

A COVID-19-VILÁGJÁRVÁNY BIZTONSÁGIASÍTÁSA METAFORIKUS POLITIKAI DISKURZUSSAL¹

Molnár Anna

(Nemzeti Közszolgálati Egyetem)

Takács Lili

(Nemzeti Közszolgálati Egyetem Hadtudományi Doktori Iskola)

Jakusné Harnos Éva

(Nemzeti Közszolgálati Egyetem)

*A tanulmány beérkezett: 2021. október 19., opponálás: 2021. november 9. – november 25.,
véglegesítve: 2021. december 1.*

ÖSSZEFOGLALÁS

A koronavírus-világjárványra reagálva a politikusok világszerte alkalmazták a háborús forgatókönyveket, amelyeknek már hagyománya van a járványkezelésben. A tanulmány összehasonlítja a magyar miniszterelnök járványkezeléséről szóló közösségi média-posztjait a közszolgálati médiában közzétett beszédeivel és bejelentéseivel. A szövegekből szoftveres kvantitatív tartalomelemzéssel nyertünk adatokat a háborús és a katonai témájú metaforákra vonatkozóan, amelyet a helyzet megmagyarázására és az intézkedések indokolására szolgáló metaforikus forgatókönyvek kvalitatív elemzése követett. Végül összevetettük a miniszterelnöknek a közösségi média-posztok és a beszédek, valamint a bejelentések szövegeiben megjelenő és a vizuális illusztrációk által sugallt szerepeit. A verbális kommunikáció a háborúval kapcsolatos metaforikus és a katonasággal kapcsolatos valóságos megállapítások között váltakozott. Harmadik fogalmi tartomány is azonosítottunk, amely a félelem volt. Az üzenetek többnyire a nemzeti összetartásról szóltak, de vizuális értelemben a miniszterelnök volt az események főszereplője. A közvélemény-kutatások szerint ez a kommunikáció hatékonynak bizonyult. Kutatásunk feltárta, hogyan ment végbe a világjárvány biztonságiasítása az internethasználók és a hagyományos média fogyasztói számára létrehozott politikai diskurzus révén. A veszélyhelyzet kihirdetését a félelemmel, a háborúval és a katonákkal kapcsolatos metaforák alapozták meg. A miniszterelnök cselekvőképes és felelős vezetőként került az események középpontjába. Bár az általa küldött verbális üzenetek a közösségi érzés és a közös cselekvés köré rendeződtek, a politikai cselekvés perszonalizációja volt megfigyelhető közvetett eszközökkel, például vizuális üzenetekkel. Az elemzett időszakban a perszonalizáció a pandémia biztonságiasítását szolgálta, miközben a miniszterelnök karizmatikus vezetőként a figyelem középpontjában állt, hitelesítve a fenyegetés súlyosságát és a rendkívüli intézkedések bevezetését.

Kulcsszavak: biztonságiasítás ■ perszonalizáció ■ metaforikus
diskurzus ■ veszélyhelyzet ■ médiaelemzés

A koronavírus-járvány okozta kihívásokra mind a politikusok, mind a hírműsorok számos esetben háborús metaforák használatával reagáltak. Március 9-én Giuseppe Conte olasz miniszterelnök a második világháborúra utalt, amikor Winston Churchillt idézve Olaszország „legsötétebb órájára”-ról beszélt (Lowen, 2020), majd a háborús gazdaság fogalma jelent meg az olasz Covid-19-megbízott egyik beszédében (Il Fatto Quotidiano, 2020). Angliában II. Erzsébet királynő április 5-i televíziós beszédében egy második világháborús dalt idézett („we will meet again”) (Landler, 2020). Donald Trump, az Egyesült Államok elnöke önmagát már háborús elnökként határozta meg (Mason–Holand, 2020), aki egy láthatatlan ellenséggel harcol. Hszü Csin-ping a hivatalos narratíva szerint a népek háborúját vívta a világjárvány ellen. A háborús metafora a nemzetközi szervezetek járvánnyal kapcsolatos kommunikációjában is megjelent: Antonio Guterres ENSZ-főtitkár egy online G-20 csúcson az alábbi hasonlatot használta: „...háborúban állunk a vírussal – és nem állunk győzelemre. A győzelemhez haditervre van szükségünk.” (United Nations, 2020). A háborús metaforák használata Magyarországon is rendszeres és széles körben elterjedt a kormányzati kommunikációban, Orbán Viktor miniszterelnök napi szinten használja őket.

Jelen tanulmány célja, hogy mélységi elemzést nyújtson Orbán Viktor miniszterelnök 2020. március 4. és 2020. május 26. közötti kommunikációjáról, kiemelt tekintettel a háborús metaforák használatára. Célunk a hasonlóságok és különbségek felfedése a miniszterelnöknek a hagyományos és a közösségi médiabeli kommunikációjában.²

BIZTONSÁGIASÍTÁS ÉS PERSZONALIZÁCIÓ

2020-ban a világjárvány alatt a közegészségügy egyre inkább biztonságiasodott (Dijkstra, 2020; Temitope–Knight, 2020). A kopenhágai iskola biztonságiasítással foglalkozó elmélete szerint egy téma akkor válik biztonságiasítottá, ha rendkívüli intézkedéseket igénylő egzisztenciális fenyegetésként jelenítik meg, ami igazolja az egyébként megszokott politikai folyamatok kereteiből való kilépést. A biztonságiasítás jellemzően sajátos retorikájú kommunikációt, és egy olyan politikai döntési helyzetet feltételez, ami lehetővé teszi a rendkívüli intézkedések elfogadását, beleértve a más helyzetben elidegeníthetetlennek tekintett jogok korlátozását. Az adott téma beszédaktuson (speech act) keresztül válik biztonsági kérdéssé, és csak akkor biztonságiasodik, ha a közönség annak fogadja azt el (Buzan et al., 1998: 25.). A biztonságiasítás tehát akkor válik sikeressé, ha a biztonságiasító aktor igazolni és legitimálni tudja a rendkívüli és sürgős intézkedéseket (Waever, 1995; Waever–Buzan, 1993; Buzan et al., 1998: 25.; Balzacq, 2005: 171–201.; Balzacq, 2008: 75–100.; Balzacq, 2011; Balzacq et al., 2015).

Tálas Péter szerint a modern politikában a biztonságiasításon keresztül történő hatalomgyakorlás széles körben elterjedt. Ez azért válhatott lehetővé, mert a társadalom egy válság esetén mindig a végrehajtó hatalomhoz, azaz a kormányhoz fordul, tőle vár megoldást, amihez a bizalmat is megadja. Az ilyen helyzetekben általában a kormányok támogatottsága is nő. A társadalom a bizalom mellett megadja a kormány számára a jogot, hogy rendkívüli intézkedések alkalmazásával szüntesse meg az egzisztenciális fenyegetésként azonosított jelenséget, ami egyben korlátozott társadalmi vitát és jelentős többletforrásokat is magában foglal. A modern társadalmakban a biztonságérzeletet nem a közvetlen tapasztalatok, hanem a média és a közbeszéd formálja, ami megkönnyíti különböző témák biztonságiasítását (Tálas, 2016).

Kutatásunkban azt vizsgáljuk, hogyan valósul meg a biztonságiasítás folyamata a hagyományos médiában és a közösségi médiában folytatott kommunikáción keresztül, és melyek a koronavírus-járvány sikeres magyarországi biztonságiasításának jellemzői. Ahogy korábban említettük, a biztonságiasítás beszédaktuson keresztül történik, amely hibrid természetű is lehet (Verschueren, 1999: 24.), így vegyülnek benne az asszertíva elemei (állítások) és a deklaráció elemei (a valóságban változást előidéző megnyilatkozások, amelyek gyakran intézményekhez kötődnek). Ennek következtében vagy egy intézmény vagy egy személy rendelkezhet azzal a befolyással, ami hihetővé teheti a biztonságiasítás folyamatát. Magyarországon a járvánnyal kapcsolatos kormányzati kommunikáció a miniszterelnöknél összpontosult, ami igazolja a biztonságiasítási stratégiák és a politikai perszonalizáció közötti kapcsolatok kutatásának létjogosultságát.

