Ltd.
- Tindale, Christopher W. (2006): Constrained Maneuvering: Rhetoric as a Rational Enterprise. *Argumentation*, 20(4): 447–466. DOI: 10.1007/s10503-007-9026-2
- Tindale, Christopher W. (2015): *The Philosophy of Argument and Audience Reception*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Tófalvy Tamás (2016): Pizsamás bloggerek, hiteles újságírók: az újságírás határmunkálatainak fogalmi alapjairól. *Szociológiai Szemle*, 26(1): 4–17.
- van Eemeren, Frans H. (2010): *Strategic Maneuvering in Argumentative Discourse. Extending the Pragma-dialectical Theory of Argumentation*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company.

- van Eemeren, Frans H. (2015a): *Reasonableness and Effectiveness in Argumentative Discourse: Fifty Contributions to the Development of Pragma-Dialectics*. Cham, Springer International Publishing.
- van Eemeren, Frans H. (2015b): Strategic Manoeuvring in Argumentative Discourse in Political Deliberation. In: Frans H. van Eemeren – Wu Peng (eds): *Contextualizing Pragma-dialectics*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, 123–144.
- van Eemeren, Frans H. (2018): *Argumentation Theory: A Pragma-Dialectical Perspective*. Cham, Springer International Publishing.
- van Eemeren, Frans H. (2019): Argumentative Style: A Complex Notion. *Argumentation*, 33(1): 153–171. DOI: 10.1007/s10503-019-09478-y
- van Eemeren, Frans H. – Garssen, Bart (2020): *From Arguments Schemes to Argumentative Relations in the Wild. A Variety of Contributions to Argumentation Theory*. Cham, Springer International Publishing.
- van Eemeren, Frans H. – Grootendorst, Rob (1992): *Argumentation, Communication and Fallacies*. Hillsdale, New Jersey, Erlbaum.
- van Eemeren, Frans H. – Grootendorst, Rob (2004): *A Systematic Theory of Argumentation: The Pragma-Dialectical Approach*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Walton, Douglas (2007): *Media Argumentation. Dialectic, Persuasion, and Rhetoric*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Zarefsky, David (2009): Strategic Maneuvering in Political Argumentation. In: Frans H. van Eemeren (ed.): *Examining Argumentation in Context. Fifteen Studies on Strategic Maneuvering*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, 115–130.

Kmetty Zoltán – Knap Árpád

## Trágárság mint érzelmi válasz a COVID-19-járvány idején

### Bevezetés

A 2020-as évben felfutó koronavírus-járvány az élet számos területén gyökeres változásokat hozott. A kormányok a terjedő járványra lezárásokkal és korlátozásokkal válaszoltak. A legtöbb ember a négy fal közé szorult, elvesztette a személyes interakciónak nagy részét. Az első lezárások után a kontaktusszám a korábbi időszakhoz képest hatodára esett vissza átlagosan Magyarországon (Karsai et al., 2020). Sokaknak az online tér maradt az egyetlen kapu a világra. A közösségi média és a fórumok jelentősége a korábbiaknál is nagyobb lett, mivel ezek jelentették azokat a csatornákat, ahol az emberek tudtak egymással beszélgetni, információt cserélni. Elemzésünkben ezekre az online interakciós terekre fókuszálunk.

A bezártság mellett az embereknek meg kellett küzdeniük az egzisztenciális bizonytalansággal, a gyerekek otthoni oktatásával, unalommal, alkoholizmussal, depresszióval. A korábbi rutink helyett egy új világhoz kellett alkalmazkodni, fizikai távolságtartással, kijárási tilalommal, távmunkával. Ezeknek az élethelyzeteknek természetes velejárója lehet a magasabb emocionális feszültség, aminek egyik megnyilvánulása potenciálisan a növekvő trágárság. A trágárságot a tiszteletlen beszéd egyik formájaként határoztuk meg, aminek fontos jellemzője a nem egyetértő emberekkel szembeni verbális agresszió (Szabó et al., 2021: 1660). A trágár megnyilvánulást több dolog is okozhatja, lehet egyszerű feszültséglevezetés, a helyzet vagy egyes szereplők utálat, de lehetnek szociolingvisztikai és kulturális okai is (Szabó-Farkas, 2021). Az okoktól függetlenül a végeredmény egy olyan negatív kommentklíma lehet, amiben a trágárság elfogadottá válik. De vajon a koronavírus-járvány a hagyományosan magas (Szabó et al., 2020) magyar online trágársági szintet tovább növelte-e? Elemzésünkben ebből a kutatási kérdésből indulunk ki.

Írásunk első felében bemutatjuk azokat a tanulmányokat, amelyek a koronavírus-járvány kapcsán megjelenő érzelmek és az online diskurzusok összefüggését vizsgálják. A szakirodalmi fejezet második részében pedig összefoglaljuk a trágárságkutatások legújabb eredményeit és azt a nem normatív megközelítést, amire a mi kutatásunk is támaszkodik.

Az elemzésben több mint harminc millió kommentet vizsgálunk a 2020. január 1. és 2021. május 31. közötti időszakból. A politikai cikkek mellett megjelennek sport- és bulvár hírek is, ami lehetővé teszi annak a bemutatását, hogy a különböző típusú tartalmak alatt mennyire bizonyult jellemzőnek a trágárság. Az elemzésben külön foglalkozunk a trágárság időbeli dinamikájának alakulásával, valamint a különböző COVID-19 elleni vakcinákat említő kommentek elemzésével.

A koronavírussal kapcsolatos online diskurzus vizsgálata már most sem számít újszerűnek, rengeteg tanulmány született, ami témák és érzelmek mentén vizsgálta a tartalmakat. Tanulmányunknak azonban van két újdonsága. A koronavírussal kapcsolatos online megjelenések és a trágárság vizsgálata nem volt eddig a kutatási fókuszban, mindössze egy tanulmányt találtunk a témában (Kim, 2020). Kutatásunk másik újdonságát az adja, hogy az eddigi szövegbányászati alapú érzelmeket vizsgáló COVID-19-kutatások szinte kizárólag Twitter-adatokat használtak. Mi ezzel szemben online hírportálok kommentszekcióit és híroldalak Facebook-falai alatt megjelenő kommenteket elemzünk, ami önmagában is egyedivé teszi a megközelítésünket.

## **Érzelmek az online diskurzusokban a járvány idején**

### ***COVID-19 és érzelmek***

A járvány kitörése óta eltelt, tudományos szempontból viszonylag rövid időszak ellenére már most számos tanulmány megjelent arról, hogy a koronavírus milyen érzelmeket váltott ki az online térben. A cikkek többsége különböző emóciók megjelenését vizsgálta, és mindössze egy olyan tanulmányt találtunk, ami kifejezetten a trágárságra koncentrált (Kim, 2020). Jelen kötetben fontosnak tartjuk bemutatni a tágabb érzelmi kontextusát is a koronavírussal, mert ez jól mutatja azt az alapvető érzelmi klímát, amely a pandémiára jellemző. Az ismertetett tanulmányok arra keresik a választ, hogy milyen érzelmi válaszok születtek a járvány alatt. Egyes érzelmek megjelenése, mint a harag vagy a felháborodás pedig előrevetítheti akár a trágárság intenzívebb megjelenését is.

Bahja és munkatársai (2020) arab nyelvű, koronavírussal kapcsolatos tweeteket elemeztek a 2020. február és 2020. július közötti időszakban. Közel 800 ezer tweetet gyűjtöttek a témában. Három (nem kizáró) kategória mentén címkézték a bejegyzéseket – biztonságérzettel kapcsolatos tartalmak, aggodás, valamint irónia. 150 ezer tweetet manuálisan kategorizáltak, a többit pedig felügyelt gépi tanulási módszerekkel sorolták be (a multinomiális naiv Bayes módszer szerepelt a legjobban). A három címke közül az aggodás volt a leggyakoribb kategória, de nem sokkal követte ezt a biztonságérzet és az irónia.

Imran és munkatársai (2020) szintén Twitter-adatokat elemeztek, de nemcsak egy, hanem hat országot vizsgáltak: Indiát, Pakisztánt, Norvégiát, Svédországot, az Egyesült Államokat és

Kanadát. Összesen 500 ezer tweetet elemeztek, a 2020. február és 2020. április közötti időszakból. A tweeteket a hat alapérzelembe sorolták be: öröm, meglepődés, szomorúság, félelem, harag, undor. A svéd és norvég tweetek hasonló dinamikát mutattak, nem volt jelentős különbség a negatív bejegyzések (félelem, harag, undor) számában, de a svéd bejegyzések között több pozitív tartalmat találtak. A pakisztáni és indiai, valamint az amerikai és kanadai érzelmek trendje hasonló dinamikát írt le. Indiában valamivel magasabb volt a negatív, míg Pakisztánban a pozitív tweetek aránya. A különbséget a szerzők azzal magyarázzák, hogy Indiában hamarabb megjelent a járvány, és bár a lezárások hasonló ütemben történtek a két országban, a pakisztáni miniszterelnök többet kommunikált a várható helyzetről, amire a twitterező lakosság „pozitívan” reagált. A vizsgált hat országból Pakisztánban volt a legalacsonyabb a negatív érzelmek aránya, és Svédországban a legmagasabb a pozitívaké. A részletesebb elemzések azt mutatták, hogy a negatív érzelmek közül a szomorúság és a félelem dominált. Undor szinte alig jelent meg, és harag is nagyon ritkán, kivéve Svédországot, ahol a kormányzati intézkedések hatására utóbbi érzelem is megjelent (bár nem vált dominánssá).

