

A POPULIZMUS MEGJELENÉSI FORMÁI A MAGYAR KÉTFARKÚ KUTYA PÁRT 2022-ES VÁLASZTÁSI KAMPÁNYÁBAN

– Szegedi Péter –

1. Bevezetés

2022-ben a rendszerváltás utáni hetedik országgyűlési képviselő-választást rendezték Magyarországon, melyen négy nagyobb tömb indult el: a 2010 óta kormányzó Fidesz–KDNP; az ellenzéki összefogás, amely az összes jelentősebb baloldali, liberális, zöld pártot, illetve a korábban nemzeti radikális Jobbikot is magába foglalta; a szélsőjobboldali Mi Hazánk Mozgalom; illetve a Magyar Kétfarkú Kutya Párt (MKKP).

Az MKKP egy 2006 óta létező viccpárt¹, amely harmadik alkalommal vágott neki a parlamenti választásoknak. 2022 előtti választási eredményei nem hoztak annyi szavazatot, hogy elérje az 5%-os bekerülési küszöböt². Kampányaikban általában a többi pártot, a hatalmon lévőket, illetve magukat a választási kampányokat figurálták ki. Jelen írás arra keresi a választ, hogy a komikumon túlmutatóan, a humorba csomagolt üzenetek megfeleltethetőek-e a populizmus, illetve a populista pártok elit- és korrupcióellenességével. Hipotézisünk szerint az MKKP – de a szatirikus pártok általában is – alapvetően a centrista, mérsékelt populista, antiestablishment pártcsaládhoz tartozik (Engler, 2020), éppen ezért a tanulmány az MKKP 2022-es választási kampányüzeneteinek elemzésében a populizmus jellemzőit keresi.

Az írás két fő részből áll: az első rész az elméleti keretet vizsgálja a jelentős populizmusértelmezések alapján, valamint kísérletet tesz a populizmus elméleteinek rendszerbe foglalására. Ugyancsak itt kerül ismertetésre Dan Sperber és Deirdre Wilson relevanciaelmélete, illetve az inkongruencia(feloldás) humorelmélet, amely elengedhetetlen humoros szövegek értelmezéséhez. A második részben empirikus kutatás következik, amely az MKKP plakátjait elemzi. Fontosnak tartottuk elkülöníteni az MKKP komoly plakátjait a humorosnak szántaktól. A viccpárt 2022-ben szakpolitikai koncepcióval és ezek meghatározó üzeneteit hordozó plakátokkal vágott neki a választásoknak. A rész másik nagyobb fejezete a humorosnak szánt plakátokkal foglalkozik, amelyeket a relevanciaelmélet és az inkongruencia(feloldás) humorelmélet kíván értelmezni, valamint a humor mögötti valós üzeneteket dekódolni, majd a visszafejtett implikációkat a populizmus (elitellenesség, antiestablishment attitűd stb.) szempontjából elemezni.

2. A populizmus elmélete

Ha a populizmus megjelenését vizsgáljuk egy párt választási kampányában, akkor elengedhetetlen részletesebben tárgyalni, mit is értünk populizmus alatt. A téma széles szakirodalommal rendelkezik. Peter Worsley (1969) az első teoretikusok közé tartozik, aki a populizmus kérdéskörével foglalkozott. Worsley, igazodva az 1960-as évek politikatudományi mainstreamjéhez, elsősorban viselkedési mintázatnak tekintette a populizmust. Emellett főleg a kommunizmustól próbálta elhatárolni, illetve orosz és

amerikai példákkal szemléltette a jelenséget, amelyeknek összehasonlítását is elvégezte. Leginkább populista mozgalmakról beszél, azonban leszögezi: „*A populista mozgalmak nagyon különböző megjelenésűek, időben, térben és kulturálisan elkülönülnek egymástól, de rendelkeznek olyan attribútumokkal, amelyek indokolják, hogy összességében »populistának« nevezzük őket, annak ellenére, hogy karakterükben eltérések lehetnek*” (Worsley, 1969, 219. o.). A populista pártoknak és politikusoknak vannak közös vonásaik, amelyek alapján általánosságban beszélhetünk a jelenségről.

¹ Viccpártnak tekinthetünk minden olyan politikai szervezetet „amelyek a szarkazmus, ironia és groteszk eszközével állították pellengérré a nagy pártok programjait: kifigurálták a gazdasági, szociális ígéretéseket, a választók számára felkínál népszerű programelemeket” (Paár, 2016: 3. o.), illetve „annak a protestt érzületnek másfajta kifejeződéséeként, amit a [...] megjelenő újbaloldali és zöld, illetve bevándorlásellenes szélsőjobboldali pártok, mozgalmak képviseltek” (Oross et al., 2018: 179. o.), továbbá „a humor nem csak retorikai elem, illetve kommunikációs fogás [...] a teljes jelenséget határozza meg” (Szegedi, 2021a: 47. o.). Természetesen a viccpártok esetében is beszélhetünk komolyan vehető üzentekről, szakpolitikákról, amely az MKKP esetében az elmúlt években fokozottan érvényesült.

² Az MKKP országgyűlési választáson először 2018-ban tudott indulni, ahol az országos listán 1,73%-át szerzett, számszerűleg 99 414 szavazatot ért el (Nemzeti Választási Iroda, 2018).

Szintén a korai teoretikusok közé tartozik Margaret Canovan, aki hét pontban gyűjtötte össze a populizmus definícióit (Canovan, 1981, 4. o.) Ez alapján két fő csoportot különített el: egyrészt megjelenik az agrárpopulizmus, másrészt a politikai populizmus, amely magában foglalja a diktatórikus populizmust (pl. Perón), a demokratikus populizmust (pl. népszavazások, illetve a részvétel fontosabb hangsúlyozása), a reakciós populizmust (pl. George Wallace), valamint a politikai populizmust (pl. a nevében is populista, ideológia nélküli politikaszövetség-építés) (Canovan, 1981, 13. o.). Canovannél a populizmus mint politikai stratégia jelenik meg. Ennek a felfogásnak napjainkban is több követője van. Ebből a szempontból vizsgálja a fenomént David Van Reybrouck, aki szerint a „*populizmus politikacsínálási stílus, [...] amikor valaki nem fél megragadni a tömegek figyelmét leegyszerűsítéssel, lózungokkal és egymondatosá egyszerűsített programokkal*” (Van Reybrouck, idézi Glied, 2020, 25. o.). Hasonló állásponton van Kurt Weyland, aki szerint a populizmus „*egy politikai stratégia, amikor [...] egy politikai vezető kormányzati hatalmat akar szerezni direkt, nem mediatizált, nem intézményesült, nagy számú, nem szervezett követőkön alapulva*” (Weyland, 2001, 14. o.).

