

BUDAPESTI  
**METROPOLITAN**  
EGYETEM



**ANNALES**

TOMUS XV, 2023



BUDAPESTI  
**METROPOLITAN**  
EGYETEM

# **ANNALES**

## TOMUS XV

**Budapesti Metropolitan Egyetem**  
Budapest, 2023.

# IMPRESSZUM

---

## Annales 2023

A Budapesti Metropolitan Egyetem tudományos szakkönyvsorozata  
Megjelenik évente

A Szerkesztőbizottság elnöke: Dr. Vasa László  
Főszerkesztő: Dr. Róka Jolán  
Technikai szerkesztő: Lévárt Tamás

A Szerkesztőbizottság tagjai: Dr. Vass László, Dr. Kovács Attila, Dr. Vass Vilmos,  
Dr. Izmini Richárd, Dr. Kálmán Botond

A Szerkesztőbizottság elérhetősége: [jroka@metropolitan.hu](mailto:jroka@metropolitan.hu)  
Mail to: [jroka@metropolitan.hu](mailto:jroka@metropolitan.hu)  
Levelezési cím: 1148 Budapest, Nagy Lajos király útja 1-9.

ISSN: 1789-879X

Kiadó / Publisher:  
Budapesti Metropolitan Egyetem,  
1148 Budapest, Nagy Lajos király útja 1-9.  
[www.metropolitan.hu](http://www.metropolitan.hu)

Felelős kiadó / Published by:  
a Budapesti Metropolitan Egyetem rektora / Rector of Budapest Metropolitan University

Copyright:  
Jelen kiadvány szabad hozzáférésű a Creative Commons „CC BY”  
licenznek megfelelően. *This publication is Open Access according to the Creative  
Commons „CC BY” licence scheme.*

## TARTALOM / CONTENTS

---

<b>Papp-Váry Árpád</b> A herefordi világtérkép	10
<b>Behringer Zsuzsanna – Hinek Mátyás – Tevely Titanilla – Bakó Rebeka – Balog Viktória – Németh Katalin – Panyi Dávid – Pereni Dominik – Takács Laura:</b> Fogyasztói magatartásváltozás vizsgálata a Covid-19-világjárvány alatt a turizmus szektorban 2020–2021-ben	16
<b>Kinga Szálkai</b> The EU and the Belt and Road Initiative in Central Asia	48
<b>Dér Csaba Dezső – Zrinyi Ivett</b> Színházi Instagram-kommunikáció, a pandémia első évében	66
<b>Málik József Zoltán</b> Az intelligencia externalizációja: a fenntarthatóság egy sajátos dimenziója	80
<b>Szilárd Hegedűs – Enikő Lencsés</b> Bibliographical analysis of the economic concept of resilience	92
<b>Papp-Váry Árpád</b> Bereznay András: A cigányság történetének atlasza Térképezett roma történelem	103
<b>Németh Gabriella</b> A jogi szaknyelv érthetőségének üzleti És magánjogi dimenziói a sztenderdizált Digitális megállapodások korában	106
<b>Seref Turkmen</b> Turkish Mediation Attempts between the Belligerents of the Russian-Ukrainian War	118
<b>Nyilas Laura – Rada Péter</b> Kampány, kommunikáció, érzelmek: az amerikai politika természete és a világpolitika	135

# AFFILIÁCIÓ

---

## **Bakó Rebeka**

egyetemi hallgató, Kereskedelem és marketing alapszak,  
*Budapesti Metropolitan Egyetem*

## **Balog Viktória**

egyetemi hallgató Turizmus–vendéglátás alapszak,  
*Budapesti Metropolitan Egyetem*

## **Behringer Zsuzsanna**

főiskolai docens, *Budapesti Metropolitan Egyetem*

## **Dr. Dér Csaba Dezső**

egyetemi docens, Marketing Intézet  
*Budapesti Metropolitan Egyetem*

## **Hinek Mátyás PhD**

főiskolai tanár, *Budapesti Metropolitan Egyetem*

## **Málik József Zoltán**

főiskolai docens, *Budapesti Metropolitan Egyetem*

## **Dr. Németh Gabriella**

főiskolai docens, *Budapesti Metropolitan Egyetem*

## **Németh Katalin**

egyetemi hallgató, Turizmus-vendéglátás alapszak,  
*Budapesti Metropolitan Egyetem*

## **Nyilas Laura**

nemzetközi kapcsolatok szakértő, az Új Nemzeti Kiválósági Program  
ösztöndíjasa, *Nemzeti Közszolgálati Egyetem*

## **Panyi Dávid**

egyetemi hallgató, Turizmus-vendéglátás alapszak,  
*Budapesti Metropolitan Egyetem*

## **Papp-Váry Árpád**

professzor emeritus, *Budapesti Metropolitan Egyetem*

## **Pereni Dominik**

egyetemi hallgató, Turizmus-vendéglátás alapszak,  
*Budapesti Metropolitan Egyetem*

**Rada Péter**

egyetemi docens, *Budapesti Metropolitan Egyetem*

**Takács Laura**

egyetemi hallgató, Turizmus-vendéglátás alapszak,  
*Budapesti Metropolitan Egyetem*

**Tevely Titanilla**

egyetemi hallgató, Turizmus menedzsment mesterszak,  
*Budapesti Metropolitan Egyetem*

**Zrinyi Ivett**

egyetemi hallgató, Kereskedelem és marketing alapszak,  
*Budapesti Metropolitan Egyetem*

## AFFILIATION

---

**Szilárd Hegedűs PhD**

associate professor, *Budapest Business School*

**Kinga Szálkai**

associate professor, *Budapest Metropolitan University*

**Enikő Lencsés PhD.**

associate professor, *Hungarian University of Agriculture  
and Life Sciences*

**Seref Turkmen**

PhD student, *National University of Public Service, Budapest*

# A HEREFORDI VILÁGTÉRKÉP

---

## Papp-Váry Árpád

**Absztrakt:** A herefordi világtérkép a legnagyobb és legkidolgozottabb világtérkép, amelyik a tizenötödik század előtti időkből fennmaradt. Holdinghami Richard tervezte, készült 1290 körül. Mérete 1,59 x 1,34 méter. A térképet borjúbőrből készített pergamenre rajzolták. A térképlap mérete 159 x 134 cm, ezen belül a kör alakú térkép átmérője 130 cm. A térkép az emberiség történetéből és a természet csodáiból számtalan képet tartalmaz. Például 420 településrajzot, 15 bibliai eseményt, 33 növény- és állatrajzot, különleges szörnyet, 32 emberrajzot és 8 mitológiai ábrát. A térkép 2007-ben felkerült az UNESCO világörökségi listájára.

**Kulcsszavak:** a legnagyobb fennmaradt középkori világtérkép részletessége lenyűgöző, feltünteteti szerzője nevét.

**Abstract:** *The Hereford World Map is the largest and most elaborate world map surviving from before the fifteenth century. Designed by Richard of Holdingham The map was created in the late 1290s and written in English Gothic script by one person alone. Mappa Mundi is drawn on a single sheet of vellum (calf skin), measuring 1.59 x 1.34 metres. The geographical material of the map is contained within a circle measuring 130 cm in diameter. Superimposed on to the continents are drawings of the history of humankind and the marvels of the natural world. These drawings include of around 420 cities and towns, 15 Biblical events, 33 plants, animals, birds and strange creatures, 32 images of the peoples of the world and 8 pictures from classical mythology. The map was added to the UNESCO Memory of the World Register in 2007.*

**Keywords:** *the largest surviving medieval world map, its detail is impressive, indicates the name of its author*

## Bevezetés

A legnagyobb és legkidolgozottabb fennmaradt középkori világtérkép. (Egy nagyobb méretű középkori térképet is ismert a világ, az ebstorfi térképet, de az elpusztult 1943-ban, a világháborús bombázásokban. A térkép tartalmát csak fennmaradt fényképek alapján ismerjük.) A herefordi térkép Herefordban vagy közeli

településen, Lincolnban készülhetett 1280–1289 között. A világtérképet 1290 óta a herefordi katedrálisban őrizték. A térkép sokáig a kórus folyosóján függött. A katedrális nemcsak egyedi világtérképe által ismert, hanem a 17. század óta létező, máig fennmaradt láncolt könyvtára miatt is. A könyveket leláncolva őrző hely a 8. századtól a 14. század elejéig készült kb. 500 könyvet őriz, köztük 227 középkori kéziratos könyvet is. A könyvtárat és a világtérképet 1996-ban áthelyezték, a katedrális mellett épült új könyvtáráépületbe.

A középkori térképek nagyon ritkán tüntetik fel szerzőiket. A herefordi térkép ebből a szempontból is kivételes, mert a bal sarokban egy francia feljegyzés azt írja, „aki látja a térképet, imádkozzon az azt készítő szerzőért Haldinhami vagy Laffordi Richardért”. Haldingham település Lincolnshire körzetben Lafford (a térképen Lincoln) település közelében fekszik. A szerző személyét nem sikerült azonosítani. A feltételezések szerint a katedrális, későbbi években, 1289-ben és 1290-ben püspökké lett tagja lehetett a térkép szerzője. 1305-től 1326. évi haláláig nem székelő kanonokként tevékenykedett.

A térképet egyetlen borjúbőrből készített pergamenre rajzolták. A bőr húsos felszínére rajzolták a térképet. A pergamen mérete 1,59 x 1,34 méter. Alul és kétoldalt egyenes vonal határolja a rajzot, a felső részen köríves végű háromszöggel záródik. Harvey szerint úgy néz ki a térkép formája, mint egy falusi ház oldalnézeti rajza. A térkép alsó részén van a kör alakú világtérkép. A térkép átmérője 1,3 méter. A kör alakú térképet tenger veszi körül. A tenger túloldalán kettős kör látható. A belső körben lévő jelek mutatják a fő éghajlati irányokat. Kelet van felül, nyugat alul, észak baloldalt, dél jobboldalt. A kelet jelzés alatt, a tengerbe rajzolva a földi paradicsom látható Évával. Éva kinyújtja a kezét, hogy elvegye a tudás fájának gyümölcsét egy démonfejű kígyótól. A négy égtájmegírás közötti negyedekben körben végződő oszlopok nyúlnak ki. A körökbe egy-egy vörös rajzú betű van. A négy betűt összeolvasva a MORS (halál) szót kapjuk. Nem ismert, miért került a rajz a térképre és mi volt a megírás célja. A belső kör 12 szélirányt mutat szelet fújó fejekkel. A kör alakú térkép és pergamen szélei közötti területet rajzok töltik ki.

## A térkép körüli rajzok leírása

A felső háromszög alakú rész az utolsó ítéletet mutatja. Középen felhőn Krisztus ül. Feltartja a kezeit, hogy megmutassa a keresztre feszítés sebeit. Jobb kezével a sírból kiemelkedő halottaknak int, akiket angyalok vezetnek a mennyország kapujához. A másik oldalon a démonok a bűnösöket lecsupaszítják, összeláncolják és a pokol kapujához, egy vadállat nyitott szájához vezetik. Az Istent tartó felhő alatt Szűz Mária könyörög azokért, akik hozzá imádkoztak.

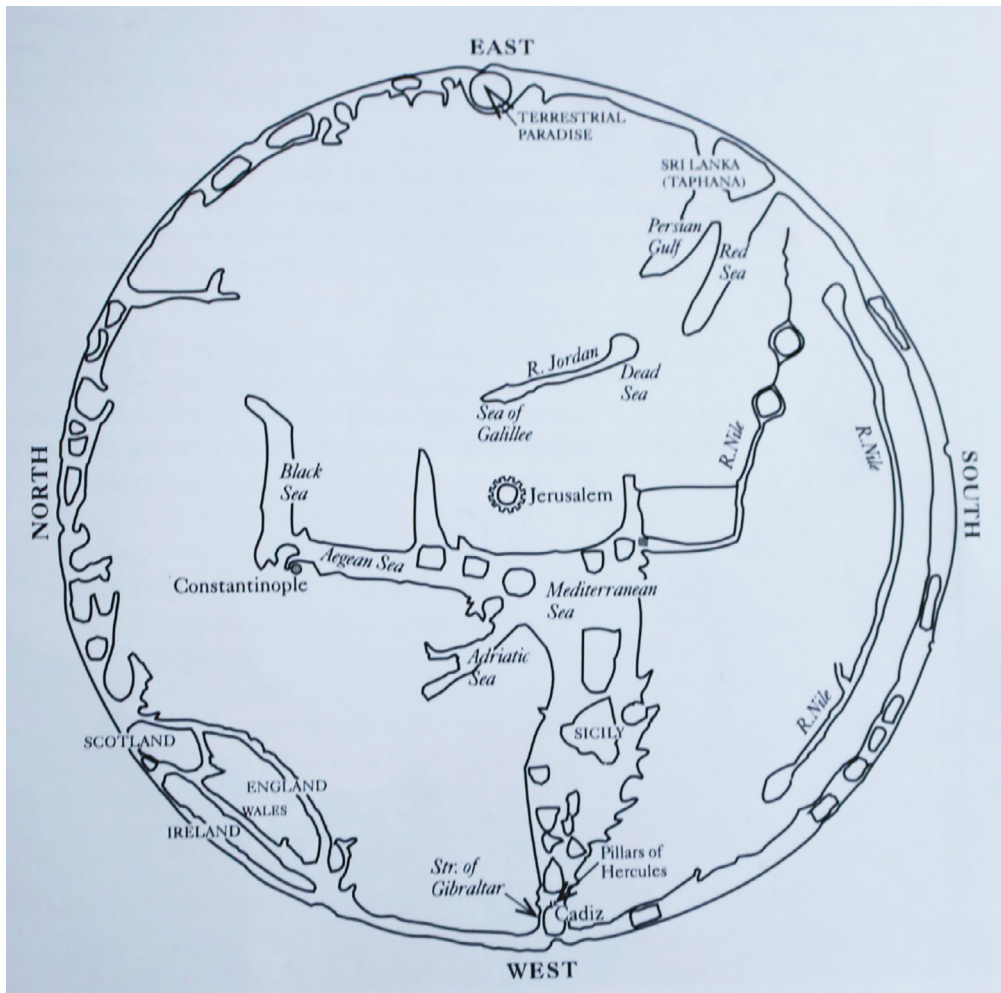
Az alsó baloldali képen Augustus császár latin dokumentumot mutat három földmérőnek. A szöveg megparancsolja nekik, hogy mérjék fel a Földet és készítsenek jelentést a szenátusnak mindegyik földrésről. A három



földmérő rajza mellett olvashatók a neveik. Nichodoxus, Theodocus, Policlitus. A dokumentumra függesztett pecsét alatt olvasható a térkép készítőjének neve és a térkép használójának szóló kérés, hogy imádkozzon a szerzőért.

Az alsó jobboldali rajzon egy kutyát vezető, nyilat, nyílvezzőt tartó vadász és előtte egy lovas látható. Nem világos, kit ábrázol, lehet az egyik földmérőt vagy a térkép készítőjét. A felettük lévő vörös szöveg közli, hogy Julius Caesar parancsára a földmérők melyik területeket mérték fel. E szerint Nichodoxus keletet, Policlitus délt, Theodocus északot és nyugatot mérte fel. Érdekesség, hogy a nevek sorrendje nem azonos a térkép másik oldalán közölt sorrenddel.

## Az északi félteke térképi ábrázolása



**A herefordi világtérkép partvonalainak ábrázolása**

(Harvey, 2002)

A kör alakú térkép középpontjában Jeruzsálem városfalakkal körbevett körjele látható. Harvey szerint ez az ábrázolás nem jelenti azt, hogy a középkori térképészek úgy tekintettek volna Jeruzsálemre, mint a világ középpontjára. Jeruzsálem alatt van a Földközi-tenger. A tenger a térkép alján, a Herkules oszlopai és a mai Gibraltári-szoros rajzával csatlakozik a kör alakú világtengerhez. A szoros szárazföldi oldalai piros felirat jelzi, ez itt Európa és Afrika vége (Terminus Europe, Terminus Africa). Bal felé nyúlik ki az Égei-tenger és folytatásaként a Fekete-tenger. A Földközi-tenger és az Égei-tenger találkozásánál az Adriai-tenger szakítja meg a szárazföld felszínét. A tengerek több szigetet mutatnak. A legfeltűnőbb Szicília nagy, háromszögletű rajza.

A térkép felső, jobb oldali részén, a világtengerbe rajzolt Srí Lanka alól a Perzsa-öböl és a Vörös-tenger rajza nyúlik be a szárazföldbe. A két tengerész és Jeruzsálem között a Jordán folyó köti össze a Galileai- és a Holt-tengert. Alatta a Nílus folyik a Földközi-tengerbe. A térkép szélén, a kör alakú tengerrel párhuzamosan egy másik Nílus folyik. Ez mintegy a lakott Földet választja el, a középkorban lakatlannak gondolt déli féltekétől.

A térkép bal oldali alsó szélén a keskeny világtenger kiszélesedik és benne az Angol-szigetek láthatók. A rajz szerint Anglia, Skócia, Írország külön sziget.

## A térkép ábrái

A térkép rajzos jellel 240 települést, 15 bibliai eseményt, 33 állatot, növényt, 32 embert és 5 mitológiai eseményt ábrázol. Az állatot mutató ábrák között több olyan is látható (például elefánt és teve), amelyeket a térkép készítése idejében, általánosan még nem ismerhettek az európaiak. Több állatrajz fantázia szülte szörnyet ábrázol. Az embereket mutató ábrázolások között is több kitalált ijesztő alak található. A kitalált emberek egy része a kör alakú világóceán és jelképesen az északi féltekét lezáró, második Nílus folyó közötti sávban található. Cholnoky (1932) tíz ilyen szörnyeteget másolt le és illesztett be a könyvébe.

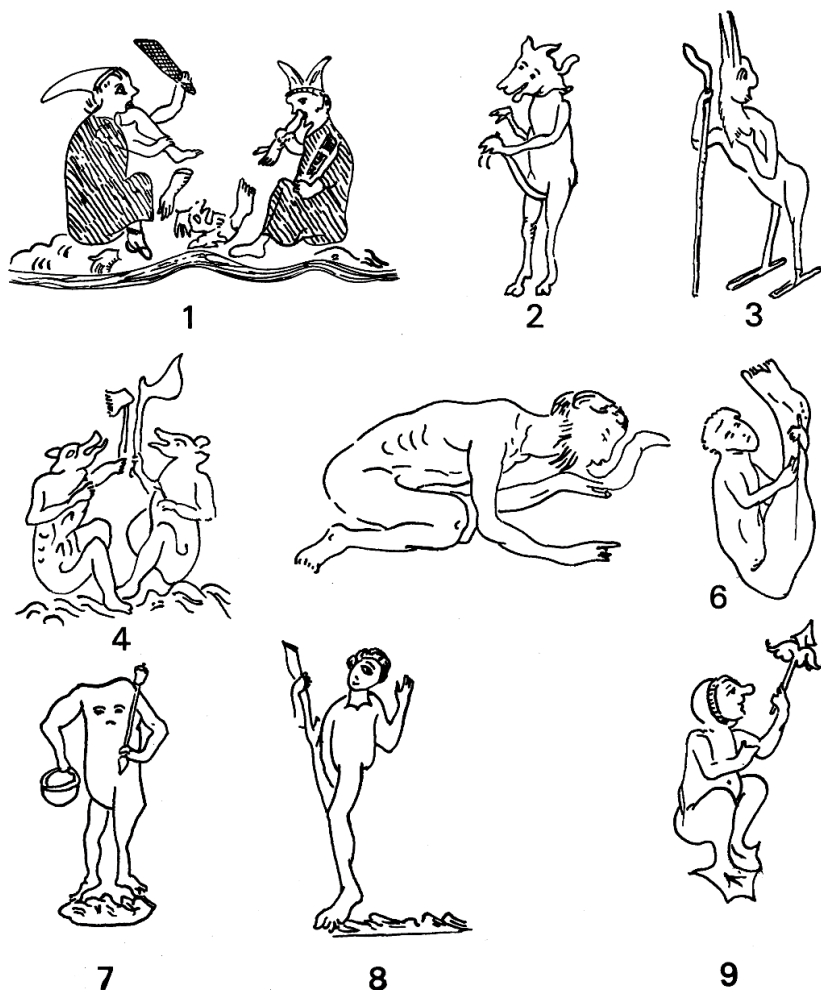
A bibliai események rajzos megjelenítései közül megemlíthetjük Noé bárkáját, Bábel tornyát, az izraeliek kivonulását Egyiptomból vagy a keresztre feszítést, a mitológiaiak közül a Szent Brendan-szigetét vagy az argonauták történetét.

## A térkép megrajzolásának módja

Először grafittal megrajzolták a felszíni formákat, a tengerpartokat, folyókat, majd a településeket. A kész előtervet ellenőrzés után, színes (fekete, vörös, kék) tintával átrajzolták. Ezt követte a jelek, ábrák megrajzolása, majd a feliratok megírása. A településnevek és a magyarázószövegek feketék. A népek és a provinciák neveit vörössel írták meg. Nagy piros betűkkel jelölték a kontinensek és India, valamint a tengerek neveit. Érdekes hibája a térképnek, hogy az

Európa nevet Afrika területére, Afrika nevét Európa területére írták. A folyók felszíne kék, a Perzsa-öböl és a Vörös-tenger színe vörös volt. Befejezésül a szárazföld egész felületét halványzöldre festették. A térkép elkészítése óta eltelt 700 év alatt több szín elhalványult vagy meg is változott. Legfeltűnőbb, hogy a felszín zöld színe halványbarna, a vizek kék színe fekete lett. Érdekes, hogy az aranyszín nem változott az idővel.

A térképre csak a 17. században figyeltek fel. Első, az eredetivel azonos méretű színes reprodukcióját az angol Királyi Földrajzi Társaság jelentette meg 1831-ben. Német nyelvterületen először Stuttgartban adták ki 1896-ban.



#### Szörnyek a herefordi térképen (Cholnoky után)

1. Emberevők a délorosz síkságon
2. Minótauruszszerű szörny a Kaszpi-tenger partján
3. Nyúlfejű ember a Turáni-alföldön
4. Kutyafejűek Lengyelország területén
5. Nyúltajkú ember a Felső-Nílus mentén
6. Fállábú szörny a Gangeszen túl (lábfejét napernyőnek használja)
7. Fej nélküli ember Afrikában
8. Egyszemű, egylábú szörny Afrikában
9. Uszonyos lábú ember az Örmény-felvidéken

## Összefoglalás

A térkép mérete és komplexitása lenyűgöző. Amikor Haldinghami Richard 1300 körül elkészítette világtérképét, olyan világlátásmódot fogalmazott meg, amelyet a legtöbb európai kortárs felismert és megértett volna. Jeruzsálem, a keresztre feszítés és a feltámadás helyszíne volt a térkép középpontja. Ezt a logikát követve a Paradicsom volt a térképlap csúcsán. A szerző a földrajzi teret a Bibliából és a mitológiákból átvett történetekkel egészítette ki. A szerző tudta, hogy a Föld egy gömb, de semmit sem tudott arról, mi van a déli féltekén, ezért csak az északi féltekéről készített rajzot. Valamit tudott Kínáról olyan utazóktól, mint Marco Polo, egy kicsit Indiáról és Egyiptomról. Afrikából pletykák érkeztek más népekről, amelyek nagyon különböztek az övétől: logikus volt szörnyetegként bemutatni őket. Térképe a középkori ember elképzelése a világról.

## Irodalomjegyzék

- Cholnoky Jenő** (1932): A Föld megismerésének a története. Singer és Wolfner. p. 355.  
**Harvey, P. D. A.** (2002): Mappa Mundi The Hereford Map. Hereford Cathedral. p. 58.  
**Kupfer, Marcia** (2016): Art and Optics in the Hereford Map. Paul Mellon Centre. p. 240.

# FOGYASZTÓI MAGATARTÁSVÁLTOZÁS VIZSGÁLATA A COVID-19-VILÁGJÁRVÁNY ALATT A TURIZMUS SZEKTORBAN 2020–2021-BEN

---

Behringer Zsuzsanna  
Hinek Mátyás  
Tevely Titanilla  
Bakó Rebeka  
Balog Viktória  
Németh Katalin  
Panyi Dávid  
Pereni Dominik  
Takács Laura

**Absztrakt:** Tanulmányunk célja, hogy feltáró jelleggel megvizsgáljuk, milyen hatást gyakorolt 2021 végéig a pandémia az utazási szektorban a fogyasztók viselkedésére, vásárlási döntési folyamatainak alakulására, illetve preferenciáik megváltozására. Ennek során a Budapesti Metropolitan Egyetem Turizmus Tehetségműhely tagjaival közösen empirikus kutatást végeztünk online kérdőíves felmérés keretében, amelyben kiemelten a főváros és Pest megye X, Y és Z generációi utazási szokásainak változását vizsgáltuk. Feltételezéseink szerint a világjárvány jelentősen átalakította az addigi turisztikai vásárlási szokásokat a járványtól való félelem, a lezárások, karanténok és utazási korlátozások miatt, de a részleges nyitások után a fogyasztók kereslete újból intenzíven megnőtt az utazások iránt, csak már másként, máshová és másért utazunk, de az igény továbbra is megmaradt a hazai lakosság vizsgált szegmenseiben. Eredményeink azt mutatták, hogy a turizmusipart ugyan mély válságba sodorta a pandémia, de a kereslet erre a krízisre is rendkívül rugalmasan reagált, és a fogyasztókban mára alapszükségletté vált utazási igényeit nem tudta megtörni, csak átalakította, ami megmutatkozott az utazási jellemzők mindegyikében. 2020-ban még alig volt lehetősége utazni a hazai lakosságnak – hasonlóan a világ többi országának állampolgáraihoz –, de a 2021-es részleges nyitások következtében már újból elkezdtek a különböző generációk utazni, bár nagyon óvatosan, a szabályokat maximálisan betartva kerestek új úti célokat, motivációkat, szálláshelyeket. Ezekben az eddig alig ismert, csendesebb desztinációkban sokkal jobban elszeparálódhattak családjukkal, kisebb baráti társaságokkal, és az

egészségügyi biztonság és higiéniai szempontok kiemelt jelentőséget kaptak a korábbi utazásokhoz képest, csakúgy, mint a szabadban történő, pihenési, relaxációs célú utazások.

**Kulcsszavak:** fogyasztói magatartás; turizmus; utazási szokások; pandémia; válság; motiváció; biztonság; higiéné; online kérdőíves felmérés

**Abstract:** *Our study aims to explore the impact of the pandemic on the travel sector by the end of 2021 on the behaviour of consumers, the evolution of their purchasing decisions, and changes in their preferences. In doing so, the Tourism Research Group of Budapest Metropolitan University conducted an empirical research online questionnaire survey, with a focus on the changes in travelling habits of generations X, Y and Z, especially of the capital and Pest County. According to our hypothesis the pandemic has significantly changed their previous travel and tourism customer habits due to the fear of the epidemic, the closures, quarantines and travel restrictions, but due to the partial openings, consumer demand for travel has once again increased intensively. Although we travel to different places in different ways and for different reasons, but the demand persisted among the segments of the surveyed domestic population. Our results showed that, although the tourism industry was plunged into a deep crisis by the pandemic, demand responded to this crisis in a very resilient way, and the travel needs that have become an essential need in consumers could not be broken, but only transformed, as reflected in all travel characteristics. In 2020, the domestic population - like citizens of other countries in the world - had few opportunities to travel, but the partial openings of 2021 have led to a resurgence of travel by different generations, although very cautiously, with maximum respect for the rules, in search of new destinations, motivations and accommodations. In these new destinations, which had previously been little known and quieter, they were able to be much more isolated with their families and small groups of friends, and health safety and hygiene were given a higher priority than in the past, as were trips outdoors for rest and relaxation.*

**Keywords:** consumer behaviour, tourism, travelling habits, pandemic, crisis, motivation, safety, hygiene, online survey

## Bevezetés

Közel két éve szorongásokkal, ugyanakkor reményekkel telve figyeljük az egész világot, hogy hogyan alakul, változik a Covid-19-vírus által kiváltott világjárvány, amely egyéni és világszinten befolyásolja napjainkban az emberek és országok, földrészek életét minden szempontból. A II. világháború óta nem tapasztalt ekkora

léptékű és kiterjedésű krízist a világ, különösen egészségügyi szempontból. Ha elő is fordultak gazdasági, politikai, környezeti vagy egészségügyi problémák, ezek mind lokálisak tudtak maradni, illetve rövid időn belül megszűntek, megoldódtak, így hosszabb távon és az egész világra kiterjedően nagyon régóta nem tapasztalt az emberiség ekkora válságot, amelyben szinte minden ország, vállalkozás, szervezet és egyén érintetté vált, és kell máig szembenéznie és megküzdnie a pandémia kihívásaival.

A XX. század második felétől, illetve a XXI. században különböző válságok, katasztrófák terheltek a világgazdaság működését. Pl. olajválságok, rendszerváltás Közép-Európában, politikai és háborús konfliktusok Európa, Ázsia, Közép-Kelet és Afrika számos országában, földrengések, cunamik, hurrikánok, ipari katasztrófák, vulkánkitörések, pénzügyi-gazdasági válságok, terrorcselekmények, régi és új fertőző betegségek, illetve vírusok okozta járványok kirobbanása. Eddig azonban időben és térben mindegyiket lokalizálni tudták a szakemberek, kormányok és nemzetközi szervezetek, ezért ezek nem okoztak hosszabb távra szóló attitűdváltozást a mindennapi életben, sem az egyes fogyasztók, sem pedig a vállalkozások, szervezetek, illetve kormányok életében.

Az emberiség fogyasztás- és növekedésorientált életmódja következtében viszont felerősödtek olyan globális problémák, mint a klímaváltozás, amely alapjaiban és folyamatosan alakítja az emberek gondolkodását, és előtérbe kerülnek új fogalmak (pl. környezettudatosság, egészséges életmód), és ezek a megatrendek alapvetően befolyással bírnak a fogyasztók döntési folyamatára.

Jelen kutatás témája a 2019 végén, 2020 elején kitört világjárvány által okozott erőteljes életmódbeli változások következtében kialakult fogyasztói magatartás vizsgálata, egy olyan speciális területen, amelyről éppen a világjárvány alatt vált egyértelművé, hogy mennyire beépült a modern kori alapszükségletek közé (Aubert, 2010; Lengyel, 2004; Lew et al., 2008; Michalkó, 2010). Ezen igények kielégítetlensége milyen hatalmas feszültségforrássá tud válni egyéni és vállalati, illetve országos és nemzetközi szinten egyaránt, és tovagyűrűző hatása az egész világgazdaság működésére kihat. Ezenfelül pedig társadalmi és pszichés szempontból is megterheli az egyéneket és országokat egyaránt.

Ez a terület a turizmus, amelynek lényege a helyváltoztatás, mobilitás, mivel anélkül nem jön létre maga a fogyasztás, illetve a szolgáltatásátadás nem valósul meg, hogy az illető vásárló, látogató el ne utazzon a kiválasztott desztinációba. A pandémia viszont éppen ezt a szabad helyváltoztatást akadályozza meg, és pontosan ennek a nagymértékű mobilitásnak köszönhető, hogy ilyen gyorsan és széleskörűen terjedt el a Covid-19-vírus, így éppen e mobilitás ideiglenes beszüntetése tudja feltartóztatni a vírus terjedését, amíg a világ országainak átoltottsági szintje nem éri el a kellő mértéket.

A világjárvány alapjaiban rengette meg az egész világgazdaságot, és ezen belül jó néhány szektort különösen mélyen sújtott, amelyek közé tartozik a turizmus-vendéglátás ágazat is. A járvány előtti utolsó év, 2019 kiemelkedően

sikeres év volt nemzetközi és hazai szinten egyaránt, egy évvel később viszont, 2020-ban az iparág soha nem látott mértékű zuhanást élt át, és mondhatjuk, hogy derékba törte az egész szakmát.