Az elmúlt évtizedekben a politika egyik meghatározó jelenségévé vált a perszonalizáció, ami szorosan köthető a politikai vezetők szerepének erősödéséhez. A politikai vezetés centralizációja és a vezetői szerep perszonalizációja korunk demokráciáinak jellemzője, így a politikai perszonalizáció, és a perszonalizált pártok választási eredményei a tudományos kutatások fókuszpontjába kerültek (lásd pl. Papp–Zorigt, 2016; Kendall-Taylor, 2017; Körösenyi, 2018; Körösenyi et al., 2020; Sata–Karolewsky, 2020). A perszonalizáció során az egyéni aktor (szereplő) politikai súlya nő, miközben a politikai csoport (pl. politikai párt) központi szerepe csökken (Rahat–Sheafer, 2007: 65.; Garzia, 2017). A hagyományos ideológiák háttérbe szorulásával a politikusok személyisége, élete, gyakran leegyszerűsítő kommunikációs stílusa nyer teret az általa képviselt párt vagy mozgalom politikai programjával szemben. A vezetés perszonalizációja szorosan összekapcsolódik a biztonságiasítás jelenségével. Mariaeugenia Parito (2015) szerint egy példa nélküli válság vagy vészhelyzet során, ahol a populista politikusok egyértelműen el tudják különíteni az „ellességet”, az „áldozatot” és a „megmentőt”, a pártideológiával igazolt tényeken alapuló politikálást felváltja az érzelmi alapú döntéshozatal. Egy ilyen helyzetben kiemelkedő szerephez jut az olyan karizmatikus vezető, aki a vá-

lasztók felé meggyőzően és leegyszerűsítve tudja kommunikálni a válságra adott politikai választ. Magyarországon a koronavírus-járvány súlyosbodásával párhuzamosan Orbán Viktor miniszterelnök biztonságiasítani kezdte a pandémiát. Ebben az esetben a kormányzati biztonságiasítási „kampány” hozzájárult a politikai vezetés népszerűségének megerősítéséhez, így a járvány témáját belpolitikai célokra is felhasználták.

Tekintettel arra, hogy a koronavírus halálozási rátája magasabb, mint az influenzáé, a koronavírus-betegek számának növekedése az egészségügyi rendszer összeomlásához vezethetett, így a koronavírus-járvány hamar egzisztenciális közegészségügyi fenyegetéssé vált (Murphy, 2020; Kofschoten–Ruijter, 2020; Ferhani–Rushton, 2020; Grundy–Warr–Lin, 2020). Magyarországon, hasonlóan más országokhoz, a járvány lassítását célzó kormányzati intézkedések következtében sajátos helyzet alakult ki: a végrehajtó hatalom jogkörei megnöttek, s emellett a járványra adott válasz militarizálódott. A biztonságiasító szereplő – esetünkben a miniszterelnök – a közegészségügyi fenyegetést az egész nemzetre leselkedő egzisztenciális fenyegetésként jelentette meg. A koronavírus-járványhoz kapcsolódóan a kormány rendkívüli intézkedéseket és veszélyhelyzetet vezetett be, ami az állampolgárok szabadságjogainak részleges korlátozásával járt, a veszélyhelyzet miatt pedig a társadalom elfogadta a rendkívüli intézkedéseket. A bevezetett intézkedések az alábbiak szerint követték egymást: 2020. január 31-én felállították a Koronavírus-járvány Elleni Védekezésért Felelős Operatív Törzset, amely első ülését február 28-án tartotta. Március 4-én a kormány elindította a hivatalos járványügyi honlapját (koronavirus.gov.hu) és Facebook-oldalát. Ahogy a járvány elérte Európát, majd Magyarországot, megszülettek az első veszélyhelyzeti intézkedések: március 11-én a felsőoktatás, majd március 13-tól a teljes közoktatás online oktatásra tért át. Március 17-én rövidült az üzletek nyitvatartási ideje, 27-én korlátozták a mozgásszabadságot. Március 19-től kezdve bevezettek a gazdasági károk csökkentését szolgáló intézkedéseket. A kórházak élére, majd március 29-étől a stratégiai minősített intézmények élére katonai parancsnokokat neveztek ki, akik a veszélyhelyzeti intézkedések végrehajtását felügyelték. Március 30-án a parlament elfogadta a számos kritikával illetett felhatalmazási törvényt, amely veszélyhelyzetet hirdetett ki, és a kormányt meghatározatlan időre rendeleti kormányzásra hatalmazta fel.

Kofschoten és Ruijter (2020: 481.) megállapítása, miszerint a fertőzések biztonságiasítása a katonaság bevonásához vezet, Magyarország járványkezelése esetében is igazolást nyert. Márciusban megjelent a honvédség a stratégiai vállalatok vezetésénél, hogy monitorozzák és koordinálják a működésüket, valamint biztosítsák a fizikai biztonságukat (MTI, 2020). Június 17-én a parlament visszavonta a felhatalmazási törvényt.

MÓDSZERTAN

A háborús metaforákat gyakran használják a politikai diskurzusban a közös háttértudás sémájának forrásaként, ha a cselekvés és a társadalom egységére van szükség (Steinert, 2003; Lakoff, 2008; Gibbs, 2017; Flusberg et al., 2018). A 2000-es évek elején kitört fertőző betegségekről, különösen a száj- és körmfájásról, illetve a madárinfluenzáról szóló kommunikációban már dokumentálták és elemezték a háborús metaforák alkalmazását (Nerlich, 2011). A háborús metaforák a közösség által osztott háttértudásra épülnek, amely történelmi tapasztalaton alapul és kulturális sajátosságai vannak. Kognitív nyelvészeti értelemben fogalmi jellegűek, mégis valószerűnek tűnnek a háborúk gyakori előfordulása miatt, sőt, diskurzusmetaforák forrástartományaként, szolgálnak látszólag nem kapcsolódó események tekintetében is.

A diskurzusmetaforákat (Wallis et al., 2005; Zinken, 2007) egy probléma bonyolultságának csökkentésére használják, például arra, hogy jelképezzék egy láthatatlan mikroorganizmus terjedését, amely világszerte életet veszélyeztet és megbénítja a globális gazdaságot és politikát. Azért alakítják ki őket, hogy közös narratíva jöjjön létre, amely alátámasztja a társadalmi és a politikai cselekvést a létrehozott kognitív kerettel, amely egyúttal cselekvési forgatókönyveket indít el. Kutatásunk ezt a folyamatot vizsgálta. A magyar politikai diskurzusban megjelent háborús metaforák szembetűnőek voltak, így elemzésük megfelelő a tartalom feltárására. A szövegtörzset létrehozásakor mind a magyar nyelvű üzeneteket, mind az angol nyelvű fordításait megvizsgáltuk – ez utóbbiaknak a külföldre irányuló kommunikáció miatt volt jelentősége. A koronavírus-járványról szóló politikai diskurzus elemzése során három metafora-csoportot azonosítottunk a hagyományos médiában: a félelemmel kapcsolatos, a háborúval kapcsolatos, továbbá az eseményeket a katonai tevékenység kognitív keretében értelmező klasztert (1. táblázat). A miniszterelnök közösségi média-posztjaiban csak két metafora-csoportot azonosítottunk (2. táblázat; lásd a *Háborús metaforák a közösségi médiadiskurzusban* című részt).

1. táblázat. A három metafora-tartományba sorolt nyelvi elemek a hagyományos média kommunikációban

Félelem	Háború	Katonai tevékenység
közvetlen veszélyek/im-pending dangers	csata a vírus ellen/battle against the virus	mobilizál/mobilise
pánikot kelt/generate panic	harc a vírus ellen/combat-ing the virus	stratégia/strategy
helyreállítani a biztonsá-gérzetet/restore sense of security	láthatatlan, ismeretlen el-lenség/invisible, unknown enemy	operatív törzs/ Operational Group

Félelem	Háború	Katonai tevékenység
árt/cause harm	védelmi erőfeszítés/defence efforts	emberéletek védelme/protection of human lives
fenyegetés az emberi életre/a threat to human life	erőtartalékok/reserves of strength	virológusok különítménye/task force of virologists
elsődleges veszélyforrás/primary danger	önvédelem a globális pandémia ellen/self-defence against the global pandemic	katonai műveleti irányító csoportok/operational military control units
veszélyhelyzet/state of danger	védelmi vonal/line of defence	altisztek/NCOs
vészhelyzet/state of emergency	front/military front	önkéntesek/volunteers
súlyos veszély/grave danger	védekezési időszak/defence period	tisztek/officers
veszélyeztetet, veszélyeztető/endangering	haditerv/battle plan	katonai képességek/military capabilities
félelem/fear	egészségügyi front/health-care front	egészségügyi szolgálatra telepítve/deployed on medical service
nehéz idők/difficult times	a védelmi műveletek hadszíntere/theatre of defence operations védelmi műveletek/defence operations harcolni a vírus terjedése ellen/fight against the spread of the virus visszaverni a támadást/repel this attack védekezés négy fronton/defences on four fronts tartani az arcvonalat/hold the line négy hadszíntér/four theatres of operations elhárítani a támadást/ward off the attack	az ország önvédelmi kapacitása/the country's capacity to protect itself települő egység/deployment unit vegyvédelmi szakértők/chemical protection specialists

