

LÁNYI GUSZTÁV

Igazságok és i/gazságok

Politikai játszmák*

Absztrakt

Tanulmányom politikai pszichológiai elemzés. Az elemzés konkrét tárgya a 2022-es országgyűlési választás. A pszichológiai összefüggések föltárására több szinten teszek kísérletet. Egyfelől abból indulok ki, hogy a politikai kampány politikai harc: „háború” – ami majdnem azonos a „hibrid háborúval”, de mivel én a pszichológiai összefüggésekre helyezem a hangsúlyt: *posztmodern háborúról* beszélek, aminek egy interaktív metszetét *játszmának* is nevezhetjük. A választás és a kampány ilyen háború: játszma. A 2022-es országgyűlési választás is „háború” lesz: többek között a *karakterek ütközése* is jellemezni fogja. Igazi *pszichológiai mérkőzés* lesz: *politikai kommunikációs arculatépítés és arculatrombolás*. Ám másfelől ez a kampány és ez a választás minden korábbi kampánytól és választástól is különbözni fog, mert a politikai harc (a „háború”) elsősorban a vírus, a pandémia által meghatározott helyzettől függ; a győzelem és a vereség esélye is inkább ennek, s nem annyira a politikai riválisok szokásos cirkuszi mutatóványainak az eredménye lesz.

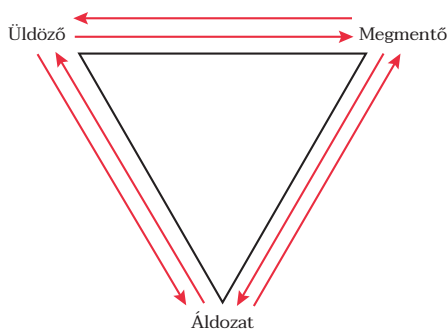
A politika: játszmák végtelen sorozata

A politikai játszmák a tematizációs küzdelmekben mutatkoznak meg; ez olyan küzdelem, aminek a választásban csúcsosodik ki a pszichológiai és dramaturgiai sajátossága: *nyereségmaximalizáló és veszteségminimalizáló* jellegzetessége.¹ A kampányban pedig az „igazság” relativizálódik: az *i/gazságok* tündér- és vitustánca ömlik rá a politikai nyilvánosság tereire. A játszmák lényege ugyanis: (1) rejtett és (2) nyereségre tör. A nyereségek a rejtettség révén összegződhetnek a „közvéleményben”, amely dönt a játékosok személyéről, a játszmák témájáról és tétjéről is. Az egyik legfontosabb játszma: a „jó” politikus „őszinte” arculata. A politikus Áldozatként és/vagy Megmentőként nyer mandátumot – lesz belőle Üldöző: választói

* „*Magyar sorsproblémák. Társadalom-lélektani kor- és kórképek*” című, kiadásra előkészített könyvem zárófejezete.

¹ Lányi 2002a, b. Lásd még: Lányi 1996, 1997, 1999a, b, c, 2000.

csalódnak, mert adót emelt, sanyargatja a népet, csak a saját hasznát keresi, korrupst („lop”) stb.² A politikai játszmák azonban afféle ördögi körként strukturálisan „kötöttek”, csak a szereplők változhatnak:



A koronavírus-járvány elleni magyar küzdelemnek is van egy ilyesfajta játszmajellege: látványos és egy kevésbé látványos politikai pszichológiai vetülete. A látványos vetület a politikai cselekvők színészi teljesítményeit, mutatványos tehetségét, rátermettségét veszi figyelembe; a kevésbé látványos vetület viszont az összefüggések pszichológiáját értelmező erőfeszítés nehézségeire, esetleges módszertani bonyodalmaira is utal(hat).³ Az itt következő elemzésben tehát arra teszek kísérletet, hogy a politikai színpad látványeffektusait a pszichológiai értelmezéssel átvilágítsam.

A koronavírus-járvány elleni küzdelem: színpad és szereplők

*A pszichológiai elemzéshez szükséges összefüggések fogalmi vázlata. – Politikai harc: „háború” – ami majdnem azonos a „hibrid háborúval”,⁴ de mivel én a pszichológiai összefüggésekre helyezem a hangsúlyt: *posztmodern háborúról* beszélek, aminek egy interaktív metszetét *játszmának* is nevezhetjük. A választás és a kampány ilyen háború: játszma. A 2022-es*

² Lányi (és kiváló tanítványaim: Pintér, Balogh, Kovács) 2006.

³ Lányi 2005.

⁴ Földi 2019.

országgyűlési választás is „háború” lesz: többek között a *karakterek ütközése* is jellemezni fogja. Igazi *pszichológiai mérkőzés* lesz: *politikai kommunikációs arculatépítés és arculatrombolás*. Például:

Orbán Viktor:⁵ a „kemény harcos/vezető” – alkalmas, de „diktátor”.

Karácsony Gergely:⁶ gyenge, hezitáló, konfliktuskerülő – alkalmatlan, de „szimpatikus” és „demokratikus”.

Miképpen is állt/állítható elő ez a különös, ám mégis tipikus választási alternatíva?

Az én alább következő elemzésem nem pusztán a közvélemény-kutatók „értelmezésén” alapul, noha figyelembe veszem:⁷

Kutatócég	Pulzus	Századvég
Kutatás ideje	2021. január	2020. december
Kérdezettek száma	1000 fő	1000 fő
Karácsony Gergely (Párbeszéd)	14	14
Jakab Péter (Jobbik)	12	12
Dobrev Klára (DK)	14	23
Fekete-Győr András (Momentum)	8	5
Márki-Zay Péter (független)	11	17
Bajnai Gordon (független)	–	20

Az ilyesfajta „kutatások” prediktív (és pártorientációs) kényszerét tehát nem követem – a „jósolás” kockázatos, noha a politikai üzem masinériájának működtetéséhez szükséges információk fontosságát nem vonom kétségbe. Az alábbiakban azonban azt fogom megvizsgálni, hogy a médi-

5 https://mandiner.hu/cikk/20210212_orban_viktor_kossuth_radio_koronavirus_belfold_intervju

6 https://mandiner.hu/cikk/20210205_a_fo_va_ros_szerint_nincs_pe_nz_ma_r_zebra_ra_sem_miko_zben_millio_s_jutalmakat_osztogatnak

7 Az ellenzéki oldal potenciális miniszterelnök-jelölt jelöltjeiről. https://hu.wikipedia.org/wiki/2021-es_magyarorsz%C3%A1gi_ellenz%C3%A9ki_el%C5%91v%C3%A1laszt%C3%A1s

umok által konstruált látszatvalóságok olyan *arcuati artefaktumok*, amelyek döntő módon meghatározzák a választásokat.

Választás és politikai kultúra

A plurális polgári demokráciákban minden politikai választás a „kínálat” és a „kereslet” feszültségében mozog, ezért a kampányidőszak szükséges tartozéka a demokratikus politikai életnek. A kampány ugyanis a politikai választások alternatíváit kidolgozó komplex tevékenység; olyan tevékenység, amelyet a politikai piac „kínálati oldalán” állók fejtenek ki a „vásárlók” kegyeinek elnyerése érdekében. Az eladók arra törekednek, hogy árujuk – önmaguk, pártjuk és eszméik – minél kelendőbb legyen, a vásárlók pedig azt szeretnék, hogy a bevásárolt áru kielégítse szükségleteiket, várakozásaikat, reményeiket, érdekeiket. A kampány politikai (gazdasági) célja tehát a kölcsönös haszonmaximalizálás: a kampányolók a minél több szavazat megszerzésében reménykednek, a választópolgárok pedig szeretnék jó kezekben tudni saját politikai képviselőiket.⁸

Ennek a kölcsönös haszonmaximalizáló törekvésnek a sok-sok összetevő között – a politikai kultúra részeként – *pszichológiai komponensei* is vannak. A politikus(jelölt) és a választópolgár a politikai piacon ugyanis *találkozni* szeretne egymással, ez pedig – többek között – olyan *kommunikatív* folyamatot feltételez, amelyben a *személyiségek* egymásra hatása talán a legfontosabb tényező.