Ennek a soha nem látott mértékű válságnak az iparágban több olyan következménye is lett, amelyek új trendeket rajzolnak ki a piaci szereplők életében és viselkedésében. Ezek feltárása előbb piaci alapon kezdődött meg, rendkívül sokféle felmérés elindításával, de nem sokkal később a tudományos, empirikus kutatások is elkezdtek felmérni az egyes szereplők helyzetét, reagálási stratégiáit és taktikáit. Ezen kutatások egyik csoportja a turizmusban és vendéglátásban tevékenykedő cégek (pl. légitársaságok, szálláshelyek, vendéglátóegységek) és szervezetek (pl. helyi, regionális és nemzeti marketingszervezetek, Magyarországon TDM-ek) helyzetének változását vizsgálta, míg mások a fogyasztói oldal viselkedésének és magatartásának változásait vették nagytitok alá.

Jelen kutatásunkkal a hazai lakosság turizmussal kapcsolatos fogyasztói magatartásváltozásait, illetve utazási szokásainak alakulását vizsgáljuk, amelyben feltáró jelleggel azt kutatjuk, hogy miként reagált a magyar lakosság a világválság kitörése következtében teljesen átalakult és szűk korlátok közé szorított utazási lehetőségekre, illetve a korlátozó intézkedésekre. Hogyan hatottak a járvány terjedésének hullámjai, valamint a drasztikusan beszűkült utazási lehetőségek, és a szigorú járványügyi intézkedések a lakosság utazási szokásaira, ezeknek mely elemeiben történtek változások, azok milyen mértékűek voltak, miben tértek el a korábbi évek utazásainak jellegétől? Mely tényezők, és hogyan alakították, befolyásolták fogyasztói preferenciáikat, és döntési folyamataikat, egészségügyi, járványügyi, biztonsági, higiéniai szempontból, valamint korábbi motivációikat, utazási igényeiket hogyan tudták és akarták hozzáigazítani az először még váratlan, de később már tartóssá vált új helyzethez?

Empirikus, kvantitatív kutatásunkban három blokkban tettünk fel összevethető kérdéseket online kérdőíves formában a járvány előtti időszak utazásaira vonatkozóan, majd a 2020-as év már megvalósult utazásaira, illetve az 2021-es év utazási terveire vonatkozóan. Felmérésünk eredményeként választ kaptunk kérdéseinkre, amelyből jelen tanulmányban a legjelentősebbeket ismertetjük.

## Szakirodalmi áttekintés

### *A turizmus általános tényezői*

A turizmus rendszerben történő vizsgálata több évtizedes múltra tekint vissza (Lengyel, 2004; Michalkó, 2010), amelynek során több alaptételből indulhatunk ki. Egyrészt a turisztikai alrendszer egyike az a kínálat, amelynek szerves részét képezi az ún. biztonsági tényező, amelynek kiemelése 2001. szeptember 11. előtt nem volt jellemző, sokkal inkább a vonzerőre, a szállás- és vendéglátóhelyekre és egyéb kínálati elemekre helyezték a hangsúlyt mind a szolgáltatók a



termékfejlesztések és kutatások esetében, mind a fogyasztók az utazási döntéseik meghozatala során. A 2001-i 9/11-es események viszont merőben új helyzetet idéztek elő, és a biztonsági faktor onnantól kezdve elsődleges fontosságúvá vált a turisztikai célterület kiválasztásánál. Az addigi lokális válságból globális válság lett, amely sokkal erőteljesebb bizonytalansági faktort eredményezett az utazások terén (Hall, 2010; Lew et al., 2008). A krízishelyzetek kezelésével már jóval korábban is foglalkoztak, amelynek során a válságkezelés folyamatát részekre bontották, és az első sokkhatásokat követően mindig jövőorientáltan gondolkodtak, amely az adott terület helyreállítását helyezte előtérbe (Faulkner, 2001).

A turizmus résztvevői számára a biztonság az egyik legfontosabb döntési szempont, főleg a bizonytalan helyzetekben (technológiai változások, vész hírek megjelenése, egyéb biztonsági problémák), de az is tény, hogy a fiatalok választási szokásait kevésbé jellemzi a biztonságos úti cél választása, mint az idősebb generációkat (Csapó & Törőcsik, 2019). Baker-nél az is látható, hogy a turisztikai veszélyérzet főként egészségügyi problémákhoz, terrorizmushoz, bűncselekményekhez és természeti katasztrófákhoz köthető. A félelem és a veszélyérzet nagyban közrejátszik a turisták utazási döntéseiben: a desztináció választása függ a terrorizmustól való félelemtől, a meglátogatni kívánt desztinációról talált információtól, a hivatalos ajánlásoktól, és a további választható desztináció helyzetétől (Baker, 2014).

Az ún. Kahle-értéklista alapján a magyar fogyasztók életében fontos szerepet játszó értékek között első helyen szerepel a biztonság (Hofmeister-Tóth, 2017). A magyar lakosság esetében a biztonságra való törekvés különösen erős az úti célok kiválasztása során, hiszen bizonytalanságot jelent bármilyen gazdasági-pénzügyi, politikai, háborús, környezeti-természeti vagy éppen egészségügyi jellegű veszély.

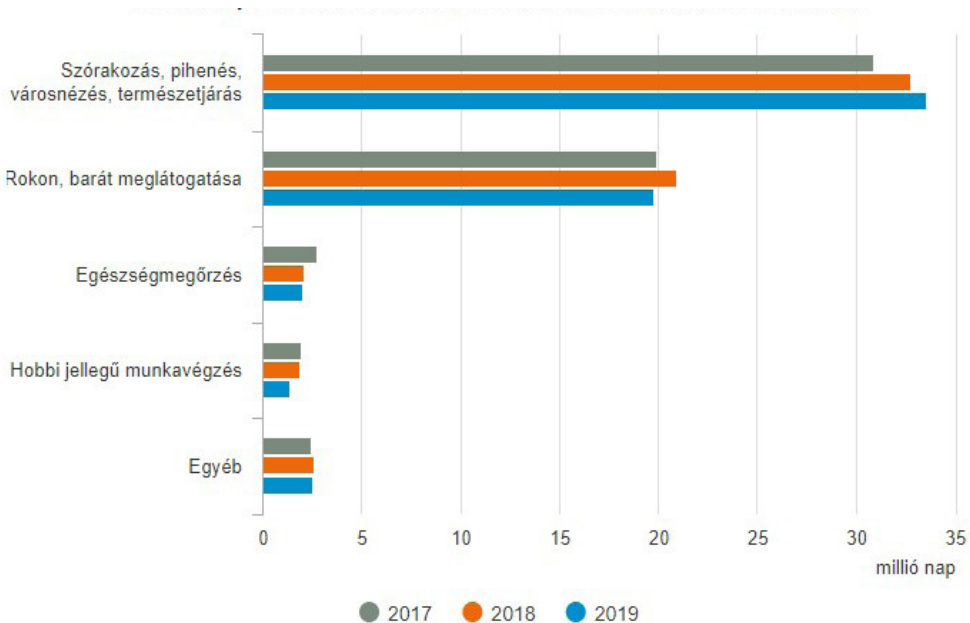
A turizmus mozgatórugója a motiváció, amely belső indíttatásból ered, e nélkül nem indul el az egész utazási döntési folyamat sem. Az utazási motivációkban megjelenik Maslow szükségletelmélete, ahol ahhoz, hogy a magasabb fokozatokat elérjük, szükség van az alapok kielégítettségére is: a fiziológiai szükségletek kielégítésére és a biztonságérzetre, amely napjainkra különösen felértékelődött (Lengyel, 2004). Az utazási szokások vizsgálatának alapja is az utazási motiváció, az utazások iránya és úti célja, az utazás lebonyolításának módja, az igénybe vett szolgáltatások és az utazás során elköltött összeg (Michalkó, 2004). Kutatásunk során mi is ezeket a területeket vizsgáltuk. A vásárlási döntések pedig összetettek, napjainkban jellemző rájuk, hogy inkább érzelme alapúak, nem racionálisak. Jelenünk nagy vásárlási megatrendjei közé tartozik a fizikai és digitális biztonság felértékelődése is (Törőcsik & Szűcs, 2021).

### *A turizmus jelentősége a pandémia előtti évben*

A turizmus korunk fontos társadalmi jelensége. Jelentős szerepe van az egyéni szabadidő eltöltésében, a testi, lelki és mentális egészség fenntartásában. Évek óta a világgazdaság egyik alapvető szegmense: 2019-ben 10,4 százalékát adta

a globális GDP-nek, és minden tizedik munkavállaló a szektorban talált magának állást, ami 334 millió főt jelentett (World Travel & Tourism Council, 2020). Nem véletlenül, hiszen az emberek jelentős része az utazás során kapcsolódik ki, új kultúrákat ismer meg, új élményeket szerez.

A turizmus a 21. században teljesen más képet mutat, mint az előző évszázadokban. Az utazási szokások megváltoztak, a felkereshető desztinációk és választható szolgáltatások köre kibővült. Az utazás lehetősége egyre több ember számára vált elérhetővé: mind a hosszabb, egy-két hetes nyaralások, mind az év közbeni, hétvégi kirándulások népszerűek lettek. Egyszerre volt jelen a tömegturizmus és az alternatív turizmus iránti igény; a felkapott, egzotikus helyek, és az alig felfedezett természeti kincsek is a turisztikai ajánlatok között szerepeltek (Vámos, 2020).



**1. ábra. A többnapos belföldi utazások motivációi**

(Forrás: KSH, <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2019/index.html>)

A koronavírus-járvány hatása az emberek egész életére kihatással van, de a turizmus területén különösképpen. Ez jól látszik a pandémia előtti 2019-es év és a járvány első évének, 2020 turisztikai adatainak összehasonlításakor. Az európai turizmus 4 százalékkal növekedett 2018-hoz képest, három desztináción kívül mindenhol több turistát fogadtak, mint az előző években (European Travel Commission, 2020). A régióban 22,6 millió munkahelyet biztosított a szektor, és az unió gazdaságához 9,5 százalékkal járult hozzá (WTTC, 2020).

A Magyar Turisztikai Ügynökség szerint „2019-ben rekordot döntött a magyar turizmus”. A kereskedelmi szálláshelyeken a vendégek száma 12,8 millió, míg az ott töltött vendégéjszakák száma 31,3 millió volt, hasonló arányban a belföldi és a külföldi turisták között (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2020).

A Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján a magyar turisták a külföldi utazásokat részesítették előnyben a belföldivel szemben; 2019-ben 25 millió külföldi utazást tettek, főként Európán belül. Ezen utazások során 614 milliárd, a belföldi kirándulások során pedig 393 milliárd forintot költöttek. Az 1. ábrán látható, hogy a belföldi utazásokat főként szórakozás, pihenés egészségmegőrzés és rokonlátogatás céljából tették. A magyarok 52,4 százaléka vett részt legalább egy alkalommal egy napnál hosszabb kiránduláson a határon belül. A hazánkat látogató külföldi turisták költségei pedig az itt-tartózkodásuk során az 1500 milliárd forintot közelítették meg, aminek fele szintén szabadidő eltöltéséhez, szórakozáshoz és egészségmegőrzéshez kapcsolódott (Központi Statisztikai Hivatal, KSH, 2020).

A külföldiek körében kivívott népszerűségünket olyan tényezők is növelték, mint az év elején a European Best Destinations – ami a régió turizmusának népszerűsítésére jött létre – Budapestet választotta meg a legjobb európai desztinációnak (European Best Destinations, 2019), illetve az elmúlt évek intenzív termékfejlesztései is közrejátszottak az iparág gyors felfutásában.

### *A 2020-ban bekövetkezett változások a turizmusban*

A Covid-19-vírus világjárvánnyá bővülését követően az utazások teljes leállításával a bizonytalansági faktor sokkal erőteljesebben érvényesült (Dagnachew & Hon, 2020), és az egészségügyi szempontok abszolút elsőbbséget élveztek. A járvány megjelenésének és a korlátozások bevezetésének következtében a turizmus közel 75%-os forgalom-visszaesést könyvelhetett el 2020-ban, ami 1 milliárd turistaérkezéssel kevesebb, mint az előző évben. A világ GDP-jéhez való hozzájárulása a felére, 5,5%-ra esett vissza, 62 millió munkahely megszűnt az iparágban, így 272 millió munkahelyet tudhat már csak magáénak a szakma. Minden mutatója erőteljesen lecsökkent, emberek milliói veszítették el állásukat, munkahelyek ezrei szűntek meg, és vannak továbbiak veszélyben, cégek mentek tönkre az utazások szakaszos és teljes leállításával, a járványügyi korlátozó intézkedések bevezetése következtében. Összehasonlítva a 2009-es válsággal, amikor mindössze 4%-ot csökkent a forgalom, a mostani világjárvány soha nem látott visszaesést hozott az iparágban. A nemzetközi szervezetek előrejelzései pedig a vártnál sokkal lassabb felépülést jósol nemzetközileg: 2022-re mindössze 30% körüli növekedést, amelynek jelentős része a belföldi utazásokból adódik. Ez többek között az intézkedések összehangolatlansága és a nem megfelelő átoltottsági szint miatt adódik (UNWTO; 2021; World Travel & Tourism Council, 2021, WTTC, 2021).

Magyarországon, ahol az iparágban kiemelkedő (11%) az ország GDP-hez történő hozzájárulása (turizmus.com, 2019), a világjárvány következtében hasonló folyamatok mentek végbe. A kormány a koronavírus megfékezése érdekében hozott intézkedései jelentős hatást gyakoroltak az emberek szabadidős tevékenységeire is. A kulturális és sportrendezvényekre vonatkozó

szigorú intézkedések visszaszorították ezt az iparágat. A szórakozóhelyek, mozik, kulturális intézmények látogatási tilalma erőteljes visszaesést eredményezett a hazai turizmusban. Ugyancsak a hazai turizmus visszaesését eredményezte a nagy tömegeket vonzó népszerű könnyűzenei, ösztönművészeti és egyéb kulturális fesztiválok elmaradása. A nyári főszezon forgalmának erősítése és a belföldi turizmus újraindítása érdekében a Magyar Turisztikai Ügy-nökség *Együtt, itthon, szabadon – Magyarország visszavár* című kampányával 2020-ban és 2021-ben itthoni nyaralásra buzdított mindenkit.

Az olyan szabadidős tevékenységekre, amelyeket szolgáltatásként veszünk igénybe, a koronavírus-járvány miatti korlátozások nagy csapást mértek. Ilyenek a turisztikai szolgáltatások, az otthonon kívüli vendéglátás, az otthonon kívüli kultúrafogyasztás, de tágabb értelemben idesorolhatjuk az informális színtereken zajló szabadidős tevékenységeket is, mint pl. a baráti, társasági, nagyobb családi összejöveteleket. A vírussal szembeni hatékonynak bizonyuló társadalmi távolságtartás elkerülhetetlensége miatt az informális szabadidős tevékenységek, szolgáltatások mára átrendeződtek, és kialakultak e tevékenységek virtuális alternatívái. A kapcsolattartás az infokommunikációs technológia (IT) révén online formában is ma már szinte mindenki számára lehetőségként fennáll. Ugyanakkor igaz, hogy általában bármilyen tökéletes virtuális forma sem pótolja teljes mértékben a személyes jelenléttel, másokkal közösen átélhető élményt (Törőcsik et al., 2020).

A turizmus és vendéglátás ágazat talpra állítása érdekében tett kezdeményezések ellenére 2020-ban a szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás bruttó hozzáadott értéke 32%-kal csökkent, a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma 57%-kal visszaesett 2019-hez képest, ahol a vendégforgalom 72%-át a belföldivendég-éjszakák tették ki. A lakosság az előző évinél 37%-kal kevesebb belföldi utazást tett, melyek során az eltöltött idő 33%-kal csökkent. A külföldre látogató magyarok kiutazásainak száma mintegy felére, az utazásokhoz kapcsolódó költségek pedig 58%-kal estek vissza. 2020-ban a külföldiek az előző évhez mérten 48%-kal kevesebb utazást tettek Magyarországra, és 54%-kal kevesebbet költöttek (Központi Statisztikai Hivatal KSH, 2020, 2021).

A szakemberek kreatív módon próbáltak megoldásokat találni a részleges mobilitás helyreállítására vonatkozóan az egész világon. Az ún. Travel Bubbles, utazási buborékok kialakításával előbb 2-2 hasonló fertőzöttségi szinten álló ország között építettek ki olyan buborékokat, amelyek révén az adott országok állampolgárai kisebb veszélynek voltak kitéve, és ezen keresztül utazhattak egymás országába. Ilyen folyosó valósult meg pl. Horvátország és Szlovénia, Dánia és Norvégia, Németország és Ausztria, Kína és Szingapúr vagy Kína és Dél-Korea között 2020-ban, amely részlegesen pótolni tudta az utazások elmaradását, ami javította az utasok mentális állapotát. Itt a biztonsági faktor abszolút előnybe került, praktikus és jól használható megoldás született, amelynek az állampolgárok mellett a légitársaságok is örültek némi forgalom beindulása miatt (Sharun et al., 2020).

A járvány Kínából indult ki, ott történtek az első lezárások, teljes karantén, amely lelkileg is nagyon megviselte a lakosságot az egészségügyi vészhelyzet mellett. Az egyes emberek személyisége, és jelen esetben a pandémia észlelési szintje, illetve az utazáshoz való viszonyulás között összefüggést figyeltek meg. Akik ijedtebben reagáltak a járványra, az ún. krízisérzékenyek, hajlamosabbak voltak lemondani utazási szándékaikról, elhalasztották kimozdulásaikat, illetve rövidebb utazásokat választottak, és megváltoztatták az általuk igénybe vett közlekedési eszközök fajtáit is. Ezzel szemben az ún. krízisrezisztensek sokkal kevésbé változtattak korábbi utazási szokásaikon, vagy halasztották el utazásaikat. Kínában a nagy távolságok miatt a repülés csökkenése helyett inkább a vonat- és autóbusz-forgalom drasztikus csökkenését figyelték meg. Összefüggést találtak a pandémiához fűződő érzelmek és aggodalom, illetve a demográfiai jellemzők között, mivel a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők és a nagyvárosokban élők kevésbé ijedtek meg a járványtól, mint az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők és kisebb településeken élők (Li et al., 2020).

Hasonló következtetésre jutott egy másik kínai tanulmány is, amelyben az ún. utazási félelem kialakulásának folyamatát ismerhettük meg. A szerzők megállapították, hogy azok a turisták, akik kevésbé fertőzött országból utaztak másik területre, kevésbé élték meg félelmetesen az utazásaikat, mint akik jóval fertőzöttebb országokból keltek útra, viszont ahol kontroll alatt tudták tartani a járványt, ott kisebb utazási félelem uralkodott el az embereken, és ők optimistábban álltak a mindennapjaikhoz és utazási lehetőségeikhez egyaránt (Zheng et al., 2021).

A német–osztrák–svájci régió turistáit vizsgáló tanulmányban, a járvány első két szakaszában hasonlították össze a fogyasztók utazáshoz és pandémiához való viszonyulását. Ennek során három jól elkülöníthető csoportot különböztettek meg: az idegesek/aggódók, a tartózkodók és a nyugodtak csoportját, akik a járvány észlelésének, illetve kezelésének időpontjában viselkedtek különbözőképpen, és később utazásaikat is ennek a viselkedésmódnak megfelelően halasztották el vagy tervezték át a megváltozott körülmények hatására (Neuburger & Egger, 2020). A fogyasztók bizonytalanságérzetét nagyban csökkentette viszont a járványhelyzetről és járványügyi intézkedések okairól szóló korrekt és részletes tájékoztatások (Gössling et al. 2021).

A világjárvány kirobbanását követően a hazai elméleti szakemberek is azonnal elkezdték felderíteni a hazai piaci viszonyok változásának folyamatát, és már a járvány első hullámában – illetve az azt követő első enyhítések után is – vizsgálták azok hatását a piaci szereplők teljes körében. Felkai (2021) elsősorban az orvosi szempontokat helyezte előtérbe, és a világjárvány egészségügyi vonatkozásait vette sorra, amelyek hatással lesznek a jövőbeni utazásokra, és megváltoztatják a fogyasztók magatartását a turisztikai szolgáltatások igénybevételekor.

A biztonság abszolút előtérbe kerül, amely a távolságtartással, elővigyázatossággal és óvatosabb utazási hajlandósággal párosul, a megválasztott közlekedési eszközök fajtája is megváltozik (Csapó & Törőcsik, 2019; Raffai, 2020; Michalkó et al., 2020; Miskolczi et al., 2021; Végi et al., 2020). A fogyasztói magatartás megváltozását jelzi a nagyfokú félelemérzet megnövekedésén keresztül az utazásokról történő lemondás, illetve későbbre halasztás, valamint az enyhítések alatt jelentősen

lecsökkent utazási intenzitás mértéke, a desztináció megválasztása, ami a megtett távolságok csökkenését eredményezi, és döntő többségben belföldi utazásokat jelent (Felkai, 2021; Raffai, 2020; Végi et al., 2020). A teljes lezárások, határzárások, és a több hónapos karantén következtében teljesen átalakult a mindennapi életünk, sokkal bezárkózottabbak lettünk, ha kimozdultunk a lakásunkból, akkor is csak a minimális elintéznivalókra koncentráltunk, és otthon újfajta tevékenységekbe fogtunk, vagy éppen a munkával kapcsolatos elfoglaltságunk nőtt meg jelentősen. Nagy különbségek alakultak ki nemcsak életkor szerint, hanem aktivitás és munkakörök szerint is, mivel az emberek egy része vagy elvesztette munkáját vagy lecsökkent a tevékenysége, kiemelten a vendéglátás, szállodaiipar területén, a művészek körében, és a kulturális szférában dolgozók esetében, míg mások esetében túlterhelés jelentkezett a home office elterjedése következtében (Jakopánecz, 2021).

A fogyasztók attitűdjének és viselkedésének vizsgálata mellett a szolgáltatók krízisre adott válaszát is nagyító alá vették a szakemberek, és ennek során arra mutattak rá, hogy miként alakították át tevékenységi körüket azok a piaci szereplők, akiknek drasztikusan lecsökkent a forgalma a vendégek elmaradása miatt, elsősorban a turizmusban, szállodaiiparban, a vendéglátás és légi közlekedés területén. Voltak, akik új szolgáltatásokat indítottak be, pl. „Fly to nowhere” néven (Kökény & Kökény, 2021), míg más vállalkozásoknál, cégeknél igen erőteljes racionalizálást hajtottak végre minden területen, mivel egyszerre szembesültek egészségügyi és pénzügyi-gazdasági krízishelyzettel (Kovács et al., 2021). A desztinációs szervezeteknek, mint egy-egy turisztikai fogadóterület házigazdájának is, újra kellett gondolniuk egész tevékenységüket, profiljukat (Nod et al., 2021).

A vilájárvány felerősített olyan már létező fogyasztói igényeket és viselkedésmódokat, amelyek a korábbi években jellemezték a turizmusban részt vevő fogyasztókat is, ahol többek között az emocionális indíttatás, individualizmus, perszonalizáció, élménykeresés, fokozott aktivitás, kulturális javak fogyasztása, digitalizáció, virtuális turizmus, nem-vásárlás, valamint az egészség- és környezettudatosság került előtérbe (Csapó & Törőcsik, 2020; Törőcsik, 2016).

### *Turisztikai előrejelzések, lehetséges trendek a járvány lecsengése után*

A turizmusipar egésze, így a turisztikai trendek is folyamatosan megújulnak; egyre különlegesebb és izgalmasabb választékot nyújt a kínálati oldal, mivel kereseti oldalon is érvényesül az állandó változatosságigény, a fogyasztó mindig újdonságra vágyik. A koronavírus-járvány előtti időkben az alternatív és speciális turizmus területei, mint például a kulturális, a falusi, az örökség- és a kalandturizmus lett egyre népszerűbb a turisták körében. A szakemberek szerint ez az irányvonal nem fog visszafejlődni, sőt, a turisták maguk is egyre környezettudatosabbá válnak, és a fenntartható turizmust fogják preferálni a tömegturizmus helyett. A koronavírus korlátozásai után főleg az aktív turizmus felértékelődésére lehet számítani (Csapó & Törőcsik, 2020).

Az biztos, hogy a közeljövőben nem lehet olyan könnyedén és viszonylag akadálymentesen utazni, mint ahogyan az a járvány megjelenése előtt megszokott volt. Figyelni kell majd mind a küldő, mind a fogadó ország előírásaira, az egészségügyi megkötésekre, és a gazdasági instabilitásra. Az előrejelzések többsége vallja, hogy a turizmus alapjaiban fog átformálódni. A zsúfolt városok helyett valószínű, hogy inkább az eldugott természeti kincseket, szépségeket fogják felfedezni a kirándulók. A csoportos utazásokra is átalakulás vár. Ez a változás az utazási eszközökre is hatással lesz. Egyesek úgy vélik, hogy a turisták felelősegteljesebben fognak utazni, lehetséges, hogy az országok akár „utazásmentes napokat” írhatnak elő a globális felmelegedés ellen. A légi közlekedés tartósabb visszaesésével párhuzamosan a közelebbi desztinációkba személyautóval megtett kirándulások erőteljesebben növekedni fognak (Brock, 2020).

Egy kutatás szerint a pandémia következményeként a következő változások lesznek tapasztalhatók a turisztikai trendekben, amelyeknek már a járvány során is megmutatkoztak az első jelei. A biztonság még inkább felértékelődik az utazás során; az utazások egy részét elhalasztják későbbi időpontra; a személygépkocsival tett kirándulások népszerűbbé válnak; az utazások alatti költségek csökkennek; a digitális megoldások tovább fejlődnek és többfelé is elterjednek; illetve az utazási motivációkban is változások következnek be (Raffay, 2020).

A World Travel & Tourism Council kutatása (Wyman, 2020) is hasonló következtetésekre jutott. Négy, egymással összekapcsolódó trendre számítanak a jövőben, amelynek alapja a turisták mentalitásában történő paradigmaváltás. Az utazók jobban fogják preferálni a megbízható, főként belföldi vakációkat, illetve az egészség és a higiénia szerepe is jelentősebbé válik. A múltban tapasztalt elakadások, külföldön hagyott utasok történetei még elrettentőbbek lesznek a fogyasztók számára. Az integrált technológiai megoldások is nemhogy elfogadottá válnak, hanem elvártak lesznek. A társadalmi és környezeti változás elérését célzó mozgalmak erősödése is azt mutatja, hogy sokan nem értenek egyet azzal az úttal, amin eddig haladt az emberiség, és ez az utazási szokásokra is hatással lesz (WTTC, 2020).

Egyes szakértők szerint gyors gazdasági fellendülésre lehet számítani. Az átlotottság elérésével, rekordgyorsasággal fog nőni a globális gazdaság a második félvév során, viszont ez a tendencia szektoronként és országonként is eltérő lesz. A kínai gazdaság már a pandémia előtti szintet is meghaladja, a többi ország viszont lassabban fogja követni az ázsiai ország példáját. Ezzel egy időben az Amerikai Egyesült Államok, az Európai Unió és a Kínai Népköztársaság is az éghajlatváltozás elleni küzdelemre fog fókuszálni (World Travel & Tourism Council, 2021).

A világ egyik legjelentősebb turisztikai vásárán, a World Travel Marketon, Londonban, 2021 novemberében több száz turisztikai szakembert kérdeztek a közeljövő kilátásairól. A WTM felmérése szerint a megkérdezett 700 turisztikai szakember 26%-a reménykeltőnek látja a 2022-es évet, és bízik abban, hogy az adatok elérik a 2019-es csúcst. 14% szerint meg is haladja a Covid-19 megjelenése előtti adatokat. Ezekkel a bizakodó véleményekkel szemben a megkérdezettek csaknem fele (48%) véli úgy, hogy a 2022-es év még bőven elmarad a 2019-es évtől, 11% pedig egyelőre bizonytalan (WTM, 2021).

Egyes prognózisok reménykeltőek, de arra is számítani kell, hogy több desztináció inkább arra fog koncentrálni, hogy helyreálljon a gazdaság, amely a fenntartható fejlődés rovására mehet. Ez pedig azt jelenti, hogy a „megújulás”, inkább csak az eddigi tendenciák folytatása lesz a jövőben is. Ahogyan visszatér majd az utazási kedv, és a tömegközlekedés ismét biztonságosabbá válik, úgy az utazások, utazási szokások is a pandémia előtti méreteket ölthetik, ha a világ vezetői, a szakemberek és a kisebb közösségek nem egyeznek meg közös irányvonalakban a környezetkímélő turizmus elérése érdekében. A járvány akár lehetőség is lehet egy kedvezőbb újrakezdéshez – de csak akkor, ha közösen teszünk ennek érdekében (WTTC, 2021).

## Empirikus kutatás eredményei

### *Módszertan*

Kutatásunkban fogyasztói magatartásváltozást mértünk fel a magyar lakosság utazási szokásainak felderítésével, kiemelten a motivációk és fogyasztói viselkedés megváltozásának feltérképezésével, ezen belül is a biztonsági és higiéniai szempontok kiemelt vizsgálatával és az egyének elégedettségi szintjének kutatásával, amely a világjárvány miatt beszűkült élettér és mobilitási korlátozások következtében meglehetősen átalakult. Ehhez alapvetően hozzáadódtak a megbetegedéssel járó egészségügyi problémák, egyéni tragédiák, munkahelyvesztések, addigi életformák teljes átalakulása, a bizonytalanság, félelem és szorongás érzései, amit korábban éppen a turizmusipar szolgáltatásainak igénybevételével oldottak fel a fogyasztók. Alapvető szükségletként a lakosok hozzászórtak a szabad utazási lehetőségek kihasználásához, amely a fogyasztóknak élményt, feltöltődést, regenerálódást és egyfajta boldogságérzetet nyújtott, és szervesen beépült a fogyasztók egyre szélesedő rétegeinek mindennapjaiba. Ezt a trendet törte meg a Covid-19-vírus, amely drasztikus változást hozott az egyes emberek életébe, így empirikus kutatásunkban kvantitatív felmérést preferáltunk, hogy nagyszámú fogyasztót tudjunk megkérdezni rövid, de érdemi információtartalommal bíró kérdések feltevésével.

Célunk a magyar lakosság utazási szokásai változásának feltérképezése volt, amelynek során online megkérdezést bonyolítottunk le 2021. április és június közötti hónapokban. Az online megkérdezés számos előnyt rejt magában, mivel költséghatékony, rövid idő alatt lebonyolítható, gyorsan hozzájuthatunk az adatokhoz és a kitöltés során kevesebb a hibázási lehetőség, mint a személyes megkérdezés esetében.

Mintavételünk önkényes volt a rendelkezésre álló lehetőségeink következtében, így kutatásunk nem reprezentatív, eredményeink nem vonatkoztathatók a magyar lakosság egészére. A kvantitatív kutatás során a vizsgált minta általános utazási szokásait és azok főbb jellemzőit tudjuk megállapítani. A módszer lényege, hogy az a lakosság egy bizonyos részére általánosítható, de korlátai abban jelennek meg, hogy a mintavétel során a kutatás nem teljesen reprezentatív (Holton & Brunett, 2005).