Forrás: saját szerkesztés

Tanulmányunkban a fentebb ismertetett módszertan alapján szoftverrel támogatott korpuszelemzéssel vizsgáljuk a miniszterelnök 2020. március 4. (Orbán első hivatalos, járvánnyal kapcsolatos bejelentése) és 2020. május 26. (a veszélyhelyzet megszüntetésére vonatkozó javaslat benyújtása a parlamentben) közötti kommunikációját. Ebben az időkeretben mind a hagyományos,

mind a közösségi médiában megjelenő kommunikációt elemeztük, hogy meghatározzuk a hasonlóságokat és a különbségeket a háborús és a katonai terminológia használatában, a veszélyhelyzet időszakában. Az eltérésekre vonatkozó feltételezéseinket alátámasztotta, hogy veszélyhelyzetben a közvélemény inkább a hagyományos médiához fordul, mert ott jobb technikai lehetőség van a hosszabb üzenetek közlésére. Bár globálisan csökken a közszolgálati és a hagyományos médiumok közönsége, a Nielsen-kutatóintézet 56%-os növekedést mért az Egyesült Államokban 2017-ben, a Harvey hurrikán idején. A pandémia alatt pedig 12-17%-os tévénézési növekedést mutattak ki Olaszországban és Dél-Koreában (Hall, 2020). Ez bizonyítja, hogy a hírfogyasztók hajlamosabbak a közszolgálati médiumokhoz fordulni, amikor az otthonukban kell maradniuk nemzeti veszélyhelyzet idején, ami alátámasztja a hagyományos médiadiskurzus elemzésének szükségességét.

A szakirodalom szerint szövegtörzset alapú elemzésre mind a kvantitatív, mind a kvalitatív, szoftveres, kutató által felügyelt módszer alkalmazható (Franzosi, 2018; Kutter, 2018). Két törzset hoztunk létre a fentiekben megjelölt 2020. március 4. és május 26. közötti időszakra: egyet a miniszterelnök Facebook-posztjaiból, egyet pedig a hagyományos médiában közzétett beszédek és bejelentéseinek szövegeiből. Miután kialakítottuk az 1. táblázatban bemutatott három klasztert, valamint a 2. táblázatban szereplő két klasztert, az azonosított kulcsszavak és -kifejezések gyakoriságát SentiOne elemző programmal vizsgáltuk mindkét törzsetben. Jelentős eltérést feltételeztünk a háborúval és a katonai műveletekkel kapcsolatos metaforák tekintetében. A veszélyre és a félelemre való utalások annyira eltértek, hogy a közösségi média-posztokban gyakorlatilag nem jelentek meg. Kutatásunk problémaközpontú volt, azaz arra kerestük a választ, hogyan használták a félelemmel, a háborúval és a katonasággal kapcsolatos metaforákat a világjárvány biztonságiasítására, és milyen mértékben aknázták ki a miniszterelnök az ebben rejlő lehetőségeket a politikai intézkedések perszonalizációjára. Ez utóbbi okból megvizsgáltuk a két szövegtörzsetben az egyes szám első személyre („én”), és a többes szám első személyre („mi”) utaló nyelvi jeleket. A módszerünk bizonyos mértékig heurisztikus, abból a szempontból, hogy előolvastuk a szövegeket és előre megállapítottuk, illetve csoportosítottuk a kulcsszavakat – ez azonban a társadalomtudományokban elfogadott módszer (Kutter, 2018: 170–171.). A számítógépes elemzés statisztikáit az adatok értelmezésekor a hipotéziseink megerősítésére vagy cáfolatára használtuk.

A szövegek kiválasztása eltérő megközelítést igényelt: a hagyományos médiaszövegek esetében a cím volt a döntő. A Facebook-posztok esetében kvalitatív kódolást alkalmaztunk: összesen 174 Facebook-posztot gyűjtöttünk a megjelölt időszakból, amelyek a közösségi médiakörzsetet alkotják. Minden posztot két személy kódolt, egymástól függetlenül. Három kategóriát ál-

lítettünk fel annak meghatározására, hogy kapcsolatos-e a poszt a pandémiával: közvetlenül kapcsolódik, közvetve kapcsolódik (jelentéstani okokból, vagy vizuális effektek alapján), és nem kapcsolódik.³ Nyolc nappal azután, hogy az első koronavírus-beteget azonosították Magyarországon, a miniszterelnök számolni kezdte a napokat a Facebook-posztjaiban (például: tizenötödik nap, tizenkettedik nap). Bár ez értelmezhető közvetlen utalásként a pandémiás helyzetre, az alábbi okok miatt úgy döntöttünk, hogy figyelmen kívül hagyjuk: 1.) csak a veszélyhelyzet nyolcadik napján kezdte a napok számozását; 2.) a számolást következtlenül alkalmazta: a legtöbb, a járvánnyal közvetlen kapcsolatban lévő poszt nem volt megszámozva, miközben néhány, e szempontból irreleváns poszt igen. Nem végeztünk teljes körű szentiment analízist, mert a miniszterelnök hivatalos honlapján feltételezhetően moderálják a követők részvételét és kommentjeit.

A miniszterelnök veszélyhelyzeti időszak alatti, a Covid-19-ről szóló közösségi média kommunikációja mellett a hagyományos médiában ugyanarról a témáról folytatott kommunikációja volt az összehasonlító elemzés alapja. A járvánnyal kapcsolatos kormányzati honlap (www.koronavirus.gov.hu) a nemzeti veszélyhelyzet kezdetétől elindult az állampolgárok tájékoztatására és a hivatalos bejelentések közzétételére. Angol nyelvű változata, részben bizonyára a külföldi közvélemény számára, közzétette a miniszterelnök parlamenti beszédeinek angol nyelvű fordítását (a beszédek részeit magyarul közölte a közszolgálati média), továbbá a közszolgálati rádióban adott heti interjúnak angol nyelvű fordítását.

A veszélyhelyzet kihirdetésétől az azt megszüntető parlamenti határozat benyújtásáig 21 beszéd és interjú angol nyelvű szövegét elemeztük ugyanazzal a módszerrel, mint a közösségi média szövegeket, hogy feltárjuk a helyzetről szóló narratívákban lévő esetleges különbségeket. A miniszterelnök beszédeinek és bejelentéseinek a kormány honlapján közölt szöveges átiratát a népszerűség médiafogyasztási szokásai miatt volt indokolt vizsgálni. A 2019. évi Reuters Digital News Report szerint Magyarországon a hírfogyasztók 85%-a online forrásokat használ, beleértve a közösségi médiát (Newman et al., 2019). 2019 őszén a szokásos Eurobarometer-felmérés eredménye szerint a népesség 61%-a a televízióból értesült a belpolitikai témákról, és csak 28%-a honlapokról. Az állampolgárok 57%-a használta naponta az internetet, 80%-a a televíziót, és 39%-a minden nap hallgatott rádióadást (Európai Bizottság, 2019). Következésképpen a miniszterelnök beszédeinek és bejelentéseinek online szöveges átirata indokoltan, a tudományos pontosság kedvéért került az elemzett szövegtörzshez.

Annak indoklására, hogy miért választottunk két különböző szövegtörzset az Orbán Viktor kommunikációjában megjelenő háborús metaforák kutatására, meg kell vizsgálnunk a hagyományos és a közösségi médiában folytatott kommunikációja közötti jelentős különbségeket.