X. Li és munkatársai (2020) is a hat alapérzelmet vizsgálták, két országban, az Egyesült Államokban és Kínában. Előbbi országból tweeteket elemeztek, utóbbiból Weibo-kommenteket, amelyek a 2020. január 20. és május 11. közötti időszakban jelentek meg. Összesen 78 millió angol nyelvű tweetet elemeztek, és 16 millió Weibóról érkező kommentet vizsgáltak. Elemzésük jól mutatta, hogy a járvány intenzitásának növekedésével párhuzamosan arányaiban egyre több és több tartalom foglalkozott a koronavírussal. A Weibo tartalmaiban az aggodalom volt a leggyakoribb érzés, ezt követte a szomorúság. A járvány kitörésének elején, február közepén a harag is megjelent a kínai posztokban, de ez az érzelem utána csökkenő tendenciát mutatott. Az angol nyelvű tartalmakban szintén ez a három érzelem volt domináns, de időben eltérő felfutással. Az aggodalom helyét fokozatosan felváltotta a szomorúság és a harag. Az egyes érzelmek kapcsán azt is vizsgálták a szerzők, hogy milyen tartalmak váltották ki ezeket az érzelmeket. A legtöbb dühös angol nyelvű tweet a kórházak kapcsán jelent meg, de Trumppal és a lezárásokkal kapcsolatos tweetek is növelték ennek az érzelmenek az arányát.

I. Li és munkatársai (2020) szintén tweetalapú érzelmeklasszifikációt végeztek. Ők a hat alapérzelmet kiegészítettek további kettővel, a várakozással és a bizalommal. Napi szinten 3 millió tweetet gyűjtöttek különböző koronavírussal kapcsolatos keresőszavak alapján, amelyek 2020 márciusa és májusa közötti időszakból kiválasztott napokról származtak. 1000 tweetet manuálisan bekódoltak, és egy előre trénelte BERT-modell segítségével a többi vizsgált tartalmat kategorizálták. Annyiban megegyezett az eredményük Imran és munkatársai (2020) munkájával, hogy ebben a modellben is a félelem és a szomorúság volt a legdominánsabb érzés, azonban a két érzelem mellé felzárkózott a harag is, sőt, a politikai témájú tweetekben a korai időszakban a harag volt a legdominánsabb érzelem.



Gupta és munkatársai (2021) egy lépéssel tovább vitték az előbb bemutatott elemzést. Ők is ugyanazt a nyolc érzelmet kódolták, mint az Li és munkatársai (2020) cikkben, de a tweeteket kategorizálták különböző témák szerint: természet, lezárások, egészség, oktatás, piac, politika. Az esettanulmányukban indiai tweeteket vizsgáltak. Az egyes érzelmek előfordulása nagyon különbözött a témák mentén. A környezetvédelemmel kapcsolatos bejegyzésekben az átlagosnál jóval magasabb volt az öröm megjelenése. A hozzászólók gyakran emelték ki a koronavírus pozitív hatását a környezetre a csökkenő szennyezés miatt (pl. kevesebb közlekedés). Az oktatással kapcsolatos tartalmakban átlag feletti volt a bizalom aránya, az egészségügyi témában pedig, ahogyan arra számítani lehetett, a szomorúság és a félelem.

Jelodar és munkatársai (2021) is a fenti nyolc érzelmet használták elemzésükben, de ők nem felügyelt tanulást, hanem általános szótárakat használtak. Valamivel több mint 1 millió tweetet vizsgáltak, amelyek a #stayathome hashtaget tartalmazták 2020. április vége és június eleje között. Vélhetően a speciális leválogatás miatt a korábbiakhoz képest nagyon eltérő eredményeket kaptak, gyakorlatilag a várakozás érzése dominálta a tweeteket, a düh pedig gyakoribb volt, mint a szomorúság és a félelem. A tweetek több mint felében megjelent a várakozás, és az arány még növekedett is a vizsgált időszakon belül.

Choudrie és munkatársai (2021) szintén nyolc érzelmek mentén klasszifikáltak, de az érzelmek listája eltérő volt: aggodalom, depresszió, harag, gyűlölet, bánat, szomorúság, lelkesedés, meglepetés. A szerzők a 2020 februárja és júniusa között megjelent Twitter-adatokat klasszifikálták, havi szinten hozzávetőlegesen 1,5 millió darabot. A klasszifikációhoz RoBERTa-modellt használtak, ami szignifikánsan jobbnak bizonyult a teszteken, mint az alap BERT-modell. Az érzelmek közül az aggodalom volt a domináns a vizsgált időszakban, de aránya csökkent a tweeteken belül, ezzel szemben a gyűlölet, a bánat és a szomorúság aránya nőtt.

Ahogy láthatjuk, a koronavírus-járvány kapcsán elsősorban Twitter-adatokat vizsgáltak érzelmek szempontjából, de fórumok elemzésére is találtunk példát. Jelodar és munkatársai (2020) Reddit-fórumokat vizsgáltak. Összesen 10 olyan topikot azonosítottak a szerzők, amiben a koronavírus témája domináns volt. Az elemzésben csak pozitív és negatív dimenzióban kódolták az érzelmeket. A Reddit-fórumon a pozitív kommentek aránya valamivel meghaladta a negatív kommentek arányát.

A pandémiás időszak alatti trágárságot eddig mindössze egy tanulmány vizsgálta. Kim (2020) 28 ezer koronavírussal kapcsolatos dél-koreai tweetet elemzett a 2020. február 10. és 14. közötti időszakból. A szótáralapú megközelítéssel a tweetek 23 százalékát sorolta valamilyen trágársági kategóriába. Azok a felhasználók, akik nagyobb hálózattal rendelkeztek, kevesebb trágárságot posztoltak. Azok viszont, akik többet posztoltak, több trágár tartalmat is publikáltak. Fontos eredmény az idézett tanulmányban, hogy elsősorban a politikai témákhoz köthető kommentek jellemzője volt a trágárság. Erre az eredményre visszatérünk a kutatásunk hipotéziseinek kapcsán.

## Trágárság a hazai online térben

A trágárság vizsgálata több tudomány keresztmetszetében található. A kezdeti nyelvészeti érdeklődést más diszciplínák is átvették, elsősorban a politika- és kommunikációkutatás. A digitális adatok növekvő száma és az utóbbi évtized szövegbányászati forradalma pedig új lendületet adott a területnek.

A munkák egy része normatív alapon vizsgálta a trágárságot; a kutatók által normasértőnek tartott tartalmakra koncentráltak. Az elmúlt években kibontakozó kutatási irány azonban részben szakít ezzel a vonallal, és felhívja a figyelmet a nem normatív alapokra helyezett trágárságkutatások fontosságára (Chen et al., 2019). Tanulmányunkban mi is az utóbbi vonalat képviseljük, építve korábbi munkánkra, amiben a trágárságot a tiszteletlen beszéd egyik formájaként határoztuk meg, aminek fontos jellemzője a nem egyetértő emberekkel szembeni verbális agresszió (Szabó et al., 2021: 1660). A hivatkozott munkánkban a trágárság három típusát különböztettük meg: gyalázkodás, obszcenitás és gúnyos nevesítés. Utóbbi alatt azokat a tartalmakat értettük, ahol valamelyik közéleti szereplő nevét trágár módon átalakított formában használták a kommentelők, vagy lekicsinylő módba tették. Korábbi elemzésünkben a 2017. március és 2019. december vége közötti időszakból 17 millió politikával kapcsolatos kommentet gyűjtöttük le. A kommentek trágárságalapú klasszifikációjához egy saját szótárat fejlesztettünk. A szótáras megoldás pontossága 90% volt a kézzel annotált kommentekkel összevetve. A 17 millió komment közel 30 százaléka tartalmazott valamilyen trágár kifejezést. Az egyes portálok között jelentős eltérést találtunk: az *Origo* és a *24.hu* fórumain volt a legmagasabb a trágárság szintje (Szabó et al., 2021). Fontos eredménye volt a kutatásnak, hogy a Facebook-posztok alatt 7-8 százalékkal kevesebb a trágár tartalom, mint az online portálok hozzászólásaiban. A várakozásoknak megfelelően a politikai tartalmak jóval több trágárságot vonzottak. A kontrollként kiválasztott, telekommunikációval kapcsolatos tartalmakra reagáló kommentek „mindössze” 10 százalékból tartalmaztak trágár szavakat, ami gyakorlatilag harmada annak, mint amit a politikai tartalmak kapcsán mértünk. A várakozásainkkal ellentétben a nagyobb politikai események (választások) nem növelték a trágár kommunikációs miliő intenzitását, sőt, a 2018-as választások környékén még csökkent is valamelyest a trágárság aránya a hozzászólásokban. Érdekes eredménye volt a kutatásunknak, hogy egy kommentfolyamon belül lehetett azonosítani trágársággócokat. Tehát, ha a beszélgetés egy része nagyon trágár volt, akkor ezt követte egy „nyugodtabb” periódus. Ez az eredmény arra utal, hogy egy reakcióalapú trágárság is megjelenik a kommentekben, amikor nem is a cikk kapcsán fejtik ki a véleményüket a kommentelők, hanem inkább egymásra reagálnak (Szabó et al., 2021).

Jelen tanulmányunk szerves folytatása a korábbi munkánknak. Az általános fókusz helyett azonban egy speciális időszakot, a koronavírus-pandémiát vizsgáljuk a trágárság szempontjából.

## **Hipotézisek**

A korábbi munkánk, illetve a koronavírus emocionális dimenzióit vizsgáló tanulmányok alapján hat hipotézist fogalmaztunk meg.

Az internetes állampolgári kommunikációra vonatkozó adatok azt mutatják, hogy a COVID-19-járvány idején jelentős a felindult, érzelmileg túlfűtött megszólalások aránya (Imran et al., 2020). Ez alapján azt feltételeztük, hogy (H1) a koronavírussal kapcsolatos cikkeknel lévő kommentekben magasabb a trágárság aránya, mint a nem koronavírussal kapcsolatosokban. Több vonatkozó szakirodalom azt mutatta, hogy az érzelmi intenzitás nemcsak magas volt, hanem együtt is mozgott a járvány súlyosságával (X. Li et al., 2020). A hazai adatok elemzése kapcsán azt a hipotézist fogalmaztuk meg, hogy (H2) akkor nő meg a trágárság, amikor fokozódik a járványhelyzet – tehát amikor több megbetegedést azonosítanak, illetve amikor többen halnak meg.