A politikai választások tétje persze a győzelem és a vereség: a hatalom megszerzése vagy elvesztése. A hatalom megszerzéséért (megtartásáért, visszaszerzéséért stb.) igencsak változatos eszközöket lehet alkalmazni – ezek közül a pszichológia kétségtelenül nem a legrégebben alkalmazott (és semmiképpen sem véres) „fegyver”.

A politikában mindenekelőtt azonban győzni kell, akár a csatatereken, ám a politika – s kivált a *modern polgári demokráciák* keretei között legitim politika – csak *szimbolikus csatatereken* zajlik, választási küzdelmek során például a tévében, az internet különböző felületein, újságok

⁸ Houghton 2009, 157–167; Johnson 1999, 100–173; Lipset 1995, 207–302; Mills-Bricknell 2020; Mutz 2013; Newman 1999, 2000; Peterson 2014.

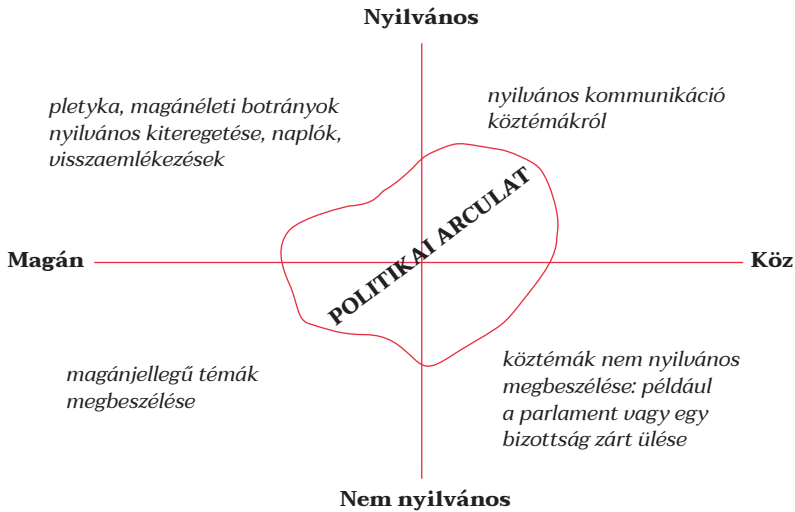
hasábjain, politikai gyűléseken. A politikai érzelmek ugyan látványosan fortyoghatnak, kemény szócstaták dúlhatnak, ám a bennük kavargó „ősi” indulatok a *nyilvánosság színpadán* átformálódnak (szublimálódnak, elaborálódnak, racionalizálódnak stb.), vagyis az indulatok eredeti, zabolátlan érzelmi hőfoka lecsillapul. Ezért a modern polgári demokráciákban kialakult és rendszeres időközönként megismételt politikai választások során a lehetséges győzelem – és másfelől a vereség – nem (lehet) teljes, mert a „győztes” nem élet és halál ura, nem öntethet ólmot a vesztes fülébe, szemét sem szúrathatja ki – legföljebb a szavazatok több mint ötven százalékát birtokolhatja (a következő választásig). Ez persze nem lebecsülendő eredmény, de valójában még az ilyen „nagyarányú” győzelem is azt mutatja: a modern polgári demokráciákban a „győzelem” soktényezős játszma erőterében alakul ki, s valójában *nincs egyértelmű győztes* (és vesztes). Ezért a „győztes/vesztes” vérgőzös látomásai és vértolulások indulatai a józan és prózai realitás *piaci kalkulációiba* hullnak alá – még Magyarországon is.

Magam itt és most (is) amellet fogok érvelni, hogy nálunk is lehetséges a kulturált kampány – ennek szerves részeként fontos tényezőnek tartom a pszichológiai kulturáltságot is –, miközben és éppen ezért igyekszem rámutatni a problémákra is. Azt fogom vázolni, hogy a kampány *harc* – de nem (polgár)háború, nem gyilkos ütközet, csak *arculat*formáló (építő/romboló) küzdelem. A 2022-ben esedékes országgyűlési választás is ilyen harc lesz. Mindenekelőtt tematizációs küzdelem.

A tematizáció játszója

A polgári demokratikus politikai kultúrán alapuló kampány egyik legfőbb pszichológiai sajátossága a tematizáció szimbolikus univerzumának meghatározása. Az a *tünemény* ugyanis, amely a mindennapi politikai cselekvések látványos vagy kevésbé látványos, mindenestre *megmutató* oldala, egy sajátos világ; olyan világ ez, amely a politikai nyilvánosság szerkezeti rendjében helyezhető el. Ez a szerkezeti rend pedig nem más, mint a *tömegkommunikációs tér szerkezete*:

1. ábra. A tömegkommunikációs tér szerkezete



A tömegkommunikációs tér. A kommunikációs tér vízszintes tengelyét a *kommunikáció tematikus tartalma* (köztéma – magántéma), függőleges tengelyét pedig a *kommunikációhoz való hozzáférés, illetve a hozzáférés kontrolljának mértéke* (a nyilvánosság fokozatai: nyilvános – nem nyilvános) jelölik. A kommunikációs tér funkcionálása nem más, mint a *nyilvános témakonstrukció*: az interakciós partnerek a helyzet és önmaguk definiálásával létrehozzák egy-egy téma *vándorútját* is. Tipikus út a *magánélettől a közéletig* ívelő témakonstruálás. Például a közszereplő politikusok és családtagjaik vagy velük valamilyen kapcsolatba került más szereplők „magánéleti” bonyodalmai, szerelmi, szexuális botlásai stb. válhatnak ennek a tematizációnak a martalékává. A nyilvános témakonstrukciókkal kapcsolatos stratégiák legfontosabb tétje éppen ezért nem más, mint a téma elhelyezése a „köz–magán”-skálán.⁹

A sajtótájékoztatók egyik legfontosabb funkciója, hogy a nyilvánosság színpadán a (köz)szereplő közszereplőként – azaz a *közjó* szolgálatában kompetens cselekvőként – tűnjön fel. A mértéktartó szerepinterpretáció inkább tűnik hitelesnek, mint a túljátszott, a ripacskodó buzgalom.

⁹ Szabó 2016, 526–541.

A tematizációs játszma része lehet – és éppen ezért kampánypszichológiai szempontból fontos felmérni –, hogy a politikus(jelölt) mennyire „támadható”. A magánéleti háttér – partner(ek), család, szenvedély(ek), rossz, netán deviáns szokások, betegségek – rendezettsége/rendezetlensége a politikai küzdelemben szükségképpen szóba kerül(het). A támadható területek, témák a pozitív arculatformálást is veszélyeztet(het)ik. – A kemény kampányküzdelmekben ráadásul arról is szó lehet, hogy mintegy „kukucskáló szemet” meregetve a szolid(nak feltételezett) választópolgár elé teregetnek „intim részleteket”.

