

„Én” és „mi” egy világjárványban

Nyelvészeti esettanulmány a magyar politikai kommunikáció
perszonalizációjáról a koronavírus idején

Országos Tudományos Diákköri Dolgozat

Jelige: DFS864

Lezárás dátuma: 2024. április 16.

Absztrakt

A politikusok az idő előrehaladtával egyre személyesebb tartalmakat és információkat osztanak meg magukról, amellyel egy időben csökken a politikai kollektívák – így a pártok – jelentősége is (Aczél, 2009; Balmas et al., 2014; Holtz-Bacha et al., 2014; McAllister, 2009; McAllister, 2015b; Perloff, 2021; Plasser, 2008; Rahat & Sheaffer, 2007; Szabó, 2021, 2022a, 2022b). A jelenség megfigyelhető a magyar politikai színtéren is, többek között a közösségi médiában (Farkas & Bene, 2020) és a televízióban (Horváth, 2023). A Covid19-járvány alatt a hazai politikai kommunikációnak még nagyobb tétje volt: ide sorolhatjuk a jogállamiság meglétének kérdését (Szente, 2020), a kormány hangulatkeltését például az ellenségkreáláson keresztül (Schlett, 2018), a vírus háborús metaforákkal való azonosítását (Szabó, 2020) vagy az egyoldalú, korlátozott kormányzati kommunikációt is.

Milyen tendenciák mutatkoztak a politikai kommunikáció perszonalizációjában a koronavírus-járvány idején? Kutatásom erre a kérdésre kereste a választ a magyar miniszterelnök által a Kossuth Rádióknak adott interjúk szöveges leiratain keresztül 2020 és 2021 között, tehát a koronavírus első három „hulláma” idején. A tanulmány az igei személyragok, birtokos személyjelek és személyes névmások első személyű eseteinek használatát vizsgálta korpusznyelvészeti módszerrel, amely lehetőséget biztosított az egyes és többes számra vonatkozó adatok számszerű kimutatására. Előbbi egyértelműen a perszonalizációt mutatja, míg utóbbi valamely csoport nevében való megnyilatkozásra utal, azaz kevésbé perszonalizált (Szabó, 2021, 2022a, 2022b). A T/1 esetén ráadásul többféle csoport nevében is történhet a nyilatkozat, ezek jelen dolgozatban a családra, pártra, nemzetre, nemzetközösségre, Európai Unióra és az emberiségre utalást jelenthetik.

Az E/1 személyjelölések száma nem haladta meg a T/1 utalásokét, ugyanis ezer szóra normalizált szummájuk 63,2 százalékát teszik ki a többes számúak, míg 36,8 százalékát az egyes számúak. Az E/1 esetében egy növekvő-leszálló tendencia látszik, míg a T/1-nél egy ezzel ellentétes görbe rajzolódik ki a koronavírus első három „hulláma” alatt. Mindössze egy olyan rádióinterjú volt, amelyben az E/1 használata gyakoribb volt, mint a T/1-é. A többes szám alkategóriáiban a családra, pártra és az emberiségre utaló személyjelölések gyakorisága csökkent, míg a nemzet, nemzetközösség és az Európai Unió esetén növekedés volt megfigyelhető.

Kulcsszavak: politikai perszonalizáció, nyelvészet, koronavírus, médiakommunikáció, politikai kommunikáció

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	1
1.1. A politikai perszonalizáció definiálása	1
1.2. A magyar politika és a koronavírus-járvány mint kommunikációs kontextus	3
1.3. A kutatás célja	5
1.4. Hipotézisek	6
2. Szakirodalmi áttekintés	7
2.1. Perszonalizált politika	7
2.1.1. A politikai kommunikáció változása	7
2.1.2. A perszonalizáció okai	9
2.1.3. A perszonalizáció hatásai	11
2.1.4. A politika perszonalizálódásának szintjei	13
2.2. Személyjelölés a magyar nyelvben	15
2.3. A magyar kormány és miniszterelnök kommunikációja a Covid19-járvány alatt ...	17
3. Kutatás	21
3.1. A vizsgálat korpusza	21
3.2. Módszertan	23
3.2.1. Első személyű jelölések a politikai kommunikációban	24
3.2.2. A kutatás lépései	26
3.2.3. A vizsgálatból kizárt elemek	28
3.3. Eredmények és diszkusszió	29
3.3.1. Trendek a különböző vizsgálati időszakokban	32
3.3.2. A T/1 kategóriák eredményei	34
4. Összefoglalás	39
Irodalom	41
Források	46
Mellékletek	50

Ábrák

1. ábra: A politikai perszonalizáció típusai és altípusai.....	13
2. ábra: A Kossuth Rádió országos napi hallgatottsága 2020 első negyedéve és 2021 második negyedéve között (ezer fő).	22
3. ábra: A beszélőtől („én”) való távolság.	24
4. ábra: A többes szám első személyű denotátumok relatív távolsága a megnyilatkozótól.	25
5. ábra: Az E/1 és T/1 szám-, és személyjelölések eloszlása a vizsgált interjúkban.	30
6. ábra: Az E/1 és T/1 szám-, és személyjelölések egymás közötti százalékos megoszlása a vizsgált interjúkban.	31
7. ábra: Az E/1 és a T/1 különböző kategóriának átlagos gyakorisága a vizsgált interjúkban a különböző „hullámok” idején.....	33
8. ábra: Az E/1 és a T/1 különböző kategóriának átlagos gyakorisága a vizsgált interjúkban.	34
9. ábra: A T/1 _{Család} szám-, és személyjelölések eloszlása a vizsgált interjúkban.....	35
10. ábra: A T/1 _{Párt} és T/1 _{Nemzet} szám-, és személyjelölések eloszlása a vizsgált interjúkban. ..	36
11. ábra: A T/1 _{Nemzetközösség} szám-, és személyjelölések eloszlása a vizsgált interjúkban.	37
12. ábra: A T/1 _{EU} és T/1 _{Emberiség} szám-, és személyjelölések eloszlása a vizsgált interjúkban.	38

Táblázatok

1. táblázat: Az egyes szám első személyű és többes szám első személyű szám- és személyjelölők fontosabb jellemzői.	17
2. táblázat: Személyes névmások, igei személyragok és birtokos személyjelek E/1 és T/1 alakjai.	26

1. Bevezetés

A politikai kommunikáció számos kutató szerint egyre személyesebbé válik, tehát „perszonalizálódik” (vö. Aczél, 2009; Balmas et al., 2014; Holtz-Bacha et al., 2014; McAllister, 2009; McAllister, 2015b; Perloff, 2021; Plasser, 2008; Rahat & Sheafer, 2007; Szabó, 2021, 2022a, 2022b). A személyközpontúság kérdése nem is lehetne aktuálisabb egy olyan időszakban, amikor a választók a párt programja helyett pillanatnyi – és legtöbbször a médiából szerzett – impulzusok, benyomások alapján, tehát intuitív módon hoznak döntést a választáskor (Horváth, 2010). Ráadásul a mediatizált politika által az állampolgárok a nap bármely szakában találkozhatnak a politikusokkal, akik a munka mellett a magánéletükről is árulnak el információkat nyilvános megszólalásaikban.

Hazai vonatkozásban fontos kutatási terület a perszonalizáció vizsgálata a politikai retorikában, hiszen a magyar kormányforma (Sándor & Gallai, 2003), valamint a pártok megváltozott működése (Rahat & Kenig, 2018) azáltal, hogy ugyanazt a miniszterelnököt jelölik és választják meg több cikluson keresztül mind-mind indikálják a vezető személyének kiemelt szerepbe kerülését.

A következő alfejezet a perszonalizáció fogalmának lehetséges jelentéseit mutatja be, illetve összegzi, hogy mi nem tartozik bele a politikai perszonalizációba (1.1 fejezet). A bevezetés folytatásában a magyar politika és a koronavírus-járvány mint kontextus kerülnek bemutatásra (1.2. fejezet), végül a kutatás célját (1.3. fejezet) és a hipotéziseket (1.4. fejezet) ismertetem.

1.1. A politikai perszonalizáció definiálása

A politikai kommunikáció perszonalizációja arra utal, hogy a politikusok egyre személyesebb tartalmakat és információkat osztanak meg a közélettel, amellyel egy időben a politikai kollektívák – például pártok – jelentősége csökken (Aczél, 2009; Balmas et al., 2014; Holtz-Bacha et al., 2014; McAllister, 2009; McAllister, 2015b; Perloff, 2021; Plasser, 2008; Rahat & Sheafer, 2007; Szabó, 2021, 2022a, 2022b). A perszonalizáció egyrészt jelentheti azt, hogy az egyén előtérbe helyeződik a kollektívával szemben, tehát például a miniszterelnök kiemeltebb szerepet játszik egy párt vagy kormány életében, mint a testület többi tagja. A politikai vezető kiemelt szerepbe kerülése miatt a kormányokat gyakran a miniszterelnökhöz kötik még megnevezésükben is: például az Egyesült Királyságban Margaret Thatcher nyomán a „Thatcher-kormány” vagy Magyarországon az „Orbán-kormány”, „Gyurcsány-kormány”

elnevezések.¹ Emellett például az „orbánizmus” és „orbánista” kifejezések használata is előfordul a jelenlegi kormányról szóló hazai sajtókommunikációban.²

Másrészt, a perszonalizáció arra is utalhat, hogy a politikusok magánélete egyre növekvő szerepet kap a politikai kommunikációban (Holtz-Bacha et al., 2014; Metz et al., 2020). Mi számít magánszférának a mediatizált politikában? Langer (2007) szerint a fizikai megjelenés, család, neveltetés, életmód, vallás tartozik ebbe a kategóriába, míg Van Aelst és munkatársai (2012) alapján a család, neveltetés, párkapcsolat, szerelmi élet és a szabadidős tevékenységek, közben Yaniv és Tenenboim-Weinblatt (2016) csak a politikus családját és neveltetést (például gyermekkort) sorolta a magánélet területeihez.

Egyes politikusok szívesen osztanak meg „intimebb” információkat a választókkal, ami megjelenhet gyermekkori anekdoták, családi események elmesélésével, leírásával vagy akár ezekről készült (audio)vizuális tartalmak megosztásával egyaránt (Holtz-Bacha et al., 2014). Az alábbi mondatokat Magyarország miniszterelnöke mondta egy interjúban, amelyben a közéleti témák mellett a családi karácsony menetéről is mesélt az őt kérdező riporternek:

- (1) „Levelezni nem nagyon szoktunk, beszélgetni szoktunk a gyerekekkel, hogy mit kérnek a Jézuskától, és aztán, ha szerencsénk van, meg nekünk is van elég időnk meg figyelmünk, akkor ezek az ajándékok meg is érkeznek, és akkor kint várakoznak, és bent pedig megszólal a csengő – ez leginkább suttyomban én szoktam lenni –, mert megjött a Jézuska, és akkor jönnek az unokák, és elfoglalják a karácsonyfát.”³

A politikai kommunikáció tehát a perszonalizációnak köszönhetően a fenti példán keresztül jól látható módon a szakmai- mellett a magánszférába is betekintést enged – persze csak akkor, ha erre nyitott a politikus és/vagy annak kommunikációs stábja is.

Mi nem számít a politika perszonalizálódásának? A fogalom konceptualizálásakor fontos megemlíteni azon elemeket is, amelyek nem tartoznak bele a politikai perszonalizáció jelentéstartalmába, a következőkben ezek kerülnek bemutatásra.

A politikában mutatkozó perszonalizáció nem jelenti azt, hogy a politikus mint egyén önállóan képviseli az egész pártot (Kiss, 2003), ezt a folyamatot ugyanis nem perszonalizációnak, hanem „perszonifikációnak” nevezzük. A perszonalizáció ezzel szemben kizárólag előtérbe helyezi a

¹ Margaret Thatcher 1979-es megválasztása magával hozta a „Thatcher-kormány” (eredetileg: Thatcher ministry) megnevezést (McAllister, 2009).

² Lásd például a magyar sajtóból: <https://24.hu/tag/orbanizmus-2/>; <https://444.hu/tag/orbanista>; <https://index.hu/24ora/?s=orbánizmus> (Utolsó elérés mindhárom url esetén: 2024.01.02.)

³ Orbán, V. (2023.12.20.). Orbán Viktor interjúja a TV2 „Tények” című műsorában. <https://kormany.hu/beszedekek-interjuk/miniszterelnok/orban-viktor-interjuja-a-tv2-tenyek-cimu-musoraban-2023-12-21> (Utolsó elérés: 2024.01.02.)

vezető politikusokat, ami által a pártok „mellékletei” vagy „függelékei” lesznek a politikusoknak (Kiss, 2003, p. 11–12).

A perszonalizáció egyik következménye (ld. 2.1.3. A perszonalizáció következményei, hatásai), hogy a személy – tehát a politikus – kiemelt szerepet kap a politikában, nem egyenlő azonban a „személyiségpolitikával” (Wattenberg 1991, 2015; saját fordítás). Utóbbi ugyanis bizonyos egyéni tulajdonságok pozitív hatását jelenti a politikusra nézve (Wattenberg, 1991).

Bár a szakirodalom jelentős része bizonyította a perszonalizált politika létezését, annak definíciójáról – ahogy jelen alfejezetben bemutatásra került – nincs egyértelmű megegyezés, az azonban egész biztos, hogy nem egy hirtelen bekövetkező, elszigetelt esemény, hanem folyamat, amely az idő előrehaladtával egyre inkább felerősödik (Karvonen, 2010; Rahat & Kenig, 2018).

1.2. A magyar politika és a koronavírus-járvány mint kommunikációs kontextus

Hazánkat a politikatudomány a populista, illiberális, túlzottan centralizált, már-már autoriter kormányzás fellegváraként tartja nyilván (Juhász et al., 2015). Magyarország korábban a posztkommunista demokratizálódás pozitív példája volt, azonban Körösi és munkatársai (2020) szerint 2010-ben, a Fidesz-KDNP koalíció első kétharmados győzelmét követően elindult egy ezzel ellentétes folyamat. Mindez pedig folyamatosan felerősödik annak következtében, hogy több választási cikluson keresztül ugyanazon miniszterelnök kerül jelölésre és megválasztásra (Rahat & Kenig, 2018).

A magyar politikai berendezkedés a miniszterelnöki kormányforma és intézményrendszer miatt centralizáltnak tekinthető, ráadásul mindez megjelenik a perszonalizáció formájában is, amely Balmas és munkatársainak (2014) csoportosítása szerint lehet központosított vagy decentralizált. Hazánk politikai retorikája inkább az előbbi, azaz centralizált kategóriába tartozik, ugyanis egyetlen vezetőnek biztosít hatalmat a párt, a hatalom tehát felfelé áramlik a párttól a miniszterelnök felé.

A kormánypárt kommunikációját a kezdetektől jellemzi, hogy nem nyilatkoznak a tőlük független sajtónak, emellett a vitákat, illetve az olyan kommunikációs platformokat is kerülik, amelyeknél közvetítők vannak, ezért az interjúk nyilatkozatok helyett inkább Facebook-videókat tesznek közzé (ld. részletesen 2.3. fejezet).

Az Orbán-kormányt egyébként is jellemző ellenségképeket bemutató kommunikációs stratégiáját a Magyarországon 2020-ban kezdődő koronavírus-járvány csak még inkább

felerősítette, célkeresztjükben volt többek között Soros György, az Európai Unió, a hazai ellenzéki pártok és az LMBTQ-közösség (Kiss, 2022; Körösenyi et al., 2022). Ezen kommunikációjukkal hangulatot keltettek és politikai előnyt kívántak elérni egy olyan időszakban, amikor világszerte emberéletek forogtak kockán. Szabó P. (2020) kutatása rámutatott, hogy a kormánypárt politikai előnnyé tudta formálni a Covid19 alatti ellenségképzést. A hatalmi-politikai viszonyokat jelentősen átformálták, illetve növelték a saját mozgásterüket a válsághelyzetben tanúsított politikai stratégián és retorikai narratíván keresztül (Molnár, 2020; Szabó P., 2021). Nyelvészeti szinten megjelent a háborús metaforák gyakori alkalmazása is a koronavírus alatti válságretorikában (Szabó & Béni, 2021), amelyet békeidőben is előszeretettel használ a kormánykommunikáció.

A válság fő kommunikátora Orbán Viktor volt, aki ezáltal jelentős hatással volt az ország politikai és társadalmi légkörére (Körösenyi et al., 2022). A sajtó és közbeszéd nagy részét is tematizálta a kormány, nyilatkozataik szinte az összes médiumban fellelhetőek voltak, ráadásul a sajtóorgánumok látogatottsága is megugrott ebben az időszakban (Kiss, 2022).

Politikai szempontból is történt változás: a különleges jogrend bevezetése miatt a párt a parlament összehívása nélkül tudott dönteni a koronavírushoz szorosan kapcsolódó kérdéseken túl szinte bármiről⁴, emiatt nemzeti és nemzetközi szinten is számos kritika érte hazánkat, a jogállamiság, sajtószabadság és demokrácia meglétének kérdését vetették fel jogászok, kommunikációs szakemberek (vö. Martin, 2019; Sente, 2020). Mindez erősíti a centralizált működés logikáját, valamint a vezetői autoritás növekedését. A Freedom House⁵ jelentése demokrácia helyett „hibrid rezsimnek” nevezi Magyarországot, ez meghatározásuk szerint azt jelenti, hogy bár tartanak választásokat az országban, a demokratikus intézmények törékenyek, valamint kihívások elé vannak állítva a politikai és polgári szabadságjogok (Végh, 2023).

A koronavírus tehát két szempontból is izgalmas kutatási időszak magyar vonatkozásban: egyrészt az általában jellemző politikai rendszerbeli és kommunikációs stratégiák, másrészt a koronavírus alatti válságkezelés és -retorika miatt.

⁴ A Kormány 473/2021. (VIII. 6.) Korm. rendelete a kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről szóló 210/2009. (IX. 29.) Korm. rendelet módosításáról címmel közölt dokumentumban például arról döntött a kormány, hogy „[...] homoszexualitást megjelenítő, illetve népszerűsítő, gyermekeknek szóló terméket kirakatban elhelyezni, közszemlére tenni tilos”.

⁵ A Freedom House egy nonprofit alapon működő civil szervezet, amely a demokrácia, illetve a politikai és emberi szabadságjogok helyzetének kutatásával foglalkozik világszerte. Céljuk, hogy tájékoztassák az embereket a szabadságot fenyegető veszélyekről.

1.3. A kutatás célja

Az elemzés Orbán Viktor állami rádióknak adott interjúit vizsgálja a koronavírus-járvány első három „hulláma” idején, tehát 2020-ban és 2021-ben. Esettanulmányom alapjául a miniszterelnök kommunikációját választottam, mivel régóta és állandóan jelen van a magyar országos politikában (Körösenyi & Patkós, 2015). A kutatás célja, hogy kimutassa a jelen lévő perszonalizáció mértékét egy világjárvány alatt, ehhez korpusznyelvészeti módszert alkalmaz: az egyes szám első személyű (E/1), illetve többes szám első személyű (T/1) igei személyragok, birtokos személyjelek és személyes névmások előfordulásának gyakoriságát méri (ld. 3.2. Módszertan). Az értelmezésnek alapfeltevése, hogy az E/1 a perszonalizációt mutatja, míg a T/1 csoportidentitásra utal (Beard, 2000; Proctor & I-Wen Su, 2011; Szabó, 2020a, 2021; Urban, 1986).

A politikai perszonalizáció vizsgálata a nyelvészetten keresztül segíthet jobban megérteni azt az összetett módot, ahogyan a nyelvet a politikai diskurzus alakítására használják a szereplők (jelen esetben az interjúk során), ennek tárgyalása szintén célkitűzése a dolgozatnak.

A tanulmány érdekes adalékot biztosít a tudományterületnek arról, hogyan hat a nyelvhasználat a politikára, különösen olyan exogén helyzetben (értsd: Covid19, amelynek hatására egy kívülről származó gonddal kell szembenéznie a világnak – jelen kontextusban a nemzetnek), amikor még nagyobb szerepet kap a kommunikáció milyensége. Egy világjárvány alatt a perszonalizált megszólalások (nem) megjelenése üzenetet hordozhat a párt kommunikációs stratégiájáról, amelynek számos következménye lehet társadalmi szinten is.

A politikai perszonalizáció ugyanis növeli a bizonytalan szavazók számát, illetve a pártok gyengüléséhez is vezethet (Van Zoonen & Holtz-Bacha, 2000). A politikusok kommunikációjuk során az egyes- és többesszámot figyelemfelhívásra és a politikai üzenetek tudatosabb értelmezésére is használhatják. A választások kimenetele és a perszonalizáció között pedig szoros összefüggés van (Körösenyi & Patkós, 2015), ezen tényezők igazolják jelen tanulmány társadalmi hasznosságát.

