

POLITIKAI PURIFIKÁCIÓ*

Morális leértékelés, büntudat- és szégyenkeltés Márki-Zay Péter miniszterelnök-jelölti kampánykommunikációjában

Szabó Gabriella

(HUN-REN Társadalomtudományi Kutatóközpont, Politikatudományi Intézet)

*A tanulmány beérkezett: 2023. július 19., opponálás: 2023. július 24. – 2023. augusztus 31.,
végelegesítés: 2023. november 21.*

ÖSSZEFOGLALÓ

A tanulmány a büntudat és a szégyen kampánykommunikációs használatát kívánja feltárni. A kutatás során az egyesült ellenzék miniszterelnök-jelöltjének közösségimédia-üzenetei alapján regisztrálom és jellemzem a morális leértékelés érzelmkommunikációs fordulatait. 2022-es országgyűlési választások előtt felvett adatok kvalitatív tartalomelemző vizsgálatának tanulsága szerint a Márki-Zay Péter Facebook-oldalán található üzenetek körülbelül 38 százaléka, azaz minden harmadik poszt tartalmaz morálisan leértékelő szöveges vagy verbális megnyilvánulást, ami összhangban van korábbi kutatások megfigyelésével: a választási versenyben a kihívók a politikai retorikájukban hajlamosak a vádaskodó és morális érzelmi nyelvezetet vegyíteni. Az ellenzéki miniszterelnök-jelölt retorikájában azonban az elítélés nem korlátozódik az ellenoldal jelöltjeire, a teljes magyar politikai közösséget készíti morális szembenézésre. A totalitás és kollektív morális értékelésekkel a miniszterelnök-jelölt nem kisebb feladatot vállalt magára, mint a politikai élet megtisztítását. A konklúzió a politikai purifikáció stratégiájának hasznát és kockázatait is felvillantja.

Kulcsszavak: büntudatkeltés ■ kampánykommunikáció ■ morális leértékelés ■
szégyenkeltés

A 2022-es választási kampányok idején Márki-Zay Péter személyében az ország egy igazán különös miniszterelnök-jelöltet ismerhetett meg. Habár színrelépése nagy reményekkel töltötte el a Fidesz–KDNP-kormányral szemben kritikus megszólalók, véleményformálók, illetve politikai szakértők körét, politikai kommunikációjának tartalmi része meglepően kevés tudományos figyelmet kapott.¹ Meglehet, Márki-Zay Péter nem lesz évtizedekig meghatározó politikai szereplő, országos jelenléte is valószínűleg a 2021–2022-es előválasztási és országgyűlési kampányok hónapjaira koncentrálódik, mégsem

* A kutatás az NKFIH-FK 131990 témaszámú projekt keretében valósult meg. A JEGYZETEK-ben található linkek utolsó letöltési időpontja: 2024. március 7.

indokolt a visszafogott kutatói érdeklődés. A tanulmány – valamelyest pótlandó a hiányt – Márki-Zay Péter kampánykommunikációjának vizsgálatára vállalkozik, pontosabban azt a morál, az affektivitás és a retorika kereszteződésénél található érzelmi alapú erkölcsi leértékelés (moral devaluation) nyelv-készletének szempontjából kívánja szemügyre venni.

A választott konceptuális keret magyarázatra szorul. Márki-Zay Péter már hódmezővásárhelyi polgármesterjelöltként is kívülről áll, rendszerkritikusnak és a pártpolitika világától elemelkedettnek mutatta magát. 2021 nyarán outsiderként indult az ellenzéki előválasztáson, és sikere annál is inkább meglepő, mert nem rendelkezett erős szervezeti hálóval, továbbá ideológiai háttere is bizonytalan volt (a 2021-es magyarországi előválasztásról bővebben lásd: Tóka–Popescu, 2021). Ellentétben az országos szinten régóta ismert politikusokkal, nagyobb tömegek megnyerésére viszonylag kevés idő állt rendelkezésére, ráadásul az ellenzéki választási szövetség élén egy meglehetősen vegyes világnézeti és közpolitikai preferenciákkal rendelkező politikai társaság vezetőjeként kellett helytállnia. Már az előválasztás során több jel mutatott arra, hogy Márki-Zay Péter retorikájában a morális érzelmekre való apellálás kiemelkedő jelentőségű. A koalíción belüli, illetve a pártok és a politikus közötti belső konfliktusok elkerülése érdekében első miniszterelnök-jelölti beszédében az őket összekötő ügyre koncentrált: a kormánypártok legyőzésére és a 2010 óta Magyarországot uraló közös politikai ellenség (az Orbán Viktor miniszterelnök vezette politikai tábor) támadására, ahogyan fogalmazott: „Most már csak egy kérdés van: Fidesz vagy nem Fidesz?“, majd hozzátette: „a Fidesz erkölcsileg már megbukott“. Márki-Zay Péter legelső miniszterelnök-jelölti üzenetében megjelenő erkölcsi leértékelés voltaképpen a büntudat és a szégyenérzet előhívása, ami aligha véletlenül került a beszéd központi elemei közé. A magyar politika addigi fejleményeit és szereplőit – beleértve az ellenzéki összefogásban résztvevő pártokat – illető általános erkölcsi kritika az előválasztási kampányának része volt.²

Noha a fenti megállapítások a manicheus világkép és elitellenesség megnyilvánulásaiként is értelmezhetők (vö. Fontanilla et al., 2020; Schumacher et al., 2022), jelen tanulmány nem a populizmus kutatások sorát gyarapítja. A vizsgálat célja nem Márki-Zay Péter populista kommunikációjának azonosítása. Bár a negatív kampányolás és a karaktergyilkosság irodalma részben releváns a kutatás célkitűzését illetően, a jelölt beszédmódjának sokkal gazdagabb leírása adható a morális érzelmek és az erkölcsi leértékelés szempontjainak figyelembevételével. A miniszterelnök-jelölt ugyanis nemcsak szakmai és ad hominem támadásokat indított a politikai ellenfelei ellen, hanem iránymutatást adott a helyes és helytelen cselekedetek megkülönböztetésére vonatkozóan, továbbá saját magával, a választópolgárokkal és egyéb szereplőkkel kapcsolatban is élt a hibáztatás, büntudat- és szégyenkeltés nyelvi eszközeivel. Mindezeket figyelembe véve a szelf-tudatos érzelmekre épülő morálkommu-

nikáció kerete megalapozottabb választás a jelen kutatás számára, mint a populizmus vagy a negatív kampányolás.

A miniszterelnök-jelölt 2022. február elseje és április másodika között a közösségi médiában megjelent politikai üzeneteit elemzem deduktív kvalitatív tartomelemzés segítségével. A vizsgálat során a büntudat- és szégyenkeltés kommunikációs készleteit kutatom, és az alábbi kérdésre keresem a választ:

Milyen módon használja az egyesült ellenzék miniszterelnök-jelöltje a büntudat és a szégyen kommunikációs fordulatait a 2022-es magyarországi országgyűlési választási kampányban a politikai szereplők morális leértékelésében?

Az eredmények szerint a morális érzelmi nyelvezet Márki-Zay Péter Facebook-posztjainak 38 százalékára jellemző, azaz minden harmadik bejegyzés tartalmaz büntudatra és szégyenre utaló értékeléseket tartalmazó elemeket. Ez a megállapítás összhangban van a korábbi tanulmányok megfigyelésével: a választási versenyben a kihívó jelöltek politikai retorikájukban hajlamosak az ítélkező hangnemet, leértékelést és a morális érzelmi nyelvezetet vegyíteni (vö. Benoit, 2002; Glover 1970; Lucardie, 2000). Mindennek a választási sikerhez való hozzájárulásáról megoszlanak a vélemények: ám Márki-Zay Péter 2022-es szereplése inkább óvatosságra int, semmint kedvet csinálna a büntudat és szégyen kampánykommunikációs alkalmazásához, a politikai élet erkölcsi megtisztulását célzó, illetve annak szereplőit illető morális érzelmi alapú kritikájához.

PURIFIKÁCIÓ = MORÁLIS LEÉRTÉKELÉS ÉRZELEMKELTÉSSEL

Hansson és munkatársai (2022) szerint a modern politika – különösen választási kampányok idején – a „*mi a baj*”, de legfőképpen a „*ki a hibás*” kérdése körül zajlik. A vádaskodás és a sérelmi politika régóta jól ismert kampányfogás (Busby et al., 2019; Hameleers et al., 2017; 2018a; 2018b; 2019). A választás előtt a politikai versenytársak igyekeznek egymásnál morálisan (is) jobb választásnak tűnni (Jamieson, 1996: ix; Trent–Friedenberg, 2000), ehhez leginkább az ellenfelek leértékelése vezet, vagyis cselekedeteik és személyiségjegyeik erkölcsi megkérdőjelezése, a hibáik és vétkeik feletti morális érzelmek felkorbácsolása (Alford, 1990; Post, 1993). Amikor kampány idején az ellenzéki jelöltek a morált igénybe veszik, nem csupán a kormányzati teljesítményt vitatják, hanem mindezt az erkölcs szempontjából teszik: a hibák hátterében a helytelen értékválasztás, felelőtlenség, figyelmetlenség vagy szándékos károkozás, emberi gyarlóság, sőt romlottság áll (Glover, 1970: 64.; Watson, 2004: 265.). A morális ítélkezés kampánykommunikációs alkalmazása opció, vagyis a jelölt, de még inkább a kampánycsapat döntésén múlik. A megszólalók szándékai sze-

rint a kampány morális versennyé tehető, amiben a jelöltek egymás erkölcsiséget megkérdőjelező kijelentésekkel, a politika egészére vonatkozó morális érzelmeltő kommunikációval korteskednek.

