

Kiss Balázs

Kommunikációs képletek¹

Popkulturális hatáselemek Orbán Viktor két szövegében

A retorika kezdetei óta tudjuk, hogy egy politikusi beszéd hatását és hatásosságát nemcsak az aktuálpolitikai üzenetek vagy az ideológiai tartalom adja, hanem például a szerkezete, a szövegszervezés mikéntje is. A jelen tanulmány a magyar miniszterelnök egy hosszabb és egy rövidebb szövegét elemzi, éspedig azt vizsgálva, hogy miként érvényesül bennük a populáris kultúra sikerreceptje: a hollywoodi képletnek nevezett szerkezeti felépítés, valamint a popzenei dalok ugyanerre támaszkodó energiagörbéje.

Kulcsszavak: évértékelő, hollywoodi képlet, multimodális elemzés, Orbán Viktor

Communication formulas

Pop cultural effects of two texts by Viktor Orbán

Since the early days of rhetoric, it has been known that the impact and effectiveness of a political speech is not only determined by its topical political messages or ideological content, but also by its structure and the way it is organised. This paper analyses a longer and a shorter text by the Hungarian prime minister, studying how they reflect the recipe for success in popular culture: the structure of the Hollywood formula and the energy curve of pop music songs.

Keywords: addiction formula, Hollywood formula, multimodal analysis, Viktor Orbán

1 A kutatás az NKFIH által támogatott „Politikai kommunikáció az expresszivitás korában” című projekt keretében készült.

1. Bevezető

Azt, hogy egy nyilvános beszéd hatása nem pusztán az ideológiai, az eszmetörténeti és az aktuálpolitikai utalásaiból fakad, több mint kétezer éve tudjuk. Mégsem irányul elegendő figyelem a politikai elemzésekben ezekre az egyéb összetevőkre, hatótényezőkre. Olyanokra, mint a beszéd vizuális környezete, a szónok verbális és nem verbális eszköztára, a beszéd ritmusa, szerkezete, gondolati íve. Pedig egy beszéd nemcsak szöveg, hanem egész előadás, multimodális jelenség, tehát az érzékelési területek és módok sokaságát veszi igénybe, és a befogadóra mindezekben a területeken egyszerre gyakorol hatást (Jewitt et al. 2016).

A továbbiakban e modalitások közül kettőre mutatok példát, és pedig Orbán Viktor egyik beszédének, valamint egy interjúkérdésre adott válaszána az elemzésével. A vizsgálathoz azt az elméleti keretet veszem igénybe, amelyet hollywoodi képletnek szokás nevezni, tehát azt a cselekmény- és szövegszervezési szabályrendszert, amelyet a hollywoodi filmgyártás és általában a kommersz populáris kultúra – például a popzene – alkalmaz hosszú évtizedek óta, s amely nem kis szerepet játszik a sikerében.

Az elemzett beszéd Orbán Viktor 2023-as évértékelője, az interjúrészlet pedig egy 2022 februárjában készült rádióbeszélgetés egyik kérdésére adott miniszterelnöki válasz. Azt szeretném demonstrálni, hogy rendelkezünk olyan elemzési eszközökkel, amelyek segítségével akár egy nagy formát, egy ötven perces beszédet, akár egy kis formát, egy nem egészen három perces megnyilvánulást elemezni tudunk a vélhető hatása felől. Csak vélhető hatásról van szó, hiszen nem tudhatjuk, hogy a közönség melyik tagjára miként hat egy kommunikációs gesztus, ugyanakkor a Hollywood és a kommersz populáris kultúra évszázados tapasztalatai alapján kikísérletezett és hatásosnak bizonyult hatótényezők vélhetően a közönség jelentős részénél a politikus által kívánt hatást érik el.

Először az évértékelőt elemzem, és utána következik az interjúrészlet. Ehhez be kell mutatnom magát a képletet is. A dolgozat végén jelzem a megközelítésnek az előbb említetteken túli korlátait.

2. Populáris kultúra és politika

A közösségi média elterjedése után már nem szükséges hosszan bizonygatni, miért releváns a politikai kommunikáció hatásának elemzése során a populáris kultúra figyelembevétele. Ha talán valaha rendelkezett is szakralitással, a hétköznapi élet feletti jelleggel a közélet, mára régen szekularizálódott a politika (Blumler & Kavanagh 1999). A mediatisáció fogalma (Mazzoleni & Schulz 2002) éppen azt fejezi ki, hogy a politikusi viselkedésnek alkalmazkodnia kell a média különféle igényeihez, beleértve a verbális hatótényezőket is. Márpedig a média igencsak a populáris kultúra része, ezért rajta keresztül a politikai kommunikáció is oda gravitál. Végül a politikai kommunikáció decentralizálódása (Brants & Voltmer 2011) felértékelte az állampolgárok szerepét, és így a populáris kultúra által is formált ízlésüket. A politikusoknak celebritásokká kell válniuk (Van Zonen 2004), és még a trágárság is megengedett, legalábbis a saját táborban (Szabó & Farkas 2021). Ha tehát egy politikus hatásos akar lenni, jó, ha elsajátítja a populáris kultúra sikerreceptjét.

