

MÁRKI-ZAY PÉTER POLITIKAI STÍLUSA

A politikai stílus kutatásának módszere

Lovász Dorottya

(ELTE ÁJK Politikatudományi doktori iskola)

*A tanulmány beérkezett: 2023. július 23., opponálás: 2023. július 25. – 2023. szeptember 15.,
véglegesítés: 2023. november 28.*

ÖSSZEFOGLALÓ

A stílus a politikai kommunikáció és jelentésteremtés egyik fontos multimodális eszköze, ennek ellenére az elemzések többsége elválasztja a különböző érzékszervi csatornákat használó kommunikációs formákat. A vizsgálatok egy-egy modalitásra – leginkább szövegekre és képekre – fókuszálnak, a verbális és nonverbális elemek összjátéka így rejtve marad. Tanulmányomban azt szeretném bemutatni, hogy a szövegek és képek elemzésével hogyan lehet meghatározni egy politikai szereplő stílusát. Kutatásomban Márki-Zay Péter politikai kommunikációját elemeztem a Facebookon, aki a magyar ellenzék miniszterelnök-jelöltje volt 2022-ben. Elsősorban Robert Hariman elemzői nézőpontját használtam, amely alkalmas volt a politika esztétikai aspektusainak bemutatására. A tartalomelemzéshez a Hariman által létrehozott stílustipológiát vettem alapul, azokból indikátorokat hoztam létre. A klaszszifikációt kiegészítendő a multimodális elemzéshez Gunther Kress és Theo Van Leeuwen társadalomszemiotikai elméletét is alkalmaztam. A kutatási eredmények megerősítik, hogy Hariman stílusából képzett indikátorokkal a politikusok stílusa meghatározható. Továbbá ezek a stílus kategóriák nem kizárják, hanem inkább kiegészítik egymást.

Kulcsszavak: politikai stílus ■ Márki-Zay Péter ■ multimodalitás ■
társadalomszemiotika ■ közösségi média

A stílus a politikatudományban több jelentéssel bíró fogalom. Míg az ókori görög retorikai hagyományok szerint az alkalomhoz illő beszédet jelenti (Fortenbaugh, 2007), a választói magatartás-elmélet vagy a gender studies már pártválasztást befolyásoló tényezőként határozta meg a stílus fogalmát (Ankersmit, 1996; Pels, 2003; Hargrave–Blumenau, 2022). Más megközelítések, mint amilyen a vezetéskutatás, a vezetési stílust a hatékony politikai cselekvéssel azonosították (Mumford et. al., 2001, 2007, 2008). A szemiotikai megközelítés pedig a verbális és nonverbális jelek együttes jelentéseként deklarálta a stílust (Charteris-Black, 2007, 2011). A megközelítések kutatási irányonként és nézőpontonként eltérőek lehetnek, de abban egyetértenek, hogy a stílust, a politika lényegi elemeként, a meggyőzés fontos eszközeként feltételezik.

Robert Hariman 1995-ben megjelent *Political Style: The Artistry of Power* című könyvében a korábbi megközelítésektől eltérő, új megvilágításba helyezte a politikai stílus fogalmát. Az általa meghatározott négy politikai stílust (realista, bürokratikus, udvari, és köztársasági) irodalmi alkotások segítségével mutatja be. Ugyan Hariman nézőpontja ötvözi a retorika és a szemiotika eszközkészletét, stíluskutatásának hiányossága, hogy könyvében kizárólag szövegek elemzésével foglalkozik. A szövegeken túlmutató információforrások vizsgálata, mint például a képek, mozgóképek, testbeszéd vagy az öltözet ki marad az elemzéséből.

Jelen feltáró kutatás célja kettős. Egyrészt a Hariman által létrehozott négy stílus kategóriából indikátorokat meghatározni, majd ezeket tipológiává alakítani, amely alkalmas a politikai vezetők stílusának azonosítására. Másrészt pedig az egyes stílusokhoz tartozó vizuális elemeket detektálni az eredeti harimani, szöveges alapú kutatás kiegészítésére. A tipológia működésének illusztrálására a tanulmány Márki-Zay Péternek, a 2022-es országgyűlési választás ellenzéki miniszterelnök jelöltjének politikai stílusát vizsgálja, a saját Facebook-oldalán közzétett szöveges és képi anyagokon keresztül. A vizsgálat módszere deduktív tartalomelemzés, a társadalomszemiotika segítségével. A vizsgálat a hivatalos kampányidőszak kezdetétől, 2023. január 11-től a kampány értékeléséig, 2023. április 30-ig közzétett Facebook-posztokon történik.

A tanulmány első részében a stílus kutatás politikatudományon belüli főbb irányzatait járom körbe. Ezt követően Hariman (1995) módszerét és az általa létrehozott stílus kategóriákat mutatom be. Ezután a kutatás módszerét, majd a Márki-Zay Péter politikai stílusára vonatkozó eredményeket részletezem. Végül a következtetéseken túl további kutatási lehetőségeket is felvázolok.

Márki-Zay Péter politikai stílusának vizsgálata jól szemlélteti, hogy a stílusok ideáltípusonként működnek, a politikában minden bizonytalansággal ötvözteként jelennek meg. Mindazonáltal lehetnek hangsúlyeltolódások: az ellenzéki miniszterelnökjelölt kommunikációját a vizsgált időszakban leginkább a köztársasági stílus jellemezte, de valamelyest a bürokratikus és az udvari stílusok elemeit is megfigyeltem. Márki-Zay Péter stílusára a legkevésbé a realista stílus elemei voltak jellemzőek.

A POLITIKATUDOMÁNY ÉS A STÍLUSKUTATÁS

A klasszikus retorikai iskola szerint a stílus retorikai konvenciók egyvelegét, azon belül is a megfelelő szavak kiválasztását jelentette (Fortenbaugh, 2007). A leglényegesebb szempont az alkalomhoz illő stílus kiválasztása volt, a lehető legnagyobb hatás elérése érdekében (Charteris-Black, 2014). Bár a retorikai hagyományok ma is jelentős hatással bírnak a politikai stílus kutatásában, a

kortárs politikatudományban a stíluskutatókat két másik megközelítés jellemzi inkább. Az egyik a különböző vezetői stílusok meghatározására törekszik, amelyek főként közpolitikai jelentéssel bírnak (Mumford et al. 2007). A másik kutatási irány a szemiotikai megközelítés, amely a jelek értelmezésének tudományaként a politikai vezető kommunikációs gesztusainak eredetét, társadalmi beágyazottságát és jelalkotó tevékenységét kutatja (Charteris-Black, 2007, 2011, 2014).

A vezetéskutatás a kormányzási és a vezetői/vezetési stílusokat vizsgálja. Ezek a kutatások az olyan viselkedésmintákat kutatják, amelyek egy adott politikai szituációban a lehető leghatékonyabbnak tűnnek (Charteris-Black, 2017). A kormányzási stílus a közpolitikai elemzésekhez áll a legközelebb. Egyrészt a közpolitikai eszközök használatáról, másrészt a befolyásos közpolitikai szereplők megszólalásai, gesztusai hatékonyságáról értekeznek (Richardson et al., 1982). A vezetői stílusok körvonalazására, a szakirodalomban számos kísérlet született. Burns (1978) tranzakciós és transzformatív vezető-modelljében, a vezető célja a közös cselekvés elérése. Vroom és Yetton (1973) autokratikus, konzultatív, csoportos és delegáló vezetőt leíró modellje a döntéshozatal kizárólagos vagy megosztott voltát vizsgálja. Mumford és szerzőtársainak (2001, 2007, 2008) karizmatikus, ideologikus és pragmatikus vezetői stílust leíró modellje (CIP-modell) szerint a karizmatikus vezető identitást ad a követőinek, míg az ideologikus a választók már meglévő identitására építkezve lép fel, a pragmatikus vezető pedig racionalitása és az intézmények tisztelete jellemzi (Boda, 2020: 153.; Kiss, 2015; Kiss–Szabó, 2018). A vezetéskutatás nézőpontja a közpolitika és kormányzási képesség kontextusában elemzi a stílus és a vezetés kapcsolatát. Az elemzések az adott politikai működést stílusként azonosítják, azonban meghatározásuknak kevés kapcsolata van a stílus köznapi jelentésével, vagy azzal, amely a stílust a politikai karizmájaként azonosítja.

Jelen kutatás kritikus a vezetéskutatás közpolitikai szemléletével, mert Robert Hariman nézőpontjából kiindulva a politika és az esztétika világát összetartozónak látja. A választók megnyerésének nem csupán közpolitikai eszközei vannak, így a kommunikációs stílus nem elhanyagolható az adott politikai szereplő vizsgálatakor. Máskülönbén kizárólag közpolitikai funkciói mentén tudunk valamit mondani egy adott politikai szereplőről, miközben a karakterét és karizmáját teljesen figyelmen kívül hagyjuk. Azonban ez utóbbi két tényező napjainkban nagyobb hatással lehet a választóra, mint az adott politikai kormányzási képessége (Benjamin–Shapiro, 2009).