A morális leértékelés a perszonalizált negatív kampányolás egyik aspektusa. Minden kritika, ami az ellenfél hibájára, alkalmatlanságára, tévedésére mutat rá, része a negatív kampányolás eszköztárának. Stokes (1992) szerint az elítélés érték alapon is megtörténhet. Curini és Martelli (2015) pedig megállapítja, hogy az értékeket középpontba helyező negatív kampányolás, vagyis az elvi, erkölcsi szempontokat számonkérő kommunikáció akkor válik jelentőssé, amikor a jelöltek az ellenfeleiktől nem ideológiai vagy szakpolitikai szempontból kívánják megkülönböztetni magukat, hanem értékválasztásuk alapján. Az értékalapú és érzelmdús negatív kampányolás a politika integráns része, kutatások azonban rámutatnak: a támadó hangnemet a választók egy része visszászásnak tekinti, a negativitás számukra agresszióknak hat, a kampányolótól többen elfordulnak, így a jelölt a reméltnél kevesebb támogatást nyer (a visszajárára fordulás logikáját és bizonyítékait lásd Kahn–Kenney, 2004). Magyarországra vonatkozó vizsgálatok a negatív kampányolás kiterjedtsége mellett – a pártok a 1990-es évek közepe óta alkalmaznak negatív kampánytechnikákat –, annak három elemét emelik ki: a támadások többnyire az ellenfelek ideológiájára, teljesítményére vagy integritására vonatkoznak (Mihályffy, 2009; Nábelek, 2021). Utóbbi lefedi a morális leértékelések eszköztárát.

Arról azonban eddig kevés szó esett, hogy a politikába újonnan belépő jelöltek hajlamosak a maguk létét a politikai élet addigi történéseinek és szereplőinek erkölcsi kritikájával igazolni (Johannesson–Weinryb, 2021). Az újoncok számára tehát különösen vonzó magukat politikai purifikátorként feltüntetni, kívülállóságukat erényként bemutatni, a politika megtisztulásának érdekében fellépni, az erkölcsös és a morálisan vállalhatatlan közötti határvonal meghúzását hangoztatni. A morális elszámoltatás nemcsak a riválisokat, hanem az állampolgárokat és a politikai beszédet befolyásoló egyéb szereplőket is érintheti. Az outsider jelöltek megszólalásaiban – mivel kritikájuk totális – a politikai közösség minden résztvevője megmérettetik és megítéltetik.

A morális leértékelés *érzelemtelített* kommunikációja

A morális leértékelés verbális megnyilvánulása szélsőséges, erőteljes és szenvedélyes. Ezen a ponton érintkezik a retorikai hagyománnyal. A klasszikus retorika sikerkritériuma ugyanis nem az igazmondás, hanem a meggyőzés. A megszólalónak tehát azt kell mérlegelnie, hogy mivel tudja maga mellé állítani a közönségét (Arisztotelész, 1982; Kiss, 2013). Az érzelmekre apellálás régóta ismert szónoki fegyver (Escalante-Block, 2018; Andok, 2020), ám a figyelemfelkeltés, a figyelemfenntartás és a hatás elérésének érdekében az érzelmi

fűtöttség gyakran kiegészül tabudöntő, meghökkentő tartalmi és formai elemekkel (Szabó–Kiss, 2020; Skonieczny–Boggio, 2023).

Hasonlatos ez a morális sokk gyakorlatához. James Jasper (1997) meghatározása szerint a morális meghökkentés egy szándékoltan mellbevágó élmény („szédítő érzés”) létrehozása, amikor a kommunikátor rá akarja döbbszteni a hallgatóságot a morális normasértésre és bemutatja annak felelőseit. A politikával kapcsolatban a legerősebb morális megrázkódtatás az árulás és a politikai hatalommal való visszaélés (Hess–Martin, 2006; Martin 2006), már a vádak megfogalmazása is a kollektív morális sokkhatás kiváltása érdekében történik.

A leértékelés kampánykommunikációs tétje annak meghatározása, hogy a politikában ki és miért bizonyul morális szempontból alávalónak, kit kell emiatt politikailag megbüntetni, illetve kinek kell az alávalósága miatt büntudatot, illetve szégyent éreznie (Wodak, 2006). A büntudat és a szégyen a morális ítélezéshez kapcsolódó két legtipikusabb érzélem. A szakirodalom mindkettőre szelf-tudatos morális érzelmeként tekint. Jelenőségük politikai szempontból az erős motiváló és mobilizáló képességükben rejlik (Kaplan–Tivnan, 2014; Kroll–Egan, 2004; Szekely–Miu, 2015; Tangney et al., 2007). Ha az egyén a közösségben elfogadott erkölcsi értékekkel ellentétesen viselkedik, nagy az esélye annak, hogy büntudatot vagy szégyent él át. Mivel ezek nagyon kellemetlen érzések és közösségi nyomással párosulnak, az egyén igyekszik minél hamarabb megszabadulni tőlük: nagy eséllyel belátja a hibáját, megpróbálja jóvátenni azt, felhagy az erkölcstelennek bélyegzett tetteivel, megváltoztatja bűnre hajlamos személyiségét (Bassan–Nygate–Heimann, 2022). Összefoglalva tehát a politikában a morális leértékelés jelentősége három összetevőből áll: (1) az ellenfelek rossz színben való feltüntetése, megbélyegzése; (2) a morális érzelmek felkorbácsolása; (3) a politikai élet normaszegésektől való megtisztítása. A következőkben a büntudat és a szégyen politikai jelentőségéről és kommunikációs fordulatairól lesz szó.

Morális leértékelés nyilvános térben

A büntudatkeltő és megszégyenítő megszólalásoknak különös tétet ad a mediatisált nyilvánosság. A személyközi interakciónál nagyobb felületet biztosító tömegmédia mintát teremt a közösségi érzelmi repertoár kialakulásában és megváltozásában (Wahl–Jorgensen, 2019: 9). A manapság dívó közösségi hálózatok nemcsak az érzelmek nyilvános kifejezéseit, az érzelmekre apelláló megnyilvánulásokat teszik láthatóvá, hanem az azokra adott felhasználói reakciókat is, emellett a tartalommosztó platformokon jellemzően véleményeket tartalmazó, ítélező, provokatív kommunikációs stílus uralkodik (Fourie, 2018). A mediatisált tér összekapcsolja a büntudatot/szégyent keltő megszólal-

lót, a leértékelt felet és az erkölcsi ítékezést figyelemmel kísérő közönséget (Kazlauskiate–Salmela, 2022). A nyilvánosság előtt történő morális leértékelés lehetőséget ad az elítélés diskurzusába történő bekapcsolódásra vagy a szekunder szégyen/bűntudat feltüzelésére.

A közösségi média különösen alkalmas a moralizáló politikai tartalmak terjedésére. Amerikai adatok szerint a morális érzelmek kifejezése kulcsfontosságú a politikai tartalmak megosztásában. Brady és kollégái (2017) kimutatták, hogy a morális érzelmi szavak jelenléte az üzenetekben minden további szó esetében 20 százalékkal növelte tovaterjedésük esélyét. Felméréseik alapján a motivációra, a figyelemfelkeltésre és az üzeneteket kialakítására vonatkozó pillérekre támaszkodva kialakították a politikai üzenetek diffúziójának modelljét. Feltételezik, hogy az embereknek csoportidentitáson alapuló motivációi vannak a morális érzelmekre utaló politikai posztok megosztására. A moralizáló és emocionális tartalmak különösen nagy valószínűséggel megragadják a politikailag elkötelezettek figyelmét, és a közösségimédia-plafonok reakciót bátorító kialakítása felerősíti a természetes motivációs és kognitív tendenciáinkat a morálra utaló megszólalások terjesztésére (Brady et al., 2020). Politikusok – különösen a kampányidőszakban – feltételezhetően építenek a fenti modell által sugalmazott összefüggésekre.