A korábbi hazai eredmények azt mutatták (Szabó et al., 2021), hogy a komment megjelenésének helye szignifikánsan befolyásolja a komment trágársági szintjét. A pandémia időszaka alatt is azt várjuk, hogy a Facebook-kommentekben alacsonyabb lesz a trágárság szintje, mint a hírportálok kommentszekcióiban (H3). Szintén korábbi tanulmányunkra épül az a hipotézis, amely szerint (H4) a politikai és közéleti cikkek alatt magasabb trágársági szintet várunk, összehasonlítva a sport- és bulvároldalak trágársági szintjével.

A szakirodalomban hangsúlyos elem volt, hogy eltérő érzelmeket generáltak az egyes témák a pandémián belül. Voltak olyan témák is, mint a környezetvédelem, ami kifejezetten pozitív (pl. öröm) kommenteket generált (Gupta et al., 2021). A tartalom kapcsán két hipotézist fogalmaztunk meg, miszerint (H5) azoknál a kommenteknél, amikben az orosz és a kínai vakcináról van szó, magasabb a trágár kommentek aránya, illetve (H6) azoknál a kommenteknél, amikben az Operatív Törzsről van szó, szintén magasabb a trágárság aránya.

## **Adatok és elemzés**

### **A korpusz**

Az adatgyűjtéshez a SentiOne nevű social listening platformot használtuk. A SentiOne több ezer weboldalt, blogot, fórumot monitoroz valós időben, és teszi elérhetővé tartalmukat egy dashboardfelületen, amelyen különböző metaadatok és kulcsszavak segítségével lehetséges szűrőket végezni. A SentiOne-ról letölthető a legnagyobb közösségi platformok nyilvánosan elérhető tartalmainak egy része is.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> A Facebook esetében elérhető az összes publikus Facebook-oldal (tehát például a hírportálok Facebook-oldalai) teljes publikus tartalma, azaz a bejegyzések és a hozzájuk tartozó kommentek.

Az elemzett korpusz összesen 31 226 776 darab kommentet és 655 172 darab cikket és posztot tartalmaz a legnagyobb magyar hírportálokról és oldalakról, illetve ezek Facebook-lapjairól.<sup>2</sup> A legtöbb kommentet, több mint 7 millió darabot, a hvg.hu-ról, 4 millió darabot az *Index* Facebook-oldaláról, illetve további 3,7 milliót a *24.hu* Facebook-oldaláról gyűjtöttük. Az adatok 2020. január 1., illetve 2021. május 31. között keletkeztek, ami egybevág a koronavírus-járvány globális terjedésének kezdetével. Az adatgyűjtés során nem alkalmaztunk kulcsszó vagy egyéb szempont szerinti megkötést, a felsorolt médiumokon lévő összes kommentet legyűjtöttük. A források szerinti részletes megoszlás az *1. táblázat*ban látható.

**1. táblázat.** A feldolgozott korpusz megoszlása források szerint

Forrás	Kommentek	Posztok és cikkek	Teljes elemszám
<i>24.hu</i> Facebook	3 682 640	51 733	3 734 373
<i>444.hu</i> Facebook	580 494	25 487	605 981
<i>444.hu</i>	2 694 931	20 768	2 715 699
<i>888.hu</i> Facebook	298 700	13 803	312 503
<i>888.hu</i>	1 210 897	15 564	1 226 461
<i>Blikk.hu</i> Facebook	1 285 867	36 771	1 322 638
Borsonline Facebook	439 535	23 771	463 306
<i>Borsonline.hu</i>	80 936	28 897	109 833
<i>csakfoci.hu</i> Facebook	91 747	2 687	94 434
<i>csakfoci.hu</i>	151 258	11 122	162 380
<i>HVG.hu</i> Facebook	3 466 630	46 216	3 512 846
<i>HVG.hu</i>	7 544 615	56 503	7 601 118
<i>Index.hu</i> Facebook	3 969 405	40 301	4 009 706
<i>Kuruc.info</i>	1 461 391	21 950	1 483 341
<i>Mandiner.hu</i> Facebook	124 891	46 882	171 773
<i>Mandiner.hu</i>	1 120 589	11 269	1 131 858
<i>Napi.hu</i> Facebook	232 869	26 866	259 735
<i>Napi.hu</i>	65 419	28 143	93 562
<i>Origo.hu</i> Facebook	1 552 481	91 840	1 644 321
<i>PestiSracok.hu</i> Facebook	763 099	23 659	786 758
<i>PestiSracok.hu</i>	408 382	30 940	439 322
<b>Összesen:</b>	<b>31 226 776</b>	<b>655 172</b>	<b>31 881 948</b>

<sup>2</sup> A legyűjtésnél azt vettük figyelembe, hogy melyek azok az oldalak, ahol a legtöbb komment jelenik meg a koronavírus kapcsán, és ezt összevetettük a dkt.hu oldalon megjelenő olvasottsági adatokkal. Azok az oldalak kerültek be a gyűjtésbe, ahol legalább 50 ezer olvasót mért a *dkt.hu*, és legalább 50 ezer kommentet generáltak a vizsgált időszakban.

Az adatfeldolgozás első lépéseit az adattisztítás jelentette, melynek során eltávolítottuk a duplikált tartalmakat,<sup>3</sup> és egységesen időben a legújabbat tartottuk meg. Ezt követően hozzárendeltük a kommenteket weboldalak esetében ahhoz a cikkhez, Facebook-kommentek esetében pedig ahhoz a poszthoz, amely alá a komment íródott. A teljes korpuszra nézve a kommentek 97,7 százalékánál sikerült azonosítani az eredeti bejegyzést vagy cikket, a többi komment esetében a kiinduló tartalom időközben törlésre került, vagy nem a legújótt időszakban jelent meg.

A következőkben különböző szempontok szerint végeztünk kulcsszavas kereséseket a korpuszon. Ennek során meghatároztuk, hogy az adott tartalom koronavírussal kapcsolatos-e,<sup>4</sup> tartalmaz-e trágár (gúnyolódó, gyalázkodó vagy obszcén) szavakat, megjelenik-e benne az Operatív Törzs, illetve azt is, hogy valamely, nagy publicitást kapott vakcina (Szputnyik V, Pfizer-Biontech Comirnaty, AstraZeneca, Moderna, Sinopharm) elnevezését tartalmazza-e. A fenti kereséseket elvégeztük magukra a kommentekre, illetve a szülőtartalmakra, tehát a kommentek vitaindítójaként azonosított posztokra és cikkekre is. A trágár tartalmak azonosítására az elméleti részben bemutatott hazai trágárságszótárt használtuk (Szabó et al., 2021).<sup>5</sup>

## A trágárság abszolút szintje

Első hipotézisünk szerint a koronavírussal kapcsolatos cikkek és posztok inkább vonzzák a trágár tartalmú kommenteket, tehát az ilyen bejegyzésekhez érkezett kommentek nagyobb arányban trágárok. Csupán aszerint vizsgálva az adatokat, hogy a szülőtartalom koronavírussal kapcsolatos-e, e hipotézisünk beigazolódni látszik, mivel a koronavírusról szóló tartalmakhoz érkezett kommentek 20,7 százaléka trágár, míg az egyéb bejegyzéseknél ez az arány 18,3 százalék. Az elemzésbe bevonva az adatok forrását azonban más kép rajzolódik ki (2. táblázat).

2. táblázat: Koronavírussal kapcsolatos, illetve trágár tartalmak aránya forrásonként

Forrás	Coviddal kapcsolatos cikkek/posztok aránya	N	Trágár-arány	Coviddal kapcsolatos trágár-arány	Coviddal nem kapcsolatos trágár-arány
24.hu Facebook	3,6%	3 734 373	14,3%	13,6%	14,3%
444.hu Facebook	2,9%	2 715 699	17,1%	15,3%	17,2%
444.hu	27,5%	605 981	20,1%	18,5%	20,7%

<sup>3</sup> A SentiOne-ből exportált adatokban a szerkesztett tartalmak többször is megjelennek, a szerkesztés időpontjával együtt.

<sup>4</sup> A koronavírus több megnevezését is alkalmaztuk keresőszóként, mint például koronavírus\*, covid\*, kovid\*, sars-cov-2. A csillagok helyén bármilyen további karakterek lehetnek, tehát a fenti szavak ragozott formái is érvényes találatnak számítottak.

<sup>5</sup> A szótáron végeztünk néhány apró módosítást, egyes szavakat kiszűrtünk belőle, mivel azok nem politikai szövegeken félrevezetőek lehetnek (pl. gyökér). Az ezzel kapcsolatos tesztek azt mutatták, hogy ez a változtatás megközelítőleg 2 százalékkal alacsonyabb trágársági arányhoz vezetett. A korábbi eredményekkel való összevetéskor ezt fontos figyelembe venni.