Jóllehet a kommersz populáris kultúrában nincs abszolút biztosíték a sikerre, vannak olyan bejáratot formák, amelyek az esetek túlnyomó részében sikerre vezetnek, és így biztosítják az iparág számára a tőkét akár kísérleti, tehát a szabályoktól eltérő alkotások finanszírozásához is. Két szabályt mutatok be röviden: a hollywoodi képletet és az utóbbira támaszkodó popzenei dalformát. E képleteket alkalmazom is egy-egy politikai kommunikációs megnyilvánulás elemzésére: Orbán Viktor 2023-as évértékelőjét² és egy 2022. február 4-ei interjúválaszát³ vizsgálom majd.

2 Lásd <https://www.youtube.com/watch?v=ic25DgzE2DI>.

3 Lásd <https://mediaklikk.hu/miniszterelnoki-interjuk/cikk/2022/02/04/orban-viktor-miniszterelnoki-interju-jo-reggelt-magyarorszag-februar-4/>.

3. A hollywoodi képlet és az évértékelő

Hollywood és általában a kommersz populáris kultúra több évtizedes, de tulajdonképpen több évezredes múlt után alakította ki a maga sikerreceptjét. Egri Lajos még a negyvenes években írt könyve (Egri 2008), amelyet rendszeresen úgy idéznek, mint az egyik alapozó művet Hollywood számára (például Field 2005: 1), a drámaírás egész történetét áttekintette. A sikeres film receptjéhez sokat elemzi elsősorban Shakespeare és Ibsen műveit, de szerepelnek benne Szophoklész, Molnár Ferenc és mások is. A hollywoodi képlet tehát nem kizárólag a kommersz művekből merít, hanem azokból, amelyek tartósan hatásosnak bizonyultak, hiszen manapság is sokat játszásként őket.

Hollywood sok évtizedes sikerének számtalan oka van a tökébőségtől kezdve a piacok igényeihez való gátlástalan alkalmazkodáson át (Urwand 2013) az amerikai kormányzati szervekkel, főleg az erőszakszervezetekkel való jó együttműködésig (Alford & Secker 2017). De nem utolsó az okok között az, amilyen gondosan a filmek fel vannak építve. A történetépítkezés hollywoodi mintájának sikerét hol a jungi pszichológia (Booker 2004), hol az antropológia (Campbell 1949) alapján próbálták megmagyarázni, de minket nem annyira a magyarázatok foglalkoztatnak, mint inkább a modell alkalmazása.

Számos könyv, tanulmány, videofilm foglalja össze a hatás titkát, és szolgál tanácsokkal a kezdő vagy a sikertelen írók, a forgatókönyvírók és a rendezők számára arra nézve, hogyan építsenek fel egy regényt vagy filmet. A tanácsadó irodalomban hollywoodi képletnek (*Hollywood Formula*) nevezett szerkezet nagy népszerűsége tett szert például a marketingirodalomban is (Lund & Kimbu 2020): hogyan rendezzük el a turistáskodással kapcsolatos üzenetünket a leghatásosabban, hogy a potenciális vevők ne tudjanak ellenállni a desztinációkínálatunknak?

Ehelyütt Karen Woodward (2017) összefoglalóját követem. Ő más szerzők, főleg Dan Decker (1998) és Joseph Campbell (1949) alapján aprólékosan vázolja fel az ideális, ideáltipikus hollywoodi film és kommersz regény szerkezetét. Mivel a leírás felettébb részletes, a képlet egyes pontjainak rövid bemutatása után rögtön jelzem, hogy miként feleltethető meg nekik a 2023-as miniszterelnöki évértékelő egy-egy összetevője.

3.1. Karakterek

A hollywoodi képlet szerint a jó történethez először is szükséges három főszereplő: a protagonista, az antagonist és a társ, angol eredetiben: *relationship character*. A protagonista általában ember vagy csoport, például *A gyűrűk ura* történetben Frodót és a Gyűrű Szövetségét is tekinthetjük protagonistának.

A protagonista akar valamit, éspedig valami konkrétat, jól körülírható és elérhető. *A gyűrűk urában* Frodó a Megye és Középfölde megóvása érdekében valami nagyon konkrétára törekszik: a gyűrű megsemmisítésére, amihez el kell jutnia a Végzet hegyére. Az, hogy a cél nem elérhetetlen, nem azonos azzal, hogy könnyű elérni.

Az évértékelőben kezdettől világos, ki a protagonista: Magyarország. Időről időre az ország összecsúszik ugyan a kormánnyal, de jobbjára az általános értelemben vett magyar törekvésekről esik szó. Orbán Viktor specifikusan szól a protagonista céljairól is: a fő cél a háborúból való kimaradás, mert ez a kulcsa a kisebb és eddig érvényesülő pozitív folyamatok folytatódásának, a gazdasági előrehaladásnak, a családok boldogulásának stb.