A pszichológiai jellemzőkre és közösségimédia-affordanciákra épülő modell mellett a szakirodalomban fellelhetők a nyilvános térben történő elítélések, megalázások rituáléjára vonatkozó megállapítások. Társadalomtudósok régóta tanulmányozzák a normáikat megszegők közösségi szankcionálását: stigmatizálás, címkézés, a jó és a rossz közötti különbségtétel, az erkölcsi többség és a normaszegő kisebbség konfliktusának nyilvános pertraktálása számos kutatás témája (Becker, 1963; Erikson, 2004; Goffman, 1963). Mind az online, mind az offline világban jelen vannak a reintegratív (szégyen–javít–megbocsát) és dezintegratív (szégyen–megbélyegzés–kizárás) társadalmi szankcionálási gyakorlatok (Klonick, 2015), amik általában meghatározott dramaturgiát követnek (Carey, 2002). Az erkölcsi határvonal meghúzása után tipikusan purifikáló közösségi reakció következik (a deviánca megtárgyalása, vádaskodás, ítékezés, társadalmi kizárás, elszigeteltség), amely többnyire rituális, szertartásos formát ölt (Stephenson, 2021). Kampányolás idején a politikusok kezdeményezhetik a rituálé lépéseit, stratégiai szempontokat mérlegelve vagy a politikai interakció hevében átgondolás nélkül morálisan problémásnak minősítik ellenfeleiket, teszik mindezt a politikai közösség purifikáló reakciójában bízva. A bűntudat és/vagy szégyenkeltés hatására a közösség más tagjai is kifejezik nemtetszésüket. Tipikusan elhatárolódnak, bocsánatkérésre szólítanak fel, a szabályszegés megakadályozására tett lépéseket követelnek (McDonald, 2020). A politikában nem tölthet be vezető szerepet olyan személy, akivel kapcsolatban a véleményformálók és a szavazók többsége helyt ad a

bűntudatkeltő vagy megszégyenítő megnyilvánulásoknak, vagyis morálisan alávalónak tartja őket. A szelf-tudatos morális érzelmekre apelláló megszólalások egyfajta barométerként működnek, azaz informálnak arról, hogy milyen ténykedés elfogadhatatlan, illetve arról, hogy kik azok az egyének és csoportok, akiknek kártékony ténykedéséről szeretnék meggyőzni a választókat (vö. Iyer et al., 2007).

Bűntudat és bűntudatkeltés

A bűntudat az egyén olyan önmagára irányuló kellemetlen érzése, amelynek középpontjában valamilyen specifikus tettének, nem lényegi tulajdonságának a morálisan elfogadhatatlan volta áll (Kugler–Jones, 1992; Kleres–Wettergren, 2017). Ellentétes a bevett erkölcsi normákkal, és azzal, hogy miként kell bántani az embertársakkal (Tangney–Dearing, 2003). Szokásos következménye, hogy az egyén megvallja, amit elkövetett, és igyekszik jóvátenni. A közéletben ez olyan módon nyilvánulhat meg, hogy a politikus vagy bármely ismert személyiség beismeri, hogy a politikai közösséget ért kellemetlen esemény bekövetkeztének ő az oka, de tettének káros jellegét felismerte, megköveti a közösség tagjait, a tett kártékony hatásait elhárította vagy legalábbis ígéretet tesz arra, hogy nemsokára kiköszörüli a csorbát (Tileaga, 2012). A bűntudat kezelése mellett ismert önvédő mechanizmusok is vannak, például tagadás („nem hibáztam”), idealizálás („nem hibázhatok, mert jó vagyok”), izoláció („nem történt semmi, ami bűntudatot ébreszthetne bennem”), regrediálás („nem az én felelősségi szintem, tehát nem érzek bűntudatot) (Cramer, 2006).

A politikában bevett fordulat a bűntudatkeltés, morális alapú vádaskodás (vö. Jaworsky–Qiaoan, 2021). Ilyenkor a politikai ellenfelek vagy az interakcióban résztvevő másik megszólaló (jellemzően riporter, állampolgár) igyekszik felkelteni valaki másban a bűntudat érzését. Mivel a bűntudat elsősorban önmagunkra vonatkozó érzelem, ezért konkrét személyeket vagy embercsoportokat kell megjelölni az érzelem fókuszaként (ki érezzen bűntudatot). Hasonlóképpen, a bűntudatkeltésnek konkrét tette vagy személyiségjegyre (lehet több is, de semmiképpen sem az egész identitás) vonatkozik, ezért a bűntudatkeltő megszólalásoknak specifikálniuk kell az érzelem tárgyát (miért érezzen bűntudatot). A bűntudatkeltés voltaképpen morális töltetű kritika.

Szégyen és megszégyenítés

A szégyen szintén igen bántó érzés, de középpontjában nem a cselekedet, hanem az egyén identitásának átfogó elítélése áll (Broucek, 1991; Tangney–Dearing, 2003). Szégyen merülhet fel, ha bizonyos értékek, erkölcsi normák,

szokások és viselkedésmódok jóvátehetetlen megsértését tételezzük fel, erre pedig az egyetlen cselekvési lehetőség az önkép radikális átalakítása vagy a közösségi láthatóság előli elrejtőzés (Direk, 2020). A széken tehát a totális büntudat, meghasonlás, arcvesztés érzése. Mivel a hiba helyrehozhatatlanságának belátása az identitás teljes megsemmisülésével fenyeget, a szégyenérzetnek több lehetséges kifutása lehet: önfeladás (fizikai és szimbolikus értelemben), elnémulás (bizonyos témákról való hallgatás), hárítás (tagadás, illetve más érzelmmé történő átalakítása) (Braithwaite–Braithwaite, 2001).

A politikai kampányok logikájától nem idegen a szégyenkeltés, megszégyenítés. A szégyenkeltés másokban a szégyenérzetet – kiváltképp a politikai ellenfelekben – plántálni, de legfőképpen a szégyenből fakadó cselekvést – kivonulást, önfeladást –, vagy a megszégyenülés lehetőségét propagálni. A megszégyenítő a másik nyilvánosság előtti önképét támadja, a vélt vagy valós gyengeségét, jellemhibáját szeretné leleplezni és ellenfele ellen fordítani. A megszégyenítő fél hatalmat kíván gyakorolni a megszégyenített felett, hiszen egyéni vagy kollektív identitásának alapjait, az integritását kérdőjelezi meg (Fazekas, 2017). A szégyenkeltés sokszor meghatározott tárgy nélkül áll, olyan egyszerű megfogalmazásokban jelenik meg, ami az adott szereplőnek a politikából, a közéletből való távozását követeli. Ehhez hasonló megszólalások a tisztelet hiányáról, az ellenfél teljes szétzúzásának szándékáról, a felek közötti együttműködés lehetetlenségéről árulkodnak. Bár morális alapú súlyos kritika, a büntudatkeltésben megvan az együttműködő szándék, hiszen fenntartja a változás lehetőségét, a szégyenkeltés viszont radikális és kizáró gesztus, mert bocsánatra alkalmatlanná minősíti és a közösségből kiteszítja a megbélyegzett felet (vö. Takács, 2017).

MÓDSZER

A büntudat- és szégyenalapú erkölcsi leértékelés nem rendelkezik egyértelmű és könnyen azonosítható szintaktikai szerkezettel, így a módszer kialakítása során a korábbi vizsgálatok operacionalizálási kerete nem alkalmazható. Az adatgyűjtés kiindulópontja a következő: kommunikáción keresztül megvallhatunk, másokban felébredhetünk egyéni és kollektív büntudatot és szégyenérzetet, segítségükkel közölhetjük morális ítéletünket, megjelölhetjük a helyes és helytelen cselekedetek körét, és diszkurzív módon szankcionálhatjuk a morálisan alávaló tettet és az azt elkövetőt.

Büntudat azonosítására kerül sor, ha a megszólaló specifikus cselekedetet minősít normasértésnek és a normasértést kellemetlen érzéssel köti össze. A normasértés nem jogi fogalom, hanem a politikai-társadalmi élet, a közösségi együttműködés szabályainak áthágására vonatkozik: a politikában a hazug-

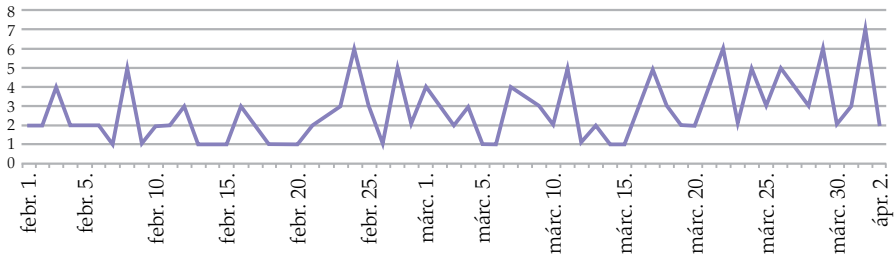
ság, a lopás, a csalás és a hűtlenség (Weiner et al., 1982), az elvárttól elmaradó teljesítmény, a szándékosan hanyag munkavégzés, az alacsony erőfeszítés, az oda nem figyelés különböző formáihoz kötik (Covington–Omelich, 1984), valamint a feltételezett kötelezettségek – például választási ígéreték – elmulasztásához kapcsolják azt (Vangelisti et al., 1991). A megszégyenítés hasonlóan normasértésre adott érzelmi reakció kommunikálása, ám itt az egyéni és kollektív „szelf” teljességét és az identitást célozza meg, mégpedig általában azért, hogy az ellenfelet a politikai életből kiiktassák (Daniels–Robinson, 2019).