Forrás	Coviddal kapcsolatos cikkek/ posztok aránya	N	Trágár-arány	Coviddal kapcsolatos trágár-arány	Coviddal nem kapcsolatos trágár-arány
888.hu Facebook	2,9%	1 226 461	19,0%	17,0%	19,1%
888.hu	7,4%	312 503	34,7%	30,5%	35,1%
Blikk.hu Facebook	4,8%	1 322 638	13,9%	12,2%	14,0%
Borsonline Facebook	3,5%	463 306	11,9%	11,1%	12,0%
Borsonline.hu	12,3%	109 833	23,6%	22,6%	23,8%
csakfoci.hu Facebook	0,5%	94 434	13,6%	13,0%	13,6%
csakfoci.hu	12,4%	162 380	19,5%	21,8%	19,2%
HVG.hu Facebook	5,4%	3 512 846	15,9%	14,2%	16,0%
HVG.hu	37,5%	7 601 118	22,9%	21,9%	23,5%
Index.hu Facebook	4,4%	4 009 706	15,1%	14,2%	15,1%
Kuruc.info	33,6%	1 483 341	24,7%	22,6%	25,8%
Mandiner.hu Facebook	4,6%	1 131 858	20,0%	18,3%	20,1%
Mandiner.hu	15,2%	171 773	25,1%	20,2%	26,0%
Napi.hu Facebook	2,5%	259 735	13,0%	12,5%	13,0%
Napi.hu	12,3%	93 562	32,7%	39,4%	31,8%
Origo.hu Facebook	13,9%	1 644 321	17,1%	17,5%	17,0%
PestiSracok.hu Facebook	15,1%	786 758	20,4%	19,4%	20,6%
PestiSracok.hu	23,6%	439 322	33,2%	32,9%	33,4%

Mindössze három olyan forrást találtunk, amelynél igaz, hogy a koronavírussal kapcsolatos cikkekhez és posztokhoz érkezett kommentekben magasabb a trágárság aránya, mint a többi komment esetében. Ezek az oldalak a *csakfoci.hu*, az *Origo* Facebook-oldala, illetve a *napi.hu* – ezen oldalakról mindössze az elemzett tartalmak 6 százaléka származik. Megvizsgáltuk regressziós modellel is az összefüggést. A függő változó az volt, hogy találtunk-e trágár tartalmat a kommentben, a független változók pedig az egyes oldalak voltak, valamint egy olyan változó, hogy koronavírusról szól-e a kiinduló cikk. A modell illesztésére binomiális logisztikus regressziót futtattunk.<sup>6</sup>

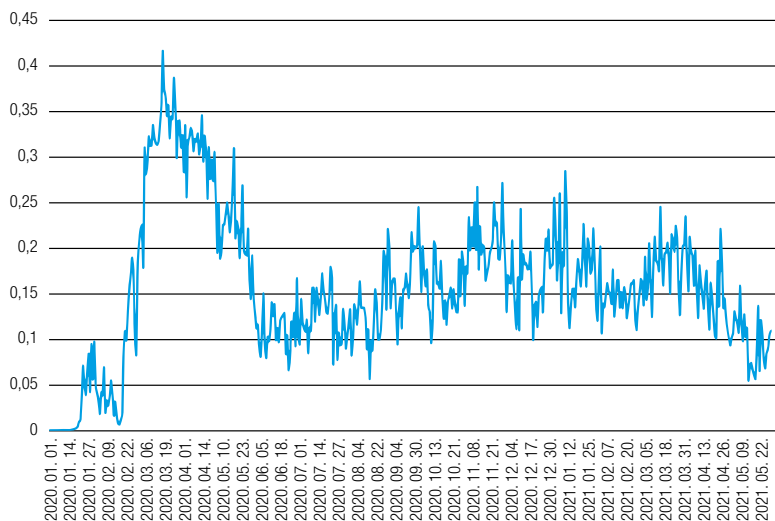
A regressziós modellben is negatív B értékkel szerepelt az a változó, ami azt mérte, hogy koronavírussal kapcsolatos-e a kiinduló cikk. Az első látásra ellentmondó eredmény egy furcsa paradoxonnak köszönhető, amit a szakirodalom Simpson paradoxonnak nevez (Rudas, 2018). Ha megnézzük, hogy milyen oldalakon magas a trágárság aránya, akkor azt látjuk, hogy ez erősen

<sup>6</sup> A modell részleteit lásd az 1. mellékletben.

egybeesik azokkal az oldalakkal, ahol több koronavírussal kapcsolatos cikk jelent meg. Az oldalak közötti COVID-19-cikkarány különbsége okozza azt, hogy bontás nélküli adatokban magasabb a trágárság aránya a koronavírussal kapcsolatos cikkekben. Ez az eredmény azt is mutatja, hogy óvatosan kell bánnunk az aggregált statisztikákkal, mert könnyen félrevezető következtetést vonhatunk le belőlük. A H1 hipotézist tehát ez alapján el kell vetnünk, a koronavírussal kapcsolatos cikkek nem vonzottak több trágár kommentet, sőt, inkább egy enyhe csökkenést mértünk.

## Időbeli dinamika

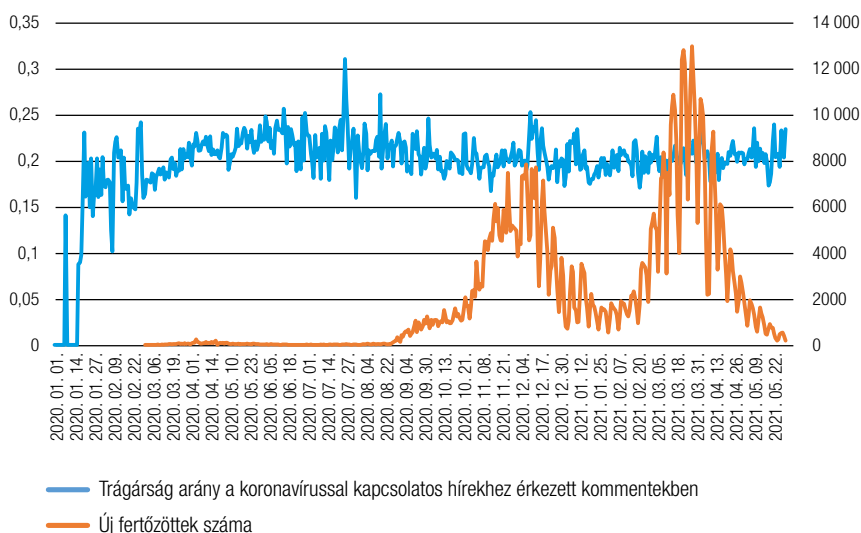
Az elemzett adathalmaz időbeli dinamikájának felderítéséhez először megvizsgáltuk, hogy milyen arányban tartalmaznak a legújított anyagok koronavírushoz kapcsolódó kommenteket – ezt az 1. ábrán mutatjuk be. A koronavírushoz köthető tartalmak aránya nincsen összefüggésben a járvány hazai lefolyásáról szóló ismereteinkkel. Azt láthatjuk, hogy a világgjárvány kitörésétől, 2020 februárjától kezdve meredeken emelkedik ez az arány. Az abszolút csúcspontot a vizsgált időszakban 2020. március 22. jelentette, ezen a napon halt meg az ötödik és a hatodik magyar áldozata a járványnak.<sup>7</sup> Innentől kezdve határozott csökkenés mutatkozik az adatokban, átlagosan kb. 12 százalékos arányt beállítva augusztus végéig, amikor ismét emelkedés látható – ez azonban közel sem olyan mértékű, mint a kora tavaszi trend. Az elsőnél sokkal jelentősebb számú áldozatot követelő második és harmadik járványhullám nem eredményezett olyan fokú megugrást a koronavírussal kapcsolatos tartalmak arányában, mint az első hullám, azonban látható növekedés a 2020. nyári időszakhoz képest. Érdekeség, hogy a vizsgált időszak végén, 2021 májusának közepétől igen alacsony szintet mutat a koronavírussal kapcsolatos tartalmak aránya.



1. ábra. A koronavírusról szóló tartalmakhoz érkezett kommentek arányának időbeli változása

<sup>7</sup> Lásd: [http://hvg.hu/itthon/20200322\\_Ket\\_ujabb\\_magyar\\_beteg\\_halt\\_meg\\_koronavirusban](http://hvg.hu/itthon/20200322_Ket_ujabb_magyar_beteg_halt_meg_koronavirusban)

Második hipotézisünk szerint a koronavírus-járvány fokozódásával, az egyénekre helyeződő stressz növekedése, illetve az életvitel kényszerű változásai miatt megnő azon kommentek aránya, amelyben trágár tartalom azonosítható. Ehhez az elemzéshez azokat a kommenteket használtuk fel, amelyek koronavírussal kapcsolatos cikkekre érkeztek. A trágárság arányát napi szintű bontásban ábrázolva (lásd 2. ábra) nem állapíthatók meg határozott kiugrások vagy elmozdulások. A trágárság arányát a kommentekben összevetettük a Johns Hopkins Egyetem<sup>8</sup> napi bontású magyarországi adataival. Mind a regisztrált új koronavírussal fertőzött esetek, mind pedig a napi halálozások száma jól kirajzolja a hazánkat elért két járványhullámot, azonban ezeket a trendeket a trágárság arányával összevetve kijelenthető, hogy nincsen összefüggés a trágárság és a járvány tendenciája között, sem az új fertőzöttek számát, sem pedig a halottak számát tekintve. Tehát a második hipotézisünket is elvethetjük.



**2. ábra.** A koronavírussal kapcsolatos hírekhez érkezett kommenteken belüli trágárságarány és az új koronavírusos esetek számának alakulása

### Tartalom megjelenésének helye

A harmadik és negyedik hipotézis a cikkek megjelenési helyének hatását vizsgálta a kommentek trágárságszintjére. Binomiális logisztikus regressziót illesztettünk ezekhez a hipotézisekhez. A függő változó az volt, hogy találtunk-e trágár tartalmat a kommentekben. A független változók között szerepeltettük, hogy volt-e koronavírus-tartalom a kiinduló cikkben, Facebookon vagy fórumon jelent meg a komment, illetve hogy a cikk politikai portálon bulvárodalon vagy sportoldalon jelent meg.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Forrás: <https://github.com/CSSEGISandData/COVID-19>

<sup>9</sup> A modell részleteit lásd a 2. mellékletben.