A politikai (tömeg)kommunikáció további jellegzetessége az a sajátos összefüggés, amely a köztémák artikulálásával kapcsolatos: a megnyilvánulások akkor szabályosak és legitimek, hogyha valamilyen *kollektívára* vonatkoznak, valamilyen fokon *univerzálisak*, tehát a közvetlen személyes mozzanatoktól mentes, *megtisztított* témakonstrukciók. Ugyanakkor a kollektívára utaló témakonstruálás mégsem lehet személytelen, a témakonstruálás szükségképpen *perszonifikálódik*: személyek reprezentálják – ez képezi a politikai magatartás dinamikus feszültségét és egyben a kampány pszichológiai „manipulációinak” (az arculatépítésnek/rombolásnak) lehetőségeit is. Az imént idézett ellenzéki értelmező szöveg is erre példa; keresi a fogást, igyekszik kihasználni a kínálkozó alkalma(ka)t – a kormánypártok pedig ilyenkor arra kényszerülnek, hogy minimalizálják a veszteséget és/vagy minél előbb visszaszerezzék a tematizációs kezdeményezést. A politikai (tömeg)kommunikáció egyik legfontosabb dramaturgiai terméke ezért egy sajátos szociálpszichológiai jelenség és képződmény: a *politikai arculat formában tartása* – az optimalizálás igen csak bonyolult játszmáinak kontrollálása, a haszonmaximalizálás és veszteségminimalizálás labilis egyensúlyainak kalibrálása.

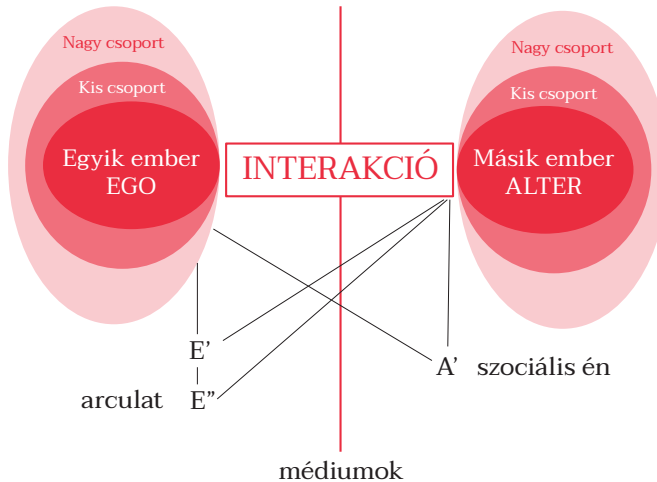
Az arculatformálás játszmája

A politikai arculat – miként ezt az 1. ábrán igyekeztem is érzékeltetni – olyan tömegkommunikációs képződmény, amely elsősorban a köztémákról szóló nyilvános kommunikáció sajátos „kísérőjelensége”. Az is látható – és fentebb néhány példával ezt illusztráltam –, hogy nemcsak „köz”-, hanem „magán”-témák is alkothatják a *tematizációs* játszmák világát.

Továbbá a nyilvánosság kontrollja behatolhat a „nem nyilvános” köz- és/vagy magántémák világába is: a magánéleti vagy üzleti, politikai élet „titkai” lepleződhetnek le, a politikusok, újságírók előszeretettel kutakodnak a politikai riválisok vagyonynyilatkozataiban, üzleti érdekeltségeiben, politikai előéletében stb.

Szociálpszichológiai szempontból azonban inkább arra az összefüggésre hívom fel a figyelmet – és ezt a 2. ábrán igyekszem illusztrálni –, hogy a politikai arculat valójában egy különös *interakciós képződmény*. Nem más, mint a *szociális énről* (tehát nem a tisztán „belső” pszichikus rétegekről, például az „ösztön-énről”) a tömegkommunikációs eszközök segítségével *levált*, az *egyoldalú kommunikáció* által létrehozott, a plurális és poszt/modern polgári demokráciák politikai nyilvánosságában funkcionáló *artefaktum*, amit a választók megnyerése, a szavazatmaximalizálás érdekében „csomagolnak”.¹⁰

2. ábra. A politikai arculat



Miként a 2. ábrán láthatjuk, az „arculat” társaslélektani *természetes alapja* a valóságos interakció, csak míg a szokásos személyközi kapcsolatban kétoldalú, vagyis kölcsönös kommunikáció zajlik, addig a poszt/modern plurális demokráciák politikai nyilvánossága olyan színpad, ahol

¹⁰ Lányi 1999a, 319–320.

a kölcsönös kommunikáció egy technikai apparátus, a tömegkommunikációs eszközök révén áttételes. Ezzel azonban létrejön egy különös és viszonylag önálló „játéktér”, ahol mintegy szabadon, ám korántsem minden korlát nélkül lehet „csomagolni”, azaz eladhatóvá, kívánatosá tenni az „árut”: a politikust, a pártját és eszméit.

Személyisége, „arca” persze minden kor (kisebb és nagyobb, vezető) politikusainak volt, elvégre például Julius Caesar és Napóleon is igencsak vonzotta és/vagy taszította kortársai politizáló közönségét, mint ahogy Rákosi Mátyás is szerette az érett búzakaralász morzsolgatása közben fényképeztetni magát, de Kádár János „párt-gyűrött” arca is, mondhatni, egy egész korszakot jellemezhetett. Ám ezek az „arcok” lehettek ugyan hatásosak, jellegzetesek, sőt jelentősek is – nem „arculatok” voltak. Nem a szavazatmaximalizálás érdekében, részben mesterségesen, többnyire tömegkommunikációs eszközökkel létrehozott artefaktumok voltak (noha ezeket a technikákat a 20. században már használhatták), hanem a valóságos vagy hazug (a személyi kultusz szolgálatába állított: „agitpropos”) karizmatikus uralkodás alattvalók fölötti reprezentációiként funkcionáltak.

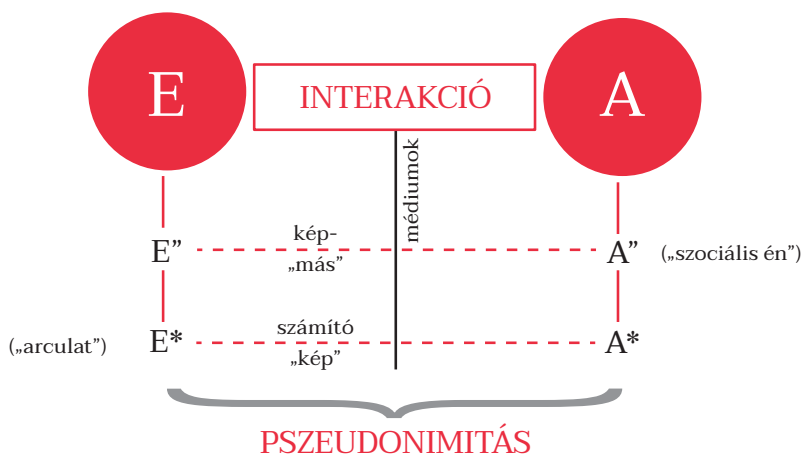
A poszt/modern plurális demokráciák politikai nyilvánossága ezzel szemben olyan színpad, ahol nem az „uralkodó(k)” és az „alattvaló(k)” többnyire véres küzdelme folyik, hanem a „politikus(ok)” és „választópolgár(ok)” jobbára a haszonmaximalizálás érdekében kifejtett játszmái. A politikai arculat tehát olyan (tömeg)kommunikatív termék, amely a haszon-, azaz a szavazatmaximalizálás funkcióját teljesíti.