A morális leértékelés tehát összetett kommunikációs tevékenység, aminek azonosításakor az adott nyelv, a társadalmi és kulturális közeg mellett a politikai helyzet ismerete is szükséges. A büntudat és a szégyen manifesztációja időben és térben eltér, azonban témaspecifikus is: a sport vagy a gyermeknevelés kapcsán történő morális érzelmkifejezés némiképpen eltérő. A szégyenre és büntudatra apelláló kommunikáció azonosítása és mérése érdekében a kutatás indikátorszavakat és prototipikus kifejezéseket gyűjtött össze. A kutatásban használt nyelvi és frazémagyűjteményt három anyanyelvi szakértő állította össze, akik különböző diszciplináris háttérrel rendelkeznek (kognitív nyelvészet, politikai kommunikáció és érzelemelmélet). A gyűjtemény a büntudat és a szégyen alapú erkölcsi leértékelésnek nemcsak az explicit formáira – például „ez bűn”, „ez hiba”, „ez szégyen” –, hanem az implicit formákra is figyel. Ha a jelölt azt mondja, hogy „a miniszterelnök a felelős a rossz szociálpolitikáért”, az arra utal, hogy a beszélő szerint a miniszterelnöknek bűnösnek kell éreznie magát, mert nem felel meg a választók elvárásainak, és erkölcsileg megbukott, mert nem reagál a választók igényére, vagy nem az ország érdekeinek megfelelően cselekszik (lásd még Simon, 2021). Amennyiben a megszólaló szerint „a miniszter megint elvesztette az arcát”, ez a kutatás számára azt jelzi, hogy a beszélő a szégyenérzetre utal, és azt akarja, hogy a szóban forgó politikust megszégyenült személynek lássák (lásd Ho, 1976).

Márki-Zay Péter közösségimédia-kommunikációjának elemzését a jelen tanulmány szerzője végezte. A posztszintű elemzés a szégyen és a büntudat verbális és szöveges megnyilatkozásaira koncentrált. A minta leszűkítése után azon posztok esetében, amelyek büntudatot és/vagy szégyenérzetet keltő nyelvi elemeket tartalmaznak, a leminősítés tárgyát, célpontját és fókuszát (miért kell szégyent és büntudatot érezni, kinek kell szégyent/büntudatot éreznie, és ki okozta az érzést) is regisztrálta, amennyiben ilyen információk rendelkezésre álltak. Márki-Zay Péter miniszterelnök-jelölt hivatalos Facebook-oldalán 2022. február elseje és április másodika között nyilvánosságra hozott posztok letöltése a CrowdTangle nevű szoftver segítségével történt.³ Az audiovizuális anyagok átírása után (google Docs hangvezérelt írásprogram segítségével) a végleges adatbázis egy 47 289 szó hosszú korpuszba került.

EREDMÉNYEK

A tanulmány összesen 428 posztot vizsgál Márki-Zay Péter Facebook-oldalán. A posztokban a büntudat-, illetve szégyenkeltés szóbeli és írásbeli megjelenéseinek leválogatása után 163 poszt lett az elemzés szempontjából hasznos anyag. Ez azt jelenti, hogy az üzenetek 38 százaléka, azaz minden harmadik poszt tartalmaz morálisan leértékelő kommunikációs elemeket. A megfigyelés összhangban van a korábbi tanulmányok konklúziójával: a választási versenyben a kihívók hajlamosak a vádaskodó és az érzelmes nyelvezetet vegyíteni.



1. ábra. Büntudat- és szégyenkeltő elemeket tartalmazó posztok Márki-Zay Péter Facebook-kommunikációjában, a 2022. február elseje és április másodika közötti időszakban

Az 1. ábra szemlélteti, hogy az adathalmazban vannak kiugrások: ezek a büntudatra és szégyenre utaló kifejezések számának emelkedését mutatják. Az adatfelvétel vége felé közeledve több az adat és sűrűbb az ábra. Minél közelebb volt a választás napja, az ellenzéki erők miniszterelnök-jelöltje fokozta közösségimédia-jelenlétét, így a szelftudatos morális érzelmi kommunikációját is (lásd a március 15. – április 2. közötti adatok). Bár a büntudaton és szégyenérzeten alapuló erkölcsi leértékelődés a választási verseny során meglehetősen konzisztensnek tűnik, a diagramon február közepén és végén is láthatunk magasságokat. Elmondható, hogy az ellenzéki jelölt az erkölcsi leértékelő erőfeszítéseit nem korlátozta a kampány csúcspontjára vagy más szakaszokra.

BÜNTUDAT

Az ellenzéki jelölt leggyakrabban alkalmazott morális érzelmi üzenete a büntudat volt. Összesen 103 posztban volt utalást morális alapú hibára, bűnre, normasértésre és ezek érzelmi tárgyalására. A túlnyomó többség büntudatkeltő megszólalás volt. A morális érzelm tárgyának, fókuszának és célpontjának alakításával, Márki-Zay Péter a közösségimédia-kommunikációjában változatosan tárgyalta, miért kell büntudatot érezni, kinek kell büntudatot éreznie, és ki okozta a büntudatot. A büntudat fókuszaként és célpontjaként

különböző személyeket, embercsoportokat és intézményeket nevezett meg, a tárgy pedig a fókusz és a célpont alapján változott. Lássuk ezeket részletebben!

Orbán Viktor miniszterelnök

A legtöbb büntudatkeltő üzenet (68 bejegyzés) a 2010 óta kormányon lévő Orbán Viktorra koncentrált. Márki-Zay Péter nemcsak elhatárolódott a jelenlegi kormányfőtől, hanem le is értékelté versenytársát, amikor morálisan kritikával illette. A jelenlegi miniszterelnök ostromozásakor kiemeli Orbán Viktor személyes felelősségét, bűneit és a magyar politikai közösséggel szembeni hibás cselekedeteit. Márki-Zay Péter széleskörű, de konkrét erkölcsi elítéléssel él: a jelenlegi miniszterelnököt felelősnek tartja Magyarország nemzetközi reputációjának tönkretételéért, a korrupción át, az államadósság növekedésig bezárólag számos ügyben. A vád szerint minden hiba és ballépés mögött szándékos károkozás, hatalommal való visszaélés, az európai és általános emberességi normák tudatos semmibevétele, voltaképpen Orbán Viktor morális jellemgyengesége áll. A miniszterelnök morális leértékelését az alábbi igék gyakori használata alapozta meg: „becsapta”,⁴ „megtévesztette”,⁵ „csalódást okozott”,⁶ „hazudik”,⁷ „kihasználja”.⁸ Emellett a jelzők is a morálisan leértékelő kommunikációt erősítik: „aljas”,⁹ „áruló”,¹⁰ „romlott”,¹¹ „elvtelen”,¹² „szemfényvesztő”.¹³ Az ellenzéki jelölt szerint a regnáló miniszterelnök politikailag erős, de tetteit nem az erkölcsi elvek vezérlik, ezért morálisan gyenge jellem.

Ami a büntudatkeltés tárgyát illeti, a hivatalban lévő miniszterelnököt három fő szempontból minősíti bűnösnek: árulás, hatalommal való visszaélés és hazugság. Ezek a politikai közösség ellen elkövethető legnagyobb vétsek. Az árulás az ismert legsúlyosabb, közösségi élethez kapcsolódó bűn. Az árulók megtévesztik barátaikat, jótévedőiket, megszegik az ígéreteket, miközben színlelnek, fenntartják a hűség látszatát. Megítélése súlyosabb, mint akár a gyilkosságé, hiszen míg a gyilkosnak egyetlen vagy legfeljebb néhány személyt a kárvallottja, az árulás a társadalom minden tagjának jólétét és biztonságát csorbítja. Az árulásért kért és kapott büntetés minden esetben nagyon súlyos. Az árulás nemcsak egyéni morális defektus, a politikai közösség értékválságához és a vezetők-vezetettek közötti bizalmi válsághoz vezethet. A legsúlyosabb esetben az árulás a politikai közösség esszenciáját érinti: árulással tönkre tehető a közösség egésze (lásd McConkie, 2012).

Márki-Zay Péter is szélesen értelmezi az árulás bűnét a posztjaiban: Magyarország, a magyar állampolgárok és az ország nyugati szövetségesei, mind Orbán Viktor tettének áldozatai. Orbán Viktor miniszterelnöknek bűnösnek kell éreznie magát, és a választóknak erkölcsileg alantásnak kell tekinteni őt a hitszegése miatt. Itt nagyon komoly erkölcsi számonkérés figyelhető meg, hiszen az árulás vádjá mélyen gyökerező morális ellenszenvet tükröz. A kihívó

fél Orbán Viktornak az ukrajnai háború kapcsán elfoglalt pozícióját erkölcsstelennek tekinti, hiszen elárulja Magyarország politikai szövetségeseit és megbontja az EU és a NATO egységét. Az ilyen hűtlenség Magyarország hírnevére nézve is káros, mivel Orbán Viktor viselkedése miatt a szövetségesek Magyarországra vetett bizalma megrendül. Emellett a miniszterelnök elmulasztotta megvédeni Magyarországot az orosz befolyástól, súlyosan rontva az ország pozícióját a nyugati országok politikai szövetségében.