Az antagonist meg akarja akadályozni a protagonistát a célja elérésében. Bár a filmekben az antagonist nem mindig negatív figura, az évértékelőben aligha lehet pozitív az, aki akadályozza a protagonista Magyarország törekvéseit. A szöveg mindjárt az elején nemcsak a protagonistát és a céljait, hanem az antagonisták közül nem egyet is felsorol: Brüsszel, Soros György és a baloldal.

A társ az a figura, aki a protagonistával folytatott párbeszédben tisztázza a közönség számára a küldetés mélyebb témáját, jelentőségét. *A gyűrűk urában* ilyen társ Frodó mellett Gandalf, az ő távollétében pedig Samu. Magyarország mint protagonista mellett a társ valószínűleg a kormány, amely például az évértékelőhöz hasonló beszédekben tisztázza az erőfeszítések értelmét. Orbán Viktor utal is mindjárt a szónoklat elején arra, miket fog megbeszélni a jelenlevőkkel.

3.2. A szerkezet

A karakterek mellett a hollywoodi képlet másik fő összetevője a cselekmény szerkezete. A jó történet három részre, három felvonásra oszlik, de mindegyiken belül szigorúan megszabott méretű részeknek és tartalmi elemeknek kell helyet kapniuk. Viszonylag szigorúan meg van szabva az egyes felvonások terjedelme is: az első felvonás teszi ki a teljes időtartam 25 százalékát, a második az 50 százalékát, a harmadik pedig a maradék 25 százalékot.

Ha megvizsgáljuk az ötven perces évértékelőt, valóban az első 23 százaléknál, majd 75 százaléknál látunk témaváltást. Az első fordulatot Orbán Viktor azzal jelzi, hogy a háború váratlan kitörését említi, a másodikat pedig azzal, hogy a háború témájáról áttér az infláció kérdéskörére. Lássuk az egyes felvonások feladatait!

A képlet szerint az első felvonás témája a karakterek, elsősorban a protagonista bemutatása és megkedveltetése a közönséggel. A protagonista jóra való figura, békésen éli az életét, egészen addig, amíg valami meg nem zavarja azt, és cselekvésre nem ösztönzi. Ezt az eseményt nevezi a szakírás *inciting event*-nek. A protagonista először megpróbál ellenállni a kihívásnak, de végül mégis cselekvésre szánja el magát, és nekiindul a küldetésének.

Ennek megfelelően az évértékelő első 23 százaléka a jól és egyre jobban működő Magyarországról szól: „Pedig már olyan jól alakult, minden olyan szépen el volt gondolva” – kezdi a miniszterelnök az eredmények, a fényes perspektívák bemutatását. Említi a baloldali kormányzás romjainak az eltakarítását, a gazdasági és a jóléti eredményeket, a munkanélküliség csökkenését és az új alkotmányt is. Az idill bemutatása tehát specifikus: nemcsak általános képet kapunk, hanem részleteket is. Az országnak vannak ugyan rosszakarói, elsősorban Brüsszel, Soros György és a hazai baloldal, de a sokszoros választási győzelmek és kétharmadok azt bizonyítják, hogy ezek az ellenfelek eddig nem állították komoly erőpróba elé Magyarországot.

Ahogy Orbán Viktor mondja: már minden szépen alakult, amikor előbb beütött a járvány, majd – és ez a jelentősebb – kitört a háború. Ez az évértékelő *inciting event*-je. Már csak azért is itt ér véget az első felvonás, mert ettől kezdve az új helyzettel való szembenézés feladatai, nehézségei következnek. A hősnek tehát el kell hagynia a nyugodt időket, mint Frodónak a Megyét, és neki kell vágnia a hosszú küldetésnek, hogy megoltalmazza az eddigi eredményeit. Ennek a megoltalmazásnak a fő eszköze a háborúból való kimaradás, a hősnek ez lesz a megfogható, és bár nehéz, de elérhetőnek tűnő célja a küldetés alatt.

A második felvonás a küldetés megpróbáltatásokkal teli szakasza. A hős eleinte jól halad az útján, ezt nevezik az irodalomban *rising action*-nek vagy *dream stage*-nek. Valahol a felvonás közepe táján azonban ez a lendület megtörik, a hősnek szembe kell néznie azzal, hogy az út nehezebb lesz, mint gondolta. Itt kezdődik az, amit a szakértők *falling action*-nek, vagy *nightmare stage*-nek neveznek. Minden egyre sötétebb és reménytelenebb, például egyre nagyobb tömegű és erősebb az ellenség. Jellemző, mint általában a mesékre és a hollywoodi történetekre, a hármasság: három próbatételen kell keresztül mennie a hősnek, három ellenséget kell legyőznie stb. A felvonás azon a ponton végződik a teljes terjedelemben 75 százaléka körül, ahol a hős a legmesszebb kerül a céljától. Ekkor minden remény elveszett.