Az internetes pszeudonimitás

A poszt/modern plurális demokráciákban a politikai nyilvánosság technikai modernizációjának igen látványosan és hatásosan megnyilvánuló újabb fejleménye a számítógépes (az internetes), a mobil- és okostelefonos kommunikációs eszközök által biztosított lehetőségek felhasználása. Ám azt is látnunk kell – s ez megint inkább pszichológiai tanulság –, hogy ezek az eszközök nem egyszerűen csak a technikai modernizáció, hanem a modern politikai nyilvánosság *tartalmi lényegének* felerősítését teszik lehetővé. Ez pedig – különösen az internetes kommunikációban – nem más, mint a hálózati névtelenségben mintegy „játékosan” fel- és elszaba-

DÚLÓ én-prezentálások s az ehhez kapcsolódó politikai játszmák lehetősége. Az internetes pszeudonimitás ugyanis egyrészt az „arculatok” szinte végtelen számú formálását teszi lehetővé, másrészt pedig a hagyományos tömegkommunikációs eszközökben kialakult egyoldalú kommunikációt át-, azaz visszafordítja a kölcsönös kommunikációba (lásd a 3. ábrát).

3. ábra. Az internetes pszeudonimitás



A hálózati pszeudonimitásban lüktető virtuális valóság egyik legfőbb – s az én elemzésem szempontjából különösen fontos – sajátossága: a *középpont-nélküliség*. A politikai világ pszichológiai sajátosságait is hatásosan formáló tényezőről van szó, ugyanis a középpont, a margó, a linearitás, a hierarchia fogalmára épülő konceptuális szerkezetet felváltja a multilinearitáson, a csomópontokon, a kapcsolóelemeken (*links*), a hálózatokon alapuló többjelentésű világ. A számítógépek hálózataiban élő „szöveg” (kép, hang, írás) – a *hypertext* – olyan korlátlanul újra-központosítható rendszerként szolgál, melynek ideiglenes fókuszpontját a felhasználó (az olvasó, aki maga is – éppen ezért – alkotó) jelöli ki. Ezzel megteremtí maga számára azt a világot, amelyben a *választott „középpont”* jelentéssel bír – ez (is) a poszt/modern és információs társadalom, a „homo politicus networkiensis” *demokratikus politikai potenciája*.¹¹

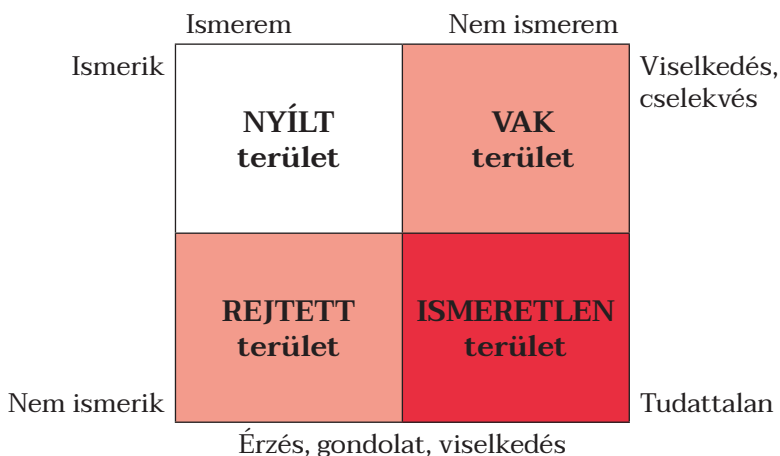
¹¹ Karácsony 2001; Nyíri 1999a, b, 126–128; Pléh 2015; Suler é. n.

Ám ez a virtuális én mint „közepont” köré vonható véleményburok labilis: amilyen könnyen létrejön, olyan könnyen ki is pukkanhat. Szép, csillogó, csábos látvány, mint a kisgyerekek kedvenc szappanbuborék-játéka, az ügyes és gyakorlott buborékfúvók egészen nagy és hatalmas buborék fúvására is képesek, ám ez a mutatvány éppen a legnagyobb siker látszatakor ér véget: a buborék szétpattan – volt, nincs!

A határmegvonás játszámája

A politikai arculat mint sajátos (tömeg)kommunikációs artefaktum a valóságos személyközi világba ágyazott, ezért oda vissza is vezethető pszichológiai alapokkal (is) rendelkezik. Vagyis azt mondhatjuk, hogy a politikai nyilvánosságban oly fontos szerepet játszó *látszatok világa* – mint pszichológiai probléma – az interakciós tér szerkezetéhez köthető dinamikus képződmény: a *nyílt*, a *rejtett*, a *vak* és az *ismeretlen* területek feszültségében létrejövő jelenségvilág. A 4. ábra – az úgynevezett *Johari-ablak* – segítségével a következő módon szemléltethetjük az összefüggéseket:

4. ábra. A személyközi tér: nyilvánosság és titok¹²



¹² A „JOHARI” ablakról lásd: Joseph Luft és Harrington Ingham nyomán, vö.: Barlai é. n., 26; Rudas 1990, 38.

A 4. ábra azt mutatja, hogy bármely – így értelemszerűen a politikai tér szereplői között is funkcionáló – interakciós partnerek dramaturgiája lényegében egy kétdimenziós diagram *pszichológijában* mozog (pontosabban, e diagram szerint [is] interpretálható). Az egyik dimenzió az *alany* (önmaga és mások), a másik dimenzió az önismeretszerzésre vállalkozó (vagyis az interakciós folyamatban ezt valamilyen mértékben mindenképpen végrehajtó) *személyről való tudás* (ismert vagy nem ismert). Ezen két dimenzió mentén az interakciós tér dramaturgiai szerkezete négy mezőre tagolódik:

(a) *a nyílt terület* – ennek az a sajátossága, hogy észlelhető és mások számára ismert tulajdonságainkból, viselkedésünkből áll,

(b) *a rejtett terület* – itt olyan érzések, gondolatok, viselkedések, tények találhatók, amelyeket szándékosan elrejtünk mások elől,

(c) *a vak terület* – ez mások által észlelhető viselkedésmódjainkból, cselekvéseinkből áll, de ezeknek mi magunk nem vagyunk tudatában,

(d) *az ismeretlen terület* – olyan terület, amelynek sem mi, sem mások nincsenek tudatában, s amit a tudattalannal azonosíthatunk.

A négy mező közötti határok természetesen nem rögzítettek, nem átjárhatatlanok, hanem – és éppen ez a lényegük – nagyon is változhatnak. Ebből adódik a személyközi érintkezések dinamikája, az is, ami minket közelebből érdekel: a politikai magatartás dramaturgiája, mindenekelőtt az a sajátossága, ami a *politika teátrális és színpalak mögötti világának sajátos kettősségében* ragadható meg, így például és többek között a *titok* és a *nyilvánosság* feszültségében megmutatkozó szerepszerű viselkedésben.

Kampánypszichológiai szempontból tehát nem az a probléma, hogy az „arculat” szerep, hanem az, ha a szerepjátszás nem hihető, ha nem hiteles. Márpedig azt is látnunk kell, hogy a politikai teatralitás és a színpalak mögötti világ között mindig van egy „rés”, ami ingataggá teheti a nyilvános szereplő szilárdnak tűnő tartását. A kampány egyik nagyon fontos ütközési felülete ebből adódik: ki tudja a másik mutatványaiban található (azaz elfedni szándékozott) „részt” tágabbra feszíteni?

