

A karizmatikus uralom megjelenésének vizsgálata Orbán
Viktor Facebook oldalán az orosz-ukrán háború kitörését
követő három hétben

CWY893

2024.06.01.

Tartalomjegyzék

I.	Bevezetés.....	1
II.	A weberi uralom formái	2
	I.1. A karizmatikus uralom	3
	I.2. A karizmatikus uralom dinamikája, átalakulása.....	4
III.	A karizmatikusság univerzális jellemvonásai	7
IV.	Plebiszciter vezérdemokrácia Magyarországon	8
V.	Kutatási kérdések:	12
VI.	A Facebook mint adatforrás relevanciájának indoklása.....	13
VII.	Módszertan és mintavétel.....	14
VIII.	Eredmények bemutatása.....	17
VIII.	A legfőbb kutatási eredményeim összegzése.....	34
IX.	További kutatási lehetőségek:	36
X.	Bibliográfia	37
XI.	Táblázatok	39
XII.	Diagramok.....	40
XIII.	Kódfüzet.....	41

I. Bevezetés

Max Weber A politika mint hivatás (Weber 2004) című művét olvasva, különösen annak a karizmatikus uralom és a plebiszciter vezérdemokráciáról szóló részében, ráismerni véltem az aktuális magyar politikai helyzetre. Abban legalábbis biztos voltam, hogy párhuzamokat lehet vonni. Egy szemeszterrel később ennek hatására kutatást készítettem egy csoporttársammal, amelyet Weber írása orientált. A dolgozatunk, amely egy összehasonlító elemzés Orbán Viktor és Márki-Zay Péter Facebook kommunikációjáról a 2022-es választások időszakában, fő tanulsága számomra Orbán posztjainak figyelemreméltó átgondoltsága és következetessége a tartalmakat tekintve. Ugyanakkor a kutatás egy kurzus keretében íródott, így nem állt rendelkezésre megfelelő idő, hogy valóban elmélyülve, Weber nyomán konceptualizálva, az elméletet az empiriához megfelelő mértékig közel tartva valósuljon meg a kutatás. A Körösenyi és szerzőtársai (2020) megalkották a weberi elmélet empirikus felhasználásának feltételeit, és kutatásuk során igazolták, hogy az Orbán rezsim jól leírható plebiszciter vezérdemokráciaként (amelynek hajtóereje a karizma). A megközelítés egy magyarázat arra, hogy miként képes Orbán 2010 óta dominálni a politikai teret (Sükösd 2022).

Az orosz-ukrán háború kapcsán megjelenő Facebook kommunikáció megfelelő kutatási terepnek tűnik a karizma megfigyelésére, ezt pedig bővebben indoklom a karizmával foglalkozó fejezetben. A kutatásom két fő dimenzióra osztható. Megfigyelem egyrészt a plebiszciter vezérdemokráciára, mint rezsimre jellemző elemek megjelenését, másrészt Orbán személyes karizmatikusságát. Kutatásom három pontban kívánja bővíteni a témáról szóló tudományos ismereteket. Kvantitatív szövegelemzéssel megközelítve a problémát, megvizsgálom, hogy a karizmatikus uralom és a karizmatikusság mint személyre vonatkozó jellemvonás egyes jellemzői hogyan, és milyen arányban jelennek meg Orbán Facebook kommunikációjában. E kutatásom mintáját Orbán Viktor hivatalos Facebook oldalán található posztok adják, amelyek a Körösenyi és szerzőtársai (2020) által elemzett beszédekhez képest jóval rövidebbek, általában vizuális elemek mellett textuális tartalmakról van szó, ráadásul nem „élő” közegben kerülnek megosztásra, így kontrollálhatóbbak az élő beszédhez képest. Három hetet felölelő teljes mintán végeztem a vizsgálatot, amely egyrészt képet ad arról, hogy a karizmatikusság egyáltalán megjelenik-e az „apró” momentumokban, másrészt rálátást enged arra, hogy a sokféle tartalomhoz mérten milyen arányban jelenik meg.

II. A weberi uralom formái

Max Weber (1864-1920) a modern társadalomtudományos gondolkodás egyik kiemelkedő alakja. Írásaiban kijelölte a szociológia foglalkozási területét, meghatározva annak helyét más diszciplínákhoz képest. Módszertani alapvetései (mint a megértő szociológia vagy az ideáltípus bevezetése) napjainkig meghatározzák a szociológiai kutatások jellegét (Grossi 2022). Weber, aki nemzeti-liberális polgári családban nevelkedett, kiemelten foglalkoztatta a politika is, nem csak tudományos tekintetben (Grossi 2022). Különösen az uralom, az uralmi viszonyok kérdése. A hatalom annak esélye, hogy valaki az akaratát érvényesítse másokon, ellenszegülés ellenére is (Weber 1987:77). Uralomról akkor beszélünk, ha az uralkodó az alávetettek irányába történő cselekvéseiben engedelmisségre számít (Weber 1987:77). Az uralom esetében mindig a vezér legitimitás igénye a meghatározó (amelyből következik az uralom típusa), nem az, hogy a követők legitimnek tartják-e azt (Némedi 2010:265-266). A politika mint hivatás című 1919-ben megjelent munkájában (Weber 2004) három ideáltípusba sorolta az uralmat: tradicionális (a szokáson alapul), legalitáson alapuló (bürokratikus vagy racionális) és a karizmán alapuló. A tradicionális uralomban a szokásjog által meghatározott módon számít az úr az alávetettek engedelmeskedésére (Weber 2004, Némedi 2010). A középkori monarchiakat tekinthetjük ideáltipikus tradicionális uralomnak.

A bürokratikus uralom áll legközelebb a modern-posztmodern jogállamokhoz. Ideáltipikus esetben a „szabályok rendezett világa” (Weber 1987:225) amelyben az uralmat egy bürokratikus csoport gyakorolja, amely pontosan a jogszabályoknak megfelelően működik. Az ideáltipikus bürokratikus uralom egyik fontos ismertetőjele, hogy egyáltalán nem kötődik egy adott személyhez (Weber 1987, Weber 2009, Némedi 2010). A bürokratikus csoport működését pedig a racionalitás határozza meg, mellőzve az érték alapú döntéseket, célkitűzéseket (Némedi 2010).

A karizmatikus uralom pedig egy, az alávetettek által rendkívüli képességűnek tartott vezetőre épülő rendszer. Szemben a bürokratikus uralommal, a vezető küldetése, amelynek végrehajtására az alávetettek hatalmazzák fel, értékeken alapszik (Weber 2004, Némedi 2010). A karizmatikus vezér képes a bürokratikus rendszer jellemzőit átformálni, annak minden szintjére erős befolyással lenni, így centralizáltabbá téve azt. A karizma fogalmán keresztül értelmezhetővé válhat a magyar aktuálpolitikai rezsím, amely több tekintetben kiemelkedőnek mondható. Egyrészt a rezsím tartósságát tekintve. Orbán Viktor 2020-ban Magyarország leghosszabb ideje hivatalban lévő szabadon választott miniszterelnöke lett (magyarnemzet.hu

2020¹), megelőzve Tisza Kálmánt. 2023-ban az Európai Unióban is a rangsor élére került a hivatalban töltött időt tekintve (szabadeuropa.hu 2023³²). Másrészt a rezsím dinamizmusát, cselekvő erejét tekintve. Orbán 2010 óta pártjával, a FIDESZ-el négy ciklus óta tartó kétharmados többséggel kormányoz, mellyel a legmagasabb szintű parlamenti döntéshozatalra is fel van hatalmazva (mint az alaptörvény módosítása). A rezsímet övező tudományos érdeklődés egyrészt Orbán populista stílusára (Farkas–Bene 2022), másrészt a rendszer nyugati típusú liberális demokráciáktól való eltérésére irányul. Előbbi szűkebb mezsgyén, a kommunikáció felől, utóbbi nem magyarázza a rezsím rendkívüli sikerességét. A következő két fejezetben bemutatom, hogy a karizma hogyan magyarázza a választók rendkívüli mértékű felhatalmazását egy politikai vezető irányába.

I.1. A karizmatikus uralom

A karizmatikus uralom a követők vezérbe vetett hitén alapul, melynek legitimációját a követők szándékolt hatalomátruházása adja meg (Weber 2004). A vezér és a követők közötti kapcsolat érzelmi jellegű, nem a rációra épül (Weber 2004, Baehr 2008). A karizma fogalma azonban empirikus felhasználáshoz nem eléggé körülhatárolt és konkrét (Tucker 1968, Darabos 2019, Körösenyi et al. 2020). Ezért releváns, hogy ebben a fejezetben megnézzük, hogy Weber milyen történeti forrásokra támaszkodott a karizma megalkotásakor. Weber a karizma fogalmának megalkotásához a cezarizmus fogalmából merített (Baehr 2008). A cezarizmus Julius Cézár római uralkodótól ered, azonban a fogalom konnotációja és normatív megítélése időn, téren és gondolkodókon át számos változáson ment keresztül (Baehr 2008). Weber különösen Auguste Romieu cezarizmusról alkotott gondolatából merített, melynek két központi eleme a tömegekre épülés és a legitimitás válsága (Romieu 1850³, hivatkozva: Baehr 2008:36). Ezen gondolatokból kiindulva Weber a karizma fogalmát tudományos felhasználásra alkalmasabbá téve, értékmentesen alkotta meg, mely magyarázza a karizmatikus uralom megjelenésének fő katalizátorát és legitimációját. „...az uralkodó helyzete karizmatikus jellegű, azaz személyes képességektől és azok beigazolódásától függ.” (Weber 2009:343). A karizma a rendkívüli testi-szellemi képességeken, illetve ezen képességek követők általi elismertségén alapul (melyek a romieu-i két jellemzőnek megfeleltethetőek), melyek nem minden egyén számára elérhetőek (Weber 1987, 2004, 2009, Némédi 2010). Weber (2004) példái között vannak vezérek, mint a régi honfoglaló népek előjárói, vannak vallási vezetők, és megjelenik a politikai vezér is

¹ <https://magyarnemzet.hu/belfold/2020/11/deutch-orban-a-szabad-magyarorszag-leghosszabb-ideje-hivatalban-levo-miniszterelnok>
Megtekintve:[2024.04.02]

² <https://www.szabadeuropa.hu/a/orban-a-leghosszabb-ideje-hatalomban-levo-miniszterelnok-az-eu-n-belul/32211047.html>
Megtekintve:[2024.04.02]

³ Romieu, Auguste (1850) *L'ère des Césars, second edition*. Paris: Ledoyen.

Bismarck személyében (Némedi 2010). A karizmatikus vezért isteni küldetése hajtja előre, személyének a követők általi elismertsége (a választások közvetítésével) hatalmazza fel a küldetés végrehajtására (Weber 2009). Az „isteni” küldetés szófordulat arra utal, hogy a vezért erős belső hivatástudata hajtja egy általa megfogalmazott magas szintű, a követőknek megváltást jelentő cél véghezvitelére (Némedi 2010). A küldetés status-quo megbontására, a megszokottal, tradicionálissal való radikális szembenállásra irányul (Weber 2009). Rendkívüli, válságos helyzetben pedig, amely valamilyen szükségletet teremt, helye van a rendkívüli vezetőknek, akik kiutat mutatnak a meglévő viszonyok megváltoztatásán keresztül, kiváltva a követettek lelkesedését (Weber 2009). A karizmatikus vezető felemelkedése a rendszer belülről érkező forradalma, amelyben a vezér ráveszi a népet arra, ami még nem volt, ami egyedülálló, más mint ami most van (Weber 2009:350). Ezen újító jelleg lényeges elem, amelyre újra és újra szükség van a karizma fenntartásához. A rendszer kiépüléséhez szükséges tehát alkotóerő és forradalmi hatalom, amellyel a változást képes végrehajtani a vezér (Weber 2009). A küldetésnek a hívek boldogulásához hozzá kell járulnia, a vezér ilyen módon felel irányukba (Weber 2009). Így alakul ki a karizmán keresztül a karizmatikus uralom.

I.2. A karizmatikus uralom dinamikája, átalakulása

A karizma dinamikáját három elemű ciklikus folyamatként lehet elképzelni. Egy válság, amely életre hívja a követőkben a karizma éhséget, egy karizmatikus ígéret a válság kezelésére, és az ígéret beteljesítése. Először a karizma éhséget a követőkben mindig egy rendkívüli külső vagy belső, Weber (2009) nyomán objektív, Körösenyi (2020:60) kiegészítésével akár a politikai diskurzus által kialakított válságnarratíva idézi elő. A karizma éhséget a félelem, az identitás- és/vagy az egzisztenciális válság alakítja ki az egyénekben (Tucker 1968:745). ACavalli (1986:71) a következő négy pontban határozza meg a karizma éhséghez vezető tipikus, a modern és posztmodern társadalmakban előforduló rendkívüli helyzeteket: 1. államalapítás, 2. rendszerváltás, 3. parlamentáris demokráciáról való áttérés a népi demokráciára, 4. rendszert vagy államot fenyegető külső-belső veszélyek. válságnarratívát a populista mítosz alakítja ki, amely a napirenden⁴ keresztül éri el a választókat (Körösenyi et al. 2020). A populista mítosz a történetmesélés egy módja (Casullo 2020⁵, hivatkozva: Körösenyi et al. 2020), amely a politikai vezért, mint hőst jeleníti meg, aki a nép oldalán, a néppel együtt harcol szemben a nagy hatalmú, az országon kívülről jövő hatalmi elittel és azt szolgáló „belső” elittel (Körösenyi et al. 2020:89). Látható, hogy a történet keretének két oldala és négy aktora van. A tartalom pedig rugalmasan alakítható, és újból az ismert keretbe illeszthető, ebben rejlik a populista mítosz

⁴ A napirend olyan téma, amelyről napi szintű diskurzus alakul ki. (Mazzoleni 2006)

⁵ Casullo, María Esperanza (2020): „Populism and Myth.” In The Populist Manifesto, szerk. Emmy Eklundh és Andy Knott, London- New York: Rowman and Littlefield, 25-38.