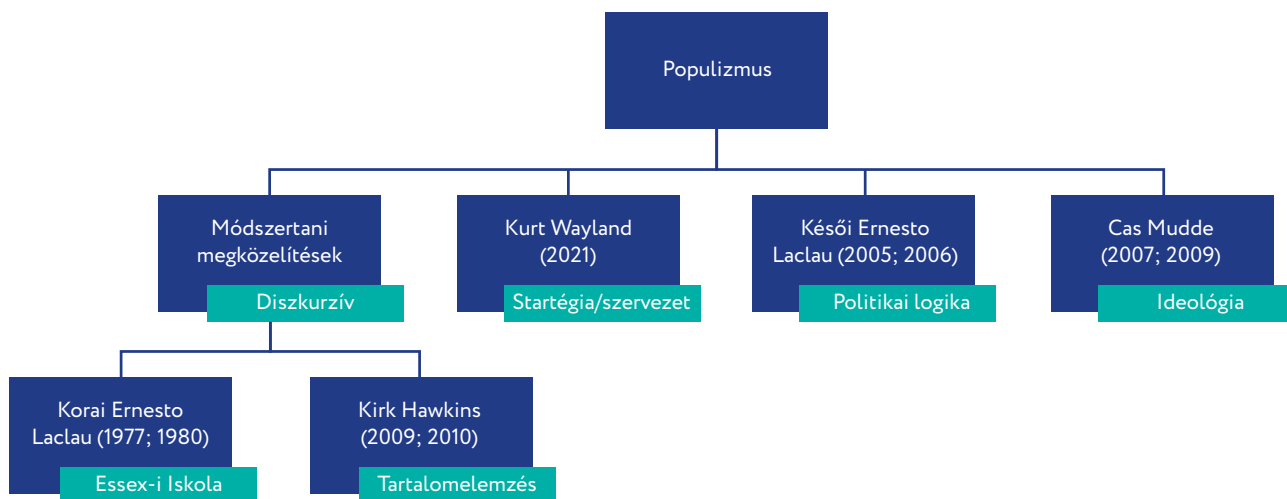
Ezzel szemben a populizmus kutatói között kialakultak más irányzatok is. Ernesto Laclau (1977, 1980) korai munkái a populizmust mint diszkurzív értelmezést teremtették meg. Azaz ezen iskola követői a populizmus esetében a megosztottságot emelik ki, tehát a populista a „mi és ők” dichotómiával operál; a népet mint elnyomott többséget állítja szembe a korrupciós elittel (Barros, 2005).

A populizmus mint diskurzív értelmezése az essexi iskolához viszonyítva empirikusabb megközelítés, amely a klasszikus tartalomelemzés módszereit követi. Ezen irányzat fő teoretikusai Kirk Hawkins (2009, 2010) és a Stefan Walgrave–Jan Jagers szerzőpáros (2007). Munkáikban kvalitatív elemzésre összpontosítanak, tehát bizonyos populistának tekintett kulcsszavak, illetve a populista karakter mérésével vizsgálták a jelenséget. A diszkurzív megközelítésről általánosságban elmondhatjuk, hogy képviselői sokkal inkább a populizmus megismerésének módszertani vázát dolgozták ki (Moffit & Tormey, 2013, 386. o.).

Az Ernesto Laclau későbbi munkáival fémjelzett irányzat a populizmusra mint logikára tekint, azaz egyfajta, erősen változásorientált gondolkodási módként kezeli (Glied, 2020, 25. o.). Laclau (2011, 138. o.) szerint a „*populizmus nem moz-*

galomtípus, [...] hanem a politikai logika típusa”. Hozzá hasonló állásponton van Francisco Panizza (2005, 33. o.): „*nem egy mozgalom politikája vagy ideológiája, amely ténylegesen megjelenít populisztikus tartalmat, amely miatt mondhatjuk rá, hogy populista, hanem a tartalmaknak a sajátos artikulációs logikája miatt*”. Mivel a politika szereplői mindig az emberek (a nép), így Laclau szerint a politika logikája sem lehet más, mint populista.

A populizmus negyedik értelmezési formája a populizmust mint ideológiát vizsgálja, amely elsősorban Cas Mudde (2007, 2009) nevéhez köthető. A szerző a populizmust nem klasszikus világnézetnek tekinti, hanem ún. vékony ideológiaként (thin ideology) értelmezi. A vékony ideológia teóriája Michael Freeden (1998) nevéhez fűződik, aki elsősorban a nacionalizmus szempontjából alkotta meg tételét. Freeden szerint egyes ideológiák nem képeznek koherens világmagyarázatokat, csupán „keskenyebb” világnézeti perspektívákat adnak. Ezáltal a legtöbb párt, politikai oldaltól függetlenül tudja alkalmazni kommunikációjában, illetve be tudja építeni saját, a világról alkotott narratívájába. Freeden ugyan elsősorban a nacionalizmust vizsgálja vékony ideológia szempontjából, azonban ide sorolja a feminizmust, de környezetvédelmet is. Ezenfelül a vékony ideológiai szinte minden esetben kiegészül egy hordozó (host) ideológiával, amely megadja annak karakterét (Loew & Faas, 2019; Heinisch & Wegscheider, 2020). A hordozó ideológia a legtöbb esetben a bal-jobb politikai tengelyen elhelyezhető – még, ha maga a keskeny ideológia nem is feltétlenül felelteshető meg ezeknek a hagyományos tipológiáknak. Cas Mudde ezt az elméletet terjesztette ki a populizmus értelmezésére. Szerinte a populizmust minden párt képes felhasználni, függetlenül attól, hogy a bal-jobb tengelyen hol helyezkedik el. Azonban a populizmus irányát, az „ellenségképet” a bal-jobb tengelyen elhelyezhető attitűdök fogják kijelölni. Példaként összevethetjük a Podemos spanyol baloldali populista pártot a Vox nevű, szintén spanyol jobboldali populista párttal. Míg előbbiben a populizmus a szegénység csökkentésben és a transznacionális vállalatok kritikájában jelentkezik, addig az utóbbi esetében főleg a bevándorlásellenesség, a katolikus egyház védelme, valamint a rend és biztonság jelszavakban ölt testet. Ezen írás elsősorban Cas Mudde ideológiai értelmezésének használatát tartja célravezetőnek, illetve Ronald Inglehart és Pipa Norris (2019) tartalomelemzési minimum definícióját alkalmazzuk, amely szerint a populizmus elsősorban elitellenesség, így a korrupcióellenesség egy alkalmas mutatója a populizmusnak.



1. ábra. A populizmus elméleteinek rendszertana
 Forrás: saját szerkesztés Glied (2020), Moffit & Tormey (2014) és Körösiényi et al. (2020) alapján

3. Hogyan értelmezzünk humoros szövegeket?

A viccpártok esetében a tartalomelemzés sokszor bonyolultabb folyamat, mint más pártoknál, ugyanis a szövegek humorosnak szánt tartalomtól állnak, amelyekben a tényleges üzenetek sok esetben látens, nem explicit módon mutatkoznak meg. Ez azt jelenti, hogy a szövegeket vissza kell fejtenünk, és megértenünk, milyen implikációkat tartalmaznak, éppen ezért a hagyományos kommunikációs elméletek nem feltétlenül célravezetőek az elemzés szempontjából. Dan Sperber és Deirdre Wilson (1996 [1986], 1987) relevanciaelmélete jóval alkalmasabb erre, mint a hagyományos dekódolási kommunikációs elméletek. „A relevanciaelmélet központi tétele: a megnyilatkozás által keltett relevanciaelvárások elég pontosak és előrejelezhetőek ahhoz, hogy elvezessék a hallgatót a beszélői jelentéshez. A relevanciaelmélet célja kognitív reális terminusokban megfogalmazni, hogy melyek ezek a relevanciaelvárások, valamint hogy miként járulhatnak hozzá a megértés empirikusan plauzibilis magyarázatához” (Wilson & Sperber 2006, 295. o.). Az elmélet figyelembe veszi, hogy a fogadó tudatában van annak, irányába szándékolt közlés zajlik, azaz pontosan tisztában vele, hogy neki szánunk egy üzenetet. A relevanciaelmélet az üzenet megértési folyamatában egy jóval komplexebb jelenséget elemez. A hagyományos kódolás-dekódolás dichotómiáján túlmutatóan, a szerzők az explicit és implicit tartalmak megértését is következtetési folyamatnak tekintik, ugyanis a hallgató fő célja hipotéziseket alkotni (Szegedi, 2021b). Ehhez azonban részfeladatokat kell elvégezni a tartalom értelmezésekor, amelyek a következők:

- „a) Használható hipotézist alkotni az explicit tartalomról (relevanciaelméleti terminusokban az explikatúrákról) dekódolás, a kétértelműségek feloldása, a referencia megadása és egyéb pragmatikai jelentésbővülési folyamatok révén.
- b) Használható hipotézist alkotni a szándékolt kontextuális feltevésekről (relevanciaelméleti terminusokban az implikált premisszákról).
- c) Használható hipotézist alkotni a szándékolt kontextuális implikációkról (relevanciaelméleti terminusokban az implikált konklúziókról)” (Wilson & Sperber, 2002, 261. o.).

Ezen pontok segítségével a humoros szövegek könnyen visszafejthetőek: melyek a feladó tényleges üzenetei, melyek azok az implikációk, amelyek bár látens módon jelennek meg, a fogadó értelmezni tud. Mivel humoros szövegeket kívánunk elemezni, így az is fontos, hogy a humornak milyen formájával találkozunk, azaz milyen humorelméleti rendszerben tudjuk értelmezni az MKKP plakátjait. Charles Forceville (2005, 253. o.) szerint a relevanciaelmélet alapján a politikai hirdetések plakátformájáról elmondhatjuk, hogy nincs időbeni kölcsönös jelenlét, mivel a feladó és a fogadó felek nem tartózkodnak egy adott időben egy adott helyen, így a félreértéseket nem lehet tisztázni, mint személyes párbeszéd esetében. Több kommunikátor is bevonódik, azaz, mivel széles tömegekhez jut el az üzenet, akik különböző szociokulturális háttérrel rendelkeznek, így sokféle interpretációja alakulhat ki a kommunikációnak. Az üzenet továbbá egyszerre rendelkezik szöveges elemekkel, illetve képi részletekkel (multimodális). Ezen felül a szöveges tartalomrészek sok esetben félreérthetőek, de Attardo (2001,

18. o.) kiemeli, hogy ez a humoros szövegek esetében nem okoz akkora kommunikációs konfliktust, mivel a humornak ez az egyik elsődleges célja. Éppen ezért a fogadó fél úgy értelmezi a humoros szövegeket, hogy tudja, az humorosnak szánt üzenet.

A legtöbb humoros, vagy humorosnak szánt politikai hirdetés az inkongruencia(feloldás) humorelméletbe tartozik (Sanz, 2013), amelyet a kognitív-észlelési megközelítés kategóriájába sorolunk (Larkin-Galiñanes, 2017). Ennek lényege a nem összetartozó, egymástól távol eső logikai kapcsolatban álló fogalmak hibás összepárosításában rejlik (Attardo, 1994, 48. o.). Épp attól válik humorossá egy ilyen politikai hirdetés, hogy ezt az összeegyeztethetlenséget a fogadó felismeri, és magában fel is tudja oldani. Ehhez dekódolnia kell magát az üzenetet, de ismernie kell azt is, amire az reflektál. A 2015-ös migrációs válság MKKP-s ellen-plakátkampánya idején a választóknak ismerniük kellett a kormány plakátjait ahhoz, hogy megértsék a humor forrását. Ez azt jelenti, hogy a legtöbb humoros politikai hirdetés esetében a fogadónak tisztában kell lennie azzal, hogy egy hagyományos politikai reklám, vagy üzenet milyen formát ölt. Attardo szerint bármilyen humorosnak szánt szöveg tartalmazhat összeegyeztethetlenséget és feloldást. A szerző megjegyzi, hogy a feloldásnak nem kell teljesnek, illetve valósnak, vagy kézenfekvőnek lennie, mert ezek játékos feloldások (Attardo, 1994, 144. o.). Ezalatt Attardo elsősorban azt érti, hogy a humoros szövegeknek nem feltétlenül kell a realitások talaján állnia, ezek lehetnek a valóságtól teljesen elrugaszkodott összeférhetlenségek, azonban azokban az esetekben, mikor a csattanó tartalmaz bármilyen módon értelmező feloldást, a humoros szöveg értelmezhető és működőképes.

4. A Magyar Kétfarkú Kutya Párt

A Magyar Kétfarkú Kutya Párt 2006-ban kezdte meg működését Szegeden (Oross et al., 2018). Ekkor tevékenysége leginkább társadalomkritikus street art munkában öltött testet. Az utcaművészet leginkább falragaszokban, matricákban, plakátokban jelent meg, amelyeket frekvenciált közterületeken helyeztek el (Bucs, 2011). Első megmértetésük a politikai arénában 2010-ben következett be. Ekkor a párt országgyűlési választásokon indult, ám a szükséges számú ajánlószelvényt nem sikerült összegyűjtenie. 2014-

ben a párt hivatalos bejegyzése³ egészen őszig várattott magára, így az MKKP nem tudott elindulni az önkormányzati választásokon. A 2015-ös év fordulópontra jelentett a párt számára ismertség terén. A kormány ebben az évben indította el migrációellenes kampányát, amelyre válaszul az MKKP ellenplakátkampányt hirdetett. Közadakozásból mintegy 30 millió forintot gyűjtött össze, melynek segítségével az egész országot lefedte plakátokkal. Ettől kezdve a közvéleménykutatásokban is megjelent a viccpárt, 1% körüli eredménnyel (Szegedi, 2021b). A 2018-as választásokon az MKKP már országos listát tudott állítani, és nagyjából 100 ezer szavazattal majdnem 2%-ot ért el. A 2022-es választásokra szintén országos listát állítottak, a 71-re emelt kerületszám ellenére. A választásokon végül 3,27%-ot értek el; választóik számát megduplázták a 2018-as eredményhez képest. A támogatottságuk növekedése mellett az országos szervezet kiépítése is folyamatosan zajlott. Ebben az MKKP a magyar pártszervezeti hagyományokba nem illeszkedően önálló, helyi „sejteket” próbált létrehozni, amelyek a párt irányvonalain belül, de önállóan tudnak működni, cselekedni (Szegedi, 2022).



³ A 2013. évi XXXVI. törvény szerint csak pártok indulhatnak választáson, társadalmi szervezetek nem, így az addig hivatalosan egyesületként működő MKKP rákényszerült, hogy pártként jegyeztesse be magát. Ezt a kérelmét a bíróság több szinten is elutasította, komolytalanságra és megtevesztő névre hivatkozva. Végül az alkotmánybíróság döntése értelmében kellett bejegyezni az MKKP-t pártként. Ez a döntés azonban csak az önkormányzati választásokra gyűjtendő ajánlások leadásának utolsó napján született meg, így az MKKP nem tudott elindulni választásokon.