A perszonalizáció vizsgálata fontos amiatt is, mert a politikai kommunikáció ezen részterülete jelenleg kevésbé kutatott magyarországi viszonylatban, annak ellenére, hogy milyen erős politikai következményei lehetnek. A perszonalizációt már sokféle szempontból kutatták külföldön: a törvényhozástól (Wauters et al., 2021) kezdve a média és politikai kapcsolatán (Langer & Sagarazu, 2018) és a közösségi médián (McGregor et al., 2017) át az amerikai elnöki beszédekig (Szabó, 2021, 2022a, 2022b). A magyar politikai kommunikáció perszonalizációját

a közösségi médiában Farkas és Bene (2020) vizsgálta, míg a televíziós interjúkban Horváth (2023) kutatta. A témában készült kutatások többsége a hatalmai pozíción (Balmas et al., 2014; Rahat & Kenig, 2018) és a megosztott tartalmak kvalitatív elemzése (McGregor et al., 2017; Farkas & Bene, 2020) alapján vizsgálta a perszonalizációt, az utóbbi néhány évben azonban – bár sokkal alacsonyabb számban – készültek nyelvközpontú vizsgálatok is (vö. Firmonasari, 2021; Horváth, 2023; Szabó, 2021, 2022a, 2022b). Mivel a perszonalizáció kifejezetten nyelvészeti vizsgálata nem elterjedt kutatási terület magyar viszonylatban, tanulmányom hiánypótlónak mondható.

1.4. Hipotézisek

A politikai perszonalizáció definíciójából fakadóan feltételezi, hogy a pártok kevésbé fontosak válnak, míg a politikusoknak mint egyéneknek kiemeltebb szerep jut a politikai folyamatokban (ld. 1.1. A politikai perszonalizáció definiálása). Ezáltal a politikai kommunikációban megfigyelhető egy tendencia, mely szerint többször kommunikálnak egyénként (például „én”), mint egységként (például „mi”; Langer, 2007). Ezek alapján a következő hipotézis fogalmazható meg:

H1: Több olyan interjú volt a vizsgált korpuszban (a koronavírus első három „hulláma” idején), amelyekben az E/1 személyjelölések gyakoribbak voltak, mint a T/1-re utalók.

Fenti hipotézist feltételezi az is, hogy Orbán Viktornak és pártjának illiberalizmusa és populista fordulata (amely megnyilvánul például a választókkal való közvetlenebb hangnemben) és a sok kétharmados győzelem miatt az állam működése egy elnöki rendszerre kezd hasonlítani. Körösenyi és Patkós (2015) szerint, ugyanis példátlanul magas a miniszterelnök személyes kontrollja a párt és a kormány felett egyaránt – az elnöki rendszerek pedig jellegükből adódóan magukban hordozzák a perszonalizációt is (Sándor & Gallai, 2003).

Jelen kutatás különbséget tesz a többes szám első személyű jelölések különböző kategóriái között: vonatkozhat a családra (T/1_{Család}⁶), pártra (T/1_{Párt}), nemzetre (T/1_{Nemzet}), nemzetek közösségére (T/1_{Nemzetközösség}), az Európai Unióra (T/1_{EU}) vagy akár az egész emberiségre (T/1_{Emberiség}) is (Jobst, 2007; Wilson, 1990). Ezekhez kapcsolódva kerültek megfogalmazásra az alábbi előfeltevések figyelembe véve a magyar politikai kommunikáció sajátosságait (Farkas & Bene, 2022; Körösenyi & Patkós, 2015):

⁶ A T/1 különböző kategóriáit alsó indexben jelzem Szabó (2020, 2021, 2022a, 2022b) jelölése alapján.

- H2: Csökkent a $T/1_{\text{Család}}$ és $T/1_{\text{Párt}}$ személyjelölések gyakorisága a miniszterelnöki kommunikációban a koronavírus-járvány első három „hulláma” idején.
- H3: Növekedett a $T/1_{\text{Nemzet}}$, $T/1_{\text{Nemzetközösség}}$, $T/1_{\text{EU}}$ és $T/1_{\text{Emberiség}}$ személyjelölések gyakorisága a miniszterelnöki kommunikációban a koronavírus-járvány első három „hulláma” idején.

A hipotéziseket a korpuszon elvégzett vizsgálattal ellenőriztem kvalitatív és kvantitatív módszerek ötvözetével: kvantitatív a személyes névmások, igei személyragok és birtokos személyjelek számlálásán keresztül, illetve kvalitatív az egyes $T/1$ kategóriák meghatározása által.

A második fejezet áttekinti a szakirodalmat; többek között kitér a politikai kommunikációra, a perszonalizáció okaira és következményeire, a magyar nyelv személyjelölésére, illetve a Covid19 alatti kormányzati kommunikációra. A harmadik rész a kutatás folyamatát, módszertanát, valamint az eredményeket közli és értelmezi. A negyedik, egyben utolsó fejezet összegzi a tanulmányt.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1. Perszonalizált politika

Ez az alfejezet áttekinti a politikai kommunikáció jelentősebb változásait, amelyek hatással voltak a perszonalizációra (2.1.1. fejezet). Ezt követően a politikai perszonalizáció okait (2.1.2. fejezet) és hatásait (2.1.3. fejezet) részletezem. Végül, a perszonalizálódás különböző szintjei kerülnek bemutatásra (2.1.4. fejezet).

2.1.1. A politikai kommunikáció változása

Bár a politikatudományban jellemzőek az olyan részterületek, amelyek jól körülhatároltak, a politikai kommunikáció kivételt képez ez alól. Nem véletlenül, hiszen két tudományterületet – a politika- és kommunikációtudományt – is magában foglalja. A „politika” és a „kommunikáció” fogalom is inter-, és multidiszciplináris, így a vizsgált terület még inkább szerteágazó.

Jelen dolgozat értelmezésében a politikai kommunikáció „a kommunikáció szerepe a politikai folyamatokban” (Chaffee, 1975, p. 15; saját fordítás). Azért ezt a meghatározást vettem alapul, mert a kutatás nyelvészeti eszközökkel elemzi a kommunikáció szerepét a politikai diskurzusokban, emellett ez a meghatározás viszonylag nagy mozgásteret is ad a kutatónak. Ez

a definíció csak valódi demokráciában és a szólásszabadság megléte esetén értelmezhető, hiszen ennek hiányában a kommunikáció egyoldalú és feleslegessé válik a meggyőző funkció (Merkovity, 2012).

A politikai tudományterületek közül a politikai kommunikáció az egyik legdinamikusabban változó, ugyanis a társadalmi, technológiai és a politikai változások – így a politikusok perszonalizációja is – itt érhetők tetten először (Bene & Nábelek, 2019).

Társadalmunk megváltozott életszemlélete, az egyén előtérbe kerülése a csoporttal azonosulással szemben (akár politikai értelemben is), valamint a médiumok mindennapjainkra gyakorolt erős hatása mind-mind átalakították a politikai kommunikációt (vö. Blumler & Kavanagh, 1999, p. 210–211). Blumler és Kavanagh (1999) szerint a változásokhoz igazodva kellett módosítani a kommunikáció milyenségét. Például az individualista gondolkodás felerősödésével a politikusok megnyilvánulásai sokkal perszonalizáltabbá (énközpontúbbá) váltak a korábban jellemző csoporttal (jelen esetben párttal) való azonosulást követően.

Ahhoz, hogy megértsük ezeket a változásokat, ismernünk kell a politikai kommunikáció korszakait, tehát azt, hogy mihez képest ment végbe az átalakulás. A következő bekezdésekben ezek kerülnek bemutatásra.

A vonatkozó szakirodalom a politikai kommunikációt négy korszakra osztja, a változások tendenciája pedig szinte az összes esetben serkentő hatással van a perszonalizációra (Blumler & Kavanagh, 1999; Norris, 2000; Blumler, 2016). Az első korszak (a második világháborútól számított 20 év vagy 1850–1950) a „pártok aranykora”, ugyanis ekkoriban a választópolgárok kizárólag a politikai pártokon keresztül kapcsolódtak a politikához. Emellett a politikai irányelvek és alapelvek megvitatása volt jellemző, nem pedig a magánügyek említése.

A második korszakot a televízió dominánsá válása indította el az 1960-as években. Ekkoriban még a közszolgálati televíziók voltak többségben, szűkös számuk miatt nagy eléréssel, ezáltal pedig a pártosság is gyengült, hiszen a választók a korábbinál több információt tudtak befogadni ugyanannyi idő alatt, ráadásul több politikai oldalról. A politikai kommunikáció ekkor értékelődött fel Norris (2000) szerint, hiszen a pártoknak nehezebbé vált az akaratuk közvetítése a választók felé a tévéműsorok megjelenésével, ugyanis a médiumok többsége valamilyen politikai oldalhoz vagy párthoz kötődik. Blumler és Kavanagh (1999) nyomán az első korszakban kommunikált politikai elvek helyett inkább a rövid távú kérdések, például a kormány teljesítménye vált fontossá – ehhez pedig a politikusoknak biztosítani kellett, hogy

jelen legyenek a média napirendjében. Ezáltal a média befolyása bővült, és a megjelenések száma is nőtt.

A média befolyása tovább bővült a harmadik korszakban, amelyet az 1990-es évek végére, 2000-es évek elejére tesznek a kutatók. A kor legfontosabb jellemzője, hogy jelentősen megugrott a médiumok száma – a televíziós és internetes médiaorgánumoké egyaránt –, ami a politika részéről azonnali reakciót kívánt (Blumler & Kavanagh, 1999). A politikai szereplőknek reagálniuk kellett a felgyorsult információáramlásra, ami sokszor nem volt könnyű, ugyanis sok új televízióműsor a politika helyett vagy mellett más témákkal (például sport, szórakoztatás, filmek) is foglalkozott.

Blumler (2016) negyedik, egyben jelenleg ismert utolsó kornak tekinti az internetet használó digitális eszközök rohamos fejlődését és elterjedését. A korábbiakból megmaradt az intézményes kommunikáció, ugyanakkor közben elindult egy alulról szerveződő (bárki által gyártható és közzé tehető tartalmak) kommunikáció is. „Kétfejűnek” nevezik a kort, mert a politikusok közösségi médiás megjelenését, illetve más politikai kérdéseket is megvitathatnak a választók az online térben. A nagyközönség által készített tartalmak a web 2.0 korszakában komoly hatást gyakorolnak a nyilvánosság szerkezetére, ugyanis megbomlik az egyensúly a tartalomkészítők és -fogyasztók között, valamint a közösségi médiában terjedő hamis információknak is a melegágya lehet, amelyek még a demokráciát is fenyegethetik.

A politikai kommunikáció, a politikusok médiában való megjelenése, valamint választókkal való kapcsolata jelentősen átalakult az idők során, amelyek a következő alfejezetben bemutatásra kerülő perszonalizáció okaihoz vezettek.

2.1.2. A perszonalizáció okai

A politikai mediatizáció, a társadalom individualizálódása, valamint a pártok megváltozott működése mind-mind olyan tényezők, amelyek kifejezetten serkentik a politika perszonalizálódását; ebben a részben ezek kerülnek bemutatásra (Rahat & Kenig, 2018).

A politika mediatizálódása alapjaiban változtatta meg a politikai kommunikációt az 1990-es évektől, a jelenség hatására ugyanis a politikusok viselkedése teljesen megváltozott a kamerák jelenlétékor. Ebben a folyamatban a média a politika elsődleges szereplőjévé válik és nemcsak beszámol a történésekről, hanem a politikai szereplők már folyamatosan számolnak a média jelenlétével (Sükösd, 1993). Például, amikor a parlamenti vitát közvetítik a televízióban, a felszólaló képviselők inkább nagyobb hévvel támadják politikai ellenfeleiket. Közben a média

is politizálódott, a hagyományos hírműfaj mellett megjelentek az „infotainment” (olyan televíziós műsorok, amelyek szórakoztató módon nyújtanak hírszolgáltatást)⁷ és politikai vita- és oknyomozó műsorok, valamint általában a politika mint téma túlsúlyba került.

Altheide és Snow (1979) médialogika elmélete illeszkedik a politika mediatizálódásához, eszerint ugyanis a média egy olyan jelenség, amely erőteljesen hat a társadalomra, ráadásul azt is meghatározza, hogyan szerkesztik a megjelenő tartalmat, milyen stílusban közlik, illetve mire helyezik a hangsúlyt. Ezt igazolja a technológiai determinizmus tézise is, amely kimondja, hogy a médiumok jelölik ki az információ áramlásának hordozóit, valamint a kommunikáció társadalmilag létrejött formáit, ennek ellenzői szerint ugyanakkor (társadalmi determinizmus vagy mérsékelt technooptimizmus) azt feltételezik, hogy inkább a társadalmi változások képződnek le a médiumokban (Briggs & Burke, 2012).

Jellemzővé vált, hogy az egyének a kollektíva elé helyezik saját magukat, ezt a jelenséget individualizációnak nevezzük. Társadalmunk alapvetően társadalmi körökből épül fel, ezen egymást metsző csoportok számával arányosan nő az individualizáció mértéke (Simmel, 1908; Weiss, 2019). Emellett a kultúrának is az egyik leglényegesebb fokmérőjének tekinthető az, hogy az egyén hány társadalmi körnek a tagja (Simmel, 1908). Goffman (1959) a választók percepcióját is a perszonalizáció okaihoz sorolta, amely az individualizálódás hatására vált gyakorivá. A társadalomban ugyanis megvan az igény arra, hogy legyenek olyan személyek a politikából és/vagy közéletből, akit követhetnek, akiben megbízhatnak vagy akire felnézhetnek. Ezzel magukat a választókat nevezi meg a perszonalizáció okaként.

Rahat és Kenig (2018) ide sorolja a politikai pártok megváltozott működését is, amelyre prototipikus példaként ugyanazon miniszterelnök több választási cikluson keresztüli jelölését és megválasztását említik (Magyarország helyzete 2010 óta napjainkig). Emellett az újabb kormányformák megjelenése is előidézhette a perszonalizáció felerősödését. Az Amerikai Egyesült Államokban például az elnöki (prezidenciális) rendszernek köszönhetően az elnök az állam- és kormányfő egyszemélyben, megbízatása pedig a legtöbb rendszerben nem függ a parlamenti többség bizalmától, így az elnök mint egyén erősen legitimált (Sándor & Gallai, 2003). Emellett a miniszterelnöki (kancellári) forma – amilyen például a magyar és a német – bár nagyban hasonlít a parlamentáris rendszerhez, a kormányfő sokkal kiemeltebb szerephez jut (Sándor & Gallai, 2003).

⁷ Matthews, G. Paul (n.d.). Infotainment. Encyclopedia Britannica.
<https://www.britannica.com/topic/infotainment> (Utolsó elérés: 2024.02.09.)

Összefoglalva, a politika perszonalizációját előidézhetheti egy adott ország vagy kormány politikai berendezkedése, a párt működése, a politika mediatizálódása és a média politizálódása, valamint a politikusok mint egyének és a pártok mint csoportok viselkedési mintázata és kommunikációs stratégiája.

2.1.3. A perszonalizáció hatásai

A politika perszonalizációja magával hozza a politikus mint egyén (a magánéletét beleértve) előtérbe kerülését (Rahat & Kenig, 2018; Rahat & Sheaffer, 2007). A vonatkozó szakirodalomban arról nincs megállapodás, hogy a jelenség következményei inkább pozitívak vagy negatívak, annyi azonban biztos, hogy a perszonalizáció jelentős következményeket hozott társadalmi, politikai és kommunikációs szinten egyaránt.

A politikusok a perszonalizációból kifolyólag több magánéleti információt osztanak meg magukról (ld. 1.1. A politikai perszonalizáció definiálása), ennek kockázata pedig az lehet, hogy elvonja a figyelmet a politikailag fontos problémákról és a politikai szereplők személyére tereli a hangsúlyt (Rahat & Kenig, 2018; Rahat & Sheaffer, 2007). A politikusok mint egyének olyan szinten előtérbe tudnak kerülni, hogy az akár a kollektívák – így a pártok és kormányok – rovására is mehet. Erről tanúskodik Hart (1999) kutatásának eredménye is, amely az elnöki szónoklatok mennyiségében háromszoros növekedést mért 1945 és 1985 között. Kulcsfontosságú tehát a nyilvánosság, ugyanakkor arról is beszámolt, hogy a sajtótájékoztatókból kevesebb volt, mert ott az újságírók is jelen vannak, akik kérdéseikkel elveszik a kontrollt a politikustól (Hart, 1999). Ez alapján elmondható, hogy a perszonalizáció magával hozta az egyoldalú, megtervezett kommunikációs formák előtérbe kerülését.

Mivel a mai demokratikus rendszerekben gyakran jellemző, hogy nem a pártok, hanem a választópolgárok szavaznak a vezető személyéről, így McAllister (2009) szerint a politikai vezetők túl nagy autonómiát kapnak. A megbízatás ráadásul nem a párt programja vagy a hozzáértés, hanem sokkal inkább az egyéni preferenciák és szimpátia alapján kerül kiosztásra – ez nehezebbé teszi a felelősségre vonást és károsítja a demokratikus működést is (Pedersen & Rahat, 2019).

Van Zoonen és Holtz-Bacha (2000) alapján a politikai perszonalizáció növeli a bizonytalan szavazók számát, ezáltal pedig a pártok és általában a pártosodás gyengüléséhez is vezethet. Az individualizálódó hatására a társadalmakban meggyengült a választók politikai pártokhoz fűződő kapcsolata, ami miatt a politikának új stratégiát kellett kidolgoznia, a leglogikusabb

megoldás az lehet (és lett is sok helyen), hogy a pártok helyébe a politikai vezetők lépnek (Kruikemeier et al., 2013; Wattenberg, 1991).

Ez arra is utal, hogy a választópolgárokból megvan az igény arra, hogy személyesen kötődjenek a politikához. A politikai kommunikáció kétféle stratégiát alkalmaz a választók és politikusok (tágabb értelemben beleértve a politikát, pártokat és a politikai folyamatokat egyaránt) közötti kapcsolat erősítéséhez: egyrészt a választókat közvetlen – sokszor a médiát mint közvetítőt megkerülve – szólítják meg, másrészt a politikusok magánéletének már-már propagandisztikus bemutatása (Hart, 1999; Langer, 1981). Ezeket a stratégiákat a szakirodalom jelentős része „az intimitás növekedéseként” foglalja össze (Rahat & Kenig, 2018, p. 122–123; saját fordítás).

Kérdés, hogy az állampolgárok és a politikusok közötti kapcsolat valóban intímabbé vált, vagy csupán egyfajta „hamis intimitásról” van szó (Stanyer, 2007). A média fejlődése folyamatosan alakított a politikusoknak azon gyakorlatán, hogyan tartják a kapcsolatot a választópolgárokkal (Szabó, 2022a). A rádióon keresztül hallatják hangjukat, a televízióban még láthatóvá is válnak, míg a közösségi médiumok megjelenésének köszönhetően a mindennapi tevékenységeikbe is betekintést kaphatnak az állampolgárok.

A politikusok tehát a politikai (média)kommunikáció előterébe kerülnek a perszonalizálódás által. Nem csak a politika logikája utal arra, hogy a választók és a politikusok között szűkíteni kell a távolságot, a személyesebb és bensőségebb politikai kommunikációt ösztönzi a tömeg- és a közösségi média is (Metz et al., 2020).

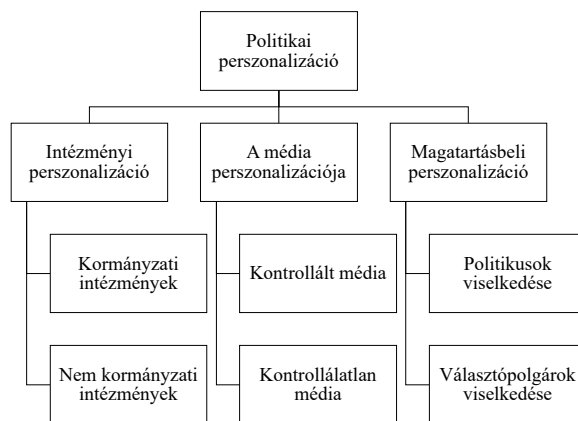
Van esély valódi intim (értsd: bensőséges, közeli) kapcsolat kialakulására az állampolgárok és politikai szereplők között? A szakirodalom jelentős része azt állítja (vö. Garzia, 2014; Stanyer, 2007; Szabó, 2022a), a média „hamis intimitás” érzetét kelti az állampolgárokból. A választók egy része úgy érezheti, hogy közel került (akár személyes ismeretség érzetét is keltheti) a politikushoz azáltal, hogy rengeteg tényezőt ismer a magánéletéből a médianak köszönhetően, ahol az ilyen tartalmak mindennapossá váltak (Blumler, 2016). Ennek az a veszélye, hogy paraszociális interakció alakul ki a választók részéről, azaz a médiafogyasztó olyan reakciókat mutat a médiában látható személy láttán (a mediatizációnak köszönhetően akár politikusok láttán), mintha valódi ismerősök lennének (Giles, 2002). A politikai szereplők azonban nem ismerik a választókat, tehát nincs kölcsönösség (reciprocitás), emiatt – szigorúan véve – nem valódi az intimitás.