ereje (Körösényi et al. 2020). Másodszor ilyen helyzetben felléphet egy vezér típusú egyéniség egy lehetséges, a helyzettől megváltást jelentő változás ígéretével (Tucker 1968, Weber 2004, Körösényi et al. 2020). Demagóg szónoklatán keresztül hatékonyan szólítja meg a rendkívüli helyzet miatt befolyásolásra érzékennyé vált tömeget (Weber 2004, Körösényi et al. 2020). Harmadszor a vezér ígéretének beteljesítésével igazolja karizmáját, azaz a követők hitét a vezér rendkívüli képességeiben (Weber 2004, Körösényi et al. 2020). Ezután két lehetőség áll fenn, ugyanis a karizmatikus uralom lényegénél fogva dinamikus (hiszen a karizmának újra és újra igazolódnia szükséges, hogy fenntartsa a hitet és az érzelmekre épülő magas felhatalmazási szintet), állandó mozgást igényel (Weber 2009, Körösényi et al. 2020). Az egyik lehetőség, hogy új rendkívüli helyzet alakul ki. Ez új lehetőséget jelent a karizmatikus vezér fellépésére, és Charles De Gaulle történelmi példája megmutatja, hogy a beigazolódott karizma kiváló indulási előnyt jelent e versenyben (Soós 2012). De Gaulle 1940-ben Franciaország német megszállása alatt emelkedett ki karizmatikus vezetőként (Soós 2012). Karizmája beigazolódott, Franciaország vesztes helyzetből győztesként jött ki a második világháborúból, amely számos előnyt jelentett a francia nép számára, ebben pedig De Gaulle szerepe megkérdőjelezhetetlen (Soós 2012). De Gaulle 1944-46-ig Franciaország elnökeként volt hivatalban. Valamivel több mint 10 év elteltével 1958-ban az algériai válság új lehetőséget teremtett a karizmatikus vezető (?) hatalomra kerülésére, amelyet ki is használt, s 1959-től 10 évig maradt Franciaország elnöke (Soós 2012). A másik lehetőség, hogy a karizma mindennapivá válik (weberi terminussal rutinizálódik) (Weber 2009). Nincs új helyzet, amelyben a vezér bizonyítani tudná rendkívüli képességeit a követők irányába, s igény sincs, amely a követő tömeget a karizma éhséget kialakító, felfokozott, érzelmileg befolyásolható állapotban tartaná (Tucker 1968). Így a karizmatikus uralomforma átalakul más uralom formává vagy egyfajta hibrid állapotba kerül. Amennyiben a vezér és elitje sikeresen képes a hatalmat fenntartani, úgy eltolódik a tradicionális uralom irányába a rendszer (Weber 2009). A posztmodern nyugati demokráciában azonban nehéz elképzelni, hogy egy rezsim képes legyen a tradicionális uralom irányába elmozdulni, amely a modern kor előtti államformák jellemzője (Weber 2004). Lehetőség tehát, hogy a bürokratikus uralmi forma felé tolódjon, amelynek szervező ereje a racionális szabályozásba (amely a jogban nyilvánul meg) vetett hit (Weber 2009, Némedi 2010). Kialakulhat a weberi (2004) plebiszciter demokrácia vagy Körösényi (2020) plebiszciter vezérdemokrácia (PVD) modellje. Weber (2004) az Andrew Jackson elnök korabeli (1829-1837) Amerikát hozta példának, bevezetve a plebiszciter (magyarul népszavazásos) rendszer fogalmát. A plebiszciter rendszer a bürokratikus és a karizmatikus rendszer keveréke, ahol a felhatalmazás formája legális, tartalma azonban a karizmatikus rendszer felé mutat (Weber 2004). Másképp fogalmazva, jogszabályok mentén működik, elvileg érvényesül a

hatalommegosztás elve, gyakorlatilag azonban a vezető politikusnál (a továbbiakban vezér) a jogszabályok iránymutatásához képest jóval nagyobb mértékben összpontosul a döntéshozatal. Jackson elnöksége alatt a pártok elvesztették hatalmukat, elvek nélküli végrehajtó szervekké váltak (Weber 2004). A választók Jackson személyébe vetett hitére épült az elnökség. Némedi (2010) rámutat, hogy Weber azért e két uralom keverékének leírását dolgozta ki, míg más köztes uralmakról nem írt, mert a modern-posztmodern(?) demokratikus jogállamok működését ennek a két rendszernek a keverékében látta. Úgy vélte, a bürokratikus apparátus akkor képes hatékonyan működni, ha megvan az a vezető, aki érték alapú célokkal, döntésekkel irányítja azt (Némedi 2010). Írásaiban tehát nem maradt meg csupán a leíró jellegnél (Némedi 2010). Weber politikai írásainak gyakori kritikája, hogy összemosódik a tudományos leíró jelleg és a politikai vélemény (Eliaeson 1991⁶-Schnepel 1987⁷, hivatkozva Darabos 2019:3). A plebiszciter rendszerben létrejön ez a kettősség. Egyfelől a rendszer élén egy karizmatikus vezér áll, aki vízióján keresztül érték alapú irányt mutat, másfelől rendelkezésre áll a ráció alapján hatékonyan működő bürokratikus végrehajtó testület. A vezér hatalmát az érzelmekre ható demagóg (modern megközelítésben populista) szónoklatain keresztül szerzi meg, kialakítva magáról a rendkívüliség benyomását (Weber 2004, Némedi 2010). Dominálja a politikai teret, a pártok kárára. A pártok, ahogy Weber a korabeli angol pártpolitikát hozza példának (Weber 2004), emiatt kénytelenek a vezérrel együttműködni. A hatalom átruházás rítusa a demokratikus választás, amely eltérően elméleti-pártválasztásos jellegétől, szimbolikusan a vezér felhatalmazásáról szól (Weber 2009, Körösenyi et al. 2020). A rendszer hatalmi egyensúlya felborul, egyre inkább a vezér kezében összpontosul a hatalom (Weber 2004). A vezérnek hatalmának gyakorlásához továbbra is szüksége van a politikai apparátusra, azonban azt egyre inkább a személyéhez köti úgy, hogy támogatókat és barátokat juttat politikai pozícióba (Weber 2004, 2009, Körösenyi et al. 2020). A pozícióba kerülők anyagi és hatalmi érdeke a vezér hatalmának fenntartása (így a rendszer fenntartása). A plebiszciter rendszerre jellemző, hogy eltűnnek belőle a politikai elvek, helyükbe a pozícióharc lép (Weber 2004). Ahogy az uralom minden formáját, úgy a PVD rezsimeket is a vezér felől azonosíthatjuk, a karizma fogalmán keresztül. Szükséges ehhez, hogy a karizmat elemekre bontva értsük meg. Weber azonban a karizma fogalmát nem dolgozta ki olyan részletességgel, hogy az felhasználható legyen az empirikus vizsgálathoz (Pappas 2016⁸, hivatkozva: Darabos 2019).

⁶ Eliaeson, Sven (1991): *Between Ratio and Charisma – Max Weber's View on Plebiscitary Leadership Democracy*. Statsvetenskaplig Tidskrift, Vol. 94, No. 4, 317-339.

⁷ Schnepel, Burkhard (1987). *Max Weber's Theory of Charisma and its Applicability to Anthropological Research*. Journal of the Anthropological Society of Oxford, Vol. XVIII, No. 1, 26-48

⁸ Pappas, S. Takis (2016). *Are Populist Leaders "Charismatic"? The Evidence from Europe*. Constellations Volume 00, No0, 1-13.

III. A karizmatikusság univerzális jellemvonásai

A karizma empirikus kutatási koncepcióját Jeffrey Green fogalmazta meg (Green 2008⁹, hivatkozva: Körösenyi et al. 2020). Ez alapján a karizmatikusságnak vannak olyan univerzális jellemzői, amelyek valamennyi karizmatikus vezetőnél megjelennek, más-más mértékben és összetételben (Körösenyi et al. 2020). A karizmatikus vezető ennek nyomán három jól behatárolható karakterjeggyel rendelkezik, melyen keresztül érvényre juthat rendkívülisége. Hordozza a hős jellemvonását, vizionárius és magas a személyes felelősségvállalása (Körösenyi et al. 2020). Fontos kitétel, hogy önmagában ezen tulajdonságok megtestesítése még nem eredményezi, hogy valakit a weberi (2004) értelemben karizmatikusnak tituláljunk. Ahogy Tucker (1968) rámutat, akkor mondhatjuk egy vezetőre, hogy karizmatikus, ha a felemelkedése a karizmára épül. Tehát ahhoz, hogy megállapítsuk, hogy egy vezér ebben az értelemben karizmatikus, a legkorábbi színrelépésénél kell vizsgálnunk, lehetőleg ott, ahol még nem tett szert hatalomra (Tucker 1968). Ugyanis hatalomra kerülésük után a vezetők képesek karizmatikus jegyek kialakítására tudatosan, hatékonyan használva a tömegkommunikáció adta lehetőségeket. Ezáltal a hatalom torzító hatással van a vizsgálódásra (Tucker 1968). Példának hozom Sztálint Tucker (1968) nyomán. Sztálin felemelkedése nem a karizmán alapult, ugyanakkor későbbi uralma során a propaganda tevékenység által alakított személyi kultusza vitathatatlanul hordozott karizmatikus jegyeket (Tucker 1968). A hős dimenzió megértéséhez néhány példát mutatok?. Weber (2009) a karizma megjelenésének példaként Akhilleusz-t hozza fel, aki hősieen száll szembe a hatalmi elittel. „...*mániás rohama van..*” (Weber 2009:341) írja, utalva egy szélsőséges (nem hétköznapi) állapotra, melyen keresztül rendkívülinek látjuk. A legszemléletesebb példa azonban az a jelenség, amely a „rendkívüliség” fogalmának megértésében hatott Max Weberre. Baehr (2008) írja, hogy egy esetben Weber sebesült német katonákkal találkozott. A találkozás alkalmával megdöbbenette Webert, hogy azon katonák, akik már testközelbe kerültek a halállal, tisztességből és kötelezettségtudatból önszántukból a harctérre „vágytak” vissza (Baehr 2008). Az eset ismeretében körvonalazódik, hogy a rendkívüliség a racionalitástól és a megszokottól távol álló fogalom. Mindkét példa olyan kontextusban íródott, amely a hétköznapi helyzetektől meglehetősen távol esik. Továbbá mindkét példa cselekménye valamivel való szembenálláshoz, harchoz vezet. A hősie jegyeket igazán a küldetésen keresztül képes a karizmatikus vezető megjeleníteni. Így a vezető és a megoldás lehetősége (a küldetésen keresztül) gyakorlatilag eggyé válik a követők számára (Cavalli 1986).

⁹ Green, Jeffrey Edward (2008): *Max Weber and the Reinvention of Popular Power*. *Max Weber Studies*, 8.2, 187-224.

A karizmatikus vezetők következő fontos jellemzője a vizionáriusság, rendkívüli, megváltó erejű változást ígérnek (Körösenyi et al. 2020). Tucker (1968:748) állítása alapján két, ehhez a dimenzióhoz köthető archetípusba (vagy a kettő keverékébe) sorolhatóak a vezérek. Az egyik a messiás, próféta, aki rendkívüli ötlettel áll elő. Ilyennek tekinthetjük Karl Marx-t, aki „jóslatba” is foglalta elgondolását, mi szerint az osztálykonfliktust a kommunista forradalom fogja megoldani (Tucker 1968:748). A másik a megvalósító, aki képes egy rendkívüli ötlet végrehajtására. Előbbi példánál maradva Lenint tekinthetjük ilyen karakternek, aki Marx nyomán mozgalmat indított (Tucker 1968:748). Ahogy maga Weber (2009) írja, a vezér a követőknek tartozik felelősséggel a „megelőlegezett” bizalomért. A karizmatikus vezérekre jellemző, hogy az utolsóig kitartanak az ügyük mellett, bizonytalanságot nem ismerve abban (Tucker 1968). Az eredmények alakulása nem az ügyet kérdőjelezi meg vagy a vezért, legalábbis a vezér narratívájában (Tucker 1968). Tucker (1968) alapján pont ez a leginkább azonosítható tulajdonság, a vezér szikár, töretlen és határtalan hite önmagában, és abban, hogy a küldetését beteljesíti. A bizonyosság, vagy annak megjelenítése egy bizonytalan helyzetben. Éppen ezért a karizmatikus vezető semmilyen jelét nem adja gyengeségnek, hibának vagy újratervezésnek. A következő fejezetben bemutatom, hogy a karizma univerzális elemei hogyan, vagy hogyan nem jelennek meg Orbán Viktor kommunikációjában, politikájában.

IV. Plebiszciter vezérdemokrácia Magyarországon

Körösenyi és munkatársai (2020) a weberi plebiszciter rendszer elméleti kereteit felhasználva dolgozták ki a plebiszciter vezérdemokrácia (a továbbiakban PVD) ideáltípusát. Majd kvalitatív esettanulmányon keresztül empirikusan igazolták, hogy a PVD rendszerrel jól leírható az Orbán-rezsim (Körösenyi 2017, Körösenyi et al. 2020). A PVD egy, a válságok által folyamatosan mozgásban lévő rendszer, mely éppen a mozgásból nyeri energiáját (folyamatos legitimációját) a változtatásokhoz (Körösenyi et al. 2020). Így elkerülve a rutinizálódást (Körösenyi et al. 2020).

A PVD mint rendszer elemei: 1) a karizmatikus vezetés és a választások általi legitimáció folyamatos interakciót teremt a vezetők és választók között, 2) az uralmi viszonyt a választások plebiszciter jellege legitimálja, 3) a válságnarratíva felbontja a status-quo-t, igazolja a dinamikus változást, 4) ezen tényezőket erősítik a kommunikáció demagóg, populista stíluselemei, az ellenségkép alkotása és a status-quo-val való szembenállás (Körösenyi et al. 2020). Körösenyi és szerzőtársai (2020) rámutatnak, hogy Orbán Viktor egyrészt 1988-ban a FIDESZ alapítók között van. A karizma a modern és posztmodern társadalmakban mozgalmakon keresztül jelenik meg, melyeknek evolúciója a politikai párttá alakulás (Tucker 1968). Másrészt ő volt a második, aki 1956 után az orosz csapatokat kivonulásra szólította föl,

Nagy Imre 1989-es újratemetésén tartott hatásos beszédében (Körösenyi et al. 2020). Szimbolikusan így vált a rendszerváltás egyik felemelkedő, hős karakterévé (a hatalmi elitel szemben álláson keresztül), akinek 1989-es víziója, hogy Magyarország demokratikus nemzetté válva felzárkózik a nyugathoz (radikális, megváltó erejű változás a kommunizmusból), beszédével pedig az ügy élére állt (vállalva a személyes felelősséget) (Körösenyi et al. 2020). Sükösd (2022) Orbán 1989-2020 közötti beszédeit elemezve rávilágít, hogy az akkor átütő sikerrel alkalmazott retorikához a miniszterelnök következetes maradt. Narratívájában jól rezonál a magyar kultúrával, amit a szenvedés mint érzelem, az áldozatszerep, és az abból való kitörési vágy jellemez (Sükösd 2022). Teljesíti tehát a kulturális azonosság feltételét, amelyen keresztül szorosabb kapcsolat alakul ki a vezér és követők között (Cavalli 1986). Orbán Viktor tehát első miniszterelnöksége (1998-2002) előtt tíz évvel karizmatikusan lépett a politikai térbe, éppen egy rendszerváltás előtt (ami megfelel a Cavalli féle tipológia első pontjának).