5. Kutatás fókusz

A kutatás elsősorban az MKKP 2022-es választási plakátjainak elemzésére fókuszál, amelyekben a populista üzeneteket kívánja feltárni. Az MKKP 2022-es plakátjait két csoportba sorolhatjuk: az MKKP-nak komoly üzenetei is voltak a humorosok mellett. Egyrészt megvizsgáljuk a komolynak tekinthető választási ígéretek, másrészt a humoros kampányszövegeket is fel kívánjuk oldani, és megérteni az implicit üzeneteiket. Előbbihez egyszerű tartalomelemzési módszereket, míg utóbbihoz a relevanciaelméletet, illetve az inkongruencia(feloldás) elméletet használjuk. A humoros szövegek értelmezéséhez a relevanciaelmélet három lépcsőjén keresztül azokat az implikált konklúziókat kívánjuk megtalálni, amelyek a kampány valós üzenetei voltak. Ezeknek a megismeréséből már használható tartalmakat kaphatunk annak eldöntésére, hogy milyen jellegű populista üzenetekkel operált az MKKP. A plakátok esetében az elemzés tárgyai kiszélesítésre szorulnak, mivel a viccpárt az online térben sok esetben aktívabb, valamint nagyobb eléréseket tud generálni, mint offline. Ennélfogva nem csak a köztérekre kihelyezett plakátok válnak elemzésünk tárgyává, hanem a nagyobb social media felületeken megosztott kampányüzenetek is. Természetesen az utcai plakátok, illetve az internetes elérésre szánt „meme-k” vagy vicces képek sem a kampányban betöltött funkcióikban, sem a célközönségükben, sem más politikai marketing célú felhasználásukban nem hasonló kategóriát képeznek. Azonban a tanulmány célja nem az MKKP 2022-es kampányának politikai marketing szempontú elemzése, hanem az MKKP főbb mondanivalójának megértése, így a téma szempontjából irreleváns, hogy maga az üzenet milyen platformon próbálta elérni a választókat és ezek milyen egyedi attribútumokkal rendelkeznek.

Az MKKP esetében (de általában a viccpártoknál) nehéz konkrét ideológiát találni (Paár, 2015), azonban feltételezésünk szerint a viccpártok (így az MKKP is) erős populista jegyekkel bírnak, amelyet humorba csomagolva tálnak, ezért nehezebb ezt észrevenni. Ennek a jelei az erős elitkritika és korrupcióellenesség. Így a humor mögött igazából populizmus bújjik meg, amelyet tekinthetünk egyfajta gyenge ideológiának, amelyek újbaldali, zöld⁴ host ideológiákkal egészülnek ki.

6. Komoly kampányplakátok

6.1 Mit fogunk elérni a Parlamentben?

A 2022-es országgyűlési választásokon az MKKP másodszor indult el parlamenti mandátumokért, országos listát állítva. A párt 2018-as választási kampányához képest a legszembetűnőbb különbséget a komolynak szánt, valós szakpolitikai programok kidolgozása jelentette. Egyrészt politikai-gazdasági rendszerre irányuló reformterveket láthattunk, másrészt az újbaldali tematikába illeszkedő címszavak (környezetvédelem és a marihuána legalizációja) jelentek meg. Előbbi kategóriában a „tisztza közbeszerzési rendszer, átláthatóság és felelősség az állami döntéseknél, részvételiség a demokratikus döntéshozatalban” mottóval kampányolt az MKKP. Ha megvizsgáljuk, hogy ezek az üzenetek mire irányulnak, azt láthatjuk, hogy leginkább a korrupcióval, az állami transzparenciával, illetve a működő demokrácia minőségével szemben voltak kritikusak. Három pontból kettő a korrupcióval, míg egy a döntések meghozatalába történő társadalmi beleszólással foglalkozik. Ha ezeket a pontokat megvizsgáljuk, azt láthatjuk, hogy az antikorrupciós retorika a populisták gyakran alkalmazott fegyvere a „korrupció elittel” szemben (Mudde, 2004). A korrupciót tematizáló (populista) pártok a legtöbb esetben újonnan megjelenő, vagy hatalmon kívüli szervezetként működnek (Engler, 2020). A korrupció mint fogalom kifejezetten alkalmas politikai kampányokban más, a politikai rendszerbe már integrálódott pártok támadására, hiszen nincs egzakt definíciója, azonban erősen negatív konnotációk kapcsolódnak a kifejezéshez (Boatright, 2020). Magyarország esetében, amit az ellenzéki pártok, illetve a nemzetközi szervezetek korrupciónak ítélnak, Láncki András szerint: „az gyakorlatilag a Fidesz legfőbb politikája. Ezen azt értem, hogy olyan célokot tűzött ki a kormány, mint a hazai vállalkozói réteg kialakítása, az erős Magyarország pilléreinek a kiépítése vidéken, vagy az iparban” (Czirják, 2015). Ezenfelül a közép-kelet-európai térségben a korrupció vádja sokkal inkább a politikába vetett általános bizalmatlanság, valamint az abból való kiábrándultság megjelenése (Kostadinova, 2012). Nem véletlen, hogy Pippa Norris és Ronald Inglehart (2019) éppen a korrupcióhoz való viszonyt választották a populizmus méréséhez. Ennek ellenére az empirikus kutatások hazánk esetében azt mutatják, hogy 2010 és 2016 között nem volt korreláció a korrupció erősödése, illetve az állampolgárok

⁴ Újbaldali ideológiának azokat a világnézeti formákat tekinthetjük, amelyek a posztmateriális értékvtás (Vö.: Inglehart, 1977, 1990, 1997) következtében alakultak ki leginkább az Egyesült Államok és Nyugat-Európa béli 1950-es és 1960-as évek fiatal középosztály radikális ellenkultúrája révén, részben a jóléti állam (Vö.: Tomka, 2003; 2008) kialakulásának köszönhetően. A megváltozott kulturális és politikai attitűdökkel jóval nagyobb szerepet kaptak olyan elvont, „posztmateriális” értékek mint a feminizmus, a melegek jogai, a jogállamiság vagy a környezetvédelem (Walzer, 2018). Környezetvédő, vagy másnéven zöld ideológiának nevezzük azokat az újbaldali nézeteket, amelyek elsősorban az ember és a természetes, harmonikus együttélését szorgalmazzák. A környezetvédő, zöld mozgalmakat tekinthetjük a legsikeresebb újbaldali szervezeteknek, amelyek párttá szerveződve több országban is kormányzó erővé váltak (Glied, 2016).

politikai attitűdjeinek változása között. Valamint a politikai választások jóval komplexebb folyamatként zajlanak, a korrupció mértéke nem önálló tényező (Tóth et al., 2020). Azonban a tanulmány szempontjából érdekesebb, hogy mit is jelent és mi a szándék, ha valaki korrupcióval vádolja a kormányzatot. Ezért fontos a korábban említett Tatiana Kostadinova gondolat, hiszen a korrupcióba könnyen belátható az egész rendszer hibás működése. Mivel nem csak a kormányzat kritikája, hanem a teljes politikai elité, mivel sok esetben a korrupció túlmutat kormányzat-ellenzék kettősén és pártok feletti, de azok együttműködését igénylő rendszert alkot.