A szemiotikai hagyomány megközelítése szerint napjainkban a stílus fogalma köznapi értelemben inkább egyfajta esztétikai vagy fogyasztási kategóriát jelöl (Kiss, 2017a). Ebben az értelmezésben a politikai stíluskutatók egy fontos alapvetése, hogy a politikai szereplők a szövegeken kívül más eszközöket is igénybe vesznek a választók megnyerése érdekében, mint amilyen a

hanghordozás, az öltözködés, vagy a testbeszéd. A multimodalitás – amely két vagy több kommunikációs mód kombinációját jelenti jelentésalkotás céljából (Jewitt et al., 2017) – a politikai kommunikáció alapfeltételévé válik. A multimodális fordulatot a mediatizáció, vagyis a média társadalomban és politikában betöltött egyre növekvő szerepe okozta (Mazzoleni–Schulz, 1999). A mediatizáció következtében a testiség és a fizikai megjelenés éppoly fontossá vált a politikában, mint a szövegek (Grabe–Bucy, 2009). Jelen kutatás a társadalomszemiotikát mint eszközt használja a különböző stíluskommunikációs módok együttes elemzésére, így főként a retorikai és a szemiotikai hagyományhoz kapcsolódik.

ROBERT HARIMAN MEGKÖZELÍTÉSE ÉS MÓDSZERE

Robert Hariman érvelése szerint a modern társadalomtudomány és a művészet világa rokonságban áll egymással (Hariman, 1995). Azonban különbséget kell tenni a hétköznapi értelemben vett esztétika, a művészet fogalma és Hariman megközelítése között. Hariman az esztétika fogalmát John Dewey filozófus elméletén keresztül mutatja be. Dewey az *esztétikai tapasztalat (aesthetic experience)* fogalmával az esztétika művészethez kötött megközelítését kritizálja. Az esztétikát a művészet világából a társadalmi térbe helyezi. Az egyén életében nem kizárólag a művészetek esetében tapasztal szépséget. Keresi saját életében a ritmikus és harmónikus élményeket, amelyek előidéznek a szépség érzetét, ezt az élményt pedig akár egy politikus stílusa is előidézheti (Dewey, 1934). Ezt az esztétikai élményt nevezzük esztétikai reakciónak.

Hariman a *stílus* fogalmával kapcsolja össze a művészet és a politika világát. A stílus lényegileg egy olyan meggyőzési technikát takar, amelybe gesztusok, írást és beszédet díszítő nyelvi elemek, vizuális és audiovizuális hatások művészi összeállítása tartozik. Ahogy a festő kiválasztja alkotásához a megfelelő festéket, színeket és kompozíciót, úgy rendezi hierarchiába és alkalmazza meggyőzési eszközeit egy politikus a választók megnyerése érdekében. Mindkét folyamat művészinak mondható és egyben kreatívnek is. Mivel a politika szituatív természetű, úgy a politikai stílus gyakorlása a politikai kreativitás színterévé válik. A politikai stílust Hariman ennek megfelelően a következőképp definiálja: „A politikai stílus a beszéd és a viselkedés szabályrendszere, amely jelek és helyzetek, vagy a szövegek és a politikai cselekvés/viselkedés összehangolását irányítja, a kommunikáció módját definiálja, esztétikai reakcióktól függő, retorikai konvenciók repertoárján keresztül működik és meghatározza az egyéni identitást, biztosítja a társadalmi kohéziót és a hatalom elosztását.” (Hariman, 1995: 187).

Hariman részletes stílusdefiníciójából árulkodik, hogy a stílus számára nem csupán kommunikációt takar. Az általa meghatározott négy stílus egyfajta politikakép. Újszerű megközelítésével utat nyitott olyan kutatások felé, amelyek a politikus és az állampolgárok közti kapcsolatot vizsgálják. Akár azt, ahogyan a politikus celebritássá válik és a választók stílusvilágából merít a nagyobb politikai siker elérése érdekében.

Mivel a meggyőzés technikáit nem csupán a szavak szintjén vizsgáljuk, ezért a politikai stílusok is különbséget tesznek preferált és kevésbé preferált kommunikációs módok között. Minden politikai stílus a rendelkezésre álló kommunikációs módokat a maga által kialakított hierarchiába rendezi. Előfordulhat, hogy nem minden stílusnál a beszéd áll a kommunikációs gesztusok hierarchiájában az első helyen (Hariman, 1995). Hariman *Political Style: The Artistry of Power* című munkájában négy eltérő politikai stílust különböztet meg egymástól: realista (*Realist*), udvari (*Courtly*), köztársasági (*Republican*) és bürokratikus (*Bureaucratic*) stílust.

A realista stílus képviselője az egyszerű szövegszerkesztésre és a valóság plasztikus leírására törekszik. A stílus jellemzője továbbá, hogy a beszélő a tanító szerepébe helyezkedik és interpretálja a történeteket, csak a befogadó pozícióját biztosítja az olvasónak/megfigyelőnek. Ez az interpretációs kényszer eltávolítja a politika és a szövegek világát egymástól. A beszélő lesz az egyetlen kapcsolat a szövegek és a való világ között, mondván a hatalom nem szövegszerű, a politikát csinálni kell (Hariman, 1995). A realista stílus politikaelméletében a politika lényege a cselekvés. A cselekvés pedig a hadászati világ elemeinek megjelenítésében testesül meg. Ebben a stílusban a politika és katonai művészet közös alapokon nyugszik: a politikai vezető nem csupán politikus, hanem stratégia is kell legyen. A háborúban pedig nincsenek morális szabályok, bármi megengedett. A realista stílust képviselő politikai vezető nem immorális, de a morál kérdését rugalmasan kezelő politikus. A morál itt nem a politikai cselekvés célja, hanem inkább tetszés szerint formálható eszköz a cél elérése érdekében.

Az udvari stílusban a politikai hatalom forrása a *felsőbbrendűség* mítosza, ami a királyokat az alattvalók fölé emeli. Ebben a politikai stílusban az erő egy mítosz, az uralkodói létezés pedig transzcendentális, tehát nem racionális természetű (Hariman, 1995). Itt a politika lényege a látszat, a látvány. A preferált kommunikációs forma a testbeszéd, mozdulatok, fizikai közelség. A politikai vezető csak részlegesen elérhető az alattvalók számára, és testrészei, ízlésvilága szakralizáltak. A politikai rendszer ebben a stílusban rendkívül hierarchikus, így a kommunikáció mindig fentről lefelé irányul és egyirányú. Vitának, diszkusszióknak nincs helye a gesztikulációk tengerében. A politikai vezetők itt csupán kinyilatkoztatásokkal kommunikálnak, amelyeket az alávetetteknek helyesen értelmezni létfontosságú érdekük, mert túlélésük a rendszerben kizárólag ettől függ (Hariman, 1995).

Míg a realista azt feltételezi, hogy a hatalom a politikai diskurzusokon kívül áll, a köztársasági stílus képviselője a sikeres nyilvános megszólalásban és a vitában találja meg a hatalom forrását (Hariman, 1995). Ebben a stílusban a politika lényege a diszkusszió. Így az írás, az írott szövegek és azok értelmezése, a beszéd, továbbá a vita is kiemelt szerepet kap (Hariman, 1995). A megnyilatkozási kényszer összeköti a köztársasági stílus képviselőit, akik az elithez tartoznak politikai közösségükben és kiválasztottakként vitáznak az állam ügyeiről. A vitákat lezáró megegyezés a kommunikálás végső célja. A köztársasági stílusban az állam fenntartása előbbre való, mint a személyes politikai sikerek. A köztársasági államférfi morális. A realista stílus politikusával ellentétben számítása nem magánérdeke, hanem a köztársaság és számos *eszmény, etikai norma* fenntartása felé irányítja (Hariman, 1995).

A bürokratikus stílusban a hierarchia – ahogy az udvari stílusban – kiemelt fontosságú az irányítás viszonyaiban: szervezeti egységek, osztályok és személyek hierarchiáját jelenti. A hierarchia forrása az erőnek s egyben a reménytelenség állapotát is megtestesíti: a piramis legtetetjén egy felsőbbrendű szabályalkotó áll, akinek működési módját, gondolatait, céljait egyszerű halandó nem ismerheti és nem is értheti. A hierarchia itt nem a szuverén fixációjára épít, hanem a szabályalkotásból ered. A bürokratikus stílus a politikára mint elintézendő ügyre, mint intézményesített, kiszámítható folyamatra gondol. A politika tanulható, ahogy a szabályok is megérthetőek. A politikai vezető itt egy keményen dolgozó, arctalan egyén, aki – akár az udvari stílusban – itt is elérhetetlen, azonban nem szakralizált. A legfontosabb kommunikációs forma ebben a stílusban az írás, a beszéd itt háttérbe szorul. Az írás visszakövethető, nyomon követhető és személytelen. Ebből következik, hogy az erő egyik formája ebben a rendszerben a szövegek feletti kontrollt jelenti (Hariman, 1995).