A várakozásainknak megfelelően, a Facebookon érkezett kommentek kevesebb trágárságot tartalmaztak. A H4 hipotézis is beigazolódtott, a politikai oldalakon több volt a trágárság, mint a bulvár- és sportoldalakon. Utóbbin volt a legalacsonyabb a trágárság szintje a vizsgált korpuszban. Mind a H3, mind a H4 hipotézist elfogadtuk ez alapján. Ezek egybevágóan korábbi eredményeinkkel (Szabó et al., 2021).

A független változók közötti lehetséges interakciós hatásokat is teszteltük. Az interakciós hatásokat a marginálisok alapján vizsgáltuk.

Az eredmények azt mutatták, hogy a Facebook-kommentekben nem volt jelentős különbség a trágárságban, aszerint, hogy a kiinduló cikk a koronavírusról szólt-e. Ezzel szemben a portálok esetében jóval markánsabb volt a különbség. Ez az eredmény arra enged következtetni, hogy a portálokon jobban meghatározza a cikk témája azt, hogy mennyire trágárok a kommentek. A Facebook esetében viszont a cikk hatása kevésbé fontos a trágárság szintjére.

Az oldal típusa szerint még érdekesebb különbségeket találtunk. A politikai oldalakon a koronavírussal kapcsolatos cikkek alatt közel 2 százalékkal kevesebb volt a káromkodás. Ezzel szemben a bulvár-, valamint a sportoldalakon fordított volt az eredmény, pont a koronavírussal kapcsolatos cikkek alatt volt több a káromkodás. Ez részben árnyalja az első hipotézisünk kapcsán kapott eredményt, és azt mutatja, hogy nem politikai oldalakon a koronavírussal kapcsolatos tematika magasabb irányba toltotta el a káromkodási szintet. Főleg a sportoldalakon volt ez a különbség markáns.

### ***A kommentek tartalma – vakcinák és Operatív Törzs***

Ahogy korábban említettük, az adatok feldolgozása során ötféle olyan vakcinatípust azonosítottunk, amelyekről jelentős számú hírben esett szó a vizsgált korpuszban. A vakcinatípusok esetében jelöltük, hogy az említés magában a tartalomban – például kommentben – vagy a szülő-tartalomban, a komment vitaindító cikkében vagy bejegyzésében jelent meg. A továbbiakban a teljes korpusz egy szűkített változatán végeztünk elemzéseket, amelyben csak azokat a tartalmakat szerepeltettük, amelyek a szülő-tartalma koronavírussal kapcsolatos volt. Ez közel ötmillió (4 815 697) darab dokumentumot jelent, amely a teljes feldolgozott korpusz 15,1 százaléka.

A közvetlen említéseket tekintve még a leggyakrabban említett Pfizer-vakcina is csupán 0,5 százalékos gyakorisággal jelenik meg a tartalmakban. Ennél is csekélyebb, 0,3 százalékos arányban jelenik meg a Szputnyik-, illetve a Sinopharm-oltóanyag, az AstraZeneca-, valamint a Moderna-vakcinák pedig csupán 0,1 százalékos gyakorisággal jellemezhetők. A szülő-tartalomban lévő említések esetében ennél jóval magasabb arányokat láthatunk, változatlan sorrend mellett. A Pfizer oltóanyagát 6,5, a Szputnyik V-t 4,6, a Sinopharmot pedig a tartalmak 4,4 százaléka vitaindító írásában említik. Az AstraZeneca-vakcina 4,1 százalékos értékkel

jellemezhető, míg a Magyarországon kevésbé elterjedt Moderna-vakcina 2,9 százalékkal. Összeségében 11,7 százaléknyi olyan dokumentumot találtunk a koronavírushoz kötődő tartalmakon belül, amelynek a szülőtartalmában megjelenik bármely, fent felsorolt oltóanyag elnevezése, illetve 1,2 százaléknyi tartalom esetében beszélhetünk direkt említésről. A következő lépésben az ötféle azonosított vakcinatípust két csoportra bontottuk, különválasztva a keleti (Szputnyik V, Sinopharm) és a nyugati (Pfizer, Moderna, AstraZeneca) oltóanyagokat.

Ötödik hipotézisünk szerint azokban a kommentekben, amelyek a keleti vakcinákról szóló cikkekhez érkeztek, magasabb arányban találunk trágár tartalmakat. Ennek a kérdésnek a kibontásához először megvizsgáltuk, hogy a nyugati vakcinák direkt említése okoz-e változást a trágárság arányában. Azt találtuk, hogy bár az összefüggés szignifikánsnak tekinthető, az erőssége rendkívül alacsony, a nyugati vakcinák neveit tartalmazó kommentek 0,1 százalékponttal nagyobb arányban tartalmaznak trágárságot az egyéb kommentekhez képest. A nyugati vakcinák említése a kommentekben egyáltalán nincs szignifikáns hatással a trágárság arányára. A keleti vakcinák esetében ezzel szemben azt találtuk, hogy a vakcinák neveit tartalmazó kommentek 0,3 százalékponttal nagyobb arányban tartalmaztak trágárságot, továbbá a vakcinák neveit tartalmazó vitaindító cikkekhez és posztokhoz érkezett kommenteknél is 0,1 százalékponttal magasabb arányban találtunk trágárságot.

A vakcinák hatását a trágárság szintjére regressziós modellel is teszteltük.<sup>10</sup> Az előző regressziós modellünket (lásd 2. melléklet) kiegészítettük azzal, hogy szerepelt-e keleti vagy nyugati vakcina a kiinduló cikkben vagy a vizsgált kommentben. Szerepeltettünk egy olyan változót is, hogy említették-e az Operatív Törzset a kiinduló cikkben (H6 hipotézis).

A regressziós modell megerősítette a kétváltozós eredményeket. Csak a keleti vakcinák direkt, kommentszintű említése járt együtt releváns B-érték-elmozdulással, a többi változónál bár szignifikáns volt a hatás, de nagyon gyenge a hatáserősség. A keleti vakcinák említése a kommentekben a marginális hatáserősség alapján 2,5 százalékponttal növelte a trágárság előfordulásának valószínűségét. Szintén szignifikáns, de nagyon gyenge hatást mértünk az Operatív Törzs említése kapcsán. Ez alapján a H5 hipotézist elfogadhatjuk, de a H6 hipotézist el kell utasítanunk.

## Összegzés

A nemzetközi kutatások azt mutatták, hogy a koronavírus intenzív érzelmi megnyilvánulásokat indukált az online térben. A szomorúság mellett a félelem és a harag is megjelent az emberek posztjaiban, kommentjeiben és tweetjeiben. Jelen kutatásunk kiinduló hipotézise az volt, hogy a fokozott érzelmi klíma miatt több trágár tartalom lesz a magyar online térben. A közéleti és

<sup>10</sup> A modell részleteit lásd a 3. mellékletben.

politikai oldalakon nem igazolódott be ez a várakozásunk, azonban a bulvár- és sportoldalakon növekvő trágárságot mértünk a koronavírussal kapcsolatos cikkek alatt. A közéleti oldalakon található kommentekben általában is magas arányban található trágárság (amelyet megerősít a mostani kutatásunk is), a koronavírus mint téma nem indukált több trágárságot, mint egy általános politikai cikk. Kiugró trágárságarányt például akkor mértünk a vizsgált időszakban, amikor felmondott az *Index.hu* szinte teljes szerkesztősége. A bulvár- és a sportoldalakon viszont a koronavírus mint téma növelte a trágárságot. Ezeken az oldalakon általában alapvetően több az örömről, boldogságról, győzelemről szóló cikk (például házassodásról, párkapcsolatokról, sportversenyekről, meccsekről szóló anyagok), ezekhez képest nem meglepő, hogy fokozta a trágárságot az, ha a pandémiáról olvastak és beszéltek a résztvevők.

Nem várt eredmény volt, hogy a pandémia hazai súlyossága nem mutatott összefüggést azzal, hogy mennyire káromkodnak a kommentekben a felhasználók. Elképzelhető, hogy módszertani okok vannak a kapott eredmények mögött. Az oldalak moderálása is okozhatja a káromkodások állandóságát, de az is reális, hogy a szótárunk nem volt megfelelő, mivel nem tudta mérni a koronavírus kapcsán megjelenő új káromkodási formákat. De nem vethetjük el az eredmények szubsztantív interpretációját sem, miszerint az emberek esetleges felindultsága nem ilyen irányba manifesztálódott.

A harmadik fontos eredményünk a vakcinákkal kapcsolatos. Magyarországon a keleti vakcinák kapcsán nagyon élénk szakmai és közéleti vita robbant ki. Mind a vakcinák behozatala, mind a célcsoport kijelölése, mind pedig az oltások hatékonysága része lett a politikai agendának és a közbeszédnek, ami látszik a káromkodások szintjén is. A keleti vakcinákat említő kommentek átlagosan 2-3 százalékkal magasabb arányban tartalmaztak trágárságot. Havi szinten is megvizsgáltuk, hogy a keleti vakcinákkal kapcsolatos kommentek káromkodási szintje hogyan alakul, de nem találtunk semmilyen temporális dinamikát.

Tanulmányunkban elsősorban a korábbi kutatásunkra építettünk, mind módszertan, mind pedig kérdésfelvetés kapcsán (Szabó et al., 2021). Elemzésünk megerősítette azt, hogy a kidolgozott módszertan jól átvihető újabb korpuszokra is. Ez megelőlegezi annak a lehetőségét, hogy a későbbiekben több hasonló munka is készüljön. A hazai érzelmekultúrának a trágárság fontos és megkerülhetetlen szereplője, a trágárságkutatás hazai kutatási kánonba emelése tovább gazdagíthatja a politikai, szociológiai és a nyelvészeti területet.