Majd, ahogy Bottoni (2023:73) rámutat, 1998-ban a Közgazdaságtudományi Egyetemen tartott, Horn Gyula miniszterelnökkel szembeni vitában¹⁰ tanúsított karizmatikus fellépése, amelyet a rádió és televízió egyaránt közvetített, erősen hozzájárult az első kormányalapításához. Mind stílusában, mind víziójában felülmúlta ellenfelét, és a polgári Magyarország ígéretével sikeresen mozgósította a fiatal szavazókat (Bottoni 2023). Majd a 2008-as válságból erős politikai tőkét tudott kovácsolni, mellyel kvázi meghaladta az MSZP-FIDESZ versengést (Bottoni 2023:137). A válság által, amelyben az IMF volt a külső és a Gyurcsány vezette MSZP a belső ellenség, új lendületet kapott politikája, s a szuverén nemzet, a polgári Magyarország már nem csupán víziónak, hanem logikus kiútnak is tűnhetett a társadalom széles rétegeit érintő gazdasági és társadalmi válságból (Bottoni 2023). Tooze (2018) szerint Orbán a válsággal gyarapította oly mértékben politikai tőkéjét, amely a második Orbán kormány óta tartó egypólusú politikai tér kialakulásához vezetett (Tooze 2018¹¹, hivatkozva: Bottoni 2023). 2010-es kormányzása óta „küzd” az EU-val szemben a magyar szuverenitásért (Körösenyi et al. 2020:53). Harcát párhuzamba állította olyan történelmi példákkal, mint az 1848-as vagy az 1956-os szabadságharc (Körösenyi et al. 2020). Hogy egy friss példával szemléltessem ezt, idézek a 2024.03.15-én tartott beszédéből: „...*nekünk a szabadság az, ha olyan hazát építhetünk magunknak, ahol nincs a fejünk fölött semmiféle háziúr...*” (Orbán 2024¹²). A megemlékezésen az 1848-as események felidézésétől eljutunk újra a jelenig, folytatva következetesen az 1989-ben megkezdett narratívát, melyben Orbán az 1848-as, az 1956-os, és az 1989-es rendszerváltó fiatalok sorába állítja magát. Az átfogó populista

¹⁰ Megtekinthető az MSZP youtube csatornáján: <https://www.youtube.com/watch?v=k0QDfgY72Sg>

¹¹ Adam Tooze: Lo schianto 2008-2018. *Come un decennio di crisi economica ha cambiato il mondo*. Mondadori, Milano, 2018

¹² https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=375818418624714Mandiner

mítosz szerint ez 176 éve tart, és a történet a narratíva alapján folytatódik éppen most is. Orbán víziója a hagyományos értékek megőrzése, visszaállítása és kiterjesztése az Európai Unión belül, így a kereszténység, a család, a közösség és a nemzet (Körösenyi et al. 2020). Szemben a „*szélsőséges individualizmussal és morális relativizmussal...*”(Körösenyi et al. 2020:53).

Körösenyi és szerzőtársai (2020) rámutatnak, hogy Orbán a lokális és globális politikai napirend témáira következetesen reagál, víziót fogalmaz meg, amely jellemzően a hatalmi elittel szembeni álláspontot jelent. A lokális napirendet még akkor is sikerrel határozta meg éwertékelő beszédén keresztül, amikor ellenzéki politikus volt (Sükösd 2022). Sükösd (2022) 2006 és 2010 között több példát is hoz erre vonatkozóan. Továbbá a 2006 és 2020 közötti populista mítoszoknak legalább 17 különböző válsága, nyolc külső- és hat belső ellensége volt (Körösenyi et al. 2020:92). Fontos, hogy nem ellenfelekről van szó a narratíva alapján, hanem a nép számára „veszedelmes” ellenségekről (Körösenyi et al. 2020, Sükösd 2022). A külső és belső ellenség változik, ahogy a tartalom is, ugyanakkor a keretezés nem. Minden „harc” nagy szabású „veszélyt” hordoz magában, amelyben az egész nép érintett egzisztenciálisan és/vagy identitásában. A veszélyhelyzetekből táplálkozó félelem pedig folyamatosan táplálja a karizmaéhséget. Orbán a nép mellett harcol, az ellenfelek pedig külső, nagy hatalommal rendelkező entitások, akiket a belső politikai ellenzék támogat. Több szerző (Körösenyi et al. 2020, Sükösd 2022, Bottoni 2023) is rámutat a tartalom váltakozására, egyesek rugalmasságként, mások hintapolitikaként aposztrofálva a jelenséget. Orbán kezdetben a nyugati csatlakozás és felzárkózás szószólójából - ami politikai ígéretének legfontosabb eleme volt karrierje elején (Sükösd 2022) - napjainkra nem csupán a nyugati világ kritikusa lett, hanem a kelet iránt elkötelezett nyugati politikussá is vált (Bottoni 2023).

Orbán vizionárius, jövőképei azonban nem felelnek meg tisztán a weberi (Weber 2009:50) karizmatikus víziónak. „*Nem azt tiszteli, ami ősidőktől megszokott, és ennél fogva megszentelt, hanem ráveszi az embereket, hogy vessék alá magukat annak, ami még soha nem volt, ami teljesen egyedülálló és ezért isteni.*”(Weber 2009:350.). Orbán ugyanis bizonyos szempontból éppen ahhoz nyúl vissza, ami már ismert. Az általa megfogalmazott vízió értékeit sokkal inkább lehetne a tradicionálishoz való visszatérésként jellemezni. Ami mégis újítónak teszi a víziót, az a kontextus. Az, hogy a nemzetközi, uralkodó normákra nyújt alternatívát.

A személyes felelősségvállalás kérdésében Orbán eltér a PVD ideáltípusától, ami a személyes felelősségvállalást az egyes szám első személy névmásban történő kommunikáción keresztül azonosítja (Körösenyi et al. 2020). Az eltérés oka, hogy általában valamilyen csoport (nép/kormány) képviselőjeként szólal fel a miniszterelnök (Körösenyi et al. 2020, Farkas 2022). A személyes felelősségvállalás operacionalizálása azonban meglátásom szerint túlságosan leegyszerűsítő lehet. Számos szerző mutat rá Orbán beszédeinek hatásosságára, és azok

meghatározó mivoltára a rezsím szempontjából (Körösényi et al. 2020, Metz 2022, Sükösd 2022, Bottoni 2023). Elképzelhető, hogy beszédei, amelyekkel folyamatosan sikerrel határozza meg a politikai napirendet (Sükösd 2022), önmagukban értelmezhetőek a személyes felelősségvállalás formájaként. Ugyanakkor egyrészt a karizmatikus jellemvonások koncepciójának módosítása, az érvényesség megtartásának igényével, a jelen dolgozat keretein túlmutató szakirodalmi munkát igényelne, másrészt elveszteném az összehasonlíthatóságot a Körösényi et al. (2020) tanulmánnyal. Éppen ezért a meglévő koncepciót használom.

V. Kutatási kérdések:

A szakirodalmam alapján a karizmatikusság ismérveit két csoportba soroltam, a két fő kutatási kérdésem ennek megfelelően fogalmazódott meg. Az egyik a karizma dinamikájának elemeit tartalmazza. A karizmához mindig szükséges, hogy legyen egy rendkívüli helyzet (calling), egy arra érkező karizmatikus ígéret, majd végül a karizma beteljesedése. Úgy is felfoghatjuk, hogy ezek az elemek leginkább a kommunikáció tartalmát vizsgálják. Első kutatási kérdésem:

KK1) Hogyan, és milyen arányban jelennek meg a karizmatikus rendszer elemei (1.) a *calling*, 2.) a *karizmatikus ígéret* 3.) és a *karizma beteljesedése* ?

Ehhez a kérdéshez tartozóan a PVD további eleme is elképzelésem szerint jól beazonosítható a Facebookon. A vezérnek ahhoz, hogy hatalmát megfelelő mértékben centralizálni tudja, megbontva a bürokratikus kereteket, szüksége van egy politikai apparátusra(?). Amelyen keresztül egyrészt kiterjeszti a hatalmát, másrészt végrehajtja elképzeléseit.

KK1.1) Hogyan, és milyen arányban jelennek meg a szövetséges politikai aktorok (beleértve a FIDESZ-t mint pártot és a politikusokat mint személyeket) Orbán Viktor Facebookos kommunikációjában?

A másik ismérv a vezér, az uralkodó személyes jellemvonásainak megfigyelésén keresztül vizsgálható. Három ilyen jellemvonást azonosítottak a témával foglalkozó szerzők. A hősiességet, a vizionáriusságot és a személyes felelősségvállalást. Második kutatási kérdésem:

KK2) Hogyan, és milyen arányban jelennek meg a karizmatikus vezér jellemzői, 1.) a *hősiesség*, 2.) a *vizionáriusság* 3.) és a *személyes felelősségvállalás* a vizsgált időszakban?

A hősiesség, mint jellemvonás kiteljesedéséhez szükséges egy „másik oldal”, egy szembenálló fél és egy elég erős téma. Így tud megnyilvánulni a vezér hősiessége, az alternatív véleményének bátor képviselésével. Ebből következik a harmadik és a negyedik kérdésem:

KK3) Leginkább ki, vagy milyen entitás lesz a szembenállás alanya a vizsgált időszakban?

KK4) Milyen témában alakítja ki Orbán az ellenvéleményt, s mely ellenvélemény jelenik meg a legnagyobb arányban?

A személyes felelősségvállalás a korábbi eredmények által nem jellemző eleme Orbán kommunikációjának. Sokkal jellemzőbb, hogy a nép nevében, a népet képviselve szólal fel. Az ötödik kérdésem erre vonatkozóan:

KK5) Hogyan befolyásolja Orbán személyes névmás használata (E/1 vagy T/1) a hatalmi elithez (EU) való hozzáállását?

Végül, amellet érveltem a szakirodalmamban, hogy a megosztások száma a Facebookos vizsgálatok egyik hozzáadott értéke kutatói szempontból, ugyanis az egy minőségi reakciót jelent (Bene 2020) alapján. A hatodik kérdésem tehát:

KK6) Hogyan befolyásolják a karizmatikus jellemvonások a megosztások mértékét?

Várható eredmények a szakirodalom alapján:

H1: Várhatóan a karizmatikus ígélet és a karizma beteljesedése hasonló arányban jelenik meg, míg a calling ezeknél alacsonyabb arányban.

H1.1: Várhatóan FIDESZ-es politikusok (beleértve azokat az egykor FIDESZ kötelékébe tartozókat, akik feltételezhetően új pozíciójukban sem távolodtak el a kormánytól, például Novák Katalin) magasabb arányban jelennek meg, mint a FIDESZ mint politikai párt.(?)

H2: Várhatóan a hősiesség és a vizionáriusság hasonló arányban jelenik meg, míg a személyes felelősségvállalás ezeknél alacsonyabb arányban.

H3: Várhatóan a szembenállás alanya a legnagyobb arányban az EU lesz.

H4: Várhatóan a legmagasabb arányban a háborúba kerülés veszélye lesz a szembenállás tárgya.

H5: Amikor egy csoport nevében kommunikál Orbán Viktor, várhatóan nagyobb arányban működik együtt a hatalmi elittel, mint amikor a saját nevében kommunikál.

H6: A karizmatikus elemeket tartalmazó posztok várhatóan több átlagos interakciót (megosztások számában mérve) váltanak ki, mint a nem karizmatikus posztok.

VI. A Facebook mint adatforrás relevanciájának indoklása

A korpusz forrását tekintve fontos a számok szintjén is értelmezni, hogy a Facebook milyen széles társadalmi eléréssel rendelkezik Magyarországon. 2018-ban a magyar internetezők 83%-a használta a Facebookot, átlagosan napi 86 percen keresztül (Tófalvy 2018), ugyanebben az évben a háztartások 83%-a rendelkezett internet hozzáféréssel (KSH-1.10. 2023). A legnagyobb kommunikációs értékkel bíró interakció a megosztás (Bene 2020). Már 2006-ban használták politikusok a Facebookot, Obama 2008-as győzelme pedig bebizonyította a közösségi oldalak jelentőségét a kampányok szempontjából (Bene 2020). A közösségi média (a magyar politikusok jelenlétét tekintve főként a Facebook (Bene–Farkas 2022) a kampányolás új, és fontos csatornájává vált. A Facebookon a politikai kommunikáció személyesebbé válik, nem csak azért mert személyeken keresztül jut el a fogyasztókhoz, hanem azért is, mert a csatornán megjelennek a politikusok egyéni nézőpontjai, véleményei is (Molnár 2021). Sőt, a személyes oldalakon keresztül a politikusok különböző mértékben betekintést engednek a magánéletükbe

(Bene–Farkas 2022). Fontos különbség a hagyományos médiához képest, hogy nincsenek kapuőrök, akik a tartalmak megjelenítéséről, terjesztéséről döntenének. Orbán Viktor a legtöbb Facebook követővel rendelkező politikus Magyarországon (Farkas 2022). 2023.12.01-én 1,2 millió követővel rendelkezik, összehasonlításképpen az utána lévő két politikai szereplő sorrendben: Vona Gábor 475ezer, Gyurcsány Ferenc 329ezer¹³.

VII. Módszertan és mintavétel

Dolgozatomban kvantitatív tartalomelemzéssel vizsgálom a karizmatikus uralom és a karizmatikus jellemvonások megjelenését Orbán Viktor Facebook oldalán. A képi és szöveges tartalmakat egyaránt kódolom. A kódjaim dichotóm változók. A dolgozat feltáró-leíró jellegű. Az elemzés ezért nagyobb részt leíró statisztikákkal mutatja be, hogy a Facebookon miként, milyen arányban van jelen a vizsgált jelenség.