A média ezen logikáját jól demonstrálják Franklin Delano Rooseveltt, az Amerikai Egyesült Államok 32. elnökének „fireside chat”⁸ rádióinterjúi, amelyeken keresztül 1933 és 1944 között (szinte az egész elnöksége idején) „tartotta a kapcsolatot” a nemzettel (Sterling, 2002; Szabó, 2022a). Roosevelt műsorsorozata forradalmasította a politikai kommunikációt, hiszen bár nem hagyományos szónoklat vagy megtervezett beszéd zajlott, a diszkusszió beszélgetésként is megtervezésre került (Sterling, 2002). Olyan politikai és gazdasági témákról szóltak, mint például az 1933-as nemzeti bankkrízis vagy az azt követő New Deal gazdaságpolitika folyamatainak ismertetése (Craig, 2016). Ezen kommunikációs stratégia egybevág a jelenlegi hazai helyzettel, ahol a választópolgárok szintén rádió keresztül hallhatnak a politikában szokásosnál közelebbi, már-már barátságos hangvételű beszélgetéseket a magyar miniszterelnökkel (ld. rendszeres Kossuth Rádió interjúk).

Összességében elmondható, hogy bár az elmúlt évtizedekben a politikusok „felismerhető előadókká, ugyanakkor egyidejűleg intim idegenekké” váltak abban az értelemben, hogy a polgárok sosem találkoznak és ismerkednek meg velük, mégis rengeteg részlettel tisztában vannak a magánéletük kapcsán (Stanyer, 2007, p. 72; saját fordítás).

2.1.4. A politika perszonalizálódásának szintjei

A politikai perszonalizációt a vonatkozó szakirodalom három különböző részre osztja: intézményekre, a médiára⁹ és a magatartásra (Rahat & Sheafer, 2007), ezen csoportok elrendezését és azok alkategóriáit mutatja be az 1. ábra és jelen alfejezet.



1. ábra: A politikai perszonalizáció típusai és altípusai.
Forrás: Rahat & Kenig, 2018; Rahat & Sheafer, 2007.

⁸ Nincs magyar megfelelője, jelentése: informális diskurzus (Oxford, n.d.); egyes esetekben szó szerint kandalló előtti beszélgetésként említik.

⁹ Szinte bármilyen médiumban felismerhető a perszonalizáció, ahol szerepelnek a politikusok. Kezdetben, a nyomtatott sajtóorgánumban ez kevésbé jelent meg, később azonban a rádió, majd a televízió és az internetes sajtó, közösségi médiumok megjelenésével egyre gyakoribbá vált a jelenség, hiszen utóbbiakban hang- és/vagy képi formában is megjelennek a politikai aktorok (Keeter, 1987; Langer, 2007).

Intézményi perszonalizációról beszélünk, amikor egy intézményt úgy alkotnak vagy reformálnak meg, hogy az egyéni politikai szereplő a kollektíva rovására előtérbe kerül (Rahat & Kenig, 2018). Mindez megjelenhet kormányzati és nem kormányzati formában egyaránt: előbbire prototipikus példa a választási rendszer módosítása¹⁰, illetve a miniszterelnöki hatalom növelése, míg a nem kormányzati perszonalizáció alatt a jelölt- és vezetőválasztási reformokat¹¹ értjük (Rahat & Kenig, 2018).

A következő szint a média perszonalizációja, melyet Rahat és Sheaffer (2007) eredetileg fizetett és fizetetlen médiának neveztek, ugyanakkor ez a jelölés problémás, hiszen a közösségi médiumokban nehéz, már-már lehetetlen utánkövetni a pénzmozgásokat. Rahat és Kenig (2018) emiatt inkább a kontrollált és a kontrollálatlan média megnevezést kezdte alkalmazni. Előbbi leggyakrabban úgy jelenik meg, hogy a politikai kampány során a politikus személyére koncentrálnak, ahelyett, hogy a párt programját mutatnák be. Közben a kontrollálatlan médiaperszonalizáció hatására a sajtó által készített tudósításokban gyakoribbá válnak a politikusokról szóló beszámolók, mint a pártokról készültek.¹² A kettő közötti legnagyobb különbség – és egyben veszély – abban van, hogy a kontrollált médiaperszonalizáció hatásai sokkal erőteljesebbek (Langer, 2007; Rahat & Kenig, 2018). Mégis hatnak egymásra, ugyanis a kontrollált médiakommunikáció (párt) megjelenik a kontrollálatlan médiakommunikációban (sajtótermékek), így még szélesebb körben elterjed ugyanaz az üzenet.¹³

Végül az utolsó kategória a magatartásbeli perszonalizáció, amely vonatkozhat a politikusok mellett a választópolgárok¹⁴ viselkedésére is (Rahat & Kenig, 2018; Rahat & Sheaffer, 2007). A politikusok kampány-, média-, és közösségimédia-kommunikációjában egyaránt megjelenhetnek ezek a tényezők.

Balmas és munkatársai (2014) egy másik fajta csoportosítást alkalmaztak a perszonalizációra: ez alapján beszélhetünk centralizáltról és decentralizáltról. A központosított perszonalizáció azt jelenti, hogy egyetlen vezetőnek biztosít hatalmat a kollektíva (jelen esetben a párt), azaz a

¹⁰ Magyarországon a képviselők egy részét egymandátumos választókerületekben (EVK) választják meg, míg a többiek zárt pártlistán – ez a rendszer támogatja a perszonalizáció növekedését és a pártvonal követését egyaránt (Papp & Zorigt, 2016, p. 467).

¹¹ Előválasztások bevezetése (Rahat & Sheaffer, 2007); lásd például: a 2021-es magyar ellenzéki előválasztás első és második fordulója <https://atlo.team/ellenzekielovalasztas/> (Utolsó elérés: 2024.01.02.)

¹² Például az Amerikai Egyesült Államokban a 2004-es elnökválasztási kampány idején tízszer gyakrabban sugároztak a televízióban jelöltekről szóló riportot, mint pártokról szólót (vö. Plasser & Lengauer, 2008, p. 257).

¹³ Pártok közleményei a sajtóban, lásd például: „írja közleményében a Demokratikus Koalíció” https://nepszava.hu/3217018_a-dk-kozos-fovarosi-ellenzeki-listat-javasol-az-onkormanyzati-valasztason (Utolsó elérés: 2024.01.03.)

¹⁴ A perszonalizált weboldalak a bevontság, sorsközösség érzetét keltik az olvasókban (Kruikemeier et al., 2013).

hatalom felfelé áramlik: a párttól a miniszterelnök vagy elnök felé. Ezzel szemben a decentralizált perszonalizáció (például a jelöltkiválasztás demokratizálódása az elnökválasztáson keresztül) esetén a csoport részben átadja a hatalmat a nem vezető szerepű egyéneknek.

Ez az alfejezet a perszonalizáció különböző szintjeit foglalta össze, míg a következő részben bemutatásra kerül, hogy a magyar nyelvben hogyan történik a szám- és személyjelölés, ez segíthet jobban megérteni azt, hogy hogyan jelenik meg az előzőekben bemutatott perszonalizáció nyelvi szinten.

2.2. Személyjelölés a magyar nyelvben

Közléseink szereplője lehet maga a beszélő (én, mi) vagy a befogadó (te, ti, ön, önök), ugyanakkor a jelölés éppúgy vonatkozhat a beszélőtől független valamely dologra is (ő, ők) – a szereplő konstruálását ráadásul befolyásolja a feladó nézőpontja, illetve a személyek egymáshoz viszonyulása is (Tolcsvai Nagy, 2017).

Ezeket a különbségeket jelölik és fejezik ki a nyelvtani számok és -személyek. A magyar nyelvben a grammatikai szám kétosztatú (azaz egyes- és többes számú), a személyek pedig három-három részre oszthatók. Jelen dolgozat értelmezésében az egyes szám első személy (E/1) és többes szám első személy (T/1) releváns, hiszen ezek hordoznak jelentést a perszonalizációról (Beard, 2000; Proctor & I-Wen Su, 2011; Szabó, 2020a, 2021, 2022a; Urban, 1986).

A szám- és személyjelölés többféle nyelvtani eszközzel is megvalósulhat a magyar nyelvben: történhet teljes főnévvel, de névmás, igei személyrag és birtokos személyjel használatával is utalhatunk közlésünk szereplőjére (Tátrai, 2017). Nem mindig volt azonban így, a magyarban a toldalékok által jelölt viszonyokat eredetileg az ige + személyes névmás típusú analitikus szerkezetekkel fejezték ki, tehát önálló szóval jelölték a személyt. Később a személyes névmások nyomatéktalanná váltak ezekben a szerkezetekben, és jelentésváltozással, valamint alakrövidüléssel grammatizálódtak, illetve morfológizálódtak, tehát a személyjelölés a szóalak részévé vált – ezek lettek az igei személyragok és birtokos személyjelek (Tátrai, 2017). Az egyes szám első személyű alaknál előbbi megjelenésére egyszerűsített példa lehet, hogy az „én + lát” kifejezésből „látom” lett. A magyar nyelvet többek között ezért is hívják agglutináló, tehát ragasztó/ragozó jellegűnek (Honti, 2020).

Az E/1 személyjelölés elsősorban szubjektív megszólalásokra utal, valamint a politikus beszédében az egyén gondolatainak közvetítését is jelentheti (Fludernik, 2003). Az egyes szám első személyt leggyakrabban igei személyrag vagy birtokos személyjel jelöli, névmást csak ritkán (például a beszélői nézőpont kijelöléskor) alkalmazunk beszédünkben ilyen céllal (Tolcsvai Nagy, 2017). Használatuk lehetővé teszi a politikai kommunikáció szereplői számára, hogy személyes szándékukat és meggyőződésüket közvetítsék a nyilvánosság felé, miközben a politikának alapvetően nem ez lenne a feladata (Hart, 1987).

A politikusok az E/1 kiemeltebb használatával közvetlenebb kapcsolatot teremthetnek potenciális szavazóikkal, emellett egyéni márkát is kiépíthetnek, megkülönböztetve ezzel magukat az ellenfelektől, sőt biztosíthatják őket arról is, hogy felelősséget vállalnak döntéseikért (McAllister, 2015b; Rahat & Kenig, 2018). Utóbbi különösen fontos olyan helyzetekben, amikor a politikus hibát követett el, mivel az egyes szám első személy nyelvi alkalmazása erősíti az elszámoltathatóság érzetét a nyilvánosságban.

Fontos hangsúlyozni, hogy az E/1 személyjelölők túlzott használata énközpontúságra vagy egoista viselkedésre is utalhat, emiatt a politikusoknak ügyelni kell arra, hogy megtalálják az egyensúlyt a közönséggel való közvetlen, személyesebb kapcsolat kialakítása, valamint a túlzott énközpontúság és önreklámozás látszata között (Pennebaker & King, 1999).

A többes szám első személynél több jelentés is társulhat ugyanahhoz a szóhoz a pragmatika szerint (Tátrai & Laczkó, 2015). A T/1 személyjelölés mindig magában foglalja a beszélőt, emellett azonban szükségszerűen jelöl további személyt vagy személyeket is. A szemantika alapján kétféle jelentéstartalmat különböztetünk meg: az egyik az inkluzív, amelynél a beszélő (jelen esetben a politikus) saját magán és a befogadókon (választók) kívül akár egy harmadik csoportot is jelölhet, míg az exkluzív jelentésnél a megszólalók – az inkluzívval ellentétben – kizárják a befogadókat, ez azt jelenti, hogy csak a beszélő (politikus) és egy harmadik csoport (például a párt vagy család) értendő a személyjelölés alatt (Tátrai, 2011; Tátrai, 2017; Tátrai & Laczkó, 2015).

A különböző szemantikai jelentéstartalmakat felhasználva a politikusok kifejezhetik egy-egy csoporttal való azonosulásukat vagy ellentétjüket, az erős kapcsolódást például több inkluzív, mint exkluzív személyjelölő használatával (Wilson, 1990). Az 1. táblázat az egyes és többes szám első személyű jelölések általános és politikai szerepét foglalja össze.

<i>Egyes szám első személy (E/I)</i>	<i>Többes szám első személy (T/I)</i>
- szubjektív megszólalások - egyéni gondolatok közvetítése - kiemelt szerep a politikában: a személyes meggyőződés közvetítése a befogadók felé - közvetlen kapcsolat a választókkal - egyéni márka kiépítése - megkülönböztetés a többiektől - elszámoltathatóság biztosítása - túlzott énközpontúság kockázata	- általában objektívebb, átgondoltabb megszólalások - mindig több személy/testület nevében történik a mondanivaló konstruálása - politikában kire utal a „mi”? - távolságtartó, kimért kommunikáció - a párt, a nemzet stb. az egyén felett - egységesség - többféle jelentés és jelentéstartalom

1. táblázat: Az egyes szám első személyű és többes szám első személyű szám- és személyjelölők fontosabb jellemzői.

Forrás: Saját készítés Beard, 2000; Hart, 1987; Tátrai, 2017; Tolcsvai Nagy, 2017 alapján.

Az áttekintésből egyértelműen látszik, hogy mekkora szerepe lehet annak, hogy a politikus mely személyjelölést alkalmazza különböző helyzetekben, hiszen azzal – még akaratlanul is – hatással lehet a választók párthoz vagy akár a konkrét személyhez viszonyított attitűdjére is, emellett számos előnye és hátránya lehet az egyes kategóriák használatának vagy kerülésének is (ld. 1. táblázat).

A következő részben a koronavírus alatti kormányzati válságkommunikációt mutatom be, amelyben arra is részletesen kitérek, hogy mi a tétje annak, hogy egy ilyen helyzetben (szinte az egész világot érintő járvány alatt) miképp kommunikál egy ország vezetője – jelen esetben kifejezetten Magyarország kormányfője.

2.3. A magyar kormány és miniszterelnök kommunikációja a Covid19-járvány alatt

2019 decemberében robbant ki a koronavírus-járvány, amelyet 2020. január 30-án nyilvánított pandémiává az Egészségügyi Világszervezet.¹⁵ Korábban – mivel még nem lehetett tudni mekkora és milyen kiterjedésű járványról van szó – nem volt egyértelmű, hogy ki és hogyan fogja kommentálni az eseményeket a magyar kormány részéről (Merkovity et al., 2021). A miniszterelnök kifejezetten távol tartotta magát a Covid19 témájától, egészen az első hazai regisztrált eset (2020. március 4.) bejelentéséig, amelyet azonban már ő személyesen tett meg saját közösségimédia-oldalán közzétett videójában.¹⁶

¹⁵ WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 – 11 March 2020., <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020> (Utolsó elérés: 2024.02.17.)

¹⁶ <https://www.facebook.com/watch/?v=187876155837762> (Utolsó elérés: 2024.02.19.)

Ekkor két dolog vált egyértelművé a Fidesz koronavírus-járvány alatti válságkommunikációjáról: egyrészt az, hogy a Facebook lesz a fő kommunikációs színtér, másrészt Orbán Viktor lesz az elsődleges kommunikátor (ezzel együtt egyébként döntéshozó és információforrás is). Körösényi és munkatársai (2020) szerint utóbbi nem meglepő annak tudatában, hogy a válságkommunikáció az Orbán-rezsim velejárója exogén és endogén helyzetekben egyaránt, ráadásul ez az a tényező, ami fenntartja a rendszer alapját képző „karizmatikus vezető” képét. Bár a nyilvános megjelenések alapján úgy tűnhet, hogy a miniszterelnök „mindenható” szerepkörben van, az egyszemélyes döntéshozatalt és felelősségvállalást mégis megelőzték szakértői vélemények és előrejelzések – ez alapján hozott ugyanis döntéseket saját bevallása szerint (Körösényi et al., 2022).

A vezető kommunikációs szerepének kiemelkedéséről Juhász és munkatársai (2015) úgy fogalmaznak, hogy a magyar miniszterelnök Erdogan és Putyin kommunikációs stílusát „másolja”, akik szintén egyre felerősödő Nyugat-ellenes retorikát alkalmaznak, és azt állítják, csak ők tudják képviselni a nemzeti érdekeket, az ellenzékben lévő pártok pedig a külföldi hatalmak bábjaként működnek.

Orbán kifejezetten hétköznapi nyelvezetet használt az intézkedések és azok mögött álló – sokszor bonyolult – politikai döntések, érvek bemutatására (Merkovity et al., 2021). Nem véletlenül választotta ezt a kommunikációs formát, hiszen személyes kommunikációs stílusa (is) populistának nevezhető egyrészt amiatt, hogy gyakran beszél a hétköznapi emberek mindennapi nehézségeiről, másrészt ezeket sokszor saját magára vetítve mondja el, lásd az alábbi példában:

- (2) „[...] mert azért megviselt bennünket, nemcsak a vállalkozásokat, hanem bennünket, munkavállalókat is, akik bérből és fizetésből élünk – én is közéjük tartozom –, szóval bennünket is megviselt ez a járvány” (Orbán, 2021.05.28.)

A fenti idézetben fizetésből élő embernek nevezi magát, ami kétségtől igaz, ugyanakkor a koronavírus idején (2021-ben) a magyar átlagbérenek több mint hatszorosát kereste¹⁷ Orbán Viktor, kommunikációjában mégis úgy jeleníti meg magát, mint az „átlag magyar munkásember”.

¹⁷ A 2021-es magyarországi bruttó havi átlagjövedelem 438 800 forint volt (KSH, 2022a). A miniszterelnöki havi bruttó bére 2021-ben 2 718 150 forint volt (Varga Dóra, Kósa András: Míg Orbánnak nem, több százezer embernek valóban romlott az anyagi helyzete, Népszava, 2021.05.29., https://nepszava.hu/3121266_mig-orbannak-nem-tobb-szazezer-embernek-valoban-romlott-az-anyagi-helyzete).

A koronavírus összességében nem hozott sok újdonságot a válságok tekintetében, a kormány minimális alakított kommunikációján és politikai logikáján a körülményekhez igazodva, hiszen már előtte is felismerhető volt retorikájukban a krízisek sorozata (Bene & Boda, 2021). A miniszterelnöki kommunikáció a koronavírus során is alkalmazta a párttól már jól megszokott ellenségkép-stratégiát, amely a bevándorlás veszélyeire, a nyugati világ és az Európai Unió állítólagos hanyatlására „hívja fel a figyelmet”, emellett Soros György személye, a magyar ellenzéki pártok, az LMBTQ-közösség, valamint a média- és a nemzetközi liberális fősodor magyar érdekekkel való ellentétes szerepét tematizálta Orbán (Kiss, 2022; Körösenyi et al., 2022). Az ellenfelek egyértelmű kijelölése a politikai gondolkodás természetes velejárója (Schlett, 2018), sőt az ezekre kialakult politikai narratívák és hozzájuk kapcsolódó retorikai elemek is a politikai kommunikáció részét képezik (Szabó, 2016). Az ellenségképek kreálásával azonban a kormány akarva-akaratlanul is hangulatot kelt, amelynek komoly következményei lehetnek akár politikai szempontból is, egyes választókat ugyanis befolyásolhatnak ezen kommunikációs stratégiájukkal (Körösenyi & Patkós, 2015).

Orbán Viktor megszólalásaira épültek a kormány főbb szlogenei és reklámkampányai is. Mészáros (2019) azt mondja, a „válságok” állandósulni látszanak Magyarországon, nem véletlenül, hiszen a kormányzati kommunikációt folyamatosan áthatja a válságretorika. Erre alapoznak: gondoljunk csak a 2015-ös „menekültválságra”, a terrorveszélyre, a 2020-ban kezdődő világjárványra vagy a jelenleg is zajló orosz-ukrán háborúra. Ráadásul nemcsak a diszkusszióban jelenik meg a vezető előtérbe kerülése, hanem a döntéshozatali struktúrában is erős hierarchia volt megfigyelhető a koronavírus idején (Drinóczi & Bień-Kacała, 2020).

Megkérdőjelezhetetlen vezetői szerepét igazolja egy nemzeti és nemzetközi szinten is vitatott törvény, amellyel különleges jogrendet vezettek be Magyarországon (Szente, 2020). Minderről a Covid19-járványra hivatkozva döntöttek a következő indoklással: „az élet- és vagyonbiztonságot veszélyeztető tömeges megbetegedést okozó humánjárvány következményeinek elhárítása, a magyar állampolgárok egészségének és életének megóvása érdekében Magyarország egész területére veszélyhelyzetet hirdet ki”.¹⁸ A kormány a különleges jogrend által rendeleti kormányzásra adott felhatalmazást saját magának (hiszen kétharmados többségükkel el tudták fogadni az erről szóló indítványt).