## Felhasznált irodalom

- Bahja, Mohammed – Hammad, Rawad – Kuhail, Mohammed Amin (2020): Capturing Public Concerns About Coronavirus Using Arabic Tweets: An NLP-Driven Approach. In: *2020 IEEE/ACM 13th International Conference on Utility and Cloud Computing (UCC)*, 310–315. DOI: 10.1109/UCC48980.2020.00049
- Choudrie, Jyoti – Patil, Shruti – Kotecha, Ketan – Matta, Nikhil – Pappas, Ilias (2021): Applying and Understanding an Advanced, Novel Deep Learning Approach: A Covid 19, Text Based, Emotions Analysis Study. *Information Systems Frontiers*, 1–35. DOI: 10.1007/s10796-021-10152-6
- Gupta, Vedika – Jain, Nikita – Katariya, Piyush – Kumar, Adarsh – Mohan, Senthilkumar – Ahmadian, Ali – Ferrara, Massimiliano (2021): An emotion care model using multimodal textual analysis on COVID-19. *Chaos, Solitons & Fractals*, 144(110708). DOI: 10.1016/j.chaos.2021.110708
- Imran, Ali Shariq – Doudpota, Sher Mohammad – Kastrati, Zenun – Bhatra, Rakhi (2020): Cross-cultural polarity and emotion detection using sentiment analysis and deep learning – a case study on COVID-19. *arXiv preprint*, arXiv:2008.10031.
- Jelodar, Hamed – Orji, Rita – Matwin, Stan – Weerasinghe, Swarna – Oyebode, Oladapo – Wang, Yongli (2021): Artificial Intelligence for Emotion-Semantic Trending and People Emotion Detection During COVID-19 Social Isolation. *arXiv preprint*, arXiv:2101.06484.
- Jelodar, Hamed – Wang, Yongli – Orji, Rita – Huang, Shucheng (2020): Deep Sentiment Classification and Topic Discovery on Novel Coronavirus or COVID-19 Online Discussions: NLP Using LSTM Recurrent Neural Network Approach. *IEEE Journal of Biomedical and Health Informatics*, 24(10): 2733–2742. DOI: 10.1109/jbhi.2020.3001216
- Karsai Márton – Koltai Júlia – Vásárhelyi Orsolya – Röst Gergely (2020): Hungary in Mask/MASZK in Hungary. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, 11(2): 139–146. DOI: 10.14267/CJSSP.2020.2.9
- Kim, Bumsoo (2020): Effects of Social Grooming on Incivility in COVID-19. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(8): 519–525. DOI: 10.1089/cyber.2020.0201
- Li, Irene – Li, Yixin – Li, Tianxiao – Alvarez-Napagao, Sergio – Garcia-Gasulla, Dario – Suzumura, Toyotaro (2020): What are We Depressed about When We Talk about COVID19: Mental Health Analysis on Tweets Using Natural Language Processing. In: *International Conference on Innovative Techniques and Applications of Artificial Intelligence*. Cham, Springer International Publishing, 358–370.
- Li, Xiaoya – Zhou, Mingxin – Wu, Jiawei – Yuan, Arianna – Wu, Fei – Li, Jiwei (2020): Analyzing COVID-19 on Online Social Media: Trends, Sentiments and Emotions. *arXiv preprint*, arXiv:2005.14464.

- Masullo Chen, Gina – Muddiman, Ashley – Wilner, Tamar – Pariser, Eli – Stroud, Natalie Jomini (2019): We should not get rid of incivility online. *Social Media + Society*, 5(3): 1–5. DOI: 10.1177/2056305119862641
- Rudas, Tamás (2018): *Lectures on Categorical Data Analysis*. Cham, Springer International Publishing. DOI: 10.1007/978-1-4939-7693-5
- Szabó Gabriella – Farkas Xénia (2021): Libernyákok és OIG: Modortalanság a politikai kommunikációban. *Politikatudományi Szemle*, 30(1): 60–81. DOI: 10.30718/POLTUD.HU.2021.1.6
- Szabó, Gabriella – Kmetty, Zoltán – Molnár, Emese K. (2021): Politics and Incivility in the Online Comments: What is Beyond the Norm-Violation Approach? *International Journal of Communication*, 15, 1659–1684.

## Mellékletek

### 1. melléklet: 1. regressziós modell – binomiális logisztikus regresszió

$$\chi^2(21) = 398871,31; p = 0,00$$

$$\text{Pseudo-R}^2 \text{ (Cragg-Uhler)} = 0,02$$

$$\text{Pseudo-R}^2 \text{ (McFadden)} = 0,01$$

$$\text{AIC} = 30332636,57; \text{BIC} = 30332972,67$$

	Est.	S.E.	z val.	p
(Intercept)	-1,36	0,00	-420,22	0,00
Cikkben koronavírus-tartalom	-0,10	0,00	-70,82	0,00
24.hu Facebook	-0,43	0,00	-121,74	0,00
444.hu Facebook	-0,22	0,00	-60,84	0,00
888.hu Facebook	-0,09	0,00	-22,64	0,00
888.hu	0,73	0,00	148,15	0,00
Blikk.hu Facebook	-0,47	0,00	-113,86	0,00
Borsonline Facebook	-0,64	0,01	-114,83	0,00
Borsonline.hu	0,19	0,01	24,92	0,00
csakfoci.hu Facebook	-0,49	0,01	-49,11	0,00
csakfoci.hu	-0,05	0,01	-6,95	0,00
HVG.hu Facebook	-0,31	0,00	-86,48	0,00

	Est.	S.E.	z val.	p
<i>HVG.hu</i>	0,18	0,00	53,55	0,00
<i>Index.hu</i> Facebook	-0,37	0,00	-104,95	0,00
<i>Kuruc.info</i>	0,27	0,00	73,68	0,00
<i>Mandiner.hu</i> Facebook	-0,03	0,00	-6,71	0,00
<i>Mandiner.hu</i>	0,28	0,01	43,50	0,00
<i>Napi.hu</i> Facebook	-0,54	0,01	-81,25	0,00
<i>Napi.hu</i>	0,65	0,01	84,37	0,00
<i>Origo.hu</i> Facebook	-0,21	0,00	-54,71	0,00
<i>PestiSracok.hu</i> Facebook	0,01	0,00	2,29	0,02
<i>PestiSracok.hu</i>	0,68	0,00	150,28	0,00

## 2. melléklet: 2. regressziós modell – binomiális logisztikus regresszió

$$\chi^2(4) = 299172,37; p = 0,00$$

$$\text{Pseudo-R}^2 \text{ (Cragg-Uhler)} = 0,02$$

$$\text{Pseudo-R}^2 \text{ (McFadden)} = 0,01$$

$$\text{AIC} = 30432301,51; \text{BIC} = 30432377,90$$

	Est.	S.E.	z val.	p
(Intercept)	-1,12	0,00	-1336,55	0,00
Cikkben koronavírus-tartalom	-0,12	0,00	-86,97	0,00
Facebook-komment	-0,52	0,00	-513,19	0,00
Bulvár	-0,18	0,00	-90,82	0,00
Sport	-0,26	0,01	-50,28	0,00

## 3. melléklet: 3. regressziós modell – binomiális logisztikus regresszió

$$\chi^2(8) = 24975,84; p = 0,00$$

$$\text{Pseudo-R}^2 \text{ (Cragg-Uhler)} = 0,01$$

$$\text{Pseudo-R}^2 \text{ (McFadden)} = 0,01$$

$$\text{AIC} = 4890797,85; \text{BIC} = 4890918,33 \text{ Standard errors: MLE}$$

	<b>Est.</b>	<b>S.E.</b>	<b>z val.</b>	<b>p</b>
(Intercept)	-1,24	0,00	-874,14	0,00
Facebook-komment	-0,44	0,00	-146,59	0,00
Oldal típusa: bulvár	-0,08	0,01	-9,04	0,00
Oldal típusa: sport	-0,04	0,02	-2,34	0,02
Keleti vakcinát említenek a kommentben	0,16	0,01	10,84	0,00
Keleti vakcinát említenek a cikkben	0,02	0,00	3,14	0,00
Nyugati vakcinát említenek a kommentben	0,08	0,01	5,51	0,00
Nyugati vakcinát említenek a cikkben	-0,10	0,00	-21,82	0,00
Operatív Törzsét említik a cikkben	-0,01	0,00	-2,09	0,04

## Zárszó

Szokás azt gondolni, hogy a tudományos eredményeket összefoglaló kötetek lezáró munkák, a zárzó feladata pedig nem más, mint a végső konklúzió, a nagy akadémiai üzenet megfogalmazása. Ez az írás azonban nem finálé, hanem tételszünetet jelző hang. Már csak azért sem tekinthető befejezettnek a munka, mert e sorok írásakor a koronavírus-járvány negyedik hullámára készül az egész világ. Azt sem gondoljuk továbbá, hogy a kötet tanulmányai a politikai érzelemszabályozás témáját teljesen kimerítették volna. Elméleti szempontból az érzelemszabályozás és a politikai bevonódás kapcsolata vár sürgős tisztázásra. A koronavírus-járványhoz kötődő érzelemszabályozási ajánlatok a politikai interakció újabb funkciójára világítottak rá, amit jobb híján az érzelem-képviselő fogalmával írhatunk le. A képviselő-irodalom klasszikusának, Hanna Pitkinnek (1967), meghatározását alapul véve a képviselő (*representation*) tágabb értelmezéséhez kapcsolódunk, amikor a politikai szereplők közötti érzelemszabályozási interakciót egymás életében való megismételt jelenlétek sorozataként értjük. Pitkin szerint a politikai képviselő az a tevékenység, amelynek célja, hogy a polgárok hangja, véleménye és perspektívája „jelen legyen” a politikai folyamatokban. A politikai szereplők legitimitását részben az adja, hogy a politikai színtereken mások nevében beszélnek és cselekszenek azért, hogy a képviselőket előnyökhöz juttassák. Röviden: a politikai képviselő egyfajta politikai szolgálat vagy inkább szolgáltatás, amiért a képviselő fél szavazatával vagy egyéb támogatással fizet. A politikai képviselő tárgyaként többféle dolgot – érdek, érték, ügy, eszme, vélemény – azonosítottak már, sőt az érzelmek szerepéről is megindult a diskurzus (lásd Tremblay, 2019).