POLITIKUSOK ÉS A KÖZÖSSÉGI MÉDIA – ORBÁN ÉS A KÖZÖSSÉGI MÉDIA

Az ún. hibrid médiarendszer (Chadwick, 2013; Chadwick et al., 2016) megjelenítése érdekében kutatásunkban Orbán közösségi médiakommunikációját is megvizsgáltuk. A közösségi médiában megjelentetett politikai információk különösen alkalmasak a meggyőzésre, hiszen ezen a felületen a hírek a társadalmi jellemvonásokkal és a közvéleménnyel összhangban jelennek meg (Zuniga, et al., 2018). Ennek következtében a közösségi média használata elterjedtebbé vált, és egyre inkább a politikai információk forrásává válik, részben a hírportálok (news media) miatt, részben pedig a személyes kötődések megléte miatt. A fentieket igazolja a Reuters 2019-es digitális média felmérése (Digital Media Report), ami szerint a közösségi média – elsősorban a Facebook – hírforrásként való használata egyre elterjedtebb a magyar választók körében (Bognar, 2019). A perszonalizált politikai közösségekben az olyan közösségi médiumok, mint a Twitter vagy a Facebook azért is megfelelő kommunikációs eszközök, mert a hangsúlyt a politikus személyére (az egyénre) helyezik, és nem az általa képviselt politikai pártra, így tágítják a perszonalizált kampány politikai terét (Enli–Skogerbø, 2013). Magyarországon online és offline egyaránt a miniszterelnök rendelkezik a legnagyobb támogatói bázissal. A legfontosabb online kommunikációs csatornája a Facebook, míg a Twitter – a közösségi médiabeli politikai kommunikáció másik fontos platformja – Magyarországon kevésbé használt, Orbán legutóbb 2017 februárjában posztolt ott utoljára. Bár a miniszterelnöknek van hivatalos Instagram-fiókja, valószínűleg azért, hogy ellensúlyozza a Fidesz 30 éven aluli választók körében való alacsony támogatottságát (HVG, 2020), kutatásunk ideje alatt az Instagram-bejegyzéseinek nagy része megegyezett a Facebook-bejegyzéseivel. A kutatás alatt egy fontos momentumot kell kiemelni Orbán Instagramja kapcsán: április 16-án Orbán egy, az érettségi vizsgákkal kapcsolatos intézkedéséről szóló aláírt rendeletet még azelőtt posztolt az Instagramjára, hogy az a Magyar Közönyben megjelent volna (Bozzay, 2020).

Figyelembe véve azt, hogy a Facebook a miniszterelnök, és a magyar választók körében a legelterjedtebb közösségi médium, valamint azt, hogy Orbán az új járványügyi intézkedéseket több alkalommal is a Facebookon jelentette be élőben, és nem a hagyományos médiát használta erre a célra (pl. közszolgálati televízió, vagy sajtókonferencia), az elemzés második komponensének a Facebookot választottuk.

A Facebook-posztok kódolása után úgy találtuk, hogy a szövegkorpuszból 130 poszt volt kapcsolatban a pandémiával: 114 közvetlenül, 16 pedig közvetve, azaz a posztok 75 %-a volt a koronavírussal kapcsolatos.

Orbán posztjai rendszerint egy, vagy két képet, vagy maximum egy mondatos összefoglaló szöveggel kísért videót tartalmaznak (a továbbiakban „üze-

net"-ként utalunk rájuk). Összes üzenetének 88%-a (153) jelenik meg angol fordításban, és véletlenszerűen minden üzenetkategóriában előfordulnak angol fordítás nélküli posztok,⁴ amelyeket viszont nem vizsgálunk részletesen ebben a tanulmányban. Mivel ezek gyakran nagyon rövid, címszerű üzenetek, nem érdemes őket kognitív nyelvészeti szempontból elemezni, azonban a hagyományos médiában megjelenő kommunikációjához képest lényeges eltérések állapíthatók meg.

A SZEMÉLYES NÉVMÁSOK HASZNÁLATA

Hivatalos közösségi média-oldalán Orbán üzenetei nyelvi szempontból személytelenek mind magyarul, mind angolul; az angol változatban a cselekvők személyére és számára nem utaló gerund és főnévi igenévi szerkezetek jellemzőek. Amikor személyre utal, mindkét nyelven a „mi”, azaz a többes szám első személy van túlsúlyban, kifejezve a nemzeti egységet. A közösségi média-korpuszban az „én”, az egyes szám első személy csak háromszor fordult elő (aránya kevesebb, mint 2%), és ezen posztok mindegyike közvetlenül a világhírvánnyal volt kapcsolatos. Mivel jelentéstani szempontból a posztok 3/4-e közvetlenül vagy közvetve a pandémiás helyzetre utal, megállapítható, hogy Orbán közösségi médiakommunikációja nem a miniszterelnök egyéni cselekvését állítja középpontba Magyarországnak a válság következményeitől való megmentésében, hanem a védekezés kollektív jellegét.

Hasonló eredmények mutatkoztak a beszédek szövege esetében is. A miniszterelnöki beszédek és bejelentések tartalomelemzése végén létrehozott szófelhőben a leggyakoribb elemek a „koronavírus”, a „Magyarország” és a „magyar” voltak. Erre magyarázat lehet az összetartás érzésének erősítése és a világhírvány jelentette veszély közelítése (Cap, 2011). Azonban a miniszterelnök kulcsszerepe a pandémiáról folytatott kommunikációban és a veszélyhelyzet bevezetésében felvetik a kérdést, hogy vajon a miniszterelnök maga kovácsolta-e a nemzeti egységet, vagy inkább erre építve megerősítette a megbízható vezető szerepét a válságos időszakban. Más szóval, szükségesnek bizonyult az „én” és a „mi” statisztikája.

A 21 beszédnek és interjúnak a hagyományos weboldalon publikált szövegei kvantitatív összehasonlításának eredményeként az egyes szám első személyre („én”) utalások és a többes szám első személyre („mi”) utalások előfordulási aránya 27% lett 73%-kal szemben. Ez alátámasztja, hogy a miniszterelnök az egység gondolatát állította a kommunikáció középpontjába. A „mi” előfordulásának csúcsideőszaka sokkal hosszabb volt (március 14-től április 13-ig), mint az „én” előfordulásáé (március 22-től március 26-ig). Ez úgy értelmezhető, mint a nemzeti egység érzésének hosszú időn keresztül való fenn-

tartása, amely közben egy rövid időszakon át a miniszterelnök vállalta a felelősséget a kulcsfontosságú döntésekért.

Ennek azonban ellentmond a kormány hivatalos Covid-19-honlapjának vizuális hatása. A beszédek és bejelentéseket közzé tevő honlap illusztrációja hagyományos: mindegyik leírt szöveget egy fénykép kíséri, amelynek középpontjában a miniszterelnök van, akár a hivatalában, akár annak a kertjében. Ha a fénykép a parlamentben vagy az operatív törzs ülésén készült, a miniszterelnök van az előtérben. Összefoglalva: vizuálisan a miniszterelnök a főhős, eltérően a politikai diskurzustól.

KATONAI- ÉS HÁBORÚS METAFORIKUS FORGATÓKÖNYVEK A HAGYOMÁNYOS MÉDIADISKURZUSBAN

A miniszterelnök beszédei és interjúi szövegének elemzése kimutatta, hogy három jelentéstartomány játszott közre a pandémia magyarországi megjelenésének ábrázolásában: a) a félelem; b) a háború, és c) a katonai műveletekkel kapcsolatos terminológia. A megtámadottság közös történelmi tapasztalatában gyökerező félelem többnyire a vírusnak a társadalmi életre való hatásával volt összefüggésben. A narratíva olyan kifejezéseket tartalmazott, mint „közelgő veszélyek” („impending dangers”) „súlyos veszély” („grave danger”) „veszélyeztet” („endangering”) „kárt okoz” („cause harm”) „fenyegetés az emberi életre” („a threat to human life”) „félelem” („fear”). Ez a nyelvezet nagyban hozzájárult a pandémia biztonságiasításához, amelyet úgy ábrázolt, mint aminek pusztító hatása van mind az emberi egészségre, mind a gazdasági stabilitásra.

Az elemzési szempontok pontosítása érdekében a valóságban megjelenő katonákra és a katonai műveletekre utaló nyelvi elemeket az erősen metaforikus, háborúra utaló nyelvi elemektől elválasztott csoportban vizsgáltuk. Így létrejött egy olyan jelentéstartomány, amely azokra a katonákra és tevékenységeikre vonatkozott, akik fizikailag megjelentek a főbb események helyszínén, mint például az operatív törzs tagjai, vagy a bizonyos intézményeket fertőtlenítő vegyi mentesítő csoportok – mindez alátámasztotta Kofschooten és Ruijter (2020) megállapításait. A katonákról és katonai műveletekről szóló narratíva többször váltott a metaforikus és a szó szerinti jelentések között. A katonák megjelenése a filmfelvételeken hitelesítette a háborúról szóló metaforikus jelentéstartományt, mert előhívta az önvédelem kognitív keretét. A katonákra vonatkozó diskurzustartomány másik jellemzője volt, hogy leginkább főneveket és főnévi kifejezéseket tartalmazott (kivéve a „mobilizál” „mobilise” igét), azaz jellegében statikus volt. A főnevek és főnévi kifejezések sajátossága, hogy inkább a tényszerűsége utalnak a cselekvés helyett, ellentétben az igékkel és igei kifejezésekkel, amelyeknek a jelentéskomponensei kötelezően meg-

jelölik a cselekvő személyét, számát, a cselekvés idejét, esetleg módját. A létrehozott valóságmodell tehát tényszerűen leíró benyomást keltett, és nem hagyott teret a katonák alkalmazását érintő kérdéseknek vagy kételyeknek.