Az árulás vádjá mellett bírálja a miniszterelnök politikai teljesítményét is. Természetesen nem minden kritikai megjegyzés erkölcsi leértékelés, de a választási kampányok során, amikor a szónok a miniszterelnök tetteit rosszindulattal és a hatalommal való visszaéléssel hozza összefüggésbe, akkor az egyértelműen erkölcsileg releváns állítás és így a büntudatkeltés kommunikációs eszköze. Márki-Zay Péter a közösségi médiában közzétett üzeneteiben Orbán Viktort teszi felelőssé a magyar állampolgárok rossz közérzetéért és anyagi instabilitásáért, indoklásként pedig Orbán Viktor „*gondatlanságát*”,¹⁴ „*hatalommal való visszaélését*”¹⁵ említi. A magyarok a miniszterelnök hataloméhségének és rossz szándékának áldozatai. A szociálpolitika („Orbán Viktor minden magyar ember zsebéből 600 ezer forintot vett ki”¹⁶), a gazdaságpolitika („Orbán miniszterelnök igába hajtja a magyarok nyakát”¹⁷) és az adózás („*igazságtalan*”¹⁸) kifejezetten olyan területként szerepel, ahol a miniszterelnök kárt okoz, sőt egzisztenciális veszélyt jelent.

Megemlítette, hogy a miniszterelnök nem törődik azokkal az emberekkel, akik elszenvedik a kormányzásának következményeit.¹⁹

A hazugság a harmadik aspektus Orbán Viktor morális leértékelésében. Márki-Zay Péter időről időre szándékolt megtévesztéssel vádolja a hivatalban lévő miniszterelnököt. Hazugsággal és propagandával megfosztja a választópolgárokat a szabad és racionális döntési képességtől. Itt kettős leértékelés történik: Márki-Zay Péter közösségimédia-üzenetei a választók emberi autonómiája szempontjából ítélik el a megtévesztést és azt sugallják, hogy Orbán Viktor az, aki nem tiszteli az állampolgárok emberi méltóságát, ezért dehumanizálja őket. A büntudat kiváltására irányuló igény is többretegű: büntudatot kell kelteni a hazugságok elmondása miatt és a megtévesztés erkölcsi következményei miatt.

A fideszes politikai elit

Az ellenzéki erők miniszterelnök-jelöltje 30 Facebook-bejegyzésben foglalkozik a korrupcióval, amit a Fidesz, a Fidesz vezette kormány tagjai és a fideszes szellemi és üzleti elit közös bűneként azonosít. A kollektív büntudatkeltésre alapuló morális leértékelés legjobb példája a 2022. március 29-i bejegyzés: „Csúcsan az áremelkedés: 15 éve nem volt ilyen tragikus a magyar inflációs adat. Ez annak az Orbán-kormánynak a bűne, amelyik az alacsony bérekre, a gazdagok

támogatására, az igazságtalan adórendszerre és a korrupcióra építi gazdaságpolitikáját. A kormány megélhetési válságba taszította Magyarországot.²⁰

Márki-Zay Péter olyan kifejezésekkel, mint például *„lopásban feketeövesek”*²¹ fejezi ki rosszallását azzal kapcsolatban, amit a jelenlegi fideszes elit tesz, és ahogyan irányítja az országot. A politikai purifikáció szükségét az államigazgatás korrupcióval való *„fertőzöttség”-ével* indokolja.²² A korrupciót nemcsak mint jogi kategória értékeli, hanem rámutat az erkölcsi dimenziókra is: a közösség elleni vétkeként, a közszolgálat normáit megsértő cselekedetként, társadalmi igazságtalanságként tárgyalja. A büntudatkeltést növeli az elszámoltatás előre vetítése: *„Ha győzünk, felelni fognak!”*²³

A magyar választók

Márki-Zay Péter egyik különös retorikai fordulata az állampolgárok hibáztatása. Közösségimédia-posztjaiban a választókat is ostorozza: a Fideszre szavazók magukra veszik az Orbán-kormány erkölcsi vétségeit. Három poszt szól arról, hogy a választók nem felelnek meg a felelős állampolgárság mércéjének, feláldozzák a demokratikus értékeket az anyagi érdekek oltárán, nem vesznek tudomást a korrupcióról, a kiszolgáltatottak kirekesztéséről, a társadalmi igazságtalanságokról. Márki-Zay Péter a *„Ne hagyjátok magatokat becsapni”* bibliai igeszakaszra hivatkozva kívánja felébresztetni a morálisan tévelygőket.²⁴ A Fideszre való szavazást a magyar emberek erkölcsi kudarcának minősíti. Emellett önreflexívításra buzdít, arra invitálja a miniszterelnök követőit, gondolkodjanak el azon, hogy miért vonzódnak kollektíve azokhoz a politikai vezetőkhez, akik végül minden nagyobb globális konfliktusban a rossz mellett köteleződnek el.²⁵

Ukrajnai magyar kisebbség

Márki-Zay Péter az ukrajnai magyar közösség kollektív és közvetett büntudatáról is megemlékezik. A feltételezett *„szekunder”* büntudat alapja Orbán Viktor viselkedése lenne. Itt a büntudat célpontja és fókusza egyértelműen különbözik egymástól: a miniszterelnök az érzelm kiváltója, de az ukrajnai magyarok azok, akik megélik az erkölcstelenség miatti kellemetlen érzéseket.

Márki-Zay Péter

A miniszterelnök-jelölt kampányzáró rendezvényén saját büntudatáról is beszámol.²⁶ Bevallja, hogy egykor a Fidesz támogatói közé tartozott, amit már mélységesen megbánt. A büntudat szóbeli jelét mutatja, miközben elismeri,

hogy hatalmas hiba volt, és a Fidesz vezetete kormány teljesítményét látva lelkiismeret-furdalása van. A bűnbánat látszatát kinyilvánítva mutatja be az egykori Fidesz-szavazótól Orbán Viktor ellenségévé válló politikus útját, amit morális érzelmek kifejezéseivel illusztrál. Egyben példát is mutat: van lehetőség leválni a Fidesztől és új politikai közösséget választani.

SZÉGYEN

A bűntudat megvallása, a másodlagos bűntudat és a bűntudatkeltés nyelvezete mellett a szégyenérzetre épülő erkölcsi megítélés is megjelenik Márki-Zay Péter közösségimédia-kommunikációjában. Ezek mindegyike szégyenkeltés, amit összesen 60 Facebook-posztban azonosítottam. A szégyenérzeterjesztés önmagában is fontos a kampánykommunikációban, hiszen célja, hogy meggyőzze a polgárokat, hogy határolódjanak el az erkölcsileg romlottnak minősített személyektől, többnyire politikusoktól, politikai csoportoktól. A kampánykommunikációban a szégyenérzet nem csupán abban különbözik a bűntudatkeltéstől, hogy a posztokban megjelent a „szégyen” szó, hanem abban is, hogy magában foglalja a politikai szereplő (egyéni és kollektív) egész identitásának szóbeli és szöveges elítélését, erkölcsi értékének nem részletezett leminősítését. Az elemzésből kiderül, hogy kinek és miért kell szégyent éreznie, kit kell szégyenteljesnek tekinteni, és kinek kell tanúsítania a felismert szégyen viselkedéses megnyilvánulását, például a politikából történő kivonulást.

A szégyenkeltő és bűntudatra apelláló leértékelő megszólalások elsősorban Orbán Viktorra, a fideszes elitre és az állampolgárok egy csoportjára vonatkoznak. Ez a nagyfokú egybeesés tudatos kommunikációs fogásra utal: a miniszterelnök-jelölt a szégyenkeltést a fokozás retorikai eszközeként használja. Az ismétlés a morális leértékelés üzenete, a növekmény pedig minőségi, vagyis a specifikus cselekedetek leértékelésétől az általános politikai „szelf” degradálásáig tart.

Orbán Viktor miniszterelnök

A szégyenre utaló legtöbb üzenet (43 poszt) a hivatalban lévő miniszterelnök jellemhibáit tárgyalja. A megszégyenítés a miniszterelnöknek az ukrainai háborúval kapcsolatos magatartásához és nyilatkozataihoz kapcsolódik. A viszszerterően megjelenő „becstelen” és „gátlástalan” címkék arra utalnak, hogy Márki-Zay Péter a politikai riválisának morális alávalóságát azonosítja.²⁷ A kihívó azt állítja, hogy ellenfele híján van a morális érzéknek és voltaképpen ez az oka Magyarország problémáinak.²⁸ A szégyenkeltés tárgya főként az Euró-

pai Unió intézményeivel és a nyugat-európai országok vezetőivel kapcsolatos nézeteltérésekre vonatkozik: ezekben a konfliktusokban Orbán Viktor lejárta magát, nem felel meg az Európai Unióhoz méltó politikusok kritériumának. Ami azonban lényegesebb, hogy Orbán Viktor morális gyengesége immár minden külföldi partnerei előtt ismert.²⁹ A szégyenkeltés legmagasabb foka jelenik meg: a lelepleződés és az azzal járó morális megsemmisülés nemzetközi szintésre kerül. A kihívó diszkurzívan csatlakozik a megaláztatáshoz azzal, hogy Orbán Viktor megalázásának híret terjeszti hívei körében. Márki-Zay Péter kiemeli, hogy az európai elit, sőt még olyan korábbi politikai barátok, mint a lengyel miniszterelnök is elhatárolódnak Orbán miniszterelnöktől, ami elszigeteli őt a választott politikai közösségtől.³⁰ Az erre a politikai kiközösítésre való hivatkozás egyben a szégyenkeltés eszköze: Orbán Viktor miniszterelnök erkölcsi bukása magával rántja Magyarországot és kárt okoz a magyaroknak. A szégyen aktiválása érdekében a kommunikátor Magyarország zuhanását közvetlenül összekapcsolja a politikai vezető korrupt személyiségével. Az üzenet egyértelmű: egy morálisan alávaló miniszterelnökkel nem lehet helyreállítani az ország jó hírnevét, ezért Orbán Viktornak vissza kell vonulnia a politikától. A kihívó nemcsak a miniszterelnök egyéni szégyenérzetét kívánja felkelteni, hanem arra szólítja fel támogatóit, hogy tekintsék becstelen politikusnak a hivatalban lévő miniszterelnököt, és arra akarja rávenni a választókat, hogy kényszerítsék a politikai életből való távozásra Orbán Viktort.