A mintavételi időszakom a 2022-ben kitört orosz-ukrán háború kezdeti időszakára, a háború kitörésétől számított 3 hét 2022. február 24-től március 10-ig. Az ország szomszédságában zajló háborút tekinthetjük az államot érintő külső-objektív fenyegetésnek, amely ideális körülmény a karizma megnyilvánulására (Weber 2009). Az időszak további relevanciáját példa nélkülsége is adja. A második világháború számos karizmatikus vezér színre lépését alapozta meg. De Gaulle-ról írtam is példaként, mellette említhetem Churchillt is. Orbán Viktornak, aki a korábbiakban képes volt belső válságnarratívára épülő rendkívüli helyzetekben (pl.:migráció) is karizmatikus fellépésre, a háború lehetősége feltevésem alapján minden eddiginél erősebb karizmatikus próba. Továbbá a belső válságnarratívára épülő rendkívüli helyzetek gyakran éppen Orbán vagy a FIDESZ csatornáin kezdenek kereteződni, megtöltve a politikai mítoszt új tartalommal. Feltételezhetjük, hogy valamilyen előre szervezett stratégiák mentén felépített kommunikációt látunk ezen példánál, mind Orbán, mind a FIDESZ csatornáin. A háború azonban ebben is kivétel lehet, feltételezésem alapján váratlanabbnak tekinthető (mint a migrációs válság vagy a 2008-as világválság) és amennyiben még voltak is előre elgondolt koncepciók, az eseményekre és azok nemzetközi és hazai percepcióira szinte elképzelhetetlen felkészülni. Ezen elgondolásokból kiindulva feltételezem, hogy ebben az időszakban Orbán kommunikációja kevésbé előre tervezett, és a közönség által kevésbé validált elemeken, panel mondatokon nyugszik.

A vizsgált időszakban közzétett, összesen 88 Facebook posztot Word dokumentumba mentettem: a posztok képeit képernyőfotóval, amelyen látszik a kép is és a szöveg is, a szövegeket (melyek nem a képeken vagy videóban szerepelnek) pedig másolással. A képeken

¹³ Saját adatgyűjtés a szereplők Facebook oldaláról [2024.02.10.]

szereplő szövegeket kézzel, a videóknak szereplő szövegeket pedig az alrite.io szoftverrel mentettem le. A korpuszt kvantitatív szövegelemzéssel vizsgáltam. A kódolást manuálisan végeztem, a változókat Excel adattáblába rögzítettem.

A kutatásomnak három fő dimenziója volt, amely alá soroltam a kódokat, ezek pedig a karizmatikus uralom, a karizmatikus jellemvonások és a kulturális azonosság.

A karizmatikus uralom kódjai a rendkívüli helyzetek (calling), a jövőre vonatkozó ígérek, és a megoldás megtestesítője és a vezérhez köthető apparátus(elit) jelenléte. A rendkívüli helyzetek alakítják ki a követők karizma éhségét, így ez előfeltétele a karizmának. A jövőre vonatkozó ígérek a vezér karizmatikus válaszát takarják. A megoldás megtestesítője kód pedig összekapcsolja a vezért a probléma megoldással. Az elit kategória politikusokat és nemzetközi intézmények (NATO, EU) vezetőit tartalmazza. A FIDESZ pártba tartozó apparátus megjelenését külön kódoltam.

A karizmatikus jellemvonás három kódcsoportha osztható, a hősies elemekre, a vizionáriusságot kifejező elemekre és a személyes felelősségvállalásra. Mindhárom kód a Körösenyi és szerzőtársai (2020) által használt koncepción alapul.

Így a hős kategóriájában kódoltam azt, amikor Orbán az elit kihívójaként jelenik meg, ellenvéleményt, kritikát fogalmaz meg az elit irányába. Különösen az az izgalmas eset, amikor a hatalmi elit szerepel a posztban. A hatalmi elit alá tartoznak az Európai Unió, Brüsszel, EU mint megnevezett entitások, továbbá a NATO és ezen intézmények vezetői. A baloldal mint entitás és baloldali politikusok külön kódon szerepelnek, a szakirodalmi koncepció alapján őket tekinthetjük belső ellenségnek. Egy új szempontot is hozzáadtam, amelyet „proxematika”-ként neveztem el, itt azt kódolom amikor Orbán a vizuális tartalmakban másokhoz mérten kiemelt pozícióban helyezkedik el. Vizsgáltam továbbá azt, hogy mi a szembenállás tárgya a vizsgált időszakban, ezt végül három csoportba soroltam. Így vizsgálni tudtam a szembenállás alanyait és tárgyait és ezek közötti kapcsolatot. Azért, hogy a kép teljesebb legyen, megnéztem az együttműködést is ugyanezen alanyok esetében, amelyet szintén bemutatok az eredmények között.

A vizionáriusság jelenlétét a patrióta jövőkép kódjával vizsgálom, amely szintén a Körösenyi et al. (2020) koncepció által feltárt eredményre alapozott.

A kulturális azonosság Cavalli (1986) által leírt feltételét is itt vizsgálom. A kódcsoportha alatt a nemzetre utaló szavak, a vallási szimbólumok és arra utaló szavak és a család szó található. Ezen keresztül vizsgálom, hogy Orbán hogyan kapcsolódik szavazóihoz kulturálisan a Facebookon keresztül.

Végül, az utolsó jellemvonás a személyes felelősségvállalás, amelyet az egyes szám első személyben elhangzott mondatokkal azonosítok.

A kutatás törzsétől egy ponton eltértem az elemzésben. Az interaktivitás, mely a megosztások számában mérhető (Bene 2020), egyfajta mutatója a kommunikáció hatásosságának. Amellett érvelek, hogy a Facebookos vizsgálatokban emiatt ezt nem érdemes figyelmen kívül hagyni. Olyan, mintha láthatnánk, hogy egy-egy elemzés alá vont élőbeszédet hányan hallgatnak, és azon személyekre mekkora hatást gyakorolt. Ezt a lehetőséget csak a Facebook platformja biztosítja számunkra.

Első sorban leíró statisztikával dolgoztam, egyes változók esetében azonban elemző statisztikai eljárásokat is alkalmaztam, mint keresztábra és egyszempontos varianciaanalízis. Kisebb részben tehát megpróbáltam a feltárt változók közötti összefüggéseket is vizsgálni és magyarázni. A változók statisztikai leírását és elemzését az SPSS 29-es verziójával végeztem, a diagramokat pedig Excel táblában készítettem el.

A kutatás érvényességének érdekében a kódfüzetet, amelyet mellékletben csatolok, a szakirodalomban ismertett szerzők empirikus munkáikban használt konceptualizációk alapján alakítottam ki. A megbízhatóság javításának érdekében azonban néhány kódot egyszerűsítettem.

VIII. Eredmények bemutatása

A karizmatikus rendszer mindhárom elemére szükség van a karizmatikus uralom létrejöttéhez. A dinamika három eleme a rendkívüli helyzet (calling), a karizmatikus ígéret a helyzet megoldására és a megoldás, azaz a karizma beteljesedése. Ugyanakkor nem biztos, hogy mindhárom elem beazonosítható Orbán Facebookos kommunikációjában. Először azt vizsgálom, hogy: KK1) Hogyan, és milyen arányban jelennek meg a karizmatikus rendszer elemei (1.) a calling, 2.) a karizmatikus ígéret, 3.) a karizma beteljesedése)?

. A dinamika három elemét az alábbi három dichotóm változóba kódoltam:

Változó	Gyakoriság	Relatív gyakoriság (N=88)
Calling, problémára ? figyelemfelhívás	41	46,5%
Jövőre vonatkozó ígéret	33	37,5%
Megoldás megtestesítője	10	11,5%

1. táblázat: A karizmatikus rendszer változóinak gyakorisága és relatív gyakorisága az összes poszthoz viszonyítva(N=88).

A felhasznált változók konceptualizálása:

Calling, problémára felhívás: A poszt szöveges és/vagy képi és/vagy videós tartalmában szereplő probléma megjelenítés. (háború, rezsi, infláció, menekültek, szankció)

Jövőre vonatkozó ígéret: A poszt szöveges és/vagy képi és/vagy videós tartalmában egy jövőre vonatkozó kijelentés jelenik meg. Pl.: P1: Mi a családok oldalán állunk! Május 15-ig biztosan marad a benzinárSTOP!

Megoldás megtestesítője: A poszt szöveges tartalma, képi és/vagy videós tartalma arra utal, hogy Orbán Viktor személyesen oldja meg a problémát. Pl.: P27: „Keleti határszemle. A határon rend és nyugalom van.” A képen Orbán Viktor látszik két katonával, a háttérben egy mező, feltehetően a határ. A poszt arra utal, hogy Orbán Viktor kezébe veszi a határ védelmének ügyét.

Calling

Minden második tartalom felhívja a figyelmet valamilyen rendkívüli külső vagy belső helyzetre. A vizsgált időszakban négy téma jelenik meg: 1.) Háború 2.) Menekültek (a háborútól menekülők) 3.) Szankciók 4.) COVID. Az érvényesség javításának érdekében a háború tematikájú posztokból csak azokat veszem, amelyekben szerepel a „biztonság” szó. Az indoklásom az, hogy a kutatásom szempontjából azok a posztok a relevánsak, amelyek egy problémára vagy egy probléma percepciójának építésére irányulnak. A háborúról szóló posztok közül így csak azok maradnak, amelyek a háborút összekötik a magyar emberek biztonságának sérülésével, amely egy (nem kimondva) feltételezett esemény.

Tematika	Gyakoriság	Relatív gyakoriság (N=88)
Háború	58	66%
1) Háború+Biztonság szó	27	31%
2) Menekültek	22	25%
3) Szankció	10	11%
4) COVID	1	1%

2. táblázat: A rendkívüli helyzetek gyakorisága és relatív gyakorisága az összes poszthoz viszonyítva (N=88).

Az összes poszt 31%-a, a háborúról szóló posztok 49%-a arról szól, vagy szóba jön, hogy az orosz-ukrán háború fenyegeti a magyar emberek biztonságát. Így építve a válságnarratívát, rendkívüli külső helyzetként bemutatva az orosz-ukrán háborút, mely közvetlenül fenyegeti Magyarország lakosságát. Így, bár Magyarország nem érintett fél az orosz-ukrán háború erőszakos cselekményeiben, a tartalmak azt a benyomást keltik, hogy mégis veszély fenyegeti az országot ebben az értelemben. Rendkívüli helyzetek pedig megteremtik az igényt a dinamika második elemére, egy karizmatikus ígéretre, amely a helyzet megoldására vonatkozik.

Karizmatikus ígéret

A vizsgált időszakban a posztok 39%-ában fogalmazódott meg valamilyen, a jövőre vonatkozó ígéret. 4 csoportba lehet sorolni az ígéretek üzenetét.

Mi az ígéret?	Gyakoriság (n)	Relatív gyakoriság (az összes ígérethez viszonyítva; n=30)
A magyar emberek megóvása a háborútól	11	37%
Számíthatnak ránk a menekültek	10	33%
Gazdasági hatások el(?)kerülése	7	23%
Tárgyalunk a béke érdekében	2	7%

3. táblázat: A karizmatikus ígéretek tárgyainak gyakorisága és relatív gyakorisága az összes ígérethez viszonyítva (n=30).

A leggyakoribb ígéret a magyar emberek megóvása a háború erőszakos eseményeitől, amelyet egyrészt a határok katonák általi biztosításán, másrészt a magyar katonák otthon tartásán, harmadrészt annak hangsúlyozásán keresztül kommunikál Orbán Viktor, hogy Magyarországnak ki kell maradnia a konfliktusból. Utóbbi a legkevésbé konkrét üzenet, ugyanakkor, mint cselekvés hangzik el. Pl.: „Nem hagyjuk, hogy belesodorjanak minket a háborúba!” (P87). A második téma a menekülteknek való segítségnyújtásra tett ígéret. A harmadik téma a háború várható negatív gazdasági hatásainak semlegesítésére tett ígéretek csoportja, amelyben a gáz és az olaj ára a meghatározó kérdések. A negyedik pedig a béke érdekében tett fellépésről szól, amelyben a miniszterelnök fókusz, hogy hozzájáruljon a békéhez tárgyalásokon keresztül. Az első és harmadik kategória megfeleltethető a háború és a szankció ügyének kezelésére tett ígéretként. Minden ötödik posztban megjelenik tehát egy ígéret a rendkívüli külső helyzetek kezelésére. Fontos kiegészítés, hogy kereszttáblán vizsgálva a calling és az ígéret között szignifikáns kapcsolat van ($\chi^2(1(0,007))$). A callingot tartalmazó posztok esetében kétszer akkora arányban (54%; adjusztált reziduális: 2,7) jelenik meg karizmatikus ígéret, mint a callingot nem tartalmazó posztokban (25%; adjusztált reziduális: -2,7).

Megoldás megtestesítője

A karizmatikus rendszer harmadik eleme az ígéret beteljesítése, amellyel a vezér igazolja karizmáját. A kód alá sorolt posztok összekapcsolják a megoldást vagy annak folyamatát a miniszterelnök személyével. A kérdés pedig az, hogy mekkora szerepe van a vezérnek az ügy megoldásában, méginkább az, hogy mekkora szerepet tulajdonítanak neki a követők. Ugyanakkor a helyzet megoldására vagy annak folyamatára utaló cselekvések azt az üzenetet hordozzák önmagukban, hogy a vezér és a megoldás összekapcsolódik (Cavalli 1986). Példaként hozom Charles De Gaulle-t, akinek azt tulajdonítják, hogy Franciaország a leigázott állapotból mégis a győztesek oldalán fejezte be a háborút. Az eredmény utólag megítélve egy adott történet, amely néhány napra korlátozódik (a második világháború lezárása). Ugyanakkor De Gaulle-nak szüksége volt arra, hogy mobilizálja a francia katonákat karizmatikus fellépésével. Ez pedig egy folyamat. A kutatásom időszakát és ezt a változót ilyen módon, a folyamat elejeként, kezdeti időszakként lehet megközelíteni. A megoldás tehát sokkal inkább a megoldás lehetősége, a megoldásra törekvés vagy a megoldás folyamatának megkezdése ebben az értelemben. A vizsgált időszakban a posztok 8%-a szól erről. A megoldásról szóló posztok 60%-a háborúval kapcsolatos. A magyar emberek békéjének, biztonságának megőrzése érdekében tett erőfeszítésekről számol be. Pl.: „*A magyar emberek biztonsága az első! Hátraszemle indul!*” (P22). Ebben a változóban megjelenik a hatalmi elittel való együttműködés is a (a megoldásról szóló posztok 30%-a), ahol Orbán a NATO képviselőjével, illetve európai miniszterelnökökkel egyeztet. Az összes tartalomra jellemző a pozitív hangvétel mind a szöveges, mind a képi elemeket tekintve.