A diskurzusban a legtöbb nyelvi jel a háború tartományához kapcsolódott, pontosabban a „láthatatlan, ismeretlen ellenséggel” („an invisible, unknown enemy”), a koronavírussal szembeni honvédelem és az önvédelem metaforikus reprezentációja volt.⁵ A láthatatlan ellenséggel vívott háborút katonai terminológiával ábrázolta a miniszterelnök kommunikációja: csata; védelmi vonal; négy műveleti terület; erőartalékok („battle”, „line of defence”, „four theatres of operations”, „reserves of strength”), amelyek között igei kifejezések is szerepeltek annak jelzésére, hogy az operatív törzs és a miniszterelnök harcban állnak. Például: készítettünk hadműveleti tervet; harcolunk a vírus terjedése ellen; tartjuk az arcvonalat; együtt visszaverjük a támadást; elhárítjuk a támadást („we have also prepared a battle plan”, „fight against the spread of the virus”, „hold the line”, „repel this attack together”, „ward off this attack”). A veszélyhelyzet megszüntetéséről szóló bejelentés idejére a háborús forgatókönyv elérte az utolsó szakaszát, amelyben a miniszterelnök óvatos bejelentést tett a győzelemről: megfékeztük a vírust; elfojtottuk a vírust, megnyertük az első csatát; megvédtük magunkat („containment”; „suppression of the virus”; „we have won the first battle”; „we’ve defended ourselves”).

A beszédek és bejelentések során a fő metafora-tartomány (HÁBORÚ) mellett számos más fogalmi metafora bukkant fel, például: ELLENSÉG, ÜTKÖZET, HARC, ÖNVÉDELEM, FRONT, FRONTVONAL, MŰVELETI TERÜLET, amelyek mindegyike a háború fogalmához kapcsolódó kognitív forgatókönyvet hívott elő, így megsokszorozva a témára utaló diskurzuselemeket és felerősítve a veszedelem és a háborús helyzet érzését. Ezek funkciója az intézkedések hitelesítése volt és magyarázatul szolgáltak az állampolgároknak arra, hogy mi történik. A diskurzus a biztonságiasítás érdekében egy biztonsági kockázatot közvetlen veszéllyé alakított. Ennek eszköze a közelítés (proximization) volt (Cap, 2011: 4–7): a világméretű járvány („self-defence against the global pandemic”) háttérként jelent meg a vírus elleni metaforizált háborúhoz („battle against the virus in Hungary”), amelyet pusztító betolakodóként ábrázolt, amely egyaránt veszélyezteti az emberek egészségét és állását („endangering human health and people’s jobs”). Közelítésen pragmatikai, retorikai szempontból azt értjük, amikor valamilyen fenyegetést – jelen esetben a világméretű járványt – időben és térben közelebb hoznak, hogy a hallgatóság közvetlen veszéllyé érzékeli. A járvány tekintetében ez értelmezhető a kockázati kommunikáció és a válságkommunikáció szemszögéből is. A kockázati kommunikáció egyidejű információátadást jelent abból a célból, hogy a befogadó megalapozott döntéseket hozhasson (WHO, 2020). Ezzel szemben a válságkommunikáció egy előre nem látott eseményre való reakció (ECDC, 2020). Racionálisan az egészségügyi kommunikáció a kockázatokról szólha-

tott volna, beleértve a jövőbeli kilátásokat. A vizsgált diskurzus viszont a háborús metaforák révén a veszélyt létezőként ábrázolta, a kockázatokat biztonságiasította, és a helyzetet válsághelyzetként ábrázolta. A kockázati kommunikáció és a válságkommunikáció tehát összekeveredett, amit elősegíthetett az, hogy a „védelem” előzetes és egyidejű tevékenységre utaló jelentése a magyarban nem válik el élesen (vö. az angol „protection” és „defence” jelentését).

HÁBORÚS METAFORÁK A KÖZÖSSÉGI MÉDIADISKURZUSBAN

A háborús metaforák és a katonákra utaló kifejezések jelen voltak Orbán Viktor Facebook-oldalán, de, valószínűleg az üzenetek rövidege miatt, egyszerűsítve és kevésbé hangsúlyosan, mint a hagyományos médiában. Az aktuális katonai részvételre vonatkozó kortárs háborús terminológia kifejezi a járványkezelés biztonságiasító jellegét, és túlmutat a metaforikus tartományon, mert esetenként a valóságos résztvevőket és tevékenységeket jelöli meg – például: kijárási tilalom, akciócsoportok, műveleti csoportok (curfew, action groups, operational groups). Ez a pandémiát konkrét fenyegetésként láttatja, amely háborús intézkedéseket tesz szükségessé, összhangban a hagyományos médiában folytatott miniszterelnöki kommunikációval. A FÉLELEM metaforája nem volt kimutatható a közösségi média posztokban, valószínűleg azok rövidege miatt. Szintén a terjedelmi korlátok indokolhatják, hogy a háborús és katonai vonatkozású metaforák is ritkábban fordultak elő, mint a hagyományos médiában közzétett szövegekben.

A vizsgált időszakban 46 bejegyzés tartalmazott háborús metaforát vagy közvetlen katonai utalásokat. Azonban mindez nem tekinthető újdonságnak, mivel a miniszterelnök kommunikációja máskor is tartalmazza ezeket az elemeket. A koronavírus-járványhoz nem sorolt posztjainak a 14%-ában szintén előfordultak háborús vagy katonai jelentésű elemek, míg ezek aránya több mint kétszeres (30%) volt az adott időszakban közvetlenül vagy közvetve a pandémiáról szóló bejegyzésekben.

2. táblázat. A háború és a katonai műveletek metaforikus tartományához sorolt nyelvi elemek a közösségi médiakommunikációban

háború	katonai tevékenység
csata a vírus ellen/battle against the virus	mobilizálni/mobilise
harc a vírus ellen/combating the virus	stratégia/strategy
védelmi erőfeszítések/defence efforts	műveleti törzs/Operational Group emberéletek védelme/protection of human lives
védelmi vonal/line of defence front/military front	önkéntesek/volunteers tisztok/officers

háború	katonai tevékenység
védekezési időszak/defence period	katonai képességek/military capabilities
egészségügyi front/healthcare front	akciócsoportok/Action groups
frontvonalak/front lines	különítmény/task force
védelmi műveletek/defence operations	helyzetelemzés/situation analysis
harcolni a vírus terjedése ellen/fight against the spread of the virus	kijárási tilalom/curfew
tartani az arcvonalat/hold the line	ébernek maradni/staying alert
elhárítani a támadást/ward off the attack	
kijárási korlátozás/ curfew	
harc/fight	
veszély/danger	

Forrás: saját szerkesztés

A miniszterelnök háborúval kapcsolatos kommunikációjának középpontjában (összesen 46 posztban) a védelem fogalma állt. Miközben ezek a posztok a kormányhoz kötődő akciócsoportok és műveleti csoportok tevékenységét hangsúlyozzák (körülbelül 35 százalékban), úgy ábrázolva őket, mint a koronavírus-járvány elleni csata főhőseit, csak két utalás jelenik meg az egészségügyi dolgozókra, „akik a frontvonalban szolgálnak”. A hagyományos médiával szemben a közösségi médiában tett bejegyzésekben hiányoznak a félelemmel összefüggő metaforák, és csak kevés utalás van a veszélyre.

Orbán közösségi média-bejegyzéseinek másik jellegzetessége a vizsgált időszakban, hogy többnyire egy ellenség van: a Covid-19. Nem reagált közvetlenül a nemzetközi vagy a hazai kritikákra, bár Orbánt az EU és több tagállam is hevesen kritizálta az említett időszakban (Radio Free Europe, 2020; Walker and Rankin, 2020; Deutsche Welle, 2020; De Launey, 2020).