Magyar állampolgárok

Hét Facebook-bejegyzésben a miniszterelnök-jelölt kifejezetten a magyar állampolgárok közvetett vagy szekunder szégyenérzetéről tesz említést. Az érzelem tárgya itt is a nemzetközi reputáció, fókusza – tehát, aki okozza az érzést – Orbán Viktor, de célcsoportja a magyarok. „Emiatt az arc miatt ítélik meg a magyarokat, egy ember miatt, aki hol ide fordul, hol oda, »kisstíliú játszmáit játssza« a világ politikai színpadán, aki felelős azért, hogy 1848-cal ellentétben most egyre többen szégyenkeznek azért, hogy magyarok.”³¹

Márki-Zay Péter nemcsak a szekunder szégyenről számol be, hanem meg is mondja, mit kell tenni a kellemetlen érzés felszámolására: a megoldás Orbán Viktor eltávolítása. Itt kettős szégyenkeltő retorika azonosítható: ha a polgárok továbbra is elfogadnak vagy eltérnek egy morálisan alávaló miniszterelnököt, akkor ők is elbuknak az erkölcsi megméretésen. A miniszterelnök-jelölt arra utal, hogy a magyar emberek érezni fogják a megaláztatást és szégyenkezni fognak, különösen külföldön, amennyiben nem szavazzák le Orbán Viktor miniszterelnököt. Azt sugallja, hogy a politika erkölcsi megtisztítását végül is az állampolgároknak kell elvégezniük.

A fideszes politikai és kulturális elit

A miniszterelnök-jelölt hét Facebook-bejegyzésben érvel a mellett, hogy morálisan tarthatatlan a Fidesznek és az Orbán-kormánynak dolgozni és aggodalmát fejezi ki a vezető kormánytisztviselők, a párttagok, a Fidesz-barát újságírók és véleményformálók erkölcsi integritásával kapcsolatban. Márki-Zay Péter „*aberrált*”,³² „*gyalázatos*”,³³ „*szégyenletes*”³⁴ kifejezésekkel illeti őket.

Politikai riválisok

Márki-Zay Péter négy Facebook-bejegyzésben bírálja azoknak a miniszterelnök-jelölteknek az erkölcsiségét, akiknek pártja egyedül indul a választásokon és akik nem támogatják a közös ellenzéki erőket. Ezt a kormánypártokkal való politikai összejátszásnak tartja, állítása szerint szavazatlopás történik. Bár el akarják titkolni, a miniszterelnök-jelölt „*leleplezi a valódi természetüket*”.³⁵ Márki-Zay Péter az ellenzéki versenytársait tisztességtelen szereplőnek tartja.

ÖSSZEGZÉS

A tanulmányban bemutatott kutatás Márki-Zay Péter miniszterelnök-jelölt 2022-es kampánykommunikációját vizsgálta meg. A jelölt Facebook-posztjaiban megjelenő büntudat és szégyen textuális, illetve verbális megjelenései nemcsak a szűken vett politikai ellenfelek – Orbán Viktor és a fideszes politikusok – morális leértékelését célozták, hanem a politikai élet mély és széleskörű megtisztítását irányozták elő. Másként fogalmazva: az MZP-projekt a politikai élet teljesen új erkölcsi alapokra helyezésének ígéretével állt el. Ennek a kicsúcsosodását láthattuk az országgyűlési kampányban és a bukását a választások napján.

A kvalitatív tartalomelemzésből kiderül, hogy a közösségimédia-üzenetek 38 százaléka tartalmaz erkölcsileg leértékelő elemeket. A megállapítás összhangban van a korábbi tanulmányok megfigyelésével: a választási versenyben a kihívók a politikai retorikájukban hajlamosak a vádaskodó és az erkölcsi érzelmi nyelvezet keverésére. Az adatok azt mutatják, hogy a miniszterelnök-jelölt a kampány utolsó nyolc hetében gyakran alkalmazta a büntudatkeltést és a megszegyenítést, ami arra utal, hogy az érzelmi alapú erkölcsi kihívás volt az egyik legfontosabb kommunikációs eleme a 2010 óta hivatalban lévő Fidesz legyőzésére irányuló hadjáratnak. Tekintettel arra, hogy a hagyományos médiumok forrásként idézik a politikusok közösségimédia-kommunikációját, okkal feltételezhetjük a morális leértékelések Facebookon túli nyilvánosságban való megjelenését is.

A büntudat és szégyen tárgyának, célpontjának és fókuszának vizsgálatával az elemzés rávilágít a különböző kommunikációs eszközök, kifejezések és szóhasználatok változatos politikai használatára. Először is: a negatív kampány eszköze, az ellenfelek kellemetlen színben való feltüntetése. Másodszor: a hatalmon lévők erkölcsi jellemének kemény bírálatával azt sugallja a választóknak, hogy az erős erkölcsi érzék értékesebb, mint a politikai tapasztalat. Harmadszor pedig: Márki-Zay Péter a magyar választók számára feladatként írta elő a közügyekben való személyes felelősségvállalást. A jelölt szerint tehát egyenes út kell, hogy vezessen a morális ítélettől a politikai cselekvésig.

A 2022-es országgyűlési választások eredménye azonban kedvezőtlen volt a jelölt számára: a kormányzó Fidesz elsőprő győzelmet aratott, ami a negyedik egymást követő kétharmados többséghez vezetett a magyar parlamentben. Bár nincs adat a morális beszédmód és a sikertelenség kapcsolatáról, a választási eredmények óvatosságra intenek. A morális elítélésre épülő beszédmód ugyanis kockázatos, hiszen a jelöltről könnyen kialakulhat a gőgös, fennhéjázó és öntelt politikus látszata. A purifikátorság másként is a visszájára fordulhat. A jelölt a folytonos leértékeléssel akaratlanul is a politika egészéről alakít ki kedvezőtlen képet: a választók egy része ugyanis morális alapon hátat fordít a közéletnek, hisz az nyilvánvalóan mocskos és tele van erkölcsileg elítélhető személlyel. Márki-Zay Péterrel kapcsolatban persze lehetett olyan remény, hogy ő egyáltalán nem erkölcstelen, voltaképpen erre játszott rá a purifikátori szerepével. Az eredmények azonban kételyeket ébresztenek.

A tanulmány azonban mégsem állítja, hogy a büntudat- és szégyenkeltés teljesen elhibázott politikai kommunikációs stratégia. Egy amerikai kutatás szerint a büntudatra való fogékonyság és az erősebb morális érzékenységnek politikai relevanciája van: a maguk és mások erkölcsi megítélésére, a lelkiismeret-furdalásra hajlamosabb emberek nagyobb arányban szavaznak demokrata párti jelöltekre (Tatum–Nai, 2022). Elméletileg tehát lehetséges szavazóbázist teremteni büntudatra és szégyenre építve.

A kutatás több irányban is továbbfejleszthető. Kívánatos a morális érzelmek listájának bővítése, vagyis a büntudat- és szégyenkeltés mellett, morális szempontból is releváns egyéb érzelmi elemek, például a harag, az undor vagy a büszkeség vizsgálata. Újabb feltárás irányulhat az audiovizuális szempontok beemelésére, azaz a vágástechnikák, hanghatások, a beszélő hangszínének a morális leértékeléssel történő összekapcsolására.