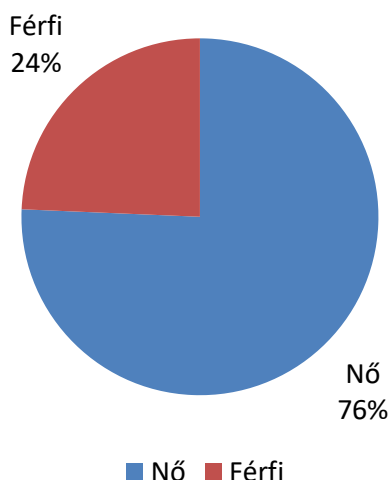
Kérdőívünket 375-en töltötték, de a minta tisztítása után 374 válaszadóval tudtunk végig számolni. A mintánk demográfiai összetétele heterogén, minden korcsoport képviselteti magát benne, így következtetéseink a magyar fogyasztók bizonyos rétegeire vonatkozóan általánosítva is megállják a helyüket, és érdemi eredményeket tudunk megfogalmazni trendek, tendenciák kibontakozása és összefüggések feltárása tekintetében.

Kérdőívünkben, 3 + 1 blokkban összesen 57 kérdést tettünk fel a fogyasztóknak, amelyben az első három blokk a járvány előtti utazási szokásaik főbb jellemzőiről (15 kérdésben), majd a 2020-as év megvalósult utazásairól (19 kérdésben), ezt követően pedig a 2021-es év utazási terveiről (17 kérdésben) kérdeztük kitöltőinket, végül 6 db szociodemográfiai kérdést tettünk fel számukra.

Kérdéseink, egy kivételével – ahol a lakóhelyre kérdeztünk rá –, mind zárt kérdések, mivel korlátai ellenére inkább előnyeivel számoltunk, ahol a gyorsabb válaszadási lehetőséget vettük figyelembe, és az árnyaltabb véleményalkotást inkább minél gazdagabb válaszlehetőségek felsorolásával biztosítottuk, illetve ahol erre lehetőség volt, ott egyéb, szabadon megadható válaszlehetőséget is feltüntettünk. Kérdéseink típusait illetően főként nominális és ordinális skálát alkalmaztunk, de ezeken kívül arányskálát is alkalmaztunk kérdőívünkben. Az egyetlen nyitott kérdés esetében mi alakítottunk ki kategóriákat, a válaszadók függvényében, azaz a fővárosi és szomszédos Pest megyét véve az egyik csoportba, míg a többi vidéki települést a másikba.

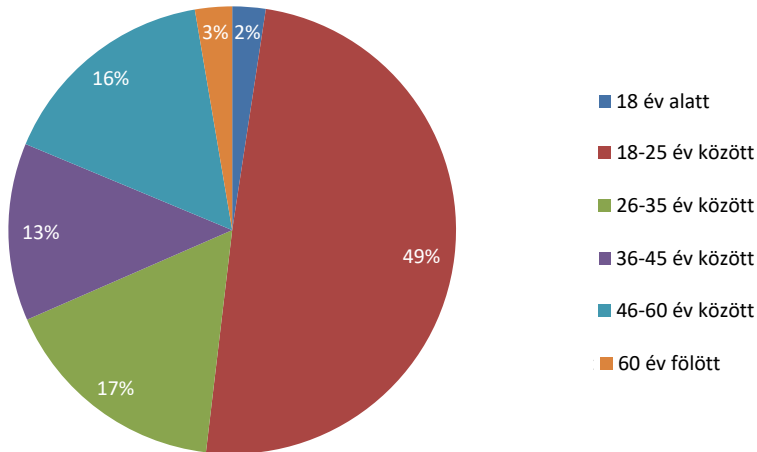
## Mintánk demográfiai összetétele

Mintánk szociodemográfiai összetétele a következőképpen alakult: 75,5%, azaz 283 nő és 25,5%, azaz 92 férfi töltötte ki kérdőívünket. (2. ábra)



**2. ábra. A válaszadók neme**  
(Forrás: saját kutatás)

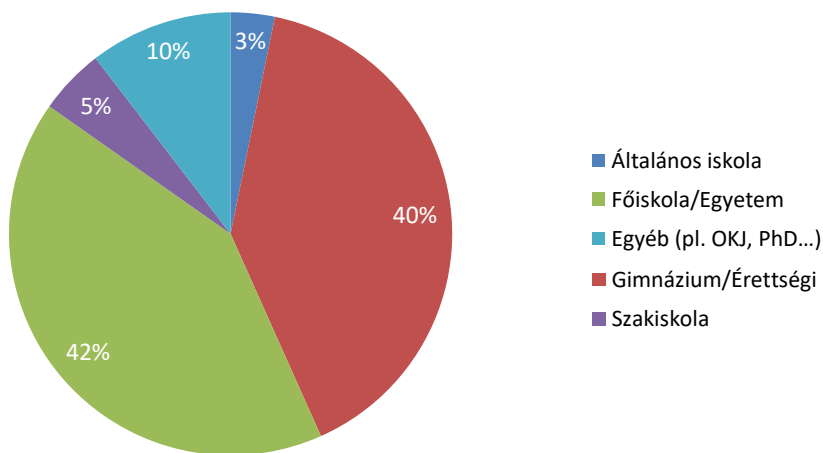
A korösszetételt illetően (3. ábra) 2 és 3%-kal szerepelnek a 18 év alatti és a 60 év feletti kitöltők (9 és 10 fővel). Legnagyobb arányban a 18–25 év közöttiek, közel 50%-ban (185 fővel) szerepelnek. Ezt követően a 26–35 év és a 46–60 év közötti korosztály képviselteti magát 16,5, illetve 16%-kal (62 és 60 fővel), végül 13%-kal (53 fővel) a 36–45 év közöttiek.



**3. ábra. A válaszadók életkora**

(Forrás: saját kutatás)

A lakóhelyet tekintve 193 fő, azaz 51,5% fővárosi lakos, 68 fő, azaz 18,15% Pest megyei lakos, és ezenkívül említésre méltó kitöltés valósult meg Bács-Kiskun, Baranya, Borsod, Csongrád-Csanád, Fejér, Hajdú-Bihar, Heves, Jász-Nagykun, Győr-Moson-Sopron, Somogy megyéből, és néhány válasz külföldről is érkezett.



**4. ábra. A válaszadók legmagasabb iskolai végzettsége**

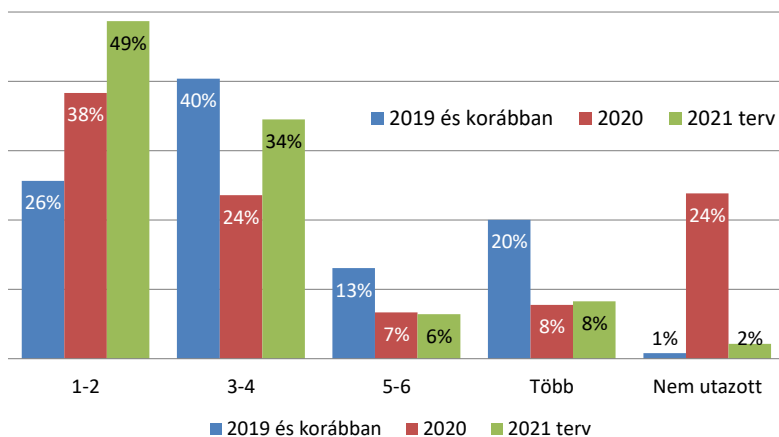
(Forrás: saját kutatás)

Az iskolai végzettséget tekintve (4. ábra) a minta jelentős része érettségivel vagy diplomával rendelkezik (150 és 155 fő), 40 és 41,3%-kal. A minta túlnyomó többsége szellemi foglalkozású alkalmazott, illetve még egyetemen tanuló diák (31,5 és 35,7%, 118 és 134 fővel), a többi foglalkozási terület 5–10% között képviselteti magát (vezető beosztású, vállalkozó, fizikai dolgozó és egyéb kategória, pl. nyugdíjas, otthon lévő, munkanélküli).

Családi állapotukat tekintve egyedül, gyermek nélkül 12,3%-uk él (46 fő), egyedül, gyermekkel mindössze 1,3% (5 fő) párkapcsolatban, gyermek nélkül 27,5%, azaz 103 fő, párkapcsolatban, gyermekekkel 24,3%, azaz 91 fő él, és külön kategóriaként a szüleivel él egy háztartásban 34,7%, azaz 130 fő.

A mintánkról összegezve elmondható, hogy leginkább a fővárosban és a környező megyékben élő 18–60 (ezen belül is kiemelten 18–25) év közötti fogyasztók, főként nők, akik közül sokan vagy még egyetemi hallgatói státuszban vannak, vagy többségükben szellemi foglalkozásúak, nagyobb részük párkapcsolatban él, gyermek nélkül vagy gyerekekkel, illetve sokan még a szüleikkel élnek egy háztartásban. Azaz az ő fogyasztói magatartásuk, preferenciáik változásairól lehet általánosabb érvényű megállapításokat tennünk. Mivel nem valószínűségi mintavételi technikát alkalmaztunk, azon belül is önkényes mintavételt, a kiválasztásból eredő torzításnak megfelelően e szegmensekre jellemző szokásokat tudtuk elemezni (Malhotra, 2008).

## Kutatási eredmények



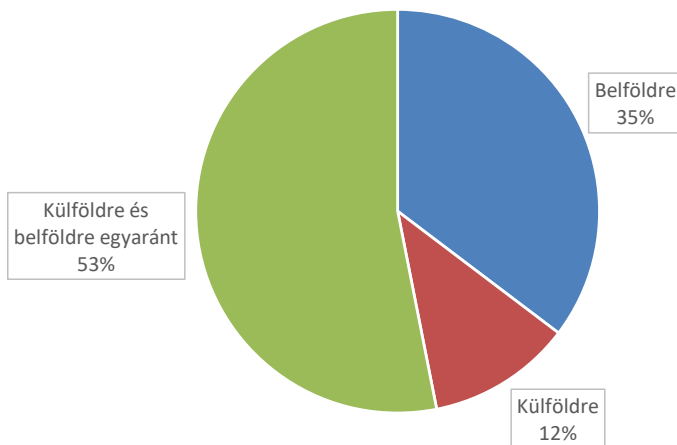
**5. ábra. Szabadidős utazások száma évente a járvány előtt és alatt**  
(Forrás: saját kutatás)

Kérdőívkitöltőink a járvány előtt nagy számban utaztak havonta (36,9%), vagy háromhavonta (24,6%) és félévente (16%). Aki ennél többször utazott (13,1%), vagy évente (8%), vagy annál kevesebbszer (0,5%), vagy soha nem utazott (0,8%),

alig volt a válaszadók között. A válaszadók 76%-a 2020 folyamán is utazott, de 24% mondta azt, hogy nem utazott 2020-ban. Az előzetes tervek alapján 2021-ben 41% feltétlenül utazni szeretne, de megjelenik elég erősen azoknak az aránya is, akik annak függvényében utaznak, hogy hogyan alakul a járvány (25,6%). Mindössze öt fő volt, aki egyáltalán nem tervezett 2021-ben utazni.

Kutatásunkban arra kerestünk választ, hogy a világjárvány hatására hogyan változtak meg a magyar lakosság utazással kapcsolatos fogyasztói attitűdjei, illetve vásárlási preferenciái. Elsőként az utazással kapcsolatos alapvető szokásokra kérdeztünk rá, azaz hányszor utazott egy évben a járvány előtt, 2020-ban, és hányszor tervez utazást 2021-ben. (5. ábra) A vizsgált mintánkban a pandémia kitörése előtti időszakban az évi 3-4 (40%) vagy annál is több (5-6: 13%, még több: 20%) utazás volt jellemző.

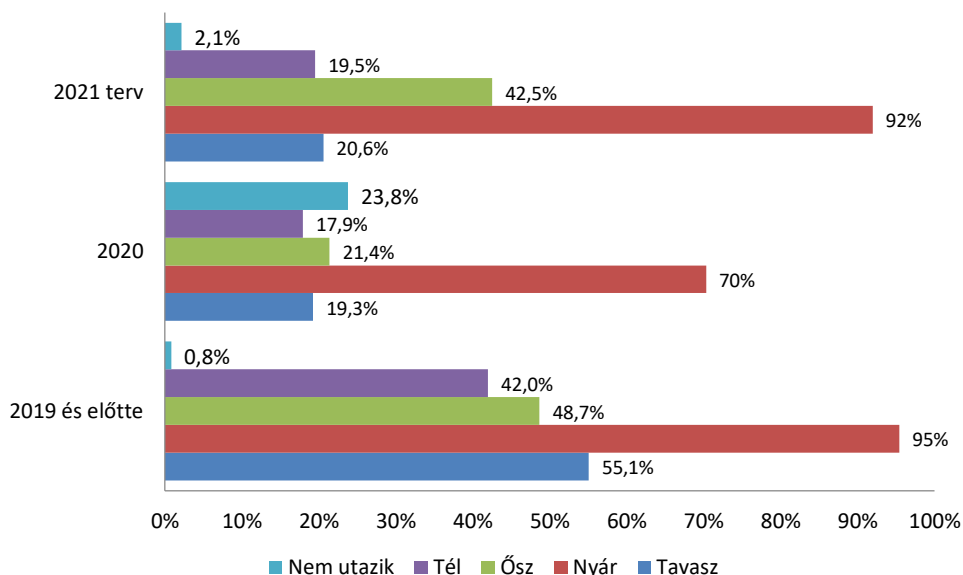
Ezzel szemben a Covid-19 kitörésétől drasztikusan visszaesett az utazások száma tavalyelőtt. A mintánk 24%-a egyáltalán nem utazott 2020-ban, aki pedig utazásra szánta el magát, ők is leginkább 1 vagy 2 alkalommal tudtak utazni (38%). Mindössze 24% tudott tavaly 3-4 alkalommal elutazni, és elenyésző azok aránya, akik még ennél is többször (5-6 alkalommal: 7%, 6-nál többször: 8%). 2020-ban – akik el tudtak utazni valahová – leginkább 1-2 alkalommal tették azt meg (38%). Megfigyelhető, hogy a 2021. évi utazási tervek már jóval kedvezőbbek, ami többek között az átoltottsági szintnek és a járványhelyzet alakulásának is köszönhető. Egyrészt jóval kevesebb azok aránya, akik egyáltalán nem terveznek utazást idénre (mindössze 2%), és a minta jelentős része az 1-2 utazás mellett (49%) már 3-4 alkalommal (34%) vagy még ennél is többször szeretne utazni 2021-ben (5-6 alkalommal: 6%, 6-nál többször: 8%). Összességében megfigyelhető a magyar lakosság szabálykövető magatartása a járványügyi intézkedések betartását illetően, és ezzel együtt a járványhelyzet javulását követően is egyfajta óvatosság lett jellemző a lakosságra. Ezzel ellentétes trendként lép fel az az igény, amely az elmaradt utazások bepótlásának vágyára vonatkozik, amely a terveket illetően merészebb számokban jelenik meg.



**6. ábra. Az útirányok megoszlása a járvány megjelenése előtt**  
(Forrás: saját kutatás)

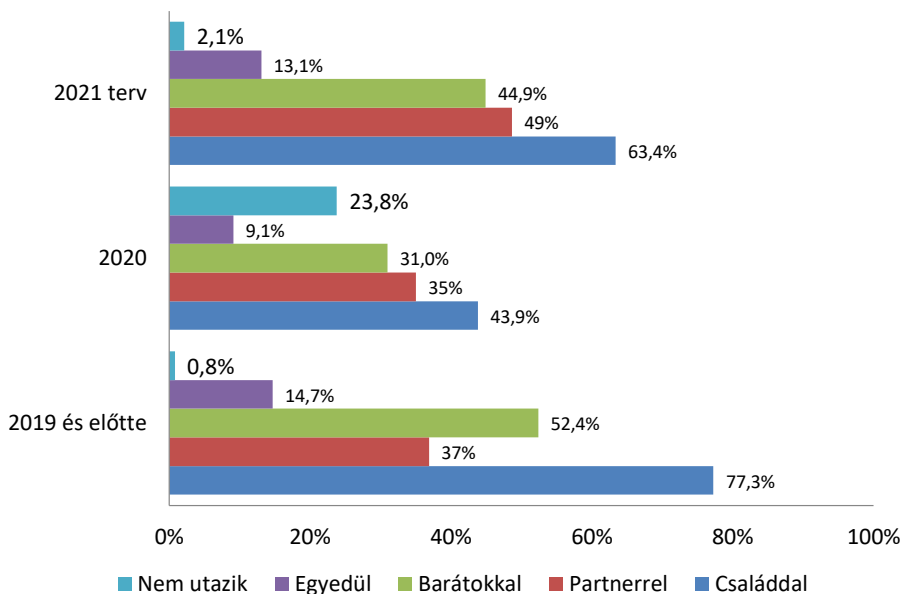
Az utazások célpontját tekintve (6. ábra) 2020 előtt a mintánk több mint fele (53,1%) külföldre és belföldre is rendszeresen utazott, emellett mintegy 35,3%-uk csak belföldre utazott, és mindössze 11,6%-uk csak külföldre utazott. A 2020-as évi utazások célpontjai már egészen más képet mutatnak. Azok, akik utaztak a tavalyi évben, leginkább belföldön tették ezt (47,4%), és mindössze 16,3%-uk nyilatkozta azt, hogy külföldön és belföldön egyaránt utazott, csak külföldre pedig 7,3% utazott, de ne feledjük, hogy közel 24% egyáltalán nem utazott sehová. 2020-ban ennél a kérdésnél a kategóriákat tovább bontottuk. Külön rákérdeztünk azokra, akik kizárólag saját településen belül mozogtak (11,8%), közeli településekre utaztak egy napon belül (15,3%), illetve, akik otthonról ún. virtuális túrákon vettek részt (2%). Mivel a járványhelyzet következtében sok korlátozás volt érvényben, ezért ezek a mutatók még árnyaltabb képet adnak a lakosság utazásokhoz kapcsolódó magatartásáról.

A 2021-es évi utazási terveket illetően a mintánkban mindössze 2 fő (0,5%) nyilatkozta azt, hogy egyáltalán nem szeretne vagy nem tud utazni, 41,3% viszont csak belföldi utazást tervez idénre. 30,9% belföldi és külföldi utazást is tervez, ami közel a duplája a tavalyi külföldi és belföldi utazók arányának. A mintánkban 2021-re vonatkozóan külön kategóriákra bontottuk a külföldi utazási célterületeket, ahol összesen 27,3% jelölte be a külföldi desztinációkat az alábbi megoszlásban: csak Európán belül utazna 2021-ben 17,2%, csak szomszédos országokba utazna 5,2%, Európán kívülre pedig 4,9% utazna, vagyis összességében sokkal többen vállalkoznának külföldi utazásra is, de ezen belül egyértelműen az európai célpontok dominálnak.



**7. ábra. Utazások időszaka a járvány előtt és alatt**  
(Forrás: saját kutatás)

Kérdőívünkben érdeklődtünk az utazások időszakáról is évszakokra bontva. (7. ábra) Megállapítható, hogy a nyári időszak a legkedveltebb, mindhárom vizsgált periódusban (2019-ig: 95%, 2020: 70%, 2021: 92%). Ez a turizmusipar szezonális problémáit, illetve a fogyasztók igényeit is egyértelműen tükrözi, 2019-ig viszont a többi évszakban is sokkal kiegyenlítettebben utaztak az emberek (tavasz: 55,1%, ősz: 48,7%, tél: 42%). 2020-ban a minta 23,8%-a egyik évszakban sem jelölt be utazást, a maradék kitöltők – akik nem nyáron utaznának – a többi évszakot hasonló arányban, de jóval kisebb mértékben preferálták. 2020 telén még 17,9% tudott utazni, a járvány kitörése előtt január és február hónapokban, tavasszal 19,3% jelölt be utazásokat, amelyek a teljes lezárások miatt valószínűsíthetően saját vagy közeli településekre történő utazásokat jelenthetnek. Ősszel 21,4% utazott, amikor részleges enyhítések, majd újbóli lezárások is történtek. A 2021-es évi utazásaikat sokkal optimistábban tervezték meg a mintánkban szereplő személyek. Mintegy 92%-uk nyári időszakra jelölt be utazásokat, de emellett 42,5%-uk ősszel is tervez utazást, és közel 20-20%-uk télen és tavasszal is tervez utazást.



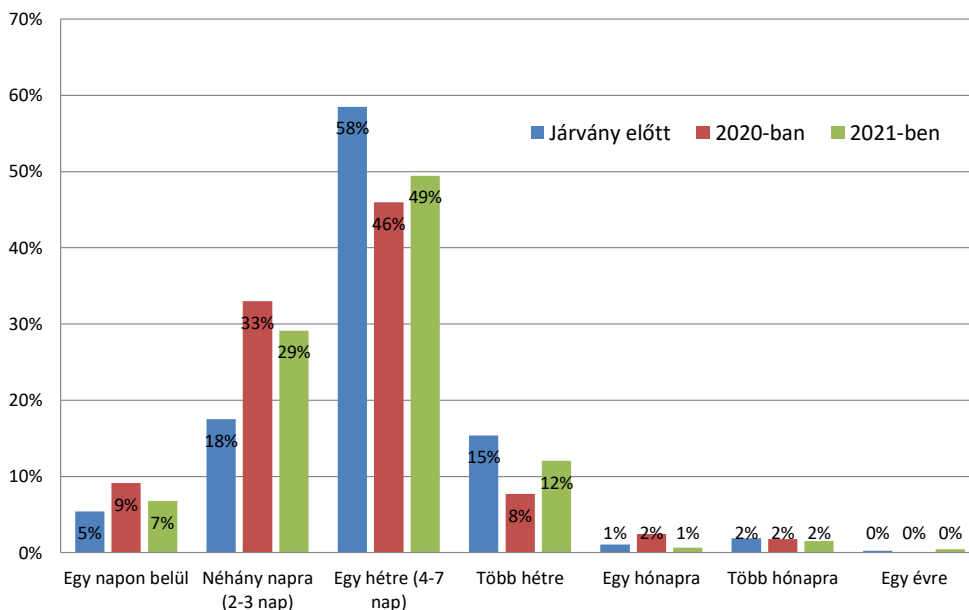
**8. ábra. Utastársak kiléte**

(Forrás: saját kutatás)

Kutatásunkban arra vonatkozóan is tettünk fel kérdést, hogy kivel szokott utazni a kitöltőnk, illetve kivel tervezi utazását 2021-ben. Ennek megfelelően azt állapíthatjuk meg a 8. ábra alapján, hogy a pandémia előtt igen magas volt a családdal együtt utazók aránya, mintegy 77,3%. Habár 2020-ban és 2021-ben is dominál a családdal együtt történő utazás, de jóval kisebb arányban (2020: 43,9%, 2021. terv: 63,4%). Emellett a járvány előtt a barátokkal történő utazás is népszerű volt (52,4%), ami 2020-ban mindössze 31%-ra csökkent, viszont 2021-

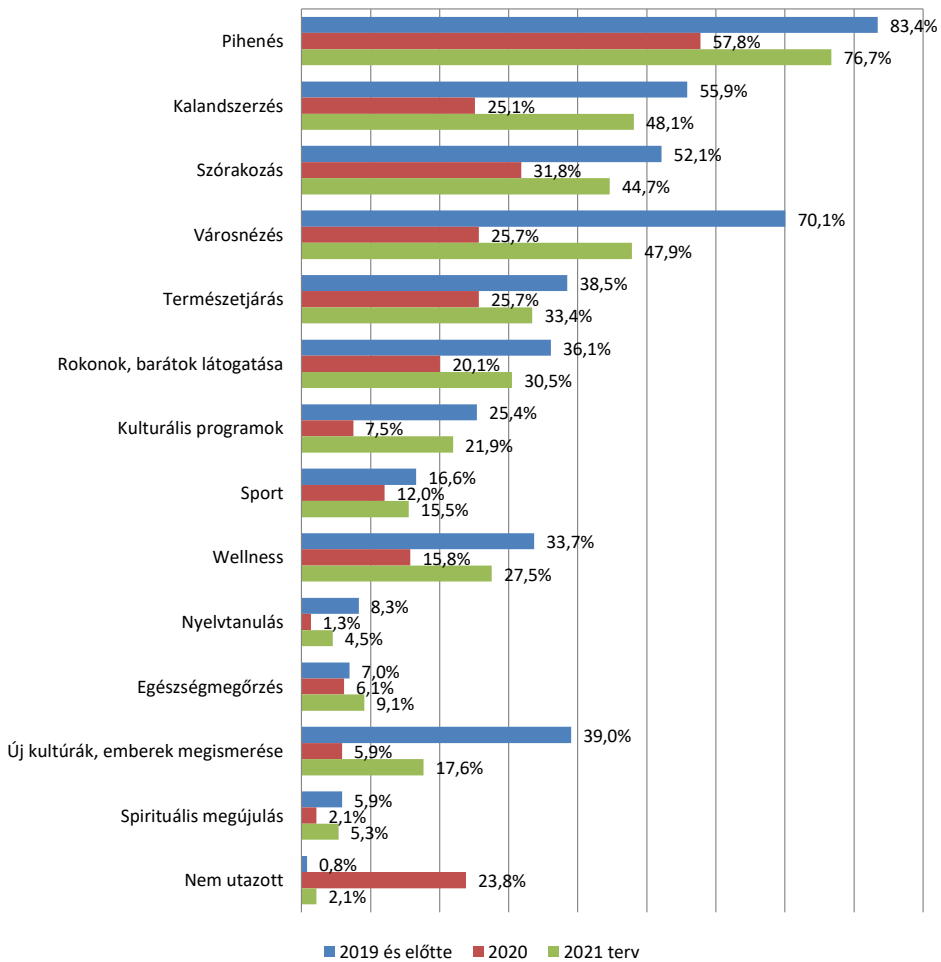
ben már újból 44,9%-ra emelkedett. A partnerrel történő utazás 2019-ig 37%-ot tett ki, 2020-ban hasonló szinten maradt (35%), viszont 2021-ben jelentősen megnőtt az aránya 49%-ra. Az egyedül utazás nem gyakori a hazai lakosság körében sem, de a járvány előttig mintegy 14,7% utazott ilyen módon. 2020-ban viszont jelentősen lecsökkent, 9,1%-ra, 2021-ben azonban újból 13,1% tervezte ezt az utazási formát. A hosszú bezártság és karanténidőszak következtében a családok a nap 24 óráját együtt töltötték több hónapokon keresztül, és úgy tűnik, hogy a családi utazások mellett vagy helyett 2021-ben előtérbe kerültek a kizárólag partnerrel történő utazások. 2020-ban igen magas volt a nem utazók aránya (23,8%).

Kutatásunkban *rákérdeztünk* az utazások megszervezésének módjára is, ahol egyértelműen a kizárólag egyénileg megszervezett utazási forma dominál (2019-ig: 43%, 2020-ban: 65%, 2021-ben: 71%), ami a járvány következtében egyre magasabb arányt tesz ki. Említésre méltó még a többnyire egyénileg szervezett utazások aránya, amely 2019-ig 41% volt, 2020-ban lecsökkent 8%-ra, 2021-re azonban újból növekedésnek indult, és 20%-ot tesz ki. Utazási irodákat elenyésző mennyiségben vettek igénybe kitöltőink az utazásaik megszervezésekor, és az is kizárólag a járvány előtti időszakokra vonatkozott (többnyire utazási irodán keresztül: 4%, vegyesen mindegyikkel: 9%).



**9. ábra. Utazások időtartama a járvány előtt és alatt**  
(Forrás: saját kutatás)

Az utazás időtartamára vonatkozó kérdésünk esetében, amely a 9. ábrán látható, a legnépszerűbb kategória a 4-7 napos utazás volt a járványtól függetlenül, mindhárom vizsgált időszakban (46–58% között). Ezután a 2-3 napos utazások



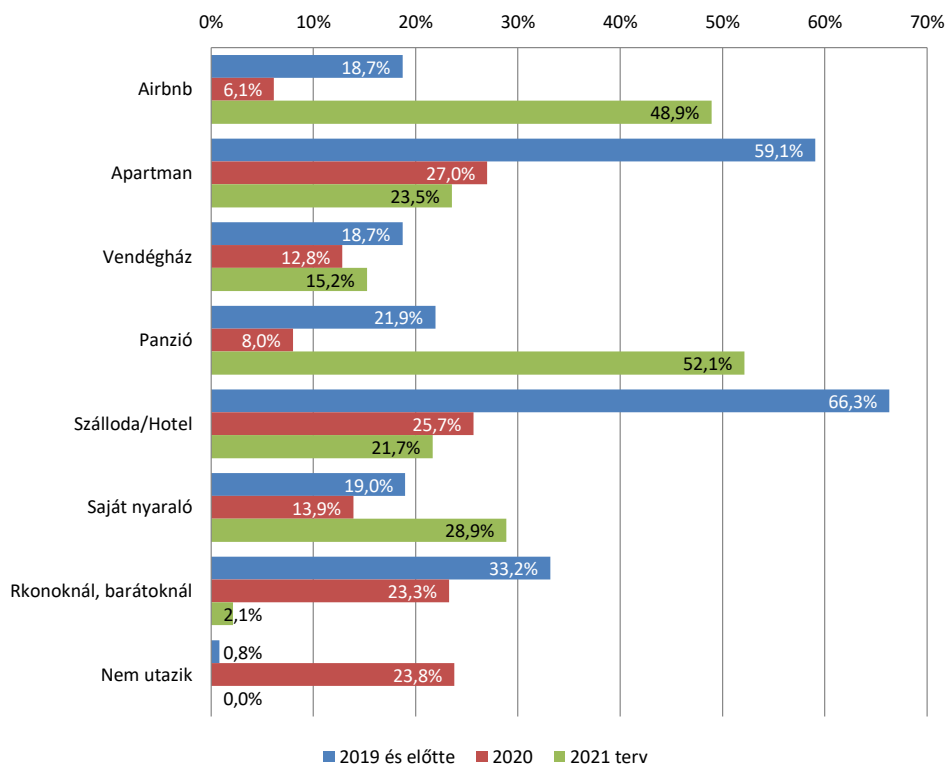
**10. ábra. Utazási motivációk a járvány előtt és alatt**

(Forrás: saját kutatás)

Kutatásunk egyik fő kérdésköre az utazási motivációk feltérképezése volt. Arra voltunk kíváncsiak, hogy a világjárvány kitörése mennyiben változtatta meg – ha megváltoztatta egyáltalán – a lehetséges motivációk fajtáit és arányainak alakulását. A 10. ábrán a válaszokból jól látható a következő trend. 2019-ig igen sokféle motivációval keltek útra a kérdőívünket kitöltők, ahol a pihenés dominanciája mellett (83,4%) a városnézésnek (70,1%), valamint kalandszerzésnek (55,9%) és a szórakozásnak (52,1%), továbbá az új kultúrák és emberek megismerésének is (39%) igen jelentős volt a szerepe. A pandémia kitörése teljesen átrajzolta a motivációk ezen típusú összetettségét és rangsorát. Ebben az ábrában nem szerepel az a külön kategória, amelyet kizárólag 2020-ra és 2021-re vonatkozóan kérdeztünk meg, vagyis a kiszabadulás a karanténból, ami 2020-ban 39% volt, 2021-ben pedig 57%. A járványügyi intézkedések miatti



lezárások meglehetősen beszűkítették az emberek mozgásterét, sokszor kizárólag a lakásukban tölthették minden idejüket, és ez eredményezte ennek a kategóriának az előretörését. A járványidőszakot tekintve 2020-ban a pihenés (57,8%) és a karanténból való kiszabadulás mellett a szórakozás (31,8%), a természetjárás (25,7%), a városnézés (25,7%) és a kalandszerzés (25,1%) tették ki a fő motivációkat.