A posztjaiban nem üt vissza nyíltan, azonban felfedezhetők célzások a megbecsült és a kevésbé méltányolt partnerekre. A nemzetközi utalások (például az EU-ra, a V4-re, az USA-ra, Szerbiára, Moldovára) vagy pozitív hangvételűek – mert az együttműködést, a konzultációt, a gazdaság újra indítását említik –, vagy semlegesek. A „harc” a koronavírus ellen csak a Donald Trump amerikai elnökkel folytatott telefonbeszélgetésről szóló posztban jelenik meg, amely szerint az USA és Magyarország közötti kétoldalú kapcsolatok kiválóak. Alekszandar Vucic szerb elnök is barát, ami a miniszterelnök kommunikációjában a legpozitívabb megnevezés nemzetközi partnerek esetében.⁶ A külföldről érkező segítséget csak Kínával összefüggésben említi, az EU támogatásáról azonban nem tesz közzé semmit. Az Európai Unióról szóló posztok többnyire semlegesek, azonban egyikük közvetetten az EU elleni küzdelmre utal⁷ (Orbán, 2020), míg a nyíltan pozitív kicsengésű posztok csak az EU-n kívüli partnerekről szólnak.

Érdeemes megjegyezni, hogy Orbán posztjainak szövegéből szófelhőt alkotva nem jelennek meg klasszikus háborús metaforák (például: védelem, csata) a 25 leggyakrabban használt szó között, de katonai vonatkozásúak igen; például műveleti (műveleti csoport) és akció- (mint akciócsoport).

KÉPEK ÉS VIDEÓK A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN

Orbán Facebook-posztjai a szöveges üzenetek mellett fontos vizuális elemeket (képek, videók, YouTube-linkek) tartalmaznak, amelyek vizsgálatából következő megállapítások részben módosítják az írott közösségi mediakommunikációjával kapcsolatos eredményeinket. Az online térben a képek a nonverbális üzenetek fontos közvetítői, olyan jelentéstartalmak megjelenítésére képesek, amelyek írásos megfogalmazása nehezebb lenne, ezáltal hozzájárulnak a politikus vezetői imázsának formálásához, vagy legalább utalnak arra, hogy Orbán milyen képet szeretne magáról közvetíteni (Schmalenberger, 2016). Orbán képes posztjai professzionális minőségűek, de nem beállítottak, visszatérő elem az Orbán, mint politikai vezető mindennapjaiba való „színfalak mögötti” betekintés. A Facebookra posztolt videóknak egyértelműen a miniszterelnök a főszereplője, a modernkori tábornokszerű megjelenítés visszatérő vizuális elem: Orbán rendszerint elhivatott államférfiként jelenik meg, aki személyesen ellenőrzi a védelmi intézkedéseket (pl. Covid-kórházak ellenőrzése), hajnaltól késő éjszakáig az ország védelmében tevékenykedik. Több videóban a dolgozósobájából jelentkezik be, hogy a választókhoz közvetlenül szólva bejelentse a legújabb védelmi intézkedéseket.

A kutatás során összesen a miniszterelnök 70, Facebookra posztolt videóját vizsgáltuk. Ezeknek egy része a parlamenti azonnali kérdések órájában elhangzott felszólalásaiból szerkesztett klip. A parlamenti videókban megjelent Orbán jóval harciasabb, az ellenzéki pártok nyílt és közvetlen támadásával egy új, militáns kommunikációs irány jelenik meg a Facebookon: a háborús metaforákat az ellenzékre használja, arra utalva, hogy az ország védelmével foglalkozókat támadják. Mivel csak három videó tartalmaz közvetlen, és egy közvetett kritikát az ellenzéki pártok kapcsán, ez nem tekinthető a közösségi média fő kommunikációs irányának, azonban mindenképp megemlítendő, hiszen ezeknek a hangvétele a legkonfrontatívabb, csak ezek a videók tartalmaznak bárminemű utalást arra, hogy véleménye szerint ki/mi hátráltathatja a védekezést. Kiemelendő, hogy ezeknek a videóknak csak magyar felirata van, angol nincs.

Orbán a videók 47%-ban (33 db) használ közvetlen háborús vagy katonai jellegű utalásokat. Vizuálisan a videók visszatérő eleme a fegyveres erők kötelékébe tartozó személyek ábrázolása (rendőrök, szolgálatra jelentkező, egyen-

ruhás kórházparancsnokok stb.). Az alapvető háborús metaforák (harc/vírus elleni védelem) mellett a jelenkori katonai terminológia alkalmazása is viszsztatérő jellegű: a katonai rendfokozatok széles skálája megjelenik, Orbán haditerveket készít, előtérbe kerül a kollektív önvédelem elképzelése (kollektív alatt a magyar nemzetet értve), mint a nemzet végső feladata. A háborús és katonai terminológia metaforikus és szó szerinti alkalmazása keveredik a videóknak a hagyományos médiadiskurzushoz hasonlóan. Bár kvantitatív módon a többes szám használata jellemzi a miniszterelnök videóit is és az írott posztjait is, a videóknak az egyes szám használata jobban kihangsúlyozza a rendkívüli helyzetet irányítása alatt tartó vezető képét. A videóknak az egyes szám inkább a rendkívüli időszak elején jelenik meg, a védekezés első szakasza kapcsán, valamint amikor Orbán a múlttól – a védekezés sikeres első szakaszáról – beszél. A bizonytalanabb jövő (a pandémiás időszak második szakasza) vonatkozásában a többes szám használata jellemző. A miniszterelnöki dolgozószobából való bejelentkezései során a kollektív erőfeszítést hangsúlyozza, a parlamenti militáns hangvételű videókhoz képest jelentősen eltérő, udvarias hangnemben, kifejezetten akkor, amikor a nyugdíjas lakossághoz fordul. A szolgálatra jelentkezés motívuma nem csak a fegyveres erők kapcsán jelenik meg, hanem civil személyeknél is (pl. miniszterek), ami tovább erősíti Orbán tábornok-szerű ábrázolását. Vizuálisan – a videók alapján – Orbán határozottabban jelenik meg a védelmi intézkedések főszereplőjeként, mint az írott Facebook-posztjai alapján. Jellemző példa erre az a videója, amelyben az Orbán által vezetett kormánytisztviselőket szuperhősös akciófilmeket idéző vizuális effektekkel mutatják be, mint a nemzeti „védelmi” csapat főszereplőit. Az operatív törzs első alkalommal történő bemutatáskor Orbán úgy fogalmaz, hogy ez a csoport felel az emberi életek védelméért, ami tovább erősíti az operatív és akciócsoportoknak a „csata” főszereplőiként történő ábrázolását.

ÖSSZEGZÉS

A pandémiával kapcsolatos intézkedések perszonalizációja összefogott és egységes kommunikációt eredményezett az által, hogy a kormány legismertebb személyiségét, a miniszterelnököt helyezte a középpontba. A személyisége a háborús és katonai retorikával együtt lehetővé tette a probléma biztonságiasítását. A kommunikációja kétféleképpen aknáztá ki a katonai- és a háborús forгатókönyveket. Egyrészt a háborús metaforák legitimálták az intézkedéseket a veszélyhelyzet alatt. Másrészt a katonai terminológia használata összekapcsolta a jelképes értelmű üzeneteket és metaforikus jelentéseket a valósággal és a valóságos eseményekkel. A vizuális információk és a diskurzus közötti kapcsolatok elemzése feltárta, hogyan hoztak létre kölcsönösen kontextust,

illetve hogyan módosították a kontextust az állampolgárokra gyakorolt meggyőző hatás fokozása érdekében. További kutatások bizonyára kiderítenék, hogy milyen diskurzust hoztak létre az eltérő célközönségek számára; például, a különféle korcsoportoknak, vagy a különböző politikai kötődésű állampolgároknak.

A miniszterelnök járványkezelési kommunikációjának hatásáról meg kell jegyezni, hogy a Századvég Alapítvány által rendszeresen közzétett közvélemény-kutatások (Piackutatás, közvélemény-kutatás, 2020) a közvélemény hozzáállásában változást dokumentáltak: a veszélyhelyzet bejelentése előtt, március 6-án a koronavírus-járvány csak harmadik volt a rangsorban (56%) azok között a problémák között, amelyekről a magyarok leginkább tartottak. Megelőzte a klímaváltozás (87%) és az illegális migráció (63%). Valószínűleg ez volt a perszonalizáció és a biztonságiasítás egyik oka: rövid időn belül meg kellett változtatni az állampolgárok attitűdjét, és elnyerni a támogatásukat az intézkedésekhez. Április 23-án egy másik felmérés szerint 79%-ban az állampolgárok nagyra értékelték az egészségügyi dolgozók erőfeszítéseit, 84% pedig egyetértett az egészségügyi válság kezelésével. A veszélyhelyzet vége felé, május 26-án a felmérés azt mutatta, hogy a lakosság 76%-a szerint a koronavírus-válság kezelése megfelelő volt.