Így például „XY” lobbitevékenysége, (lopott) vagyona stb. a kampányban nyilvánosságra kerülhet, a kampányjátzsma részeként a legkülönbözőbb magyarázkodások és ellenakciók szcenáriója jelzi e területek gazdag és csábító témakonstrukciós lehetőségeit. Például: *„A vagyonnyilatkozatok éjszakájának fő kérdései: hova lett Szijjártó pénze, ki Rogán új neje, és mit ront el Orbán?”* A hangzatos, érdekesítő (nek szánt) és publicisztikus

hevülettel megfogalmazott kérdések azonban egy szempontból – a társadalomlélektani diagnózis: a *gyanakvás* szempontjából – igencsak tanulságosak: „Február első napja a demokrácia ünnepe is lehetne Magyarországon, ekkor ismerjük meg ugyanis, milyen vagyunk az ország vezető politikusainak, a parlamenti képviselőinek, és olyan további közéleti szereplőknek, mint a nemzeti bank elnöke, a legfőbb ügyész és velük egy szinten lévők. Tegyük azonban hozzá: azt ismerjük meg, amit ők bevalának magukról. Innen kezdve pedig a demokrácia ünnepe már nem is annyira az, sokkal inkább a gyanakvás napja.”¹³

A politikai felszín látványos ütközéseiben azonban azt kell látnunk, hogy a nyilvánosság és a titok közötti távolság ugyan csökkenthető, de végül is teljes mértékben nem feloldható. Természetesen nem arról van szó, hogy a jogi értelemben vett bűncselekmények így igazolhatók lehetnének, hanem arról, hogy a kampány konfliktusos erőterében a szereplők hajlamosak egymást „címkézni”. Ez pedig csoportdinamikai szempontból nem más, mint határmegvonás.

Az interakciós tér – mint *pszichológiai mező* – tehát olyan dinamikus *alakzat*, amelyről azt mondhatjuk, hogy a folyamatos *határkonstruálás* mozgatja. Csoportdinamikai metszetben a következő három *határalakzat*-változást lehet megkülönböztetni:

1. a régi határok felolvadnak, átjárhatóvá válnak, észszerűségüket, helyességüket, használhatóságukat stb. kétségbe vonják,
2. az interakciós tér szereplői új ismeretekhez és belátásokhoz jutnak önmagukról és a „másikról”, új tudásukat és ennek megfelelő döntéseiket beépítik viselkedésükbe, az eltűnt vagy átjárhatóvá vált határok máshol, másféle alakzatban, de megint kezdenek láthatóvá válni,
3. és végül az új szinteken kialakuló új határokat az interakciós tér szereplői újraépítik, a láthatóvá vált határok kontúrjait megerősítik.

A szerepépítés és -rombolás játszmái

Ezért tehát igen gyakran valóban „látványosan” is megmutatkozik, hogy a poszt/modern polgári demokráciák politikai színpadán bemutatott produkció nem más, mint a politikai vitákban tematizálódó szerepek eljátszása. A politikai vitákban négy alapszerepet tematizálnak: az *idegen*, az *ellenség*, az *ellenfél* és a *szövetséges* szerepét.¹⁴

A politikai idegen: az a személy, aki az adott politikai tér határain *kívül*, a valóságos és persze a szimbolikus határokon *túl* él. A poszt/modern polgári demokráciák színpada olyan interakciós tér, ahol az „idegen” mint ilyen egyre kevésbé tűnik fenyegető és romboló erőnek, mindazonáltal teljesen nem iktatható ki onnan sem. Hogy mennyire nem, azt éppen a 2001. szeptember 11-ét követő fejlemények is igazolhatják: a „terrorista” diabolikus figurájának megjelenése. 2015 óta nemkülönben hasonló volt és ma is az a „migráció” és a „migráns” szerepe. 2020 elejétől pedig egy (látszólag) természeti csapás – a „vírus” – vette át ezt a szerepet. Pontosabban: az „idegen” *valóságos és/vagy látszatkonstrukciói ugyanazon arche-típuszerű kollektív mintázat alakváltozatai*. A kollektív mintázat alakváltozatai azonban inkább a *strukturális* azonosságot, illetve hasonlóságot jelölik, ám ez korántsem jelenti a *tartalmi* azonosságot és hasonlóságot.¹⁵

A politikai idegen poszt/modern – és ezért bizonyos fokig „örök” – dramaturgiai funkciója a „kifelé” mozgás/mozgatás dinamikájában érhető tetten. Az adott (legitim) politikai tér körvonalai, azaz *belső világa* is csak valamiféle, noha esetleg spiritualizálódott, átjárható, mintegy illékonyan megfoghatatlan *határ(ok)* megvonásával történik – vagy nem: az esetleg légnemű, láthatatlan határok is megkeményednek, áthatolhatatlan betonfalakat képeznek. Ez azonban már az *ellenség*, végső soron a háború/k gyilkos világa.

A politikai ellenség: a történeti hagyományok mentén, jobbra a származás (faj, vallás, nemzetiség, a nem – és nem utolsósorban – a vagyon) által generált *határkonstrukció*. A „határ” két (vagy több) oldalán

¹⁴ Szabó 2016, 83–85.

¹⁵ A diszkurzív politológia és pszichológia szerinti *tartalom* és *funkció* különválasztására utalok itt; arra, hogy amíg a politológia a politikai/ideológiai tartalom nyelvi és diszkurzív sajátosságait igyekszik feltárni, a pszichológia (érthető módon) a lelki működés mélyebb összefüggéseit keresi. Lásd ehhez Lányi 1997; Szabó 2000, 2005. – A széles értelemben vett társadalomtudományos elméleti és gyakorlati alkalmazáshoz lásd Bodor 2015.

álló szereplők egymást azon „másiknak” tartják, akit *mindenáron le kell győzni*. Az „ellenség(ek)” archetipusos terepe: a *háború*.

A poszt/modern politikai demokráciákban már nem annyira az archaikus származás mentén konstruálódik az „ellenség” szerepe, ám egyfelől ezek „emléke”, másfelől különböző transzformációi (elaborációk, szublimációk révén stb.) megmaradnak. Az ellenség szimbolikus (nyelvi, retorikai) konstrukciója *időlegesen markáns határvonások* mentén szabdal(hat)ja fel a politikai interakciós mezőt. A szimbolikus határvonás eszközei – többek között – az ideológiai, világnézeti értéktételezések és -attribúciók, valamint pszichológiai, morális jellemvonások (vagyis „emberi” tulajdonságok) felhasználásával történő *minősítések, címkézések*. A világnézeti háttérkonstruálás egyik tipikus eljárása a „rend és a káosz” tematizációja: annak kifejtése, *kép-viselete*, hogy a „mi világunk” a rendezett, a jó – az „ő világuk” viszont kaotikus, rossz, erkölcsstelen stb.

Az „ellenség” azonban nem szubsztanciálisan „külső”, mint az idegen, ezért nem is nevezik *nyíltan* annak, hanem különböző kerülőutas eljárásokkal csak felruházzák – *minősítik, címkézik* – a „másikat” az ellenségre jellemző ártó szándékkal, fogyatékos emberi tulajdonságokkal, például megkérdőjelezi politikai és emberi identitását, demokratikus elkötelezettségét, szakmai hozzáértését, eszét, jellemét, lelki integritását stb.

A politikai ellenfél: az interakciós téren *belül* konstruálódó szerep. Nem ellenség, de *rivális partner*. Az ellenfelek egymással küzdenek, ám nem a „végső győzelemig”, a másik teljes megsemmisítéséig, hanem a megegyezésig, valamiféle – időleges – konszenzusig. Sőt, az ellenfél potenciális szövetséges is. A poszt/modern politika színpada éppen ezért olyan interakciós tér, ahol a színjáték nem áll másból, mint az „ellenfél” és a „szövetséges” szerepek váltogatásából.

„Riasztó” kombinációk – a szavazat- és hatalommaximalizálás játszmái

A Jobbik példája. – „A néppártosodás stratégiájának meghirdetésekor senki nem gondolta volna, hogy a Jobbik alapító nyilatkozatának egy kritikus mondata néhány év múlva a pártra is érvényes lesz: »Csalódottsággal figyeltük az 1990 után alakult pártok gyors elhasználódását, világnézeti vargabetűit, köpönyegforgatását, korrumpálódását, kiüresedését.« Bő

másfél évvel a 2018-as választások után a Jobbik gyors elhasználódásának, világnézeti vargabetűinek, köpönyegforgatásának és kiüresedésének lehetünk tanúi.”¹⁶

Miről is van szó?