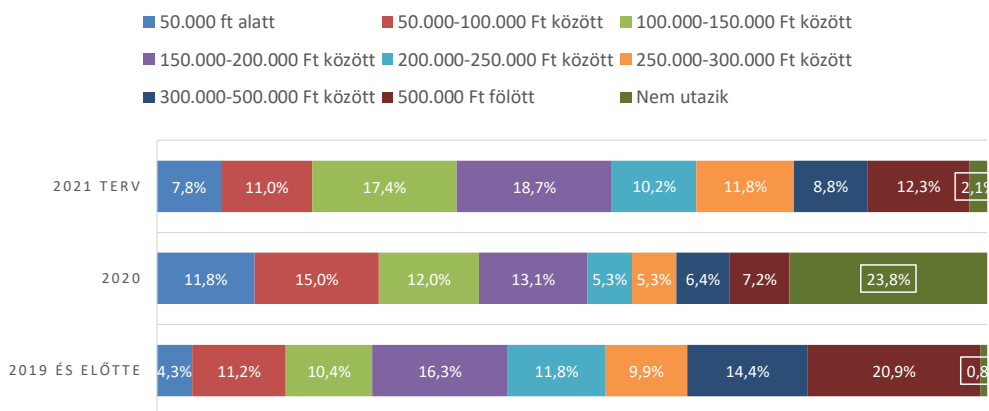
**11. ábra. Választott szálláshelyek a pandémia előtt és alatt**

(Forrás: saját kutatás)

2021-ben – az előző évhez hasonlóan – ugyanezek a motivációk domináltak, de már növekvő arányban, közelítve a járvány előtti időszakhoz. A legjelentősebb változás az új kultúrák és emberek megismerése, a kulturális programok látogatása, illetve a wellness-szolgáltatások igénybevétele kategóriáknál következett be, ahol ezek a kategóriák csökkentek le a legdrasztikusabb mértékben. Az új kultúrák és emberek megismerése 39%-ról 5,9%-ra csökkent, a kulturális programok látogatása 25,4%-ról 7,5%-ra, míg a wellness-szolgáltatások igénybevétele 33,7%-ról 15,8%-ra csökkent. Ezenfelül a nyelvtanulás 8,3%-ról 1,3%-ra csökkent, és a rokonok, barátok meglátogatása 36,1%-ról 20,1%-ra csökkent 2020-ban. A mintánkban – látszólag, meglepő módon – nem nőtt szignifikánsan a korábbi évekhez képest a természetjárás és a sporttevékenységek űzése

céljából megvalósult utazások száma, hanem éppen ellenkezőleg, csökkent a járvány időszakában. Ez egyrészt a kiszabadulás a karanténból nevű kategóriának is köszönhető, amely mindenki számára mást jelent, így ebbe beletartozhat a túrázás, kirándulás, sportolás, városnézés, rokonlátogatás és egyéb tevékenység is. Másrészt viszont figyelembe kell vennünk, hogy 2020-ban a válaszadóink közel negyede egyáltalán nem utazott, így a többi motiváció arányát is ezzel együtt kell értelmezni, és így már közel sem olyan nagymértékű a változás.

Felmérésünkben rákérdeztünk a válaszadók által preferált szálláshelyek típusára is. A 11. ábrán látható válaszokból megállapítható, hogy a választható szálláshelyek minden kategóriája rendkívüli mértékben lecsökkent, 2020-ban a lezárások és utazási korlátozások miatt drasztikusan, 2021-ben pedig néhány kategóriánál jelentős mértékű növekedést jeleznek a számok. A járvány kitörésének 2020-ban a legnagyobb vesztesei a szállodák, panziók, apartmanok és Airbnb szálláshelyek voltak, amelyek igénybevétele közel harmadára, felére esett vissza. A szállodák esetében 66,3%-ról 25,7%-ra, az apartmanok esetében 59,1%-ról 27,0%-ra, a panzióknál 21,9%-ról 8,0%-ra és az Airbnb esetében 18,7%-ról 6,1%-ra esett vissza az arány. A 2021-re tervezett utazásoknál a legtöbb válaszadó panziót (52,1%), Airbnb szálláshelyet (48,9%), illetve saját nyaralót (28,9%) jelölt be. A szállodák és apartmanok, illetve vendégházak igénybevétele 2021-ben továbbra is alacsony mértékűnek tekinthető (21,7%; 23,5%; 15,2%), de a nem utazók 2020-as magas arányával korrigálva 2021-re már erőteljesebben növekvő arányt mutatnak a járvány előtt jól bevált szállástípusok is.

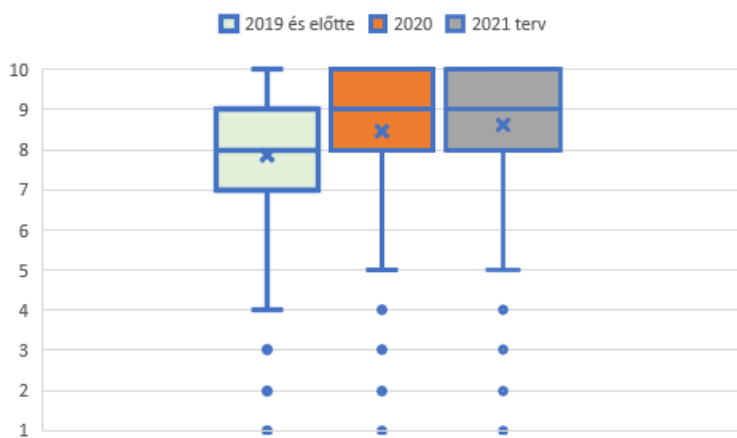


**12. ábra. Turisztikai költség alakulása**  
(Forrás: saját kutatás)

Kutatásunkban a motivációk vizsgálata mellett jelentős szerepet szántunk a turisztikai költségek elemzésének. Ennek során a kérdőívünket kitöltőktől megkérdeztük, hogy mennyit költöttek a járvány előtti időszakban egy évben összesen turisztikai utazásaikra, illetve ugyanezt a kérdést feltettük 2020-ra és 2021-re vonatkozóan is. A 12. ábrán látható eredmények alapján a következő megállapításokat tehetjük. A válaszadók igen széles spektrumot ölelnek fel az

50 000 Ft alatti kategóriától kezdve az 500 000 Ft feletti kategóriáig, és minden csoportban jelentős számú említés történik. Általánosságban kimondható, hogy a járvány kitörése következtében az alacsony költségű fogyasztók aránya ugyanolyan maradt vagy megnőtt (50–150 ezer forint közötti költés), a közepes költségkészségű turisták aránya nem változott jelentős mértékben (150–300 ezer forint közötti költés), a magas költségű fogyasztók aránya viszont jelentősen lecsökkent (300 ezer forint feletti költés).

Kutatásunk következő jelentős témaköre, a biztonság egyik fontos területének vizsgálata volt. Ennek során a világjárvány kitörésével összefüggésben a higiéniai szempontok figyelembevételét vettük nagyító alá. Ezen belül három külön területet is elkülönítettünk, és azt kérdeztük meg kitöltőinktől, hogy mennyire játszik, illetve játszott szerepet a teljes utazásuk, a konkrét desztináció, és ezen belül kiemelten a szálláshelyük kiválasztásakor a higiénié, illetve az egészségügyi állapotok 2019-ig, 2020-ban és a 2021-es utazási terveiknél. Ezt egy 10-es skálán kellett értékelniük minden évre vonatkozóan, ahol az 1-es a jelentéktelen szerepe van, míg a 10-es érték a rendkívül fontos jelentést kapta. Az eredmények alapján világosan kirajzolódnak azok a trendek, amelyek nagy jelentőséggel bírnak a fogyasztók utazási döntéseinek kialakításában.



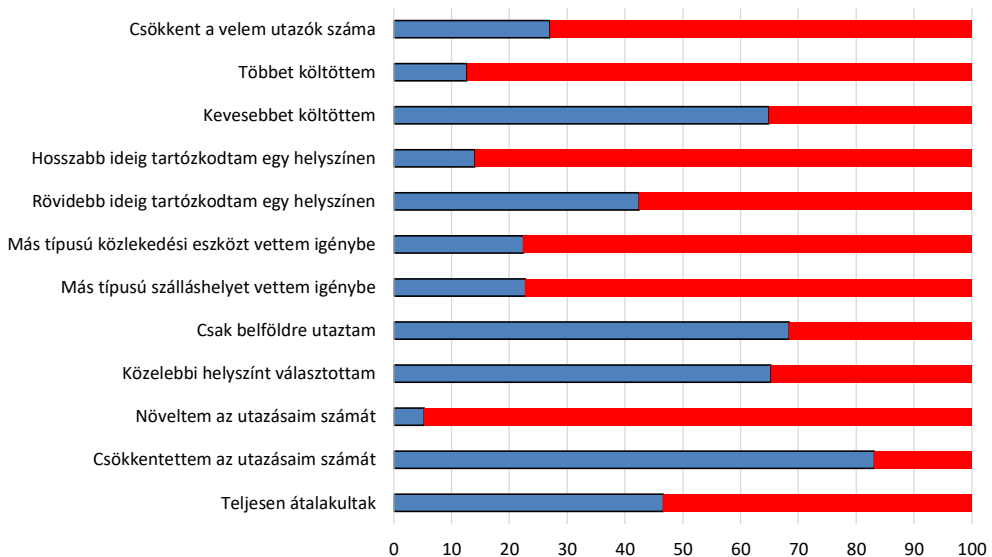
**13. ábra – A higiénia szerepe az utazások során**  
(Forrás: saját kutatás)

Ezek alapján a 13. ábrából megállapítható, hogy 2019-ig a teljes utazás megszervezésekor igen nagy szórással az 1-estől a 10-es fontosságig minden értéknél előfordultak bejelölések néhány százalékban, és már a 6-ostól kezdett emelkedni az arány. Ekkor még a 8-as érték kapta a legtöbb bejelölést (25,3%-kal), ami azt mutatja, hogy már a pandémia kitörése előtt is sok fogyasztónál fontos szerepet töltött be a higiénié, de nem kizárólagos prioritással. Ha ehhez hozzávesszük a 9-est (15,3%) és a 10-est (24,7%) bejelölők arányát, akkor látható, hogy a mintánk közel kétharmadánál már 2019-ig is meghatározó jelentőségű volt a biztonsági szempontok közül a higiéniás helyzet.

Hasonló eloszlást mutat a szálláshely kiválasztásánál is a görbe, de itt már inkább a 7-estől magasabb értékeket jelölték be válaszadóink nagyobb számban 10, 20, 26 és 33%-kal, míg az adott desztináció egészségügyi helyzete 2019 előtt jóval kisebb mértékben képezte mérlegelés tárgyát a potenciális utazók körében. Itt az 1-es értéket is több mint 10% jelölte be, 5-ös értéket 14%, 10-es értéket pedig 16% jelölt be. A 6-osnál nagyobb értéket bejelölők aránya a 9-esig bezárólag mindössze 28%, és a 2-4-et bejelölők aránya is 14% összesen.

2020-ban a járványnak köszönhetően egészen más kép rajzolódik ki mind a teljes utazás megszervezésénél, mind a desztináció, mind pedig a szálláshelyválasztásnál. Mindhárom változónál messze a 10-es értéket jelölték be a legnagyobb arányban (36, 41, 49%-ban), és ezek mellett a 8-as és 9-es értékek bejelölése teszi ki a válaszok jelentős részét (14, 10, 15%, illetve 14, 16, 20%). A higiéniai szempontok tehát egyértelműen meghatározó fontosságú tényezővé váltak az egyes utazások, desztinációk, illetve szálláshelyek kiválasztásakor, és ezek a preferenciák a 2021-es évi utazások tervezésekor is teljes mértékben megmaradtak.

A pandémia következtében az egész életünk jelentős mértékben megváltozott, amelynek szerves részét képezik az utazási korlátozások, lezárások, karantén- és egyéb járványügyi intézkedések, amelyek az emberek általános közérzetét befolyásolják. Így nem volt meglepő, hogy amikor az utazások elégedettségére kérdeztünk rá kutatásunkban, válaszadóink a 2019-ig megvalósult utazásaikkal sokkal nagyobb mértékben voltak elégedettek (60% 10-est, 21% 9-est és 14% 8-ast jelölt meg a tízes skálán), mint a 2020-ban megvalósultakkal (34% 10-est, 25% 9-est, 18% 8-ast és 9% 7-est jelölt be ugyanilyen skálán). Emellett előfordultak 3-as, 4-es, 5-ös és 6-os jelölések is 2–6% közötti arányban.



**14. ábra. 2020-as utazásokra vonatkozó állítások**

(Forrás: saját kutatás)

A továbbiakban 12 állítást fogalmaztunk meg, amelyeknél arra kértük a válaszadóinkat, hogy nyilatkozzanak arról, mennyire volt jellemző a 2020-as utazásaikra, illetve mennyire valószínűsíthető a 2021-es utazási terveikre az adott kijelentés, igaz vagy hamis választ kérve tőlük. Ezek alapján a *14. ábrát* tekintve a következők állapíthatók meg 2020-ra vonatkozóan leginkább (2020-as utazásai csak 285 főnek valósultak meg 374 fő közül, így az elemszám ebben az évben  $n = 285$ ):

- a legtöbben (83%) az utazásaik számát csökkentették;
- sokan csak belföldre utaztak (68%);
- közelebbi helyszínt választottak (65%);
- kevesebbet költöttek (64,9%);
- teljesen átalakult az utazása 46,7%-nak;
- rövidebb ideig tartózkodott a helyszínen 42,6%.

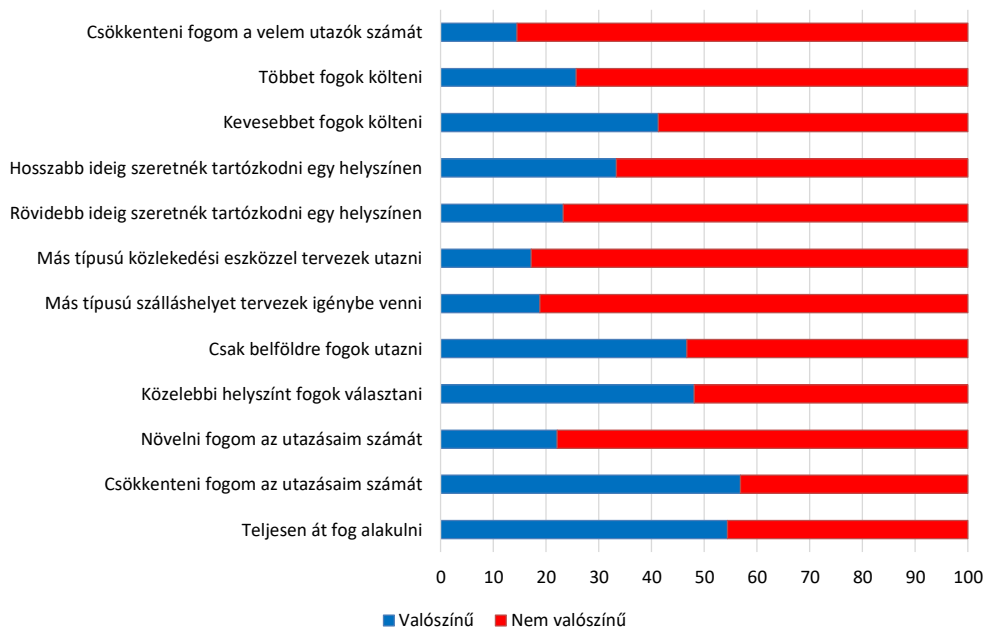
A következő állítások viszont a válaszadók kisebb arányánál voltak igazak a 2020. évi utazásaikat illetően:

- csökkent a vele utazók száma (27%);
- más típusú szálláshelyet vett igénybe (22,8%);
- más típusú közlekedési eszközt vett igénybe (22,4%);
- hosszabb ideig tartózkodott a helyszínen (14%);
- többet költött (12,6%);
- növelte utazásai számát (5,3%).

Összességében 2020-ban a válaszadók közel 50 százaléka vélte úgy, hogy az utazásai teljesen átalakultak. A tábla alapján látható, hogy tavaly a turisták kevesebbet költöttek utazásuk során, a kevés nyitva tartó attrakció és a kevesebb utazási lehetőség miatt; többen voltak, akik a szokásosnál rövidebb időt töltöttek el egy helyen; főként belföldre utaztak a külföldi karanténkötelezettség miatt; inkább a lakóhelyükhöz közelebbi helyszínt választottak; illetve csökkentették az utazásaik számát évi 3-4 alkalomról 1-2 alkalomra. A mintánk nagy része a járvány előtt is inkább saját szervezésben utazott, közeli hozzátartozókkal, ezért nem volt jellemző, hogy kevesebb utastárssal keltek volna útra. Jellemzően nem költöttek többet a szokásosnál, és nem tartózkodtak többet az adott desztinációban. Nem jellemző, hogy más közlekedési eszközt használtak volna, vagy más típusú szálláshelyen szálltak volna meg, emellett a minta alig 5 százaléka növelte csak utazásainak számát.

A 2020-as évi utazásaikról már tényként, megvalósult utakként, illetve lezajlott eseményként tudtak nyilatkozni válaszadóink, viszont 2021-re vonatkozóan még csak előzetes terveiket, elképzeléseiket, adott esetben vágyaikat tudták megfogalmazni, illetve ezekről valószínűsíthető kijelentést tenni. Ezek alapján a *15. ábrán* látható, hogy 2021-ben kitöltőink a következő arányban az alábbi állításokat gondolják leginkább valószínűnek 2021-es utazási terveikkel kapcsolatban ( $n = 366$ ):

- csökkenteni fogja utazásai számát (57%);
- teljesen át fognak alakulni az utazásai (54,4%);
- közelebbi helyszínt fog választani (48%);
- csak belföldre fog utazni (47%);
- kevesebbet fog költeni (41,3%);
- hosszabb ideig tartózkodna egy helyszínen (33,3%);
- többet fog költeni (25,7%);
- rövidebb ideig szeretne egy helyszínen tartózkodni (23%);
- növelni fogja utazásai számát (22%);
- más típusú szálláshelyet fog igénybe venni (18,8%);
- más típusú közlekedési eszközzel kíván utazni (17, 2%);
- csökkenteni fogja a vele utazók számát (14,4%).



**15. ábra. 2021-es utazási tervekre vonatkozó állítások**

(Forrás: saját kutatás)

2021-ben tehát egyre több fogyasztó szeretne, illetve tervezi, hogy megpróbál visszatérni a 2019-ig jellemző utazási szokásaira, és fogyasztói preferenciáira, mert túl hosszú idő telt el ahhoz, hogy a korábban megszokott utazásaikról a továbbiakban is le tudjanak mondani, és a járványhelyzet alakulásától, az átoltottsági szint arányától, illetve a fogadó országokban érvényes járványügyi szabályok enyhítésétől függően azonnal reagálnak, és terveznek a fogyasztók.

Ezt támasztja alá a kitöltőink arra a kérdésre adott válaszai, hogy saját állításuk szerint tízes skálán a legtöbben (mintegy 70%) a 7-est (10%), a 8-ast (16,8%), 9-est (10%) vagy 10-est (34%) jelölték be annál a kérdésfeltevésnél, hogy mennyire viseli meg mentálisan Önt a pandémia a kitörés időszaka óta.

Végül arra voltunk kíváncsiak, hogy az egyes járványügyi intézkedések, illetve a járványhelyzet alakulása mennyire befolyásolná a fogyasztókat utazásaik tervezése során, azaz mennyire venné el a kedvüket adott intézkedés vagy helyzet az utazástól (teljes mértékben, nagymértékben vagy kismértékben hozná meg a kedvüket, illetve kismértékben, nagymértékben vagy teljes mértékben venné el a kedvüket). A válaszok alapján megállapítható, hogy a fogyasztók magatartására, azaz utazásaik tervezésére leginkább pozitív hatással a következő tényezők lehetnek: a járványügyi mutatók alakulása belföldön, illetve külön a választandó célterületen, és az átoltottsági szint jelentős növekedése belföldön, illetve külön a célterületen (a felmérésünk 2021 tavaszán és kora nyarán készült). A fogyasztók a vakcinaútlevél belföldön, illetve a célterületen történő bevezetésével kapcsolatban voltak leginkább bizonytalanok, mivel ott kaptuk a legvegyesebb válaszokat a teljes mértékben elveszi a kedvemet az utazástól kategóriától kezdve a teljes mértékben meghozza a kedvemet az utazáshoz kategóriáig. Legegységesebb negatív hozzáállást pedig a karanténkötelezettség hazaérkezést követően, illetve karanténkötelezettség a kiutazás során kategóriák kapták, mivel itt kiemelkedően magas a teljes mértékben, illetve kisebb arányban a nagymértékben elveszi a kedvét az utazástól kategóriák aránya.

## Összefoglalás

Kutatásunk a magyar lakosság koronavírus-járvány hatására megváltozott fogyasztói magatartását vizsgálta, amelynek során kifejezetten az utazási szokásokban bekövetkezett változásokat figyeltük meg, és az eredményekből általános következtetések levonására is alkalmas tényeket tudtunk megállapítani. A felmérésünk empirikus, online kérdőíves vizsgálat volt, ahol 375 fő válaszait rögzítettük. Mivel mintavételünk önkényes és nem reprezentatív, így az eredményeink csak korlátozottan használhatók fel, és nem alkalmas a teljes magyar lakosság utazási szokásainak megváltozásának értékelésére, de a kutatás folytatásaként mindenképpen érdemesnek tartjuk a téma további részletesebb vizsgálatát a minta kiterjesztésével és reprezentativitásának biztosításával.

Feltáró jellegű kutatásunkban 2021 tavaszán és kora nyarán bonyolítottuk le megkérdezésünket, és külön blokkokban kérdeztünk rá a világjárvány előtti, a 2020-as évi megvalósult utazásokra, illetve a 2021-es évi utazási tervekre is, ezáltal 3 évet, korszakot tudtunk részletesen megvizsgálni, amely árnyaltabb összehasonlítást tett lehetővé, mivel a feltett kérdéssorok többségében ugyanazok voltak mindhárom periódusra nézve.

Felmérésünkben választ kaptunk kérdéseinkre, amelyekben arra voltunk kíváncsiak, hogy az új koronavírus által okozott világjárvány következtében hogyan alakultak át a fogyasztók utazással kapcsolatos attitűdjei. Hogyan élték meg a teljes lezárások következtében megszűnő utazási lehetőségeket, hogyan pótolták ennek hiányát, miként éltek az első enyhítések adta korlátozott ki-mozdulási lehetőségekkel, és milyen új fogyasztói magatartásformák bontakoztak ki, egy olyan, teljesen új és váratlan krízishelyzetben, amire korábban nem igazán volt példa a modern korban.

További javaslatunk, hogy a reprezentativitás biztosításával érdemes demográfiai bontásban is elvégezni a statisztikai számításokat, amelyeket mi csak érintőlegesen tudtunk megvalósítani, de már nálunk is érdemi különbségek mutatkoztak leginkább korosztályi bontásban, de hasonlóan a lakóhely, családi állapot és iskolai végzettség szerint is.

Terveink szerint folytatni szeretnénk a felmérést, illetve megismételni 2022 elején, amikor már megvalósulhattak a most még csak tervezett, 2021-es utazások. Ezen adatok összevetése további összefüggéseket tárhat fel abból a szempontból, hogy a fogyasztók mennyire terveznek reálisan, mennyire látják valósan a helyzetüket utazási lehetőségek szempontjából, mennyire tudják felmérni a lehetőségeiket és korlátaikat, illetve milyen váratlan események hiúsíthatják meg az előzetes utazási terveiket. Azaz, mennyire terveznek vágyakat, álmokat vagy éppen mennyire mérik fel racionálisan a helyzetüket, igényeiket, félelmeiket?

Kutatásunk alapján megállapítható, hogy a magyar lakosság szabálykövető magatartást tanúsított a lezárások idején, mivel utazásai drasztikusan lecsökkentek, és az első, majd második enyhítések hatására is sokkal óvatosabb, megfontoltabb döntéseket hoztak utazásaik terén. 2020-ban leginkább a nyári időszakban utaztak válaszadóink, akkor is szinte kizárólag belföldön, mindössze 1 vagy 2 alkalommal, főként családdal, személyautóval, és az igénybe vett szállástípusok leginkább saját nyaralók, önálló vendégházak vagy apartmanok voltak, kevesebbet költöttek utazásaikra, mint korábban, és kevésbé voltak megelégedve utazásaikkal a megelőző évek gazdagabb élményeihez képest.

A járvány okozta egyéni tragédiák, munkahelyvesztések, jövedelemkiesések következtében a lakosság egy jelentős része nem tudott részt venni, bekapcsolódni a turisztikai utazásokba, míg egy másik rétegnél a többletmunka nem tette ugyanezt lehetővé, megint másoknál megtakarítások keletkeztek, amely jövedelmet nem tudták rögtön elkölteni, de a turizmusban igyekeztek részt venni, és újból feltöltekezni utazási élményekkel, amelyek kimutatható mértékben mentálisan és fizikálisan is alapvető szükségletekké váltak. 2021-re ugyanis a járványhelyzet alakulása és az átoltottsági szint növekedése következtében újból és bátrabban kezdtek utazásokat tervezni a fogyasztók, amely folyamatban két tendenciát figyelhetünk meg. Egyrészt hasonló utazástípusokat szeretnének megvalósítani a válaszadóink, mint 2020 előtt, azaz külföldre is többen terveznek menni, nemcsak családdal, hanem partnerrel vagy barátokkal is, már repülőgéppel is hajlandók utazni, szívesen visszatérnének a szállodákba és panziókba is, és többet is költenének utazásaik során.



Másrészt viszont bekerültek olyan elemek is az utazási döntés folyamatába, amelyek korábban nem voltak jellemzőek vagy nem annyira markánsan. Leginkább a biztonság és higiéné került előtérbe, amely sokaknál meghatározza az újfajta utazási szokásaikat. Egyértelműen azokat a célterületeket, szálláshelyeket preferálják a fogyasztók, ahol ezeket magas színvonalon biztosítottnak látják, és ezen feltételek megvalósulása esetén is félve, óvatosabban vesznek igénybe szolgáltatásokat. Mindezek magukkal hozták az érintésmentes szolgáltatások gyors ütemű elterjedését a turizmus szektorban is, és az eddig elmaradt digitalizációs fejlesztéseket is igyekezett minél több szolgáltató megvalósítani. Ezekhez társult az egyéni szervezésű utazások rohamos elterjedése is, ahol már a fogyasztó tervez, bonyolít és valósít meg minden részfolyamatot, de inkább pihenési, relaxációs céllal kelnek útra, és kevésbé ismert, csendes helyekre, ahol jobban el tudnak különülni másoktól. A turizmus lényegét a helyváltoztatás adja, az a környezetváltozás, amely élményt, feltöltődést tud biztosítani az utazónak, és ennek az igénynek az elementáris megnyilvánulását jelzi több tény is. Igaz, hogy a karantén alatt ugyan igénybe vettek a fogyasztóink virtuális utazási lehetőségeket, városnézéseket, múzeumbejárásokat, de ez nagyon kis arányban történt csak meg, másrészt inkább meghozta a kedvüket egy későbbi valós utazáshoz, helyszín-meglátogatáshoz, múzeumbejáráshoz, és ahogy felszabadultak a valós utazási lehetőségek, szinte minden egyes válszadó valós utazástervezésbe kezdett.

A pandémia óriási visszaesést okozott, és ezzel súlyos válságot robbantott ki az egész turisztikai szektorban, amely mind fogyasztói, mind szolgáltatói oldalról nézve drasztikus volt, és merőben új élethelyzeteket teremtett, amelyhez úgy kellett minél gyorsabban alkalmazkodni, hogy közben rengeteg új dolgot meg kellett tanulni, és azokat rögtön alkalmazni tudni. Ez a vállalatok, a kormányok és a fogyasztók oldaláról nézve is nagy kihívás volt, és mind a mai napig látjuk, hogy a járványhelyzet által okozott válság kezelésében nem egységesek az álláspontok, az egyes országok különböző intézkedéseket preferálnak vagy korlátozásokat vezetnek be, és ez nemzetközi szinten nem segíti elő sem a szektor felépülését, újraindulását, sem pedig az egyes piaci szereplők (vállalatok és fogyasztók) tisztánlátását és utazásaik tervezhetőségét. Ezért törekedni kell arra, hogy minél több empirikus kutatással segítsük a folyamat letisztulását, és többek között a fogyasztók megváltozott magatartásának felderítésével ösztönözzük a cégeket, szervezeteket tevékenységük mai körülményekhez igazodó megvalósítására.

## Irodalomjegyzék

- Aubert, A.** (2010): A globális turizmus jellemzői és trendjei geográfiai megközelítésben. In: Tóth J. (szerk.), *Világföldrajz* (pp. 646–666.), Akadémiai Kiadó.
- Baker, D. Mc. A** (2014): The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 2(1), 58–67.

- Brock, Steve** (2020): *Here Are 8 Ways Travel Will Change After the Pandemic*. National Geographic <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/heres-how-covid-is-changing-travel-according-to-the-experts> (Letöltve: 2021. szeptember 8.)
- Csapó, J. & Törőcsik, M.** (2019. szeptember 9.): Turizmus és biztonság: a magyar lakosság utazási szokásaihoz köthető, biztonsággal kapcsolatos attitűdök reprezentatív vizsgálata. *Turizmus Bulletin*, 19(3), 13–20.
- Csapó, J. & Törőcsik, M.** (2020): *A turizmus jövője, a nemzetközi és hazai turizmus legújabb trendjeinek elemzése elméleti és gyakorlati megközelítésben*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar.
- Dagnachew, L. S. & Hon, A. H. Y.** (2020): The Impacts of Social and Economic Crises on Tourist Behaviour and Expenditure: An Evolutionary Approach. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 740–755.
- European Best Destinations (2019): *European Best Destinations 2019* <https://www.europeanbestdestinations.com/european-best-destinations-2019/> (Letöltve: 2021. november 18.)
- European Travel Commission (2020) *European Tourism 2019 – Trends & Prospects (Q4/2019)*. <https://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2019-trends-prospects-q4-2019/> (Letöltve: 2021. október 12.)
- Faulkner, B.** (2001): Towards a Framework for Tourism Disaster Management. *Tourism Management*, 22(2), 135–147. [https://doi.org/10.1016/s0261-5177\(00\)00048-0](https://doi.org/10.1016/s0261-5177(00)00048-0)
- Felkai, P.** (2021): Hogyan utazzunk a Covid járvány után? *Turizmus Bulletin*, 21(1), 44–48. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n1.5>
- Gössling, S.; Scott, D. & Hall, M. C.** (2021): Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hall, M.** (2010): Crisis Events in Tourism: Subjects of Crisis in Tourism, *Current Issues in Tourism*, (13)5, 401–417.
- Hofmeister-Tóth, Á.** (2017): *A fogyasztói magatartás alapjai*. Akadémiai Kiadó.
- Holton, E. F. & Burnett, M. F.** (2005): The Basis of Quantitative Research. In Swanson, R. A. & Holton, E. F. (szerk.), *Research in Organizations* (pp. 29–44.) Berrett-Koehler Publishers.
- Jakopánecz, E.** (2021): #maradjotthon: Koronás élet. A megváltozott élet a COVID-19 járvány ideje alatt. Nagyszámú mélyinterjú kutatás eredményei. *Marketing & Menedzsment Különszám 1. EMOK*, 19–30.
- Kovács L.; Keller K.; Tóth-Kaszás N. & Szőke V.** (2021): A Covid-19 járvány hatása egyes turisztikai szolgáltatók működésére: azonnali válaszok és megoldások. *TVT Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6(2), 6–24. <https://doi.org/10.15170/TVT.2021.06.02.01>
- Kökény, L. & Kökény, L.** (2021): Fogyasztói magatartás vizsgálata egy új típusú turisztikai szolgáltatáson keresztül. *Turizmus Bulletin*, 21(3), 14–23. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n3.2>
- Központi Statisztikai Hivatal (KSH) (2019): *Turizmus-szatellit számlák 2018*. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/turizmszatt/2018/index.html> (Letöltve: 2021. szeptember 10.)
- Központi Statisztikai Hivatal (KSH) (2020): *Helyzetkép a turizmus, vendéglátás ágazatról 2019*. <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2019/index.html> (Letöltve: 2021. szeptember 15.)
- Központi Statisztikai Hivatal. (KSH) (2021): *Helyzetkép a turizmus, vendéglátás ágazatról 2020*. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2020/index.html> (Letöltve: 2021. szeptember 15.)