H1: Várhatóan a karizmatikus ígéret és a karizma beteljesedése hasonló arányban jelenik meg, míg a calling ezeknél alacsonyabb arányban.

A karizmatikus rendszer elemeinek megjelenése a rendkívüli helyzetek függvényében.

	Háború-biztonság		Menekültek		Szankció		Összesített megjelenés	
	n ₁	n/N	n ₂	n/N	n ₃	n/N	Σn	n/N
1.) Calling	31	36%	16	18%	9	10%	56	64%
2.) Karizmatikus ígéret	15	16%	5	6%	5	6%	25	28%
3.) Megoldás	6	7%	1	1%			7	8%

4. táblázat: A karizmatikus rendszer elemeinek megjelenési gyakorisága a rendkívüli helyzetek bontásában. Relatív gyakoriság az összes poszthoz viszonyítva (N=88).

A hipotézisemet az adatok nem igazolták, az eredmények nem az előzetes várakozásaim alapján alakultak. A három elem megjelenési arányai igen eltérőek. A problémára felhívás (calling) háromból két posztban szerepel. A karizmatikus ígéret már csak minden harmadik posztban, míg a megoldás a másik két kategóriához mérten elmarad, csupán a posztok 8%-ában jelenik meg. A megjelenési arányokból arra következtethetünk, hogy Orbán Viktor Facebookos kommunikációjában is megjelenik a karizmatikus rendszer dinamikája, mely rendkívüli helyzetekről és azok kezeléséről szól. Körösi (2020) korábbi eredményeivel harmóniában, egyrészt Orbán Viktor legitimációs elvárása továbbra is a karizmán alapul, másrészt a Facebook csatornáján is megfigyelhető ez a cselekvés, már egy három hetet magában foglaló mintán is. Az eredményem harmóniában van Körösi et al. (2020) eredményeivel, amelynek értelmében Orbán Viktor a karizmatikus uralom alapjául szolgáló rendkívüli helyzetet válságnarratíván keresztül, tudatosan alakítja. A weber-i (2009) értelemben külső fenyegetésnek tekinthető a menekültek ügye. A feltételezett események a magyar emberek fegyveres konfliktusba kerülése, illetve a gáz és olaj ellátmány szünetelése. Ezért az első és harmadik kategóriát Körösi et al. (2020) féle kiegészítéssel külső válságnarratívára épülő helyzetnek tekintem. A legtöbb poszt pedig éppen erről szól. Az egyes elemek gyakoriságának sorrendje logikai mintázatot mutat. Calling, azaz problémára felhívás, karizmatikus ígéret a megoldásra, majd a megoldás (vagy részmegoldás vagy a megoldásra utalás) bemutatása. Kritikai megjegyzéseim a következők: először a kódok leegyszerűsítve fogják meg az egyes dinamikát a megbízhatóság fenntartásának érdekében, másodszor a sorrendiséget nem vizsgálom, csak a jelenlétet.

A karizmatikus vezérnek szüksége van a végrehajtó apparátusra. A szakirodalom alapján (Körösenyi et al. 2020) Orbán rendelkezik egy stabil belső elittel. KK1.1) Hogyan, és milyen arányban jelennek meg a szövetséges politikai aktorok (beleértve a FIDESZ politikai pártot és a politikusokat mint személyeket) Orbán Viktor Facebookos kommunikációjában?

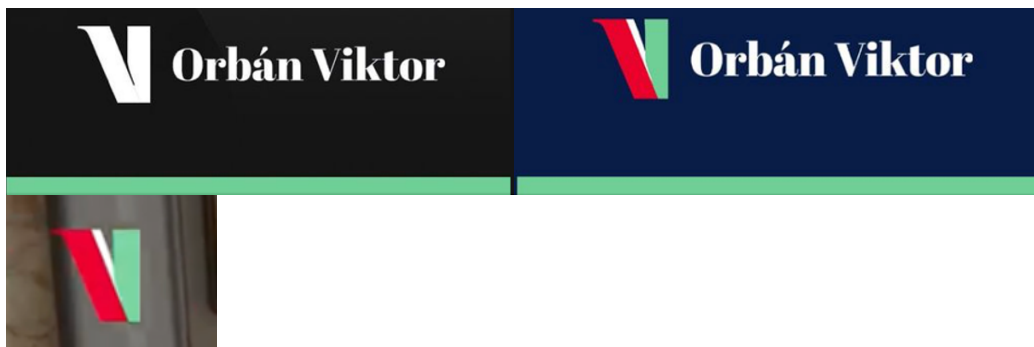
H1.1: Várhatóan FIDESZ-es politikusok (beleértve azokat az egykor FIDESZ kötelékébe tartozókat, akik feltételezhetően új pozíciójukban sem távolodtak el a kormánytól, például Novák Katalin) magasabb arányban jelennek meg, mint a FIDESZ politikai párt.

A PVD rezsím fontos eleme a végrehajtó politikai apparátus, amelyen keresztül a vezér érvényesíteni tudja akaratát. A formális jogállami viszonyokat, melyeket a törvények és az intézményi keretek szabályoznak (policy), a megfelelő pozícióba juttatott személyeken keresztül bontja meg a vezér. Gyakorlatban ez azt jelenti (a PVD rendszerben), hogy az elit (szakpolitikusok, állami intézményvezetők) döntéshozatalában, cselekvésében a vezér akarata érvényesül (Weber 2009; Körösenyi et al. 2020).

Az összes poszt 24%-ában jelennek meg FIDESZ-es aktorok. A képes tartalmak 12%-ában, míg a videós tartalmak 57%-ában. Fontos kiegészítés, hogy a FIDESZ szó a posztokban (beleértve az írott és videós tartalmakat) egyáltalán nem jelenik meg a vizsgált időszakban, ahogy a párt logója sem. A hipotézisemet igazolják az adatok, FIDESZ-hez köthető politikusok csak minden negyedik posztban, míg a FIDESZ mint párt egyáltalán nem jelenik meg. Ugyanakkor Orbán Viktor monogramjából készített logó a posztok 79%-ában látható. A képként megosztott, egyszínű háttérrel rendelkező szövegekben, illetve a másokról szóló információ közlő szövegekben (pl.:P74: „*Sok sikert, Elnök asszony!*”) nem jelenik meg a logó. A FIDESZ, mint párt megjelenésének teljes hiánya meglepő eredménynek tűnik. A magyarázata a szakirodalom alapján a karizmatikus vezér köré épülő PVD rezsím (Weber 2009; Körösenyi et al. 2020), a személyes márkaépítés a politikában (Asmarianaki 2017), illetve a politika megszemélyesítése (Jankovics 2008) lehet. A PVD rezsímben a kommunikáció szempontjából meghatározó a vezér és a választók közötti kapcsolat, amelyben a párt szerepe elhalványul (Weber 2004, 2009). A politikus a személyes márka kialakításán keresztül hatékonyabban képes hangsúlyozni egyéniségét és politikai karakterét (Asmarianaki 2017). A választók szempontjából pedig a politikában a személyek egyszerűbben értelmezhetőek mint a pártok (Jankovics 2008). A személyek viselkedéseit, megnyilvánulásait jobban értjük (s könnyebben alakítunk ki kötődést), főként ha hétköznapias helyzetekben is láthatjuk őket, mint pártok absztrakt ideológiáját, szakpolitikai állásfoglalását és politikai vitáit (Jankovics 2008). Ezért az a párt jobban

érvényesül a választókért folytatott versenyben, amely egyéneken keresztül juttatja el értékeit, elveit és programjait (Jankovics 2008).

A logó háromféle formában jelenik meg. Többségében a magyar zászló színeiben, általában Orbán Viktor teljes terjedelmében leírt neve mellett.



A bemutatott adatokból az látszik, hogy a párt mint entitás teljes mértékben mellőzve van a vizsgált időszakban. A párt egyes tagjai azonban minden negyedik posztban megjelennek. Az egyetlen magyar politikához köthető, a posztokban reprezentált entitás a Nemzetbiztonsági Operatív Törzs néven leírt csoport, melyben magas beosztású politikusok és katonai tisztek találhatók a kép alapján. A csoport említése 1 posztban található, azonban fellelhető még néhány olyan képes tartalom, melyek tartalma alapján arra lehet következtetni, hogy az Operatív Törzs üléséről szólnak. Összegezve a bemutatott adatokat, arra következtetünk, hogy Orbán Viktor Facebookos tartalmaiban egyáltalán nem jelenik meg a FIDESZ mint párt. Egy nem beavatott szemlélő semmilyen kapaszkodóból nem tudná megállapítani, hogy a tartalmakban a FIDESZ párt tagjai láthatók vagy, hogy Orbán Viktor is a párt tagja. Orbán Viktor a személyes Facebook oldalán a követőkért, és ezen keresztül a szavazókért folytatott versenyben önálló, független politikai aktorként jelenik meg. Ezt erősíti személyes logójának használata is. Ugyanakkor a FIDESZ-es politikusok megjelenési gyakoriságából (az összes poszt 24%-a) arra következtethetünk, hogy Orbán Viktor rendelkezik egy, a karizmatikus uralomra jellemző belső elittel is (Weber 2009 , Körösnéyi et al. 2020).

A karizma három jellemvonás együtt állásaként mérhető. A szakirodalmamban bemutattam mindhárom jellemvonást, amelyeknek egy sajátságos mixével rendelkezik valamennyi olyan vezér, akit ebben az értelemben karizmatikusnak hívunk. KK2) Hogyan és milyen arányban jelennek meg a karizmatikus vezér jellemzői (1.) *hősiesség*, 2.) *vizionáriusság*, 3.) *személyes felelősségvállalás*) a vizsgált időszakban?

Körösenyi et al. (2020) által definiált dimenziókon keresztül vizsgáltam Orbán Viktor Facebookos kommunikációjában a karizmatikusság megjelenését és annak mértékét. A három dimenzió, amiből a vezér karizmája épül: hős, vizionárius, személyes felelősségvállalás. Minden kódolt változó dichotóm, tehát két értéket vehet fel: 0= nem azonosítható a posztban, 1= azonosítható a posztban.

A **hős** változó egy index változó, amelyet az alábbi két változóból képeztem. Mindkét változó dichotóm. A proxematika és az elit kihívója változókat összeadtam. Először a két változó leíró adatait mutatom meg külön-külön, majd a hős index változóét.

Változó	Gyakoriság	Relatív gyakoriság (N=88)
Proxematika	25	28%
Elit kihívója	20	23%

5. táblázat: A proxematika és az elit kihívója változók gyakorisága és relatív gyakorisága az összes poszthoz viszonyítva (N=88).

Proxematika: Dichotóm. A poszt képi és videós tartalmaiban Orbán Viktor másokhoz képest a kamera szemszögéből kitüntetett pozícióban szerepel. Másokhoz mérten középen, vagy élesebben vagy magasságban ki van emelve.

Elit kihívója: Dichotóm. A poszt szöveges, képi és videós tartalmában Orbán Viktor szembenállást, ellenvéleményt, alternatív véleményt, kritikát fogalmaz meg valamilyen elittel szemben, nyíltan vagy nem nyíltan. Pl.: P38: „*Háborús helyzetben nyugalomra van szükség Magyarország nem küld sem fegyvert, sem katonákat a háborús övezetbe!*” -> utalás nemzetközi álláspontokra, azokra reakció

A hős változó megjelenési gyakorisága:

Érték (hány eleme jelenik meg az adott posztban)	Gyakoriság	Relatív gyakoriság, az összes poszthoz viszonyítva (N=88)
0	45	45%
1	35	35%
2	5	5%
Összesen	85	100%

6. táblázat: A hős indexváltozó gyakorisága és relatív gyakorisága az összes poszthoz viszonyítva (N=88).

Megfigyelhető, hogy a posztok 40%-ában megjelenik legalább egy eleme a hősiesség dimenziójának. A leggyakoribb elem a proxematikai, azaz térbeli kiemelésen alapuló ábrázolás, amely az összes poszt 28%-ában jelenik meg. A második, mely minden ötödik posztban jelenik meg, az elit kihívója, ami a leginkább közel áll a weberi (2009) ideáltípushoz. Továbbá ez az a változó, amelyet Körösenyi et al. (2020) megfeleltet a karizmatikus vezér hősies fellépésének.

A **vizionáriusságot** a 1.) nemzetet kifejező szavak, 2.) család és a család védelme, 3.) vallás és vallási szimbólumok, 4.) patriotizmus hangsúlyozásán keresztül mértem. Körösenyi et al. (2020) eredményeiből kiindulva Orbán Viktor víziója a hagyományos értékekhez való visszatérésként jellemezhető. Továbbá a patriotizmus is fontos eleme.

Patrióta jövőkép változó leírása: Dichotóm. Azok a posztok melyek tartalmaznak jövőre vonatkozó ígéretet és Magyarországot vagy a magyar emberek érdekeit más országok felé helyezi. Pl.: P14 videó, ahol a videóban az „európai egység”-ről is szó esik, a poszt szövege: „Számkra a magyar emberek biztonsága a legfontosabb”.

A változóim ehhez a dimenzióhoz a következők:

Változó	Gyakoriság	Relatív gyakoriság az összes poszthoz viszonyítva (N=88)
Magyar, hazánk, nemzet (szavak)	57	65%
Patrióta jövőkép	21	23,9%
Család szó	8	9,1%
Család védelme	3	3,4%
Vallás - szó és szimbólumok	2	2,3%

7. táblázat: A kulturális-értékrendi kategória változóinak gyakorisága és relatív gyakorisága az összes poszthoz viszonyítva (N=88).