Elméletileg lehetséges tehát az érzelem-képviselő, de vajon releváns-e a magyar politika megértésében? Úgy látjuk, igen. Az utóbbi években ugyanis számos érzelem politizálódott, vagyis lett politikai interakciók témája abban a reményben, hogy a politikán kívül született érzelmeket (például szorongás, neheztelés, felháborodás, undor) a politikus és a szavazó közötti, illetve a szavazótáboron belüli kötöttségéig tegye. 2021 nyarán az ellenzéki nyilvánosságban nagy reményeket fűztek ahhoz, hogy a miniszterelnök iránt érzett harag érzelmi ajánlata a nyilvánvaló érdek-, érték- és véleménykülönbségeket is képes áthidalni, és a közelgő választásokon kormányváltást eredményező többséget hoz létre. Míg a kormánypárti oldalon az esetleges ellenzéki győzelemmel kapcsolatban vissza-visszatérő borúlátó jövőbe tekintés mint affektív reakció, ami a lehető legszélesebb kör érzelmi egyben tartását szolgálná. A politikai érzelem-képviselő létrejön, ha a kezdeményező fél – többnyire a politikus – ajánlatokat tesz, a szimpatizáns pedig elfogadja azt. Az egymásra találás persze másként is történhet, hiszen az állampolgár akaratlanul is vonzódhat olyan politikusokhoz, akik az illetőben fellobbanó érzésekhez hasonlatosnak vélt reakciókat hoznak nyilvánosságra.



Az ajánlattevő kellő mennyiségű megerősítő reakció után feljogosítva érzi magát arra, hogy a nyilvánosság előtt bizonyos érzelm kifejező eszközökkel éljen, még akkor is, ha az adott pillanatban nem érzi magában a harag, az aggodalom vagy az öröm érzetét. Az állampolgár számára pedig a kapcsolódás és bevonódás lehetőségét adhatja az általa átélt érzelmi viszonyulások politikai arénában való megjelenése. A politikusok feladata, hogy kialakítsák azt az érzelmi repertoárt, amivel a lehető legtöbb szavazót maguk mellé állíthatják. S mivel minden a szavazatszerzésről szól, az érzelm-képviselőt sikerét a választási eredményen lehet lemérni. A képviselő minőségének értékelésében szempont a vezetők és a követők közötti érzelmi viszony tartóssága. Ebben a követőnek van kulcsszerepe, vagyis ő dönt arról, hogy meddig fogadja el a vezetőktől érkező érzelmi ajánlatokat. Logikus feltételezés, hogy a ragaszkodás addig áll fenn, amíg az a befogadó javát szolgálja. Az aggodalomról szokás úgy beszélni, mint negatív érzelm, ami kellemetlen és káros a mentális egészségre nézve, ezért nem szolgálja az egyén javát (lásd Watson – Clark, 1984). Persze elvileg nem zárható ki, hogy például a félelemre irányuló érzelmszabályozási ajánlatok hosszabb távon az alany érdekeit szolgálják, mert megóvják őt a fertőzésveszélyes helyzetektől. A nyugalomra és optimizmusra vonatkozó ajánlatok, amelyek abban a pillanatban pozitívak és kellemesek lehetnek, elaltatják a veszélyérzetet, és könnyen betegséghez vezethetnek. Következésképpen a negatív érzelmeknek is lehetnek pozitív hozadécai, és fordítva (lásd Forgas, 2013).

James Gross (2007) alapján azonban ismételen fel kell hívni a figyelmet arra, hogy az érzelmek regulálásában nemcsak az érzelmkifejező kommunikációs gesztusok játszanak szerepet. A helyzetkiválasztás és a figyelemvezénylés ugyanúgy része a folyamatnak, így az érzelm-képviselőt kapcsán kialakuló kötődés sem korlátozódik affektusok folyamatos sulykolására. Ennek kutatásában a *branding*irodalom adhat további támpontokat. A korszerű brandépítés során a termék és a fogyasztó közötti érzelmi alapú, egyéni és egyedi viszony megteremtése és ápolása áll. A *branding* észjárása szerint a marketing feladata a vevői élmény megteremtése, így a politikai interakciók szereplői közötti kapcsolatban is az élményteremtés a kulcs. Az élményteremtés különböző dimenzióit kell vizsgálni, melyek között szenzorális (érzékszervi), affektív, kognitív, kreatív elemek és identitáshoz kapcsolódó részterületek találhatók (Schmitt, 1999; Gobé, 2001; Gentile et al., 2007).

Mi a média szerepe az érzelm-képviselőben? Egyrészt csatornát biztosít a politikai aktorok érzelmszabályozási ajánlatai számára. Másrészt alakítja azt a kultúrköröket, amiben a politikát érzelmi tapasztalatként lehet megélni. Amennyiben az online médiavilág interakcióiban az érzelmes beszédmód gyakorlattá válik, akkor a híryanagyokon dolgozó újságírók, a megszólaltatott politikai szereplők és a hírfogyasztók közötti kapcsolatban is az affektivitás válik domináns szemponttá (lásd Döveling et al., 2018). Ennek következménye a média működési modelljét is érinti. A politikával foglalkozó médiumok végeletekig kielezett konfliktusok soraként is tárgyalhatja a közéleti kérdéseket: ilyenkor az érzelmi alapú szembenállás kommunikációs fordulatai uralják az interakciókat az interjúszituációktól a hírszerkesztésen át a komment szekciókig bezárólag. A másik lehetséges kimenet a *safe space* irány, vagyis amikor a hírmédia kritikai nyilvánosság

helyett olyan térré válik, ahol senkinek sem kell tartania korábbi érzelmi viszonyulásait felülíró vagy számára érzelmileg megterhelő helyzetektől. Az újságírók egymással szembeni averziói és a hírekhez hozzászólók verbális agresszivitását e kötet két fejezete is tűpontosan bemutatja. A COVID-19-járvány idején azonban a *safe space* típusú törekvések is jól láthatók. A kormánypárti sajtó érzelmi ajánlatai markánsan a helyzet váratlanságát és a kormány tettrekészségét hangsúlyozták, ami minden bizonnyal megkímélte a kormánnyal szimpatizálókat számos kétségtől. A kormánykritikus média érzelmi ajánlataival pedig igyekezett az ellenzékét megóvni attól, hogy az esetleges kedvező fejlemények megváltoztassák a kormánnyal szembeni negatív érzelmi viszonyulásokat. Mindez persze ismerős, és sokkal élesebb volt 2015-ben a bevándorlás kapcsán: a kormánypárti médiumok teljes mértékben elutasítottak minden olyat, ami felébreszthette volna a bevándorlással kapcsolatos befogadásra ösztönző érzelmeket, míg a kormánykritikus sajtó következetesen menekültként számolt be minden érkezőről, amivel az elutasításhoz vezető érzelmeknek lehetett gátat építeni.

A zárszó leszámol azzal az illúzióval is, hogy az olvasók az összes fejezetet tanulmányozva jutnak el a könyv végére. Az egyes tanulmányok rövid összefoglalása helyett érdemes egy jelentősebb empirikus eredmény közlésére szorítkozni, ez pedig az érzelemszabályozási ajánlatok időbeli változásai. Akár a politikusokra, akár az online médiára, akár az állampolgárokra vonatkozó adatokat nézzük, az eredmények az érzelmi ajánlatok számának csökkenését vagy stagnálását mutatják. Tudható, hogy az érzelmekek olyanok, mint az energiahullámok, formájuk és intenzitásuk változó, természetük szerint azonnaliak: gyorsan keletkeznek, és nyomban el is múlnak. Az érzelmekek kifejezései cselekvésre motiválnak, ösztönző jellegük azonban időben korlátozott. Az érzelemmenedzserek tudatosan vagy tudattalanul, de változtatnak a felkínált repertoáron. Egyre kevesebb energiát fordítanak az affektusokra közvetlenül vagy közvetetten utaló gesztusok kommunikálására. Feltételezhetően viszont megsűrűsödnek az érzelemszabályozás egyéb stációihoz tartozó eszközök. Az állampolgári kommunikációt illetően nem látunk nagyobb kilengéseket, ami internetes hozzászólások kommunikációs kultúrájáról árulkodik. A trágár megnyilatkozások relatív állandósága megerősíti azt az elképzelést, miszerint a politikáról szóló online fórumokon a verbális agresszió része a felhasználói élménynek, amit az idő, a téma és a fórum gazdájának politikai preferenciája kevésbé befolyásol.