- Lengyel, M.** (2004): *A turizmus általános elmélete*. Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája.
- Lew, C. M.; Hall, C. M. & Timothy, D.** (2008): *World Geography of Travel and Tourism: A Regional Approach*. Elsevier.
- Li, J., Nguyen, T. H. H. & Coca-Stefaniak, J. A.** (2020): Coronavirus Impacts on Post-Pandemic Planned Travel Behaviours. *Ann Tour Res*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102964>
- Magyar Turisztikai Ügynökség (2020): *2019-ben ismét rekordot döntött a magyar turizmus*. <https://mtu.gov.hu/cikkek/2019-ben-ismet-rekordot-dontott-a-magyar-turizmus-1425> (Letöltve: 2021. szeptember 18.)
- Malhotra, N. K.** (2008): *Marketingkutató*. Akadémia Kiadó.
- Michalkó, G.** (2004): *A turizmuselmélet alapjai*. Kodolányi János Főiskola.
- Michalkó, G.** (2010): *Boldogító utazás: a turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet.
- Michalkó, G.; Németh, J. & Ritecz, Gy.** (szerk.) (2020): *Turizmusbiztonság*. Dialóg Campus.
- Miskolczi, M.; Bauer, B.; Déri, A. & Kovács, T.** (2021): Mobilitási szokások változásai a Covid-19-világjárvány idején. *Turizmus Bulletin*, 21(3), 24–33., <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n3.3>
- Neuburger, L. & Egger, R.** (2020): Travel Risk Perception and Travel Behaviour During the COVID-19 Pandemic 2020: A Case Study of the DACH Region. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 1003–1016.
- Nod, G.; Mókusné Pálfi, A. & Aubert, A.** (2021): Kispadra ültetett desztinációmenedzsmen a pandémia félidejében(?). *Turizmus Bulletin*, 21(2), 43–54., <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n2.5>
- PwC (2021). *Global Economy Watch: Predictions for 2021*. <https://www.pwc.com/gx/en/research-insights/economy/global-economy-watch/predictions-2021.html> (Letöltve: 2021. október 14.)
- Raffay, Z.** (2020): A COVID-19 járvány hatása a turisták fogyasztói magatartásának változására. *Járványidőszak alatti szekunder kutatások*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar. <https://ktk.pte.hu/hu/karunkrol/intezetek/marketing-es-turizmus-intezet/covid-kutatas-2020/jarvanyidoszak-alatti> (Letöltve: 2021. október 16.)
- Sharun, K.; Tiwari, R.; Natesan, S.; Yattoo, M. I.; Malik, Y. S. & Dhama, K.** (2020): International Travel During the COVID-19 Pandemic: Implications and Risks Associated with 'Travel Bubbles'. *Journal of Travel Medicine*, 27(8), <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa184>
- Törőcsik, M.** (2016): A fogyasztói magatartás új tendenciái. *Vezetéstudomány*, 47, 19–25.
- Törőcsik, M.; Csapó, J.; Jakopánecz, E. & Lányi B.** (2020): *Fogyasztásváltozás a COVID-19 járvány első hullámában – szekunder kutatási eredmények*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar.
- Törőcsik, M. & Szűcs, K.** (2021): *Fogyasztói magatartás. Mintázatok, trendek, alkalmazkodás* [online kiadás]. Akadémia Kiadó.
- UNWTO (2020). *UNWTO Barometer: 2020: Worst Year in Tourism History with 1 Billion Fewer International Arrivals 28 Jan 2021*. <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (Letöltve: 2021. október 10.)
- UNWTO (2021): *Tourism Data Dashboard: International Tourism and Covid-19...* <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> (Letöltve: 2021. november 8.)

- Vámos, É.** (2020): *Kreatív ellentmondások: 2020-as trendek a turizmusban*. Turizmus.com. <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/kreativ-ellentmondasok-2020-as-trendek-a-turizmusban-1168613> (Letöltve: 2021. november 21.)
- Végi, Sz., Csapó, J. & Törőcsik, M.** (2020): Az új koronavírus (COVID-19) megjelenésének hatása a magyar lakosság turisztikai fogyasztói szokásaira – egy online felmérés elsődleges eredményei. *Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért EMOK* <https://emok.hu/tanulmany-kereso/d867:az-uj-koronavirus-covid-19-megjelenesenek-hatasa-a-magyar-lakossag-turisztikai-fogyasztoi-szokasaira-egy-online-felmeres-elsodleges-eredmenyei> (Letöltve: 2021. október 11.)
- World Travel & Tourism Council (2020): *Economic Impact Reports*. <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> (Letöltve: 2021. október 18.)
- World Travel & Tourism Council (2021): *Travel & Tourism Economic Impact 2021 Global Economic Impact & Trends 2021 June 2021*. <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf> (Letöltve: 2021. október 14.)
- World Travel & Tourism Council (2021): *WTTC Research Reveals Travel & Tourism's Slow Recovery Is Hitting Jobs and Growth Worldwide* <https://wttc.org/News-Article/WTTC-research-reveals-Travel-and-Tourism-slow-recovery-is-hitting-jobs-and-growth-worldwide> (Letöltve: 2021. október 20.)
- WTM Global Hub. World Travel Market Team. (2021): *Industry Report: Industry Execs Optimistic Travel Recovery Will Be Under Way in 2022*. [https://hub.wtm.com/press/wtm-london-press-releases/industry-report-industry-execs-optimistic-travel-recovery-will-be-under-way-in-2022/?fbclid=IwAR0\\_IV-MGaf6JVUihjaBEd3ZGRZc6\\_MpOr9TTyk95nCt1nQyl3A7GepHOP8](https://hub.wtm.com/press/wtm-london-press-releases/industry-report-industry-execs-optimistic-travel-recovery-will-be-under-way-in-2022/?fbclid=IwAR0_IV-MGaf6JVUihjaBEd3ZGRZc6_MpOr9TTyk95nCt1nQyl3A7GepHOP8) (Letöltve: 2021. november 8.)
- WTTC (2020). *EU Travel & Tourism Sector Will Be Critical to the EU's Economic Recovery, Says*. World Travel & Tourism Council. <https://wttc.org/News-Article/EU-Travel-and-Tourism-sector-will-be-critical-to-the-EUs-economic-recovery-says-WTTC> (Letöltve: 2021. október 12.)
- Wyman, O.** (2020): *To Recovery & Beyond. The Future of Travel & Tourism in the Wake of Covid-19*. World Travel & Tourism Council. [https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/v2/publications/2020/To\\_Recovery\\_and\\_Beyond-The\\_Future\\_of\\_Travel\\_and\\_Tourism\\_in\\_the\\_Wake\\_of\\_COVID-19.pdf](https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/v2/publications/2020/To_Recovery_and_Beyond-The_Future_of_Travel_and_Tourism_in_the_Wake_of_COVID-19.pdf) (Letöltve: 2021. szeptember 26.)
- Zheng, D., Luo, Q. & Ritchie, B. W.** (2021): *Afraid to Travel After COVID-19? Self-Protection, Coping and Resilience Against Pandemic "Travel Fear"*. *Tourism Management*, 83. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104261>

# THE EU AND THE BELT AND ROAD INITIATIVE IN CENTRAL ASIA

---

Kinga Szálkai

**Abstract:** This article focuses on the relations between the European Union and China regarding the latter's greatest ongoing enterprise, the Belt and Road Initiative. Current trends show that the relationship and the behaviour of these two actors will be a decisive factor in the development of China's Belt and Road Initiative. Although the main scene of the EU–China relations over the BRI is located in Europe and its direct surroundings, the region of Central Asia also provides a significant ground for potential tensions and cooperation, which is often ignored. The aim of this article is to shed light on the developments of EU–China relations over the Belt and Road in Central Asia, and on the possible effects of these relations in the case of all three concerned actors.

**Keywords:** Central Asia, Belt and Road Initiative, European Union, China, connectivity, infrastructure

**Absztrakt:** Ez a cikk az Európai Unió és Kína közötti kapcsolatokra összpontosít az utóbbi legnagyobb folyamatban lévő vállalkozása, a Belt and Road Initiative kapcsán. A jelenlegi tendenciák azt mutatják, hogy e két szereplő kapcsolata és viselkedése döntő tényező lesz a kínai Övezet és Út Kezdeményezés kidolgozásában. Bár a BRI-vel kapcsolatos EU-Kína kapcsolatok fő színtere Európában és annak közvetlen környezetében található, a közép-ázsiai régió is jelentős terepet ad az esetleges feszültségeknek és együttműködésnek, amit gyakran figyelmen kívül hagynak. E cikk célja, hogy rávilágítson az EU-Kína kapcsolatok alakulására a közép-ázsiai Övezet és Út területén, valamint e kapcsolatok lehetséges hatásaira mindhárom érintett szereplő esetében.

**Kulcsszavak:** Közép-Ázsia, Övezet és Út Kezdeményezés, Európai Unió, Kína, összeköttetés, infrastruktúra

## Introduction

The concept of the so-called 'Great Game' often appears in current analyses, journal articles and news about Central Asia. The original 'Great Game' took place in the 19th century between the Tsarist Russian Empire and the British

Empire for the possession of Central Asian territories, and the concept was made popular by Rudyard Kipling in his novel *Kim*, published in 1901. At this time, India stood in the middle of rivalling claims the British Empire intended to protect, while the Tsarist Russian Empire aimed to expand its sphere of interests by conquering new territories. The ‘Game’ remained rather constrained throughout these times, and was based mainly on wide reconnaissance activities and small, limited clashes between the parties – this is reflected in the Russian naming of the ‘Great Game’, which meant ‘the tournament of shadows’ (Rubin–Rashid, 2008: 1). As a much later Foreign Affairs article writes: ‘It was just a game “with scores but no substantive prizes”’ (Meyer–Bryson, 2000: 1). The fight for the possession of Central Asia and its surroundings did not end with 1907, although the date does officially mark the end of the ‘Great Game’ and the clear delimitation of borders between the Tsarist Russian Empire and the British Empire. Nevertheless, there was no considerable international clash of interests in the region in the 20<sup>th</sup> century (except for the Soviet intervention in Afghanistan in 1979).

After the collapse of the Soviet Union, however, the situation took a turn in the other direction: Central Asia gained a new geopolitical significance and has been attracting the attention of great powers yet again. This is a very different process from that of the 19<sup>th</sup> century, the original clashing parties of the Tsarist Russian Empire and the British Empire being replaced by the Russian Federation, the United States of America, the People’s Republic of China, and the European Union. The priorities of these entities are mainly concentrated around Central Asia’s geopolitical significance, which is based on two main assets of the region: first, its hydrocarbon reserves, and second, its location, offering transport routes linking the East and the West, providing access to further profitable businesses and interregional relations. Beside these two, maintaining the stability of the region is also an important aim for today’s great powers. All in all, the ‘New Great Game’ does not show a lot of similarities with the original one and, in this respect, may also be understood as fiction designed for the aims of the media. However, in one aspect, it does have relevance: the rivalry for Central Asia means a real competition between great powers at the beginning of the 21<sup>st</sup> century, and it is much more than just a game “with scores but no substantive prizes.”

This article focuses on a smaller and more specific part of this game, namely the relations between the European Union and China regarding the latter’s greatest ongoing enterprise, the Belt and Road Initiative. Current trends show that the relationship and the behaviour of these two actors will be a decisive factor in the development of China’s Belt and Road Initiative. Although the main scene of the EU–China relations over the BRI is located in Europe and its direct surroundings, the region of Central Asia also provides a significant ground for potential tensions and cooperation, which is often ignored. The aim of this article is to shed light on the developments of EU–China relations over the Belt and Road in Central Asia, and on the possible effects of these relations in the case of all three concerned actors.

For this, it is crucial to examine China's main interests in Central Asia, as these are the most important driving forces behind the Belt and Road Initiative. After analysing China's main interests, I shift the focus of the study towards the BRI itself, as well as its implications in Central Asia. After clarifying these issues, it will also be necessary to address the European Union's main interests in the region as another formative force shaping its political, economic, and societal potentials. After the general discussion of these interests, my analysis will concentrate on the concept of connectivity, as it underlies the EU's new Central Asian Strategy of 2019 and provides a common ground for dialogue with China. I find that the concept of connectivity is of high importance in the motives behind the behaviour of the two actors, influencing potential tensions and their cooperation in the region. In order to understand these relations, in the following parts of my article, I introduce these potential rivalries, tensions, and breaking points, then I address some of the barriers of involvement that concern both China and the EU. In the last part of my analysis, I discuss the perspectives and boundaries of the possible cooperation between China and the EU in Central Asia, highlighting the role of hard and soft connectivity in realising and following common interests.

## China's Main Interests in Central Asia

China's approach to Central Asia is increasingly dependent on factors that are located outside, and in several cases, very far from the region. After the collapse of the Soviet Union, China simply focused on maintaining stability in Central Asia. It was especially true in the territories neighbouring its Western borders, considering the Uyghur minorities' close ties and kinship to Central Asian people. With the recovery of the region and with China's growing economic influence, rapidly developing economy, and skyrocketing energy needs, the emphasis was put on access to hydrocarbons in Central Asia (Peyrouse et al., 2012: 10–12). In the past years, however, priorities related to connectivity have been gaining more and more importance, which is very visible in the case of China's Belt and Road Initiative.

Nowadays, Central Asia's main role for China lies in its geopolitical, geostrategic, and geoeconomic location, which is closely linked to China's main global interests. Namely, it is essential for Beijing to reach for new overland sources and transport routes if it intends to maintain and increase its security and stability. China's economy is significantly dependent on two main factors: energy and trade. Its extraordinary economic growth consumes a huge amount of energy, 80% of which is delivered by sea. In terms of trade, more than 85% of Chinese trade is also transported via sea routes (Stratfor, 2013). This extensive use of sea routes makes China vulnerable regarding the two most important elements of its economy, which raises

the question of how to diversify the trade routes crucial for the country's security. The natural alternative to sea routes are overland routes, and if we turn to the Western borders of China, we find a region that was world-famous for providing the most important land route in an age long before the word 'globalisation' was coined: the region of Central Asia used to be the home of the legendary Silk Road, connecting the East and the West. The region, however, turned into one of the most isolated regions of the world, which came under Russian dominance in its entirety in the 19<sup>th</sup> century and remained closed under the Soviet rule of the 20<sup>th</sup> century (Soucek, 2000). If China intends to approach Central Asia in order to re-establish the links of the traditional Silk Road and reduce its dependency on sea routes, it has to face the Russian heritage of the region, especially in terms of infrastructure, the construction of which was hindered to fulfil Russian interests in the past two centuries. Renovating, connecting, and replacing these pieces of infrastructure to serve Chinese interests implies enormous costs, and China also has to pacify its own Western regions inhabited by Uyghurs to be able to provide the stability of the new Silk Road. The Belt and Road Initiative, which aims to increase connectivity between the East and West via Central Asia, was declared a complex solution for these emerging questions that are perceived to be crucial for China.

## The Belt and Road Initiative in Central Asia

The Belt and Road Initiative has been known by several names (New Silk Road, One Belt, One Road) since its launch in 2013, when Xi Jinping, the President of China, declared its outset. The initiative consists of two parts: the Silk Road Economic Belt and the 21<sup>st</sup> Century Maritime Silk Road. As of October 2019, the planned scope of the BRI covers 138 countries with 4.6 billion citizens (61% of the world's population) (CSIS China Power Team, 2019). The Belt and Road does not mean a detailed, concrete, thoroughly-defined, fixed programme following public plans. Instead, it could be best understood as the Chinese leadership's long-term vision, which is still in a draft version and can be modified anytime. In spite of its vague range and details, its economic, political, geopolitical, and geoeconomic aims are very clear. In addition to the above-mentioned aims, on the one hand, it is a strategic part of reforming China's economic structure and developing its western regions (including Uyghur-inhabited regions). On the other hand, it is presently the most important tool for enhancing China's international influence, as it would thoroughly change the economic relations of the Eurasian and African continents, raising the significance of the renminbi (RMB) as an international currency and exerting a significant impact on diplomatic and political relations as well (Eszterhainé, 2019: 468; ICG, 2017).



The Belt and Road Initiative focuses on five cooperation priority areas, as follows:

1. policy coordination, which means the cooperative management of national, international and regional institutions and their policies;
2. infrastructure connectivity, which means the construction and linking of new and the renovation of old pieces of infrastructure (especially highways, roads, railroads, oil and gas pipelines, and optic networks), the fostering of cooperation and connectivity among industrial and business parks, logistics centres, and maritime ports;
3. unimpeded trade, which means the deconstruction of physical, technical, political, and financial barriers to trade relations;
4. financial integration, which means the cooperation between policy and commercial banks, equity funds, insurance organisations, and risk assessment firms, making the flow of capital easier;
5. and connecting people, e.g., in the fields of culture, education, research and development, as well as tourism (EBRD).

In Central Asia, as it is a landlocked region, the Silk Road Economic Belt is the most relevant part of the Belt and Road Initiative. Its main focus is aimed at improving transport and energy infrastructure to foster economic cooperation via increased connectivity. There are two main corridors along which this process is taking place. One is the New Eurasia Land Bridge Economic Corridor, which is directed through Kazakhstan and Russia, focused mainly on the interconnection and modernisation of existing rail and road infrastructure, including high-speed rail lines that would accelerate the speed of economic, transport and trade relations to a significant extent. The other, more important one is the China–Central Asia–West Asia Economic Corridor, linking the Uyghur-inhabited regions with Kyrgyzstan, Tajikistan, Kazakhstan, Uzbekistan and Turkmenistan, avoiding Russia and linking the Caucasus and Iran more tightly into China's sphere of economic influence. Besides rail and road developments, integrating the Caspian ports into the structure of the Belt and Road Initiative also plays an important role here. Building pipelines to reach and extract the vast hydrocarbon resources of Central Asia is also of essential importance for the energy-hungry China. Furthermore, beyond infrastructural and connectivity-related projects, there are also industrial investments in the region, such as new cement plants, power and heating plants and electricity transmission lines (ICG, 2017: 5–10).

The Belt and Road Initiative also supports China's strategic aims of containing and pacifying its Uyghur minority in the Western regions, which are tightly interconnected with preventing Central Asia from becoming a strategic liability and a source of threats to China. The Uyghur minority is located between China and Central Asia not only geographically, but also in terms of ethnic relations. As the link to the huge markets and energy resources of Central Asia is the Xinjiang

Uyghur Autonomous Region, the state deems it necessary to maintain peace in this area. However, the Uyghurs are perceived to be a threat to China's security with their Muslim Turkic identity and separatist tendencies. On the one hand, China assumes that they have to be isolated from their kin living in the neighbouring Muslim Turkic countries in order to prevent those countries from encouraging separatist initiatives. On the other hand, an overly harsh oppression leads to the condemnation of China by Central Asian countries which can have a negative effect on trade and economic relations (Clarke, 2011).

The Belt and Road Initiative is often compared to the Marshall Plan from after the Second World War, but if we take a look at its scope and budget, its significance is much higher than that of the Marshall Plan. Theoretically, the Belt and Road covers 55% of the world's GNP, more than 60% of the global population, and 75% of known energy reserves. The estimates of its budget are between 1 and 1.3 trillion USD – which is 50 (!) times the size of the original Marshall Plan, if adjusted for current values (Manuel, 2019). According to a recent study on the analysis of 261 already existing Chinese projects in Central Asia, trade promotion and industrial development are the most actively supported sectors, followed by roads and energy infrastructure, while, proportionally, energy projects receive the most significant funds (Aminjonov et al., 2019).

Overall, the Belt and Road Initiative is the greatest connectivity-related project in the present international system and world economy. The successes and failures of its practical implementation are very likely to change the whole structure of the world's trade and economic routes, and provide China with a global influence which has not been seen before. Under these circumstances, it is not a question that Central Asia, the region providing crucial overland links for the Belt and Road Initiative, will also be redrawn by Chinese influence. The question is whether there are other powers, that can and will contest this influence.

## The EU's Main Interests in Central Asia

The European Union, the other subject of this analysis, may be one of such powers. The EU itself conceptualised its own interests in seven main points in the form of the EU Strategy on Central Asia of 2007, as follows:

1. Human rights, rule of law, good governance and democratisation
6. Investing in the future: youth and education
7. Promotion of economic development, trade and investment
8. Strengthening energy and transport links
9. Environmental sustainability and water
10. Combatting common threats and challenges
11. Building bridges: inter-cultural dialogue (Council of the European Union, 2007).

The EU does not belong to the influential military powers having interests in Central Asia, and the limited nature of its security and foreign policy-related interests point to the direction that this is very likely to remain so in the near future as well. For decades, the EU approached the region and its stability from the aspect of low politics, soft power, and human security, which link the EU's interests to questions of democratic values and economic development, including trade, investment, energy, and transport links. These will be the most important aspects from the perspective of China's Belt and Road Initiative.

In 2019, a new EU Strategy on Central Asia was published in the form of a Joint Communication, under the title *The EU and Central Asia: New Opportunities for a Stronger Partnership*, where three new, "interconnected and mutually reinforcing", but less specific priorities are outlined:

1. Partnering for Resilience,
12. Partnering for Prosperity,
13. Working Better Together (European Commission, 2019a).

Partnering for Resilience means cooperation in the socio-economic and security fields. The EU intends to contribute to the Central Asian countries' reform intentions and capacities, foster modernisation, promote democracy, human rights, rule of law, and sustainable development. Partnering for Prosperity is aimed at increasing the development of the private sector, the investment environment, and the human factor in Central Asia. The EU intends to be involved in the development of skills, research and innovation supporting the youth. Promoting connectivity and trade is a very important priority. As for Working Better Together, the vaguest aim indicated in the new Strategy, the EU means "to strengthen the architecture of the partnership, intensifying political dialogue and opening up space for civil society participation" (European Commission, 2019a: 2). Comparing the new Strategy to the old one, it can be seen that the EU's interests in Central Asia are rather indirect and do not concern high politics or classical security-based approaches.

## **Connectivity as the Backbone of the EU's Role in Central Asia**

In addition to these three priorities, however, the new Strategy indicates a fourth, so-called "cross-cutting" priority, the aim of which is "Investing in Regional Cooperation within Central Asia", where the notion of connectivity is highlighted (European Commission, 2019a: 2–3). The idea of connectivity and the related EU interests are explained in more detail in a 2018 European Council document, titled *Connecting Europe and Asia – Building Blocks for an EU Strategy*. Although it is not a Central Asia-specific document, it contains several references for the EU's possible role in the region and its relation

to China's Belt and Road Initiative. The EU argues for the importance of a strengthened regional cooperation, stating that "better connectivity will create new opportunities for citizens and businesses and open new avenues for higher living standards, political dialogue and civil society ties" (European Council, 2018). Connectivity aims, according to the document, should be comprehensive, covering transport, energy, digital links, and people-to-people connections. In addition to enhancing investments, trade, transport, and providing a secure business environment, the EU also puts great emphasis on democratic values and human rights concerning connectivity-related projects. The aim of connectivity offers a perspective for the EU that makes its participation in Central Asian affairs obvious and renders the EU one of the important actors in the region, a relevant one, even if its importance could not be matched with that of the United States or Russia. Furthermore, the concept of connectivity set the groundwork for practical dialogue, e.g., in the form of ASEM (Asia–Europe Meeting) summits discussing the role of the EU in Asia in general.

It is also important to highlight that the EU has made several previous attempts to increase connectivity in Central Asia. Between 1991 and 2006, the TACIS (Technical Assistance to the Commonwealth of Independent States) programme funded the entire post-Soviet region in order to make the transition to democracy and the market economy smoother. TACIS brought a total of 570 million Euros to the post-Soviet region (Lala, 2012: 8–9). Within TACIS, the concept of the Eurasian Corridor was most closely linked to enhancing Central Asian connectivity, especially in the frameworks of the INOGATE (Interstate Oil and Gas Pipeline Management) and the TRACECA (Transport Corridor Europe–Caucasus–Asia) projects. INOGATE, started in 1995, engaged in cooperation over hydrocarbon reserves, including the regional integration of pipeline systems, increasing energy security, encouraging sustainable investments, and fostering hydrocarbon trade (Lala, 2012: 10). TRACECA, started in 1993, aimed to establish an efficient and integrated transport system linking Europe and Asia through Central Asia and the Caucasus. Its main tools were the development of maritime, air, road, and rail transport infrastructure and its security, involving international financial institutions and making the private sector also interested. TRACECA included 60 technical aid and investment projects and brought 121 million euros to the region (Pomfret, 2013: 7).

Although the connectivity-related projects within INOGATE and TRACECA brought about some important developments and successes, overall, it cannot be stated that they had a significant economic or political impact on Central Asia, let alone that the EU developed into a primary and unavoidable player in the region. They have shown that the EU's capabilities are limited in Central Asia and that the extensive aims of the organisation cannot be matched with a limited budget. Furthermore, the 2007 Strategy could not change this situation, as the EU has not been able to realise its connectivity potential in Central Asia (Melvin, 2012).

However, the EU has another connectivity-related programme that is very new and in operation, and can be regarded as a successful one: the TEN-T Trans-European network for Eastern Partnership countries. The original aims of the TEN-T are very similar to those of China in the framework of the Belt and Road Initiative: “the implementation and development of a Europe-wide network of railway lines, roads, inland waterways, maritime shipping routes, ports, airports and railroad terminals. The ultimate objective is to close gaps, remove bottlenecks and technical barriers, as well as to strengthen social, economic and territorial cohesion” (European Commission, 2019b). These aims were extended to the region of the Eastern Partnership in 2018, overlapping the post-Soviet region, including several countries that are of key importance from the perspective of the Belt and Road Initiative as well. The programme’s current budget reaches 13 billion euros, and its aim is to build a total of 4800 kilometres of road and rail, 6 ports, and 11 logistics centres in Azerbaijan, Armenia, Belarus, Georgia, Moldova, and Ukraine (European Commission, 2018).

Overall, it is evident that the idea of connectivity serves as the backbone of the EU’s approach towards Central Asia and the Belt and Road Initiative. Based on the above-mentioned factors and interests, it is clear that the EU has significant interests in increasing connectivity in Central Asia, although it only has access to limited resources to fulfil this. The question arises: Should the EU establish its own new Silk Road initiative in Central Asia to compete with China’s influence, or should it join the Belt and Road Initiative if it intends to follow its strategic aims and priorities in Central Asia?

## **Rivalries and Tensions Concerning the Roles of the EU and China in Central Asia**

China and the EU are both parties to the so-called New Great Game, having significantly divergent interests in Central Asia and beyond, which often collide with each other. The most important point of rivalry is centred around the hydrocarbon reserves of Central Asia and the related infrastructure. While China intends to use them to develop its own economy, the EU is interested in building the Trans-Caspian pipeline to divert oil and gas resources to Europe, avoiding Russia and its adversary’s use of hydrocarbons as diplomatic weapons. In this case, the resources that are the subjects of rivalry are tightly connected to the security of both entities, making them a crucial priority for state and economic security.

Although both parties are interested in enhancing connectivity via Central Asia, there are no common interests in the field of trade relations either. Along with the newly constructed infrastructure of the Belt and Road Initiative and the competing TEN-T network for the Eastern Partnership, China and the European Union will attempt to sell and transport their own products to Central Asian

countries. While in some respects the two may have auxiliary roles, the products of the two actors' economies and their market needs are rather similar, which may incite rivalry and tensions. Beyond transportation lines and products, investors, banking and insurance companies, and other business actors from China and the EU are each other's natural rivals in Central Asia (Gleave, 2018).

With the increasing Chinese influence in the region, the normative stances of the two actors may also collide. China's 'no strings attached' policy may undermine the general resonance of the EU's approach of concentrating on normative values as an exchange for development aid, support, and investments in Central Asia. Officially, China's normative stance focuses on consensus, inclusiveness, non-conditionality, voluntarism, and win-win results; however, China, as an authoritarian power, represents radically different values in the region from those of the European Union, which may further jeopardise the willingness of Central Asian societies to implement political, economic, and social reforms, which are, according to the EU, already long-due (EPRS, 2018).

There are also general, not Central Asia-specific factors that may hinder EU–China cooperation over connectivity and the Belt and Road initiative in the region or even incite tensions among the two parties. As the Belt and Road Initiative is not a well-circumscribed project with a unified approach, it is difficult to relate to it in the field of politics and diplomacy. Whom should the EU call if it wants to negotiate on a sub-project? The question is not easy to answer. The EU's above-mentioned Asia connectivity strategy of 2018, the related ASEM summits, other EU–China forums, international organisations (such as the European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) and the European Investment Bank, the EIB), as well as bilateral member state/company relations with China are just moderately appropriate tools for negotiations on the Belt and Road Initiative (Skala-Kuhmann, 2019: 144).

Moreover, the EU may perceive the BRI as a threat to its unity. The 16+1 cooperation format or the China–CEEC (Central and Eastern European Countries) summits in Europe (including 11 EU member states and 5 Balkan countries: Albania, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Croatia, the Czech Republic, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Macedonia, Montenegro, Poland, Romania, Serbia, Slovakia, and Slovenia, engaging the EU as observer), is the backbone and the spearhead of the Chinese–European cooperation over the Belt and Road Initiative. The EU is concerned that this cooperation may cause division among its member states, which are included and which are not included in the 16+1 framework (Hillmann, 2019). It assumes that the member states that joined the 16+1 are much more exposed to China's economic and normative influence. Moreover, in the Western Balkans, the EU perceives the risk of a reversal of its reform agenda and its support (EPRS, 2018). The fact that support and involvement in the 16+1 framework are proportional to the rate of Euroskepticism in the case of EU member states also cannot be ignored.

Although China claims that it firmly supports the EU, its integration and unity (Ministry of Foreign Affairs of the PRC, 2019), the EU is increasingly critical towards the Belt and Road Initiative and especially towards the 16+1 framework. In its 2016 China Strategy, it stated that any bilateral cooperation between China and the member states should be “in line with EU law, rules and policies, and that the overall outcome is beneficial for the EU as a whole” (European Commission 2016). Considering the size and scope of Chinese involvement in Europe through the Belt and Road Initiative, it will be a crucial question from the perspective of the EU’s future whether it can turn the impact of the BRI to its favour and use it as a support for strengthening European integration, or whether it will be undermined by Chinese economic successes.

## **Barriers of Involvement: The Lack of Central Asian Trust in Both the EU and China**

In spite of their long-existing goals and practical initiatives to gain influence in Central Asia, both China and the EU have to face significant constraints and hindering factors in the region, which may influence their attitudes towards the Belt and Road Initiative. In the case of the EU, the organisation’s moral stance is heavily contested in Central Asia. Its initiatives to encourage political reform, the respect of human rights and the rule of law, economic modernization, and sustainable development are received with suspicion from the Central Asian side, especially by authoritarian regimes. In fact, in the previous years, there has been no considerable progress in these fields. In fact, the EU witnesses a rollback on these issues, including the deterioration of civil society, the media, the electoral processes, the independence of judicial frameworks, and in general, the fields of human rights and corruption. With those recent negative developments concerning the EU’s priorities in the region, the fact that the initiatives of the organisation are linked to the implementation of these values paralyses cooperation between the EU and Central Asian countries (Melvin, 2012).