Az évértékelő ugyanezt az ívet követi. A miniszterelnök először arról beszél, hogy a háború keltette kihívás tükrében újra át kellett gondolni a célokat. Ez megtörtént, és jóleső érzéssel mondhatja, hogy a célok jelentős részét fenntartották. Ámde ettől még a 2023-as év lesz a legveszélyesebb a rendszerváltás óta. Látjuk, ahogyan az út nehezedik. Két új ellensége van Magyarországnak: a háború és az infláció.

„Hogyan győzzük le a háború veszélyét? Szívünk szerint egyszerűen véget vetnénk neki, de ehhez nincs elegendő erőnk, ez nem a mi súlycsoportunk.” A hős tehát nem tűzheti ki célul a háború megállítását, mert az elérhetetlen, és így ellentmondana a hollywoodi képletnek, hogy a célnak elérhetőnek kell lennie. Ez a cél a kimaradás. Ezt is nagyon nehéz elérni, mert – ahogy a beszédben halljuk – Magyarország „a szövetségeseivel homlokegyenest ellenkező módon a béke pártján marad”.

A teljes szöveg 48 százalékánál, tehát valóban a felénél következik be a nagy szembenézés, amely többek között annak kimondásához is elvezet, hogy a Vatikánt leszámítva Magyarország egyedül maradt a békevágyával. Ezt a válságot Orbán Viktor a következőképpen vezeti fel: „A háború felszínre hozott néhány tanulságos és súlyos igazságot is. Ne menjünk el mellettük szó nélkül.”

Ettől kezdve egészen a felvonás végéig egyre sötétebb a kép. A politikus először azokkal kel birokra, akik azt hiszik, hogy képesek ellenőrzés alatt tartani a háborút. Ezek között a brüsszelitákat említi, de már megnevezi Kijevet és Washingtonot is mint ellenfelet. Ők nem akarják azt, hogy Magyarország kimaradjon a háborúból, ezért ők is a történet antagonistái. De nemcsak az a veszély áll fenn, hogy bizonyos országok bele akarják rángatni a protagonistát a háborúba, hanem az is, hogy egész Európa és a Nyugat sodródik, ez az irányítatlan mozgás pedig olyat is elsodorhat, aki ki akarna maradni belőle. A helyzetet az is súlyosbítja, hogy a háborúpártiak között immár megjelent Németország is.

A szöveg 75 százalékánál valóban elérjük a legreménytelenebb pontot. Ez az Egyesült Államok kormányához mint a legerősebb antagonistához kötődik. Jól látható a hármasság: előbb „jó barátot” küldenek, majd „présebert”, és még megtörténhet, hogy Puccini érkezik, vagyis valaki, akinek a vezetésével puccs történik Magyarországon. Mivel pedig a magyar baloldali háborúpárti, a jobboldali kormány bukása a háborúból való kimaradás céljának a feladásával járna.

A harmadik felvonás a nagy összecsapásnak és a problémák megoldásának az ideje. A protagonista teljesíti vagy elbukja a küldetését, s ettől függően vagy megdicsőül, és visszatérhet az eredeti idillbe, vagy elpusztul.

Az éwertékelő harmadik felvonása megígéri azt, hogy Magyarország kimarad a háborúból, két ellenfelet pedig egészen biztosan le fog tudni győzni. E kettő a beszéd záró részének a két témája: az infláció és a pedofília. Az inflációval foglalkozik sokkal hosszabban a miniszterelnök, és ez végső soron a háború következménye, tehát ha az infláció felett győzedelmeskedünk, akkor kissé a háborút is legyőztük, de legalábbis kimaradunk a gazdasági vonatkozásából.

A harmadik felvonásban tehát erős ígérek hangzanak el a hős győzelmét illetően. És a beszédzáró téma, a pedofília elleni küzdelem valóban jó esélyt sugall arra vonatkozóan, hogy összefogva az ország a megbolondult világ ellenében is győzni fog.

A hollywoodi képlet meglepően jól működött a kormányfő éwertékelőjének leírásában, holott kevés köze kellene, hogy legyen egy komoly beszédnek a populáris kultúra fellegvárához. Ha pedig valóban érvényesül a képlet a beszédben, akkor alappal vélelmezhetjük, hogy nem véletlenül arat Orbán Viktor meglehetősen sikert a maga szónoklataival a hívei között, de még rajtuk kívül is.

4. Dalszerkezet és interjúválasz

A következőkben Orbán Viktornak egy interjúkérdésre adott válaszát elemzem, és pedig a sikeres popszámok szerkezete felől közelítve. Az elemzésben fontos szerepet játszik az energiaszint, a dalok és a politikai kommunikációs megnyilvánulások által a közönségben keltett energia mennyiségében bekövetkező változások. Ez meglehetősen szokatlan a társadalomtudományi szemnek és fülnek, de nem előzmény nélküli. Az interakcionista szociológia a kései Durkheim felfogását radikalizálva minden további nélkül beszél például a nagygyűlések és más rituálék által keltett érzelmi energiáról (Collins 2005). A leírások szerint a közönség gyakorta távozik egy-egy jól sikerült rendezvényről energiával feltöltődve; éppen ezért szokott ilyeneken jelen lenni, és nem érné be azzal, hogy valamilyen médiában kísérje figyelemmel a történéseket.