MÓDSZER, KUTATÁSI DIZÁJN ÉS A VIZSGÁLT MINTA BEMUTATÁSA

Módszer

A kutatás fókuszában Márki-Zay Péter, az ellenzéki összefogás miniszterelnök-jelöltjének Facebookon folytatott kommunikációja áll. A kiválasztást indokolta a politikus karakteres kommunikációja és a könnyedén behatárolható időintervallum, amíg kiemelten fontos politikai tisztséget töltött be. Ennek megfelelően a vizsgálati idő a 2022-es választások kihirdetésének napjától, 2022. január 11-től egészen 2022. április 30-ig, az országgyűlési választás értékeléséig tart. A kampányidőszak ideális a kiemelt politikai szereplők vizsgálá-

latára, mert rövid időn belül sokkal több elemzésre alkalmas kommunikáció keletkezik.

A kutatásban Márki-Zay Facebookon megjelenő posztjainak szövegei és a posztokhoz tartozó álló képek jelentik a stílusmeghatározás szöveges és vizuális alapját. A cselekvéssel összefüggő indikátorokat pedig a képek és szövegek további vizsgálatából származtattam. A kutatás során összesen 809 szöveges posztot és összesen 844 képet kódoltam le. A posztok szöveges adatait a *Facepager* 4.4 nevű programmal, a képeket egyesével, manuálisan töltöttem le. A Facebook mint adatforrás melletti döntés egyik oka, hogy a platformon elérhető adatok letöltése ingyenes és legális, továbbá a Facebook a mai magyar politikai kommunikáció legfontosabb felülete, mind a politikusok (Merkovity et al., 2021), mind a választók (Newman et al., 2020) szempontjából.

Azonban a közösségi média, azon belül is a Facebook rendelkezik olyan sajátosságokkal, amelyek befolyásolhatják az egyes politikai szereplők kommunikációját s így hatnak stílusuk alakítására is. A Facebookon létrejövő affektív nyilvánosság célja, hogy érzelmi reakciókat és érzéseket váltson ki a felhasználókból, ahelyett, hogy a politikus programjával kapcsolatos információk közvetítésére összpontosítana, ezzel teret engedve a populista vagy érzelemközpontú beszédmódnak. Továbbá a Facebook algoritmusai korábbi online tevékenysége alapján buborékba zárhatják a felhasználót, ami miatt számos tartalom nem juthat el hozzá (Bene, 2019). Végül az online tér nyújtotta felhasználói lehetőségek (affordanciák), amelyek a fizikális világtól eltérő módon nem konzekvensen használt eszközök, (például a like gomb megnyomásának több jelentése lehet) egy-egy politikai szereplő imázsmenedzsmentjét megnehezíthetik.

Kutatási dizájn

A kutatásban alkalmazott megközelítés fontos alapja, hogy a politikai kommunikációkutatás nem csupán politikai szövegek olvasását, hanem számos más kommunikációs mód, mint amilyenek a képek, cselekvések, látványvilágok együttes értelmezését jelenti (Kiss, 2017a). A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy Márki-Zay politikai stílusának bemutatásához nem kizárólag szövegek, hanem más információforrások, így a politikai cselekvések és képek is a vizsgálat részét képezik. A multimodális szemléletmódhoz illő megközelítés a társadalomszemiotika. A társadalomszemiotika a szemiotikától eltérően, nem struktúrákkal és a szemiotikus szabályrendszerekkel foglalkozik (Vannini, 2007). A társadalomszemiotikával foglalkozó kutatót inkább az emberek jelkészítő tevékenysége és a jelentésadás folyamata érdekli és ezen folyamatok történelmi és társadalmi kontextusai (Hodge–Kress, 1988). A szemiotikai erőforrás egy szabályrendszert jelent, de nem olyanformán, ahogy az általános

szemiotika érti. A szabályrendszer itt egy társadalmi és kulturális kontextusba ágyazott mankó, melynek segítségével az egyén értelmezi és készíti a jeleket (Kiss, 2016: 2.). Ezek a szemiotikai erőforrások segítenek értelmezni a minket körülvevő világot. Ennek része nem csupán szöveges elemeket jelent, az erőforrások szimbolikusak, metaforikusak és látványelemekként is manifesztálódhatnak, és e jeleknek nincs végső jelentésük.

A társadalomszemiotika esetünkben egy kvalitatív elemzési módszer. A megközelítés kulcsfogalma a modalitás (van Leeuwen, 2005). A modalitás kifejezés a nyelvészetből ered, és a jelentésalkotás eszközét világítja meg az adott kommunikációs cselekvésben. A multimodalitás tehát azt jelenti, hogy egy egyén több kommunikációs eszközt, így például látványt, hanghordozást, öltözködést is használ jelentésalkotás céljából (Jewitt et al., 2017). A társadalomszemiotika újítása, hogy a modalitást nem kizárólag nyelvtani értelemben használja, így a minket körülvevő kommunikációs aktusokat nem önmagukban, hanem kontextusba ágyazva, más kommunikációs módokkal együtt kívánja vizsgálni.

Az empirikus vizsgálat célja a harimani tipológia továbbgondolása és alkalmazhatóságának illusztrálása. Hariman elméletében a politikai stílusok nem zárják ki egymást. A stílusok minták, amelyek számos kombinációban együttesen is előfordulhatnak. Ugyan valamelyik dominánsabb lehet egy adott szövegben, helyzetben vagy időszakban, egyik stílus sem ábrázolja kifogástalanul a politikai hatalom természetét (Kaufer–Hariman, 2008).

A tipológiaalkotásnál olyan egymást kizáró elemeket kerestem, amelyek segítenek egy politikus alapvető stílusát meghatározni. A harimani kategóriákat ideáltípusokként értelmezem, feltételezem, hogy a politikusok több regiszteren játszanak, de vannak domináns elemek. Előfordulhat az is, hogy bizonyos időszakok – például a kampányolás – vagy kommunikációs csatornák – például a Facebook – a politikusokat specifikus stílárís eszköztár mozgósítására készítetik. A stílusokat kvalitatív kutatási módszerrel meghatározható kategóriákra bontottam. Az 1. táblázat az egyes stílusok összetevőit tartalmazza, amely segítségével azonosíthatóvá válnak olyan politikai cselekvések, amelyek az egyes stílusokhoz a legjobban kapcsolódnak.

A kódkönyv teljes mértékben megegyezett az általam meghatározott stílusindikátorokkal feltöltött táblázattal. A realista stílus esetében három indikátort különítettem el, az *egyszerűség* és *valóságosság*, a *stratégiai gondolkodás* és a *cselekvésközpontúság* indikátorait. A realista politikai stílusban a cselekvés és nem a beszéd a legfontosabb kommunikációs forma. Egyszerű és rövid szövegeket alkot, kerüli a pátoszos beszédeket és sallangokat, gondolkodása előrelátó és a legfontosabb számára, hogy kézzelfogható eredményekkel bizonyítsa a politikája hatékonyságát. Az udvari stílus a *látszat szerepe kiemelt*, a *mímelés*, a *szuverén az első helyen*, és a *szuverén fizikai valója, elérhetősége* indikáto-

rokkal ragadható meg. Az udvari stílusban a központi kommunikációs elem a látvány. Az udvari stílus képviselője egy önmagát a hierarchia legtetejére helyező vezető, aki jó utánczó és másokat is önmaga utánczására buzdít. Ízlésvilága, teste kiemelt szerepet kap. A híresség egy speciális alfaja. A köztársasági stílus indikátorai közé az *állampolgári egyenlőség*, a *közösségiség*, a *vita*, majd *konzenszus* és a *moralizálás* tartozik. A köztársasági stílusban a legfontosabb kommunikációs eszköz a beszéd. A kommunikáció célja a politikai közösség létrehozása és fenntartása. A politika itt morális alapokon nyugszik. Hosszú, pátoszos szövegek jellemzik, szimbolikus, nem realista cselekvő. A vita nem önmagáért, hanem a megegyezés létrehozásáért fontos számára. És végül a bürokratikus stílusban a *személytelenség*, a *kiszámíthatóság*, *szabályszerűség* és *merevség*, a *szuverén egy ügyintéző* és az *intézményközpontúság* indikátorait különítettem el. A bürokratikus politikai vezető nem önmagát, hanem az intézményeket (szabályokat, törvényeket, szervezeti egységeket) helyezi előtérbe maga helyett. Ebből következik, hogy személytelen, de kiszámítható, rendszerezett karakterű vezető benyomását kelti.