Ha a publicisztikus és ideológiai hevület nélkül vizsgáljuk az itt idézett jelenséget/példát, akkor azt láthatjuk: a politikai felszín látványos kombinatorikája ugyan talán meghökkentő is lehet, ám valójában arra utal, hogy a legitim politikai pártok határmegvonásait nem az ideológiai értékek, sokkal inkább a szavazatszerző piaci optimalizálás érdekei motiválják. A politikusok sem tesznek mást, mint szavazatszerző képességeiket igyekeznek maximalizálni. Karácsony Gergely is jobbára arculatépítő kommunikációs készségével, rugalmas és/vagy „elvtelen” taktikázgatóival építette eddigi politikai karrierjét, s kevésbé tűnt ki szakszerű közigazgatási (fő/polgármesteri) tevékenységeivel; ellentétben elődjével, Tarlós Istvánnal, akinek markáns arculati sajátossága volt a műszaki/mérnöki szaktudása és több évtizedes közigazgatási-polgármesteri tapasztalata – ám kommunikációs önarculati építése, karbantartása már inkább nyers és kemény volt.

A politikai vita

Az „ellenfelek” által előadott *szín(i)-játék* individuális indíttatású, ugyanakkor „közösségivé” transzformált cselekvés: szimbolikus jelentésadással az egyéni akarat(ok) – az én-prezentálások révén is¹⁷ – általános érvényességre törnek. Ezeknek a politikai játszmáknak az igazi dramaturgiai terepe a *politikai vita*. A kampány egyik és talán legfontosabb, mindenestre leglátványosabb „csúcса” szokott lenni a jelöltek, a rivális partnerek személyes – de persze a médiumok által is közvetített – találkozási *vitája*.

Mivel a politikai szerepeknek van egyfelől általános (absztrakt), másfelől pedig *konkrét* (partikuláris) jelentése, az interakciós tér szereplői – akik

¹⁶ Löfler 2020.

¹⁷ Goffman 2015.

történetesen „ellenfelek” – a *küzdelem* és a *vita* dramaturgiai szabályai szerint különböző *játszmák*ban mérik össze erejüket. Vagyis például az absztrakt „konzervatív” és/vagy „szocialista” szerepeket úgy igyekeznek definiálni, hogy az a valóságos, konkrét személy, akire vonatkoztatják, lehetőleg minél kényelmetlenebbül, sőt rosszul érezze magát benne.

(*A középre tartás játszmája*) A küzdelem és a vita ilyenkor tehát arról folyik, hogy ki milyen ellenfél – és ellenfél-e egyáltalán. Különösen kampányidőszakban élesedhetnek ki ezek a viták.

Az ellenfél-konstruálás egyik tipikus eljárása: a „középre tartás” játszmája – a vitázó partnerek az ellenfelet igyekeznek a „szélek” felé tolni, magukat pedig a „centrum” terében megtartani. Például az MSZP-nek szüksége volt a Munkáspártra, amikor kivált az MSZMP-ből: így tudta „igazolni” a *balközép* – sőt a „nemzeti közép” értékeit is felmutató – *szociáldemokrata identitását*, azt, hogy nem csak az MSZMP „utódpártja” – az ellentábor ezt persze nem nagyon hagyta szó nélkül.

A Fidesz, mint egykor volt radikális generációs párt, ekkoriban vált Magyar Polgári Párttá, nemzeti és konzervatív értékeket követve. Idővel aztán a határozott *jobbközép* tájékozódás nevében *nemzeti/patrióta és kereszténydemokrata* párttá alakult (tartós szövetségben az eredendően mindig is *jobbközép* Kereszténydemokrata Néppárttal), viszont a jobboldali radikalizmustól mindig is elhatárolódott – ám az ő ellentáborra sem hagyta és hagyja ezt szó nélkül. Minden igyekezetük arra irányul/t, hogy a Fideszt és első számú vezetőjét, Orbán Viktort kiszorítsák a jobbszélre. Erőteljes manőverekkel igyekeztek és igyekeznek a Fidesz- és kormánypropaganda támadásait leszerelni: *démonizálva* a „vezért” és „tömegét”.

(*A kószáló szerepek játszmája*) Az ellenfél-konstruálás másik tipikus eljárása a „kószáló” szerepek játszmája – olyan szerepekről van szó, amelyeket senki nem akar magára venni, mégis könnyen ráakaszthatók az ellenfélre.

A „kószáló” szerepek olyanok, amelyekben nehéz „elismert” ellenfélnek lenni, mert inkább már „ellenség”. A politikai viták dramaturgiai funkciója viszont éppen ebből adódik: a rivális partnerek bemutatják saját erejüket és felméri a másik képességeit, ezzel pedig alternatívát kínálnak választóiknak.

A politikai szövetséges. Végül szólnom kell a kampányoló játszmák közül a politikai szövetségépítés jellegzetességeiről is. A politikai szövet-

séges ugyanis olyan szerep, amelyben a partnerek egymás *kölcsönös pozitív identifikációját* végzik el. (A politikai ellenfelek pedig egymás *negatív identifikációjában* jeleskednek.) A pozitív identifikáció címkéi lehetnek – többek között – a „(elv)társ”, a „barátság”, a „szeretet”, amelyekhez különböző szövetséges szerep(képzet)ek társulnak: a „természetes szövetséges”, az „érdekházasság”, a „népfront” stb.

A szövetségkötő önképében megjelenik az önkritikus diskurzus minimuma: aki ugyanis „mindent tud”, nem szokott szövetségest keresni. Az önkritika azonban korántsem a gyengeség jele, hanem olyan dramaturgiai elem, amely éppen a hatékony képviselőt nagyon fontos tartozéka. Adott politikai erőterben ugyanis nemcsak az „ellenfél” kemény kijelölésén múlhat nagyon sok, hanem azon is, ha a szereplők céljaik érdekében képesek szövetséget is építeni: *hódítani, csábítani, meggyőzni és agitálni*. A szövetségépítő játszmák ezért nagyon fontos dramaturgiai eszközei a politikai mező dinamikus építésének.

* * *

A Fidesz és személyesen Orbán Viktor eddigi sikere jórészt azon múlott, hogy rátalált – vagy inkább így mondanám: egymásra találtak – a „múlt” és a „jövő” között feszülő pozitív mítoszra.¹⁸ Olyan kollektív történet-építésről van szó, ami a jelen aktuális kihívásai közepette is kényes egyensúlyt teremt/ett a történeti magyar nemzeti/patrióta és az európai, keresztény univerzális értékek között – 2020 márciusáig: mert ekkor Magyarországra is lecsapott a koronavírus-világjárvány.

* * *

¹⁸ Ennek a mítosznak fontos – korántsem apologetikus, inkább távolságtartóan kritikus – tartozéka a politikai autoritás, a vezérdemokrácia és rezsímépítés politológiai-fogalmi rendszerének felépítése is, lásd ehhez Körösi 2017; Gyulai–Illés–Körösi 2020. – Az egyáltalán nem távolságtartó, hanem a nagyon is lendületesen ideologikus kurzusépítéshez lásd Békés 2019, 2020; Schmidt 2017, 2020.

Az igazán életbevágó kérdés: meddig tart a pandémia, a vészhelyzet?