Orbán beszédei és bejelentései hatásosan ábrázolták a félelmet, amelyet a „láthatatlan ellenség”, a vírus keltett. A perszonalizáció technikája, amely magában foglalja egy fenyegetés bemutatását, valamint a megóvás vagy megmentés lehetőségének felkínálását, racionálisan összekapcsolódott a kormány cselekvésével, sőt, a kettőt egymás megerősítésére használták. A narratíva szerint a félelmet a közvetlen veszély okozta, amely az emberi életet, a társadalmat és a gazdaságot fenyegette. A politikai diskurzus a nemzeti összetartásra és a cselekvés egységére összpontosult, de a fényképeken a miniszterelnök volt a Covid-19-vírus elleni küzdelem főhőse. Orbán Facebook kommunikációja a veszélyhelyzet alatt kevésbé volt militáns, mint a hagyományos médiában. Többnyire rövid üzeneteket posztolt magyarul és angolul, képekkel és videókkal, amelyekből úgy tűnt, egyetlen ellenséggel kell megküzdeni, a koronavírussal. A közvetlenül és közvetve kapcsolódó közösségi médiapostokban a katonai terminológia játszott fontos szerepet, de kevésbé hangsúlyosan, mint a hagyományos médiában. Egészében véve a bejegyzései a csatára és a koronavírus elleni védekezésre összpontosítottak, és több mint negyedükben katonai terminológia jelenik meg, a hangvételük mégsem konfrontatív. Azonban új front nyílik, ha közelebbről megvizsgáljuk a videókat: az ellenzéki pártok. Orbán közösségi mediakommunikációja jellegzetességének látszik, hogy a háborús metaforák és a katonai terminológia használata ellenére az írott szövegei békésebbek, mint a videók, amelyeket nem fordítottak angolra, és valószínűleg nem a nemzetközi közönségnek szántak.

JEGYZETEK

- ¹ A cikkben szereplő kutatási eredményeket az *International Journal of Sociology and Social Policy* (2020) *Securitization of the COVID-19 pandemic by metaphoric discourse during the state of emergency in Hungary* címmel publikálta.
- ² A kutatási témával kapcsolatos hasonló kutatás: Szabó Lilla Petronella (2020).
- ³ A kódolási kategóriákat az alábbiak szerint alkalmaztuk:
- közvetlenül kapcsolódó: a pandémiára való konkrét és közvetlen utalást tartalmazó írott üzenetek,
 - közvetetten kapcsolódó: a pandémiára való közvetett utalást tartalmazó üzenetek (írott, vagy vizuális). A közvetlen és a közvetett utalást tartalmazó posztok közötti fő különbség az, hogy a közvetett posztok a járvány közvetett következményeire utalnak (pl. munkahelyek megszűnése, érettségi vizsgák megrendezése a speciális körülmények között), vagy olyan sajátos vizuális elemeket tartalmaznak, amelyek a pandémiás időszakra jellemzők (maszkviselés, „könyökpacsí”).
 - nem kapcsolódó: a poszt nem tartalmaz semmilyen utalást a járványra, és az ahhoz kötődő jelenségekre.
- ⁴ Példák az angolra nem fordított posztok közül (mindhárom kódolási kategóriából):
Nem kapcsolódó: Mama, kérlek!/
Közvetve kapcsolódó: 52. Harminc éve szabadon. Ahogy akkor is, most is összefogásra van szükség Magyarországon. Együtt sikerülhet!
Közvetlenül kapcsolódó: Koronavírus. Élőben, itt a Facebookon.
- ⁵ 25 elemet kódoltunk háborúhoz, 16-ot a katonasághoz és 14-et a félelemhez kötődőnek.
- ⁶ Orbán egy nappal azután találkozott Vuciccsal, hogy nem ment el Brüsszelbe a felhatalmazási törvénnyel kapcsolatos vitára, arra hivatkozva, hogy túl elfoglalt Magyarország covid elleni védelmével.
- ⁷ Így harcol egy magyar amazon. (Megj: Mivel a független kódolók mindegyike a posztot a pandémiára közvetve utaló posztként kódolta, jelentéstartalmát nem értékeltük az EU-ra utaló közvetlen kritikaként.)

IRODALOM

- Balzacq, T. (2005): The Three Faces of Securitization: Political Agency, Audience and Context. *European Journal of International Relations*, Vol. 11, No. 2, 171–201. <https://doi.org/10.1177/2F1354066105052960>
- Balzacq, T. (2008): The Policy Tools of Securitization: Information Exchange, EU Foreign and Interior Policies, *Journal of Common Market Studies*, Vol. 46, No 1, 75–100. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5965.2007.00768.x>
- Balzacq, T. (2011): A Theory of Securitization: Origins, Core Assumptions, and Variants. In: Balzacq, T (ed.): *Securitization Theory: How Security Problems Emerge and Dissolve*, Routledge, New York.
- Balzacq, T. et al. (2015): Securitization revisited: Theory and cases. *International Relations*, Vol 30, No. 4, 494–531. <https://doi.org/10.1177/0047117815596590>
- Bognar, E. (2019): Digital News Report – Hungary. *Reuters Institute for the Study of Journalism*, available at: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/hungary-2019/> (Letöltve: 2020. július 21.)

- Bond, R. et al. (2012): A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489 (7415): 295–298. <https://doi.org/10.1038/nature11421>.
- Bozzay, B. (2020): A jogszabály-kihirdetés új szintje: az Instagramon publikált rendelet. *Index*, 2000. ápr. 17. https://index.hu/belfold/2020/04/17/koronavirus_veszelyhelyzet_erettségi_rendelet_orban_viktor_instagram/, (Letöltve: 2020. július 21.)
- Buzan, B. et al. (1998): *Security: A new framework for analysis*. Lynne Reinne.
- Cap, P. (2006): *Legitimation of Political Discourse: A Cross-Disciplinary Perspective on the Modern US War Rhetoric*. Cambridge Scholars Publishing.
- Chadwick, A. (2013): *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press, Oxford.
- Chadwick, A. et al. (2016): Politics in the age of hybrid media: Power, systems, and Media logics, Bruns. A. et al (eds.): *The Routledge companion to social media and politics*. Routledge, New York, 7–22.
- De Launey, G. (2020): ‘Deep concern’ over coronavirus emergency powers. *BBC*, 2 April 2020, <https://www.bbc.com/news/world-europe-52135402> (Letöltve: 2020. július 21.)
- Deutsche Welle (2020): EU’s von der Leyen threatens Hungary’s Orban with legal action. 12 April 2020, <https://www.dw.com/en/eus-von-der-leyen-threatens-hungarys-orban-with-legal-action/a-53101386>, (Letöltve: 2020. július 21.)
- Dijkstra, H. (2020): Security research on COVID–19. *Contemporary Security Policy*, 41: 3, 456–457, <https://doi.org/10.1080/13523260.2020.1772468>.
- Enli, G. S.–Skogerbø, E. (2013): Personalized campaigns in party-centred politics. *Information, Communication & Society*, 16: 5, 757–774, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.782330>
- European Centre for Disease Prevention and Control (2020): Crisis Communication. <https://www.ecdc.europa.eu/en/health-communication/crisis-communication> (letöltve: 2020. augusztus 15.).
- European Commission (2019): Standard EUROBAROMETER 92, December 2019. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2255> (letöltve: 2020. július 21.).
- Ferhani, A.–Rushton, S. (2020): The International Health Regulations, COVID–19, and bordering practices: Who gets in, what gets out, and who gets rescued? *Contemporary Security Policy*, 41: 3, 458–477, <https://doi.org/10.1080/13523260.2020.1771955>.
- Flusberg, S. J. et al. (2018): War Metaphors in Public Discourse. *Metaphor and Symbol*, 33(1): 1–18. January 18, 2018, <https://doi.org/10.1080/10926488.2018.1407992>.
- Franzosi, R. (2018): Content analysis. In: Wodak, R.–Frochtner, B. (eds.): *The Routledge Handbook of Language and Politics*, Routledge, Taylor and Francis Group, London–New York, 153–168.
- Garzia, D. (2017): Party transformation, leadership change and closeness to parties: the case of Italy. *Contemporary Italian Politics*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/23248823.2017.1288844>
- Gibbs, R. W. Jr. (2017): *Metaphor wars: Conceptual metaphors in human life*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Grundy-Warr, C.–Lin, S. (2020): COVID–19 geopolitics: silence and erasure in Cambodia and Myanmar in times of pandemic. *Eurasian Geography and Economics*, <https://doi.org/10.1080/15387216.2020.1780928>
- Hall, S. (2020): COVID–19 proves that media’s value is growing – but we need to find better ways to measure it. *World Economic Forum*, 2 April 2020, <https://www.weforum.org/agenda/2020/04/covid-19-media-value/> (Letöltve: 2020. július 24.)