Előzetes várakozásaimmal ellentétben a vallás szavak vagy szimbólumok általi megjelenítése marginálisnak tekinthető a vizsgált időszakban. A vizsgált időszakban a hagyományos, tradicionális értékrend elemei között a család sem került kihangsúlyozásra. Ugyanakkor minden ötödik posztban megjelenik a patrióta álláspont, amely Magyarország fontosságát hangsúlyozza más országokhoz mérten. A nemzetre utaló szavak (magyar, Magyarország, nemzet, magyar nemzet) a posztok 65%-ában megjelennek, függetlenül attól (a két változón végzett χ^2 (1(0,305)) teszt alapján), hogy az patriotista álláspontot képvisel vagy sem. A vizsgált időszakban tehát megfigyelhető a vizionáriusság, a korábbi Körösényi et al. (2020) féle kutatással összhangban, ugyanakkor annak csak egy elemében, a patriotizmusban, amely a tartalmak 24%-ában van jelen.

A **személyes felelősségvállalást** az egyes szám első személyben tett kijelentések reprezentálják.



1. ábra: A személyes névmás használat relatív gyakorisága az összes poszthoz viszonyítva (N=88).

A diagramon megfigyelhető, hogy jóval gyakoribb amikor a miniszterelnök a „mi” szerkezetet használja. Azt, hogy akkor milyen csoportot képvisel, nem tudtam elég megbízhatóan lekódolni, ugyanis ezt legfeljebb következtetni lehet, és ez sok esetben elnagyoltnak tűnt. Az eredmények alapján a vizsgált időszakban Orbán Viktor továbbra is sokkal gyakrabban valamilyen csoport nevében szólal fel. A karizma ezen dimenziójában a vizsgálat keretein belül eltér az ideáltípustól Orbán Viktor, összhangban Körösényi et al. (2020) és Farkas–Bene (2022) korábbi eredményeivel.

A Facebook másfajta lehetőséget jelent a vezér kommunikációjának vizsgálatára, mint az általában felhasznált beszédek. A nyilvános beszédek lényegesen hosszabbak, ritkábbak. A politikai retorika gyakorlatai pedig terjedelmes szakirodalommal rendelkeznek. Orbán Facebookján rövid tartalmakat oszt meg jellemzően, naponta többször. A korpusz eltérő mivolta indokolja a kérdést, hogy: KK2) Hogyan, és milyen arányban jelennek meg a karizmatikus vezér jellemzői (1.) a hősiesség, 2.) a vizionáriusság, 3.) a személyes felelősségvállalás) a vizsgált időszakban?

H2: Várhatóan a hősiesség és a vizionáriusság hasonló arányban jelenik meg, míg a személyes felelősségvállalás ezeknél alacsonyabb arányban.

A karizmatikusság, mint személyes jellemvonás mindhárom eleme megfigyelhető Orbán Facebookos kommunikációjában. A hipotézisemet igazolom. A hősiességet két változón keresztül mértem. A hatalmi elit (EU, Brüsszel, NATO) kihívójaként jelenik meg Orbán minden ötödik posztban. Ez a minőség van leginkább közel a weberi (2004) vezérhez. A proxematika, amely a vizuális kiemelészt méri, szintén minden ötödik posztban megfigyelhető. A vizionáriusság a patrióta jövőkép által minden negyedik posztban megjelenik. A kulturális azonosulást a nemzetre utaló szavak képében van jelen, a posztok 65%-ában. A család és a család védelme meglepően alacsony 9 és 3%-ban jelenik meg. Feltételezésem alapján ez az időtartam sajátosságának lehet az oka, ahol a háború uralta a tartalmakat. További, számomra meglepő eredmény, hogy a vallásra utaló szavak és szimbólumok csupán a posztok 2%-ában jelentek meg. Így a kulturális azonosulás nem teljesült az előzetes várakozásokhoz képest. Kritikai megjegyzésem, hogy a kulturális azonosulás nagyon leegyszerűsítve volt mérve. Végül a személyes felelősségvállalás minden tizedik tartalomban jelenik meg. Az eredmények harmóniában vannak a Körösenyi és szerzőtársai (2020) esettanulmányukban feltártakkal. A hősiességet és a vizionáriusságot gyakoriság alapján jól testesíti meg Orbán, míg a személyes felelősségvállalás kifejeződése ritkább. Orbán tehát az első két elemben közelíti az ideáltípust, a harmadik elemben eltér attól.

A szembenállás az egyik leginkább látványos megnyilvánulása a karizmának. Orbán populista mítoszában a korábbi eredmények alapján az EU-val szemben alakít ki alternatív álláspontot. Ugyanakkor az orosz-ukrán háború olyan krízis, melyre nem volt példa Orbán hivatali ideje alatt. Mindenképpen felmerül, hogy egy ilyen helyzet változtat-e a korábbi mintázaton, amelyben az EU a legfőbb szembenálló fél? KK3) Leginkább ki, vagy milyen entitás lesz a szembenállás alanya a vizsgált időszakban?

H3) Várhatóan a szembenállás alanya a legnagyobb arányban az EU lesz.

Alany	Gyakoriság	Eloszlás
EU, ill. Brüsszel	10	50%
Baloldal, ill. ellenzék	6	30%
Nem megnevezett	3	15%
NATO	1	5%

8. táblázat: A szembenállás gyakorisága alanyonként és az eloszlás a szembenálláson belül (N=20).

Elit: Dichotóm. A poszt szöveges, képi és videós tartalmában megjelenő politika, katonai vagy közszereplőként ismert személy vagy csoport megjelenése. (pl.: Boris Johnson; NATO; baloldal; Brüsszel)

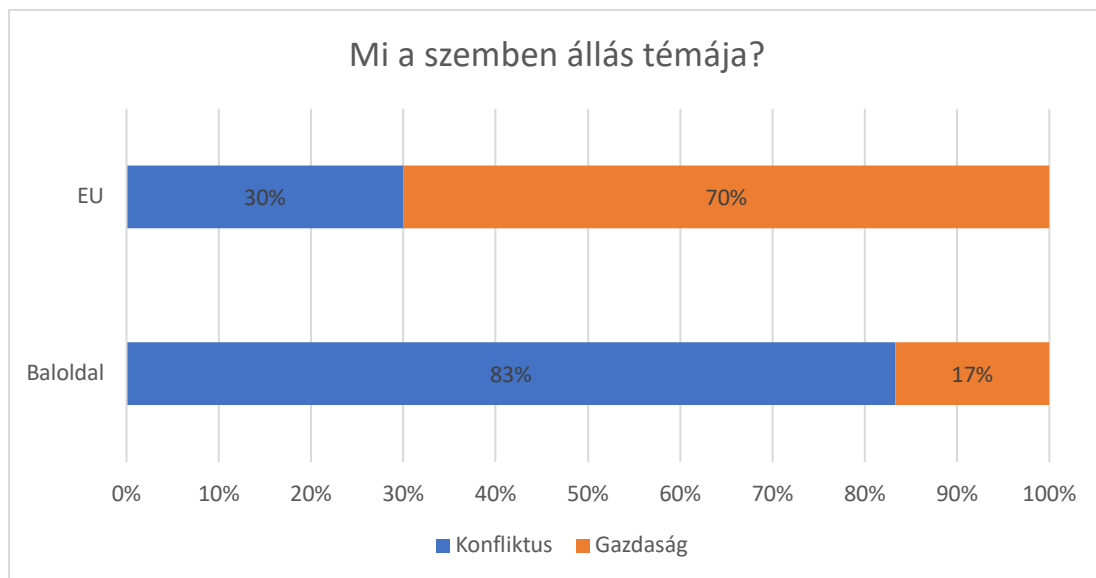
Status-quo: Hatalmon lévő személyek vagy csoportok. 1) EU vagy Brüsszel; 2) NATO

Szembenállás témája: két értékű nominális változó. 1) konfliktus (azaz a háború, mint erőszakos konfliktus); 2) Gazdaság (szankciók, olaj és rezszi árak)

Az első észrevételem, hogy minden esetben valamilyen entitás/csoport a megnevezett szemben álló fél, és nem egyetlen konkrét személy. Még abban az esetben is baloldalként nevezi meg az alanyt, amikor Gyurcsány Ferencet ábrázolja a poszt képe. A hipotézist az adatok igazolják, a vizsgált időszakban a leggyakoribb szemben álló fél az Európai Unió.

A háború olyan rendkívüli helyzet, mely vélhetően váratlanul érte a politikai szereplőket. Feltevésem alapján így a korpuszom éppen azt az időszakot tartalmazza, amikor Orbán a háborúval kapcsolatos populista mítoszt alakítja ki. KK4) Milyen témában alakítja ki Orbán az ellenvéleményt, s mely ellenvélemény jelenik meg a legnagyobb arányban?

H4) Várhatóan a legmagasabb arányban a háborúba kerülés veszélye lesz a szembenállás tárgya.



2. ábra: Kereszt tábla, amely a szembenállás tárgyait és alanyait ábrázolja (n=16).

A szembenállás témája a háborús konfliktus (a háborúba kerülés veszélye) és a gazdaság (a háború gazdasági hatásai), amelyet alanyonként vizsgáltam. Ugyanakkor látható, hogy bár mindkét témában megszólítja Orbán, mind az EU-t (mint külső hatalmi elitet), mind a baloldalt (mint a hatalmi elit belső kiszolgálóját), a két alannal szemben más a fő téma. Az elit és a szembenállás tárgya változók között szignifikáns kapcsolat van, χ^2 (1(0,039)), a kapcsolat közepes $\phi=0,516$ mértékű. A különbség mértékét kifejező reziduális értékek: -2,1 és 2,1. Mindkét konfliktus tárgyával kapcsolatban megjelenik mindkét alany. A baloldallal szemben főként az erőszakos konfliktusban való részvétel a szembenállás tárgya, míg az EU-val szemben inkább a gazdasági érdekek védelme. Így a hipotézist a baloldal, mint alany esetén igazolom, az EU esetén cáfolom.

A teljes kép érdekében megvizsgáltam az érem másik oldalát, az együttműködést.

	Katonai együttműködés	Közös álláspont részesei vagyunk, a béke érdekében	Gyakoriság
EU	22%	78%	9
EU tagsággal rendelkező országok Miniszterelnökeivel (Boris Johnson, V4, Szlovénia)	0%	100%	4
NATO	100%	0%	1

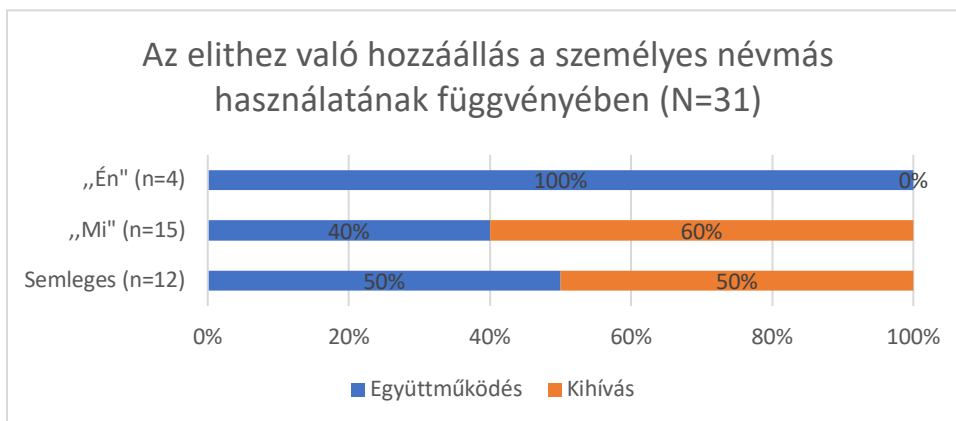
9. táblázat: Alanyonkénti (elit) együttműködés gyakorisága és az alanyonkénti relatív gyakorisága témánként (n=14).

Együttműködés szempontjából is főként az EU jön szóba. A NATO is megjelenik katonai együttműködés kapcsán, ugyanakkor csak egyetlen poszt esetében. Megjegyzendő, hogy ha együttműködésről van szó, akkor az EU esetében a megnevezés EU vagy Európai Unió, míg Brüsszel, mint alany csak a szembenállást kifejező posztoknál jelenik meg. További különbség, hogy együttműködés esetében megjelennek az egyes tagországok miniszterelnökei, s Boris Johnson az egyetlen, aki név szerint említésre kerül. Az együttműködés tárgya katonai jellegű: vagy a közös álláspont hangsúlyozása, vagy a béke érdekében tett erőfeszítés. A katonai jellegű együttműködés az EU és NATO tagállamok haderő fejlesztéséről és Magyarország határvédelméről szól. A közös álláspont esetében nem maga az álláspont, hanem az kerül kihangsúlyozásra, hogy annak Magyarország is a részese. A béke érdekében tett erőfeszítések pedig tárgyalások és találkozók által jelenik meg. A változók alacsony gyakorisága nem teszi lehetővé, hogy elemző statisztikával kapcsolatot vizsgáljak. Az eredmények sugallhatnak némi ellentmondást az EU esetében. Az egyértelmű, hogy Ukrajna harcászati támogatásának minden formáját ellenzi a miniszterelnök a vizsgált időszakban, ugyanakkor támogatja a szövetséges tagállamok harcászati fejlesztését és Magyarország határvédelmének erősítését. A „közös álláspont részesei vagyunk” (Orbán P31 poszt) állítás logikailag ellentmond a szembenállásnak, melyet az előző fejezetben mutattam be. Az ellentmondás tényét rögzítem, ugyanakkor nincsenek megfelelő adataim annak további, mélyebb megértéséhez.

A személyes felelősségvállalás az egyes szám első személy névmásban elhangzott, leírt szavak által nyilvánul meg. Arról a szakirodalomban volt szó, hogy Orbán kommunikációjára jellemzőbb a többes szám első személy használata. A korábbi vizsgálatok azonban a szembenállást vizsgálták, az együttműködést nem. Kutatásomban ezért új lehetőség, hogy megnézzem az elithez való hozzáállás és a személyes névmás közötti kapcsolatot. KK5) Hogyan befolyásolja Orbán személyes névmás használata (E/1 vagy T/1) a hatalmi elithez (EU) való hozzáállását?

H5: Amikor egy csoport nevében kommunikál Orbán Viktor, várhatóan nagyobb arányban működik együtt az elittel, mint amikor a saját nevében kommunikál.