2. ábra. Az MKKP választási plakátja
Forrás: Facebook.com

Ezek alapján kijelenthető, hogy az MKKP kampányában a korrupció központi szerepet tölt be, amelyet az MKKP politikai elitre vetítve kommunikált. A kampányidőszakban az MKKP 36 oldalas szakpolitikai közbeszerzési reformdokumentumot publikált, *Program a közbeszerzési rendszer újragondolására 2022* címmel. Ezenkívül közbeszerzésfigyelő alkalmazást indított el a kampányidőszakban, amellyel a nyilvános tendereket térképre vetítve lehet nyomon követni.

A működő demokrácia kritikája – hasonlóan a korrupcióhoz – hagyományosan kötődik a populista pártokhoz. Azonban míg a bal-populista pártok radikális változásokat kívánnak elérni, addig a jobb-populista pártok sokkal inkább azokhoz az időkhöz akarnak visszatérni, amikor a kormányzásnak és a kormányzatnak világos határai voltak (Haskell, 2001), illetve ebből következően a szupranacionális szervezetek hatalmát, valamint legitimitációját kritizálják a nemzetállamok felett (Pavan & Caiani, 2017). A bal-populista pártok az esetek jelentős részében a képviseleti demokráciát valamilyen formában a bázisdemokrácia felé mozdítanák el, vagy csupán alkalmaznák egyes elemeit (de la Torre, 2019). Hasonló programpontot láthatunk az MKKP esetében is, amely szervezeti felépítésében már tett a bázisdemokrácia felé lépéseket, és helyi szinten törekszik is annak megvalósítására (Szegedi, 2022). Programjában illeszkedik az európai bal-populista pártokhoz, amelyek a demokrácia működésének reformjaira törekednek.

A környezetvédelem és a marihuána legalizációja mind olyan posztmaterális értékek (vö. Inglehart, 1977, 1990, 1997), amelyek szorosan köthetőek az újbaloldali mozgalmakhoz és pártokhoz (Tranter & Western, 2009; Frenreis & Tatalovich, 2020).

7. Humoros kampányplakátok

A komoly plakátok mellett továbbra is a humoros plakátok határozták meg az MKKP választási kampányát. Ezen plakátok valós üzenetének jobb megértéséhez szükségünk van az inkongruencia(feloldás)- és a relevanciaelméletekre. Ezek segítségével a plakátok explicit tartalmát (explikatúráit), a kontextuális feltevéseket (implikált premisszákat), valamint a kontextuális implikációkat (implikált konklúziókat) kívánjuk bemutatni. Elsőként az MKKP pártokról szóló plakátját elemezzük.

7.1 Gyűléskampányok pártonként

Explikatúrák. A 3. ábrán az MKKP a négy nagy választási tömböt hasonlítja össze: a Fideszt, az ellenzéki összefogást, a Mi Hazánk Mozgalmat és az MKKP-t az alapján, hogy ki milyen társadalmi csoportokkal szemben folytat „gyűléskampányt”. A felsorolt csoportok között szerepelnek a muszlimok, a határon túli magyarok, az LMBTQ+ emberek, a romák, a nők bizonyos csoportjai, a zsidók bizonyos csoportjai, a hajléktalanok és mélyszegénységben élők, Gyurcsány Ferenc, illetve a tudomány és kultúra. A plakát szerint a Fidesz csak a határon túli magyarokkal és a romák-

kal szemben nem folytat gyűlöletkampányt, de minden más csoporttal szemben igen. A Mi Hazánk Mozgalom kizárólag a határon túli magyarokkal szemben nem alkalmaz gyűlöletkampányt, míg az ellenzéki összefogás épp a határon túli magyarokkal szemben végez gyűlöletkampányt, de a nők bizonyos csoportjaival szemben is. Ellenben az MKKP – a plakát szerint – senkivel szemben sem gyűlölködő.

Implikált premisszák. Ezzel az MKKP a nagy választási tömbök közötti hasonlóságot implikálja. A kampányplakát szerint nincs igazi különbség a nagyobb pártok között, csupán abban térnek el egymástól, hogy melyik milyen társadalmi csoporttal szemben „gyűlölködő”.

Implikált konklúzió. Ebből következően a plakát implikált konklúziója szerint az MKKP unikális a magyar pártrendszerben, mert nem a gyűlölködésből próbál politikai hasznot húzni. Azaz, amíg más pártok egymás, vagy egyes társadalmi csoportok elleni gyűlöletkampánnyal próbálnak népszerűvé válni, addig az MKKP más módokon kíván szavazatokat szerezni. Ha ezt összevetjük a populista pártok retorikájával és stratégiájával, akkor azt tapasztalhatjuk, hogy az MKKP más pártokat ideológiáktól mentesen összemósó plakátja nagyban hasonlít a populista pártok gyakorlatára. A hatalom közelében lévő pártokat egy egységes politikai elitként kezeli, amellyel meghaladja a hagyományos Luhmann-féle (1989) kormánypárt-ellenzék dichotómiát. Magukat a negatívnak ítélt politikai eliten kívül helyezik el és úgy tüntetik fel, mint a politika árnyoldalaitól mentes szervezetet (Barr, 2009).

Gyűlöletkampányok pártoként		SAVKÖPŐ MENTÉT			
Témakörök	FIDESZ	Mi Hazánk	Mi Hazánk	Mi Hazánk	
Muszlimok	✓	✗	✓	✗	
Határon túli magyarok	✗	✓	✗	✗	
LMBTQ+	✓	✗	✓	✗	
Romák	✗	✗	✓	✗	
Nők bizonyos csoportjai	✓	✓	✓	✗	
Zsidók bizonyos csoportjai	✓	✗	✓	✗	
Hajléktalanok, mélyszegények	✓	✗	✓	✗	
Gyűresáry Ferenc	✓	✗	✓	✗	
Tudomány, kultúra	✓	✗	✓	✗	

3. ábra. Az MKKP választási plakátja
Forrás: Instagram.com

7.2 Több állatot a Parlamentbe

Explikatúrák. Ez a teljes politikai elittel szembeni kritika még markánsabban megjelenik a következő példánkon, ahol az MKKP több állatot követel a parlamentbe. A plakát itt főleg az állat szó kettős jelentéséből építkezik. Egyrészt, mint negatív jelző, használják a parlamenti képviselőkre, másrészt, mivel a párt nevében a kutya szó szerepel, így saját magukra nézve pozitív értelmezésben alkalmazzák.

Implikált premisszák. Tehát a plakát elsősorban az MKKP parlamenti képviselőkkal szembeni ellenérzését fejezi ki, miközben saját bejutása mellett kampányol. Ez alapjaiban erősen hasonló tematikára épülő üzenet, mint a korábbi plakát esetében, azaz, hogy a viccpárt nem ellenzék-kormánypárt megosztottságban kritikus valamelyik féllel szemben, hanem a teljes politikai elittel szembeni elégedetlenségét artikulálja.