On the other hand, traditional Chinese investments, loan and aid policies also resonate negatively in the region. Although Chinese aid theoretically comes with ‘no strings attached’, and this slogan has been perceived as being legitimate for decades, its criticism is becoming more and more significant nowadays. In spite of the fact that Beijing does not set conditions and its aid is not dependent on political, economic or social reforms as in the case of the EU, its loans come at rational rates and Chinese services used by carrying out the projects are also provided at an advantageous price. So far, it has become obvious that these Chinese investments, loans, and aid do not contribute significantly to Central Asia’s economic development, especially not in the sense of encouraging them to act as independent actors in world markets

(Peyrouse et al., 2012: 11). Chinese projects not only come with Chinese capital but also with Chinese employees, products, and supplier companies, depriving Central Asian countries of several opportunities generally expected from foreign investments (Pantucci, 2015). Moreover, China does have expectations linked to its investments: it aims to gain new markets, landing contracts, and energy supplies, among other factors that may be critical for local governments and their citizens. According to some views shared in the region as well, these processes make “Central Asian governments its ‘debtors’ or even its ‘vassals’ (Peyrouse et al., 2012: 14).

Negative voices about China’s role in the region and the suspicion about its extending influence are enhanced by Central Asian people’s traditional Sinophobia, which can be traced back to several deeply embedded factors in these societies. Anti-Chinese sentiments are present in each group and layer of society. On the one hand, they are parts of the general xenophobic tendencies of the region, and on the other hand, they are the consequences of historically rooted processes, including the Uyghur question. It is not a coincidence that Uyghur-neighbouring and Uyghur-inhabited Kazakhstan and Kyrgyzstan hold the most negative attitudes towards China. In addition to the issue of employing Chinese workers instead of local ones, the problem of land-related contracts also increases tensions, especially as agriculturally feasible lands are scarce in Central Asia (ICG, 2017: 10–12).

Overall, it is clear that both the European Union and China have to face significant barriers in their participation in Central Asian affairs and businesses, and these are mainly concentrated around a lack of trust. Both the EU’s normative approach, centred on democracy, market economy, and human rights and China’s rational, profit-oriented, influential great power behaviour ignite suspicions in Central Asian societies, which, at the end of the day, affect the economic and political potential of both actors in the region. To overcome these barriers, both the EU and China could learn from their counterparts’ behaviour. The EU needs to follow a more practical and realist approach, adapting to the circumstances and the specifications of the region’s societies if it aims to be seen as a serious and relevant partner in the region. China, on the other hand, needs to apply more of the EU’s value- and cooperation-based ideas, confidence-building measures, public diplomacy, and people-to-people relations to gain the trust of Central Asian peoples.

## **Perspectives of Possible Cooperation Between the EU and China in Central Asia**

In spite of the diverging and clashing interests of the EU and China over the Belt and Road Initiative in Central Asia and the individual burdens of the two players, the concept of connectivity seems to be an overarching bond in their perspectives of cooperation.



First and foremost, if we deal with the notion of connectivity in the general sense, it can be stated that the European Union's above-mentioned TRACECA and TEN-T programmes are very similar to the Belt and Road Initiative in their main aims and their practical tasks and can be treated as its predecessors in a certain respect. On the other hand, the existing structures built within the frameworks of the TRACECA and TEN-T programmes can also be physically linked to the new and modernised networks established by the Belt and Road Initiative, functioning as auxiliaries and organic parts of the same overarching system of world economy. Regarding the TRACECA and TEN-T programmes, it can also be argued that the EU possesses a crucial range of experience related to such extensive infrastructural development programmes, which may be used in cooperation with China to the benefit of both parties.

From another point of view, a certain division of labour seems to be taking shape in the EU–China relations concerning connectivity in Central Asia. The more detailed definition of connectivity and the differentiation between hard and soft connectivity can be the source of cooperation perspectives and a win-win type division of labour. If we consider hard connectivity as connectivity in terms of physical infrastructure linkages, such as land, maritime, air, and rail transportation systems, pipeline systems, logistics, electricity, and telecommunication, and soft connectivity as social, cultural, and economic ties within and between societies, related to education, good governance, sustainability, high technology, and digitalisation (Roberts, 2019), then it becomes clear that Chinese approaches towards Central Asia within the Belt and Road Initiative so far have mainly concentrated on the former group, on hard connectivity. Recently, however, studies on the need for soft connectivity have also been published (AIIB, 2018). As the tools for soft connectivity match the tools with which the European Union has a comparative advantage all over the world and some already-working EU projects in Central Asia provide further, region-specific experience to the organisation, the EU may be better-suited for constructing these soft connectivity projects, or at least to contribute to them by providing assistance, technological and procedural know-how, and a normative background for enhancing bonds within and among societies.

In terms of combining hard and soft connectivity, the European Union has a specific and working example in Central Asia: the BOMCA (Border Management Programme in Central Asia) programme. The official aim of the BOMCA is “to increase the effectiveness and efficiency of border management in Central Asia by introducing advanced elements of Integrated Border Management (IBM), assisting governments in developing and reforming their migration governance, mobility and trade facilitation policies, and strengthening capacities of Border and Migration Agencies, thus contributing to security and economic development at national and regional levels” (BOMCA, 2019a). The BOMCA is a regional programme with a scope that encompasses all five Central Asian countries, integrating hard and soft elements of connectivity, including capacity

building, institutional development, trade corridors, the improvement of border management systems, and the fight against drug trafficking. For all of these, the tools consist of several layers of activities, from the installation of technical monitoring facilities to assisting governments in developing and reforming their policies on migration, mobility, trade, and security (BOMCA, 2019a). BOMCA uses several project components, including workshops and trainings, technical assistance, study visits, joint practical exercises, trainings, and distant learning (BOMCA, 2019b). The example of this programme shows that the EU already has experience in the Central Asian region concerning the mixed application of the elements of hard and soft connectivity, including very specific know-how about several soft connectivity-related tools. These pieces of experience, know-how, and tools may be parts of the EU's contribution to a possible framework of cooperation with China concerning the Belt and Road Initiative.

In terms of this two-sided concept of connectivity, in spite of the vagueness of the Belt and Road concept, two forums may support the forging of synergies between the EU and China concerning the BRI. The above-mentioned ASEM summits have had a specific outcome in the form of the so-called “ASEM Connectivity” concept (EEAS, n.d.). According to this, connectivity “encompasses the hard and soft aspects, including the physical and institutional social-cultural linkages that are the fundamental supportive means to enhance the economic, political-security, and socio-cultural ties between Asia and Europe which also contribute to the narrowing of the varying levels of development and capacities” (EEAS, n.d.). ASEM Connectivity encompasses all the areas of “all modes of transport (aviation, maritime, rail, and road) and also includes, among others, institutions, infrastructure, financial cooperation, IT, digital links, energy, education and research, human resources development, tourism, cultural exchanges as well as customs, trade and investment facilitation” (EEAS, n.d.). In these fields, it is visible that China mostly has a comparative advantage in terms of hard, physical connectivity-related activities, while the EU is traditionally more equipped to deal with issues concerning soft, policy-, society-, and culture-related elements.

The other important instrument is the EU–China Connectivity Platform, which can also enhance communication and identify cooperation projects (European Commission, 2019c). This platform was established in 2015 between the European Commission (DG MOVE) and the National Development and Reform Commission of China (NDRC). Its main aim is to find common ground for cooperation in terms of connectivity between the two players, to “share information, promote seamless traffic flows and transport facilitation, and develop synergies between their relevant initiatives and projects” (European Commission, 2019c). The platform puts a specific emphasis on the Trans-European Transport Network and the Belt and Road Initiative, while also mentioning values that may drive cooperation between China and the EU, such as “transparency, reciprocity in market access, and a level playing field for businesses” (European Commission, 2019c).

In addition to these two forums, several tools mentioned in the 2019 EU Strategy on Central Asia also point in the direction of enhancing connectivity by working together with China in the region, especially from the aspect of soft connectivity. It is manifested in the EU's commitment to develop the region into "a sustainable, more resilient, prosperous, and closely interconnected economic and political space" (European Commission, 2019a: 1), promoting an integrated and regional approach in mobilising EU policies and instruments and enhancing dialogues on values, reforms, governance, and practical programmes to reach this aim.

To mention some specific fields of potential cooperation which may be related to the Belt and Road Initiative, the Strategy highlights the areas of the Aral Sea and the Caspian Sea, the Trans-Caspian Pipeline, water infrastructure management, the above-mentioned TEN-T network, the support of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs), private sector development through the EU Investment Facility for Central Asia, business-to-business dialogues, removing the technical barriers of trade, mobilising capital, improving interconnectedness, standardisation and quality infrastructure, sharing know-how, contributing to people-to-people contacts, and developing educational and cultural cooperation (European Commission, 2019a). As for the softest but maybe the most significant field of a possible BRI cooperation, the EU is also committed to the promotion of a "sound, transparent, open, non-discriminatory and predictable regulatory and policy environment" (European Commission, 2019a: 9), which, along with other listed activities, can be matched well to China's strategic interests in maintaining the region's stability and using it as a bridge between the East and the West, which is, in fact, the mutual interest of both parties.

## Summary

"China is coming with an offer nobody can refuse, while the EU is coming with an offer nobody can understand." This is how Peter Burian, the EU's Special Representative for Central Asia at the European Commission, summed up the EU's way of doing business in Central Asia (Gotev, 2019). Overall, it is unambiguously clear that the EU has rather different capabilities and tools in Central Asia than China does. However, the main interests and aims of the two players in the region greatly overlap, and so do their understandings of the importance of connectivity.

In this article, I have analysed the main interests of China and the European Union in Central Asia and attempted to link them to the Belt and Road Initiative in order to make sense of the relations between these two actors in the region. I found that the Belt and Road Initiative and the EU's connectivity-related projects in Central Asia have a very similar nature and

aims, although the EU's value system is rather different from that of China, and Brussels disposes of much more restricted resources to implement its projects than Beijing.

Drawing on the outcomes of my research, the question arises again: under these circumstances, should the EU establish its own new Silk Road initiative in Central Asia to rival China's influence, or should it join the Belt and Road Initiative if it intends to follow its strategic aims and priorities in Central Asia? Looking at the very specific example of the relationship between the EU's TEN-T for the Eastern Partnership or the Trans-Caspian Pipeline and China's Belt and Road Initiative, we can conclude that the two projects can be understood as competitors while also offering plenty of mutually beneficial opportunities for cooperation. Based on my results, this observation is also relevant concerning the larger picture of China–EU relations over the Belt and Road projects. How would, then, the two actors decide whether they choose a conflictive attitude or the realisation of mutual gains?

The concept of connectivity, which is mentioned among the priorities of both actors and was analysed in detail in this article, may be the guiding principle of choosing between rivalry and cooperation. In line with a conscientious division of labour, based on the comparative advantages of China and the European Union, the presently codified principles of connectivity can be implemented to the advantage of both actors. In this implementation process, China should focus on hard connectivity, while the EU on soft connectivity. The mutual interests outlined above may provide the incentive for finding common ground, and establishing or strengthening appropriate forums for organising this division of labour, and deciding specific aspects of cooperation and strategic values. In this scenario, the EU will not contest the influence of China and the Belt and Road Initiative in Central Asia; instead, it will act as an auxiliary and a beneficiary of this cooperation, increasing connectivity to serve as its own advantage as well.

The moment to establish the division of labour between China and Europe based on connectivity is, however, passing very quickly. The pace of history may result in the approaches based on the comparative advantages of China and Europe regarding hard and soft connectivity becoming anachronistic relics of the past. China is heavily investing to develop its soft connectivity-related capabilities, while the EU's hesitation of getting involved in the projects of the Belt and Road Initiative is hindering its participation. If China develops its soft connectivity capabilities at the present pace, it will overcome the EU soon, and in this case, Brussels will have no significant advantage compared to China in Central Asia; in the end, it may even be forced to leave the region as a second-line power if it cannot offer anything to the societies of the region except for promoting democratic reforms and human rights.

Overall, crucial interests are at stake in the case of both China and the European Union. This part of the so-called 'New Great Game' certainly does not only offer 'scores', but also 'substantive prizes' for both actors, and

their choice between rivalry and cooperation will be a decisive factor in the development of China's Belt and Road Initiative, in the future of European integration and in shaping the Central Asia and the world economy of the 21<sup>st</sup> century.

## Bibliography

- Aminjonov, F. et al.** (2019) BRI in Central Asia: Overview of Chinese Projects. *Central Asia Regional Data Review* 20: 1–5.
- Asian Infrastructure Investment Bank (AIIB)** (2018) Building Soft Connectivity on Top of Hard Infrastructure. *Medium*, June 26, 2018. Available at: <https://medium.com/@1529494047388/building-soft-connectivity-on-top-of-hard-infrastructure-d0d2829429c> (Accessed: December 1, 2022).
- BOMCA** (2019a) *Overview*. Available at: <https://www.bomca-eu.org/en/programme/overview> (Accessed: December 1, 2022).
- BOMCA** (2019b) *What We Do*. Available at: <https://www.bomca-eu.org/en/programme/what-we-do> (Accessed: December 1, 2022).
- Clarke, M. E.** (2011) *Xinjiang and China's Rise in Central Asia: A History*. New York: Routledge.
- Council of the European Union** (2007) *The EU and Central Asia: Strategy for a New Partnership*. Available at: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST%2010113%202007%20INIT/EN/pdf> (Accessed: December 1, 2022).
- CSIS China Power Team** (2019) *How Will the Belt and Road Initiative Advance China's Interests?* Available at: <https://chinapower.csis.org/china-belt-and-road-initiative/> (Accessed: December 1, 2022).
- EBRD** (n.d.) *Belt and Road Initiative*. Available at: <https://www.ebrd.com/what-we-do/belt-and-road/overview.html> (Accessed: December 1, 2022).
- EEAS** (n.d.) *ASEM Connectivity*. Available at: [https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/asem\\_definition\\_connectivity.pdf](https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/asem_definition_connectivity.pdf), (Accessed: December 1, 2022).
- Eszterhainé Szőke, N.** (2019) Az 'Övezet és Út Kezdeményezés'. In Szálkai Kinga – Baranyi Tamás Péter – Szarka E. Luca (eds.), *Biztonságpolitikai Corvinák*. Budapest: Antall József Tudásközpont.
- European Commission** (2016) *Joint Communication to The European Parliament and The Council: Elements for A New EU Strategy on China*. Brussels, June 22, 2016, JOIN(2016)30 final.
- European Commission** (2018) *New Trans-European Network Maps to Improve Connectivity with Eastern Partnership Countries*. Available at: [https://ec.europa.eu/transport/themes/infrastructure/news/2018-11-09-ten-t-maps-eastern-partnership\\_en](https://ec.europa.eu/transport/themes/infrastructure/news/2018-11-09-ten-t-maps-eastern-partnership_en) (Accessed: December 1, 2022).
- European Commission** (2019a) *Joint Communication to The European Parliament and The Council. The EU and Central Asia: New Opportunities for a Stronger Partnership*. Brussels, May 15, 2019, JOIN(2019)9 final.
- European Commission** (2019b) *Trans-European Transport Network (TEN-T)*. Available at: [https://ec.europa.eu/transport/themes/infrastructure/ten-t\\_en](https://ec.europa.eu/transport/themes/infrastructure/ten-t_en) (Accessed: December 1, 2022).
- European Commission** (2019c) *The EU-China Connectivity Platform*. Available at: [https://ec.europa.eu/transport/themes/international/eu-china-connectivity-platform\\_en](https://ec.europa.eu/transport/themes/international/eu-china-connectivity-platform_en) (Accessed: December 1, 2022).
- European Council** (2018) *Connecting Europe and Asia – Building Blocks for an EU Strategy*. Brussels, October 15, 2018. (OR. en) 13097/18. Annex.

- European Parliament Research Service (EPRS)** (2018) *China, The 16+1 Format and the EU*. Available at: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS\\_BRI\(2018\)625173](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI(2018)625173) (Accessed: December 1, 2022).
- Gleave, S. D.** (2018) *Research for TRAN Committee: The New Silk Route – Opportunities and Challenges for EU Transport*. Brussels: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.
- Gotev, G.** (2019): ‘Almost Impossible’ to Rival China’s Business Clout in Central Asia. *Euractiv*, October 11, 2019. Available at: <https://www.euractiv.com/section/central-asia/news/almost-impossible-to-rival-chinas-business-clout-in-central-asia/> (Accessed: December 1, 2022).
- Hillmann, J. E.** (2019) Will China’s ‘16+1’ Format Divide Europe? *CSIS*, April 11, 2019. Available at: <https://www.csis.org/analysis/will-chinas-161-format-divide-europe> (Accessed: December 1, 2022).
- International Crisis Group (ICG)** (2017) *Central Asia’s Silk Road Rivalries*. ICG Report No. 245., Brussels.
- Lala, R.** (2012) *European Union – Central Asia Relations After the Lisbon Treaty*. Available at: [http://www.academia.edu/1453159/European\\_Union\\_-\\_Central\\_Asia\\_relations\\_after\\_the\\_Lisbon\\_Treaty](http://www.academia.edu/1453159/European_Union_-_Central_Asia_relations_after_the_Lisbon_Treaty) (Accessed: December 1, 2022).
- Manuel, R.** (2019) Twists in the Belt and Road. *China Leadership Monitor*, September 1, 2019. Available at: <https://www.wita.org/atp-research/twists-in-the-belt-and-road/> (Accessed: December 1, 2022).
- Melvin, N.** (2012) The EU Needs a New Values-Based Realism for its Central Asia Strategy. *EUCAM Policy Brief*, No. 28.
- Meyer, K. E. – Brysac, S. B.** (2000) Tournament of Shadows: The Great Game and the Race for Empire in Central Asia. *Foreign Affairs*, May-June 2000.
- Ministry of Foreign Affairs of PRC** (2019) *Li Keqiang Arrives in Brussels for the 21st China-European Union (EU) Leaders’ Meeting*. April 8, 2019. Available at: [https://www.fmprc.gov.cn/mfa\\_eng/zxxx\\_662805/t1652857.shtml](https://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/zxxx_662805/t1652857.shtml) (Accessed: December 1, 2022).
- Pantucci, R.** (2015): Sinophobia: A Potential Knot in the Silk Road. *China in Central Asia*, June 14, 2015. Available at: <https://raffaellopantucci.com/2015/04/17/sinophobia-a-potential-knot-in-the-silk-road/> (Accessed: December 1, 2022).
- Peyrouse, S. – Boonstra, J. – Laruelle, M.** (2012) Security and Development Approaches to Central Asia: The EU Compared to China and Russia. *EUCAM Working Paper*, No. 11.
- Pomfret, R.** (2013) *Central Asia: Landbridge between East Asia and the EU, or Stuck in the Middle?* Paper to be presented in a session on Asia and Its External Relations organized by the American Committee on Asian Economic Studies at the American Economic Association annual conference in Philadelphia on January 4, 2014.
- Roberts, B. H.** (2019) *Connecting Systems of Secondary Cities*. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/332672751\\_CONNECTING\\_SYSTEMS\\_OF\\_SECONDARY\\_CITIES](https://www.researchgate.net/publication/332672751_CONNECTING_SYSTEMS_OF_SECONDARY_CITIES) (Accessed: December 1, 2022).
- Rubin, B. R. – Rashid, A.** (2008) From Great Game to Grand Bargain. *Foreign Affairs*, November-December 2008.
- Skala-Kuhmann, A.** (2019) European Responses to BRI: An Overdue Assessment. *Horizons* 14.
- Soucek, S.** (2000) *A History of Inner Asia*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stratfor** (2013) China’s Growing Interest in Central Asia. *Stratfor Worldview*, September 27, 2013. Available at: <https://worldview.stratfor.com/article/chinas-growing-interest-central-asia> (Accessed: December 1, 2022).

# SZÍNHÁZI INSTAGRAM-KOMMUNIKÁCIÓ, A PANDÉMIA ELSŐ ÉVÉBEN

---

Dér Csaba Dezső  
Zrinyi Ivett

**Absztrakt:** Kutatásunk során feltérképezésre került tizenhat, Magyarországon található színház hivatalos Instagram-oldala. Az intézményi Instagram-oldalak vizsgálatának célja, hogy képet kapjunk a színházak által, magukról megosztott információk teljességéről, hashtag-használati szokásairól. Vizsgáltuk azt is, hogy mennyire használják ki az Instagram adta specifikus funkciókat, illetve a megosztott tartalmak száma hogyan alakult a pandémia előtti időszakhoz viszonyítva. A vizsgálatban a 2020. március 11. – 2021.március 27. között megosztott képi és videós formátumban fellelhető tartalmak kerültek elemzésre.

A jelenlegi tanulmány első része a közösségi média szerepének kérdéskörét járja körbe a kulturális intézmények online kommunikációja során, továbbá fontosnak tartottuk felkutatni azokat a tanulmányokat, amelyek a világhírű hatását vizsgálják a színházak tekintetében, kiegészítve ezt az Instagramra vonatkozó statisztikai adatokkal.

Munkánk során számszerűsíthető adatokra koncentráltunk, amelyből szabályszerűségeket, következtetéseket és összefüggéseket lehet levonni.

Kutatás végén megállapítottuk, hogy a színházak online kommunikációja a pandémia alatt erősödött; az intézmények a vizsgálati időszak előrehaladtával egyre magabiztosabban kezelték az Instagram-oldalaikat.

Azonban a színházak Instagram-oldalainak vizsgálata során több hiányosságot véltünk felfedezni, illetve a rendszertelenség és a következetlen tartalomgyártás is tapasztalható volt. Úgy véljük, egy tudatos online marketing-kommunikációs stratégia kidolgozása, valamint a trendek alkalmazása nagyban hozzájárulna a színházak sikeres online térben történő kommunikációjához

**Kulcsszavak:** kulturális marketing; színházi marketing; online kommunikáció; Instagram; pandémia.

**Abstract:** *In the course of our research we analysed the official Instagram profile of sixteen theatres in Hungary. The aim of the analysis of the institutional Instagram profiles was to get an understanding of the completeness of the information the theatres share about themselves and their habits of using*

*hashtags. We also analysed the extent to which specific features of Instagram are being used and how the number of shared contents evolved compared to the pre-pandemic period. During our research we analysed images and videos shared between 11 March 2020 and 27 March 2021.*

*The first part of the current study focuses on the role of social media in the online communication of cultural institutions, furthermore we considered it important to identify studies that analyse the impact of the pandemic on theatres, complemented by statistical data on Instagram.*

*Our work has been based on quantifiable data from which regularities, conclusions and correlations can be drawn.*

*As a result of our research, we found that theatres' online communication strengthened during the pandemic; institutions became more confident in managing their Instagram profiles as the analysed period progressed.*

*Despite of the foregoing, we also found several incompleteness in the theatres' Instagram profiles, as well as irregularities and inconsistencies in relation to content creation. We are of the view that the development of a conscious online marketing communication strategy and the implementation of trends would greatly contribute to the successful online communication of theatres.*

**Keywords:** *cultural marketing; theatre marketing; online communication; Instagram; pandemic.*

## A közösségi média rendeltetése a színházak online kommunikációjában

A közösségi média előnyeit vizsgálva a színházak kommunikációja során három témakör határozható meg, amely alátámasztja ezeknek az intézményeknek az online térben történő kommunikációjának létjogosultságát, valamint olyan lehetőségeket nyújt, amely túlmutat az offline világban alkalmazott marketingeszközökön (Dér & Fehér, 2022).

- **Információ és kommunikáció:** A közösségi média tulajdonságai olyan rövid idejű információcserét tesznek lehetővé, amelyekre a hagyományos kommunikációs eszközök nem képesek. Az információáramlás ebben az esetben kétoldalú, hiszen a színházak is információt nyerhetnek a felhasználóktól (véleménynyilvánítás a komment szekción) és a felhasználókról (aktivitási adatok, fogyasztói magatartásminták). A különböző platformok lehetővé teszik a színházak számára, hogy az eddig meg nem célzott fogyasztók is lehetséges célcsoporttá váljanak.
- **Piackutatás és innovációmenedzsment:** A közösségi média segíthet a színházak saját maga pozicionálásában a piacon uralkodó versenyhelyzetben. Konkurenciaelemzésre is lehetőséget biztosítanak a különböző platformok,



ahol a versenytársak közösségimédia-tevékenységéről lelhetőek fel adatok. Innovációs folyamatok tekintetében is számtalan opciót kínál a követők visszajelzéseit alapul véve.

- **Hírnévmenedzsment:** A színházak hírnevének alakulásában is szerepet játszik a közösségi média. Pozitív irányban alakíthatja azáltal, hogy a véleménykutatás során kapott fogyasztói igényeket beépíti a kommunikációjába, valamint a megfelelő panasz- és kritikakezelés során.

A különböző közösségimédia-felületeken keresztül a színházak jobban megismerhetik a fogyasztók szokásait, akár új célcsoportot is találhatnak, feltérképezhetik versenytársaikat az online térben. Ezen felül olyan kommunikációs eszköztárat kapnak a kezükbe, amellyel még több potenciális nézőt érhetnek el, és folyamatos kapcsolattartási lehetőséget is biztosít, ezáltal növelve a lojalitást az intézmény felé.

## **Az Instagram-használat fontossága a művészeti területen**

Az előadó- és képzőművészetben is jelentős szerepet játszik a vizuális megjelenés. Az Instagram e művészeti területekhez teljes mértékben kapcsolódik, hiszen ezen a platformon a főszerep a kiváló minőségű képeké és videóké. A sikeres Instagram feed az egységességben, harmóniában rejlik. Ezek megvalósulhatnak hasonló filterek és színvilág alkalmazásával, azonos stílus a szövegezés használata során, tematikus tartalmak megalkotásában, tudatos és saját hashtagek alkalmazásában. A platform több lehetőséget biztosít, hogy interakcióba lépjen a színház a közönséggel. Ezek az interaktív funkciók (szavazás, kérdezz-felelek) kifejezetten vonzóak lehetnek a Z generáció tagjai számára (Dér & Markus, 2020).

Statisztikai adatok azt mutatják, hogy Magyarországon 2,75 millió ember használja az Instagramot, ez a teljes lakosság 28,6%-át teszi ki. A platform csak a 13. életévüket betöltött személyek számára engedélyezi a regisztrációt, így ezt figyelembe véve ez az érték 32,1%-ra emelkedik. Nemek szerinti bontásban megállapítható, hogy a felületet 55,6%-ban nők, míg 44,4%-ban férfiak használják (Simon, 2022).

## **A pandémia hatása a kulturális intézményekre**

Az első korlátozás váratlan volt mind a színházak, mind a közönség számára, azonban a második korlátozási hullámra, amely ősszel következett be, tudatos készülődés volt jellemző. A színházak kénytelenek voltak átformálni az előadásait és online platformokra (pl.: színhaztv.com és eSzínház) átköltözni, hogy a lezárások alatt is tartsák a kapcsolatot a nagyjérdeművel (Gösi & Magyar, 2020).

A színházak felismerték a digitalizációban rejlő potenciálokat, így többen az online térbe költöztették előadásait. A pandémia első hulláma alatt a kulturális közeg rátalált a különböző videómegosztó felületekre, és a streaming fogalma is egyre ismertebbé vált a köreikben. Az így létrejövő online előadások már nemcsak egy szűk réteget tudtak megszólítani, hanem akár országhatárokat is átívelve juttatták el a közönségnek a kulturális élményt. Egyre nagyobb népszerűsége tettek szert, így a fogyasztók megalkották a „karanténszínház” becenevet. Ez az új előadásmód lehetőséget adott a színházak kezébe, hogy egy új nézőréteget szólítsanak meg (Bak, 2020).

A korábban már említésre kerülő SzínházTV 2020 őszén kezdett el streaming-szolgáltatást nyújtani. 2021 nyarán készült adatok szerint 12 színház jelentkezett be, 50 ezernél több jegyet adtak el és 35 ezernél több néző regisztrált az oldalra. Ebben a formátumban nincs szponzor vagy más támogató, a pénzügyi háttér a jegyeladásokon alapszik (Balkányi, 2021).

A színházakon túl a közönség is online összefogásba kezdett. 2020. március 12-én megalakult egy Facebook-csoport, Élő közvetítések a koronavírus idején névvel, amely csoport tagjainak száma 2020. március 18-án már túllépte a 110 000 főt (Gösi & Magyar, 2020).

## Kutatási kérdések

Kutatásunk során feltérképezésre került tizenhat, Magyarországon található színház hivatalos Instagram-oldala. Az intézmények Instagram-oldalainak vizsgálatának célja, hogy képet kapjunk a színházak által magukról megosztott információk teljességéről, hashtag-használati szokásaikról, továbbá mennyire használják ki az Instagram adta specifikus funkciókat, illetve a megosztott tartalmak száma hogyan alakult a pandémia előtti időszakhoz viszonyítva.

## Alkalmazott kutatási módszerek

A kutatás során külső megfigyelőként, tehát a közreműködésük és belső információk nélkül, nyilvános adatok alapján kerültek elemzésre a kulturális intézmények Instagram-profiljai. Az adatokat táblázat foglalja össze.

## Vizsgálati alanyok és időszak

A kutatás során fontos szempont volt, hogy fővárosi és vidéki színházak is bekerüljenek az elemzésbe.

Földrajzi tekintetben a fővárosi alanyok: Magyar Állami Operaház; Nemzeti Színház; Budapesti Katona József Színház; Örkény Színház; Pesti Magyar Színház; Játékszín; Thália Színház; József Attila Színház, Budapest.

Földrajzi tekintetben a vidéki alanyok: Kecskeméti Katona József Színház; Szegedi Nemzeti Színház; Miskolci Nemzeti Színház; Csokonai Színház, Debrecen; Győri Nemzeti Színház; Csiky Gergely Színház, Kaposvár; Petőfi Színház, Veszprém; Jókai Színház, Békéscsaba.

A vizsgálatban a 2020. március 11. – 2021. március 27. között megosztott képi és videós formátumban fellelhető tartalmak kerültek elemzésre.

## **Színházak Instagram-oldalán található BIO- és kapcsolattartási lehetőségeinek elemzése**

A vizsgálatban részt vevő tizenhat színház Instagram-oldalán megtalálható alábbi információk kerültek elemzésre: kategória, színház lokációjának megosztása, elhelyezett link, saját hashtag feltüntetése és kapcsolatfelvétel gomb megléte.

A kutatás célja, hogy képet kapjunk az intézmények által magukról megosztott információk teljességéről, valamint kapcsolattartási lehetőségeikről.

Az Instagram-oldal BIO-jának elemzése során használt vizsgálati szempontrendszer:

- Kategória megfelelően van beállítva. Igen, ha „Színház” van megadva.
- Színház lokációja fel van tüntetve. Igen, ha megtalálható a pontos cím.
- Elhelyezett link megfelelő. Igen, ha a színház weboldalára visz vagy jegyvásárlási lehetőséget biztosít.
- Megtalálható az adott intézményre specifikus hashtag: Igen, ha az a színház neve.
- Kapcsolatfelvételre van lehetőség: Igen, ha szerepel a kapcsolatfelvétel gomb, és ezzel hívást vagy e-mail-írást lehet kezdeményezni.

A vizsgálatban részt vevő tizenhat színház közül öt színház felelt meg az általunk felállított kritériumrendszernek a kategória elemzése során. Hét intézmény egyáltalán nem használja a kategóriefunkciót Instagramon, míg négy nem a „Színház” kategóriát választotta, hanem a „Művészet”-et. Három színház kivételével mindegyik megosztotta a pontos címet a BIO-ban. A Kecskeméti Katona József Színház kivételével az összes intézmény megjelenítette a weboldal linkjét, vagy jegyárúsító oldalra irányította a felhasználót. Öt színház osztotta meg a saját hashtag-jét a BIO-ban, például: #operabudapest, #csiky, #mnsz. Tizenkét intézmény esetében elérhető a kapcsolatfelvétel gomb, azonban két színháznál ez nem felel meg a felállított kritériumrendszernek, mivel a Thália esetében csak e-mail-írás lehetséges, míg a Nemzeti Színház csak hívásra adott lehetőséget. Négy intézmény esetében ez a funkció nem található meg az Instagram-oldalukon.