JEGYZETEK

- ¹ Bene Márton és szerzőtársai Márki-Zay Péter közösségi médiaaktivitását más párt- és politikai vezetőkkel összehasonlító elemzésben tárgyalták (Bene et al., 2022). Az ellenzéki miniszterelnök-jelölt nyelvi fordulatai, retorikai eszközkészlete azonban nem került feltárára.
- ² „A jobbikosok nem árulók, csak Jakab állt össze Dobrevvel” – exkluzív interjú Márki-Zay Péterrel”, *valaszonline.hu*, 2021. október 4.
- ³ A letöltéseket Farkas Eszter végezte, munkájáért köszönet illeti.
- ⁴ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid02TEV6rkSseZ9yjQ7HTBmd1AfZeHwsN9h8AfhVCLCFNYXukys6DbeewqBYZYfVaaVVI>
- ⁵ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid0SoUdfZWeV4UdZVb4WFjwEqt7YewnbnMXtj2d98Q86rCZsS2oDdf7dn3BWwtK3eekl>
- ⁶ <https://www.facebook.com/markizaypeter/videos/531860534760969/>
- ⁷ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid02DbUYLMd3nnJLXkXj5rC54qgcftSSwem9fjuLDVGNtAiMT1Wsj9ncT3MkhXbp6nHKI>
- ⁸ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid0puVeQgLzccQ5XWEPjD3aEUy3QBmhBdmuPpzT9XmWV8vMvXDNQyN3G7q8dD9cEVil>
- ⁹ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid02hCVozQbV3jjPRy7vtgnjqQFRHrFh8uAmvt5ufKPzucSfzxj7cr3jiA14BiyP6cBI>
- ¹⁰ <https://www.facebook.com/markizaypeter/videos/7615181065190578>
- ¹¹ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid02uNSBvLKUk4NXAcwAWYjwk4Bdz4Z2yj3CjvVs7gfrisBwMcBPkGQomToQVptL1Ms6l>
- ¹² <https://www.facebook.com/markizaypeter/videos/541588123900939/>
- ¹³ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid029MeMwrdFypbimvCsBamcTJRj3Jbjdb12cJrsJR2qgKA4krffd9JVDLti1VNMmrXz9l>
- ¹⁴ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid023ZAysnh3drMHJrAtXHfAbD1iQzujB7ozHj6C9gvrbcct2jhTxbGpm7SHL5xTzJtyl>
- ¹⁵ <https://www.facebook.com/markizaypeter/videos/531860534760969/>
- ¹⁶ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid0snayXzjGrxiAF31k9Mqo6kNeLoBRp3aki1XFLTJ28cXb9HiWnrV8y2PBGvR75unjl>
- ¹⁷ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid0qGgUfzmGiijyzj54wAAQoLnw8ezPCGRo7feFbUcjXtW9KH9aCYWNanorWQhfvkDyUl>
- ¹⁸ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid035TUBFg39d9Wr5XnsCveTR2vdn1EsMpW98gzk6ZDKm8XjWNTgKxLevgNjCMB5nnCCI>
- ¹⁹ <https://www.facebook.com/markizaypeter/videos/346080727457397/>
- ²⁰ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid035TUBFg39d9Wr5XnsCveTR2vdn1EsMpW98gzk6ZDKm8XjWNTgKxLevgNjCMB5nnCCI>
- ²¹ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid0L5bZcoU8NBYyYqCCHRyctB3Tq9fdd2AUPzjfqXpk6P9zNoWt5arU7cD23KByumF5Sl>
- ²² <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid0bCZ46zMHLQgwbETbtR3ipqokDYhL5cYCEh6NQGnDQI9tGyh8ikCbKQ2PYrg4u8Ql>

- ²³ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid0bCZ46zMHLQgwbBETbtR3ipqokDYhL5cYCEh6NQGnDQI9tGyh8ikCbKQ2PYrg4u8Ql>
- ²⁴ <https://www.facebook.com/markizaypeter/videos/653595362540534/>
- ²⁵ <https://www.facebook.com/klubradio/videos/484874290011813/>
- ²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=4V3xfFmDoUc>
- ²⁷ <https://www.facebook.com/markizaypeter/videos/677099656663499/>
- ²⁸ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid0L5bZcoU8NBYyYqCfHRYctB3Tq9fdd2AUPzjfqXpk6P9zNoWt5arU7cD23KByumF5Sl>
- ²⁹ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid02FczRTFPknq53jjasiJcGcHqpgC7mXw8XDDxXceyjoaTtCnDiRpF3FwQ19LSva8Wyl>
- ³⁰ <https://www.facebook.com/markizaypeter/videos/629063604830890/>
- ³¹ <https://www.youtube.com/watch?v=0Pys19SAOv4>
- ³² <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid0rQyQLiomkzyqbfy4DtQra55sHXjN2bQmBVyyCphNusnsqvnBsUUqmVjsHTQXURI>
- ³³ <https://www.facebook.com/markizaypeter/videos/7615181065190578>
- ³⁴ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid02uNSBvLKUK4NXACwAWYjwk4BdZ4Z2y3CjvVs7gfrisBwMcBpkGQomToQVptL1Ms6l>
- ³⁵ <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/pfbid02XjiVxmQt9cH1zxvgt8112tZB9zquJhGRPyPcN9Z2YcEYqnmFNi4zaaobh2J2M9MI>

IRODALOM

- Ahmed, E.–Harris, N.–Braithwaite, J.–Braithwaite, V. (2001): *Shame management through reintegration*. Cambridge University Press.
- Alford, C. F. (1990): The organization of evil. *Political Psychology*, 11(1): 5–27. <https://doi.org/10.2307/3791512>
- Andok Mónika (2020): A társadalmi nyilvánosság kutatásának affektív fordulata. *Jel-Kép*, 2002/2, 22–34. <https://doi.org/10.20520/JEL-KEP.2020.2.23>
- Antonetti, P.–Baines, P. (2015): Guilt in marketing research: an elicitation–consumption perspective and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 17 (3): 333–355. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12043>
- Arisztotelész (1982): *Rétorika*. Gondolat, Budapest.
- Bassan-Nygate, L.–Heimann, G. (2022): Dealing with guilt and shame in international politics. *International Relations*, OnlineFirst, 1. <https://doi.org/10.1177/00471178221086147>
- Benoit, W. L.–Pier, P. M.–Brazeal, L. M. (2002): *The primary decision: A functional analysis of debates in presidential primaries*. Greenwood Publishing Group.
- Becker, H. S. (1963): *Outsiders. Studies in the sociology of deviance*. Glencoe, New York.
- Brady, W. J.–Crockett, M. J.–Van Bavel, J. J. (2020): The MAD Model of Moral Contagion: The Role of Motivation, Attention, and Design in the Spread of Moralized Content Online. *Perspectives on Psychological Science*, 15(4): 978–1010. <https://doi.org/10.1177/1745691620917336>

- Brady, W. J.–Wills, J. A.–Jost, J. T.–Tucker, J. A.–Van Bavel, J. J. (2017): Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 114 (28): 7313–7318. <https://doi.org/10.1073/pnas.1618923114>
- Braithwaite, J. – Braithwaite, V. (2001): Shame, shame management and regulation. In: Ahmed, Eliza–Harris, Nathan–Braithwaite, John–Braithwaite, Valerie. *Shame management through reintegration*. Cambridge University Press. 3–72.
- Broucek, F. J. (1991): *Shame and the Self*. Guilford Press.
- Busby, E. C.–Gubler, J. R.–Hawkins, K. A. (2019): Framing and blame attribution in populist rhetoric. *The Journal of Politics*, 81 (2): 616–630. <https://doi.org/10.1086/701832>
- Carey, J. W. (2002): Political ritual on television: Episodes in the history of shame, degradation and excommunication. In: Tamar Liebes (ed): *Media, ritual and identity*. Routledge. 42–70.
- Cramer, P. (2006): *Protecting the Self: Defense Mechanisms in Action*. Guilford Press, New York.
- Covington, M. V.–Omelich, C. L. (1984): An empirical examination of Weiner’s critique of attributional research. *Journal of Educational Psychology*, 76 (6): 1214–1225. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.76.6.1214>
- Curini, L.–Martelli, P. (2015): A case of valence competition in elections: Parties’ emphasis on corruption in electoral manifestos. *Party Politics*, 21 (5): 686–698. <https://doi.org/10.1177/1354068813491540>
- Daniels, M. A.–Robinson, S. L. (2019): The shame of it all: A review of shame in organizational life. *Journal of Management*, 45 (6): 2448–2473. <https://doi.org/10.1177/0149206318817604>
- Direk, Z. (2020): Politics of Shame in Turkey: Public Shaming and Mourning. *SOPHIA*, 59: 39–56. <https://doi.org/10.1007/s11841-020-00772-x>
- Erikson, K. T. (2004): *Wayward puritans: A study in the sociology of deviance*. Prentice Hall, Boston.
- Escalante-Block, E. (2018): Hugo Chávez’s Use of Emotional Appeals. *Comunicazione politica*, 19 (1): 51–72.
- Fazekas S. (2017): Egy új erkölcsi maxima: Ne szégyeníts, és ne szégyenkezzél! A szégyen teológiai értelmezése és szociáletikai relevanciája. In: Balogh, László L.–Horváth, Andrea–Pabis, Eszter (szerk.): *A szégyen reprezentációi*. Debreceni Egyetemi Kiadó. 23–48. <https://doi.org/10.24193/subbtref.63.1.02>
- Fontanilla, E.–Juszczak, M.–Messina, R. (2020): Emergence of Manichean Political Rhetoric–Theoretical Modeling of Predictive Frameworks. *International Journal of Pedagogy, Innovation and New Technologies*, 7 (2): 78–87. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.6875>
- Fourie, P. J. (2018): The communication style of social media communication. *The International Journal of Interdisciplinary Social and Community Studies*, 13 (2): 1–10. <https://doi.org/10.18848/2324-7576/CGP/v13i02/1-10>
- Goffman, E. (1963): *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Glover, J. (1970): *Responsibility*. Routledge and Kegan Paul, London.
- Hameleers, M.–Bos, L.–De Vreese, C. H. (2017): “They did it”: The effects of emotionalized blame attribution in populist communication. *Communication Research*, 44 (6): 870–900. <https://doi.org/10.1177/0093650216644026>