A szöveges posztok esetében kizárólag a szövegeket kódoltam, míg azon képek esetében, amelyek szöveget is tartalmaztak, ott a képeket és a rajtuk lévő szövegeket is. Cselekvések esetében a kommunikációs gesztusok mögé tekintettem, így az adott szövegből vagy képből kiszűrhető politikai cselekvés mintáit is azonosítottam és kódoltam. A kódkönyv kategóriáit úgy hoztam létre, hogy a három modalitás indikátorai mindegyik kategóriában megjelenjenek. A Krippendorf-féle (Hayes–Krippendorff, 2007) intrakódoló megbízhatósági teszt segítségével teszteltem az indikátorokból képzett kódkönyv használhatóságát és pontosságát. Az összes poszt 10%-án (83 db) végeztem el a tesztet. A kódolandó posztokat véletlenszám generátorral választottam ki. A posztokat magam kódoltam, két különböző időpontban. Az első kódolási munkát 2023. március 20-án, a másodikat november 4-én végeztem.¹ Az értékek a kódkönyv magas érvényességét és használhatóságát mutatják (Hayes–Krippendorff, 2007). Az összes adat kódolását egyedül végeztem összesen egy hét alatt, 2023. március 27. és 2023. április 2. között.

1. táblázat. A négy stílus egyedi indikátorai. Saját gyűjtés.

REALISTA STÍLUS

Preferált kommunikációs forma: cselekvés Politika = krízis			
	LÁTVÁNY	SZÖVEG	CSELEKVÉS
1. egyszerűség és valóságosság	Adott politikus olyannak mutatkozik, mint aki nem színlel, mint akit nem érdekelnek a külsőségek.	Díszítés nélküli, magas modalitású szövegek. Érzelemmentesség.	Preferálja a megfogható, látható eredményeket felmutatható intézkedéseket.
2. stratégiai gondolkodás	Rugalmasság, alkalmazkodás, előrelátó gondolkodás és vízióalkotás.	Interpretációs kényszer, harci nyelvezet, sporthoz és háborúhoz, hadviseléshez köthető szavak alkalmazása. Ok-okozati kapcsolat a szövegben.	Előrelátó törvényhozás, más politikai szereplők kijátszása, célok és eszközök meghatározása.
3. cselekvés-központúság	Munka közben ábrázolja a politikai vezető önmagát.	Kevés írott szöveg születik az adott politikai vezetőtől. Ha születik: cselekvést kifejező igék, E/1-ben nyilatkozás, jelen és jövő idő.	Centralizált döntéshozatal és kommunikáció.

UDVARI STÍLUS

Preferált kommunikációs forma: látszat/látvány Politika = látszat			
	LÁTVÁNY	SZÖVEG	CSELEKVÉS
1. a látszat szerepe kiemelt	Adott politikai vezető számára nagyon fontos a látvány, hogy hogyan és hányszor ábrázolják.	Képek dominálnak és kevés a szöveg. Ha van, az inkább szimbolikus cselekvések rögzítésére szolgál.	Szimbolikus politizálás, közpolitikai döntések szimbolikus aspektusainak hangsúlyozása.
2. mímelés	A politikai vezető kinézete „emlékezteti” a választót valakiére. Vagy magára a választóra, vagy más hatalommal bíró személyére.	Szófordulatok, érvek amelyek máshol már előfordulhattak, ismétlések, utalások.	A politikai vezető önmagát, mást vagy absztrakciót (pl. többség, népakarat) helyez a szuverén szerepébe.

	LÁTVÁNY	SZÖVEG	CSELEKVÉS
3. szuverén az első helyen	A politikai vezető a legfontosabb a képen, a látvány és a közösség közepe.	Saját szemszög hangsúlyozása (E/1, T/1).	A politikai kampány a szuverén személye köré épül.
4. a szuverén fizikai valója, elérhetősége	A politikai vezető testrészeinek, ruházatának, ízlésvilágának hangsúlyozása, szuverén fizikai valójában történő bemutatása (épületek, terrek, testek).	A politikai vezető testének, ruházatainak a leírása. Ízlésvilágának bemutatása. Informális beszédmód.	A szuverén elérhetetlen, mert nem válaszol a sajtónak, nehezen elszámoltatható. Főként képeken látható.

KÖZTÁRSASÁGI STÍLUS

Preferált kommunikációs forma: beszéd
Politika = diszkusszió

	LÁTVÁNY	SZÖVEG	CSELEKVÉS
1. állampolgári egyenlőség	A politikai vezető a választókkal együtt mutatkozik.	E/1, állampolgári erények, közösségi gondolatok, felelőségek és ezek érzelmi alátámasztása.	Választói csoporttal közvetlen kapcsolatra lehetőséget adó kommunikációs platformot preferál.
2. közösségiség	A politikai vezető a többi politikus vagy vezető között mutatkozik, akár másokat szerepeltet maga helyett, lévén reprezentálják őt.	Többes szám használata. Jövő idő.	Harc a politikai tér kibővítéséért, új szereplők bevonásáért. A közösséget építő gesztusok, bevonódást segítő eszközök létrehozása.
3. vita, majd konszenzus	Azonos minőségben szerepelnek a szereplők, mindegyik vezető odaáll a színpadra, egyszerre jelennek meg.	Kérdések, felszólítások a szövegben. Olyan nyelvi elemek halmozása, amelyek dialógust képeznek.	Lassabb döntéshozatali struktúrák létrehozása az inkluzívítás végett.
4. moralizálás	Vizuálisan is reprezentálja a beszédtemáit.	Intellektuálisan igényes szövegek és beszédek.	Politikáért élő személyiség kialakítása.

BÜROKRATIKUS STÍLUS

Preferált kommunikációs forma: írás
politika = kontroll

	LÁTVÁNY	SZÖVEG	CSELEKVÉS
1. személytelenség	Nem a látvány a fontos. A politikusról készült képen bárki lehetne. A politikai vezető ruhája jellegtelen. Igazolványkép szerű képek vagy nem is a politikai vezetőt ábrázolják.	Szabályszoveget idéző szövegek. Felszólítások. Magánélet és érzések totális kizárása a szövegekből.	Nem körületekintő törvényalkotási gesztusok.
2. kiszámíthatóság, szabályszerűség és merevség	Szigorú, egysíkú öltözködés. Látványtalan színpadképek.	Információgazdag, tényszerű szövegek. Aszimmetrikus helyzetek, az olvasó csak a befogadó fél lehet.	A politika működése kiszámítható, mert jogszabályok és intézmények szabályozzák, nem az emberi érzések.
3. a szuverén egy ügyintéző	A jogalkotás, törvényhozás, kormányzás, intézkedés szimbolikus helyszínein mutatkozik a politikai vezető.	Jogszabályok, eljárások, szabályzatok, minden emberi viszony intézményesítése.	A szuverénnel nem lehet találkozni, csak a döntéseinek a lenyomataival.
4. intézményközpontúság	A hangsúly a konkrét intézményeken van, nem a személyén. Visuálisan fontosabb elem lesz ez a látványban.	Az intézmények elsőségének megidézése a szövegben.	Az intézmények megerősítése és létrehozása segíti a válságok megoldását.

Mindezek alapján a tanulmány a kialakított stílusindikátorok gyakorlati alkalmazhatóságának illusztrálására Márki-Zay Péter Facebook-bejegyzéseit vizsgálja, és alábbi kérdésekre keresi a választ:

(KK1) Leírható-e Márki-Zay Péter politikai stílusa Robert Hariman stílus-kategóriáival?

(KK2) Melyik politikai stílus jellemzi leginkább Márki-Zay Péter Facebookon megjelenő kommunikációját?

MÁRKI-ZAY PÉTER POLITIKAI STÍLUSA

Az alábbiakban azt mutatom be, hogy a korábban ismertetett négy stílus (realista, udvari, köztársasági, bürokratikus) mennyire jellemző Márki-Zay Péter kommunikációjára. A stílusok ideáltípusok, így mindegyik stíusból előfordulnak elemek Márki-Zay kommunikációjában. Azoknál a stílusoknál, ahol detektáltam egy indikátort a vizuális dimenzió mentén, ott illusztrációként a stílusra leginkább jellemző képi világot megjelenítő fotót is beillesztettem az adott stílushoz és elemeztem azt.

Ahogy a 2. táblázat is mutatja, Márki-Zay stílusára leginkább a köztársasági stílus volt jellemző, ami megnyilvánul abban is, hogy szövegek esetében észleltem legtöbbször ennek a stílusnak az elemeit. A második leggyakrabban előforduló a bürokratikus, majd az udvari stílusok voltak. Márki-Zay stílusára a legkevésbé a realista stílus elemei jellemzőek.