¹⁸ 40/2020. (III. 11.) Korm. rendelet.

Szente (2020) szerint bár bevezetését az indokolja, hogy a szinte korlátlan felhatalmazásukat a közveszély elhárítására használják, a kivételes hatalom súlyos kockázatot jelent a jogállamiságra, azaz a személyes szabadságra és demokráciára. Különleges jogrenddel a kormány akkora hatalmat kap, amely normál körülmények között teljesen elfogadhatatlan lenne, pont ezért ennek a korlátozó tényezője az lehet, ha egyértelmű célhoz kötött, ideiglenes és a jog gyakorlása szigorúan ellenőrzött (Szente, 2020). A jogállamiság nyirbálása¹⁹ tehát fontos tényező a koronavírussal kapcsolatos döntéshozatal mellett a kommunikáció milyenségében is.

Már az első betegek megjelenésekor „háborús helyzetnek” nevezte a koronavírus miatt kialakult helyzetet a magyar miniszterelnök (Orbán, 2020.03.27.). Ezen metafora járványhelyzetre való alkalmazásával a megszólaló – esetünkben a kormányfő – sok emberben a háború képeit (frontvonalak, összedőlt épületek, sebesült katonák képét) idézheti elő, amivel átvitt értelemben azt az érzetet kelti, hogy hasonló a vírus fenyegetése, mint egy csatatéren velünk szemben álló ellenség képe (Szabó & Béni, 2021). A koronavírusra „ellenségként”, a kórházakra „frontvonalként, míg az intézkedésekre „csataként” utalt megszólalásaiban (Szabó, 2020b). Ezen nyelvészeti elemek használata egyébként segíthet jobban megérteni az állítások mögött lévő gondolatokat, hiszen sokkal több konnotatív információt oszthat meg a küldő fél. Szándékos félelemkeltésre is alkalmazható, amit kihasználva a jól megtervezett és átgondolt kommunikációval könnyen lavírozhat a politikus. Wodak (2021) szerint nemcsak Orbán Viktor használta ezt a keretezést, hanem Emmanuel Macron francia elnök is „háborúként” utalt a koronavírus-járványra a nyilvános beszédei, interjúi és sajtótájékoztatói során.

Orbán Viktor 2010 óta nem ad interjút a kormánytól független sajtónak, miniszterelnöki vitában pedig már 2006 óta nem vesz részt.²⁰ Az interjúk²¹ és sajtótájékoztatók esetén keresi azokat a helyzeteket, ahol egyetértő „kérdéseket” kap (Sükösd, 2022).

¹⁹ Vö. Szente (2020).

²⁰ Cseke Balázs: A miniszterelnök csak a kormányközeli sajtónak nyilatkozik, Telex, 2022.01.21., <https://telex.hu/belfold/2022/01/21/a-miniszterelnok-csak-kormanykozeli-sajtonak-nyilatkozik> (Utolsó elérés: 2024.02.12.)

Németh Márton Sándor: Miért nem vállal miniszterelnök-jelölti vitát Orbán Viktor?, Index, 2021.05.31., <https://index.hu/belfold/2021/05/31/miert-nem-vallal-miniszterelnok-jelolti-vitat-orban-viktor/> (Utolsó elérés: 2024.02.12.)

²¹ F. D. Roosevelt amerikai elnök „fireside chat” rádióinterjú sorozatában (vö. Sterling, 2002) és Orbán Viktor magyar miniszterelnök Kossuth Rádióban adott rendszeres péntek reggeli interjúiban (vö. Sükösd, 2022) közös a barátságos hangnem és a spontaneitás hiánya (utóbbi az interjú műfajjal ellentétben).

A koronavírussal kapcsolatos magyar kormányzati kommunikációnak tehát nagy tétje volt: a jogállamiság meglétének kérdése, hangulatkeltés és ellenségképek kreálása a kormány részéről, a vírus „háborús” metaforákkal való azonosítása, egyoldalú kormányzati kommunikáció, illetve a miniszterelnöknek mint egyénnek előtérbe kerülése. Dolgozatom utóbbira koncentrálni íródott, ugyanakkor valamennyi fent bemutatott tényező hatással van kutatásom eredményeire, emellett arra is felhívhatják a figyelmet, hogy mekkora tétje van kommunikációnk módjának.

Az eddigiekben – és részben a bevezetésben – bemutatott kommunikációs elemek használata mind részei az Orbán-kormány működési alapelveinek. Körösi és munkatársai (2020) szerint a politikatudomány Magyarországot közel 20 évig úgy tartotta számon, mint a posztkommunista demokratizálódás pozitív példája, 2010-ben azonban volt egy rendkívül gyors, nagy kiterjedésű törés (ettől kezdve napjainkig a Fidesz-KDNP koalíció vezeti a magyar kormányt kétharmados többséggel). A nemzetközi szakirodalom hazánkat ma már a populista (hétköznapi kommunikáció, amelynek retorikája azt sugallja, hogy csak ők képviselhetik a nemzet érdekeit), illiberális (törésvonalhoz kapcsolódik: szembeállítja az általa helyesnek tartott értékeket, elveket a liberális, modern elemekkel), túlzottan centralizált, már-már autoriter kormányzás és uralom fellegváráként tartja nyilván (Juhász et al., 2015).

3. Kutatás

Elemzésem kutatási szakasza olvasható ebben a fejezetben. Először a vizsgálat korpuszát mutatom be (3.1. fejezet). Ezt követi a módszertan összefoglalása, ahol részletes bemutatásra kerül a kutatás folyamata, és az is, hogy milyen eljárással végeztem a vizsgálatot (3.2. fejezet). A harmadik alfejezetben az eredmények összegzése, kiértékelése és a diszkusszió olvasható, amelyben többek között ismertetem a kutatási kérdésekre adott válaszokat és a hipotézisek igazolódását (3.3. fejezet).

3.1. A vizsgálat korpusza

A vizsgálat korpuszát Orbán Viktor magyar politikus (jelenleg miniszterelnök) Kossuth Rádiós interjúi²² adták a koronavírus ideje alatti három időszakból: egyrészt a vírus kirobbanásától (2020. március 4.) a veszélyhelyzet megszűnéséig (2020. június 18.), másrészt a határok újbóli lezárásától (2020. szeptember 1.) az első vakcinaszállítmány megérkezéséig (2020. december

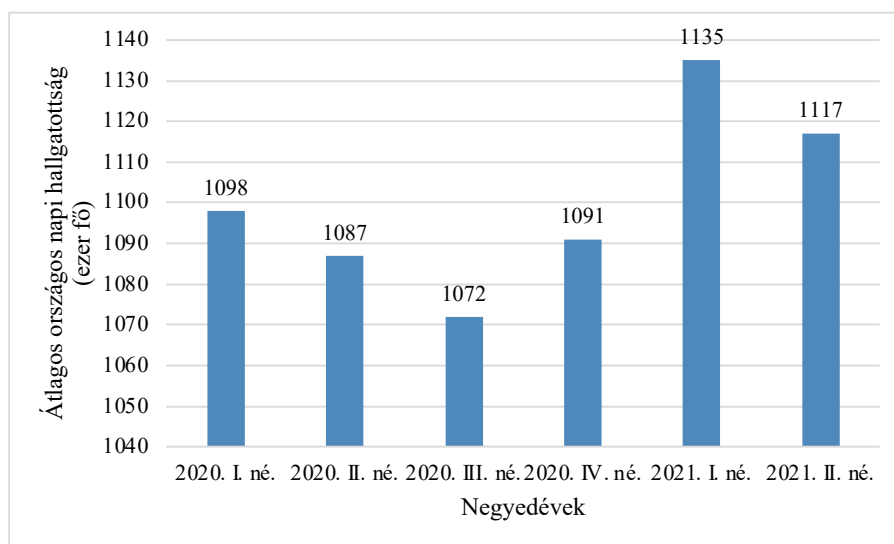
²² Orbán Viktor 2010 óta péntek reggelente rendszeres rádióinterjút ad a Kossuth Rádiónak. Sükösd (2022, p. 68) szerint ezek a beszélgetések nem valódi kérdéseken alapulnak. A rádiós műsorvezető helyett inkább az aktuális politikai napirendnek és a párt értelmezési keretének megfelelően állításokat tesz, a miniszterelnöknek „ingyenes műsoridőt biztosítanak” (Sükösd, 2022, p. 68). Jelen tanulmány keretein kívül esik a műsor kontextusának ennél részletesebb bemutatása.

26.) terjedő időszakból, illetve az eredeti vírusnál jóval fertőzőbb brit variáns gyors terjedésétől (2021. február 18.) a koronavírus elleni védekezés miatt alakult operatív törzs utolsó sajtótájékoztatójáig (2021. június 11.). Az elemzett időszakok egybeesnek a vírus úgynevezett „hullámaival”. Összesen 39 rádióinterjút tanulmányoztam (N=39), időszakonként rendre 13, 10, illetve 16 leíratot – ez terjedelemben 117 947 szót jelentett.

A vizsgálat alapjául szolgáló interjúátíratok forrása a miniszterelnök honlapjának archívuma²³ volt, ezek tételes listája a dolgozat forrásaiban olvasható.

A korpusz kiválasztását indokolja, hogy a kormányzati kríziskommunikáció elsődleges információforrása Orbán Viktor volt, egyik kiemelt kommunikációs platformja pedig a közrádiós interjúk voltak (Bene et al., 2020). A Reuters Digital News Report szerint 2020-ban a magyarok 15 százaléka, míg 2021-ben 13 százaléka hallgatta a közmédia rádiócsatornáit. Ez a Központi Statisztikai Hivatal (2022b) népességadatai alapján naponta körülbelül 1-1,2 millió hallgatót jelent.

Továbbá a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (2020a, 2020b, 2020c, 2020d, 2021a, 2022b) mérései is alátámasztják, hogy a Kossuth Rádió a legnépszerűbb rádiócsatornák egyike az országos napi hallgatottságot tekintve, a kutatás időszakában a második és negyedik helyek között mozgott a hazai rangsorban. A napi átlagos hallgatói számot a 2. ábra mutatja be 2020 első negyedéve és 2021 harmadik negyedéve között.



2. ábra: A Kossuth Rádió országos napi hallgatottsága 2020 első negyedéve és 2021 második negyedéve között (ezer fő).

Forrás: NMHH, 2020a, 2020b, 2020c, 2020d, 2021a, 2022b.

²³ <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/category/interjuk> Az interjúleíratok tételes listája, azok elérhetősége a forrásoknál olvasható.

Az elemzés időszakában folyamatosan napi egymillió felett volt a Kossuth Rádió átlagos napi hallgatottsága, 2021 első felében ráadásul 1,1 millió feletti számokat is produkált a médium. Ezek az interjúk ráadásul a média és a politika diszkussziójának alapját jelentették (Bene et al., 2020). A „Kossuth Rádió” és „Orbán Viktor” kifejezések közösen a kutatás időszakában 1 340-szer jelentek meg a magyarországi hírportálokon a Google keresőmotorjának programozható verziója alapján²⁴, emellett a hazai médiumok többsége is rendszeresen beszámol(t) az interjúkról, valamint a miniszterelnöki közösségi oldalakon is megosztották a videós változatokat – így összességében akár több millió emberhez is eljuthattak ezek a tartalmak.

3.2. Módszertan

Kutatásom a perszonalizáció mértékét nyelvészeti szempontból vizsgálja az igei személyragok, birtokos személyjelek és a személyes névmások alany-, tárgy-, részes-, és birtokos eseteinek használatán keresztül. Az egyes szám első személy az egyén kiemeltebb szerepére és a perszonalizációra utal, míg a többes szám első személy a csoportidentitást mutatja (Urban, 1986). A T/1 kategória több alcsoportot is magában foglal, utalhat például a családra ($mi_{Család}$), pártra ($mi_{Párt}$), nemzetre (mi_{Nemzet}) vagy akár az egész emberiségre ($mi_{Emberiség}$) is (Beard, 2000; Horváth, 2023; Proctor & I-Wen Su, 2011; Szabó, 2020a, 2021, 2022a, 2022b; Urban, 1986). Ezeket az alkategóriákat jelen tanulmányban két szupranacionális elemmel: a nemzetek közösségével ($mi_{Nemzetközösség}$) és az Európai Unióval (mi_{EU}) bővítem, mivel annak ellenére, hogy Orbán Viktor és pártja (Fidesz) a 2010-es kampány óta „nemzetinek” nevezi magát²⁵, a politikai berendezkedés (illetve az európai uniós vagy a visegrádi négyek tagságunk) miatt szükségszerűen nyilatkozik a miniszterelnök Magyarország és más nemzetek nevében közösen. Például egy olyan megszólalást, amikor egy uniós tárgyalásról nyilatkozik, nem sorolhatunk sem a mi_{Nemzet} , sem a $mi_{Emberiség}$ csoportokba, hiszen előbbi túl szűk, utóbbi túl tág ebben a kontextusban. Hasonló a helyzet egy másik ország vezetőjével való találkozási beszámolóban, ahol azonban a mi_{EU} is túl tágan értelmezhető, emiatt szükséges a $mi_{Nemzetközösség}$ csoport. Orbán Viktor ráadásul nem túl gyakran szólal meg az emberiség T/1 csoport nevében (Horváth, 2023), ezért is indokolt a nemzet és az emberiség közötti alkategóriák létrehozása.

A $mi_{Család}$ kétféleképpen értelmezhető: egyrészt vonatkozhat az „én + egy másik személy” (például a politikus és házastársa), illetve az „én + egy csoport” (például a politikus, házastársa

²⁴ <https://programmablesearchengine.google.com/>

²⁵ Az Országgyűlés 1/2010. (VI. 16.) OGY politikai nyilatkozata a Nemzeti Együttműködésről https://2010-2014.kormany.hu/download/d/56/00000/politikai_nyilatkozat.pdf#!DocumentBrowse (Utolsó elérés: 2024.01.04.)

és gyermeke(i)) csoportra (Beard, 2000). A $mi_{párt}$ alkategória is értelmezhető a fenti két keretben, itt azonban a párttagok a csoport részei. A családra és pártra utalás exkluzív jelölések, amelyek csak a szereplőket foglalják magukban, ezzel szemben az inkluzív T/1 értelmezésnek a beszélő és személyjelöltek mellett részei a jelenlévő címzettek vagy a célközönség (például nemzet, emberiség) is (Beard, 2000). A mi_{Nemzet} az ország állampolgáira vonatkozik, míg a $mi_{Nemzetközösség}$ alatt Magyarország és a kontextus alapján további országok értendők, a mi_{EU} pedig az Európai Unió nevében történő nyilatkozatokat tartalmazza. Utóbbi kettő szupranacionális, tehát nemzet feletti T/1 csoport. Végül a legtágabban értelmezhető kategória a $mi_{Emberiség}$, amely nemzethatárokon átívelően a világon minden embert magában foglal (Beard, 2000).

A tanulmány korpusznyelvészeti eszközzel vizsgálja a politikai perszonalizációt a magyar politikai kommunikációban. A személyes névmások különböző távolságra helyezkednek el a megnyilatkozótól, ráadásul egyfajta sorrendiség is van közöttük Rees (1983) modellje szerint – jelen dolgozatban a beszélőhöz való közelséget ez alapján értelmezem (Rees, 1983 idézi Jobst, 2007).

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
<i>I</i>	<i>we</i>	<i>you</i>	<i>one</i>	<i>it</i>	<i>she</i>	<i>he</i>	<i>they</i>
én	mi	te/ti	általános alany	ő	ő	ő	ők
		direkt		semle- gesnem	nőnem	hímnem	

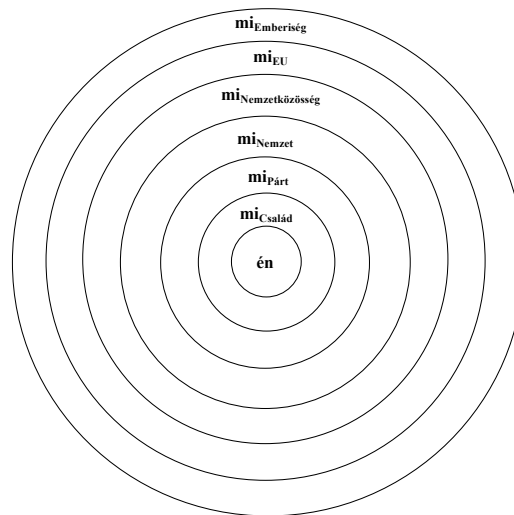
3. ábra: A beszélőtől („én”) való távolság.
Forrás: Rees, 1983 idézi Jobst, 2007, p. 32.

A 3. ábrán látható sorrend azonban csak akkor igaz, ha a beszélő saját magához (E/1 referenciaponthoz) viszonyítva választja ki a szám- és személyjelölést (Wilson, 1990). A modellt korábban már Jobst (2007), Szabó (2021, 2022a, 2022b), Horváth (2023) is alkalmazta.

A magyar nyelvben az 5., 6. és 7. sorszámmal jelölt alanyokat össze lehet vonni, mert nincsenek megkülönböztetve a nyelvtani nemek, a rangsor így jelen esetben a következő lesz: én, mi, te/ti, általános alany, ő, ők.

3.2.1. Első személyű jelölések a politikai kommunikációban

Szabó (2021) egy radiális modellen ábrázolta a többes szám első személyű denotátumok beszélőtől való relatív távolságát, ezt továbbgondolva készítettem el a 4. ábrát, mely a dolgozat módszertani alapjául szolgál.



4. ábra: A többes szám első személyű denotátumok relatív távolsága a megnyilatkozótól.

Forrás: Saját készítés, alapja Szabó (2021, p. 65).

Ennek a modellnek a feltételezése, hogy egocentrikus módon látjuk a világot, ami azt is jelenti, hogy az egyes szám első személy (én) a centrumban helyezkedik el, a többes szám első személy (mi) attól távolabb (Szabó, 2021).

A T/1 személyjelölések között a $mi_{Család}$ van a legközelebb a beszélőhöz, hiszen ebbe a csoportba tartoznak azok az egyének, akikkel a legszorosabb magánéleti kapcsolata van a politikusnak. Ezt követi a $mi_{Párt}$, ez a csoport legalább pártidentifikációjukban hasonló személyek közösségét jelenti. A következő a sorban a mi_{Nemzet} , amelybe a miniszterelnökkel azonos nemzethez tartozó emberek sorolhatók, tehát a magyarok. Ezután következnek a szupranacionális kategóriák: a $mi_{Nemzetközösség}$ és a mi_{EU} , zárásként pedig a legtágabban értelmezhető $mi_{Emberiség}$. Az alábbiakban az összes többes szám első személyű kategóriára említek egy-egy példát a kutatási adatbázisból:

- (3) $mi_{Család}$: „Ezért most azt mondom mindenkinek, hogyha valami bizonytalanság van, valamit nem ért, nem tud, akkor úgy, mint ahogy *mi* csináltuk *gyerekkorunkban*, bátran forduljon a háziorvosához.” (Orbán, 2021.04.16.)
- (4) $mi_{Párt}$: „Az ő emberei vannak Brüsszelben, azokon a posztokon, ahonnan most a *bennünket* érő kritikák érnek, de mondtam, hogy ne *engedjük* magunkat provokálni, kicsit *engedjük* lejjebb az adrenalint, és *törődjünk* azzal, ami a dolgunk: hogyan *segítsünk* a magyaroknak, és hogyan *mentsük* a magyar életeteket.” (Orbán, 2020.04.03.)
- (5) mi_{Nemzet} : „Tehát *bennünket* ugyanúgy nem lehet sértegetni, mint ahogy nem lehet a németeket vagy a franciákat.” (Orbán, 2020.10.04.)
- (6) $mi_{Nemzetközösség}$: „De egy okos nyugat-európai politikus pontosan tudja, hogy Nyugat-Európa biztonsága még így is nagymértékben múlik azon, hogy hogyan állunk helyt *mi*, szlovákok, lengyelek meg magyarok az unió külső határainak védelmében.” (Orbán, 2021.02.19.)
- (7) mi_{EU} : „Tehát nagy lecke ez, lesz min gondolkodni, és lesz miről *beszélünk* majd a hamarosan esedékes európai uniós csúcson.” (Orbán, 2020.12.04.)

- (8) $mi_{\text{Emberiség}}$: „*Nekünk már elégünk van a vírusból, de a vírusnak nincs elege belőlünk, akar bennünket, támad, fertőz, gyorsabban is, mint korábban.*” (Orbán, 2020.10.04.)