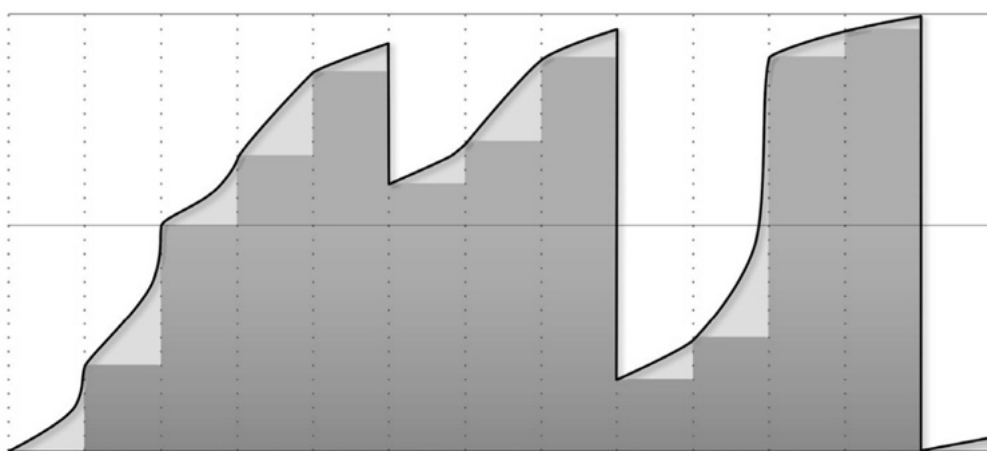
Friedemann Findeisen (2015) a sikeres, népszerű popzenei dalok szerkezetét szintén a hollywoodi képletre vezeti vissza. Ahogyan a hollywoodi film is a várakozások és a beteljesülések váltakozásával kelt hatást, úgy a dalok is ezt teszik, három-négy perces, és nem kétórás időtartamban. A dalok is úgy vannak felépítve, hogy a zenei történet hullámmozgást mutat az energia tekintetében. Ilyen hullámból kettő vagy három van egy-egy dalban: a hullám alacsonyan indít, általában tényleíró a szövege is, majd a leírást valamilyen általánosító szöveg követi, gyakorta az érzelmi viszonyulás jelzésével, amely magas energiájú rész, és a refrén alakjában jelenik meg. Ez a szöveggel harmóniában megmutatkozik a zenében is; éppenséggel az érzélem elsősorban a zenei történetben mutatkozik meg. Az érzelmi hullámhegyet, a refrént újabb alacsony energiájú rész, majd megint egy érzelmi értékelés követi. A második vagy a harmadik hullám után, az átkötésben a szöveg és a dallamvilág is megváltozik, hogy mintegy a maximálisra növelje a várakozást a refrén visszatérésére. A dalt a refrén kétszeri vagy többszöri ismétlése zárja, esetleg még egy további elcsendesítő motívummal kiegészítve.

Lássuk ezek után közelebbről és formalizáltabban is, hogy milyen a sikeres popdalok szerkezete! A dalok tehát a következő részekre szoktak oszlan:

1. Intro – 2. Verza (*Verse*) – 3. Elő refrén (*Pre-Chorus*) – 4. Refrén (*Chorus*) – 5. Verza (*Verse*)
- 6. Elő refrén (*Pre-Chorus*) – 7. Refrén (*Chorus*) – 8. Elsődleges átkötés (*Prim. Bridge*)
- 9. Átkötés (*Bridge*) – 10. Refrén (*Chorus*) – 11. Refrén (*Chorus*) – 12. Outro

E részek az 1. ábrán látható módon viszonyulnak egymáshoz.

1. ábra
Az energiagörbe



Forrás: Findeisen (2015: 74)

Az ábra sötétszürke oszlopai a zenei és szöveges intenzitást jelzik, a görbe pedig azt, ahogyan valamilyen eszközök igénybevétele emelkedik vagy süllyed a hallható zenei anyag energiaszintje. Például amikor egyetlen énekhang hallatszik, és az ráadásul halk, akkor alacsony intenzitásról beszélünk, míg ha számos hangszer szól, és/vagy az énekes hangosabban énekel, és/vagy magasabb hangon, esetleg háttérénekesekkel kíséren, akkor magas intenzitású a részlet. Az energiagörbe pedig akkor emelkedik vagy süllyed, amikor változik az intenzitás, például az énekes megemeli a hangerejét és a hangmagasságát,⁴ vagy újabb hangszerek lépnek be.