Az egyes stílusok tárgyalásánál a stílusokhoz tartozó indikátorok mennyiségét is bemutatom a vizsgált mintában és mintabeli arányukat is. A források vizsgálatánál ugyanis gyakori volt, hogy egy forrásban több indikátor is egyszerre szerepelt. Így lehetséges például az, hogy a köztársasági stílus indikátorait kétszer annyiszor azonosítottam, mint ahány szöveges poszt volt magában a mintában.

2. táblázat. Összefoglaló ábra Márki-Zay Péter politikai stílusának összetevőiről. A vizsgált források száma a látványok esetében $n = 844$, vizsgált források száma a szövegek esetében $n = 809$, vizsgált források száma a cselekvések esetében $n = 1653$.

Stílusok/Dimenziók	Látvány (db)	Szöveg (db)	Cselekvés (db)	Összesen (db)
Realista	0	21	0	21
Udvari	184	282	562	1028
Köztársasági	692	1615	210	2517
Bürokratikus	410	643	576	1627
Összesen (db)	1284	2561	1348	5193

A realista politikai stílus elemei

A realista politikai stílus indikátorai közé soroljuk az *egyszerűség és valóságosság*, a *stratégiai gondolkodás*, a *cselekvésközpontúság* elemeit. Mindhárom indikátor nagyon kevésszer fordult elő, mind a szöveges, mind a képi anyagok vizsgálatakor. A szövegek esetében 21, képek esetén 0, cselekvések esetén szintén 0 előfordulást regisztráltam. A *stratégiai gondolkodás* indikátora volt leginkább észlelhető (19 előfordulás), amely Márki-Zaynak a háború, harc világát idéző

kifejezéseiben mutatkozott meg. „*Karácsony Gergely főpolgármesterrel vetélytársak voltunk, most már harcostársak lettünk.*”²

Vagy olyan szövegekben, melyekben ok-okozati összefüggéseket állított fel. „*Orbán Putyin-párti politikája megbukott, és megélhetési válságba sodorta az országot. Ezért nem mer egy nyilvános vitára kiállni velem, ezért nem mer Önök elé állni.*”³

3. táblázat. Összefoglaló ábra a realista stílus elemeinek számáról és modalitásokbeli arányáról. A vizsgált források száma a látványok esetében n = 844, vizsgált források száma a szövegek esetében n = 809, vizsgált források száma a cselekvések esetében n = 1653.

A realista stílus indikátorai és az elemzési dimenziók	egyszerűség és valóságosság	stratégiai gondolkodás	cselekvés-közpon-túság	Összesen (db)	Az egyes forrásokban átlagosan található indikátorok száma
Látvány (db)	0	0	0	0	0
Szöveg (db)	1	19	1	21	0,02
Cselekvés (db)	0	0	0	0	0
Összesen (db)	1	19	1	21	0,006

Az udvari politikai stílus elemei

Az udvari stílus indikátorai közé a *látszat szerepe* kiemelt, a *mímelés*, a *szuverén az első helyen* és a *szuverén fizikai valója, elérhetősége* indikátorok tartoznak. Ebben a stílusban összesen 282 szöveges és 184 képi és 562 cselekvés előfordulást jegyeztem fel. A leggyakrabban azonosított indikátor a *szuverén az első helyen* volt 129 szöveges és 143 képi előfordulással. A szövegek esetében ez az egyes szám első személyű megnyilatkozásokat jelentette, például: „*Az én személyem ennyit segített a kampányban, hogy azokat a konzervatív rétegeket tudtuk jobban elérni, akik elégedetlenek voltak a Fidesszel, de soha nem szavaztak volna baloldali jelöltekre.*”⁴

Míg a képeknél a miniszterelnök-jelölt kiemelt és központi kompozícióba állítását mutatta. Cselekvések esetében a Márki-Zay, mint egyszemélyi vezető köré épített kampány elemeit kerestem. A szöveges posztok felépítése (#MZZP hashtag az első, szlogenje a második, az összefogás hashtagje a harmadik viszatérő eleme minden posztban), és Márki-Zay elérhetősége, összefogást képviselő attitűdje az indikátor erős jelenlétét mutatta a mintában (562 előfordulás). A második leggyakoribb a *szuverén fizikai valója, elérhetősége* indikátor volt. Az indikátor esetében 31 képi és 90 szöveges előfordulást rögzítettem. A szövegek esetében Márki-Zay izlésvilágának részleteit, magánvéleményét, család-

di élményeit osztotta meg. Képek esetében pedig a kezét és rajta a jegygyűrűjét, a mellén viselt kék szalagot vagy a törött karját kapták lencsevégre. Cselekvésben nem volt ez az indikátor azonosítható.

A harmadik leggyakoribb indikátor a *mímelés* volt 10 képi és 90 szöveges előfordulással. Márki-Zay vizuálisan mímeli ugyan a nyugat-európai technokrata politikusokat, vagy megidéz nyugatpárti, az Európai Unió beszédmódját idéző érveket, azonban sokkal látványosabb, ahogy verbálisan a szuverén pozícióját az ország határain kívül helyezi. „A NATO-tag Magyarország igazodva katonai szövetségünk álláspontjához, nem küld csapatokat Ukrajnába.”⁵

A *látszat szerepe* kiemelt indikátorban összesen 3 előfordulás volt, az is mind a szövegek esetében. Itt a látszatberuházások támogatása merült fel, mint a szökőkút átadás, kisebb felújítási munkálatok. „Játszótéri eszközök beszerzésének aláírása ...”⁶



1. kép. Példa az udvari stílus legtöbbet előforduló vizuális indikátorára: *szuverén az első helyen*. Forrás: Márki-Zay Péter Facebook-oldala.⁷

A kép közepén Márki-Zay Pétert látjuk, aki a megvilágításnak és a kompozíciónak köszönhetően kiemelkedik a képből. A feje vertikálisan és horizontálisan is egyaránt középen helyezkedik el, ezzel is erősítve a szuverén központi szerepét. Márki-Zay mögé integrálva látható a kampányszlogenje, amely mérete és kontrasztos színe végezt elviszi a fókuszta a központi karakterről. A képen Márki-Zay statikus pozícióban, a nézői szemszögéből a jövőbe tekint.

Felajánlja magát a vizsgálat tárgyául a nézőközönségnek, akik fontos kompozíciós elemei a képnek, az előtérbe és a háttérbe is jutott belőlük. Ezzel a szerkesztési módszerrel körbe ölelik a karaktert, aki így integráns részévé válik a választók közösségének.

4. táblázat. Összefoglaló ábra az udvari stílus elemeinek mintabeli számáról és modalitásokbéli arányáról. A vizsgált források száma a látványok esetében $n = 844$, vizsgált források száma a szövegek esetében $n = 809$, vizsgált források száma a cselekvések esetében $n = 1653$.

Udvari stílus indikátorai és az elemzési dimenziók	látvány szerepe kiemelt	mímelés	szuverén az első helyen	szuverén fizikai valója, elérhetősége	Összesen (db)	Az egyes forrásokban átlagosan található indikátorok száma
Látvány (db)	0	10	143	31	184	0,21
Szöveg (db)	3	90	129	90	282	0,34
Cselekvés (db)	0	0	562	0	562	0,34
Összesen (db)	3	100	834	121	1028	0,31

A köztársasági politikai stílus elemei

A köztársasági stílus indikátorai közé soroljuk az *állampolgári egyenlőség*, a *közösségiség*, a *vita*, *majd konszenzus* és a *moralizálás* indikátorokat. Az összes indikátort összesen 2517-szer azonosítottam a mintában. Ebből 1615 szöveges, 692 képi, 210 cselekvés észlelés volt. A leggyakrabban előforduló indikátor az *állampolgári egyenlőség* 508 szöveges, 120 képi előfordulással. Szövegek esetében az állampolgári erények és a proszociális gondolatok hangsúlyozása olyan szakpolitikai javaslatok formájában öltött testet, mint a roma integráció, nők egyenjogúsága, adócsökkentés, szegények és elesettek felkarolása stb. „*Igenis van remény egy tisztességes Magyarországra! Sokan fogtunk össze azért, hogy egy igazságos, emelkedő országot teremtsünk április 3-tól.*”⁸

Vizuálisan ezt az indikátort úgy valósítja meg Márki-Zay, hogy együtt mutatkozik a választókkal. Kezet fog velük, beszélgetnek vagy közös képet készítenek. Cselekvésben úgy nyilvánul meg, hogy biztosítja elérhetőségét a választók számára. Olyan kommunikációs platformot választ, ahol növelheti támogatottságát, így számos alkalommal szerepelt az *Egyenes Beszéd*ben, rádióban, lakossági fórumon stb. (99 előfordulás).