3.2.2. A kutatás lépései

A keresztszetszeti kutatást kvalitatív és kvantitatív módszerrel végeztem, a korpusz elemzését a következő lépésekben valósítottam meg:

1. Összegyűjtöttem a kijelölt időszakból a rádióinterjúkat, ezek leiratát a miniszterelnöki weboldaltól²⁶ töltöttem le és önálló Word fájlokban rögzítettem.
2. A teljes korpuszt elolvastam (vö. Proctor & I-Wen Su, 2011).
3. A megszólalások közül minden olyat töröltem, amely nem Orbán Viktortól származott – ez jelen vizsgálat esetében – az interjúk formátumból adódóan – a kérdéseket jelentette.
4. A leiratokban az AntConc (Anthony, 2023) korpusznyelvészeti elemző szoftver segítségével rákerestem az E/1-re, illetve T/1-re utaló igei személyragokra, birtokos személyjelekre és személyes névmásokra – ezeket a kifejezéseket, jeleket foglalja össze a 2. számú táblázat.

	Szám, személy	A személyjelölők és azok ragozott alakjaik
Személyes névmások	Egyes szám első személy (E/1)	én, engem, rajtam, bennem, nálam, rám, belém, hozzám, rólam, belőlem, tőlem, nekem, velem, értem, „én” előtaggal az összes fenti kifejezés (pl. énnekem)
	Többes szám első személy (T/1)	mi, minket, rajtunk, bennünk(et), nálunk, ránk, belénk, hozzánk, rólunk, belőlünk, tőlünk, nekünk, velünk, értünk, „mi” előtaggal az összes fenti kifejezés (pl. minálunk)
Igei személyragok	Egyes szám első személy (E/1)	alanyi (határozatlan) ragozás: -k, -ok, -ak, -ek, -ök tárgyas (határozott) ragozás: -m, -om, -am -em, -öm
	Többes szám első személy (T/1)	alanyi (határozatlan) ragozás: -nk, -unk, -ünk tárgyas (határozott) ragozás: -uk, -juk, -jük, -zük
Birtokos személyjelek	Egyes szám első személy (E/1)	-m, -om, -am, -em, -öm
	Többes szám első személy (T/1)	-nk, -unk, -ünk

2. táblázat: Személyes névmások, igei személyragok és birtokos személyjelek E/1 és T/1 alakjai.
Forrás: Saját készítés.

²⁶ <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/category/interjuk>

A személyes névmások jelölése önálló kifejezésekkel (szavakkal) történik, így ezek keresése a szövegben viszonylag könnyen kivitelezhető. Az igei személyragok és birtokos személyjelek esetén azonban bonyolultabb a helyzet: előbbinél a személyragok révén lehorgonyozzuk az igei által előhívott folyamatot, azaz „elhelyezzük a beszédeseményhez képest” (Imrényi & Kugler, 2017, p. 682), míg utóbbi esetén a főnévhez (például birtokhoz) kapcsolóik a birtokos személyjel, mindkét esetben a határozottság vagy határozatlanság, illetve a szám- és személy figyelembevételével (Tolcsvai Nagy, 2017, p. 360).

5. Az egyes szám első személyű jelöléseknél egyszerűen összegeztem a számokat, a többes szám első személyhez kapcsolódókat besoroltam a $mi_{Család}$, $mi_{Párt}$, mi_{Nemzet} , $mi_{Nemzetközösség}$, mi_{EU} és a $mi_{Emberiség}$ kategóriák valamelyikébe, majd az adatokat egy Excel fájlban rögzítettem.

Amennyiben volt anaforikus utalás a mondaton belül, az alapján került kiválasztásra a T/1 kategória (Bazzanella, 2002; Jobst, 2007). Azoknál az eseteknél, ahol nem volt egyértelmű a csoport kiválasztása – tehát nem volt anaforikus utalás a vizsgált mondatban vagy annak közvetlen környezetében –, a tágabb szöveggörnyezetre támaszkodtam (Bazzanella, 2002) az alábbi példának megfelelően:

- (9) „De én hiszek abban a megközelítésben – ami egy nemzeti politikai megközelítés –, hogy az a jó döntés, amibe minél több embert be tudunk vonni. [...] Segítenek *bennünket*, és nekik is jó, ha jobb döntések születnek.” (Orbán, 2021.02.19.)

Abból a mondatból, amelyben eredetileg a személyes névmás szerepel, nem egyértelműen derül ki, hogy kire vonatkozik a T/1 utalás, azonban az előző szövegrészből egyértelműen látszik, hogy a pártra utal a „bennünket”.

A birtokos szerkezet alaptagján egyeztető toldalékként a birtokos számára és személyére utaló személyjel mellett előfordulhat birtoktöbbsesítő jel is, amely utal a birtok számára is (Ladányi, 2017, p. 590). Például az „autóink” birtokos szerkezetben az „autó” a főnévi tő, az „i” a birtoktöbbsesítő jel, az „nk” pedig a birtokos személyjel. Ezeket a birtokos személyjelek keresésével megtaláltam, ugyanakkor nem minden esetben marad rejtett az alany, így szerepelhet fenti példa a következőképp: „mi autóink” – ez esetben és minden egyéb anaforikus utalásnál az összes jelölést rögzítettem a kutatási adatbázisban, hiszen azok külön-külön is jelentést hordozhatnak, sőt az ismétlésnek akár nyomatékosító szerepe is lehet.

6. A találatok számát végül 1 000 szóra normalizáltam a korpusznyelvészeti konvencióknak megfelelően (Gries, 2010).

3.2.3. A vizsgálatból kizárt elemek

Bizonyos találatokat ki kellett zárni az elemzésből, a következőkben ezek kerülnek bemutatásra.

A 2. számú táblázatban szereplő személyes névmások közül három: az „értem”, „értünk” és a „mi” nemcsak személyes névmásként jelenhet meg egy szövegben, hanem például igeként vagy főnevet helyettesítő névmásként is (Horváth, 2023). A 9-11. számú példák egy-egy példamondatot mutatnak a kutatási adatbázisból. Ezeket a kontextus vizsgálatával szűrtem ki a korpuszból, így nem torzultak az eredmények.

- (10) „Tehát én úgy vagyok vele, hogy én *értem* a széplelkű nyilatkozatokat, amiket a nyugat-európai vezetők időnként jó tanácsként, kicsit lekezelő módon, kioktatóan akarnak nekünk adni, de nemcsak, hogy nem válaszolok rá, a fülem mellett is elengedem.” (Orbán, 2020.03.13.)
- (11) „Tehát miközben persze az élet újraindításában szerintem szép eredményt *értünk* el, aközben nem szabad átesnünk a ló másik oldalára és úgy tenni, minthogyha a járvány megszűnt volna.” (Orbán, 2020.05.08.)
- (12) „Na, most *mi* az elegendő?” (Orbán, 2020.04.17.)

Az „értem” és „értünk” a fenti esetekben például igeként szerepelnek a mondatban, míg a „mi” főnevet helyettesítő névmásként.

Mivel jelen dolgozat interjúk műfajú leiratokat elemez, a nyilatkozó személy (jelen esetben a miniszterelnök) használhatja a többes szám első személyt a nyilatkozó és kérdező csoportjaként is (ld. 11. példa), ezeket a találatokat nem rögzítettem a kutatás adatbázisába, hiszen nem lehetett őket besorolni egyetlen kategóriába sem.

- (13) „Szóval pont az történt, ami *velünk* történt volna, hogyha ez az én esetemben, mondjuk, harminc vagy az Ön esetében, mondjuk, tíz évvel ezelőtt történik.” (Orbán, 2020.09.04.)

A frazémákat szintén kizártam a vizsgálatból, amelyek esetén az E/1-re vagy T/1-re utalás az állandósult szókapcsolatban szerepelt, lásd az alábbi példában:

- (14) „De hát *Istenem*, most ilyen Brüsszelünk van, ezzel főzünk.” (Orbán, 2021.03.19.)

A korpuszban nem szerepeltek szó szerinti idézetek, ezért a korpusz megtisztításakor ezzel nem volt feladat. Néhányszor azonban volt nem szó szerinti idézet, ezeket sem vettem figyelembe az adatbázis elkészítésekor, hiszen a nyilatkozó személy (a miniszterelnök) valójában nem része a szám,- és személyjelölésnek.

- (15) „[...] és persze *mi*, pénzügyi befektetők szívesen *adunk* erre pénzt az európai országoknak: vigyék, itt a tőke, itt a kamat” (Orbán, 2020.05.01.)

A fenti idézetben a pénzügyi befektetők nevében „nyilatkozott” a miniszterelnök, amely egyik csoportnak sem a része, ráadásul a megszólaló is kívül marad, tehát egyfajta hamis T/1 jelölés.

Ez az alfejezet a kutatás módszertanát mutatta be, kezdve a nyelvészeti vizsgálat alapjaival, majd a beszélőtől való relatív távolság és a radiális modell bemutatásával. Ezt követően a kutatás folyamata és vizsgálatból kizárt elemek kerültek bemutatásra. A folytatásban a kutatás eredményeit ismertetem.

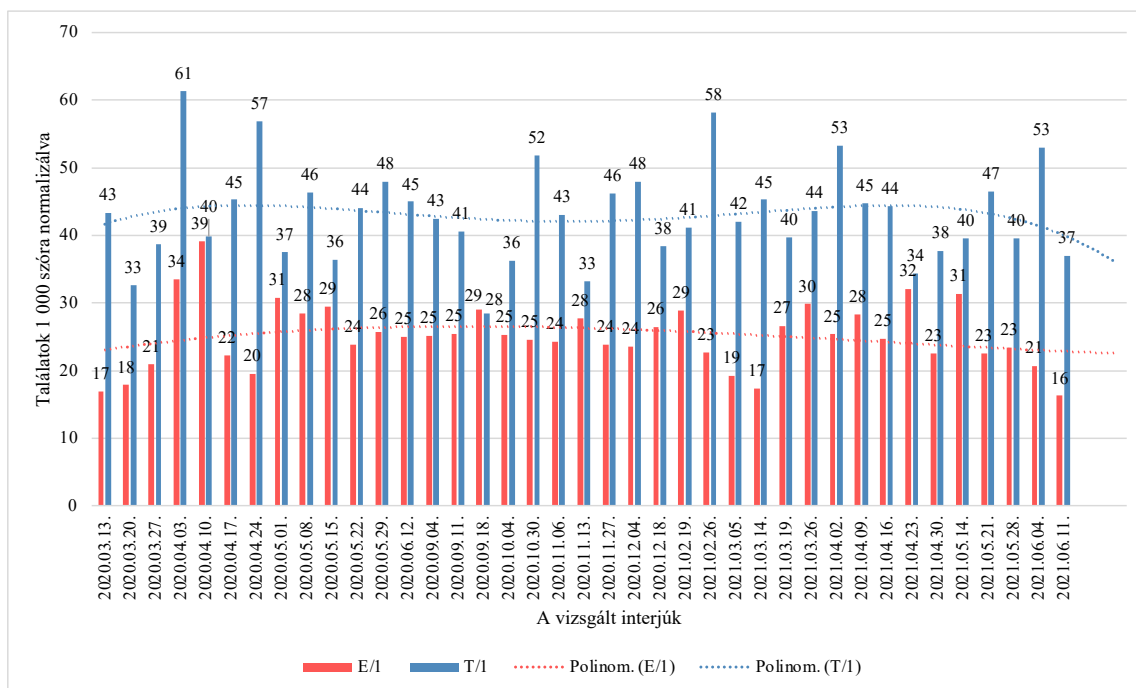
3.3. Eredmények és diszkusszió

A korpusznyelvészeti konvencióknak megfelelően az adatokat ezer szóra normalizálva adom meg (Gries, 2010).²⁷ Az eredményeket az adatbázis szisztematikus értékelésével, és az azokból levonható következtetéseken keresztül mutatom be, valamint az 1.4. részben már ismertetett hipotézisek ellenőrzése szintén itt kerül bemutatásra. Az elemzés elsősorban korpuszalapú adatokat közöl, ugyanakkor egyes részeknél statisztikai analízis is történik középértékeken és viszonyszámokon keresztül.

Az adatok ismertetése előtt fontos megjegyezni két további tényezőt: a dolgozatnak nem célja kimutatni az E/1 használata vagy épp nem használata, illetve a különböző T/1 kategóriák nevében történő kommunikáció mögött álló lehetséges politikai háttér. Ezen kívül a kutatás eredményei nem általánosíthatóak a magyar politikai kommunikáció bármely időszakára, hiszen a tanulmány kizárólag a koronavírus alatt adott miniszterelnöki rádióinterjúkat vizsgálta.

Az 5. ábra az interjúkban található egyes szám első személyű és többes szám első személyű igei személyragok, birtokos személyjelek és személyes névmások gyakoriságát mutatja be.

²⁷ Azon diagramoknál, amelyeknél nem az ezer szóra normalizált értékek (például százalékok) szerepelnek, a mértékegységet külön jelzem.



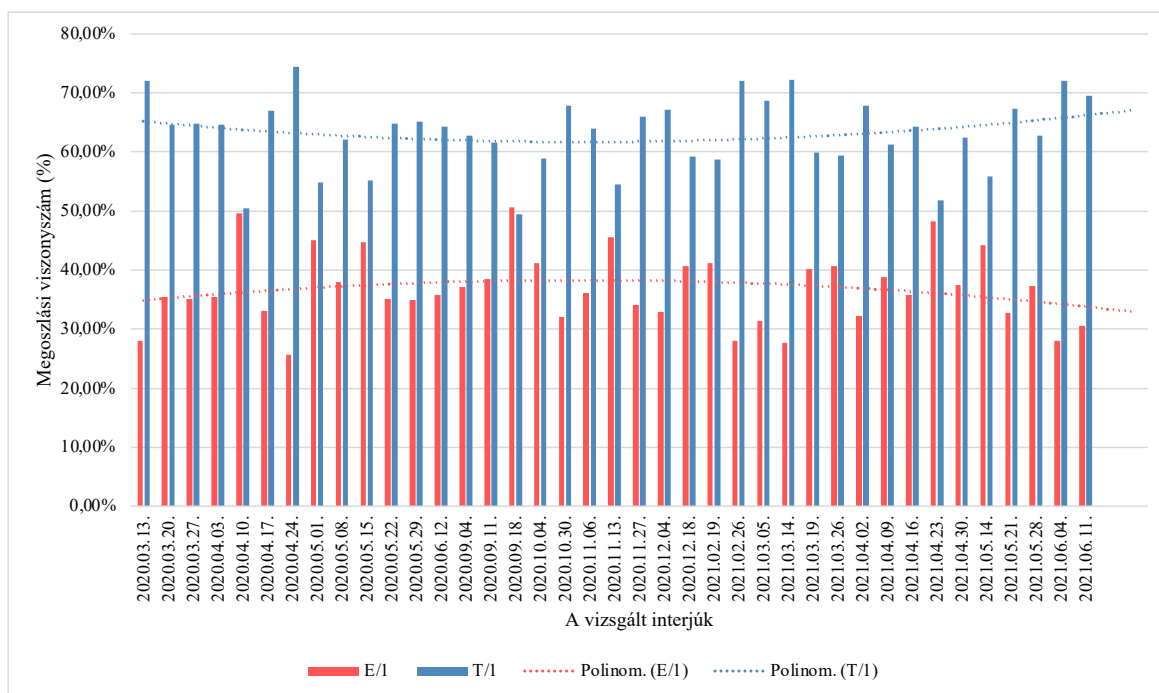
5. ábra: Az E/I és T/I szám-, és személyjelölések eloszlása a vizsgált interjúkban.
Forrás: Saját készítés.

Az 5. ábráról leolvasható, hogy az E/I elemszám az „első hullám” idején növekedésnek indult, amely ki is tartott az időszak végéig, aztán a „második hullám” közepétől ismét visszaesés látszik az adatokban, amely tendencia folytatódott a „harmadik hullám” alatt is. Az egyes szám első személyű jelöléseknél egy növekvő-leszálló görbe rajzolódik ki a koronavírus kezdetétől a harmadik hullám végéig.

Eközben a T/I utalásokban egy sokkal kevésbé kiegyensúlyozott trendvonal rajzolódik ki, a miniszterelnöki kommunikációban nagyjából azonos arányban volt használatos a vizsgálat során. Ugyanakkor egyfajta hullámváz látható az adatokban, amelyek erősen köthetők a különböző vizsgálati időszakokhoz, az első hullám alatt folyamatosan, míg a harmadik hullám elején egy felfutás látható a trendvonalon, aztán a második hullám alatt és a harmadik hullám végén visszaesést mutatnak a számok.

A 6. ábra szintén az E/I és T/I jelölések gyakoriságát mutatja be, annyi különbséggel, hogy az alábbi diagramon az egymás közötti százalékos megoszlásban²⁸ kerülnek bemutatásra az adatok.

²⁸ Az adatok megoszlási viszonysszámmal (V_m) kerültek kiszámításra a következőképp: részsokaság osztva a teljes sokaság összegével (százalékosan értelmezhetőek).



6. ábra: Az E/1 és T/1 szám-, és személyjelölések egymás közötti százalékos megoszlása a vizsgált interjúkban.

Forrás: Saját készítés.

Szinte az összes interjúban a T/1 személyjelölések voltak többségben, egy esetben (2020. szeptember 18.) azonban az E/1 utalások, míg öt vizsgált leiratnál az E/1 jelölők megközelítették a T/1 utalások arányát (közel 50-50 százalékos arányban).

A 6. diagram trendvonalai hasonlóak a korpuszalapú adattáblához, ugyanakkor a T/1-nél az E/1-gyel ellentétes leszálló-növekvő görbe mutatható ki az idő előrehaladtával. Összességében azonban az első személyű jelölések között a többes számúak voltak többségben (63,2 százalék), az egyes számúak mindössze 36,8 százalékot tettek ki az E/1 és T/1 jelölések ezer szóra normalizált szummájából.

Érdekes ez az eredmény annak tudatában, hogy Orbán Viktor kommunikációjában a rendszerváltoztatástól napjainkig (bár kizárólag a személyes névmásokat vizsgálva) az látszik, hogy inkább az egyes szám első személyű utalás a gyakori (Horváth, 2023). Mitől kerülhetett most többségbe a T/1 az E/1 kárára? Egyrészt okozhatja az az exogén tényező, hogy jelen kutatás a koronavírus alatti nyilatkozatokat elemzett. Egy világjárvány alatt pedig feltételezhető, hogy nem az „én” lesz többségben a politikai kommunikációban. Ezen kívül a

2010 óta regnáló kormánypart az akkori kampány óta „nemzetinek” nevezi magát²⁹, amelyhez szükségszerűen kapcsolódik a többes szám első személyű jelölések használata.

Azzal is magyarázhatjuk a többes szám első személy túlnyomó többségét, hogy a T/1 esetén – az E/1-gyel ellentétben – nemcsak a beszélőt terheli a felelősség a megnyilatkozásért, hanem mindazokat, akik az adott T/1 személyjelölésbe beletartoznak (Wilson, 1990). Ez még inkább felerősödhetett egy olyan időszakban, amikor az egész országot szabadságában korlátozó szabályokat kell közölni: például, ha E/1-ben konstruálva azt mondja a miniszterelnök, hogy „kijárási korlátozást *vezetek* be”, ezzel magára vállalja a felelősséget, míg T/1-ben jelölve ugyanez úgy hangzik, hogy „kijárási korlátozást *vezetünk* be” – utóbbival a felelősséget elhárítja magáról, ez jelen esetben a pártra való kivetülést is jelenti.

3.3.1. Trendek a különböző vizsgálati időszakokban

A vizsgálat korpusza a koronavírus alatti három különböző időszakból származott, amelyek egybeesnek a járvány „hullámaival” (ld. 3.1. A vizsgálat korpusza), ebben az alfejezetben az ezen időszakok közötti átmenetek és trendek kerülnek bemutatásra.

Az E/1 átlagos gyakoriságáról³⁰ az időszakokat külön-külön vizsgálva elmondhatjuk, hogy ezen személyjelölés használata az első hullámról a másodikra kis mértékben (0,78 százalékkal) csökkent, míg a harmadikra az előzőhöz képest 3,92 százalékkal esett vissza. A teljes időszakot figyelve 4,67 százalékpontos csökkenés látható.