Implikált konklúzió. Éppen ezért az implikált konklúzió sem tér el nagyban az előző plakátétól: a politikai oldalak között nincs igazán nagy eltérés. Az egyetlen nagyobb különbség ezen plakát esetében, hogy a pártok csupán közvetett módon jelennek meg. Azonban a kritika mégis az establishment pártokra irányul, mivel a parlamenti képviselők jelentős része valamelyik párt frakciójában foglal helyet. Nem véletlen, hogy látens módon az MKKP plakátja a pártszervezetnek ezt az alapvető részét támadja.

Richard Katz és Peter Mair (1993) nagy hatású tanulmányában amellel érvelt, hogy a pártszervezeteknek három nagy szegmense különíthető el a párt működése szempontjából (Mikola & Oross, 2018). Egy (hagyományos) párt elősorban aktivistákból és helyi párttagokból (*party on the ground*), az őket szervező és a párt stratégiai döntéseit meghozó pártvezetésből (*party central office*), illetve a közhivatalokat ellátó képviselőkből (*party in the public office*) állnak (Katz & Mair, 1993, 594. o.). Azonban a modern demokráciákban a részek közti egyensúly felborul és – főleg a modern tömegkommunikációs eszközöknek köszönhetően – egy hagyományos, mainstream, establishment pártnak nincs szüksége széles körű tagságot, aktivistahálózatot fenntartani, így a *party on the ground* kiüresedett. Ezzel párhuzamosan a personalizációnak és a modern hírközlési struktúráknak köszönhetően kevesebb politikus jut médiaszerepléshez, így a parlamenti képviselők váltak a politika fő szereplőivé. Ezáltal a *party in the public office* jóval erősebb és meghatározóbb lett a párton belül. Mivel a tagság csökkenésével a tagdíjából származó bevételek is elmaradtak, ezért a pártok költségvetésének fő forrásává az állami támogatások váltak. Ez tovább erősítette a mandátummal rendelkezők szerepét a párton belül, hiszen a legtöbb országban egy párt választási eredménye, illetve parlamenti mandátumai után jut állami támogatáshoz. Katz és Mair (1995) ezeket a pártokat nevezte kartellpártoknak. A kartellpártok fő tulajdonsága, hogy elszakadnak társadalomtól (Katz & Mair, 1995, 13. o.), illetve a „*parlamenti pártoknak – ellentétük ide vagy oda – már közös »állami« érdekeik vannak, s ezeket meg is védik, ha támadás érné kívülről, a társadalom, a közvélemény felől*” (Fricz, 2001, 10. o.). Tehát amikor az MKKP a parlamenti képviselőket kritizálja, ténylegesen azt a politikai folyamatot bírálja – még ha ezt feltételezhető módon nem tudatosan teszi –, melynek során a pártszervezetekben a *party in public office* átveszi a vezető szerepet. A magyar pártok és pártrendszer egyébként is a legtöbb kutató szerint erős kartellizálódó jeleket mutat a rendszerváltás óta (Ágh, 1998; Csizmadia, 1998; Körösi, 2001; Horváth & Soós, 2015; Metz & Várnagy, 2021).

7.3 Több buszmegállót, kevesebb felmérést!

Utolsó példaként az MKKP *Több buszmegállót, kevesebb felmérést!* plakátját hozzuk példaként.

Explikatívák. A plakát szembeállítja az MKKP és a többi párt kampányidőszakban végzett tevékenységét. Az MKKP főleg utcai akciókban, városszépítő tevékenységgel próbálja felhívni magára a figyelmet a kampányok idején.

Ezzel állítja szembe a pártokhoz köthető kampánycélú közvéleménykutatásokat, amelyek a választási időszakokban egyre gyakoribbá válnak.

Implikált premisszák. Ezek alapján a plakát részben a pártokkal, tehát ismét a politikai elittel szembeni elégedetlenséget implikálja, részben pedig általában véve a kampányokat kritizálja. Azt sugallja, hogy a kampányok nem az „emberek” problémáira adott válaszokat célozzák, hanem a pártokhoz a hozzájuk közel álló közvéleménykutató cégek felméréseivel próbálják a választókat maguk mellé állítani, a *bandwagon* hatásra (Kende, 2013: 11), azaz az erősebbhez való húzásra alapozva.



Implikált konklúzió. Ezek alapján a plakát implikált konklúziója egyszerre támadja a választási kampányokon keresztül a pártokat, illetve a közvéleménykutató cégeket is. Egyrészt kritikus a pártok által a kampánytevékenységre használt felmérésekkel, melyekkel szembeállítja saját tevékenységét, jelen példában a buszmegállóépítést, de tágabb értelmezésben a hétköznapi problémákra adott aktív válaszait. Azaz hasonlóan a korábbi példákhoz, az MKKP plakátja a teljes párt- és politikai elittel szemben fogalmaz meg kritikát, míg saját magát ezeken a körön kívül állóként, az „átlagemberek” segítőként aposztrofálja. Másrészt a közvéleménykutató cégekkel szemben megfogalmazott bírálati ezen cégeknek azon tevékenységeire irányul, amelyek mért adatok szándékos torzítására irányulnak pártérdekek alapján. Ez alapvetően szembe megy a populista pártok hagyományos tudomány-, illetve tudományos elitellenességével (Mede & Schäfer, 2020, 484. o.; Szabados, 2019). Azonban a populizmuskutatók legújabb, technokratapopulizmus-elméletei (vö.: Carmani, 2017; Bickerton & Accetti, 2018, 2021; Buštiková & Guasti, 2018; Havlík, 2019; Fernández-Vázquez et al., 2022) éppen erre a jelenségre próbálnak magyarázatot adni. Ezek alapján azokat a populista pártokat sorolhatjuk ide, amelyek ugyan alapvetően kritikusak a politikai

elittel, illetve a teljes politikai establishmenttel szemben, azonban nem modernitás- és fejlődésellenesek, ellenben megoldásorientáltak. Természetesen ezek a megoldások minden esetben a „nép” alapvető problémáira keresik a válaszokat (Drápalová & Wegrich, 2020, 647. o.).

8. Konklúzió

A választások eredményeként a Fidesz–KDNP továbbra is alkotmányozó többséggel rendelkezik a magyar Országgyűlésben. Az ellenzéki összefogás alulteljesített, több mint 1 millió szavazattal maradt el a Fideszhez képest. Harmadik parlamenti pártként a Mi Hazánk Mozgalom jutott be a szavazatok 5,88%-val (Nemzeti Választási Iroda, 2022). Az MKKP ugyan nem került be a Parlamentbe, de 2018-as eredményeihez képest egyértelműen nagyobb sikert könyvelhetett el: majd 100 ezerrel többen szavaztak rájuk, mint négy évvel korábban, mely 1,53 %-os növekedést mutat.