A második leggyakrabban észlelt indikátor a *közösségiség*, 324 szöveges és 279 képi előfordulással. Szövegek esetében ez az indikátor a többes szám és

jövőidő használatában mutatkozott meg. *„Persze titkolóznak, sumákolnak, de utol fogja érni őket az igazság: a kormányváltás után a bűnösök bűnhődni fognak, elszámoltatjuk Magyarországot ezeréves történetének legkorruptabb kormányát!”⁹*

Míg vizuálisan olyan módon, hogy Márki-Zay a legtöbbet ellenzéki politikusokkal szerepelt együtt a vizsgált időszakban. Az sem volt ritka, hogy saját Facebook oldalán inkább másokat szerepeltetett, mondván egyrészt együtt képviselik az összefogás ügyét, az ellenzéki egységet, másrészt pedig mert miniszterelnök-jelöltként láthatóságot biztosíthatott így más, kevésbé népszerű vagy ismert ellenzéki politikusnak. Cselekvésben az indikátort a politikai tér kiszélesítésére szánt gesztusokban azonosítottam, például olyan intézmények létrehozásával, mint amilyenek a *Kossuth Körök*, az *Ellenállás* vagy állampolgári aktivitásukat növelendő, invitálta az állampolgárokat szavazni, szavazatokat számolni, aktivista tevékenységet végezni (107 előfordulás). A következő indikátor a *vita*, majd *konszenzus* volt 370 szóveges és 274 képi előfordulással. Verbálisan úgy volt tetten érhető ez az indikátor, hogy Márki-Zay kérdéseket tett fel a követői számára. *„Önökkel is előfordult már, hogy egy idézet különösen megérintette Önöket, mintha üzenetként akkor és ott épp Önöknek szólt volna?”¹⁰*

Vagy felszólításokat intézett az állampolgárokhoz *„CSATLAKOZZON AZ ELLENÁLLÁSHOZ!”¹¹*



2. kép. Példa a köztársasági stílus legtöbbet előforduló vizuális indikátorára: *közösségiség*.
Forrás: Márki-Zay Péter Facebook-oldala.¹²

Vizuálisan abban nyilvánult meg, ahogy Márki-Zay rendszeresen szerepeltetett maga mellett más ellenzéki politikusokat a színpadon, magát háttérbe tolva így. Az indikátort cselekvésben nem azonosítottam. A *moralizálás* esetében 413 szöveges és 19 képi említés történt. A szövegek esetében a szövegek hossza, bonyolultsága, témái mentén erősen intellektualizáló beszédmód volt megfigyelhető. „A sajtószabadság hiányában és az erőforrások egyenlőtlensége miatt sem lehetett demokratikus ez a választás. Miután bebizonyosodott, hogyha a feltételek nem változnak, akkor a következő választás is változatlan eredményt fog hozni, a kérdés az, hogy mi a mi szerepünk most.”¹³

A képek esetében a rajtuk szereplő szövegekben előkerülő témák illusztrálását vizsgáltam. Márki-Zay például a hús árának emelkedését egy húséltetl ábrázoló képpel illusztrálja. Cselekvésben a politikáért élő személyiség képviselése csak pár esetben volt tetten érhető (4 előfordulás). „Ma este Gulyás Márton zárókérdése az volt, hogy én mit tennék fel arra, hogy április 3-án megnyerjük a választást. Azt válaszoltam, hogy az életemet.”¹⁴

A közösségiség ezen a képen úgy detektálható, hogy a vizsgált politikai vezető (Márki-Zay Péter) egy másik politikussal Jámbor Andrással szerepel. A politikában nem ritka a közös szereplés, a kézfogások kedvelt témái a fotózásoknak, mert kifejezik a megegyezést, egyetértést. A képen az a szereplő, akinek a teste nyitottabb pozícióban van, pozitívabb színben tűnik fel és nagyobbak is hat. Ez a gesztus rímelt erre a képi jelenetre. Ugyan mindkét szereplő éles a képen, de Jámbor András jóval nagyobb méretű szereplő a képen, ezzel is hangsúlyt kap fontossága. Ezen túl Jámbor kerül a cselekvő pozíciójába is, hiszen ő fogja a mikrofont, ő beszél, Márki-Zay a hallgatóság pozícióját veszi fel.

5. táblázat. Összefoglaló ábra a köztársasági stílus elemeinek mintabeli számáról és modalitásokbéli arányáról. A vizsgált források száma a látványok esetében $n = 844$, vizsgált források száma a szövegek esetében $n = 809$, vizsgált források száma a cselekvések esetében $n = 1653$.

Köztársasági stílus indikátorai és az elemzési dimenziók	állampolgári egyenlőség	közösségiség	vita, majd konszenzus	moralizálás	Összesen (db)	Az egyes forrásokban átlagosan található indikátorok száma
Látvány (db)	120	279	274	19	692	0,82
Szöveg (db)	508	324	370	413	1615	2
Cselekvés (db)	99	107	0	4	210	0,12
Összesen (db)	727	710	644	436	2517	0,76

A bürokratikus politikai stílus elemei

A bürokratikus stílus indikátorai közé a *személytelenség*, a *kiszámíthatóság*, a *szabályszerűség és merevség*, a *szuverén egy ügyintéző* és az *intézményközpontúság* indikátora tartozik. Összesen 1627 előfordulás jegyeztem fel, melyből 410 képi, 643 szöveges, 576 cselekvés volt. A legnagyobb számban előforduló indikátor az *intézményközpontúság*: szövegekben 564 alkalommal, képen 134 alkalommal azonosítottam. A képeken a közös pártlogót kerestem. Szövegesen az *#egységbenmagyarorszáért* hashtaget, az ellenzéki összefogás megnevezését, cselekvések esetében, a *Kossuth Körök*, *Ellenállás*, a választás intézményszerű megközelítésének említését soroltam ide (576 előfordulás). „MEGVÉDJÜK AZ ELLENZÉKIEKET! Az ellenzéki új felfogását kell kialakítsuk, ami nem is igazán ellenzéki, inkább nevezném ellenállásnak.”¹⁵

A *személytelenség* volt a második leggyakrabban azonosított indikátor (353 előfordulás), amelyet főként képi anyagokon azonosítottam (276 előfordulás). A *személytelenség* itt azt jelentette, hogy Márki-Zay számos olyan képet posztolt, ahol ő maga (és más releváns politikustársa) nem volt látható, csak tárgyak, grafikonok, tömegábrázolások, csoportjelenetek. Cselekvésben az indikátor nem volt azonosítható. A szöveges anyagok esetében a *személytelenség* (77 előfordulás) az egyesszám harmadik személyben írt szövegeket jelentette. „Márki-Zay Péter: élő bejelentkezés Kecskemétről.”¹⁶

A *szuverén egy ügyintéző* indikátort mindössze 2 esetben azonosítottam, szövegesen, más dimenzióban nem volt jelen. A *kiszámíthatóság*, *szabályszerűség és merevség* indikátort sem szövegben, sem képen, sem cselekvésben nem azonosítottam.



3. kép. Példa a bürokratikus stílus legtöbbször előforduló vizuális indikátorára: *intézményközpontúság*. Forrás: Márki-Zay Péter Facebook-oldala.¹⁷

Márki-Zay Facebookján rendkívül gyakoriak voltak az olyan képes posztok, amelyek nem tartalmaztak emberi arcot. Ezek a kampány designelemeit és az összefogás szimbólumát felvonultató képek az intézményközpontúság jelei. A kiválasztott képen a legfontosabb üzenet a választás napjára hívja fel a figyelmet. Az, hogy mi következik ezután – tehát, hogy Orbán Viktort leváltásával változás lesz az országban – már kevésbé fontos üzenet. Az egységet hangsúlyozandó, minden párt logója az egység felirat és a trikolór alatt helyezkedik el. A türkiz a tisztaságot, nyitottságot jelenti, a fehér a feddhetetlenség, a tisztaság jele, míg a sötétkéknek a jelentései között szerepel a hűség, a minőség és az ártatlanság, továbbá az igazság színe is (Parikh, 2011). A politikában ez a két szín együtt elég ritka, inkább az IT-szektorban vagy az egészségügyi cégek logóin találkozunk velük.

6. táblázat. Összefoglaló ábra a bürokratikus stílus elemeinek mintabeli számáról és modalitásokbéli arányáról. A vizsgált források száma a látványok esetében $n = 844$, vizsgált források száma a szövegek esetében $n = 809$, vizsgált források száma a cselekvések esetében $n = 1653$.