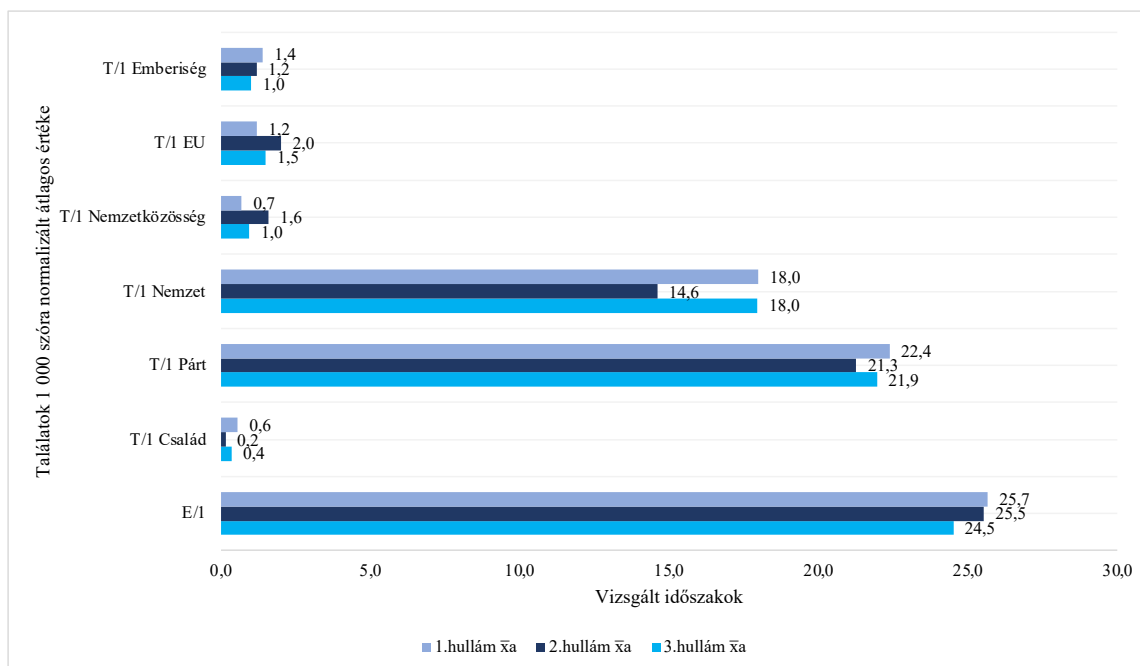
A T/1 gyakoriságánál ezzel szemben egy nagyobb mértékű, 7,70 százalékos visszaesés látszik az átlagos adatokban az első hullámról a másodikra. A harmadik vizsgálati időszakra azonban ismét egy emelkedést mutatnak az adatok: az előző időszakhoz viszonyítva 7,35 százalékpontos emelkedés, míg az első és harmadik hullám között csupán 0,90 százalékpontos visszaesés mutatható ki.³¹

A 7. ábra a többes szám első személyű jelölések 3.2. fejezetben már ismertetett kategóriáit elkülönítve összegzi, és mutatja be a vizsgált időszakonkénti átlagos értékeket.

²⁹ Az Országgyűlés 1/2010. (VI. 16.) OGY politikai nyilatkozata a Nemzeti Együttműködésről https://2010-2014.kormany.hu/download/d/56/00000/politikai_nyilatkozat.pdf#/DocumentBrowse (Utolsó elérés: 2024.01.04.)

³⁰ Az átlagos gyakoriság meghatározásához egyszerű számtani átlag ($\bar{x}_a$) került meghatározásra minden esetben: az értékek (ezer szóra normalizált előfordulási gyakoriság) összege osztva az elemszámmal.

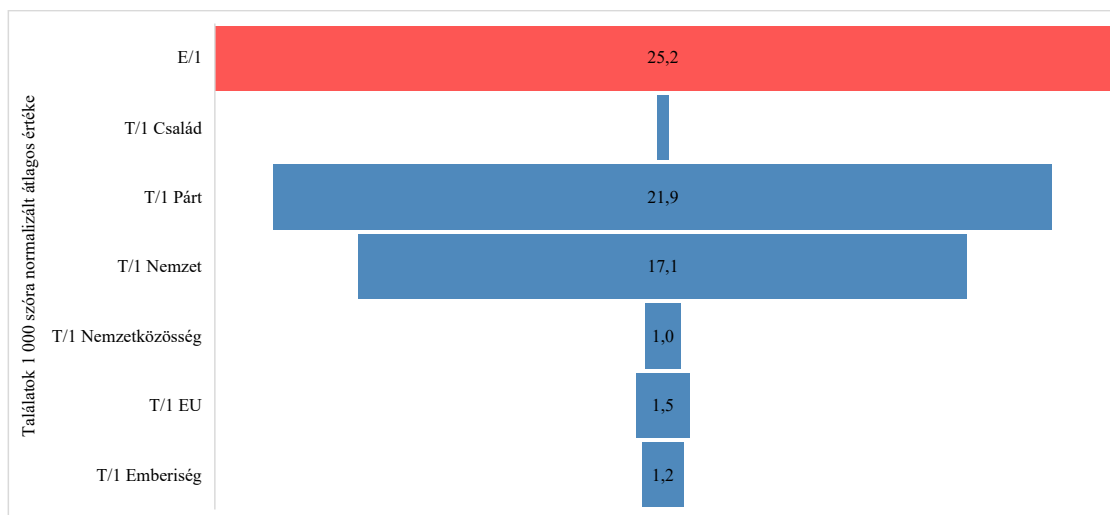
³¹ Az adatok dinamikus viszonyszámokkal (V_d) kerültek kiszámításra lánc-, és bázisviszonyszám formájában.



7. ábra: Az E/1 és a T/1 különböző kategóriának átlagos gyakorisága a vizsgált interjúkban a különböző „hullámok” idején.
Forrás: Saját készítés.

Az adatok alapján láthatjuk, hogy az emberiségre utalás folyamatosan csökkent, míg az Európai Unió vagy több nemzet nevében a második hullám idején nyilatkozott a legtöbbször a miniszterelnök, az első alatt kevesebbet, míg a harmadik időszakban az elsőnél többször, de a második hullámhoz képest kevesebbszer. A nemzetre, pártra, illetve a családra utalásoknál egy-egy u-alakú trendvonal rajzolható fel, ugyanis az első hullám után egy visszaesés látható, majd egy ismételt emelkedés, amely megegyezik vagy nem haladja meg az első időszak átlagos értékeit.

A 8. ábra szintén az egyes kategóriák átlagos értékét mutatja be, azonban a vizsgálat teljes időszakára vonatkozóan. A tölcserdiagram sorrendje a módszertan (ld. 3.2.1. Első személyű jelölések a politikai kommunikációban) alapjául szolgáló radiális modell sorrendiségét követve közli az egyes kategóriák átlagos gyakoriságát. Ennek kimutatásával szemléltethető, hogy az egyénhez viszonyított távolság alapján mely kategóriák voltak a leggyakoribbak a magyar miniszterelnöki kommunikációban a 2020-ban kezdődő világjárvány idején.



8. ábra: Az E/1 és a T/1 különböző kategóriának átlagos gyakorisága a vizsgált interjúkban.
Forrás: Saját készítés.

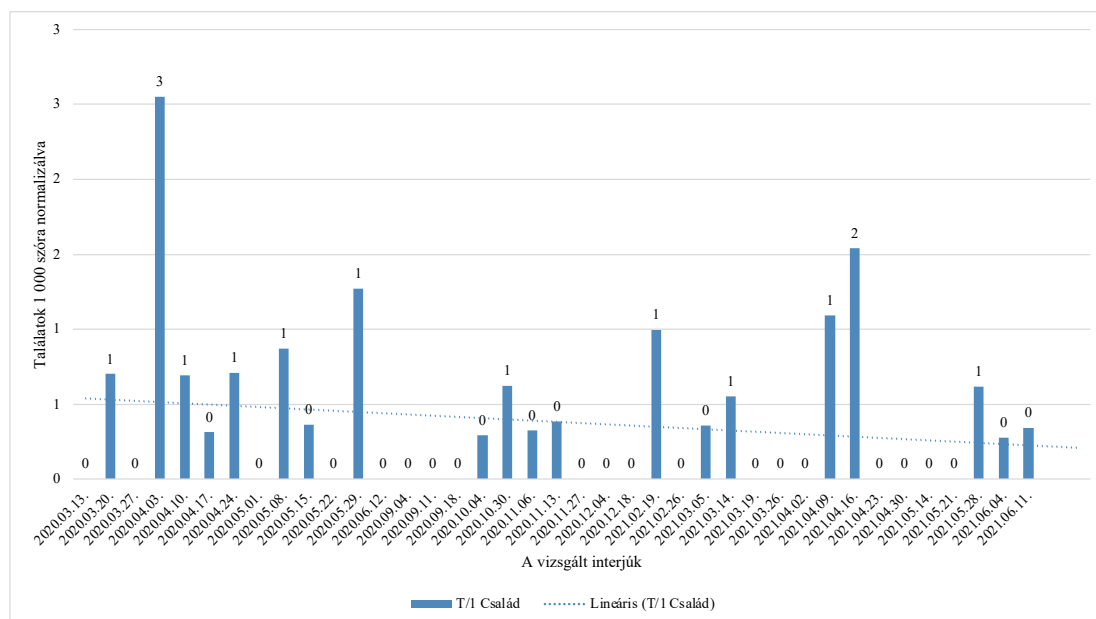
A számsorok alapján leggyakrabban az E/1 jelöléseket alkalmazta a miniszterelnök (37,1 százalék) – kizárólag abban az esetben, ha a T/1 különböző kategóriáit önálló egységként kezeljük –, ezt követi a sorban a pártra (32,2 százalék), majd a nemzetre történő utalás (25,1 százalék). Ez után az Európai Unió nevében nyilatkozott a leggyakrabban (2,2 százalék), majd az emberiség (1,8 százalék), aztán több nemzet nevében (1,5 százalék). Legritkábban családjára utalt a többes szám első személy alkalmazása során (0,1 százalék).³²

3.3.2. A T/1 kategóriák eredményei

Ahogy a 3.2-es alfejezetben bemutatásra került, a többes szám első személy több kategóriára vonatkozhat, jelen dolgozat hatot különböztet meg. Ebben a részben ezen csoportok eredményei kerülnek részletes bemutatásra az E/1-hez viszonyított távolsági sorrend alapján (a legközelebbitől egyre távolabb haladva).

A családra történő utalás gyakoriságát mutatja be a 9. ábra, amelynek trendvonaláról leolvasható, hogy időben előrehaladva csökkent a T/1_{Család} kategória előfordulása. Az is látszik, hogy az első hullám alatt még többször beszélt saját családjáról, míg ez a volumen és gyakoriság a második és harmadik hullámra alábbhagyott.

³² A zárójeles értékek megoszlási viszonyszámok (V_m), az adott kategóriára számolva.



9. ábra: A $T/I_{Család}$ szám-, és személyjelölések eloszlása a vizsgált interjúkban.
Forrás: Saját készítés.

A teljes korpusz ezer szóra normalizált verziójának kicsit több mint felében (51,28 százalékában) szerepelt legalább egyszer a család nevében történő nyilatkozat.

„A közös értékeken és a nemzeti ügyek képviseletén alapuló új kormány számára a társadalompolitika alapját a család jelenti” – írta 2010-es választási programjában a Fidesz (Nyitrai, 2010). Kommunikációjukban már a kezdetektől központi szerepet kapott a család, ennek fényében érdekes, hogy a miniszterelnöki kommunikációban elenyésző arányban jelent meg a saját család nevében való megszólalás³³ ($T/I_{Család}$ személyjelölés) a koronavírus alatt.

Ez az ellentmondás vélhetően azzal magyarázható, hogy a Covid19-járvány alatt inkább a pártjára és a nemzetre helyezte a hangsúlyt, mintsem a saját családjára, ugyanis kontraproduktív lehet utóbbiról beszélni egy olyan időszakban, amikor közösségi távolságtartási szabályok voltak érvényben. „Rejtőzködési” funkciót is betölthet, hogy szándékosan keveset nyilatkozik a nevükben, ráadásul olyankor is a családi idill képét festve kommunikál.

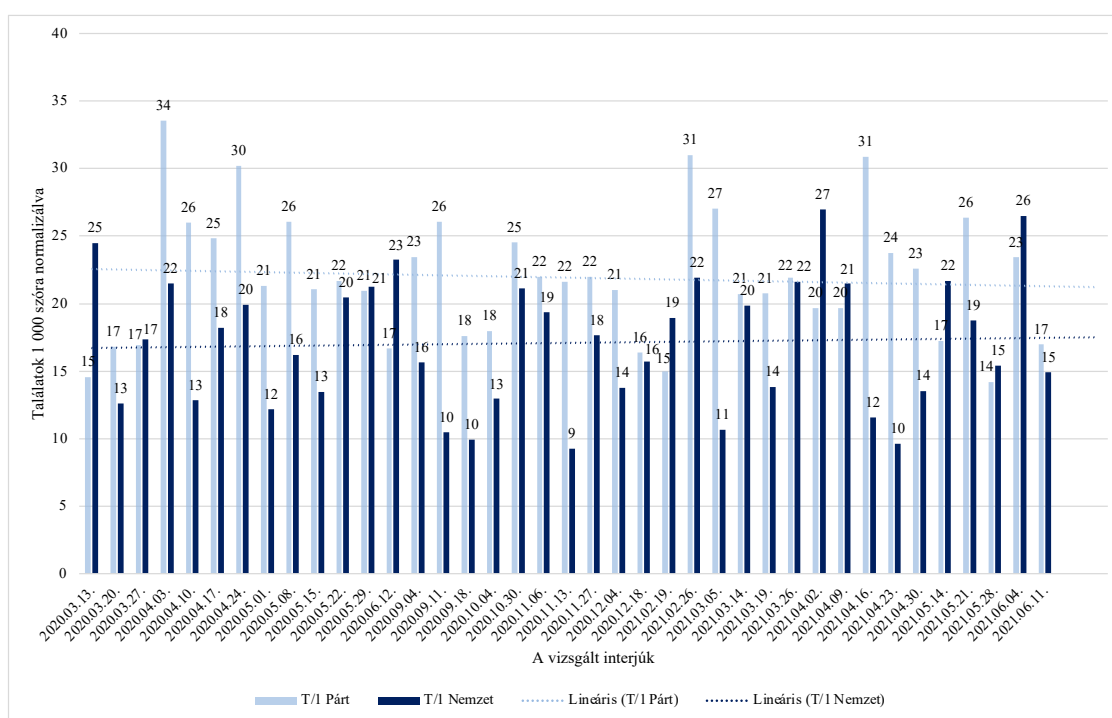
Összehasonlításképp megnéztem, hogy a teljes korpuszban hányszor jelent meg a „család” kifejezés, meglepő módon ez is elenyésző volt – mindössze 13 alkalommal szerepelt, ami ezer szóra normalizálva 0,11-et jelent. A miniszterelnöki kommunikációban az alacsony szám tehát nemcsak a saját család nevében való személyes névmásokon, igei személyragokon és birtokos

³³ A családról és a barátokról, a szenvedélyekről és a hobbiokról való beszéd Campus (2010) szerint „humanizálja” a politikai vezetőkről alkotott képet, ami kiváltja a közvélemény szimpátiáját.

személyjeleken keresztüli megnyilatkozásokra jellemző, hanem még általában a családok említéséről is elmondható.

Az orbáni rendszer számára – a putyinihoz hasonlóan – egyébként fontos egy konzervatív ideológia, amelyet Csillag és Szelényi (2015) posztkommunista tradicionalizmusnak nevezett el. Ennek a sajátos elképzelésnek legfontosabb jellemzői közé tartozik a hagyományos családmodell és az ennek megfelelő nemi szerepek kizárólagos támogatása, és ehhez szorosan kapcsolódva az abortusz- és a melegjogok korlátozása, a „munkások” és „munkátlanok” markáns elválasztása, illetve a bevándorlás-ellenesség. Szikra (2018) kutatása rámutatott, hogy a kommunikáció és a szimbolika szintjén a Fidesz működése teljesen megegyezik jelen elmélettel, ugyanakkor a döntések során gyakran eltávolodnak ettől a stratégiától.

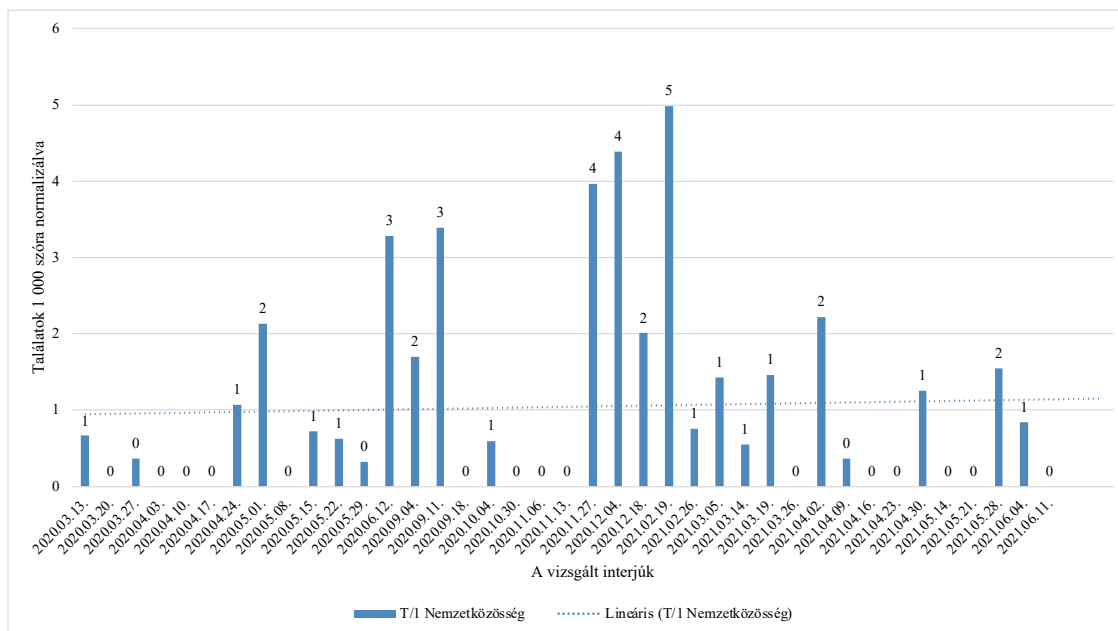
A radiális modell sorrendjét folytatva a 10. ábra a pártra és nemzetre utalások gyakoriságát foglalja össze.



10. ábra: A $T/I_{\text{Párt}}$ és T/I_{Nemzet} szám-, és személyjelölések eloszlása a vizsgált interjúkban.
Forrás: Saját készítés.

A $T/I_{\text{Párt}}$ esetében csökkenés látszik a trendvonalon, míg a T/I_{Nemzet} csoportnál emelkedés látható. A nemzet nevében való megszólalások egyébként is gyakrabban fordulnak elő olyan időszakokban, amikor a párt kormányon van, márpedig 2010 óta napjainkig folyamatosan a Fidesz nyeri az országgyűlési választásokat (Horváth, 2023). Feltételezhetően az is növelte a nemzetre vonatkozó személyjelölések számát, hogy egy világjárvány alatt a politika előtérbe helyezi a nemzetet például a párttal vagy akár az egyénnel szemben.

A 11. ábra a nemzetközösség kategória eredményeit foglalja össze, amelynek gyakoriságában növekedő trendet mutatott ki a vizsgálat. Jól látszik az is, hogy a miniszterelnöki kommunikációban az első hullám idején alig-alig fordult elő több nemzet nevében való megnyilatkozás, aztán ez a tendencia felerősödött a korpuszalapú adatokban.

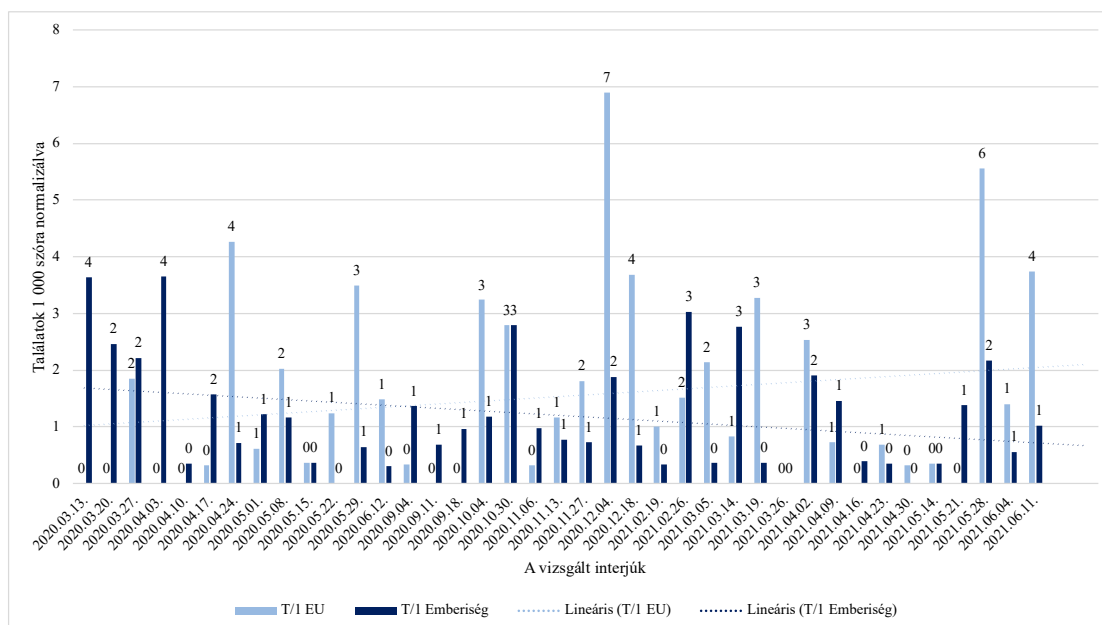


11. ábra: A $T/1_{\text{Nemzetközösség}}$ szám-, és személyjelölések eloszlása a vizsgált interjúkban.

