

SZABÓ GABRIELLA

*Eötvös Loránd Kutatási Hálózat Társadalomtudományi Kutatóközpont
Politikatudományi Intézet*

Politikai purifikáció: Morális érzelmek a kampányban

Az előadás a morális érzelmekre fókuszáló politikai kommunikációkutatás gyakorlatát és előnyeit kívánja bemutatni egy magyar esettanulmány tükrében. A 2022-es országgyűlési választások előtti várakozások a ténylegesnél jóval szorosabb eredményt reméltek, mivel a legnépszerűbb baloldali, liberális, zöld, konzervatív és progresszív ellenzéki pártok úgy döntöttek, hogy közös miniszterelnök-jelölttel erősítik meg választási szövetségüket, és egy kihívót állítanak Orbán Viktorral szemben. A szakirodalom szerint a kihívó felet győzelemhez segítheti, ha általános politikai megtisztulást ígér, és olyan kampánystratégiát hajt végre, aminek központi eleme a morális és politikai megújulás (Glover, 1970). Ehhez a kihívónak hangsúlyoznia kell, hogy a hatalmon lévő politikai elit letért az eredeti útjáról, elszakadt az ideológiájától, levált az uralkodó társadalmi értékekről, visszaélt hatalmával, morálisan helytelenül cselekedett vagy teljes identitásában romlott, így politikája erkölcsileg vállalhatatlan, tehát nincs helye a közéletben (Lucardie, 2000; Jamieson, 1996; Hansson, 2022). Korábbi kutatások alapján állítható: kihívók hajlamosabbak magukat a politika megtisztítójának tételezni, egyfajta purifikátori szerepbe helyezkedni. Az előadás alapjául szolgáló tanulmány pontosan ezt a purifikátori kommunikációt vizsgálja meg Márki-Zay Péter kampányban alkalmazott retorikája alapján. Az ellenzéki vezető vádaskodó, hibáztató, büntudat-, és szégyenkeltő üzeneteit a miniszterelnök-jelölt 2022. február elseje és április másodika között – tehát a kampány hajrájában – a közösségi média profilján megjelentetett verbális és textuális posztjaira támaszkodva vizsgálom. Az előadás során a morális érzelmek közül a büntudat és szégyen politikai kommunikációs használatáról, illetve kutatási lehetőségeiről lesz szó.