- Hameleers, M.–Bos, L.–De Vreese, C. (2018a): Framing blame: toward a better understanding of the effects of populist communication on populist party preferences. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 28 (3), 380–398. <https://doi.org/10.1080/17457289.2017.1407326>
- Hameleers, M.–Bos, L.–De Vreese, C. H. (2018b): Selective exposure to populist communication: How attitudinal congruence drives the effects of populist attributions of blame. *Journal of Communication*, 68 (1): 51–74. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx001>
- Hameleers, M.–Bos, L.–de Vreese, C. H. (2019): Shoot the messenger? The media’s role in framing populist attributions of blame. *Journalism*, 20 (9): 1145–1164. <https://doi.org/10.1177/14648849176981>
- Hansson, S.–Page, R.–Fuoli, M. (2022): Discursive Strategies of Blaming: The Language of Judgment and Political Protest Online. *Social Media + Society*, 8 (4). <https://doi.org/10.1177/20563051221138753>
- Hess, D.–Martin, B. (2006): Repression, backfire, and the theory of transformative events. *Mobilization: An International Quarterly*, 11 (2): 249–267. <https://doi.org/10.17813/maiq.11.2.3204855020732v63>
- Ho, D. Y. F. (1976): On the concept of face. *American Journal of Sociology*, 81 (4): 867–884. <https://doi.org/10.1086/226145>
- Iyer, A.–Schmader, T.–Lickel, B. (2007): Why individuals protest the perceived transgressions of their country: The role of anger, shame, and guilt. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33 (4): 572–587. <https://doi.org/10.1177/0146167206297402>
- Jamieson, K. H. (1996): Packaging the presidency: A history and criticism of presidential campaign advertising. (3rd ed.) Oxford University Press, New York. <https://doi.org/10.1093/oso/9780195089417.001.0001>
- Jasper, J. (1997): *The Art of Moral Protest*. University of Chicago Press, Chicago. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226394961.001.0001>
- Jaworsky, B. N.–Qiaoan, R. (2021): The politics of blaming: The narrative battle between China and the US over COVID-19. *Journal of Chinese Political Science*, 26 (2): 295–315. <https://doi.org/10.1177/014616720629740210.1007/s11366-020-09690-8>
- Johannesson, L.–Weinryb, N. (2021): How to blame and make a difference: Perceived responsibility and policy consequences in two Swedish pro-migrant campaigns. *Policy Sciences*, 54 (1): 41–62. <https://doi.org/10.1007/s11077-020-09407-x>
- Kahn, K.–Kenney, P. J. (2004): No holds barred: Negativity in U.S. Senate campaigns. Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kaplan, U.–Tivnan, T. (2014): Multiplicity of emotions in moral judgment and motivation. *Ethics – Behavior*, 24 (6): 421–443. <https://doi.org/10.1080/10508422.2014.888517>
- Kazlauskaitė, R., Salmela M. (2022): Mediated emotions: shame and pride in Polish right-wing media coverage of the 2019 European Parliament elections. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 35 (1): 130–149. <https://doi.org/10.1080/13511610.2021.1952551>
- Kleres, J.–Wettergren, A. (2017): Fear, hope, anger, and guilt in climate activism, *Social Movement Studies*, (16) 5: 507–519. <https://doi.org/10.1080/14742837.2017.1344546>
- Klonick, K. (2015): Re-shaming the debate: Social norms, shame, and regulation in an internet age. *Md. Law Review*, 75 (4): 1029–1065. <https://digitalcommons.law.umaryland.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://doi.org/10.2139/ssrn.2638693&httpsredir=1&article=3720&context=mlr>, <https://doi.org/10.2139/ssrn.2638693>

- Kroll, J.–Egan, E. (2004): Psychiatry, moral worry, and the moral emotions. *Journal of Psychiatric Practice*, 10(6): 352–360. <https://doi.org/10.1097/00131746-200411000-00003>
- Kugler, K.–Jones, W. H. (1992): On conceptualizing and assessing guilt. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62 (2): 318–327. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.62.2.318>
- Lucardie, P. (2000): Prophets, Purifiers and Prolocutors: Towards a Theory on the Emergence of New Parties. *Party Politics*, 6 (2): 175–185. <https://doi.org/10.1177/135406880006002003>
- Martin P. Y. (2006): Practising gender at work: further thoughts on reflexivity. *Gender, Work and Organization*, 13(3): 254–276. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2006.00307.x>
- McConkie, J. T. (2013): State Treason: The History and Validity of Treason Against Individual States. *Kentucky Law Journal*, 101 (2): Article 3. <https://uknowledge.uky.edu/klj/vol101/iss2/3>
- McDonald, L. (2020): Shaming, Blaming, and Responsibility. *Journal of Moral Philosophy* (published online ahead of print 2020). <https://doi.org/10.1163/17455243-BJA10064>
- Mihályffy Zs. (2009): *Politikai kampánykommunikáció elméletben és gyakorlatban*. L'Harmattan, Budapest.
- Nai A. (2020): Going negative, worldwide: Towards a general understanding of determinants and targets of negative campaigning. *Government and Opposition*, 55 (3): 430–455. <https://doi.org/10.1017/gov.2018.32>
- Nábelek F. (2021): Negatív kampány Magyarországon. A negatív kampány megjelenése az 1998 és 2018 közötti választási kampányokban. *Doktori értekezés*. https://phd.lib.uni-corvinus.hu/1246/1/Nabelek_Fruzsina_dhu.pdf
- Pinto, M. B.–Priest, S. (1991): Guilt Appeals in Advertising: An Exploratory Study. *Psychological Reports*, 69 (2): 375–385. <https://doi.org/10.2466/pr0.1991.69.2.375>
- Post, J. M. (1993): Current concepts of the narcissistic personality: Implications for political psychology. *Political Psychology*, 14: 99–121. <https://doi.org/10.2307/3791395>
- Schumacher, G.–Rooduijn, M.–Bakker, B. N. (2022): Hot populism? Affective responses to antiestablishment rhetoric. *Political Psychology*, 43 (5): 851–871. <https://doi.org/10.1111/pops.12832>
- Simion M. (2021): Blame as performance. *Synthese*, 199: 7595–7614. <https://doi.org/10.1007/s11229-021-03130-7>
- Skonieczny, A.–Boggio, G. D. (2023): Saying the Unspeakable: Populism, Performance and the Politics of Covid-19. In: Lacatus, C.–Meibauer, G.–Löfflmann, G. (eds) *Political Communication and Performative Leadership*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-41640-8_10
- Szabó G.–Kiss B. (2021): Politikai kommunikáció és expresszivitás. *Politikatudományi Szemle*, 30 (2): 39–59. <https://doi.org/10.30718/POLTUD.HU.2021.1.39>
- Stokes, D. E. (1992): Valence Politics. In: D. Kavanagh (szerk.): *Electoral Politics*. Clarendon Press, Oxford, 141–162. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198273813.003.0007>
- Stephenson, S. (2021): A ritual civil execution: public shaming meetings in the post-Stalin Soviet Union. *Journal of Applied Social Theory*, 1 (3): 112–133. <https://socialtheoryapplied.com/journal/jast/article/view/69/117>
- Szekely, R. D.–Miu, A. C. (2015): Incidental emotions in moral dilemmas: The influence of emotion regulation. *Cognition and Emotion*, 29 (1): 64–75. <https://doi.org/10.1080/02699931.2014.895300>
- Tangney, J. P.–Dearing, R. L. (2003): *Shame and guilt*. Guilford Press, New York.

- Tangney, J. P.–Stuewig, J.–Mashek, D. J. (2007): Moral emotions and moral behavior. *Annu. Rev. Psychol.*, 58: 345–372. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.56.091103.070145>
- Takács E. (2017): A szegény problematikája a későmodernitásban. Kortárs szociológiai megközelítések. In: Balogh, László L.–Horváth, Andrea–Pabis, Eszter (szerk.) *A szegény reprezentációi*. Debreceni Egyetemi Kiadó, 87–96.
- Tatum, A.–Nai, A. (2022): Entitled and self-conscious? The ego-centric underpinnings of electoral preferences during the 2020 U.S. election. *Research – Politics*, 9 (4): 205316802211455 <https://doi.org/10.1177/20531680221145554>
- Tileaga, C. (2012): Public apologia, moral transgression and degradation ceremonies. *Psihologia sociala*, 30: 67–78.
- Tóka, G.–Popescu, M. (2021): The Hungarian Opposition Primaries of Fall 2021: Testing the Feasible in an Authoritarian Regime. *Studia Politica: Romanian Political Science Review*, 21 (2).
- Trent, J. S.–Friedenberg, R. V. (2000): *Political campaign communication: Principles and practices*, 4/e. Praeger, Westport.
- Vangelisti, A. L.–Daly, J. A.–Rae Rudnick, J. (1991): Making people feel guilty in conversations: Techniques and correlates. *Human Communication Research*, 18(1): 3–39. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1991.tb00527.x>
- Wahl-Jorgensen, K. (2019): *Emotions, media and politics*. John Wiley – Sons.
- Watson, G. (2004): *Agency and Answerability*. Clarendon Press, Oxford. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199272273.001.0001>
- Weiner, B.–Graham, S.–Chandler, C. (1982): Pity, anger, and guilt: An attributional analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8 (2): 226–232. <https://doi.org/10.1177/0146167282082007>
- Wodak R. (2006): Blaming and denying: Pragmatics. In: Brown K. (ed.): *Encyclopedia of language – linguistics*, 2nd ed. vol. 2, 59–64. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B0-08-044854-2/04307-8>