Forrás: Saját készítés.

A $T/1_{\text{Nemzetközösség}}$ egy szupranacionális kategória, amely alatt Magyarország és a kontextus alapján további országok nevében adott megnyilatkozások értendők. A korpuszban ezen utalások többféle verzióban fordultak elő: vonatkoztak egyes uniós tagállamokra, a „keleti blokkra”, Nyugat- és Közép-Európára, a visegrádi négyekre, szomszédos országokra, EU-s jobboldali államokra, sőt olyan esetek is voltak, amikor Magyarország és egy másik ország nevében közösen nyilatkozott a miniszterelnök, ezen államok között volt Szlovákia, Lengyelország, Olaszország, Izrael, az Egyesült Királyság, Spanyolország és Románia.

A következő diagram az egyéntől legtávolabb eső kategóriák alakulását mutatja be: a 12. ábra az Európai Unió és az egész emberiség nevében történő megnyilatkozások előfordulási gyakoriságát közli.



12. ábra: A $T/1_{EU}$ és $T/1_{Emberiség}$ szám-, és személyjelölések eloszlása a vizsgált interjúkban.
Forrás: Saját készítés.

A 12. diagram alapján elmondható, hogy a vizsgált időszakban összességében növekedett a $T/1_{EU}$, míg csökkent a $T/1_{Emberiség}$ előfordulása. Az emberiség nevében való megszólalások az első hullám idején voltak a legmagasabbak, azonban ahogy a trendvonalon is látható, ez a gyakoriság csökkenésnek indult. Fontos megjegyezni ismét, hogy a teljes vizsgálati időszak alatt egy szinte minden országot érintő világjárvány zajlott, ami a magyar miniszterelnök kommunikációjában a „kezdeti lelkesedéssel” megjelent, azonban egyre inkább alábbhagyott az idő előrehaladtával. Az Európai Unió utalások száma megemelkedett vélhetően annak okán, hogy Magyarországnak szüksége volt a 27 tagállamos összefogás támogatására mind pénzügyileg, mind politikailag.³⁴

Az eredményeket összegezve és a hipotéziseket ellenőrizve, a következő állításokat tehetjük a vizsgált korpuszról:

- 1) Egy olyan interjú volt a vizsgált korpuszban, amelyben az E/1 személyjelölések gyakoribbak voltak, mint a T/1, ezzel az erről szóló hipotézis (H1) nem igazolódott, hiszen azt prognosztizálta, hogy több lesz az egyes szám első személyű megnyilatkozás, mint a többes szám első személyű. Az E/1 és T/1 jelölések ezer szóra normalizált szummájának 63,2 százalékát teszik ki a többes számúak, míg 36,8 százalékát az egyes számúak.

³⁴ Heil Péter: Itt az EU-s pénz, hol az EU-s pénz a magyar koronavírus válság alatt?, Portfolio, 2020.04.04., <https://www.portfolio.hu/unios-forrasok/20200404/itt-az-eu-s-penz-hol-az-eu-s-penz-a-magyar-koronavirus-valsag-alatt-424164> (Utolsó elérés: 2024.03.11.)

- 2) A $T/1_{\text{Család}}$ és $T/1_{\text{Párt}}$ személyjelölések gyakorisága csökkent a vizsgált időszakban, az erre vonatkozó előfeltevésnek megfelelően (H2).
- 3) A $T/1_{\text{Nemzet}}$, $T/1_{\text{Nemzetközösség}}$, $T/1_{\text{EU}}$ és $T/1_{\text{Emberiség}}$ kategóriájú utalások gyakoriságában növekedést prognosztizáltam (H3), a $T/1_{\text{Emberiség}}$ kivételével pedig be is igazolódott a hipotézis, az egyéntől legtávolabb eső $T/1$ csoport esetében ugyanis csökkenést mutatnak az adatok a vizsgált időszakban.

4. Összefoglalás

A tanulmány azt vizsgálta, hogy a magyar politikai kommunikáció milyen mértékben perszonalizálódott a koronavírus-járvány első három „hulláma” idején, illetve a különböző $T/1$ csoportra való utalások ki(k)re vonatkoztak a vizsgált időszakában. Az elemzés pragmatikai elméleti háttérrel nyugszik és korpusznyelvészeti módszertani eszközöket alkalmaz, amelyben a személyes névmások, igei személyragok és birtokos személyjelek egyes szám első személyű és többes szám első személyű alakjainak előfordulási gyakoriságát mértem.

Fontos megjegyezni, hogy a dolgozatban vizsgált személyjelöléseken túl más korpusznyelvészeti vizsgálati lehetőségek is vannak a politikai perszonalizáció elemzésére. Például érdemes lenne a képi sémákon, szóképeken (metaforák és metonímiák) keresztül elemezni a magyar politikai kommunikációt (például Benczes & Szabó, 2020; Szabó, 2022b).

Kutatásomban kizárólag Orbán Viktor rádiós interjút elemeztem, így a kutatás a magyar miniszterelnök egyéni politikai stílusának nyelvészeti elemzésének is tekinthető, ugyanakkor esettanulmányként értelmezve a hazai politikai kommunikáció trendjeiről vonhatunk le általános következtetéseket.

Az $E/1$ -nek és $T/1$ -nek lehet perspektivikus használata is, például amikor a politikus $T/1$ -ben konstruálja meg a saját cselekvését (Kikvidze, 2023). Gondoljunk csak Margaret Thatcher elhíresült „nagymama lettünk”³⁵ kijelentésére, amelyben az akkori brit miniszterelnök királyi többséget („[mi] lettünk”) használt az $E/1$ helyett („[én] lettem”) annak ellenére, hogy az Egyesült Királyságban ennek használata jellemzően az uralkodóra korlátozódik (Palmer, 2015). Bár egyes esetekben még napjainkban is előfordul a királyi többes használata, már nem túl gyakori, Quirk és munkatársai (1985, p. 351) szerint gyakorlatilag „elavultnak” tekinthető. Ezek $T/1$ -en belüli átlagos arányáról – legjobb tudásom szerint – korábban nem készült vizsgálat, így egy

³⁵ Margaret Thatcher announcing she is now a grandmother, 1989.03.03., <https://www.youtube.com/watch?v=s5Gxruh-pLI> (Utolsó elérés: 2024.03.31.)

Ez a mondat az $E/1$ -et helyettesítő szónoki fordulat helyett inkább egy nyelvbotlás lehetett (Palmer, 2015).

későbbi kutatás témájául ez a kérdésfelvetés is érdekes lehet, ugyanakkor lényegi elmozdulást nem feltételezek a fedelmi többes kiszűrése által.

Összességében az eredmények alapján megállapíthatjuk, hogy a miniszterelnöki kommunikációban a koronavírus idején az első személyű jelölések között többségben voltak a többes számúak, időben előrehaladva azonban nem nőtt ezeknek a száma, de az egyes számú utalásoké sem csökkent. A T/1 alkategóriái között a T/1_{Család}, T/1_{Párt} és T/1_{Emberiség} esetén csökkenés, míg a T/1_{Nemzet}, T/1_{Nemzetközösség} és T/1_{EU} csoportoknál emelkedő tendencia látszott.

A dolgozat korlátai között meg kell említeni, hogy az elemzésben csak a Kossuth Rádióban fellelhető miniszterelnöki interjút vizsgáltam, ami a hazai rádiós szektornak és általában a médiának csak egy szeletét jelenti. A politikai rádióinterjúk mellett érdemes lenne a közösségi médiában (Facebook, Instagram, TikTok) közzétett posztokon korpusznyelvészeti elemzést végezni (például Farkas & Bene, 2022), mely lehetővé tenné annak vizsgálatát, hogy a magyar politikusok a másodlagos írásbeliség területén perszonalizálják-e nyelvhasználatukat. Emellett a lokális szint (például a helyi médiumok) is egy érdekes kutatási lehetőségnek bizonyulhat.

Annak ellenére, hogy konszenzus van arról, hogy időben előre haladó folyamat a perszonalizáció, longitudinális vizsgálatokból – legjobb tudásom szerint – korlátozott számú tanulmány készült ez idáig (Karvonen, 2010; Rahat & Kenig, 2018; Rahat & Sheaffer, 2007; Szabó, 2022b). A jövőben érdemes lenne nagyobb időtávban vizsgálni a politikai kommunikációban jelen lévő perszonalizáció mértékét, amely lehetőséget biztosítana annak kimutatására, hogy például országgyűlési ciklusonként milyen tendenciák mutatkoznak.

Ezen elemzési lehetőségek jelen dolgozat értelmezésében túl tágak lettek volna, így fent nevezettekre későbbi kutatásaimban fogok kitérni.

Irodalom

- Aczél, P. (2009). *Új retorika: közélet, kommunikáció, kampány*. Kalligram Könyvkiadó.
- Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). *The Media Logic*. Sage.
- Anthony, L. (2023). AntConc (Version 4.2.4) [Computer Software]. Tokyo, Japan: Waseda University. <https://www.laurenceanthony.net/software>
- Balmas, M., Rahat, G., Sheaffer, T., & Shenhav, S. R. (2014). Two routes to personalized politics: Centralized and decentralized personalization. *Party Politics*, 20(1), 37–51. DOI: [10.1177/1354068811436037](https://doi.org/10.1177/1354068811436037)
- Bazzanella, C. (2002). The significance of context in comprehension: The “we case”. *Foundations of Science*, 7(3), 239–254. DOI: [10.1023/A:1019657025835](https://doi.org/10.1023/A:1019657025835)
- Beard, A. (2000). *The language of politics*. Routledge.
- Benczes, R., & Szabó, L. P. (2020). Brussels–boss, bully or the big brother? Framing CONFLICT in contemporary Hungarian political rhetoric. *Jezikoslovlje*, 21(3), 345–369. DOI: [10.29162/jez.2020.11](https://doi.org/10.29162/jez.2020.11)
- Bene, M., & Boda, Z. (2021). Hungary: Crisis as Usual – Populist Governance and the Pandemic. In Bobba, G., & Hubé, N. (Eds.), *Populism and the Politicization of the COVID-19 Crisis in Europe* (pp. 87–100). Palgrave Macmillan. DOI: [10.1007/978-3-030-66011-6_7](https://doi.org/10.1007/978-3-030-66011-6_7)
- Bene, M., & Nábelek, F. (2019). A politikai kommunikáció története a külföldi szakirodalomban. In Kiss, B. (Ed.), *A szavakon túl. Politikai kommunikáció Magyarországon, 1990–2015*. (pp. 11–29) L'Harmattan Kiadó.
- Bene, M., Farkas X., & Merkovity, N. (2020). Válságcsörték – A koronavírus-válság kormányzati, ellenzéki és médiakommunikációja. In: Körösenyi, A., Szabó, A., & Böcskei, B. (Eds.): *Vírusba oltott politika: Világjárvány és politikatudomány*. (pp. 151–168) Napvilág Kiadó.
- Blumler, J. G. (2016). The Fourth Age of Political Communication. *Politiques de communication*, 6(1), 19–30. DOI: [10.3917/pdc.006.0019](https://doi.org/10.3917/pdc.006.0019)
- Blumler, J. G., & Kavanagh, D. (1999). The third age of political communication: Influences and features. *Political communication*, 16(3), 209–230. DOI: [10.1080/105846099198596](https://doi.org/10.1080/105846099198596)
- Briggs, A., & Burke, P. (2012). *A média társadalomtörténete*. Napvilág.
- Campus, D. (2010). Mediatization and personalization of politics in Italy and France: The cases of Berlusconi and Sarkozy. *The international journal of press/politics*, 15(2), 219–235. DOI: [10.1177/1940161209358762](https://doi.org/10.1177/1940161209358762)
- Chaffee, S. H. (1975). *Political communication: Issues and strategies for research*. SAGE Publications, Incorporated.
- Craig, B. (2016). FDR’s First Fireside Chat: The Banking Crisis. Miller Center, University of Virginia. <https://millercenter.org/issues-policy/economics/fdr-s-first-fireside-chat-the-banking-crisis> (Utolsó elérés: 2023.12.01.)
- Csillag, T., & Szelényi, I. (2015). Drifting from liberal democracy. Neo-conservative ideology of managed illiberal democratic capitalism in post-communist Europe. *Intersections. East European Journal of Society and Politics*, 1(1), 18–48. DOI: [10.17356/ieejsp.v1i1.28](https://doi.org/10.17356/ieejsp.v1i1.28)

- Drinóczi, T., & Bień-Kacała, A. (2020). COVID-19 in Hungary and Poland: extraordinary situation and illiberal constitutionalism. *The Theory and Practice of Legislation*, 8(1–2), 171–192. DOI: [10.1080/20508840.2020.1782109](https://doi.org/10.1080/20508840.2020.1782109)
- Farkas, X., & Bene, M. (2020). Images, politicians, and social media: Patterns and effects of politicians' image-based political communication strategies on social media. *The international journal of press/politics*, 26(1), 119–142. DOI: [10.1177/1940161220959553](https://doi.org/10.1177/1940161220959553)
- Farkas, X., & Bene, M. (2022). Orbán Viktor vizuális és verbális populista stílusa a Facebookon. *Politikatudományi Szemle*, 31(3), 82–108. DOI: [10.30718/POLTUD.HU.2022.3.82](https://doi.org/10.30718/POLTUD.HU.2022.3.82)
- Firmonasari, A. (2021). “Mirror of Identity”; Political Personalization of French Presidential Candidates in Mass Media. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 6(2), 171–186. DOI: [10.18326/inject.v6i2.171-186](https://doi.org/10.18326/inject.v6i2.171-186)
- Fludernik, M. (2003). *The fictions of language and the languages of fiction*. Routledge. DOI: [10.4324/9780203451007](https://doi.org/10.4324/9780203451007)
- Garzia, D. (2014). *Personalization of politics and electoral change*. Palgrave Macmillan.
- Giles, D. C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media Psychology*, 4(3), 279–305. DOI: [10.1207/S1532785XMEP0403_04](https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0403_04)
- Goffman, E. (1959). Presentation of self in everyday life. *American Journal of Sociology*, 55, 6–7.
- Gries, S. T. (2010). Useful statistics for corpus linguistics. In Sánchez, A. & Almela, M. (Eds.), *A mosaic of corpus linguistics: selected approaches* (pp. 269–291). Peter Lang.
- Hart, R. P. (1987). *The sound of leadership: Presidential communication in the modern age*. University of Chicago Press.
- Hart, R. P. (1999). *Seducing America: How television charms the modern voter*. SAGE.
- Holtz-Bacha, C., Langer, A. I., & Merkle, S. (2014). The personalization of politics in comparative perspective: Campaign coverage in Germany and the United Kingdom. *European Journal of Communication*, 29(2), 153–170. DOI: [10.1177/0267323113516727](https://doi.org/10.1177/0267323113516727)
- Honti, L. (2020). Látlak, nézlek–minek nevezzetek?. *Magyar Nyelv*, 116(4), 402–416.
- Horváth, B. (2023). *Retúrtjegy a „miénktől” az „enyémig”: A politikai perszonalizáció vizsgálata Orbán Viktor televíziós interjúiban a személyes névmások elemzésén keresztül*. Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing- és Kommunikációtudományi Intézet. http://publikaciok.lib.uni-corvinus.hu/publikus/tdk/bcetdk_horvath_b_2023.pdf (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Horváth, P. (2010). Ki kormányozzon? Választói preferenciák és kormányalakítás Magyarországon, 1990-2009. *Politikatudományi Szemle*, 19(2), 49–74. http://real.mtak.hu/112142/1/2010_2_horvath.pdf (Utolsó elérés: 2023.11.20.)
- Imrényi, A., & Kugler, N. (2017). Mondattan. In Imrényi, A., Kugler, N., Ladányi, M., Markó, A., Tátrai, Sz. & Tolcsvai Nagy, G. (Authors), *Nyelvtan* (pp. 663–895). Osiris Kiadó.
- Jobst, Á. (2007). A mi mint a hatalom és a szolidaritás névmása. *Magyar Nyelvőr*, 131(1), 29–47.
- Juhász, A., László, R., & Zgut, E. (2015). *Egy illiberális vízió eddigi következményei*. Friedrich-Ebert-Stiftung Budapesti Irodája.
- Karvonen, L. (2010). *The personalisation of politics: a study of parliamentary democracies*. ECPR Press.

- Keeter, S. (1987). The illusion of intimacy television and the role of candidate personal qualities in voter choice. *Public Opinion Quarterly*, 51(3), 344–358. DOI: [10.1086/269040](https://doi.org/10.1086/269040)
- Kikvidze, Z. (2023). E/N Pronouns: Self-reference and Social Deixis in Translation. In *General and Specialist Translation/Interpretation: Theory, Methods, Practice: International Conference Papers* (pp. 28–34). National Aviation University.
- Kiss, B. (2003). Kampány és tabloidizáció – a perszonalizáció jelensége. In E. Sárközy & N. Schleicher (Eds.), *Kampánykommunikáció* (pp. 9–41). Akadémiai Kiadó.
- Kiss, R. L. (2022). Biztonságiasítás mint szavazatszerző stratégia A magyar kormány 2018-as kampányban folytatott migrációval és Európai Unióval kapcsolatos politikai kommunikációja. *Politikatudományi Szemle*, 31(2), 73–91. DOI: [10.30718/POLTUD.HU.2022.2.73](https://doi.org/10.30718/POLTUD.HU.2022.2.73)
- Körösényi, A., & Patkós, V. (2015). Liberális és illiberális populizmus Berlusconi és Orbán politikai vezetése. *Politikatudományi Szemle*, 24(2), 29–55. <http://real.mtak.hu/135701/1/korpat.pdf> (Utolsó elérés: 2023.11.10.)
- Körösényi, A., Illés, G. I., & Gyulai, A. (2020). *Az Orbán-rezsim: A plebiszciter vezérdemokrácia elmélete és gyakorlata*. Osiris Kiadó – TK PTI.
- Kruikemeier, S., van Noort, G., Vliegenthart, R., & de Vreese, C. H. (2013). Getting closer: The effects of personalized and interactive online political communication. *European Journal of Communication*, 28(1), 53–66. DOI: [10.1177/0267323112464837](https://doi.org/10.1177/0267323112464837)
- Ladányi, M. (2017). Alaktan. In Imrényi, A., Kugler N., Ladányi, M., Markó, A., Tátrai, Sz., & Tolcsvai Nagy, G. (Authors), *Nyelvtan* (pp. 503–662). Osiris Kiadó.
- Langer, A. I. (2007). A historical exploration of the personalisation of politics in the print media: The British Prime Ministers (1945–1999). *Parliamentary Affairs*, 60(3), 371–387. DOI: [10.1093/pa/gsm028](https://doi.org/10.1093/pa/gsm028)
- Langer, A. I., & Sagarzazu, I. (2018). Bring back the party: personalisation, the media and coalition politics. *West European Politics*, 41(2), 472–495. DOI: [10.1080/01402382.2017.1354528](https://doi.org/10.1080/01402382.2017.1354528)
- Langer, J. (1981). Television's 'personality system'. *Media, Culture & Society*, 3(4), 351–365. DOI: [10.1177/016344378100300405](https://doi.org/10.1177/016344378100300405)
- Martin, J. P. (2019). Kéz a kézben a lejtőn: korrupció és sajtószabadság a magyar trendek tükrében. *Médiakutató*, 20(3), 7–21.
- McAllister, I. (2009). The Personalization of Politics. In J. Dalton, R., & Klingemann, H. D. (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Behavior*. (pp. 571–888). Oxford Academic. DOI: [10.1093/oxfordhb/9780199270125.003.0030](https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199270125.003.0030)
- McAllister, I. (2015a). Political leaders in Westminster systems. In Aarts, K., Blais, A., & Schmitt, H. (Eds.), *Political leaders and democratic elections* (pp. 52–75). Oxford University Press. DOI: [10.1093/acprof:osobl/9780199259007.003.0004](https://doi.org/10.1093/acprof:osobl/9780199259007.003.0004)
- McAllister, I. (2015b). The personalization of politics in Australia. *Party politics*, 21(3), 337–345. DOI: [10.1177/1354068813487111](https://doi.org/10.1177/1354068813487111)
- McGregor, S. C. (2018). Personalization, social media, and voting: Effects of candidate self-personalization on vote intention. *New Media & Society*, 20(3), 1139–1160. DOI: [10.1177/1461444816686103](https://doi.org/10.1177/1461444816686103)
- McGregor, S. C., Lawrence, R. G., & Cardona, A. (2017). Personalization, gender, and social media: Gubernatorial candidates' social media strategies. *Information, communication & society*, 20(2), 264–283. DOI: [10.1080/1369118X.2016.1167228](https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1167228)