Findeisen (2015: 76, 169, 208) párhuzamot von a dalok és a nyilvános beszéd szerkezete és hatásos megoldásai között is. Ez megnyitja annak a lehetőségét, hogy a politikusok beszédében is megpróbáljuk megkeresni annak a jeleit, ahogyan a beszélő hasonló hullámokra ülteti a szövegét. Először felkelti a közönség várakozását, majd azt kielégíti valamilyen motívummal, például előbb tényeket mond, akár csak egy dal a verzákban, majd értékeli ezeket, és/vagy megmutatja érzelmi viszonyulását a tényekhez, ahogyan a dal teszi a refrénekekben. Ezután újabb hullám következik.

Az alábbiakban Orbán Viktor 2022. február 4-ei interjújának egy részletét elemzem az energiagörbe-felfogás alapján. A műsorvezető az interjú vége felé hosszú kérdést tesz fel a miniszterelnöknek, aki nem egészen három percen válaszol a kérdésre. Ez nagyjából megfelel egy popzenei dal hosszának, különösen akkor, ha az utóbbiból leszámítjuk a zenei felvezetést és betéteket. A választ teljes terjedelemben közlöm, de már felosztva az említett részek szerint.

⁴ Az egyik legszebb példa Katy Perry *Firework* című dalában a két elő refrén: az első a 45. másodperctől, a második 2 perc 3 másodperctől.

[Intro és keret:]

Kikotyognak időnként ezt-azt, és az élelmes ember, mint amilyenek mi vagyunk, félszavakból is megérti, hogy mi a helyzet, értjük mi ezt, tudjuk, miről van szó, de ennek nincs nagy jelentősége. Persze az embert bosszantja, különösen egy átlagos magyar polgárt, aki dolgozik itthon, nem nyolc, hanem tizenkét órát, a munkájának köszönhetően az egész nemzetgazdaságot sikerül kihúzni a bajból. Valójában egy sikertörténet Magyarország.

Mint látjuk, a Bevezetés egyfajta vezetői összefoglaló, tehát tartalmazza a későbbiek fő állításait a kritikák jelentőségétől kezdve az emberek áldozatos munkáján át a sikeresség téziséig. Ez tulajdonképpen megadja a „politikai dal” spektrumát, azt, hogy mettől meddig terjed a belőle kinyerhető energia, mire számíthatunk a végéig. Az Introban megismerjük a dal protagonistáját, az átlagos magyar polgárt, akit bosszantanak az antagonisták, akadályozzák abban, hogy teljesítse célját, azt, hogy jó érzéssel tekintsen az elért eredményekre.

[Verza 1:]

A minimálbért megemeljük, mondjuk 20 százalékkal az idén, vagy történelmi elégtételként visszaadjuk a nyugdíjasoknak azt a tizenharmadik havi nyugdíjat, amit a baloldali kormányok még Gyurcsány idejében elvettek tőlük, akkor is visszaadjuk, hogyha a mostani baloldal megint azt mondja, hogy ez nem helyes.

Az első „versszak” tényeket közöl, és Orbán Viktor hangja is viszonylag monoton és kevésbé feszült. A „versszak” második felében megfeszül kissé, akkor, amikor a baloldal kártéteményéről és kritikájáról beszél.

[Refrén:]

Szóval itt olyan dolgok történnek, amikre minden magyar büszke lehet.

Ezt azért nevezhetjük refrénnek, mert a fő motívuma, a büszkeség később visszatér. A refrén szokásos funkciójának megfelelően Verza 1 tényei után itt érzelmi viszonyulást találunk.

[Verza 2:]

Vagy az, hogy a 25 évnél fiatalabbaknak a jövedelmét nem fogja terhelni a jövedelemadó. Most februárban kapják az első ilyen fizetésüket a fiatalok, ez Lengyelországon kívül sehol nincs így Európában. Tehát van jó néhány... A családtámogatási rendszerünk párját ritkítja Európában.

Újabb „versszak” a tényekkel. A tényrész hosszabb, mint az elsőben volt, és tágasabb is, hiszen míg az első csak Magyarországot említi, a második Lengyelországot, sőt az utolsó mondatban európai szintre emelkedik. A politikus tehát növeli a várakozás intenzitását. A második mondat után majdnem belekezd a refrénbe, de még hozzátesz a tényekhez egy újabbat.

[Refrén:]

Tehát vannak dolgok, amikre büszkék lehetnénk, sőt büszkék is vagyunk.

Nemcsak a második versszak intenzívebb az elsőnél, hanem a második refrén is, legalábbis a hangerőt illetően. Ráadásul míg az első refrén a magyar embereket említi, itt többes szám első személyben fogalmaz, amivel személyessé teszi az érzelmi viszonyulást.

[Verza 3:]

És amikor az átlagos magyar ember látja, hogy a dolgok azért előremennek, persze soha semmi nem tökéletes, mindent lehetne jobban csinálni, kormányozni is lehet

természetesen jobban, még nem mi vagyunk a világ legjobban kormányzott országa, tehát mindent lehet jobban csinálni, de összességében mégiscsak minden évben mindenki Magyarországon legalább egy lépést mehet előre.