- HVG (2020): Medián: A járvány enyhül, a Fidesz erősödik, de a 30 év alattiak közt elvrezne. 2020. június 10. https://hvg.hu/360/20200610_A_jarvany_enyhulesevel_erosodott_a_Fidesz_de_a_30_ev_alattiak_kozt_elvrezne (Letöltve: 2020. július 21.)
- Il Fatto Quotidiano (2020): *Coronavirus: la diretta...*, 27 March 2020, <https://www.ilfattoquotidiano.it/2020/03/17/coronavirus-la-diretta-i-contagi-sono-31-506-le-vittime-2-503-il-commissario-arcuri-attrezzarci-per-economia-di-guerra-mattarella-clima-di-difficolta-cittadini-siano-uniti-intorn/5739109/> (Letöltve: 2020. július 27.)
- Kendall-Taylor A. et al., (2017): The Global Rise of Personalized Politics: It's Not Just Dictators Anymore. *The Washington Quarterly*, 40: 1, 7–19.
- Kolfschooten, H.–Ruijter, A. (2020): COVID–19 and privacy in the European Union: A legal perspective on contact tracing. *Contemporary Security Policy*, 41: 3, 478–491, <https://doi.org/10.1080/13523260.2020.1771509>.
- Körösényi, A. (2018): The Theory and Practice of Plebiscitary Leadership: Weber and the Orbán Regime. *East European Politics and Societies*, <https://doi.org/10.1177%2F0888325418796929>.
- Körösényi, A. et al. (2020): *The Orbán Regime. Plebiscitary Leader Democracy in the Making*, Routledge, London.
- Kutter, A. (2018): Corpus analysis. In: Wodak, R.–Frochtner, B. (Eds.): *The Routledge Handbook of Language and Politics*, Routledge, Taylor and Francis Group, London–New York, 169–186.
- Lakoff, G. (2008): *Women, fire, and dangerous things*. University of Chicago Press, Chicago.
- Landler, M. (2020): Boris Johnson Hospitalized as Queen Urges British Resolve in Face of Epidemic. *The New York Times*, 5 April 2020, <https://www.nytimes.com/2020/04/05/world/europe/coronavirus-queen-elizabeth-speech.html> (Letöltve: 2020. július 27.)
- Lowen, M. (2020): Coronavirus: Death toll jumps again in Italy's 'darkest hour', BBC, 9 March 2020, <https://www.bbc.com/news/world-europe-51805727> (Letöltve: 2020. július 27.)
- Mason, S.–Holland T. (2020): Trump says he will invoke wartime act to fight 'enemy' coronavirus. *Reuters*, 18 March 2020, <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-usa-trump-act-idUSKBN2152XL> (Letöltve: 2020. július 27.)
- MTI (2020): Coronavirus: Military Control Staff to Key Companies. *Hungary Today*, 18 March 2020, <https://hungarytoday.hu/coronavirus-hungary-military-army-strategic-companies/> (Letöltve: 2020. július 24.)
- Murphy, M. P. A. (2020): COVID–19 and emergency eLearning: Consequences of the securitization of higher education for post-pandemic pedagogy. *Contemporary Security Policy*, 41: 3, 492–505, <https://doi.org/10.1080/13523260.2020.1761749>.
- Nerlich, B. (2011): The role of metaphor scenarios in disease management discourses: Foot and mouth disease and avian influenza. Handl, S–Schmid, H.-J. (eds.): *Windows to the Mind. Metaphor, Metonymy and Conceptual Blending*, De Gruyter Mouton, Berlin–New York. 115–142.
- Newman, N. et al. (2019): *Digital News Report*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf (Letöltve: 2020. július 21.)
- Orbán, V. (2020): This is how a Hungarian amazon fights. Facebook, <http://www.facebook.com/298090296092/posts/10158210754361093> (Letöltve: 2020. július 21.)

- Papp, Zs.–Zorigt, B. (2016): Party-directed personalisation: the role of candidate selection in campaign personalisation in Hungary. *East European Politics*, 32: 4,466–486;
- Parito, M. (2015): Il leader (non) politico é il messaggio. *Humanities*, IV., No. 7, Gennaio 41–69.
- Piackutatás, közvéleménykutatás (2020): <https://szazadveg.hu/hu/kutatasok/az-alapitovany-kutatasai/piackutatas-kozvelemeny-kutatas> (Letöltve: 2020. augusztus 15.)
- Radio Free Europe (2020): EU Voices ‘Particular Concerns’ Over Hungary’s Coronavirus Laws’ 14 May 2020, <https://www.rferl.org/a/european-parliament-to-debate-hungary-s-coronavirus-laws-amid-detentions/30611439.html>, (Letöltve: 2020. július 21.)
- Rahat, G.–T. Sheaffer (2007): The Personalization (s) of Politics: Israel, 1949–2003. *Political Communication*, 24: 65–80. <https://doi.org/10.1080/10584600601128739>.
- Sata, R.–Karolewski, I. P. (2020): Caesarean politics in Hungary and Poland. *East European Politics*, 36: 2, 206–225, <https://doi.org/10.1080/21599165.2019.1703694>
- Schmalenberger, S. (2016): A proper Statesman: Viktor Orbán and the use of pictures on Facebook, *Mérték*. https://mertek.eu/wp-content/uploads/2016/12/Mertek_Orban_Pict_Facebook_2016_dec.pdf
- Steinert, H. (2003): The indispensable metaphor of war: On populist politics and the contradictions of the state’s monopoly of force. *Theoretical Criminology*, 7 (3), 265–291. <https://doi.org/10.1177/13624806030073002>
- Szabó Lilla Petronella (2020): Háború a járvány idején – Hogyan beszél Orbán Viktor a koronavírusról? In: Körösenyi–Szabó–Böcskei (szerk.): *Vírusba oltott politika. Járvány és politikatudomány*. Budapest, TK PTI–Napvilág Kiadó, 123–134.
- Tálás P. (2016): A magyar terrorveszélyhelyzet-diskurzus margójára. *Nemzet és Biztonság*, 2016/1.
- Temitope B.–Knight, A. W. (2020): COVID–19, George Floyd and Human Security. *African Security*, 13: 2, 111–115, <https://doi.org/10.1080/19392206.2020.1783760>
- United Nations (2020) Un Secretary-General’s Remarks at G-20 Virtual Summit on The COVID–19 Pandemic. 26 March 2020, <https://www.un.org/en/coronavirus/war-needs-war-time-plan-fight-it> (Letöltve: 2020. július 27.)
- Van Schuleren, J. (1999): *Understanding Pragmatics*. Arnold, London–New York.
- Wæver, O. (1995): Securitization and Desecuritization. Lipschutz, R. D. (ed.): *On Security*. Columbia University Press, New York.
- Wæver, O. et al. (1993): *Identity, Migration and the New Security Agenda in Europe*. Pinter, London.
- Walker, S.–Rankin, J. (2020): Hungary’s coronavirus laws prompt new showdown with Brussels. *The Guardian*, 13 May 2020, <https://www.theguardian.com/world/2020/may/13/hungary-viktor-orban-coronavirus-laws-prompt-new-showdown-with-brussels>, (Letöltve: 2020. július 21.)
- Wallis, P.–Nerlich, B. (2005): Disease metaphors in new epidemics: The UK media framing of the 2003 SARS epidemic. *Social Science and Medicine*, 60: 2629–2639.
- WHO (2020): What is risk communication? 15 January 2020, <https://www.who.int/news-room/q-a-detail/risk-communication-frequently-asked-questions>, (Letöltve: 2020. augusztus 15.)
- Zinken, J. (2007): Discourse metaphors: The link between figurative language and habitual analogies. *Cognitive Linguistics*, 18 (3): 445–466.
- Zúniga, H. et al. (2018): Political persuasion on social media: A moderated moderation model of political discussion disagreement and civil reasoning. *The Information Society*, 34: 5, 302–315.