Végül, fel kell tenni a kérdést: vajon mennyire váltotta be a kötet a hozzá fűzött reményeket? Célunk a politikai kommunikációban feltűnően gyakori affektusok mérésére kialakított fogalmi és módszertani keret tesztelése volt. Az érzelemszabályzás szemantikus mezejét jórészt bejárhatónak találtuk, bár nem vagyunk maradéktalanul elégedettek a konceptualizálással. A grossi alapokon álló helyzetválasztás és a helyzetmódosítás elméleti elkülönítése meglátásunk szerint kevésbé sikerült, így a vonatkozó interpretációk sem sziklaszilárdak. Az érzelmi alapú értékelések és a válaszmoduláció definíciója működőképes, viszont a ráépülő adatgyűjtés módszerén dolgozni kell. Az érzelmekek kifejező képi és verbális anyagok azonosítását egyrészt szótáralapra

helyeztük, ami megbízható, de kevésbé érvényes eredményeket hozott. A validitást erősítendő megnyitottuk a lehetőséget az emóciókat közvetett módon közvetítő kommunikációs aktusok rögzítésére, amivel azonban némi szubjektivitás és interpretatív elem is került az adatfelvételbe. Többkörös gyakorlások, kódolási tréningek után azonban sikerült elfogadható kódolók közötti egyetértést elérni. Az adatok forrásának összegyűjtésében a mesterséges intelligencia segítségét hívtuk: a SentiOne social listening szolgáltatását vettük igénybe. A Facebookról származó kulcsszavas keresés eredményeképpen létrejött adatbázis azonban komoly kiegészítésekre szorult. Tapasztalataink szerint főként az audiovizuális anyagok csúsztak ki az algoritmosus keresés hálójából, de a Facebook-oldalon sem kaptunk minden esetben pontos találatot a kulcsszavas böngészés során. Terveink között volt a posztszintű felhasználói aktivitás mérőszámainak beépítése is, de különösen a megosztások számára utaló adatok inkonzisztenciája<sup>1</sup> bizonytalanított el bennünket, hogy vajon megfelelően olvassuk-e az adattáblát. Így az elemzéstől eltekintettünk, az érzelemszabályozási ajánlatokra érkező reakciókat ebben a kötetben sajnos nem tudjuk bemutatni. A közösségi média felhasználóinak vizsgálatát nem adtuk fel, de először tisztába kell kerülnünk az adatok előállításának módjával. Summa summarum: a mesterséges intelligencia tudományos használata elkerülhetetlen, sok előnnyel is kecsegtet, ám melegen ajánljuk az ellenőrzési mechanizmusok beépítését is.

Az utolsó szavak a köszönétéi. A kötet szerkesztőjeként elismerésem szeretném kifejezni a szerzőtársak felé. Hálas vagyok elkötelezettségükért és pontosságukért, a műhelybeszélgetéseken elhangzott észrevételeikért, inspiráló gondolataikért. Köszönet illeti Burai Krisztinát, aki az adatbázis-építésben vett részt. Köszönöm munkahelyem, a Társadalomtudományi Kutatóközpont támogatását. A kötet háttérben álló kutatások az NKFIH\_FK 131990 témaszámú projektjéhez kapcsolódnak. A kutatási kiválóság program segítségével a kötet biztosan nem jött volna létre.

Budapest, 2021. augusztus 27.

---

<sup>1</sup> 2020-ban nyilvánossá tett posztokat és *user engagement* adatokat 2021 februárjában letöltöttük, és 2021 júliusában, illetve augusztusában ellenőriztük. Legnagyobb meglepetésünkre többszáz nagyságrendű eltéréseket láttunk a három időpont adatai között. Valószínűtlennek tartjuk, hogy a politikai aktualitásukat veszített, 2020 tavaszán publikált posztok 2021 nyarán többszáz új megosztást generáltak volna.

## Felhasznált irodalom

- Döveling, Katrin – Harju, Anu A. – Sommer, Denise (2018): From Mediatized Emotion to Digital Affect Cultures: New Technologies and Global Flows of Emotion. *Social Media + Society*. DOI: 10.1177/2056305117743141
- Forgas, Joseph P. (2013): Don't Worry, Be Sad! On the Cognitive, Motivational, and Interpersonal Benefits of Negative Mood. *Current Directions in Psychological Science*, 22 (3): 225–232. DOI: 10.1177/0963721412474458
- Gentile, Chiara – Spiller, Nicola – Noci, Giuliano (2007): How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Customer. *European Management Journal*, 25(5): 395–410. DOI: 10.1016/j.emj.2007.08.005
- Gross, James (2007): *Handbook of Emotion Regulation*. New York, The Guildford Press.
- Gobé, Marc (2001): *Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People*. New York, Allworth Press.
- Pitkin, Hanna F. (1967): *The Concept of Representation*. Berkeley, University of California.
- Schmitt, Bernd H. (1999): Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3): 53–67. DOI: 10.1362/026725799784870496
- Tremblay, Manon (2019): Political Representation and Emotions: The Case of Out Self-Identified LGB Representatives in Canada. *Representation*, 55(2): 125–139. DOI: 10.1080/00344893.2019.1604421
- Watson, David – Clark, Lee A. (1984): Negative affectivity: The disposition to experience negative aversive emotional states. *Psychological Bulletin*, 96(3): 465–490. DOI: 10.1037/0033-2909.96.3.465. PMID 6393179.

# A kötet szerzői

**Árvay Kata:** Az Eötvös Loránd Tudományegyetem magyar alapszakos hallgatója, a *MetaID Kutatócsoport* tagja.

**Bajzát Tímea Borbála:** Az Eötvös Loránd Tudományegyetem Nyelvtudományi Doktori Iskolájának elsőéves doktorandusza és a *Bölcsészettudományi Kutatóközpont* Irodalomtudományi Intézetében működő *DigiPhil* Kutatócsoport munkatársa. Doktori kutatása főnévi igeneves szerkezetek kognitív szemantikai leírásával foglalkozik.

**Egres Dorottya:** A Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Filozófia és Tudománytörténet Tanszékének egyetemi tanársegédje. Kutatási területe az érveléelmélet és a politikai kommunikáció. Doktori fokozatát az Eötvös Loránd Tudományegyetem Filozófiatudományi Doktori Iskolájában szerezte, disszertációjának témája a nukleáris technológia kommunikációja.

**Farkas Xénia:** A *Társadalomtudományi Kutatóközpont* Politikatudományi Intézetének segédmunkatársa, a BCE Nemzetközi Kapcsolatok és Politikatudományi Doktori Iskola PhD-hallgatója. Kutatásai a vizuális politikai kommunikációra és a közösségi médiára fókuszálnak.

**K. Molnár Emese:** Az Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Karának Nyelvtudományi Doktori Iskolájának hallgatója. Kutatási területei: funkcionális és korpusznyelvészet, stilsztika.

**Kiss Balázs:** A *Társadalomtudományi Kutatóközpont* Politikatudományi Intézetének főmunkatársa és az ELTE ÁJK Politikatudományi Intézetének docense. Politikai kommunikáció kutatásával és politikai pszichológiával foglalkozik.

**Kmetty Zoltán:** A *Társadalomtudományi Kutatóközpont CSS-Recens csoportjának* főmunkatársa, az Eötvös Loránd Tudományegyetem Társadalomtudományi Karának docense. Fő kutatási területe a digitális adatok társadalomtudományi elemzése.

**Knapp Árpád:** Az Eötvös Loránd Tudományegyetem Szociológia Doktori Iskola negyedéves hallgatója, az *ELTE RC2S2 (Research Center for Computational Social Science)* kutatócsoport munkatársa. Kutatásaiban társadalmi jelenségeket vizsgál szövegbányászat, gépi szövegfeldolgozás segítségével.

**Prótár Noémi:** az Eötvös Loránd Tudományegyetem magyar nyelv és irodalom – funkcionális kognitív nyelvészet mesterszakos hallgatója. Érdeklődési területei a számítógép közvetítette nyelvhasználat, a digitális pragmatika és a számítógépes nyelvészet.

**Simon Gábor:** Az Eötvös Loránd Tudományegyetem Mai Magyar Nyelvi Tanszékének adjunktusa, a *DiAGram Funkcionális Nyelvészeti Központ* és a szegedi *Kognitív Poétika Kutatócsoport* kutatója. Kutatási területe a figuratív nyelvhasználat, a kognitív poétika és a korpusznyelvészet.

**Szabó Gabriella:** A *Társadalomtudományi Kutatóközpont* Politikatudományi Intézetének főmunkatársa, a Politikai Viselkedés Osztály vezetője. Politikai kommunikációval és médiakutatókkal foglalkozik.

**Szabó Lilla Petronella:** A Budapesti Corvinus Egyetem Kommunikáció és Szociológia Intézetének tanársegéde. Kutatási területei a kognitív nyelvészet és a politikai kommunikáció.

**Szlávič Eszter:** Az Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Karának Nyelv- tudományi Doktori Iskolájában a magyar nyelvészet program doktorandusza, a *Digitális Örökség Nemzeti Nemzeti Laboratórium* kutató munkatársa. Kutatási területe a többigés konstrukciók vizsgálata, ezen kívül szövegadatbázisokkal foglalkozik.

▲ Mi befolyásolja a COVID-19 járvánnyal kapcsolatos érzelmeket? Vajon miért nem volt 2020-ban tömeges tiltakozás, erőszakba torkolló utcai megmozdulás a korlátozások és a szigorító rendelkezések miatt? Növekedett-e a felindultság mértéke az online fórumokon? Hogyan terelik a politikusok követőiket az általuk kívánatosnak tartott érzelmeik és megküzdési stratégiák felé?

Ezekre a kérdésekre igyekszik választ adni a Társadalomtudományi Kutatóközpontban készült kötet, melyből az olvasó képet kaphat a járványpolitizálás érzelmi aspektusairól. Eredményeink szerint a politika főszereplői – a politikusok, a média és az állampolgárok – nem restek érzelmeiket kifejezni, azokat a nyilvánosság előtt megvallani. A megszólalók ráadásul felelősséget éreznek mások érzelmeinek befolyásolásában is: a járványhoz kapcsolódó érzelmszabályozási ajánlatok széles tárházát nyújtják a politikát figyelők számára.

A járványpolitizálás megmutatta a pszichopolitika finom eszközeit. Kutatásunk pedig ezeket feltárva az érzelmszabályozás kettősségére hívja fel a figyelmet. A politikusok egyrészt bizonyos érzelmeik megélésére szólítanak fel bennünket. Más esetben pedig a helyzet meghatározásával vagy a figyelem elterelésével közvetetten befolyásolják érzelmi állapotunkat. ▼

ISBN 978-963-418-048-7



**ELTE**  
**EÖTVÖS**  
**KIADÓ**