A bürokratikus stílus indikátorai és az elemzési dimenziók	személytelenség	kiszámíthatóság, szabályszerűség és merevség	a szuverén egy ügyintéző	intézményközpontúság	Össz. (db)	Az egyes forrásokban átlagosan található indikátorok száma
Látvány (db)	276	0	0	134	410	0,48
Szöveg (db)	77	0	2	564	643	0,79
Cselekvés (db)	0	0	0	576	576	0,35
Összesen (db)	353	0	2	1274	1627	0,49

KÖVETKEZTETÉSEK

Márki-Zay Péter, a 2022-es ellenzéki összefogás miniszterelnök-jelöltjének kommunikációjáról a következő főbb megállapításokat tehetjük. Legnagyobb számban a köztársasági stílus elemeit alkalmazza. Márki-Zay a politikáról állampolgári kötelességként gondolkodik, előíró és moralizáló beszédmódot alkalmaz. A választók közösségét és ellenzéki politikustársait is támogató módon lép fel, ezért együtt mutatkozik politikustársaival és a választókkal. Akár úgy is támogatja politikustársait, hogy megosztja tartalmaikat vagy reklámozza őket saját Facebook-oldalán. A bürokratikus stílus esetében nem mind a négyet, csak két indikátort használt intenzívebben. A *személytelenség* indikátora az arcnélküli, cserébe összetartozó ellenzéki összefogás felépítésében je-

lent meg. Márki-Zay Facebook-oldalán fontos szerep jutott az emberi arcot nem tartalmazó vagy nem kivehetően tartalmazó képeknek, ezzel is előtérbe tolva az eszmények és az összefogás fontosságát az egyszemélyi politikával szemben, amit a Fidesz képviselt. A személytelenségre ráerősített az intézményépítés gesztusa is. Márki-Zay az ország problémáira a megoldást az intenzív intézményépítésben látta: korrupcióelleni bizottságot hozna létre, *Kossuth Köroket* szervezett, de magával az ellenzéki összefogás létrehozásával és fenntartásával is egy válságkezelő intézményt épített. Az udvari stílus indikátorai esetében a *szuverén az első helyen* a legtöbbet detektált indikátor. Ugyan Márki-Zay személyére épült fel az ellenzéki kampány, azonban ez fele annyi előfordulást jelentett, mint a köztársasági stílus *közösségiség és állampolgári egyenlőség* és a *vita, majd konszenzus* indikátoraiban mért előfordulás, így azt láthatjuk, hogy bár szövegszerűen, cselekvésben és vizuálisan megvalósult Márki-Zay kiemelése az ellenzéki szereplők közül, az ellenzéki egység és a közösség hangsúlyozása fontosabbnak bizonyult. A *mímelés* indikátor rámutatott, hogy a politikai elveket az Európai Unióról, nyugatról kell mímelni, mintázni. A normák nem ebből a politikai közösségből érkeznek, hanem a nyugati politikai közösségből, míg a kormánypárté Márki-Zay kommunikációja szerint keletről. A *szuverén fizikai valója, elérhetősége* esetében az volt látható, hogy a Márki-Zay ízlésvilágát bemutató képek vagy szövegek nagyon kevés esetben fordultak elő, ezzel is hangsúlyozva az összefogás és az intézmények fontosságát. A realista stílus elemei nagyon kis számban voltak tetten érhetőek a vizsgált mintában.

ÖSSZEGZÉS

A kutatásban a Robert Hariman (1995) által meghatározott négy politikai stílusból a társadalomszemiotika eszköztárának felhasználásával képeztem stílusindikátorokat. Az indikátorokat három dimenzió, 1) látvány, 2) szövegek, és 3) a cselekvések mentén határoztam meg, ezzel biztosítva az elemzés multimodális voltát. Az indikátorokat tartalmazó táblázatból kódkönyvet alakítottam ki, majd kvalitatív tartalomelemzést végeztem Márki-Zay Péter Facebook-posztjain.

A politikai stílus esztétika szempontú megközelítésére azért volt szükség, hogy megjelenhessen az a közpolitikai képességeken túlmutató karizmatikuság, amely manapság a választókat az urnák elé csábíthatja (Grabe–Bucy, 2009). A multimodális megközelítés pedig abban segített, hogy a szövegen túl más kommunikációs erőforrásokat is elemzés tárgyává tegyék a tanulmány magas érvényességét biztosítandó.

Az első kutatási kérdést megválaszolandó, a kutatásból láthatóvá vált, hogy a Robert Hariman által meghatározott négy stílus kategóriából képzett indikátorok alkalmasak egy politikai szereplő stílusának körvonalazására. A má-

sodik kutatási kérdésre is sikerült választ kapnom, hiszen a kvalitatív kódolás segítségével kiderült, hogy Márki-Zay politikai stílusa leginkább a köztársasági stílusból építkezik. A második leggyakrabban előforduló a bürokratikus stílus, majd az udvari stílus volt. Márki-Zay stílusára a legkevésbé a realista stílus elemei jellemzőek. Megállapítható ezek alapján, hogy Márki-Zay stílusa eklektikus. Egyszerre mutatja magát az egyszemélyi kompetens vezetőnek (udvari stílus *szuverén az első helyen* indikátorának erős jelenléte) és a láthatatlan politikai vezetőnek (bürokratikus stílus *személytelenség és intézményközpontúság* indikátorai, vagy köztársasági stílus *közösségiség* indikátorának erős jelenléte).

A realista stílus indikátorainak hiánya rímélhet arra a jelenségre, hogy a szakirodalom Orbán Viktorral azonosítja leginkább a realista stílus elemeit (Illés, 2022), így érthető stratégia lehetett Márki-Zay Péter (és kampánystábjá) részéről, hogy Orbán Viktor ellentétének kívánta felépíteni magát. Ez az ellentétállítás a kampány számos pontján tetten érhető volt. Míg Orbán Viktor posztjai rövidek (Farkas–Bene, 2022), Márki-Zay posztjai jóval hosszabbak, folyószöveg vagy beszéd jellegűek voltak. A kampány színei is az ellentéteségre játszottak. Ugyan mindkét karakter gyakran mutatkozott választók, politikustársak között, Orbán vizuális üzenetei sokkal jobban fókuszáltak a szuverénre, mint Márki-Zay képi anyagai.

Jelen feltáró jellegű kutatás arra vállalkozott, hogy a Robert Hariman által megalkotott négy stíluskategóriából képzett stílusindikátorokat a gyakorlatban egy konkrét politikai vezető, Márki-Zay Péter stílusának bemutatásán keresztül illusztrálja. Azonban a jövőben a számos új aspektussal bővíthető az elemzés. Egy jövőbeni kutatási irány lehet Márki-Zay Péter és Orbán Viktor stílusa közötti különbségeket vizsgálni. További kutatási lehetőséget jelentene új stílus kategóriák körvonalazása, mint amilyen a *forradalmi* (Hariman, 1995), a *populista* (Moffitt–Tormey, 2014), a *feminin* (Charteris-Black, 2014), vagy *aktivista* (Rossing, 2013) stílusok. Más közösségimédia-platformok bevonása is szükséges lehet, például a Twitter, az Instagram és a YouTube, ezzel együtt a mozgóképek – mint a videók és gifek – vizsgálata. Egy következő kutatási irány lehet a kampányon kívüli időszakok vizsgálata, amelyek új perspektívákat nyithatnak meg az elemzésben. A mediatizáció hatása a politikai stílus dimenzióira egy újabb lehetséges további kutatási terület, ahol a folytonos készenléti állapot és a személyes és politikai összeolvadása új mélységet adhat a kutatásnak.

JEGYZETEK

- ¹ A stílusok indikátorainak alpha értéke a következőképpen alakult:
 - A realista stílus értékei az egyszerűség és valóságosság esetében = 1,00; stratégiai gondolkodás esetében = 0,82, cselekvésközpontúság esetében = 1,00.
 - Az udvari stílus értékei a látszat szerepe kiemelt indikátor esetében = 1,00, mímelés esetében = 0,83, szuverén az első helyen esetében = 0,80, szuverén fizikai valója, elérhetősége esetében = 0,79.
 - A köztársasági stílus értékei az állampolgári egyenlőség indikátornál = 0,83, a közösségiség esetében = 0,80, vita, majd konszenzus esetében = 0,82, moralizálás esetében = 0,80.
 - Végül a bürokratikus stílus értékei a személytelenség indikátornál = 0,82, a kiszámíthatóság, szabályszerűség és merevség indikátornál = 0,83, a szuverén egy ügyintéző indikátornál = 0,80, az intézményközpontúság indikátornál = 0,85.
- ² <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/475858360567308>
- ³ <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/526916802128130>
- ⁴ <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/534935211326289>
- ⁵ Forrás: Márki-Zay Péter Facebook oldala: <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/501625674657243>
- ⁶ Forrás: Márki-Zay Péter Facebook oldala: <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/4934913656603563>
- ⁷ Forrás: Márki-Zay Péter Facebook oldala: <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/509775540508923>
- ⁸ Forrás: Márki-Zay Péter Facebook oldala: <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/474312250721919>
- ⁹ Forrás: Márki-Zay Péter Facebook oldala: <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/478507596969051>
- ¹⁰ Forrás: Márki-Zay Péter Facebook oldala: <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/533054404847703>
- ¹¹ Forrás: Márki-Zay Péter Facebook oldala: <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/533688708117606>
- ¹² Forrás: Márki-Zay Péter Facebook oldala: <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/475568667262944>
- ¹³ Forrás: Márki-Zay Péter Facebook oldala: <https://www.facebook.com/markizaypeter/posts/543848597101617>
- ¹⁴ Forrás: Márki-Zay Péter Facebook oldala: <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/494116252074852>
- ¹⁵ Forrás: Márki-Zay Péter Facebook oldala: <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/533688708117606>
- ¹⁶ Forrás: Márki-Zay Péter Facebook oldala: <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/1593276027696928>
- ¹⁷ Forrás: Márki-Zay Péter Facebook oldala: <https://www.facebook.com/100044294431020/posts/477071473779330>