Kísérletet tettem arra, hogy megnézzem, vajon a használt nyelvtani szerkezet kapcsolatban áll-e valamilyen az elithez való hozzáállással. Kereszt táblán vizsgálva arra az eredményre jutottam, hogy a változó nincs kapcsolatban ($\chi^2(2(0,102))$) az elithez való viszonyulással, ezért a hipotézisemet cáfolom. Ugyanakkor az eredmények alapján érdemes lehet nagyobb mintán is elvégezni a tesztet, meggyőződve, hogy a nem szignifikáns eredményt nem a kis mintaelemszám ($n=31$) torzító hatása okozza.



3. ábra: Kereszt tábla, ami a személyes névmás használatát mutatja meg a hozzáállás (együttműködés vagy szembenállás/kihívás) függvényében ($n=31$).

A megosztások száma, mint a legnagyobb értékű interakció, minőségi mutatója a Facebookos kommunikációnak. A karizmatikusság következtében pedig a vezér és követők közötti kapcsolat érzelmi jellegű. A vezér sikere azon múlik, hogy képes-e hatékonyan megszólítani a tömegeket, kialakítva ezzel a kapcsolatot. KK6) Hogyan befolyásolják a karizmatikus jellemvonások a megosztások mértékét?

H6: A karizmatikus posztok várhatóan több átlagos interakciót (megosztások számában mérve) váltanak ki, mint a nem karizmatikus posztok.

A Facebookon a megosztás tekinthető az interakció általánosan elfogadott legmagasabb értékű formájának (Bene 2020). Egy szempontos variancia analízissel vizsgáltam a karizma elemeinek összesített megjelenési gyakoriságát csoportokba rendezve. Négy kategóriát képeztem a karizma elemeinek megjelenítését mérve, melyet az alábbi táblázatban mutatok be.

Kategória	K-S érték	df	p
Nem jelenik meg	0,154	20	,200*
Egy elem	0,158	23	0,141
Két elem	0,243	20	0,003
Három vagy négy elem	0,263	14	0,01

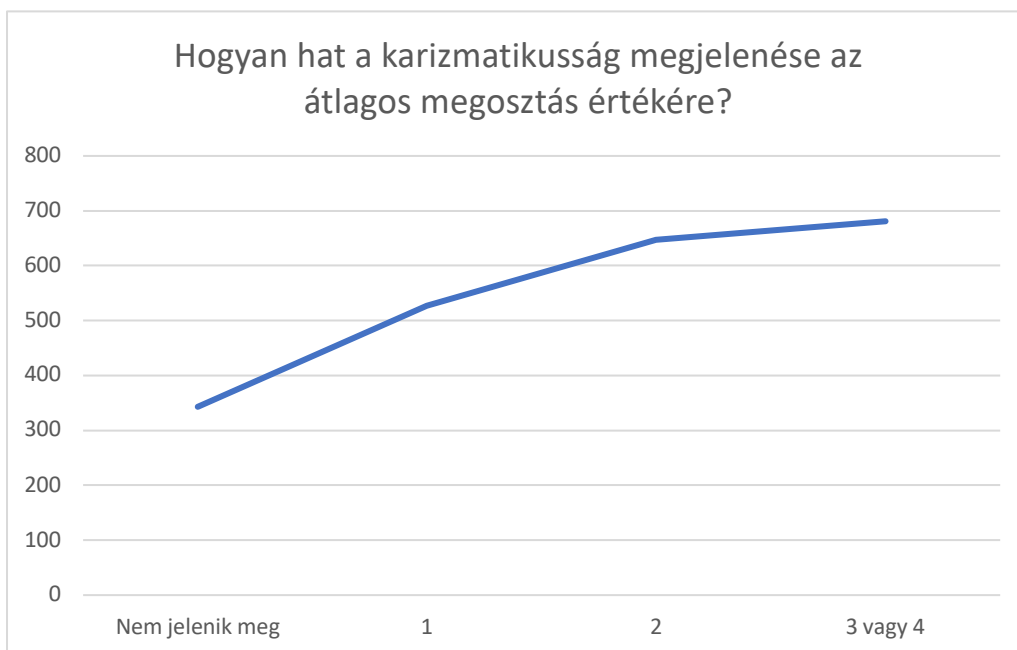
10. táblázat: Kolgomorov-Smirnov normalitás teszt eredményei, szabadságfoka és p értéke kategóriánként.

Az első két kategóriában sérül a normalitás feltétele, a második két kategóriában teljesül. Az egyszempontos variancia analízis robosztus teszt a normalitás irányába (Vargha 2015:401), így a vizsgálatot ezen feltételek mellett folytattam. A szóráshomogenitás feltétele egy kategória esetében teljesül, három kategória esetében sérül.

Kategória	Levene érték	df1; df2	p
Nem jelenik meg	2,947	3; 73	0,038
Egy elem	1,353	3; 73	0,264
Két elem	1,353	3; 58	0,266
Három vagy négy elem	2,564	3; 73	0,061

11. táblázat: A Levene teszt értékei, szabadságfoka és p értéke kategóriánként.

Az ANOVA eredménye kimutatta, hogy szignifikáns különbség van a kategória értékei között ($F(3;35)=3,866$, $p=0,017$). A következő diagramon ezt vizuálisan is ábrázoltam.



4. ábra: A megosztás kategóriánkénti átlagértékei vonaldiagrammon ($N=88$).

A karizmatikusság elemeinek megjelenése tehát növeli a várható megosztások számát. A nem karizmatikus posztoktól meredek emelkedés látható az egy vagy két elemet megjelenítő posztok felé. Majd két elemtől a meredekség csökken a három vagy négy elemet tartalmazó kategóriáig. Arra következtetnek, hogy a karizmatikusság kifizetődő stratégia az interakciók növelésére. A követők gyakrabban osztják meg a karizmatikusnak minősíthető tartalmakat, mint a nem karizmatikusakat.

VIII. A legfőbb kutatási eredményeim összegzése

Kutatásomban a PVD elemeinek és a karizmatikusság személyre vonatkozó jellemvonásainak megjelenését (különös tekintettel az arányokra) vizsgáltam Orbán Viktor Facebookos kommunikációjában. A korpuszt az orosz-ukrán háború kitörése utáni három hétben (2022.02.21-2022.03.10), Orbán Viktor miniszterelnök Facebook oldalán megosztott, összesen 88 poszt jelentette, amelyeket kvantitatív szövegelemzéssel vizsgáltam. A kódfüzetem leginkább a Körösenyi et al. (2020) munkájára épít, melyben meghatározó Green (2008) karizma konceptualizálása (Green 2008¹⁴, hivatkozva: Körösenyi et al. 2020. Egyes, a kutatás szempontjából meghatározó kulcsszavak (együttes és önálló) megjelenését, gyakoriságát is vizsgáltam.

Kutatásom eredményei alapján megállapítható, hogy Orbán Viktor karizmatikus fellépést mutat a háború kitörését követő időszakban, mind a karizmatikusságot, mint uralmi formát, mind a karizmatikusságot, mint egyéni jellemzőt vizsgálva. Ez pedig kifizetődő stratégia a követők interaktivitását tekintve, hiszen magasabb megosztást kapnak azok a posztok, amelyek karizmatikusnak kódolhatóak. A posztokban beazonosíthatóak a karizmatikus rendszer dinamikájának elemei, és a karizmatikus vezér jellemzői egyaránt. Azonban az egyes elemek és jellemzők eltérő hangsúllyal jelennek meg. Legnagyobb szerepet a calling, azaz a problémára felhívás kapta a vizsgált időszakban, mely a karizmatikusság „hívószavaként” értelmezhető. A rendkívüli helyzet rendkívüli képességű vezért kíván. A háború a korpusz alapján három rendkívüli helyzetet eredményez: a magyar emberek erőszakos konfliktusba kerülésének veszélye, a háború magyar gazdaságra gyakorolt negatív hatásának lehetősége, illetve a háború elől menekülők befogadásának kérdése. Ebből az első kettő egy-egy feltételezett eseményt, hatást vázol fel, amelyek Orbán válságnarratívájaként/populista mítoszaként értelmezhetők. Mindhárom esemény esetében megjelennek szemben álló, hatalmi pozícióban lévő felek, leggyakrabban az EU és a baloldal képében (előbbi képviseli a külső hatalmi elitet, utóbbi a belső ellenséget, aki a külső hatalmi elit kiszolgálója). A korpusz tanúsága alapján főként a baloldal a szemben álló fél az erőszakos konfliktusba kerülés vitájában, ahol Orbán Viktor ennek elkerülését hirdeti. Az EU pedig a gazdasági érdekek esetében a szembenállás alanya, ahol Orbán Viktor a magyar nemzet, a magyar emberek (néhol családok) gazdasági érdekeinek védelmezőjeként lép fel. Orbán Viktor személyes karizmatikusságának leggyakoribb megnyilvánulása éppen a külső- és belső ellenséggel (Brüsszel és baloldal főként) való szembenállás. Fontos azonban, hogy az EU-val ugyanolyan gyakoriságban mutat együttműködést is katonai, illetve nem konkretizált elvi szinten (P31:

¹⁴Green, Jeffrey Edward (2008): *Max Weber and the Reinvention of Popular Power*. *Max Weber Studies*, 8.2, 187-224.

„*Háború van, és most nem okosnak kell lenni, hanem egységesnek*”), és a béke érdekében. Ez egy nem várt eredmény, amely eltér a korábbi eredményektől. Idősorba rendezve a szembenállás folyamatos, az együttműködés a három hetet magában foglaló korpusz két végén sűrűsödik. Az első negyedben az elvi és katonai síkon, míg a korpusz utolsó negyedében a béke érdekében. Az eloszlásból azt láthatjuk, hogy a szembenállás folytatólagosan helyet kap a tartalmak között, míg az együttműködés csak esetenként. A mintából erre vonatkozóan további következtetést nem tudok levonni. A különbségnek azonban van egy üzenete: a szembenállás a tartós jelenlét okán fontosabb, az együttműködés pedig, valamilyen kiváltó tényező esetében, időszakosan válik fontossá. A kiváltó tényező beazonosítása túlmutat a kutatás keretein. Az eredmény jól illik a szakirodalomban tárgyaltaakhoz, összhangban van mind a karizmatikus vezérség koncepciójával, mind az orbáni „hintapolitika” jelenségével.

A mintában Orbán Viktor önálló, párttól független politikai aktorként jelenik meg. A FIDESZ párt semmilyen módon nem jelenik meg (említés vagy szimbólum szintjén), még a békemenetről szóló, a háttérben tömegeket ábrázoló képen sem. Ellenben Orbán Viktor monogramjából készített logó a posztok 79%-ában szerepel. Ebből arra következtetek, hogy az orbáni énmárka építésének egyik tudatos eszköze, hogy Facebookos kommunikációjában mellőzi a FIDESZ, mint párt megjelenítését. A FIDESZ párt tagjai ugyanakkor minden negyedik posztban megjelennek. Mindkét eredmény jól illik a karizmatikus uralmi rendszer jellemzői közé. Egyrészt a vezér hatalmi túlsúlya a pártéval szemben, másrészt a vezér személyéhez közvetlenül kötődő elit fontossága. A kép tehát, ami kirajzolódik, hogy Orbán Viktor személye a fontos és a hozzá személyesen kötődő elit. Árnyalja a képet, hogy általában valamely nem konkrétan megnevezett csoportnak a nevében szólal fel Orbán Viktor, ritkábban a saját nevében. Ebben Orbán eltér az ideáltipikus vezértől.

Összegezve, a háromhetes időszak Facebook posztjainak kvantitatív tartalomelemzésében beazonosíthatóak mind a PVD rezsím elemei, mind a karizmatikus személyi jellemvonások. Az eredmények pedig harmóniában állnak az összehasonlítás alapjául szolgáló, kvalitatív esettanulmánnyal.

IX. További kutatási lehetőségek:

A kutatás tanúsága alapján a karizmatikusság felismerhető a Facebookos kommunikáción keresztül. Az egyik lehetőség egy egységes kódfüzet létrehozása, amely lehetővé teszi a kutatóknak az egyes esetek beazonosítását és összehasonlítását. Így a hosszú évek helyett viszonylag rövid időszakot vizsgálva is tesztelni lehet a karizma megjelenését. Továbbá komparatív kutatásokra is alkalmasabb lehet a kvantitatív megközelítés. A dolgozat írásának napjaiban is egy új politikai aktor lép színre Magyar Péter személyében. Az uralom ideáltípusain keresztül analitikusan értelmezhetjük és tesztelhetjük az aspiráns politikusok legitimitás igényét, akár a Facebook posztokon keresztül is.

X. Bibliográfia

- Asmarianaki, Maria (2017) *Personal Branding by Politicians: Investigating The Effect Of Personalized Communication As A Personal Branding Strategy Used By Politicians To Influence Individuals 'Intention To Vote*. In Tilburg: Tilburg University
Elérhető:<http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=143237> [Letöltve:2024.03.15]
- Baehr, Peter (2008) *Caesarism, charisma, and fate: historical sources and modern resonances in the work of Max Weber*. New Brunswick, N.J: Transaction Publishers.
- Bene Márton (2020) *Virális politika: politikai kommunikáció a Facebookon*. Budapest: L'Harmattan Kiadó ; Könyvpont Kiadó.
- Bottoni, Stefano (2023) *A hatalom megszállottja: Orbán Viktor Magyarországa*. 2. kiadás. Budapest: Magyar Hang Könyvek.
- Darabos Ádám (2019) A weberi karizma és plebiszciter vezérdemokrácia az angol nyelvű másodlagos szakirodalom tükrében. *Politikatudomány Online*, 2019 (5).
Elérhető:https://www.unicorvinus.hu/fooldal/egyetemunkrol/tanszekek/politikatudomanyi-tanszek/kiadvanyaink/politikatudomany-online/#accordion-item-n6__szam_2019_
[Letöltve:2023.12.15]
- Farkas Xénia – Bene Márton (2022) Orbán Viktor vizuális és verbális populista stílusa a Facebookon. *Politikatudományi szemle*, 31 (3), 82–108. Elérhető:
<https://real.mtak.hu/155282/> [Letöltve:2023.11.10.]
- Gianpietro Mazzoleni (2006) *Politikai kommunikáció*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Huszár Ákos –Szabó Andrea (2020) *Pártszimpátia és a társadalmi mobilitás érzékelése*.
Kormányzat.hu - Miniszterelnök - Életrajz. Elérhető: <https://2015-2019.kormany.hu/hu/a-miniszterelnok/eletrajz> [Letöltve: 2023.11.10].
- Körösényi András (2017) *Weber és az Orbán rezsim: Plebiszciter vezérdemokrácia Magyarországon*. *Politikatudományi Szemle* XXVI/4. 7–28. pp. © MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont, 7–28. Elérhető:
https://epa.oszk.hu/02500/02565/00092/pdf/EPA02565_poltud_szemle_2017-4_007-028.pdf [Letöltve:2023.11.10].
- Körösényi András-Illyés Gábor-Gyulai Attila (2020) *Az Orbán Rezsim: A plebiszciter vezérdemokrácia elmélete és gyakorlata*. Budapest: Osiris Kiadó.
- KSH-1.10. A széles sávú internet-hozzáférés aránya (2023, szeptember 16.).
<https://ksh.hu/s/kiadvanyok/fenntarthato-fejlodes-indikatorai-2022/1-10>. Elérhető:
<https://ksh.hu/s/kiadvanyok/fenntarthato-fejlodes-indikatorai-2022/1-10> [Letöltve:

2023.09.16].