Összeségében a választási plakátok elemzése alapján azt állíthatjuk, hogy az MKKP kampányaiban és attitűdjeiben erős populistá jellegű elemeket lehet felfedezni. Hangsúlyt kapnak a politikai elittel szembeni ellenérzéseik, illetve a korrupcióellenesség is. Azonban eme írás a populizmus köznapi használatával szemben nem tartja egyértelműen negatív fogalomnak a populizmust. Sokkal inkább David Van Reybrouck (2010) értelmezését tekintjük célra

tőnek, amely a populizmust nem válságnak tekinti, sokkal inkább a válságra adott válasznak, tehát az európai politikai-gazdasági-társadalmi rendszer hibáiban keresendőek az igazi problémák, amelyek életre hívják a populista pártokat. Ennélfogva a tanulmány a populizmust többnek gondolja, mint stratégia vagy logika, jóval inkább tekintetjük ideológiának, amely mélyebben gyökerezik a pártok szavazóinak attitűdjeiben, illetve a párt működésének, céljainak, kommunikációjának is ez ad irányt. Az MKKP-t is ebből a szempontból értelmezhetjük egy vékony populistá ideológiájú pártként, amelynek host ideológiája az újbaloldaliság. A viccpárt a politikai-gazdasági-társadalmi válságokra reakcióként alakult és képes szavazatokat gyűjteni. Azonban vannak az MKKP-nak jegyei, amelyek a hagyományos populistá pártokra nem hasonlítanak, ezért inkább tekinthetjük technokrata populistá pártként.



Irodalomjegyzék

- Attardo, S. (1994). *Linguistic Theories of Humor*. Berlin (DE) – New York (NY): Mouton de Gruyter.
- Attardo, S. (2001): *Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis*. Berlin (DE) – New York (NY): Mouton de Gruyter.
- Ágh A. (1998). The End of the Beginning: The Partial Consolidation of East Central European Parties and Party Systems. In P. Pennings & J-E. Lane (Eds.), *Comparing Party System Change* (pp. 186–199). London (UK): Routledge.
- Barr, R. R. (2009). Populists, Outsiders and Anti-Establishment Politics. *Party Politics*, 15, 29–48.
- Bickerton, C. J. & Accetti, C. I. (2018). ‘Techno-populism’ as a New Party Family: The Case of the Five Star Movement and Podemos. *Contemporary Italian Politics*. 10(2), 132–150.
- Bickerton, C. J. & Accetti, C. I. (2021). *Technopopulism. The New Logic of Democratic Politics*. Oxford (UK): Oxford University Press.
- Boatright, R. G. (2020). Populist Corruption Talk. In A. Ron – M. Nadesan (Eds.), *Mapping Populism*. London (UK) – New York (NY): Routledge.
- Bucs B. (2011). Street art, kommunikáció és Szeged. A Magyar Kétfarkú Kutya Párt tevékenységéről. *Korunk*. 22(2), 8–21.
- Buštiková, L. & Guasti P. (2019). The State as a Firm: Understanding the Autocratic Roots of Technocratic Populism. *East European Politics and Societies: and Cultures*. 33(2), 312–330.
- Canovan, M. (1981). *Populism*. New York (NY): Harcourt Brace Jovanovich.
- Caramani, D. (2017). Will vs. Reason: The Populist and Technocratic Forms of Political Representation and Their Critique to Party Government. *American Political Science Review*. 111(1), 54–66.
- Czirják I. (2015). Láncki András: Viccpártok színvonalán áll az ellenzék. *Magyar Idők*. <https://www.magyaridok.hu/belfold/lanczi-andras-viccpartok-szinvonalan-all-az-ellenzek-243952/> (Letöltés ideje: 2022.06.16)
- Csizmadia E. (1998). A magyar pártok Nyugat-Európa-képe. A külpolitikai konszenzus és a konszenzuslánc. *Politikatudományi Szemle*. 8(1), 99–118.

- de la Torre, C. (2019). Is Left Populism the Radical Democratic Answer? *Irish Journal of Sociology*. 27(1), 64–71.
- Drápalová, E. & Wgrich, K. (2020). Technocratic Populism and Subnational Governance. *Government and Opposition*. 54(4), 640–660.
- Engler, S. (2020). 'Fighting Corruption' or 'Fighting the Corrupt Elite'? Politicizing Corruption Within and Beyond the Populist Divide. *Democratization*. 27(5), 1–19.
- Fernández-Vázquez, P., Lavezzolo, S. & Ramiro L. (2022). The Technocratic Side of Populist Attitudes: Evidence from the Spanish Case. *West European Politics*. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01402382.2022.2027116> (leöltés dátuma: 2022. 08. 03.)
- Forceville, C. (2005). Addressing an Audience: Time, Place and Genre in Peter van Straaten's Calendar Cartoons. *Humour: International Journal of Humour Research*. 18(3), 247–278.
- Freeder, M. (1998). Is Nationalism a Distinct Ideology? *Political Studies*. 46(4), 748–765.
- Frendreis, J. & Tatalovich, R. (2020). Postmaterialism and Referenda Voting to Legalize Marijuana. *International Journal of Drug Policy*. 75(1), 1-7. <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0955395919303020?token=FE762C19133F1EE71AEBE72D9860484A1DF4606A20F1A52BF5C27BD1752CEB7E022E980BFED08CE4649DB93B91FAB51D&originRegion=eu-west-1&originCreation=20220803093302> (letöltés dátuma: 2022. 08. 03.)
- Fricz T. (2001). A párt nem vész el, csak átalakul? A német pártrendszer válságai és átalakulása a XXI. század elején. *Politikatudományi Szemle*. 10(3), 5–28.
- Glied V. (2016). *A halványtól a mélyzöldig*. Pécs (HU): IDRResearch Kft./Publikon Kiadó.
- Glied V. (2020). The Populist Phenomena and the Reasons for Their Success in Hungary. *Politics in Central Europe*. 16(1), 23–45.
- Haskell, J. (2001). *Direct Democracy or Representative Government?* Oxford (UK): Westview Press.
- Havlik, V. (2019). Technocratic Populism and Political Illiberalism in Central Europe. *Problems of Post-Communism*. 66(6), 369–384.
- Hawkins, K. A. (2009). 'Is Chávez Populist? Measuring Populist Discourse in Comparative Perspective', *Comparative Political Studies*, 42(8), 1040–1067.
- Hawkins, K. A. (2010). *Venezuela's Chavismo and Populism in Comparative Perspective*. New York (NY): Cambridge University Press.
- Heinisch, R. & Wegscheider, C. (2020). Disentangling How Populism and Radical Host Ideologies Shape Citizens' Conceptions of Democratic Decision-Making. *Politics and Governance*. 8(3), 32–44.
- Horváth A. & Soós G. (2015). Pártok és pártrendszer. In Körösenyi A. (szerk.), *A magyar politikai rendszer – negyedszázad után* (pp. 249–331). Budapest (HU): Osiris.
- Inglehart, R. (1977). *The Silent Revolution*. Princeton (NJ): Princeton University Press.
- Inglehart, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton (NJ): Princeton University Press.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and Postmodernization*. Princeton (NJ): Princeton University Press.
- Jagers, J. & Walgrave, S. (2007). 'Populism as Political Communication Style: An Empirical Study of Political Parties' Discourse in Belgium', *European Journal of Political Research*, 46(3), 319–45.
- Katz, R. & Mair, P. (1993). The Evolution of Party Organizations in Europe: The Three Faces of Party Organization. *American Review of Politics*. 14(4), 593–617.
- Katz, R. & Mair, P. (1995). Changing Models of Party Organization and Party Democracy. *Party Politics*, 1(1), 5–28.
- Kende G. (2013): A közvélemény-kutatások hatása a politikai közvéleményre és a választói viselkedésre (elméleti megközelítések). *Szociológiai Szemle*. 23(2), 6–30.
- Kostadinova, T. (2012). *Political Corruption in Eastern Europe: Politics After Communism*. London (UK): Lynne Rienner Publishers.
- Körösenyi A. (2001). Parlamentáris vagy »elnöki« kormányzás? Az Orbán-kormány összehasonlító perspektívából. *Századvég*, 2001/20.
- Körösenyi A., Illés G. & Gyulai A. (2020). *Az Orbán-rezsim. A plebiszciter vezérdemokrácia elmélete és gyakorlata*. Budapest (HU): Osiris.
- Laclau, E. (2011). *A populista ész*. Budapest (HU): Noran Libro Kiadó.
- Larkin-Galiñanes, C. (2017). An Overview of Humor Theory. In S. Attardo (Ed.): *The Routledge Handbook of Language and Humor* (pp. 4–16). New York (NY): Routledge.
- Loew, N. & Faas, T. (2019). Between Thin- and Host-ideologies: How Populist Attitudes Interact with Policy Preferences in Shaping Voting Behaviour. *Representation*. 55(4), 493–511.
- Luhmann, N. (1989). Theorie Der Politischen Opposition. *Zeitschrift für Politik*. 36(1), 13-26.
- Mede, N. G. & Schäfer, M. S. (2020). Science-Related Populism: Conceptualizing Populist Demands Toward Science. *Public Understanding of Science*. 29(5), 473–491.
- Metz R. & Várnagy R. (2021). 'Mass', 'Movement', 'Personal' or 'Cartel' Party? Fidesz's Hybrid Organisational Strategy. *Politics and Governance*. 9(4), 317–328.
- Mikola B. & Oross D. (2018): Egy pártszervezet két arca. A mozgalmi pártok belső feszültségei az Öt Csillag Mozgalom példáján keresztül. *Politikatudományi Szemle*, 27(1). 65–87.
- Moffit, B. – Tormey, S. (2013). Rethinking Populism: Politics, Mediatization and Political Style. *Political Studies*. 62(2), 381–397.
- Mudde, C. (2009). Populist Radical Right Parties in Europe Redux. *Political Studies Review*. 7(3). 330–337.
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*. 39(3), 541–563.