A harmadik versszak általánosítja az előző két versszak tényeit. Nem sorol újabb eredményeket, hanem mintegy előkészíti a büszkeség magasabb fokát, olyan önértékelő érzelmet, amelyik immár nem egyes eredményekre irányul, hanem a kormányzás és a boldogulás egészére.

[Refrén:]

Ez ilyen időkben, ilyen válsággal terhelt, népvándorlásos meg világjárványos időben egy nagy teljesítmény, erre büszkék akarunk lenni. És ez helyes is.

A refrénben újra explicit megfogalmazást kap a harmadik versszakban még inkább alátámasztott érzelem, a büszkeség. Sőt tovább bővül és tágul az alapja: már nem pusztán Magyarország, nem is csak a testvéri Lengyelország, vagy Európa, hanem a világ is megjelenik a szövegben.

[Elő átkötés:]

És akkor közben jönnek mindenfajta újságírók, akik a magyar haverjaikra hivatkozva mindenfajta blóddli számárságot, fakenews-szerűségeket írnak.

A dalokban az elő átkötés és az átkötés (*Primary Bridge és Bridge*) mindig megtöri az addigi szöveges és zenei folyamatot,⁵ de csak azért, hogy még nagyobb várakozást keltsen a refrén visszatérése iránt. Ezen a ponton Orbán Viktorral sem a sikerekről vagy a büszkeségről van szó, hanem – ellenkezőleg – arról, hogy vannak, akik bírálják azt, ami Magyarországon történik.

[Átkötés:]

És ez bosszantja az embereket. Ennyiben nem mindegy, mit írnak rólunk, de ennek politikai jelentősége nincs.

Az átkötés folytatja az előző energiaesést, de úgy viszonyul az elő átkötéshez, ahogyan a refrén a versszakokhoz: érzelmi következtetést von le a bosszankodás említésével.

[Refrén:]

Mert az asztalnál, annál a hosszú asztalnál is meg a brüsszeli nagy, kerek asztalnál is nem ez számít, hanem a tények számítanak: hogy' teljesít a magyar gazdaság, hogy' működünk, mennyire vagyunk sikeresek összemérve a többiekkel, milyen eredményt tudunk fölmutatni, ott ez számít.

Újabb, minden eddiginél erősebb refrén ez. Hosszabb is, és egyszerre szól a versszakokban és az átkötésben találhatóokról. A büszkeséget megalapozó siker említése teszi megint refrénné.

[Outro – a keret visszatér:]

Meg a jogaink, hogy kiállunk ezekért a jogokért. Na, az számít, hogy Magyarország egy olyan ország, amelyet nem lehet félresöpörni, és hogy a magyar érdekeket nem lehet a közös döntésekben mellőzni, mint ahogy a lengyel érdekeket sem lehet. Vitakozni lehet, támadni lehet, de mellőzni meg átlépni a lengyeleken meg rajtunk nem lehet, és a végén ez számít.

5 Az említett *Firework*ben a *bridge* 2 perc 49 másodpercnél kezdődik.

Végül következik a zárás. Ez már kifelé mutat a „dalból”: nem ismétli sem a versszakok, sem a refrének tartalmát, hanem megkoronázza a szöveget, tudniillik a szuverenitás motívumának a beemeléssel áttemeli az üzenetet egy másik politikai síkra.

Az interjúrészlet tehát valóban sajátos hullámzással kísérel meg – valószínűleg nem sikertelenül – érzelmi választ kelteni a hallgatókban.

1. A hollywoodi képletnek megfelelően a dal elején megismerjük a hőst, Magyarországot, metaforája a keményen dolgozó kisember. Az országot kritika, támadás éri, ami az *inciting event*, és ezen a ponton megismerjük az antagonistákat is.
2. A dal folyamán a hős különféle eredményeket ér el, amelyek igazolják, hogy jól teljesít, méltán büszke arra, amit elért. A tények és az értékelések, valamint a belőlük fakadó jóérzés lényegtelené teszik a támadásokat. A „dal” az átkötés erejéig emlékeztet az antagonisták támadásaira, és ebben a tekintetben ez az érzelmi mélypont, amikor – mint a hollywoodi képletnél láttuk – a hős a legmesszebb kerül a céljától, attól, hogy jól érezze magát.
3. Az átkötést követően kiderül, hogy a támadások irrelevánsak, és ez még inkább elégtétellel töltheti el a közönséget, hiszen a büszkeséget megalapozó eredmények olyan összképpé állnak össze, amelyek viszont egyáltalán nem irrelevánsak a nemzetközi szintéren sem.