Élet-halál küzdelem

A politikai sóvárgások, a reálpolitikai és machiavellista ütészváltások közepette most azonban mégis csak az az igazán életbevágó kérdés: *meddig tart a pandémia, a vészhelyzet?* A kedélyes és posztmodern cirkuszi mutatványosok és a szenvedélyes és/vagy józanul haszonleső, netán közböcső nézőik ugyanis most egy igazi élet-halál küzdelem részesei. Nem a légtornász röpte, nem az oroszlanidomár bátorsága, nem a bohóctréfa harsánysága a siker mércéje, mert itt és most a mutatványosok és nézőik közös küzdelméről van (és lesz) szó: így és ezért a „győzelem” és persze a „vereség” sem lehet más – csak háborús fejlemény. A politika ugyanis már nem valamiféle kedélyes, Mikszáth Kálmán-osan anekdotázó „úri huncutság”, hanem a pénzhatalmi világrendszer függvénye: a nemzeti/patrióta és a globális erőközpont/ok tereiben folyó könyörtelen hatalmi küzdelem.¹⁹ A tét pedig az, hogy melyik alternatíva lesz képes az emberi élet túlélési esélyeit kontrollálni:

1. *A lokalitások korlátozott erőforrásait a humánökológiai egyensúly érdekében működtető, jobbra nemzeti és patrióta erők, akik azonban a re-akciós hagyományok jegyében a kemény önfenntartó, de autonómián alapuló munkát, a természetes és szakrális identitások megőrzését és továbbörökítését ígérhetik;*

2. *vagy a globális és nemzetek fölötti hatalmi centrum(ok) nyereségmaximalizáló tényezői, akik azonban a végsőig fokozhatják a humánökológiai szféra kizsigerezését, ám a „haladás” vonzó ígéreteivel: az egyre komfortosabb, az egyre könnye(de)bb, a folyamatos „happy” élet csábító és bódító lehetőségeivel.²⁰*

¹⁹ Bogár 2003, 2011, 2019, 2020; Ferguson 2019; Fodor 2013; Garai 2009.

²⁰ A további alternatívák mérlegeléséből most szándékosan kihagyom a „háború/k” opcióját; például azt is, hogy a koronavírus egy mesterségesen előállított biológiai fegyver stb. Egy következő tanulmányban tervezem ezeket az „összeesküvéselemélet”-gyanús elképzeléseket, feltételezéseket elemezni, az összefüggések pszichológiáját értelmezni, mert azt gondolom: az „összeesküvés-elméletek” diagnosztikus értékű összefüggésekre is utal(hat)nak. Mindezek elemző kibontása és értelmezése azonban egy külön tanulmányt igényel, erre itt és most nincs alkalmam.

Kampánytechnikák és pszichológiai konstansok

Amit előadásom pszichológiai eszmefuttatásában kifejtettem, az éppenséggel ebben a „háborús” készenléti állapotban és feszültségben lesz igazán fontos. Ebben a helyzetben ugyanis az nem pusztán kampánytechnikai kérdés, hogy a kampány csak marketinges és PR-os (*public relationös*) – a *spin doctorok* által kifundált – kommunikáció lesz-e, vagy pedig a pszichológiai megfontolások is szerepet kapnak? A marketinges kommunikáció ugyanis inkább hajlik a pusztai politikai (és persze üzleti) akaratképzés eszközévé válni – az emberi természet pszichológiai konstansai viszont zavar(hat)ják. A pszichológiai konstansok miatt ráadásul az ember – a választópolgár is csak ember – ösztönösen is ellenáll a sulykoló propagandának, ezért meg is tréfálhatja az őt mindenáron győzködni igyekvő politikai mutatványosokat: csak azért sem szavaz rájuk, ha egyáltalán még szavazni akar.

A pszichológiai diszkurzitás ugyanis valóban „lassítja” a meggyőzés folyamatát, de éppen ezért a kontraproduktív sulykolás csapdáját is elkerüli. Ez pedig most azért tanácsos, mert 2020 eleje óta Magyarországon is egy „különös idegennel” – a Covid-19-cel – szemben folyik a harc, a háború.

Választási esély(telenség)ek

A pandémia miatt azonban ez a hatalmi küzdelem *a civilizációs és humánökológiai rendszer visszacsatolásos mechanizmusában – ami eddig rejtve volt – most explicitté vált.* A tét ezért így néz ki:

1. Ha a pandémiát sikerül legyőzni, akkor az éppen hatalmi pozícióban lévő politikusok újraválasztásának az esélye is megnő – ha nem: akkor a bukás esélye növekszik. Például Donald Trump is valószínűleg azért (is) vesztett, mert elhamarkodott és nagyhangú ígéreteit nem sikerült tartania a vakcina, az oltás ügyében – amiről persze valószínűleg az ellenérdekelt fél a maga választástechnikai manipulációival igencsak gondoskodott.²¹

²¹ Lásd ehhez: <https://time.com/5928282/donald-trump-time-covers/> – <https://infostart.hu/kulfold/2021/02/09/osszeeskuves-trump-ellen-igy-befolyasoltak-az-amerikai-elnokvalasztast-cikk-a-time-magazinban>

2. Orbán Viktor újraválasztási esélyeit is valószínűleg inkább a pandémiás helyzet alakulása, s nem annyira az ellenzéki ilyen-olyan nekibuzdulások döntik majd el. Ha a „vírus” még 2022-ben is él és virul, akkor bizony Orbán Viktor és csapata szorult helyzetben lesz – az ellenzéke pedig azt fogja hinni (nem igazán megalapozottan), hogy győzelmi esélynövekedésük az ő „sikerük” eredménye.

Már most másról van szó.

A politikai harc (a „háború”) elsősorban a vírus, a pandémia által meghatározott helyzettől függ; a győzelem és a vereség esélye is inkább ennek, s nem annyira a politikai riválisok szokásos cirkuszi mutatványainak az eredménye lesz. A politikai aréna szereplői (politikuskok, politikuskjelöltek, választópolgárok) erőfeszítései akkor lesznek hosszú távon eredményesek, ha a pandémia valódi természetét helyesen ítélik meg, s nem pusztán az „ellenfelüket” igyekeznek legyőzni.

Társadalmi katasztrófa-vakság

A nyugati típusú polgári demokráciák politikai szereplői (politikai vezetők és választói) azonban egy sajátos *társadalmi katasztrófa-vakságban* szenvednek. Egyfelől a választási ciklusokkal felszabdalt időstrukturálás, másfelől a marketinges kampánytechnikai konfliktuskezelés szinte immunissá teszi a politika szereplőit az itt szóban forgó problémák valódi mélységének és horderejének artikulálására is – legyenek bármely oldal pártiak, kormánypártiak, ellenzékiek. Ez, például, azt jeleneti, hogy a „fenntartható fejlődés” fogalma is afféle üres politikai szlogenné vált – esetleg környezetvédelmi, netán „zöld” politikai megfontolásokat is mérlegelnek –, de valójában a „probléma” mélyén lévő igazi konfliktust nagyon is elfojtják. A politikusok azért, mert ők a „következő” választást is szeretnék megnyerni. Kampánytechnikai forgatókönyvekben ugyan dúsán tenyésznek a negatív kampány démonikus sugallatai és látomásai – a „másikról”. A saját üzenet azonban, ezt jól tudják, nem lehet „negatív”

– a *happys* kommunikációs lendület lehet csak a nyerő: az apokaliptikus víziók viszont „rémálmok”.

A választópolgárok pedig azért partnerek ebben a politikai játszmaiban, mert alapvetően ők is csak az éppen soron lévő választáskor szeretnének „győzni”. A „józan többség” egyébként is *mindenféle bizonytalanságot minimalizálni szeret(ne)*. Ez ugyan nagyon is érthető és rendjén is lenne, ám éppen a „különös idegen” miatt most nem lesz igazán nyerő opció. Ennek a csapdának a kikerülése lesz a valódi tétje a választásnak – de nem csak Magyarországon.