- Mudde, C. (2007). *Populist Radical Right Parties in Europe*. New York (NY): Cambridge.
- Nemzeti Választási Iroda (2022). Országgyűlési Képviselők Választása 2022. <https://vtr.valasztas.hu/ogy2022> (Letöltés ideje: 2022.06.22.)
- Nemzeti Választási Iroda (2018). Országgyűlési képviselők választása 2018 - MKKP - jelölő szervezet adatlap. https://www.valasztas.hu/jelolo-szervezet-adatlap?p_p_id=ogyszervezetadatlap_WAR_nvinvrportlet&p_p_lifecycle=1&p_p_state=normal&p_p_mode=view&ogyszervezetadatlap_WAR_nvinvrportlet_vlId=244&ogyszervezetadatlap_WAR_nvinvrportlet_vlId=556&ogyszervezetadatlap_WAR_nvinvrportlet_szervezetKod=1013 (Letöltés dátuma: 2022. 08. 03.)
- Norris, P. & Inglehart, R. (2019). *Cultural Backlash*. Cambridge (NY): Cambridge University Press.
- Gross D., Farkas E. & Papp R. K. (2018). Program nélkül, érzésre – Elemzés a Magyar Kétfarkú Kutya Párttól. In Antal A. (szerk.), *Mozgalmi Társadalom* (166–184). Budapest (HU): Noran Libro.
- Paár Á. (2016). „Ki nevet a végén?” *Viccpártok a világban*. Méltányosság Politikaelemző Központ. https://www.academia.edu/25656626/_Ki_nevet_a_v%C3%A9g%C3%A9n_Viccp%C3%A1rtok_a_vil%C3%A1gban (Letöltés ideje: 2022.06.16.)
- Panizza, F. (2005). Introduction: *Populism and the Mirror of Democracy*. In F. Panizza (Ed.): *Populism and the Mirror of Democracy* (pp. 1–31). London (UK): Verso.
- Pavan, E. & Caiani, M. (2017): 'Not in My Europe': Extreme Right Online Networks and Their Contestation of EU Legitimacy. In M. Caiani & S. Guerra (Eds.), *Euroscepticism, Democracy and the Media* (169–193). London (UK): Palgrave Macmillan.
- Sanz, M. J. P. (2013). Relevance Theory and Political Advertising. A Case Study. *European Journal of Humour Research*. 1(2), 10–23.
- Sperber, D. & Wilson, D. (1996 [1986]). *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford (UK): Blackwell.
- Sperber, D. & Wilson, D. (1987). Select Précis of Relevance: Communication and Cognition. *Behavioral and Brain Sciences*. 10(4), 697–710.
- Szabados K. (2019): Can We Win the War on Science? Understanding the Link between Political Populism and Anti-Science Politics. *Populism*. 2(2), 207–236.
- Szegedi P. (2021a). Viccpártok menni Európa? – A Magyar Kétfarkú Kutya Párt és a Die PARTEI 2019-es európai parlamenti választási eredményei. *Parlamenti Szemle*. 6(1), 45–65.
- Szegedi P. (2021b). Politikai humor elméletben és gyakorlatban: a Magyar Kétfarkú Kutya Párt 2015-ös ellenplakátkampánya. *Pólusok*. 2(1), 72–92.
- Szegedi P. (2022). Alulról (sz)építkezés: közösségépítés az MKKP pécsi szervezeténél. *Civil Szemle*. 19(1), 81–97.
- Tomka, B. (2003). Western European welfare states in the 20th century: convergences and divergences in a long-run perspective. *International Journal of Social Welfare*. 12(4), 249–260.
- Tomka B. (2008). *A jóléti állam Európában és Magyarországon*. Budapest (HU): Corvina Kiadó Kft.
- Tóth A., Barczikai T. & Atanaszov D. (2020): Hat-e a korrupció a választókra? – egy bayes-i ökonometriai elemzés. *Metszetek*. 9(3), 25–66.
- Tranter, B. & Western, M. (2009). The Influence of Green Parties on Postmaterialist Values. *The British Journal of Sociology*. 60(1), 145–167.
- Van Reybrouck, D. (2010). *A populizmus védelmében*. Budapest (HU): Gondolat Kiadói Kör.
- Walzer, M. (2018): The New Left. 1968 and Post Scriptum. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. 63(234), 85–98.
- Weyland, K. (2001). Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics. *Comparative Politics*. 34(1), 1–22.
- Wilson, D. – Sperber, D. (2002). Relevance Theory. In L. Horn & G. Ward (Eds.): *Handbook of Pragmatics* (607–632). London (UK): Blackwell.
- Wilson, D. & Sperber, D. (2006). Relevanciaelmélet. (ford.: Bárányi T.) *Helikon – Irodalomtudományi Szemle*. 52(4) 294–336.
- Worsely, P. (1969). The Concept of Populism. In G. Ionescu & E. Gellnert (Eds.), *Populism: Its Meaning and National Characteristics* (pp. 212–250). New York (NY): Macmillan.

Az YZ Folyóiratnak a kiadását támogatta a Nemzeti Kulturális Alap.

Pályázati azonosító: 449101-00457



Nemzeti Kulturális Alap