A hőst tehát a „dal” elején kihívás éri ugyan, de útra kel, remek eredményeket ér el, és bár a „dal” második felében, az átkötés alkalmával újra megjelenik ellene a támadás, végül győzedelmeskedik. Tegyük hozzá, hogy az interjúválasz tematikailag is egybeesik a popdalok üzenetével: a megszólaló értékes, és pedig függetlenül attól, hogy mások mit mondanak róla. Erről szól a többször említett *Firework* éppúgy, mint például Katy Perry *Roar* című vagy Taylor Swift *Shake It Off* című nagysikerű száma is.

5. Zárszó

A fentiekben azt kíséreltem meg bemutatni, milyen hatáselemek különíthetők el kommunikációs termékek populáris kulturális alapú vizsgálatával. Láttuk, hogy a populáris kultúrának vannak megszívlelendő ötletei és megoldásai kommunikációs erőfeszítések hatásának a fokozásához, akár rövidebb, akár hosszabb formákról legyen szó.

Jeleztem a tanulmány legelején, hogy a megközelítésnek vannak korlátai. Nem minden választói csoport preferálja a populáris kultúrán nyugvó megoldásokat; bizonyára vannak olyanok, akiket az ilyen kifejezetten taszít. Mások viszont bizonyára szívesen felülnek a politikai beszédek érzelmi és energizáló hullámvasútjára.

Amiképpen a hollywoodi filmekben és a popzene dalaiban sem csak a szerkezet az, ami megalapozza a hatást, hiszen akkor minden film és dal ugyanannyira lenne sikeres, azonképpen a politikai beszédek és más kommunikációs megnyilatkozások sem pusztán a másutt és máskor bevált képletek alkalmazásán nyugszanak. Ugyanakkor e bevett, megszokott megoldások hiánya értékes egyéb hatáselemeket is semlegesíthet, leronthat.

Irodalom

Alford, Matthew & Tom Secker (2017): *National Security Cinema. The Shocking New Evidence of Government Control in Hollywood*. Drum Roll Books.

Blumler, Jay & Dennis Kavanagh (1999): The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, vol. 16, pp. 209–230, <https://doi.org/10.1080/105846099198596>

Booker, Christopher (2004): *The Seven Basic Plots: Why We Tell Stories*. London & New York: Continuum Books.

Brants, Kees & Katrin Voltmer, eds.: (2011) *Political Communication in Postmodern Democracy. Challenging the Primacy of Politics*. Palgrave MacMillan, <https://doi.org/10.1057/9780230294783>

- Campbell, Joseph (1949): *The Hero with a Thousand Faces*. Princeton: Princeton University Press.
- Collins, Randall (2005): *Interaction Ritual Chains*. Princeton University Press, <https://doi.org/10.1515/9781400851744>
- Decker, Dan (1998): *Anatomy of a Screenplay*. Dan Decker Books.
- Egri Lajos (2008): *A drámaírás művészete*. Budapest: Vox Nova Produkció & Műegyetemi Kiadó.
- Field, Syd (2005): *Screenplay*. New York: Bantam Dell.
- Findeisen, Friedemann (2015): *The Addiction Formula*. Enschede: Albino Publishing.
- Jewitt, Carey & Jeff Bezemer & Kay O'Halloran (2016): *Introducing Multimodality*. Routledge, <https://doi.org/10.4324/9781315638027>
- Lund, Niels Frederik & Albert Nsom Kimbu (2020): Applying the Hollywood scriptwriting formula to destination branding. *Current Issues in Tourism*, vol. 24, no. 8, <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1739005>
- Mazzoleni, Gianpietro & Winfried Schulz (2002): A politika „mediatizációja”: kihívás a demokrácia ellen? *Politikatudományi Szemle*, 11. évf. 1–2. sz. 135–156. o.
- Szabó Gabriella & Farkas Xénia (2021): Libernyákok és OIG: Modortalanság a politikai kommunikációban. *Politikatudományi Szemle*, 30. évf. 1. sz. 60–81. o., <https://doi.org/10.30718/POLTUD.HU.2021.1.60>
- Urwand, Ben (2013): *The Collaboration: Hollywood's Pact with Hitler*. Harvard University Press, <https://doi.org/10.2307/j.ctt6wpp3j>
- Van Zoonen, Liesbet (2004): *Entertaining the Citizen. When Politics and Popular Culture Converge*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Woodward, Karen (2017): *The Structure of a Great Story*. Kindle Edition.

Kiss Balázs több évtizede foglalkozik a politikai kommunikáció különféle aspektusaival, egyebek között a magyarországi politikai kommunikáció 1990 utáni történetével, a propaganda, a politikai marketing és a politikai *public relations* kérdéseivel. Legújabbán a politika és az érzelmek viszonyával kapcsolatban jelentek meg írásai Magyarországon és külföldön. A Társadalomtudományi Kutatóközpontban és az ELTE ÁJK Politikatudományi Intézetében dolgozik. Legutóbbi írása a Médiakutatóban: „Missziótól marketingig. Fejezetek a propaganda elmélet-történetéből” (2006. tavasz). Email: Kiss.Balazs@tk.hu