Luciano Cavalli (1986) *Charismatic Domination, Totalitarian Dictatorship, and Plebiscitary Democracy in the Twentieth Century*. In.: *Changing Conceptions of Leadership*. New York: Springer-Verlag New York Inc., 67–76.

Merkovity Norbert (2014) *Politikai kommunikáció-kutatások a közösségi média korában*. 2014. kiad. Szeged: Primaware Kiadó. Elérhető: <https://mek.oszk.hu/14700/14786/14786.pdf> [Letöltve:2023.09.15].

Metz Rudolf (2022) *Népi hős vagy népi ördög? Érzelemgeneráló populista repertoár Orbán Viktor politikájában*. socio.hu, 12 (2), 41–65. Elérhető: <https://socio.hu/index.php/so/article/view/974/921> [Letöltve:2024.03.12].

Némedi Dénes (2010) *Klasszikus szociológia, 1890-1945*. 2. Budapest: Napvilág.

Sólyomfi Andrea Hanna – Virányi Péter (2020) *A propaganda propagandája: propagandaszociológiai szöveggyűjtemény*. Budapest: Gondolat Kiadó.

Soós Eszter (2012) *Charles de Gaulle és a karizma mindennapivá válása*. Elérhető: https://www.academia.edu/5818929/Charles_de_Gaulle_és_a_karizma_mindennapivá_válása [Letöltve:2023.10.15].

Sükösd Miklós (2022) *Orbán áldozatai*. Médiakutató, 23. (3/4), 59–77. Elérhető: https://mediakutato.hu/cikk/2022_03_osz_tel/05_orban_aldozatai.pdf [Letöltve:2024.03.10].

Tófalvy Tamás (2018) *Minden egyben Tibi atyától Kasza Tiborig Felhasználói szokások és fogyasztási mintázatok a Facebook által dominált magyar digitális tartalom-ökoszisztémában*. mediakutato.hu, XIX. évfolyam (1. szám), 51–65. [Letöltve:2023.09.16.]

Tucker Robert C. (1968) *The Theory of Charismatic Leadership*. Daedalus 97, no. 3 *Philosophers and Kings: Studies in Leadership*, 731-756.

Vargha András (2015) *Matematikai statisztika pszichológiai, nyelvészeti és biológiai alkalmazásokkal*. 2. Budapest: Pólya kiadó

Weber Max (2004) *A tudomány és a politika mint hivatás*. Budapest: Kossuth Kiadó.

Weber Max (2009) *Politikai szociológia: politikai közösségek: az uralom*. Budapest: Helikon.

Weber, Max (1987) *Gazdaság és társadalom A megértő szociológia alapvonalai 1. Szociológiai kategóriatan*. 1. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.

XI. Táblázatok

1. táblázat:a hős dimenzió változóinak gyakorisága és relatív gyakorisága az összes poszthoz viszonyítva(N=88).....	17
2. táblázat: A rendkívüli helyzetek gyakorisága és relatív gyakorisága az összes poszthoz viszonyítva(N=88).....	18
3. táblázat: A karizmatikus ígéretetek tárgyainak gyakorisága és relatív gyakorisága az összes ígérethez viszonyítva(n=30).....	19
4. táblázat:A rendkívüli helyzetek megjelenési aránya a karizmatikus rendszer elemeinek bontásában. Relatív gyakoriság az összes poszthoz viszonyítva (N=88).	21
5. táblázat:A proxematika és az elit kihívója változók gyakorisága és relatív gyakorisága az összes poszthoz viszonyítva (N=88).	24
6. táblázat:A hős indexváltozó gyakorisága és relatív gyakorisága az összes poszthoz viszonyítva(N=88).....	25
7. táblázat:A kulturális-értékrendi kategória változóinak gyakorisága és relatív gyakorisága az összes poszthoz viszonyítva (N=88).	25
8. táblázat:A szembenállás gyakorisága alanyonként és az eloszlás a szembenálláson belül (n=20).....	28
9. táblázat:Alanyonkénti (elit) együttműködés gyakorisága és az alanyonkénti relatív gyakorisága témánként(n=14).....	30
10. táblázat:Kolgomorov-Smirnov normalitás teszt eredményei, szabadságfoka és p értéke kategóriánként.	32
11. táblázat:A Levene teszt értékei, szabadságfoka és p értéke kategóriánként.....	32

XII. Diagramok

1. ábra:A személyes névmás használat relatív gyakorisága az összes poszthoz viszonyítva (N=88).	26
2. ábra:Keresztábra, amely a szembenállás tárgyait és alanyait ábrázolja(n=16).	29
3. ábra:Keresztábra, ami a személyes névmás használatát mutatja meg a hozzáállás (együtműködés vagy szembenállás/kihívás) függvényében(n=31).	31
4. ábra: A megosztás kategóriánkénti átlagértékei vonaldiagrammon(N=88).	33

XIII.Kódfüzet

1. Azonosító: A posztok egyedi azonosítószáma. Az első poszt kódja p1, a szám pedig mindig növekszik 1-el.
2. Dátum: A poszt közzétételének dátuma a Facebook idővonal alapján.
3. Szöveg: Dichotóm változó. Amennyiben a poszthoz tartozik szöveges tartalom, értéke 1-et vesz fel.
4. Kép db: A posztban közzétett képek száma.
5. Videó: Dichotóm változó. Amennyiben a poszthoz tartozik videós tartalom, értéke 1-et vesz fel.
6. Szöveg: A posztok szövege és a képen és videóknál megjelenő szövegek átirata.
7. Karakter szám: A „szöveg” változó karakterszáma.
8. Lájk db: A poszt lájkjainak darabszáma.
9. Hozzászólás db: A poszt hozzászólásainak darabszáma.
10. Megosztás db: A poszt megosztásainak darabszáma.
11. OV brand: Dichotóm változó. Orbán Viktor saját logójának jelenlétekor 1-es értéket vesz föl.
12. Elit: Dichotóm. A poszt szöveges, képi és videós tartalmában megjelenő politika, katonai vagy közszereplőként ismert személy vagy csoport megjelenése. (pl.:Boris Johnson; NATO; baloldal; Brüsszel)
13. Hatalmi elit: Nominális két értékű változó. 1)EU vagy Brüsszel; 2)NATO
14. Szembenállás témája: Nominális két értékű változó. Elit kihívója változó posztjainak tematizálása. 1)konfliktus (azaz a háború, mint erőszakos konfliktus); 2)Gazdaság (szankciók, olaj és rezszi árak)
15. Patrióta jövőkép: Dichotóm. A jövőre vonatkozó ígéretet tartalmazó posztok tematizálása, értéke 1-et vesz fel amennyiben a poszt tartalma Magyarországot vagy a magyar emberek érdekeit más országok felé helyezi. Pl.: p14 videó, ahol a videóban az „európai egység”-ről is szó esik, a poszt szövege: „*Számunkra a magyar emberek biztonsága a legfontosabb*”.
16. Ellenségkép jelenléte: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a posztban szövegesen vagy vizuálisan megjelenített, megnevezett ellenségkép szerepel. Pl.: P52: „A baloldal a háború oldalán áll – akkor is, ha ezt nem tudja”.
17. Ellenségkép megnevezése: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a poszt szöveges, képi vagy videós tartalmában konkrétan megnevezésre vagy megjelenítésre kerül az ellenség. Pl.: p87: „Nem hagyjuk, hogy belesodorjanak minket a háborúba!” A

- kép Gyurcsány Ferencet ábrázolja, miközben beszédet mond, feszült arc kifejezéssel. A kép fekete fehér.
18. Proxematika: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a poszt képi vagy videós tartalmaiban Orbán Viktor másokhoz képest a kamera szemszögéből kitüntetett pozícióban szerepel. Másokhoz mérten középen, vagy élesebben vagy magasságban ki van emelve.
 19. Család védelme: Dichotóm változó. A posztok szövege, képi és videós tartalmaiban a család szó vagy egy család vagy arra utaló személyek (pl.: anyuka gyermekével) együttes megjelenése a védelem, segítség vagy béke szavakkal. Pl.: p46 „Minden bajbajutott számíthat ránk! Mindenkinnek segítünk!” A képen pedig az látható, amint Orbán Viktor két kézzel fogja meg egy anyuka kezét, aki a gyermekét a karjában tartja. A gyermek arca látható a képen. Orbán Viktor enyhén meghajol az anyuka irányába.
 20. Elit kihívója: : Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a poszt szöveges, képi vagy videós tartalmában Orbán Viktor szembenállást, ellenvéleményt, alternatív véleményt, kritikát fogalmaz meg valamilyen elittel szemben, nyíltan vagy nem nyíltan. Pl.: P38: Háborús helyzetben nyugalomra van szükség Magyarország nem küld sem fegyvert, sem katonákat a háborús övezetbe! -> utalás nemzetközi álláspontokra, azokra ellenreakció
 21. Együttműködés elittel: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a posztban szereplő elittel együttműködés, egyetértés vagy arra utaló jelek (kézfogás, közös fénykép melyen mindenki mosolyog) láthatóak.
 22. Biztonság szó jelenléte: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a biztonság szó bármilyen formájában megjelenik a poszt szöveges tartalmában.
 23. Béke szó: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a béke szó bármilyen formájában megjelenik a poszt szöveges tartalmában.
 24. Erő szó: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben az erő szó bármilyen formájában megjelenik a poszt szöveges tartalmában.
 25. Határ megjelenítése: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a poszt szöveges tartalmában megjelenik a határ szó vagy arra utalás, vagy a képi és videós tartalomban a határ vagy annak tűnő helyszín.
 26. Katonák, katonai eszközök: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a poszt szöveges, képi vagy videós tartalmában megjelenik katonai eszköz (gépkocsi, harckocsi, fegyver, drótháló, terepmintás ruházat, tiszti öltözet) vagy egyenruhás személy vagy a katona szó bármilyen formája.

27. Jövőre vonatkozó ígélet: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a poszt szöveges és/vagy képi és/vagy videós tartalmában egy jövőre vonatkozó kijelentés jelenik meg. Pl.: P1: Mi a családok oldalán állunk! Május 15-ig biztosan marad a benzinárSTOP!
28. Calling, problémára felhívás: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a poszt szöveges, képi vagy videós tartalmában szerepel probléma (háború, rezsi, infláció, menekültek, szankció) megjelenítés.
29. Megoldás megtestesítője: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a poszt szöveges tartalma képi és/vagy videós arra utal, hogy Orbán Viktor személyesen oldja meg a problémát. Pl.: P27: „Keleti határszemle. A határon rend és nyugalom van.” A képen Orbán Viktor látszik két katonával, a háttérben egy mező, feltehetően a határ. A poszt arra utal, hogy Orbán Viktor kezébe veszi a határ védelmének ügyét.
30. E/1: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a posztok szöveges tartalmaiban megjelenik egyes szám első személyben megfogalmazott ige.
31. Vallás: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a posztok szöveges, képi vagy videós tartalmaiban megjelenik a vallás szó vagy vallási szimbólum (kereszt, templom, vallási tisztségviselő, isten szó, istent ábrázoló szobor vagy kép, istenre utaló szó, kereszténység szó).
32. Család: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a posztok szöveges, képi vagy videós tartalmaiban megjelenik a család szó bármilyen formában vagy „hagyományos” családnak tűnő személyek (felnőtt személy vagy személyek gyermekkel akik a kép alapján kapcsolatban vannak).
33. Nemzet szavak: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a posztok szöveges, képi vagy videós tartalmaiban megjelennek nemzetre utaló szavak (nemzet, magyar, Magyarország, hazánk).
34. EU: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a posztok szöveges, képi vagy videós tartalmaiban megjelenik az Európai Unió intézményének szimbolikája (zászló) vagy az azt képviselő tisztségviselők (pl.: Ursula Von der Leyen) vagy a szövegben kerül említésre (Eu, Európai Unió).
35. Brüsszel: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a posztok szöveges, képi vagy videós tartalmaiban megjelenik a Brüsszel szó bármilyen formában (brüsszeliták, brüsszel, ide soroltam a „nyugati barátaink” kifejezést is).
36. NATO: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a posztok szöveges, képi vagy videós tartalmaiban megjelenik a NATO szimbolikája (felirat) vagy az azt képviselő tisztségviselő vagy a szövegben említésre kerül.

37. Háború: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a posztok szöveges, képi vagy videós tartalmai az orosz-ukrán háborúról szólnak. Említésre kerül a háború bármilyen formában (pl.:fegyveres konfliktus), a háború következményei bármilyen formában (pl.:fegyveres készültség).
38. Rezszi: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a posztok szöveges, képi vagy videós tartalmaiban megjelenik a növekvő rezszi problémája bármilyen formában. A szó bármilyen alakja vagy az olaj és gáz árak.
39. Infláció: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a posztok szöveges, képi vagy videós tartalmaiban megjelenik az infláció szó bármilyen alakja.
40. Menekültek: Dichotóm változó. Értéke 1-et vesz fel amennyiben a posztok szöveges, képi vagy videós tartalmaiban megjelennek a menekültekre utaló szavak (kivéve migráció, migráns, de ezek egyszer sem jelennek meg az időszakban), menekültnek tűnő személyek (pl.: sok civil egy csarnokban látható vagy sok civil egy határátkelőnél látható)