IRODALOM

- Ankersmit, Frank (2000): Politieke stijl: Robert Schumann en Friedrich Schiller. In: Pels, Dick–Te Velde, Henk (szerk.): *Politieke Stijl: Over presentatie en optreden in de politiek*. Amsterdam, Spinhuis, 15–42.
- Ankersmit, Frank (2003): Democracy's inner voice: Political style as unintended consequence of political action. In: Corner, John–Pels, Dick (szerk.): *Media and the Restyling of Politics*. London, SAGE, 19–40. <https://doi.org/10.4135/9781446216804.n2>
- Benjamin, Daniel–Shapiro, Jesse (2009): Thin-Slice Forecasts of Gubernatorial Elections. *Rev Econ Stat*, 2009 Aug 1; 91(33): 523–536. <https://doi.org/10.1162/rest.91.3.523>
- Boda Zsolt (2020): *Ki dönt? Kormányzási stílusok és közpolitikai változás Magyarországon 2002–2014*. Budapest, Gondolat.
- Burns, James MacGregor (1978): *Leadership*. New York, Harper and Row.
- Brummett, Barry (2019): *Techniques of Close Reading*. Sage. <https://doi.org/10.4135/9781071802595>
- Charteris-Black, Jonathan. (2007): *The Communication of Leadership: The Design of Leadership Style*. London, Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203968291>
- Charteris-Black, Jonathan (2011): *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor*. Basingstoke, Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230319899>
- Charteris-Black, Jonathan. (2014): Political style. In: Stockwell, Peter (szerk.): *The Cambridge Handbook of Stylistics*, University of Nottingham, University of Sheffield. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139237031.040>
- Dewey, John (1934): *Art as Experience*. New York, Minton, Balch & Co.
- Farkas Xénia–Bene Márton (2022): Orbán Viktor vizuális és verbális populista stílusa a Facebookon. *Politikatudományi Szemle*, XXXI/3., 82–108. <https://doi.org/10.30718/POLTUD.HU.2022.3.82>
- Grabe, Maria Elizabeth–Erik Page Bucy (2009): *Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections*, Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195372076.001.0001>
- Hargrave, Lotte–Blumenau, Jack. (2022): No Longer Conforming to Stereotypes? Gender, Political Style and Parliamentary Debate. *The UK British Journal of Political Science*, 52, 1584–1601. <https://doi.org/10.1017/S0007123421000648>
- Hariman, Robert (1995): *Political Style. The Artistry of Power – New Practices of Inquiry*. The University of Chicago Press.
- Hayes, Andrew F.–Krippendorff, Klaus (2007): Answering the call for a standard reliability measure for coding data. *Communication Methods and Measures*, 1(1), 77–89. <https://doi.org/10.1080/19312450709336664>
- Hodge, Robert–Kress, Gunther (1988): *Social semiotics*. Ithaca, Cornell University Press.
- Illés Gábor (2022): A realista Orbán Viktor. In: *Az állandóság változása: Parlamenti választás 2022*. Gondolat–TK Politikatudományi Intézet, Budapest, 183–198.
- Jewitt, Carey–Bezemer, Jeff–O'Halloran, Kay (2016): *Introducing Multimodality*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315638027>
- Kaufer, David–Hariman, Robert (2008): Discriminating political styles as genres: A corpus study exploring Hariman's theory of political style. In: *Text & Talk*, 28–4 (2008), New York, Walter de Gruyter, 475–500. <https://doi.org/10.1515/TEXT.2008.023>

- Kiss Balázs (2015): Elfogultság és közöny. A politikai vezérek integrációs és dezintegrációs teljesítménye Magyarországon. *Társadalomtudományi Szemle*, 2015/4. <https://doi.org/10.18030/socio.hu.2015.4.89>
- Kiss Balázs (2016): Politikai Kommunikáció Magyarországon, 1990–1997. *Rövid vázlat a kiindulópontokról és a módszerről*. In: *Politikai kommunikáció Magyarországon, 1990–1997*. Budapest, MTA TK Politikatudományi Intézet.
- Kiss Balázs (2017a): Közösségkutatás és Társadalomszemiotika. A Politikai kommunikáció kutatásának módszere. In: Kiss Balázs (szerk.): *Politikai Kommunikáció Magyarországon, 1990–1997 Tanulmányok egy korszak kommunikációs jellegzetességeiről*. Budapest, MTA TK PTI,
- Kiss Balázs (szerk.): (2017b): A polarizáció éve. *Politikai kommunikáció Magyarországon, 1997–2006*. Budapest, MTA TK PTI.
- Kiss Balázs–Szabó Gabriella (2018): Constructing Political Leadership during the 2015 European migration crisis: The Hungarian case. *Central European Journal of Communication*, 2018/1. [https://doi.org/10.19195/1899-5101.11.1\(20\).1](https://doi.org/10.19195/1899-5101.11.1(20).1)
- Kotter, John Paul (1990): *Force for change: How leadership differs from management*, New York, The Free Press.
- Mazzoleni, Gianpietro–Schulz, Winfried (1999): „Mediatization” of Politics: A Challenge for Democracy? In: *Political Communication*, 16:3, 247–261. <https://doi.org/10.1080/105846099198613>
- Merkovity, Norbert–Bene, Márton–Farkas, Xénia (2021): Hungary: The Illiberal Crisis Management. In: Lilleker, Darren–Coman, Ioana A.–Gregor, Miloš–Novelli, Edoardo (szerk.): *Political Communication and Covid-19*. Routledge, 269–279. <https://doi.org/10.4324/9781003120254-26>
- Miller, Garry J. (2002): *Menedzserdilemmák. A hierarchia politikai gazdaságtana*, Budapest, Aula
- Moffitt, Benjamin–Tormey, Simon (2014): Rethinking Populism: Politics, Mediatization and Political Style. *Political Studies*, 62 (2), 381–397. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12032>
- Mumford, Michael D. (2006): *Pathways to outstanding leadership: A comparative analysis of charismatic, ideological, and pragmatic leaders*. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates Publishers. <https://doi.org/10.4324/9780415963633>
- Mumford, Michael. D.–Antes, Alison. L.–Caughron, Jay. J.–Friedrich, Tamara. L. (2008): Charismatic, ideological, and pragmatic leadership: Multi-level influences on emergence and performance. In: *The Leadership Quarterly*, 19(2), 144–160. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2008.01.002>
- Newman, Nic–Fletcher, Richard–Schulz, Anne–Andi, Simge–Robertson, Craig–Nielsen, Rasmus Kleis (2020): *Reuters Institute Digital News Report 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Parikh, Kashyap (2011): Colour Symbolism – Emotional Values of Colour. In: *Indian Journal Of Applied Research*, 3(1):65–66. <https://doi.org/10.15373/2249555X/JAN2013/26>
- Pels, Dick (2003): Aesthetic Representation and Political Style. In: Corner, J.–Pels, Dick (szerk.): *Media and the Restyling of Politics*. London, SAGE, 41–66. <https://doi.org/10.4135/9781446216804>
- Richardson, Jeremy (szerk.) (1982): *Policy Styles in Western Europe*. Routledge.
- Rossing, J. P. (2013): Dick Gregory and Activist Style: Identifying Attributes of Humor Necessary for Activist Advocacy. *Argumentation and Advocacy*, 50., 59–71. <https://doi.org/10.1080/00028533.2013.11821810>
- van Leeuwen, Theo (2005): *Introducing Social Semiotics*. Routledge–Taylor & Francis Group, Oxford. <https://doi.org/10.1177/02673231070220030713>
- Vannini, Phillip (2007): Social Semiotics and Fieldwork: Method and Analytics. In: *Qualitative Inquiry*, 13/1, Sage Publications, Canada. <https://doi.org/10.1177/1077800406295625>