A „régí kerékvágásba” visszatérni azonban nagy valószínűséggel már sehol sem lesz lehetséges. Ha tehát nincs – nem lesz – megfelelő diagnózis a civilizációs/kulturális és humánökológiai vész- és véghelyzetről, akkor a valódi kibontakozás, a gyógyítás, a terápia sem fog sikerülni.

Irodalom

- Barlai Róbert é. n.: Egyéni hatékonyság. In Rudas János (szerk.): *Önismereti csoportok*. Budapest, Animula, 26–34.
- Békés Márton 2019: *Fordul a szél*. Budapest, KKETTK Közalapítvány.
- Békés Márton 2020: *Kulturális hadviselés. A kulturális hatalom elmélete és gyakorlata*. Budapest, KKETTK Közalapítvány.
- Bodor Péter (szerk.) 2015: *Emlékezés, identitás, diszkurzus*. Budapest, L'Harmattan Kiadó.
- Debreczeni József 2017: *Az Orbán-rezsim 2010–20??* Miskolc, De.hukönyv.
- Ferguson, Niall 2019: *A pénz felemelkedése. A világ pénzügyi történelme*. Budapest, Scholar Kiadó.
- Fodor László 2013: *Gazdaságpszichológia*. Budapest, Noran Libro.
- Garai László 2009: *Globális rendszerváltás? Gazdaságpszichológiai megfontolások a válságról*. Budapest, Népszabadság Könyvek.
- Goffman, Erving 2015: *Az én bemutatása a mindennapi életben*. Thalassa Alapítvány, Pólya Kiadó, Budapest.
- György Zsombor 2020: Orbán hibázott, majd atyuskaként próbálta menteni a menthetőt. *Magyar Hang*, március 14. – <https://magyarhang.org/publicisztika/2020/03/14/orban-hibazott-majd-atyuskakent-probalta-menteni-a-menthetot/>
- Gyulai Attila – Illés Gábor – Körösnéyi András 2020: *Az Orbán-rezsim. A plebisciter vezéremokrácia elmélete és gyakorlata*. Budapest, Osiris Kiadó.
- Houghton, David Patrick 2009: *Political Psychology. Situations, Individuals, and Cases*. New York – London, Routledge, https://tsu.ge/data/file_db/faculty_psychology/Political_Psychology.pdf
- Johnson, David B. 1999: *A közösségi döntések elmélete*. Budapest, Osiris Kiadó.
- Kondor Katalin 2020: Egy üzenet margójára. *Magyar Hírlap*, március 18. – <https://www.magyar-hirlap.hu/velemeney/20200318-egy-uzenet-margojara>

- Körösényi András 2017: Weber és az Orbán-rezsim: Plebiszciter vezérdemokrácia Magyarországon. *Politikatudományi Szemle*, 4: 7–28. http://www.poltudszemle.hu/szamok/2017_4szam/korosenyi.pdf
- Lányi Gusztáv 1996: Választás, kampány és politikai pszichológia. *Valóság*, 1996, 7: 1–34.
- Lányi Gusztáv 1997: A politikatudomány diszkurzív fordulata – pszichológia nélkül? *Politikatudományi Szemle*, 3: 113–121.
- Lányi Gusztáv 1999a: Politikai arculat és kommunikáció. Politikai mentálhigiéniai diagnózis(kísérlet). *Pszichoterápia*, 5: 319–330.
- Lányi Gusztáv 1999b: Politikai kommunikáció, test(nyelv) és szimbólumok. Politikai pszichológiai elemzés(kísérlet). *Valóság*, 7: 30–57.
- Lányi Gusztáv 1999c: Szomatikus lélek és politikai kommunikáció. In Sárközy Erika (szerk.): *Rendszerváltás és kommunikáció*. Budapest, Osiris Kiadó – Erasmus Közéleti Kommunikációs Intézet, 152–189.
- Lányi Gusztáv 2000: A politikai magatartás dramaturgiája. Az etnometodológia mint politikai pszichológia. In Szabó Márton (szerk.): *Beszélő politika. A diszkurzív politikatudomány teoretikus környezete*. Budapest, József Műhely Kiadó, 185–221.
- Lányi Gusztáv 2002a: (H)arcok. Kampánypsichológiai megfontolások. *Valóság*, 2: 16–23.
- Lányi Gusztáv 2002b: Kampányjátzmák. A 2002-es magyar országgyűlési választások néhány politikai pszichológiai tanulsága. *Politikatudományi Szemle*, 1–2: 51–71.
- Lányi Gusztáv (szerk.) 2005: *Politikai pszichológia – politikai magatartásvizsgálatok. A politikai pszichológia szemléleti sajátosságairól. Vitakötet*. (Vitapartnerek: A. Gergely András, Buda Béla, Csizmadia Ervin, Garai László, Gyáni Gábor, Kiss Endre, Kiss Paszkál, Münnich Iván, Pataki Ferenc, Pléh Csaba, Szabó Ildikó, Szabó Márton, Zsolt Péter). Budapest, József Műhely Kiadó.
- Lányi Gusztáv (szerk.) 2006: *Politika pszichológiai tükrében. Magyarország: 1990–2005*. Budapest, József Műhely Kiadó. Kiváló tanítványaim tanulmányai: Pintér Róbert: Bokros Lajos: ... (67–110.), Balogh Gábor: *Politikai blöff* (155–179.), Kovács Melinda: Titkok és játzmák (180–204.)
- Lípszet, Seymour M. 1995: *Homo politicus*. Budapest, Osiris Kiadó.
- Mills-Bricknell, Sara-Anne 2020: *The use of psychology in campaign design*. <https://www.see-media.co.uk/2020/04/17/the-use-of-psychology-in-campaign-design/>
- Mutz, Diana C. 2013: Political Psychology and Choice. In Goodin, R. E. (ed.): *The Oxford Handbook of Political Science*. Oxford University Press.
- Newman, B. I. 1999: *Politikai marketing*. Budapest, Bagolyvár Könyvkiadó.
- Newman, B. I. 2000: *A politika tömegmarketingje*. Budapest, Bagolyvár Könyvkiadó.
- Nyíri Kristóf 1999a: Identitáskérdések az elektronikus hálózottság korában. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 1: 19–23.
- Nyíri Kristóf 1999b: Az írásbeliségről és néhány új médiumról. In Békés István – Horányi Özséb (szerk.): *Társadalmi kommunikáció*. Budapest, Osiris Kiadó, 117–128.
- Peterson, David A. M. 2014: Uncertainty and Campaigns. The Psychological Mechanism Behind Campaign-Induced Priming. *American Political Research* – <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1532673X14535075>
- Rudas János 1990: *Delfi örökösei*. Budapest, Gondolat Kiadó.
- Suler, J. é. n.: *The Psychology of Cyberspace*. www.rider.edu/users/suler/psycybe/psycyber.html
- Pléh Csaba 2011: A webvilág kognitív következményei, avagy fényesít vagy butít-e az internet. – A lélek a web világában. *Korunk*, 8: 193–225.
- Pléh Csaba 2015: *A tanulás és a gondolkodás keretei. A népi pszichológiától a gépi pszichológiáig*. Budapest, Typotex Kiadó.

Schmidt Mária 2017: *Nyelv és szabadság*. Budapest, KKETTK Közalapítvány.

Schmidt Mária 2020: *Országból hazát*. Budapest, KKETTK Közalapítvány.

Szabó Márton (szerk.) 2000: *Beszélő politika. A diszkurzív politikatudomány teoretikus környezete*. Budapest, Jósöveg Műhely kiadó.

Szabó Márton 2005: Pszichológia, politológia, kommunikáció. In Lányi Gusztáv (szerk.): I. m. 253–265.

Szabó Márton 2016: *Diszkurzív politikatudomány*. Budapest, Osiris Kiadó.