- Merkovity, N. (2012). *Bevezetés a hagyományos és az új politikai kommunikáció elméletébe*. Pólay Elemér Alapítvány.
- Merkovity, N., Bene, M., & Farkas, X. (2021). Hungary: Illiberal crisis management. *Political Communication and COVID-19: Governance and Rhetoric in Times of Crisis*, 269–279. Routledge. DOI: [10.4324/9781003120254-26](https://doi.org/10.4324/9781003120254-26)
- Mészáros, G. (2019). Indokolt-e különleges jogrend koronavírus idején? – Avagy a 40/2020.(III. 11.) Korm. rendelettel összefüggő alkotmányjogi kérdésekről. *Fundamentum*, 23(3–4), 63–72.
- Metz, M., Kruikemeier, S., & Lecheler, S. (2020). Personalization of politics on Facebook: Examining the content and effects of professional, emotional and private self-personalization. *Information, Communication & Society*, 23(10), 1481–1498. DOI: [10.1080/1369118X.2019.1581244](https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1581244)
- Molnár, I. (2020). Válságértelmezés és ellenségképzés a politikai vezetői narratívában. *Politikatudomány Online*, 2020(1), 39–67. Budapesti Corvinus Egyetem.
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. Cambridge University Press.
- Nyitrai, Zs. (Ed.) (2010). *Nemzeti ügyek politikája*. Fidesz – Magyar Polgári Szövetség Központi Hivatal, KDNP.
- Oxford University Press. (n.d.). Fireside Chat. In *Oxford Learner's Dictionaries dictionary*. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/fireside-chat> (Utolsó elérés: 2023.11.11.)
- Palmer, D. (2015). *The Queen and Mrs Thatcher: An Inconvenient Relationship*. The History Press.
- Papp, Zs., & Zorigt, B. (2016). Party-directed personalisation: the role of candidate selection in campaign personalisation in Hungary. *East European Politics*, 32(4), 466–486. DOI: [10.1080/21599165.2016.1215303](https://doi.org/10.1080/21599165.2016.1215303)
- Pedersen, H. H., & Rahat, G. (2019). Introduction: Political personalization and personalized politics within and beyond the behavioural arena. *Party Politics*, 27(2), 211–219. DOI: [10.1177/1354068819855712](https://doi.org/10.1177/1354068819855712)
- Pennebaker, J. W., & King, L. A. (1999). Linguistic styles: language use as an individual difference. *Journal of personality and social psychology*, 77(6), 1296–1312. DOI: [10.1037/0022-3514.77.6.1296](https://doi.org/10.1037/0022-3514.77.6.1296)
- Perloff, R. M. (2021). *The dynamics of political communication: Media and politics in a digital age*. Routledge. DOI: [10.4324/9780429298851](https://doi.org/10.4324/9780429298851)
- Plasser, F. (2008). Political consulting worldwide. In *Routledge handbook of political management* (pp. 40–57). Routledge.
- Plasser, F., & Lengauer, G. (2008). Television campaigning worldwide. In D. W. Johnson (Ed.), *Routledge handbook of political management* (pp. 253–271). Routledge. DOI: [10.4324/9780203892138](https://doi.org/10.4324/9780203892138)
- Proctor, K., & I-Wen Su, L. (2011). The 1st person plural in political discourse – American politicians in interviews and in a debate. *Journal of pragmatics*, 43(13), 3251–3266. DOI: [10.1016/j.pragma.2011.06.010](https://doi.org/10.1016/j.pragma.2011.06.010)
- Quirk, R., Greenbaum, S., Leech, G., & Svartvik, J. (1985). *A comprehensive grammar of the English language*. Longman.
- Rahat, G., & Kenig, O. (2018). *From party politics to personalized politics?: Party change and political personalization in democracies*. Oxford University Press. DOI: [10.1093/oso/9780198808008.001.0001](https://doi.org/10.1093/oso/9780198808008.001.0001)

- Rahat, G., & Sheaffer, T. (2007). The personalization (s) of politics: Israel, 1949–2003. *Political communication*, 24(1), 65–80. DOI: [10.1080/10584600601128739](https://doi.org/10.1080/10584600601128739)
- Sándor, P., & Gallai, S. (2003). Állam- és kormányformák. In Gallai, S., & Török, G. (Eds.), *Politika és politikatudomány* (pp. 265–281). Miskolci Egyetem.
- Schlett, I. (2018). *A politikai gondolkodás története Magyarországon*. Századvég.
- Simmel, G. (1908). *Soziologie*. Duncker & Humblot.
- Stanyer, J. (2007). *Modern Political Communication*. Polity Press.
- Sterling, C. H. (2002). “The fireside chats” – President Franklin D. Roosevelt (1933–1944). Library of Congress. <https://www.loc.gov/static/programs/national-recording-preservation-board/documents/FiresideChats.pdf> (Utolsó elérés: 2023.12.01.)
- Sükösd, M. (1993). Politika és média a mai Magyarországon. In: Miszlivetz, F. (Ed.), *Kultúra és társadalom egy új korszakban*. (pp. 31–59) Pesti Szalon Könyvkiadó & Savaria University Press.
- Sükösd, M. (2022). Orbán áldozatai. *Médiakutató*, 23(3/4), 59–77.
- Szabó P., O. (2021). Politikai ellenségeképítés a Covid-19 járvány tükrében. *Pólusok*, 2(2), 50–65.
- Szabó, L. P. (2020a). Én és a pártom: A politikai kommunikáció perszonalizációja a személyes névmások tükrében. *Doktoranduszok tanulmányai az alkalmazott nyelvészet köréből*, 106–115. DOI: [10.18135/Alknyelvdoc.2020.14.8](https://doi.org/10.18135/Alknyelvdoc.2020.14.8).
- Szabó, L. P. (2020b). Háború járvány idején: Hogyan beszél Orbán Viktor a koronavírusról? In: Körösenyi, A., Szabó, A., & Böcskei, B. (Eds.): *Vírusba oltott politika: Világjárvány és politikatudomány*. Napvilág Kiadó, 123–133.
- Szabó, L. P. (2021). Karnyújtásnyira a választóktól? A perszonalizáció vizsgálata a személyes névmásokon keresztül az Egyesült Államok politikai kommunikációjában. *Politikatudományi Szemle*, 31(1), 54–75. DOI: [10.30718/POLTUD.HU.2022.1.54](https://doi.org/10.30718/POLTUD.HU.2022.1.54)
- Szabó, L. P. (2022a). *It's nothing personal? – A linguistic account of the personalization of American political communication*. Budapesti Corvinus Egyetem, Szociológia és Kommunikációtudomány Doktori Iskola. DOI: [10.14267/phd.2022049](https://doi.org/10.14267/phd.2022049)
- Szabó, L. P. (2022b). Personalization is in the details: A case study of political personalization in American politics. *Studia Linguistica Hungarica*, 34(1), 102–117. DOI: [10.54888/slh.2022.34.102.117](https://doi.org/10.54888/slh.2022.34.102.117)
- Szabó, L. P., & Béni, A. (2021). Vírusháború: A Covid19 járvány metaforikus ábrázolása a magyar hírportálokon. *Médiakutató*, 22(3/4), 59–68.
- Szabó, M. (2016). *Diszkurzív politikatudomány. Bevezetés a politika interpretív szemléletébe és kutatásába*. Osiris Kiadó.
- Szente, Z. (2020). A 2020. március 11-én kihirdetett veszélyhelyzet alkotmányossági problémái. *Állam-és Jogtudomány*, 61(3), 115–139.
- Szikra, D. (2018) Ideológia vagy pragmatizmus? Családpolitika az orbáni illiberális demokráciában. In Bozóki, A., & Füzér, K. (Eds.) *Lépték és ironia. Szociológiai kalandozások* (pp. 219–240). L'Harmattan.
- Tátrai, S., & Laczkó, K. (2015). On the referential interpretation of computer-mediated narratives. *Journal of Estonian and Finno-Ugric Linguistics*, 6(2), 85–103. DOI: [10.12697/jeful.2015.6.2.04](https://doi.org/10.12697/jeful.2015.6.2.04)
- Tátrai, Sz. (2011). *Bevezetés a pragmatikába: Funkcionális kognitív megközelítés*. Tinta Könyvkiadó.
- Tátrai, Sz. (2017). Pragmatika. In Imrényi, A., Kugler N., Ladányi, M., Markó, A., Tátrai, Sz., & Tolcsvai Nagy, G. (Authors), *Nyelvtan* (pp. 896–1058). Osiris Kiadó.

- Tolcsvai Nagy, G. (2017). Jelentés. In Imrényi, A., Kugler N., Ladányi, M., Markó, A., Tátrai, Sz., & Tolcsvai Nagy, G. (Authors), *Nyelvtan* (pp. 207–502). Osiris Kiadó.
- Urban, G. (1986). Rhetoric of a war chief. *Working Papers and Proceedings of the Center for Psychosocial Studies*, 5, 1–21.
- Van Aelst, P., Sheafer, T., & Stanyer, J. (2012). The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 203–220. DOI: [10.1177/1464884911427802](https://doi.org/10.1177/1464884911427802)
- Van Zoonen, L., & Holtz-Bacha, C. (2000). Personalisation in Dutch and German politics: The case of talk show. *Javnost-the public*, 7(2), 45–56. DOI: [10.1080/13183222.2000.11008743](https://doi.org/10.1080/13183222.2000.11008743)
- Végh, Zs. (2023). *Nations in Transit 2023 – Hungary*. Freedom House. <https://www.ecoi.net/en/document/2092896.html> (Utolsó elérés: 2024.03.10.)
- Wattenberg, M. P. (1991). *The rise of candidate-centered politics: Presidential elections of the 1980s*. Harvard University Press. DOI: [10.4159/harvard.9780674865723](https://doi.org/10.4159/harvard.9780674865723)
- Wattenberg, M. P. (2015). US party leaders: Exploring the meaning of candidate-centred politics. In K. Aarts, A. Blais, & H. Schmitt (Eds.), *Political leaders and democratic elections* (pp. 76–90). Oxford University Press. DOI: [10.1093/acprof:osobl/9780199259007.001.0001](https://doi.org/10.1093/acprof:osobl/9780199259007.001.0001)
- Wauters, B., Bouteica, N., & De Vet, B. (2021). Personalization of parliamentary behaviour: Conceptualization and empirical evidence from Belgium (1995–2014). *Party Politics*, 27(2), 246–257. DOI: [10.1177/1354068819855713](https://doi.org/10.1177/1354068819855713)
- Weiss, J. (2019). Csoport és individualizáció: Georg Simmel halálának századik évfordulójára. *Replika*, 1(112), 29–36. DOI: [10.32564/112.4](https://doi.org/10.32564/112.4)
- Wilson, J. (1990). *Politically speaking: The pragmatic analysis of political language*. Oxford, Blackwell.
- Wodak, R. (2021). Crisis communication and crisis management during COVID-19. *Global Discourse*, 11(3), 329–353. DOI: [10.1332/204378921X16100431230102](https://doi.org/10.1332/204378921X16100431230102)
- Yaniv, N. W., & Tenenboim-Weinblatt, K. (2016). Politically relevant intimacy: A conceptual and empirical investigation. *International Journal of Communication*, 10, 5186–5205.

Források

- KSH. (2022a). *Gyorstájékoztató – Keresetek, 2021. december. [dataset]*. Központi Statisztikai Hivatal. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/ker/ker2112.html> (Utolsó elérés: 2024.02.12.)
- KSH. (2022b). *Népszámlálási adatbázis. [dataset]*. Központi Statisztikai Hivatal. <https://nepszamlalas2022.ksh.hu/eredmenyek/vegleges-adatok/tablazatok/nsz2022-1.1.2.xlsx> (Utolsó elérés: 2023.10.26.)
- NMHH. (2020a). *Országos napi hallgatottság 2020. I. negyedévében. [dataset]*. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság. https://nmhh.hu/dokumentum/212192/orszagos_radios_hallgatottsagmeres_2020_elso_negyedeves_attekinto.pdf (Utolsó elérés: 2023.10.23.)
- NMHH. (2020b). *Országos napi hallgatottság 2020. II. negyedévében. [dataset]*. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság. https://nmhh.hu/dokumentum/213983/NMHH_negyedves_ttekint_202004202006.pdf (Utolsó elérés: 2023.10.23.)
- NMHH. (2020c). *Országos napi hallgatottság 2020. III. negyedévében. [dataset]*. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság. https://nmhh.hu/dokumentum/215787/NMHH_negyedves_ttekint_202007202009_IA.pdf (Utolsó elérés: 2023.10.23.)

- NMHH. (2020d). *Országos napi hallgatottság 2020. IV. negyedévében. [dataset]*. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság. https://nmhh.hu/dokumentum/217810/NMHH_negyedebes_attekinto_202010202012_IA_v1.pdf (Utolsó elérés: 2023.10.23.)
- NMHH. (2021a). *Országos napi hallgatottság 2021. I. negyedévében. [dataset]*. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság. https://nmhh.hu/dokumentum/220297/orszagos_radiohallgatottsag_2021_elso_negyedebes_attekintes.pdf (Utolsó elérés: 2023.10.23.)
- NMHH. (2021b). *Országos napi hallgatottság 2021. II. negyedévében. [dataset]*. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság. https://nmhh.hu/dokumentum/222168/orszagos_radiohallgatottsag_2021_masodik_negyedebes_attekintes.pdf (Utolsó elérés: 2023.10.23.)
- Orbán, V. (2020.03.13.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-11/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.03.20.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-12/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.03.27.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-13/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.04.03.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-14/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.04.10.). Orbán Viktor interjúja a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország!” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-interjuja-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-11/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.04.17.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszagcimu-musoraban-2/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.04.24.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-15/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.05.01.). Orbán Viktor interjúja a Kossuth Rádióknak. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-interjuja-a-kossuth-radionak/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.05.08.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-16/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.05.15.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-17/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.05.22.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-18/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.05.29.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszagcimu-musoraban-3/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)

- Orbán, V. (2020.06.12.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszagcimu-musoraban-4/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.09.04.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-21/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.09.11.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-22/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.09.18.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-23/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.10.04.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Vasárnapi Újság” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-vasarnapi-ujsg-cimu-musoraban/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.10.30.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-25/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.11.06.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszagcimu-musoraban-7/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.11.13.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-26/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.11.27.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-27/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.12.04.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-28/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2020.12.18.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-29/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.02.19.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-36/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.02.26.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-37/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.03.05.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-38/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.03.14.). Orbán Viktor interjúja a Kossuth Rádió „Vasárnapi Újság” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-interjuja-a-kossuth-radio-vasarnapi-ujsg-cimu-musoraban-4/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)

- Orbán, V. (2021.03.19.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-39/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.03.26.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-40/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.04.02.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-41/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.04.09.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-42/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.04.16.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-43/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.04.23.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-44/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.04.30.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-45/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.05.14.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-46/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.05.21.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-47/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.05.28.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-48/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.06.04.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-49/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Orbán, V. (2021.06.11.). Orbán Viktor a Kossuth Rádió „Jó reggelt, Magyarország” című műsorában. <https://2015-2022.miniszterelnok.hu/orban-viktor-a-kossuth-radio-jo-reggelt-magyarorszag-cimu-musoraban-50/> (Utolsó elérés: 2023.12.20.)
- Reuters Institute. (2020). *Reuters Digital News Report. [dataset]*. University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf (Utolsó elérés: 2023.10.26.)
- Reuters Institute. (2021). *Reuters Digital News Report. [dataset]*. University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf (Utolsó elérés: 2023.10.26.)

Mellékletek

Az alábbi táblázat a vizsgálat eredményeinek részletes kimutatását tartalmazza.

Dátum	Szószám	ÉN és MI Σ		ÉN		MI										MI Σ		
		db		db	/ 1000 szóra normalizált	MI _{CSALÓ}	MI _{FAJT}	MI _{SZERT}	MI _{SZERTKÖRÖSSÉG}	MI _{HU}	MI _{HABERISÉG}	db	/ 1000 szóra normalizált					
1. hullám																		
2020.03.13	3020	182	51	17	0	0	44	15	74	25	2	1	0	11	4	131	43	
2020.03.20	2853	144	51	18	2	1	48	17	36	13	0	0	0	7	2	93	33	
2020.03.27	2712	162	57	21	0	0	46	17	47	17	1	0	5	2	6	105	39	
2020.04.03	2742	260	92	34	7	3	92	34	59	22	0	0	0	10	4	168	61	
2020.04.10	2884	228	113	39	2	1	75	26	37	13	0	0	0	1	0	115	40	
2020.04.17	3181	215	71	22	1	0	79	25	58	18	0	0	1	0	5	144	45	
2020.04.24	2813	215	55	20	2	1	85	30	56	20	3	1	12	4	2	160	57	
2020.05.01	3282	224	101	31	0	0	70	21	40	12	7	2	2	1	4	123	37	
2020.05.08	3450	258	98	28	3	1	90	26	56	16	0	0	7	2	4	160	46	
2020.05.15	2752	181	81	29	1	0	58	21	37	13	2	1	1	0	1	100	36	
2020.05.22	3225	219	77	24	0	0	70	22	66	20	2	1	4	1	0	142	44	
2020.05.29	3152	232	81	26	4	1	66	21	67	21	1	0	11	3	2	151	48	
2020.06.12	3357	235	84	25	0	0	56	17	78	23	11	3	5	1	0	151	45	
Σ 1. hullám	39423	2755	1012	26	22	1	879	22	711	18	29	1	48	1	54	1743	44	
2. hullám																		
2020.09.04	2940	199	74	25	0	0	69	23	46	16	5	2	1	0	4	1	125	43
2020.09.11	2953	195	75	25	0	0	77	26	31	10	10	3	0	0	2	1	120	41
2020.09.18	3126	180	91	29	0	0	55	18	31	10	0	0	0	0	3	1	89	28
2020.10.04	3398	209	86	25	1	0	61	18	44	13	2	1	11	3	4	1	123	36
2020.10.30	3220	246	79	25	2	1	79	25	68	21	0	0	9	3	9	3	167	52
2020.11.06	3095	208	75	24	1	0	68	22	60	19	0	0	0	3	1	133	43	
2020.11.13	2589	158	72	28	1	0	56	22	24	9	0	0	3	1	2	1	86	33
2020.11.27	2774	194	66	24	0	0	61	22	49	18	11	4	5	2	2	1	128	46
2020.12.04	3189	228	75	24	0	0	67	21	44	14	14	4	22	7	6	2	153	48
2020.12.18	2989	194	79	26	0	0	49	16	47	16	6	2	11	4	2	1	115	38
Σ 2. hullám	30273	2011	772	26	5	0	642	21	444	15	48	2	63	2	37	1	1239	41
3. hullám																		
2021.02.19	3009	211	87	29	3	1	45	15	57	19	15	5	3	1	1	0	124	41
2021.02.26	2648	214	60	23	0	0	82	31	58	22	2	1	4	2	8	3	154	58
2021.03.05	2809	172	54	19	1	0	76	27	30	11	4	1	6	2	1	0	118	42
2021.03.14	3623	227	63	17	2	1	75	21	72	20	2	1	3	1	10	3	164	45
2021.03.19	2745	182	73	27	0	0	57	21	38	14	4	1	9	3	1	0	109	40
2021.03.26	3284	241	98	30	0	0	72	22	71	22	0	0	0	0	0	0	143	44
2021.04.02	3153	248	80	25	0	0	62	20	85	27	7	2	8	3	6	2	168	53
2021.04.09	2748	201	78	28	3	1	54	20	59	21	1	0	2	1	4	1	123	45
2021.04.16	2593	179	64	25	4	2	80	31	30	12	0	0	0	0	1	0	115	44
2021.04.23	2903	193	93	32	0	0	69	24	28	10	0	0	2	1	1	0	100	34
2021.04.30	3183	192	72	23	0	0	72	23	43	14	4	1	1	0	0	0	120	38
2021.05.14	2902	206	91	31	0	0	50	17	63	22	0	0	1	0	1	0	115	40
2021.05.21	2880	199	65	23	0	0	76	26	54	19	0	0	0	0	4	1	134	47
2021.05.28	3238	204	76	23	2	1	46	14	50	15	5	2	18	6	7	2	128	40
2021.06.04	3587	264	74	21	1	0	84	23	95	26	3	1	5	1	2	1	190	53
2021.06.11	2946	157	48	16	1	0	50	17	44	15	0	0	11	4	3	1	109	37
Σ 3. hullám	48251	3290	1176	24	17	0	1050	22	877	18	47	15	73	2	50	1	2114	44