Vizsgálati szempontrendszer	Kategória megfelelő	Színház lokációja szerepel	Link megfelelő	Specifikus hashtag	Kapcsolatfelvételi gomb
Békéscsabai Jókai színház	–	Igen	Igen	Nem	Igen
Budapesti Katona József Színház	Nem	Igen	Igen	Nem	Igen
Csiky Gergely Színház	–	Igen	Igen	Igen	Igen
Csokonai Színház	–	Nem	Igen	Nem	–
Győri Nemzeti Színház	Igen	Igen	Igen	Nem	Igen
Játékszín	–	Igen	Igen	Igen	Igen
József Attila Színház	–	Igen	Igen	Igen	Igen
Kecskeméti Katona József Színház	Nem	Nem	–	Nem	–
Magyar Állami Operaház	–	Igen	Igen	Igen	Igen
Miskolci Nemzeti Színház	Igen	Nem	Igen	Igen	–
Nemzeti Színház	Igen	Igen	Igen	Nem	Nem
Örkény István Színház	Nem	Igen	Igen	Nem	Igen
Pesti Magyar Színház	Igen	Igen	Igen	Nem	–
Szegedi Nemzeti Színház	–	Igen	Igen	Nem	Igen
Thália Színház	Nem	Igen	Igen	Nem	Nem
Veszprémi Petőfi Színház	Igen	Igen	Igen	Nem	Igen

### Színházak Instagram-oldalainak BIO- és kapcsolattartási lehetőségeinek vizsgálata

(Forrás: Saját kutatás)

Összességében megállapítható, hogy az általunk meghatározott kritériumrendszernek a színházak BIO és kapcsolattartási lehetőségeinek vizsgálata tekintetében egyik intézmény sem felelt meg. Instagramon beállításra kerülő kategória nem mutat olyan mértékű kihasználtságot, mint a Facebook esetében, továbbá ezen a platformon több színház is a „Művészet” besorolást használja. Az adott intézményre specifikus hashtag-használat nem mutat egységes képet, hiszen a színházak 30%-a jeleníti meg a BIO-ban. További kutatásból kiderült, hogy ennél sokkal több intézmény használ saját hashtaget a tartalmi alatt, azonban ezek nincsenek kiemelve, megjelenítve. A kapcsolatfelvétel gomb funkciója sincs teljes mértékben kihasználva, pedig ez egy olyan lehetőséget ad a színházak kezébe, amely egy sokkal jobb felhasználóélményt nyújt.

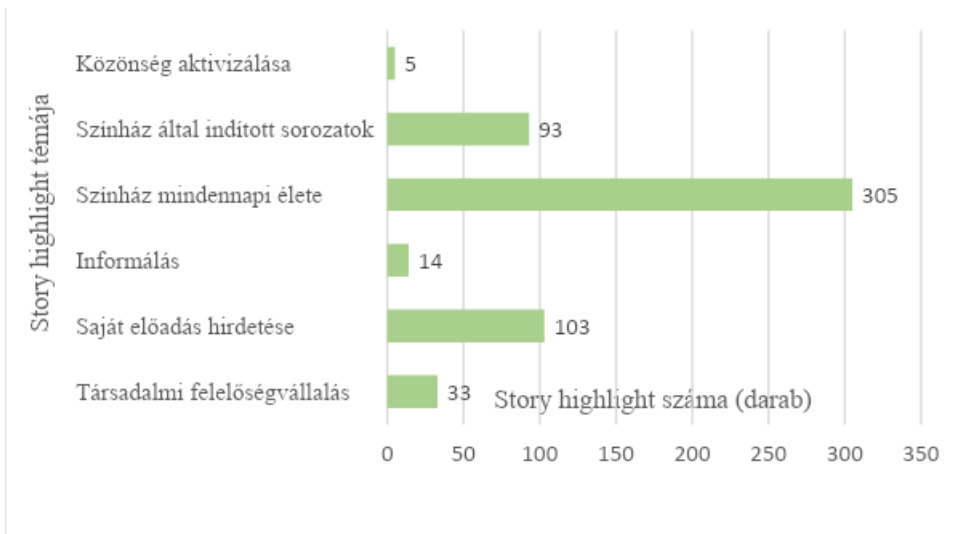
## Az Instagram Story Highlights témáinak elemzése

A Story Highlights vizsgálatának a célja, hogy a vizsgálatban részt vevő színházak közül hány élt ezzel a funkcióval, és akik alkalmazták ezt a vizsgálati időszakra, milyen témájú tartalmakat osztottak meg.

A következőkben az a hét színház kerül bemutatásra (Budapesti Katona József Színház, Csiky Gergely Színház, Játékszín, József Attila Színház, Kecskeméti Katona József Színház, Örkény István Színház és a Veszprémi Petőfi Színház), amely rendelkezett a vizsgálati időszak alatt Instagram-oldallal, és megtalálható erre az időszakra vonatkozó Story Highlight.

A Story Highlights témáinak elemzése során használt szempontrendszer:

- Társadalmi felelősségvállalás: Idesorolhatók azok a tartalmak, ahol a színművészek, színházak, egészségügyi dolgozók mellett szólaltak fel.
- Saját előadás hirdetése: Idesorolhatók azok a tartalmak, amelyek a közelgő online vagy offline előadásokról szólnak, valamint más platformon megtalálható tartalmakra irányítják a figyelmet (pl. Podcast).
- Informálás: Idesorolhatók azok a tartalmak, amelyek az elmaradt előadásokról, járványügyi intézkedésekről szólnak.
- Színház mindennapi élete: Idesorolhatók azok a tartalmak, amelyek előadást vagy előadásrészletet mutatnak be, vagy a kulisszák mögötti világot hozza el a felhasználónak.
- Színház által indított sorozatok: Idesorolhatók azok a tartalmak, amelyeket a színház maga kezdeményezett az online térben a közönség szórakoztatása céljából.
- Közönség aktivizálása: Idesorolhatók azok a tartalmak, ahol valamilyen reakciót vártak a közönségtől (kérdézz-felelek, szavazás stb.).



## Az Instagram Story Highlights témáinak elemzése a vizsgálati időszak alatt

Az Instagram Story Highlights témáinak vizsgálata során 553 darab tartalom került elemzésre. Az adatokból megmutatkozik, hogy a színházak által megosztásra került Story-k közül a legtöbb, több mint 55% a színház mindennapi életét mutatja be. Ezt követi 18%-kal a saját előadás hirdetése, valamint 16%-kal a színház által indított sorozatok. Az utóbbi esetben fontos kihangsúlyozni, hogy csak a Budapesti Katona József indított olyan sorozatot (#csaknekedmondom), amely rögzítésre került. A Story-k 6%-a sorolható a társadalmi felelősségvállalás kategóriába. Az ebben a témában megosztásra kerülő tartalmak közül a legnépszerűbbek az egészségügyi dolgozókért, színházakért és a Színház- és Filmművészeti Egyetem melletti kiállítások voltak. A közönség informálása csak 2,5%-ot tesz ki, valamint legkevesebb esetben, közel 1%-ban került rögzítésre olyan tartalom, amely a közönség aktivizálását célozta meg. A vizsgálati időszak alatt a legtöbb Story Highlight-tal a Budapesti Katona József Színház rendelkezik, 221 darab, öt követi szoroson a Veszprémi Petőfi Színház a maga 183 darabjával. A többi színház által elemzése került tartalmak nem érik el a száz darabot.

Összességében megállapítható, hogy kevés intézmény él a Story Highlights használatával a vizsgálati időszak alatt. A megosztásra kerülő tartalmak közül a színház mindennapi életét bemutató képek és videók kerültek legtöbbször megosztásra. A legkisebb mértékben a közönség aktivizálását célzó tartalmakat rögzítettek, amely azt sugallja, hogy az Instagramnak ez a speciális funkciója kisebb mértékben van kihasználva.

## Hashtag-használati szokások elemzése a megosztott tartalmakban

A következőkben a vizsgálatban részt vevő tizenhat színház hashtag-használati szokásai kerültek elemzésre, az általuk megosztott tartalmak alatt. A kutatás kiterjed a saját hashtag-használatra, a Covid-19-helyzetre reflektáló hashtagekre, valamint általánosságban véve a tudatos és következetes hashtag-használati szokásokra.

A hashtag-használati szokások elemzése során használt szempontrendszer:

- Saját hashtag-használat jellemző, ha a vizsgálati időszak alatt megosztott tartalmak 60%-ánál megjelenik a színház nevére utaló hashtag.
- Covid-19-helyzetre utaló hashtag-használat jellemző, ha a vizsgálati időszak alatt megosztott tartalmak 60%-ánál megjelenik a pandémiára utaló hashtag.
- A hashtag-használati szokások elemzése során három kategória került meghatározásra: következetes használat, nem tudatos használat és nincs használatban.

Kategória	Meghatározás
Következetes használat	A vizsgálati időszak alatt megosztásra kerülő posztok 90%-a tartalmaz hashtaget és releváns az adott tartalomhoz.
Nem tudatos használat	A vizsgálati időszak alatt megosztásra kerülő posztok alatt elszórtan található hashtag, vagy nem minden esetben releváns az adott tartalomhoz.
Nincs használatban	A vizsgálati időszak alatt egyáltalán nem került feltüntetésre hashtag a megosztott tartalmak alatt.

### A hashtag-használati szokások elemzés során készült szempontrendszer

*Forrás: Saját kutatás*

A vizsgálat célja, hogy képet kapjunk a színházak által folytatott kommunikációban szerepet játszó hashtag-használati szokásokról, illetve milyen mértékben alkalmazták ennek során a járványra utaló megfogalmazásokat.

Vizsgálati szempontrendszer	Saját hashtag használata	Covid-19-helyzetre utaló hashtag használata	Hashtag-használati szokások
Békéscsabai Jókai színház	Jellemző	Jellemző	Következetes használat
Budapesti Katona József Színház	Nem jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
Csiky Gergely Színház	Jellemző	Jellemző	Következetes használat
Csokonai Színház	Jellemző	Jellemző	Következetes használat
Győri Nemzeti Színház	Jellemző	Jellemző	Nem tudatos használat
Játékszín	Jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
József Attila Színház	Jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
Kecskeméti Katona József Színház	Jellemző	Nem jellemző	Következetes használat
Magyar Állami Operaház	Jellemző	Jellemző	Következetes használat
Miskolci Nemzeti Színház	Jellemző	Nem jellemző	Következetes használat
Nemzeti Színház	Jellemző	Nem jellemző	Következetes használat
Örkény István Színház	Jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
Pesti Magyar Színház	Jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
Szegedi Nemzeti Színház	Jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
Thália Színház	Nem jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
Veszprémi Petőfi Színház	Jellemző	Jellemző	Következetes használat

### Hashtag-használati szokások elemzése az Instagram-oldalakon

Forrás: Saját kutatás



A vizsgálatban részt vevő tizenhat színház közül kettő kivételével mindegyikre jellemző volt a saját hashtag-használata. Hat színházról elmondható, hogy osztottak meg Covid-19-helyzetre utaló hashtageket. Ezek közül a legnépszerűbbek: #maradjotthon, #vigyazzunkegyásra, #veletekvagyunk. Nyolc intézmény az általam létrehozott kritériumrendszer alapján a következő hash-tag-használat kategóriába került, míg a vizsgált színházak másik fele a nem tudatos csoportba került. A kutatás során kiderült, hogy mindegyik intézmény használt valamilyen formában hashtageket, így a nincs használatban kategóriába senki nem került besorolásra.

Összességében elmondható, hogy az általunk meghatározott kritériumrendszernek öt színház felelt meg. Rájuk jellemző volt a saját és a pandémiára utaló következő hash-tag-használat. A többi vizsgálatban részt vevő színháznál is megtalálhatók ezek a hashtagek, azonban nem feleltek meg a kritériumrendszernek, mivel ezek használata rendszertelen és szétszórt volt, nem követett egy egységes arculatot.

## **A vizsgálatban részt vevő színházak Instagram-tartalmainak három év alatti változása**

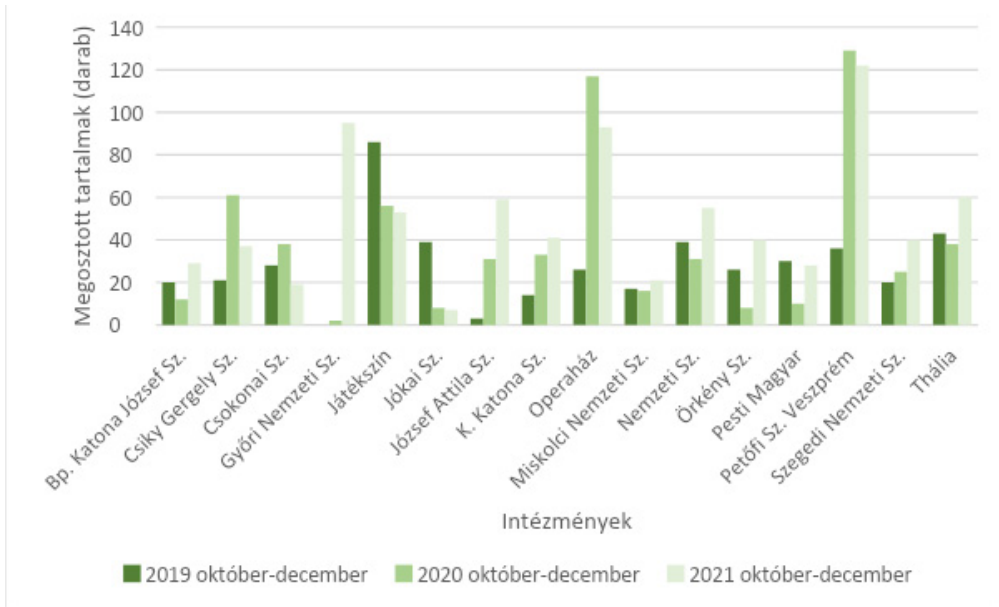
A kutatásban mind a tizenhat színház részt vett, amely rendelkezik Instagram-oldallal. A vizsgálat három időszakot hasonlít össze:

- 2019. október, november, december: Pandémia előtti időszak.
- 2020. október, november, december: Veszélyhelyzet fennállt, és korlátozások léptek érvénybe.
- 2021. október, november, december: Színházak újra látogathatók.

A fent említett három időszak alatt született tartalmak száma kerül összehasonlításra. A vizsgálat célja, hogy képet kapjunk, milyen irányba változtatta, befolyásolta a pandémia a színházak Instagramon folytatott kommunikációját.

A színházakat egyesével vizsgálva nem mutatnak egységes képet a három vizsgálati időintervallumban. Több intézménynél azonban jelentős változás tapasztalható. A Győri Nemzeti Színház a 2019-es vizsgálati időszakban egyetlen posztot sem osztott meg, míg a következő évben csak 2 darabot, végül 2021-ben ez a szám 96-ra nőtt. Hasonló évről évre növekvő tendencia figyelhető meg a József Attila Színház, a Kecskeméti Katona József Színház és a Szegedi Nemzeti Színház esetében is. Egyes intézményeknél a korlátozások alatt a megosztott tartalmak száma csökkent. Ebbe a kategóriába sorolható a Budapesti Katona József Színház, a Nemzeti Színház, a Miskolci Nemzeti Színház, az Örkény István Színház, a Pesti Magyar Színház és a Thália. Azonban akadtak olyan színházak is, amelyek a korlátozások alatt több tartalmat gyártottak, mint az előző és az azt követő évben. Ehhez a csoporthoz tartozik

a Csiky Gergely Színház, a Csokonai Színház, a Magyar Állami Operaház és a Veszprémi Petőfi Színház. A Játékszín és a Békéscsabai Jókai Színház esetében egy ellentétes tendencia látható, miszerint évről évre kevesebb tartalom került ki az oldalukra.

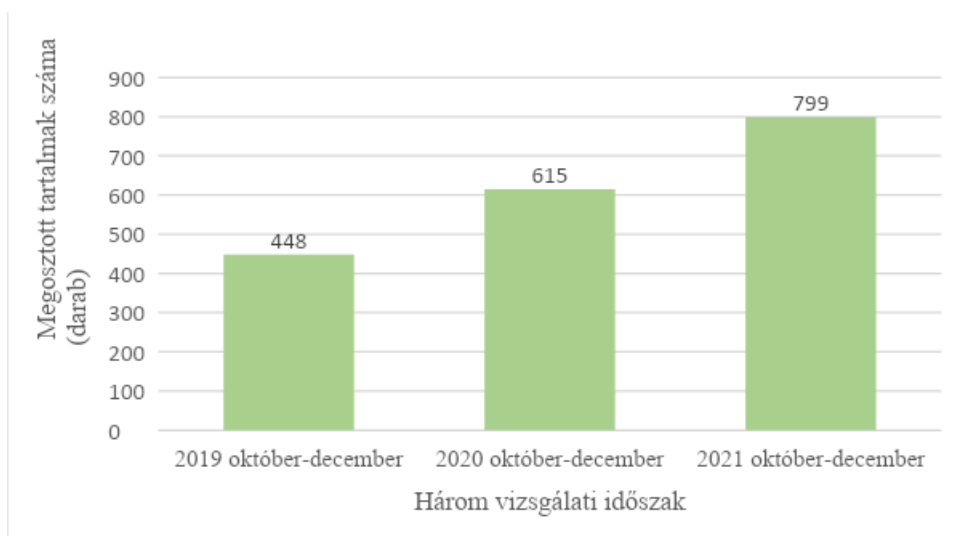


#### A színházak által megosztott tartalmak számbeli változásának vizsgálata három év alatt

Össességében elmondható, hogy négy színház esetében folyamatosan nőtt a megosztott tartalmak száma 2019 és 2021 között az októberi-decemberi időszakokat vizsgálva. Hat intézménynél a 2020-as időszakban egy csökkenés tapasztalható. További négy színháznál a korlátozások alatt több tartalom született, mint az előtte és utána lévő években. Két intézmény estében évről évre folyamatos csökkenés tapasztalható.

A vizsgált intézmények által megosztott tartalmak száma összességében növekvő tendenciát mutat. A pandémia kirobbanása előtt három hónap alatt 448 poszt került megosztásra, míg ez a következő évben 615-re nő, amikor az intézmények nem tartottak nyitva, és online előadások kerültek előtérbe. A 2021 őszi-téli időszakra ez a szám tovább növekedett, elérve a 799 darabot. Ebben az intervallumban már a színházak nyitva lehettek, így offline folytatódhattak az előadások.

Össességében megállapítható, hogy egy növekvő tendencia rajzolódik ki a vizsgálati időszakra vonatkozóan. A korlátozások ideje alatt nem csökkent az online tartalomgyártás, sőt növekedni látszott az előző évhez képest. Ez az emelkedés tovább folytatódott 2021 őszi-téli időszakára vonatkozóan is.



**Összesített grafikon az intézmények által megosztott tartalmak számáról három év alatt**

## Összefoglaló

A színházak egy jól működő szervezetet építettek fel, ahol gördülékenyen mentek az évadok, előadások és különböző tematikájú programsorozatok. Ezt az idillt szakította meg 2020 márciusban a Covid-19 indukálta világjárvány. Az intézmények bezárásra kényszerültek, és eddig nem tapasztalt kihívások elé állította őket, többek között kommunikációs szintéren is. A váratlan helyzetre az első hullám alatt a legtöbb színház még nem tudott megfelelően reagálni, azonban a második hullám során már egy tudatos felkészülés érződött, ezt alátámasztja az is, hogy ebben az időszakban jöttek létre a streaming-platfomok, ahol az előadások online formátumban elérhetővé váltak a közönség számára.

A vizsgálatban részt vevő színházak Instagram-oldalát vizsgálva több hiányosság rajzolódik ki a BIO kitöltése kapcsán, kevésbé van kihasználva és el látva információval, mint a Facebook. A színházak csupán 30%-a jeleníti meg itt az intézményre szabott hashtagjét, azonban további vizsgálatok kimutatták, hogy az általuk megosztott tartalmak alatt megtalálhatók. A hashtag-használati szokások pozitív képet festenek, hiszen minden intézmény alkalmazza őket, azonban csak 31%-uk használja őket következetesen. A pandémia alatt születtek a Covid-19-re utaló hashtagek is, amelyek közül a legnépszerűbbek a #maradjotthon, #vigyazzunkegyemásra, #veletekvagyunk, azonban ezeknek az alkalmazása sem mutat egységes képet. Úgy véljük, hogy a tudatos hashtag-használat nélkülözhetetlen a szakszerű online kommunikációhoz ezen a platformon. A színházak 43%-a élt a Story Highlights használatával a vizsgált

időszakban. A tartalmak közül a színház mindennapi életét bemutató képek és videók kerültek legtöbbször megosztásra. A legkisebb mértékben a közönség aktivizálását célzó tartalmakat rögzítettek, amely azt sugallja, hogy az Instagramnak ez a speciális funkciója kevésbé van kihasználva.

Összességében a tizenhat színház által megosztott tartalmak száma növekvő tendenciát mutat a 2019–2022 közötti adatokat vizsgálva az októberi-decemberi időszak alatt, azonban ez a jelenség az intézményeket külön-külön megvizsgálva nem mondható el.

## Irodalomjegyzék

**Bak, Á.** (2020): Az online színház nem ma született.

**Balkányi, N.** (2021. július 20.): *Kreatív*. Most jön majd csak a színházi streaming java: <https://kreativ.hu/cikk/szinhaztv> (Utolsó letöltés: 2022. 11. 27.)

**Dér, D. C. & Fehér, E.** (2022): *#maradjotthon #veledvagyunk – Hazai kőszínházak online kommunikációja a pandémia első évében*. 2022: Magyar Művészeti Akadémia. 44. p. ISBN 978-615-6192-96-7

**Dér, D. C. & Markus, R.** (2020): *Új utak a kulturális marketingben*. Budapest, Magyar Művészeti Akadémia. 69–71. pp. ISBN 978-615-5869-98-3

**Gósi, Z. & Magyar, M.** (2020): „KARANTÉN” KULTÚRA MAGYARORSZÁGON. Budapest. doi:10.21486/recreation.2020.10.2.6

**Simon, K.** (2022. február 15.): *Datareportal*. Récupéré sur DIGITAL 2022: HUNGARY: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-hungary> (Utolsó letöltés: 2022. 11. 27.)

# AZ INTELLIGENCIA EXTERNALIZÁCIÓJA: A FENNTARTHATÓSÁG EGY SAJÁTOS DIMENZIÓJA

---

Málik József Zoltán

**Absztrakt:** A digitális technológiák létrehozta egy második gazdaságot, ami virtuális és autonóm, de ennek az autonóm gazdaságnak a legfőbb jellemzője nemcsak az, hogy kibővíti a fizikai gazdaságot. A legfőbb jellemzője az, hogy az üzleti világnak folyamatosan nyújt egy „külső”, externális intelligenciát, amely így egyre kisebb részben kell hogy az emberi tényezőre, az emberi erőforrásra támaszkodjon. Ügyeink intézése egyre inkább delegálódik át gépekre, szerveződik ki a virtuális gazdaság algoritmusaira. Az üzleti, mérnöki és pénzügyi folyamatok immár hatalmas intelligens funkciók „tárhelyeire”, adatbázisaira támaszkodhatnak. Ez a cikk e folyamat rövid történeti bemutatására törekszik, amely során felvetek kihívásokat és víziókat, amelyekkel rövidesen szembeülni fogunk.

**Kulcsszavak:** IT és MI paradigmaváltások; kognitívizmus; gépi asszociáció; virtuális gazdaság; hatékonyság; technológiai munkanélküliség; elosztás.

**Abstract:** *Digital technologies have created a second economy that is virtual and autonomous, but the main characteristic of this autonomous economy is not only that it extends the physical economy. Its main feature is that it continuously provides the business world with an „outer,” external intelligence, which therefore has to rely gradually less on the human factor and on human resources. The management of our affairs is increasingly being delegated to machines and organized around the algorithms of the virtual economy. Business, engineering, and financial processes can now rely on the „repositories” and databases of vast intelligent functions. This article aims to provide a brief historical presentation of this process, during which I explore challenges and visions that we will soon face.*

**Keywords:** *IT and AI paradigm change, cognitivism, machine association, virtual economy, efficiency, technological unemployment, distribution*

## Bevezetés

A mesterséges intelligenciával a gazdaság új és más korszakába léptünk. A gazdaság eljutott egy olyan ponthoz, ahol elvileg mindenki számára elegendő közjóságot biztosíthatunk, de ahol az e közjóságokhoz, a munkahelyekhez való hozzáférés módjai folyamatosan zsugorodni fognak. Tehát ez az új időszak, amelybe beléptünk, már nem annyira a termelésről fog szólni a jövőben, vagyis, hogy mennyire növekszik a gazdaság. Az új korszak az elosztásról fog szólni, vagyis arról, hogy az emberek hogyan részesednek az előállított javakból. Mindent – beleértve a kereskedelempolitikát, a kereskedelmi szabályozásokat vagy a kormányzati intézkedéseket – a jövőben a közjóságok elosztása alapján fogunk értékelni, és megrendülnek majd az olyan általánosan uralkodó elvek a gazdasági gondolkodásban, mint a növekedésbe vagy a hatékonyságba való hit. A gond az, hogy miközben a jövő kihívásai közül elég sokat hallunk az erőforrásokhoz (nyersanyag-fedezethez) kapcsolódó fenntarthatósági problémákról, sokkal kevesebbet erről a problémáról, s hogy kicsit riasztó nevet is adjunk neki: a *technológiai-gazdasági szingularitásról*; pedig ez is a fenntarthatósági problémakörbe tartozik, és szerintem hatásában hamarabb fogja elérni az utca emberét. Nem beszélve arról, hogy radikálisan változtatja meg majd a társadalmi életünket.

## Az IT-ben és MI-ben bekövetkezett paradigmaváltásokról

Mielőtt rátérnék bevezetősoraim kifejtésére, röviden szeretném bemutatni, hogyan jutottunk el ide. Ez a történeti áttekintés azért is hasznos lesz, hogy átlássuk a mesterséges intelligencia területén történő áttörés lényegét, és ezáltal belássuk, hogy ténylegesen társadalmi paradigmaváltáshoz érkeztünk, amelynek jelentőségét a könyvnyomtatáshoz vagy az ipari forradalomhoz mérhetjük már most is, de még ezeken is túltehet.<sup>1</sup>

Körülbelül 20 évente a digitális forradalom metamorfózisokon esik át, és valami minőségileg mást hoz létre. Minden metamorfózis egy adott új technológia sorozatából származik, és mindegyik jellegzetes változásokat okoz a gazdaságban. Az első metamorfózist az 1970-es és 1980-as években az integrált áramkörök megjelenése jelentette: apró processzorokat és mikrochipeken lévő memóriákat, amelyek miniatürizálták a technikai eszközöket, miközben nagyban felgyorsították a számításokat. Ekkortól a mérnökök számítógéppel támogatott tervezési programokat kezdtek használni, a menedzserek valós időben követhették nyomon a készleteket, a geológusok pedig felismerhették a földrétegeket és felbecsülhették a potenciális olajlelőhelyeket. A gazdaságnak először volt komoly segítsége, hogy gyorsan és ol-

<sup>1</sup> Az összefoglaló alapvetően a szerző véleményét tükrözi, alternatívákról és további részletekről az alábbi magyar nyelvű munkákban lehet olvasni: Russell és Norvig (1995), Futó (1999), Bögel (2015), Héder (2020).

csón tömeges számításokat végezhesünk, és ehhez nem kellett szobákat megtöltő nagy méretű gépeket használni. Megérkezett a modern, gyors személyi számítógépek kora. Megjegyzem, hogy egy új metamorfózis, amely nem szerepel a bemutatásomban, de valószínűleg a következő (negyedik vagy esetleg egy további) lépés lesz a metamorfózisok sorában – a nanotechnológia és kvantumszámítások –, ezt a gyorsaságot és mérethatékonyaságot minőségileg fogja felülmúlni.

Az 1990-es és 2000-es évek második metamorfózisa egybefonta a digitális ágenseket és folyamatokat. A számítógépek telefonos, száloptikai vagy műholdas átvitel útján összekapcsolódtak helyi és globális hálózatokká. Az internet kereskedelmi tényezővé vált, megjelentek a webszerverek, és a felhőalkalmazások megosztott számítási erőforrásokat biztosítottak számunkra. Minden szereplő egyszer csak képessé vált kommunikálni mindenki mással. Ekkortól jelenik meg az összekapcsolt gépek, szoftverek és folyamatok *virtuális gazdasága*, ahol a fizikai műveleteket digitálisan végre lehet hajtani. Elérkezett a hiperglobalizáció kora, és ez technológiailag nagyrészt a számítógépes hálózatok kiépülésének eredménye volt.

A harmadik metamorfózis – az, ahol most tartunk – nagyjából a 2010-es években kezdődött, és valami olyasmit hozott számunkra, amely eleinte jelentéktelennek tűnt: olcsó és mindenütt jelen lévő szenzorokat (érzékelőket). Rendelkezünk radar- és lézeralapú, giroszkópos, mágneses érzékelőkkel, vérkémiai szenzorokkal, nyomás-, hőmérséklet-, áramlás- és nedvességérzékelőkkel, amelyek százával-ezrével vannak összekötve vezeték nélküli hálózattal, hogy tájékoztassanak minket tárgyak vagy vegyi anyagok jelenlétéről, vagy egy rendszer aktuális állapotáról, helyzetéről, vagy változásáról a külső körülmények hatására. Ezek az érzékelők adattömegeket szolgáltatnak nekünk, és ezek az adatok arra várnak, hogy feldolgozzuk és értelmezzük őket. Ezzel érkezünk el a „Big Data” korszakához, amelynek lényege, hogy rendkívüli méretű és nagy komplexitású adathalmazok állnak rendelkezésünkre, amelyekből mintázatok, trendek és különböző összefüggések ismerhetők fel, és számítógéppel elemezhetők.

A módszerek, intelligens algoritmusok kidolgozása vált a dolgok felismerésének és a döntéshozás automatizálásának kulcsproblémájává. Eljutottunk a digitális kép, a természetes nyelv felismeréséhez és feldolgozásához, tulajdonképpen ahhoz, hogy a számítógépeket bevonhatjuk emberi interakciókba, és úgy tudjunk kommunikálni számítógépekkel, mint egy másik emberrel. Ha még nem is tökéletesen, de ma már létezik digitális nyelvfordítás, hang- és arcfelismerés, gépi alapú induktív következtetés, és léteznek digitális asszisztensek. Ami igazi meglepetést okozott, hogy ezek az intelligens algoritmusok nem szimbólumfeldolgozási alapon működnek, ahogy azt régen gondolták, tehát nem (szimbolikus) logikai szabályok és nyelvtanok alapján. Ehelyett, az új MI-rendszerek – kütyük, adatok tömegének felhasználásával – asszociációkra alapozva tanulnak.

A modern mesterségesintelligencia-kutatás kezdetét 1956-ra vezetjük vissza, a Dartmouth College-ban rendezett konferenciához, amelyen a klasszikus MI központi alakjai (Herbert Simon, Allen Newell, John McCarthy, Claude

Shannon, Marvin Minsky) gyűltek össze, hogy megvitassák: vajon a tanulás és az intelligencia bármely jellegzetessége alapvetően leírható-e olyan módon, hogy egy gép is utánozni tudja? E konferencián hangzik el az a hipotézis először, ami a klasszikus MI központi tézisévé válik, hogy a megismerés reprezentációs rendszer, a gondolkodás szabályalapú és szimbólumfeldolgozáson alapul. Ezt a felfogást szokás *kognitivizmus*nak is nevezni. A kognitivisták szerint az emberi elme egységes közös algoritmikus szabályrendszernek megfelelően működik. Legyen az tárgyfelismerés, egy sakklépés megtervezése, egy logikai következtetés, egy mondat vagy egy történet megértése. Minden esetben ugyanarról az általános mechanizmusról van szó: „Keress mintázatokat, s ha a helyzet kielégíti a mintázat követelményeit, akkor hajtsd végre az M műveletet!”. Ez minden gondolkodási mechanizmusnak az általános sémája. A szimbólumfeldolgozás részletei ugyanakkor egyáltalán nem evidensek, és valójában ezek jelentik a hagyományos MI programjának fő tevékenységét, és a kihívásokat is, amelyekre adott válaszok formálták (formálják) az MI hagyományos programját.

Ezzel a hagyományos programmal szakított az új MI-iskola, amelynek fejlődésére nem a mesterségesintelligencia-kutatás elvi, hanem instrumentális-technikai alapkérdések, leginkább a gépi tanulás gyakorolt hatást. A klasszikus számítógépes programokkal szemben, a tanuló algoritmusok nem sztatikusan, beprogramozott kódok alapján működnek, hanem dinamikusan, vagyis képesek önállóan tanulni. Ahelyett, hogy az emberek által létrehozott szimbólum- és szabályrendszert követve dolgoznák fel az információt, nem a programból indulnak ki, hanem közvetlenül az adatokból. Vagyis nem determinisztikusan számolnak (ahogy a régi MI esetén), hanem statisztikai modellekre támaszkodnak. Az új MI intelligens algoritmusainak alapjai tehát nem algoritmikus szabályrendszerek (ti. végrehajtja azt, amit beprogramoztak neki), hanem asszociációk, amelyeket okos statisztikai jellegű módszerek tesznek lehetővé, tömeges adatok felhasználásával. Kiderült, hogy a számítógépek képesek arra, amiről sokáig azt gondoltuk, és az MI úttörőinek többsége is ebben hitt, hogy erre csak az ember képes: ez a *gépi asszociáció* képességének forradalma.

Könnyű lenne az asszociatív intelligenciát csupán a digitális technológia újabb fejlődési állomásának tekinteni. Az a képesség azonban, hogy egy gép megfelelő asszociációkat alakítson ki, ezáltal felismerve a helyzetet, és ez alapján megfelelő cselekvést hajtson végre, megfelel a biológiai-evolúciós alapoknak. Az egyszerűbb élőlények élete is a felismerésről és érzékelésről szól, amiket felhasználnak a megfelelő cselekvéshez. Például a medúza kémiai érzékelők hálózatával ismeri fel a közelébe sodródó ehető anyagokat, ez beindítja benne a motoros neuronok hálózatát, így a medúza automatikusan bezárul az anyag körül az emésztés érdekében. Hasonlóan, amikor az intelligens algoritmusok segítik a vadászgépet a levegőben történő ütközés elkerülésében, az algoritmusok az érzékelőkkel felmérik a helyzetet, kiszámítják a lehetséges válaszokat, kiválasztanak abból egyet, és megteszik a megfelelő elkerülési manőver(eke)t.



Az új MI intelligens algoritmusainak tanulása felügyelet nélkül, próba-hiba módszerrel képes működni. Amikor állatokat tanítunk be, az állatot jutalmazzuk (büntetjük), és az állat a kívánt eredménynek megfelelően változtatja meg fokozatosan a viselkedését. Az állatok esetében a jutalom gyakran eledel vagy dicsérő szó. Az MI-ben a jutalom egy szám, amit az algoritmus igyekszik maximalizálni. Az új MI-gépek szenzorai által begyűjtött adatok alapján, emberi beavatkozás nélkül képesek algoritmusokra támaszkodva dönteni. Fontos azt látni, hogy az iparágak ma már nemcsak automatizálásra használhatják a gépeket az emberek helyett. Az új MI-alapú gépek, akárcsak egy Lego-készlet elemei, intelligens építőelemekként funkcionálnak, amelyek révén a cégek kialakíthatják, vagy újraformálhatják a teljes szervezeti egységeiket. Az ilyen rendszerekben a döntési jogkörök is gépekre vannak delegálva, és megfelelő cselekvés jöhet létre az egész rendszer tulajdonságaként.

A sofőr nélküli forgalomirányításban autonóm módon működő autók közlekednek a nekik kijelölt sávokban, egymással kommunikálva, útjelzőket és jelzőfényeket használva, vagy még direktebb módon. E kommunikáció célja felmérni a forgalmat és megfelelni a forgalmi rendszer többi részének igényeivel. Az intelligencia itt – a megfelelő kollektív együttműködés – a közlekedési résztvevők és tárgyak folyamatos kommunikációjából fakad. Ez a fajta intelligencia tehát önszerveződő, kommunikációs jellegű, folyamatosan igazodik a környezethez, vagyis dinamikusan működik. Tehát maga is nagyrészt autonóm, mivel ezekre a kommunikációkra és azok kimenetelére emberi beavatkozás nélkül kerül sor.

De az új MI, úgy tűnik, még ennél is többre hivatott. A *Jeopardy!* egy, az USA-ban 1984 óta sugárzott műveltségi vetélkedő, amelyen három játékosnak kell szóvegesen megfogalmazott feladványokat megoldani. Az a játékos, aki úgy gondolja, hogy tudja a választ, megnyom egy gombot, és bemondja a választ. A kérdéshez egy bizonyos nagyságú pénzjutalom van hozzárendelve, és ha a válasz helyes volt, a játékos megnyeri azt, egyébként elveszíti, és ráadásként, több gondolkodási időt ad a másik két játékosnak. A következő kérdést mindig az a játékos választja ki a kategóriák közül, aki helyesen válaszolt, valamint egy dollárösszeget is megnevez. A kérdések elég összetettek, és sokszor nyelvjátékokat is tartalmaznak, egyszóval némi leleményt, kreativitást is igényel a lexikális tudás mellett. Nos, az IBM kiállított egy gépet (IBM Watson néven), amellyel az új MI fejlettségét kívánták demonstrálni, abszolút sikerrel: az IBM Watson a legerősebb emberi ellenfeleket is imponáló fölényrel győzte le 2011-ben (PBS News Hours, 2011). Történelmi sikere után az IBM Watsont bevetették éles terepen is, a gyógyszerkutatások felgyorsításában, valamint a biztonság és hatásság előrejelzése céljából olyan gyógyszeripari trösztökkel dolgozik együtt, mint a Merck, a Novartis és a Pfizer (Chen, Argentini és Weber, 2016). Az új MI-alapú robotika fejlődése azt is lehetővé tette, hogy műtéti beavatkozásokat támogassanak (pl. a da Vinci-rendszer), vagy az orvosi diagnosztikában, ahol az intelligens algoritmusok bizonyos szakterületeken a szakorvosok szintjén vagy afölött teljesítettek.

## Az új MI társadalmi hatása

Azt fontos rögzíteni, hogy a dolog lényege ma már nem az intelligencia formája. Az intelligencia többé nem csupán az emberi alkalmazottak agyában rejlik, hanem – külső adatbázisokat használva vagy delegálva a döntési jogköröket – ki vannak szervezve a virtuális gazdaságba, részint az intelligens algoritmusok közötti kommunikációkban megtestesülve; röviden: *az intelligencia externálissá vált*. Számos esetben, amikor ügyeink intézéséhez szakértő felkérése és megfizetése válik szükségessé, a jövőben elég lehet részben vagy akár teljesen intelligens eszközeinkhez fordulni válaszáért. Ráadásul ezért nem kell súlyos pénzüsszegeket leszurkolnunk. A folyamat lényege a jövőben valahogy így fest majd: valamilyen konkrét célból, a fizikai gazdaság részéről jelentkezik egy igény és különböző lekérdezések. Ezek technikai eszközeink révén eljutnak a virtuális gazdaság okos algoritmusaihoz (és hatalmas adatbázisaihoz), amelyek autonóm módon – kommunikálnak, döntenek és cselekednek – feldolgozzák ezeket, majd visszacsatolják válaszaikat aktívan (cselekedve) vagy passzívan (jelentést készítve) a fizikai gazdaságnak, amelynek aztán lehetősége van megfelelően reagálni. A virtuális gazdaság így már nem csupán a gépek hálózata (ahogy az korábban volt), hanem az intelligens cselekvés forrása – az emberi alkalmazottakon kívüli intelligencia. Ez a váltás a belső intelligenciáról a külső intelligenciára az, ami forradalmian új. Ezt értem az *intelligencia externalizációján*.

Amikor a 15. és 16. században beköszöntött a könyvnyomtatás forradalma, a kolostorok kézírataiban, kódexeiben tárolt belső információk nyilvánossá és hozzáférhetővé váltak mások számára is. Az információ hirtelen külsővé vált, véget vetve annak, hogy ezek az információk az egyház kizárólagos tulajdonai maradjanak. A régi szövegek információi elérhetővé, megoszthatóvá váltak a köznép számára is, feltéve persze, ha megtanultak olvasni. Mindez tudásrobbanást váltott ki, amely nagyban felgyorsította a reneszánsz, a reformáció és a modern (baconi–galilei–newtoni) tudomány eljövételét. Douglass Robertson úgy fogalmaz, hogy a könyvnyomtatás megteremtette a modern világ alapjait (Robertson, 1990). Most hasonló forradalom tanúi lehetünk, amikor is az eddigi belső intelligencia (ti. szakértői vélemény) válik elérhetővé mindenki számára, mivel externálissá válik, feltéve persze, ha megfelelő eszközök birtokában vagyunk az externális tudásbázis eléréséhez.

A kérdés mármost az, hogy a gondolkodás és döntéshozás ilyen jellegű externalizációja miképpen fogja megváltoztatni a gazdasági és társadalmi életünket. Nehéz még pontosan megjósolni ennek a folyamatnak a végét, különösen az újabb metamorfózis(ok) következményeit is mérlegelve, de nem kevés okunk van azt jósolni, hogy legalább akkora következményei lesznek a jövőben az információ e mostani belsőről külsőre való váltásának, mint amilyen néhány száz évvel ezelőtt is volt.

A munka gépekhez történő kiszervezése persze nem új jelenség, a kapitalizmus, a gazdaságtörténet utóbbi 200 éve erről szól. S ahogy minden korábbi forradalom hozott létre új szakmákat, az MI-rendszerek is lehetővé

teszik majd az új foglalkoztatási formákat és karriertípusokat. A közgazdászok és társadalomkutatók sem azt vitatják, hogy munkahelyek tűnnek el a gazdaságból, hanem azon vitatkoznak, hogy ezeket fel tudják-e váltani kellő számban új munkahelyek. A gazdaságtörténet tanulságai azt látszanak igazolni, hogy igen. Lehet, hogy az autó megsemmisítette a kovácsmesterséget, de új munkahelyeket teremtett az autógyártásban és az autópálya építésben. A felszabadult munkaerőforrások – a történelem szerint – mindig találnak pótlólagos piacot, és ez a digitális gazdaság esetében sem lesz másképp. Vagy mégis?

Az elmúlt néhány évtizedben az iparilag fejlett országokban működő multi-cégek kiszervezték a fizikai munkahelyeket szegényebb régiókba, országokba. Ez a kiszervezés egész iparágakat emésztett fel az anyaországokban, és ezeket a munkahelyeket nem tudták pótolni. Valójában sok lakóhelyüket elhagyni kényszerült ember vált munkanélkülivé, mások alacsony fizetésű vagy részmunkaidős munkára kényszerültek. Vajon nem ez fog-e történni, amikor tömegestül munkákat szerveznek ki a fizikai gazdaságból nem egy külföldi országba, hanem a virtuális gazdaságba? S itt nemcsak fizikai, hanem szellemi munkák egész soráról van szó. A „technológiai munkanélküliségnek” számos formája lehet. A *technológiai munkanélküliség* kifejezés John Maynard Keynes 1930-as előadásából származik, ahol a neves közgazdász azt jósolta, hogy a jövőben a termelési probléma megoldódik majd, és mindenki számára elegendő mennyiségű árut és szolgáltatást tudunk biztosítani, de a gépek (Keynes szavaival élve, a robotok) technológiai munkanélküliséget fognak okozni (Keynes, 1963). Más szavakkal, bőségében leszünk a javaknak, de a belőle való részesedés eszközei, a technológiához kapcsolódó munka, szűkössé válhat.

Ray Kurzweil és Martin Ford szerint észre kell vennünk és reagálnunk kell arra, hogy itt egy minőségi váltásról, egy *technológiai-gazdasági singularitásról* van szó (Kurzweil, 2013) és Ford, 2015). Az eddigi technológiai váltások mindig csak bizonyos szektorokban okoztak drasztikus hatást a munkaerőpiacra. Az MIT két professzora, Erik Brynjolfsson és Andrew McAfee szerint az elmúlt 200 évben mindig igaznak bizonyult az a tézis, hogy a termelékenység javulását a foglalkoztatottság növekedése követte (Brynjolfsson és McAfee, 2014). Tehát a technológia fejlődése csak időlegesen növelte a munkanélküliséget egy-egy ágazatban, de később új munkahelyeket generált. Így a foglalkoztatottság visszatért az eredeti szintjére, sőt meg is haladta azt. Ráadásul, mindez egy magasabb termelékenységi szinten történt, elősegítve a gazdasági növekedést. A mostani technológiai forradalom azonban általános jellegű következményekkel jár a munkaerőpiacra nézve. A technológiai munkanélküliség teljessé válhat. Brynjolfsson és McAfee amerikai adatokra alapozva megállapítja, hogy az elmúlt 15 évben a termelékenység folyamatos növekedése mellett a munkanélküliség tartósan magas maradt. Lehet persze ennek az az oka, hogy túl gyorsak voltak a technológiai váltások, és a társadalom tagjai nehezebben tudtak alkalmazkodni

mindehhez, de az is lehet, hogy ténylegesen a Keynes-faktorral kell számolnunk már, azaz a gépek már most helyettesíteni tudják a munkavállalók egyre növekvő részét.

Az említett könyvek megjelenése után több jelentős szervezet is – így a Világgazdasági Fórum, a McKinsey vagy a PwC – prognózisokat készített (McKinsey, 2017), amelyek hatalmas nagyságú munkahelymegszűnést jósolnak 2030-ra (vagyis várhatóan az újabb technológiai metamorfózis idejére). E baljóslatú előrejelzésekkel párhuzamosan, akadnak megoldási javaslatok is a problémák kezelésére (Pokol, 2018):

- 1) Martin Ford, és mások is, a feltétel nélküli alapjövedelem bevezetését javasolják, amelynek keretében minden állampolgár rendszeres pénzösszeget kapna a kormánytól, tekintet nélkül szociogazdasági státuszára. A Szilícium-völgy számos technokratája (pl. Elon Musk vagy Mark Zuckerberg) is e program támogatói között vannak.
- 2) A Brynjolfsson és McAfee szerzőpáros a tőke által torzított technológiai változást hangsúlyozza, amelynek társadalmi következménye, hogy az új digitalizált piacokon való térnyerés speciális tudás- és készségigényessége, valamint a „győztes mindent visz” jellemezte piacok<sup>2</sup> kialakulása szükségképpen vezet el ahhoz, hogy a társadalom egy viszonylag szűk csoportja egyre nagyobb vagyonra tesz szert, míg a többiek fokozatosan elszegényednek. Ezért a negatív jövedelemadó bevezetését javasolják, amelynek lényege, hogy a megszerzett éves – alacsony – jövedelmet az állam kiegészítene, ezzel elősegítve az életszínvonal fenntartását és a piaci keresletet.
- 3) Az Európai Parlament részéről vetették fel a robotok megadóztatásának gondolatát, vagyis a robotokat is jövedelemadó-alanyokká kellene tenni, és így – a feltétlen alapjövedelem bázisát megteremtve – a világ MI-gazdaságának igazságos elosztására törekedhetünk.
- 4) Richard és David Susskind az MI-entitások magántulajdonba vonását korlátozná, ezzel korrigálva a technológiai változás torzulását.

Cseppet sem lebecsülve az eddig elmondottakat, de nem tévesen extrapolálunk-e, mert foglyul ejtik gondolkodásunkat mai technológiai ismereteink és aktuális társadalmi tapasztalataink. Nem esünk-e az 1894-es nagy lótrágyaválság extrapolációjának csapdájába? Az elnevezés a *The Times* állítólagos 1894-es kiadványára utal vissza, amely szerint 50 év múlva London utcáit kilenclábnyi lótrágya alá temetik a lovas kocsikat és az omnibuszokat vontató lovak. Az 1898-as várostervezési konferencia állítólag a tervezett vége előtt feloszlott, mivel nem sikerült választ találni arra a problémára, hogy több lóra

2 Ez azt jelenti, hogy egy-egy ágazatban csak a legjobb termékek gyártói szerzik meg a piaci részesedést, mert a fogyasztók legnagyobb része nem fogja megvásárolni a második legjobb szoftvert vagy kűtyűt csak azért, mert az egy kicsivel olcsóbb, cserében viszont lassúbb, kevesebb opciót nyújt, nehezebben és drágán szervizelhető stb. – a „győztes mindent visz elv” a csúcstechnológiák esetében egyre inkább érvényesül.

lesz szükség a trágya eltávolításához, és ezek a lovak még több trágyát termelnek majd. Végül is, a nagyvárosok utcáit elárasztó lótrágya feltételezett problémáját egy új fejlemény, az autók elterjedése oldotta meg.

Hasonlóan, a fent említett szerzők talán túlságosan felülértékelik a technológiai fejlődést más magyarázatokkal szemben. A tömeges munkanélküliséget és a gazdasági egyenlőtlenségek növekedését prognosztizáló nézeteket döntően az a hit táplálja, hogy azok a technológiai változások automatikus és elkerülhetetlen következményeként jelennek meg, miközben alulértékelik, illetve nem veszik kellően figyelembe azokat a politikai és emberi döntéseket, amelyek a javak és a tőke felhalmozódásához vezettek számos társadalomban. Adottnak tekintik például a jelenlegi piaci mechanizmusokat, és nem számolnak a gazdaságban és társadalomban felmerülő komplex, a maitól esetleg jelentősen eltérő hatásmechanizmusokkal. A szerzők kritikátlanul osztoznak abban a tézisben, hogy a (közeli?) jövő társadalmi viszonyait még inkább meghatározza majd a termelőeszközök birtokosai és a termelőeszközökkel nem rendelkezők különbsége (ez egyébként, új köntösbe burkolva, egy klasszikus marxista tézis), miközben bizonyos folyamatok mintha éppen ez ellen a szétválasztás ellen hatnának. Chris Anderson például – több könyvében meggyőző példákat felsorakoztatva – a technológia fejlődésében a termelőeszközök demokratizálódását véli felfedezni. Elméleti igényességgel mutatja be, hogy az ingyenesség, ami eddig inkább csak marketingfogás volt, a jövőben radikális, új üzleti stratégia lesz, amely nélkül a cégek hosszú távon nem tudnak talpon maradni (Anderson, 2009).

Talán egy olyan új gazdasági-társadalmi korszakba lépünk, amelyben nem a munkahelyek jelentik már a problémát, hanem a termeléshez való hozzáférés. A modern értelemben vett ipari munka csak az ipari forradalom után vált a hozzáférés fő eszközévé. Előtte a mezőgazdasági munka, a manufaktúrák vagy az örökölt kiváltság (tőke) biztosította a hozzáférést. Most a javakhoz való hozzáférésnek új módja jöhet el. Az új MI-vel a gazdaság egy másik korszakába lépünk, egy olyan új szakaszba, ahol nem a termelés fog elsősorban számítani, hanem a javakhoz való hozzáférés; úgy is szoktuk ezt nevezni, hogy elosztás, vagyis hogy ki mit szerez meg, és hogyan szerzi azt meg.

A mai termelésalapú gazdaság minden olyat értékel, jutalmaz, ami segíti a gazdasági növekedést. Az ipari forradalom óta a növekedés, a hatékonyság áll a gazdasági gondolkodás fókuszában. Ez változhat meg a jövőben. A virtuális gazdaság szolgáltatásai, mint például az e-mail, mérhetetlen előnyökkel jár a felhasználó számára, ugyanakkor (szinte) semmibe sem kerül. Mármost, amikor a beárazott fizikai szolgáltatásokat egyre inkább felváltják az MI-re delegált virtuális szolgáltatások, a GDP egyre jobban csökkenni fog. A termelékenység (amit az egy ledolgozott munkaóra jutó GDP-ként értelmeznek) szintén csökkenni fog. A hagyományos közgazdasági gondolkodást követve, ez a GDP-csökkenés többféleképpen is ellentételezhető. Például, az e-mail-szolgáltatások növelhetik más vállalkozások teljesítményét. Az e-mail-szolgáltatás miatt elbocsátott postai dolgozók pedig olyan munkahelyekre

vándorolnak át, amelyek termelékenyebbek, mint a régiek, a munkapiacra újonnan belépők pedig már eleve nem mennek postásnak. Igaz-igaz. De ha a termelés egyre nagyobb részét szervezzük ki a virtuális gazdaságba, ez az egész gondolatsor könnyen összeomolhat. Mindazonáltal az is igaz, hogy a virtuális szolgáltatások összességében lefelé torzítják a GDP-t.

Ezzel az egészszel csak arra szeretnék utalni, hogy valószínűleg ki kell majd egészítenünk, meg kell majd változtatnunk azokat a kritériumokat, amelyekkel a gazdaságot ma mérjük, mert a GDP, a termelékenység és a hatékonyság problematikus indikátorokká válhatnak az egyre táguló virtuális gazdaság keretei között. A jövő elsőrendű kérdésévé az válhat, hogy miképpen sikerül biztosítani a gazdaság kimenetéhez való hozzáférést, különösen a megmaradó fizikai termékekhez és szolgáltatásokhoz való hozzáférést, amelyeket nem digitalizáltunk, illetve nem is lehet a virtuális világba kiszervezni.

Nem radikálisan új téma ez, a filozófiában az antikvitás óta foglalkoznak vele, és John Rawls óta a modern politikafilozófiában és társadalomtudományokban is az érdeklődés homlokterében áll: ez az igazságosság eszméje. Ami új impulzusokat adhat majd a mi nézőpontunkból ennek a kérdéskörnek, a bekövetkező társadalmi változások. S úgy tűnik, hogy itt szintén elérteünk egy határponthoz. Az új közgazdasági gondolkodást nemcsak az új MI és a virtuális gazdaság kényszeríti ki, hanem az ökológiai korlátok is. Még konkrétabban, annak a módszertani metatézisnek a megrendüléséről van szó a közgazdaságtanban, hogy az erőforrások *mérsékelten* korlátozottan állnak rendelkezésre, és a gazdaság főbb szereplői erre való tekintettel hoznak racionális döntéseket. Itt érdemes a két folyamat egymásra gyakorolt társadalmi hatásán elgondolkodni.

Hadd említsek itt egy példát, ami egy esetlegesen kialakuló helyzet drámaiságát szemlélteti a hozzáférés szabályozásának kérdésében (Taing, L. et al., 2019). Dél-Afrikában fogy a víz, és ez gyorsan történik. Az elmúlt években Dél-Afrika egyik fővárosa, Fokváros rendkívül közel került ahhoz, hogy elérje a Zéró-napot, így nevezték el azt a pontot, amikor a város víztározói kiszáradnak, és a bennük lévő víz túl iszapos lesz ahhoz, hogy felhasználható legyen. Dél-Afrikában hosszan tartó és intenzívebb aszályok tapasztalhatók 2015 óta, amelyeket a klimatológusok is nagyon ritka eseménynek tartanak. Az ország 1998-ban elindított egy jogalkotási folyamatot, területalapú korlátozási intézkedések bevezetésével a vízhiány leküzdésére, azonban a tartományi és helyi önkormányzatok nem tudták a helyzetet hatékonyan kezelni – nem kis részben a víztakarékosság kultúrájának hiánya, a növekvő népesség és a nagy társadalmi egyenlőtlenségek miatt. Az ország nemzeti vízkészletének évek óta tartó felelőtlen túlfogyasztása azonban megbosszulta magát, és a következmények nyilvánvalóvá váltak. Amikor az aszály miatt országos szinten a vízfogyasztás csökkentésére szólították fel 2018-ban, Fokvárosnak nem sok lehetősége volt azonkívül, hogy a vízhasználati szokások megváltoztatására összpontosítson, amely különféle reakciókat váltott ki a lakosok részéről:

- harag és hibáztatás – a város vezetése miatt nem készült fel a súlyos aszályra;
- pánik – a nagyvárosi forrásoknál nagy sorok alakultak ki, néhány háztartás pedig rengeteg vizet halmozott fel edényekben;
- hitetlenség – egyesek azzal vádolták a várost, hogy a Zéró-napot használja ijesztő taktikaként az önkormányzat rossz gazdálkodásának leplezésére, és ezáltal megfosztja a szegényeket az ivóvíztől (bár soha nem fogalmazták meg, hogy ez milyen előnyökkel járna a várost irányító politikusok számára); és
- figyelmen kívül hagyás – voltak, akik pázsitjaik locsolására, illetve úszómedencéjük feltöltésére is felhasználták az ivóvizet, dacolva a város felhívásával, hogy tartózkodjanak ettől a gyakorlattól.

Úgy hiszem, tipikus attitűdökről van szó, és globális szintű tesztként, a reakciók hasonló szemtanúi lehettünk a Covid-19 miatt kialakuló kritikus helyzetre szerte a világban, kisebb-nagyobb eltérésekkel ugyan, de végeredményben a túlnyomórészt felkészületlen és esetlen kormányzati problémakezelés és a lakosság hozzáállása tekintetében. Ez egy inkább disztópikus jövő vízióját erősíti a felelősségteljesen gondolkodóban.

A másik lehetséges, optimistább, talán kicsit utópisztikus scenárió, hogy az MI mentesít majd minket a mindennapos munkák alól, és az így előálló szabadidő elhozza a világtörténelem legnagyobb felszabadítását. Max Tegmark említi meg ezt a fejleményt, mint egy új, modern kori digitális Athént (Tegmark, 2018). Ahogy az ókori athéni polgárok, akiknek nem kellett a létfenntartás szempontjából fontos munkákat elvégezni, mert azt a rabszolgák elvégezték helyettük, hasonlóan a jövő embere is, kihasználva a robotizálás és virtuális gazdaság áldásait, hasznosabb, kreatívabb tevékenységeket folytathat majd: családjára, a közügyekre és saját testi-lelki feltöltődésére, fejlesztésére koncentrálva.

## Konklúzió

A technológia mindig csak lehetőségeket vetít elénk, de az emberiség jövője a saját döntéseinken és választásainkon múlik. Az MI jövője szorosan összefügg az emberiség jövőjével. Nagyon komoly kihívások elé nézünk. Meg tudjuk-e gátolni, hogy az MI-rendszereink etikai normák nélkül fejlődjenek? Ha nem, akkor féltő, hogy a társadalmat igazságtalanabb világ felé tereljük. Tudunk-e a virtuális gazdasággal együttműködni? Ha nem, akkor egzisztenciális válságba kerülünk. Vajon a politikai intézményeink rendelkeznek-e majd azzal a tudással és felhatalmazással, hogy megfeleljenek az új korszak gazdasági és társadalmi kihívásainak? Ha nem, annak beláthatatlan következményei lehetnek. Egy korábban megjelent tanulmányomban (Málik, 2016) megpróbáltam az első kérdésre, a további két kérdésre pedig ezzel a cikkel szerettem volna reflektálni. Érzéseim ambivalensek, és azt hiszem, ezt e rövid esszém tükrözi is. Megítélésem szerint, bárhogyan is alakuljanak

a dolgok, az MI csak akkor fogja a mi javunkra formálni az emberiséget, ha mi magunk képesek leszünk alázatosan, nyílt, intelligens diskurzusokat folytatni, és ennek megfelelően alkalmazkodni. Egyébként csak az említett emberi reakciókra és zavaros összeesküvés-elméletekre számíthatunk. S a legfontosabb, ami a mai politikából különösen hiányzik, hogy világosan beszéljünk, értelmes (nem populista és önsorsrontó) célokat, víziókat fogalmazunk meg, amelyek megvalósításához az ember-gép kapcsolatot együttműködővé téve, megsokszoroztjuk teljesítményünket – nem a klasszikus, termelésalapú gazdasági paradigmán alapulva, hanem valahogyan a cikkemben felvázolt új értelemben.

## Irodalomjegyzék

- Anderson, C.** (2009): *Ingyen! – A radikális árképzés jövője*. HVG Kiadó, Budapest.
- Bögel, Gy.** (2015): *A Big Data ökoszisztémája*. Typotex Kiadó, Budapest.
- Brynjolfsson, E.; McAfee, A.** (2014): *The Second Machine Age*. W.W. Norton Company, New York.
- Chen, Y.; Argentinis, E; Weber, G.** (2016): *IBM Watson: How Cognitive Computing Can Be Applied to Big Data Challenges in Life Sciences Research*. *Clinical Therapeutics*. Vol. 38, No. 4, pp. 688–701.
- Ford, M.** (2015): *The Rise of the Robots*. Basic Books, New York, 2015.
- Futó I. (szerk.)** (1999): *Mesterséges Intelligencia*. Aula Kiadó, Budapest.
- Héder, M.** (2020): *Mesterséges intelligencia – Filozófiai kérdések, gyakorlati válaszok*. Gondolat, Budapest.
- Keynes, J. M.** (1963): *Economic possibilities for our grandchildren*. In: *Keynes: Essays in Persuasion*. W. W. Norton, New York, pp. 358–373.
- Kurzweil, Ray** (2013): *A szingularitás küszöbén*. Ad Astra Kiadó, Budapest, 2013.
- Málik, J. Z.** (2016): *Ethical Considerations in Digital World*. *Jogelméleti Szemle*, Vol. 17, No. 2, pp. 80–90.
- McKensy Global Institute** (2017): *Artificial Intelligence: The Next digital frontier*. Discussion Paper. Internetes elérhetőség: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/advanced%20electronics/our%20insights/how%20artificial%20intelligence%20can%20deliver%20real%20value%20to%20companies/mgi-artificial-intelligence-discussion-paper.pdf>
- Pokol, B.** (2018): *A mesterséges intelligencia társadalma*. Kairosz Kiadó, Budapest.
- Robertson, D.** (1990): *The Information Revolution*. *Communication Research*, Vol. 17, No. 2, pp. 235–254.
- Taing, L.; Chang, C. C.; Pan, S.; Armitage, N. P.** (2019): *Towards a water secure future: reflections on Cape Town's Day Zero crisis*. *Urban Water Journal*, Vol. 16, No. 7, pp. 530–536.
- Tegmark, M.** (2018): *Élet 3.0. Embernek lenni a mesterséges intelligencia korában*. HVG Könyvek, Budapest.
- PBS News Hours** (2011): *"Miles vs. Watson: The Complete Man Against Machine Showdown*. PBS News Hours. Elérhető: <https://www.youtube.com/watch?v=YgYSv2KSyWg&t=156s> (Letöltés: 2022. 09. 27.)
- Russell S. J.; Norwig, P.** (1995): *Mesterséges Intelligencia – Modern megközelítésben*. Panem-Prentice- Hall Kiadó, Budapest.



# BIBLIOGRAPHICAL ANALYSIS OF THE ECONOMIC CONCEPT OF RESILIENCE

---

Szilárd Hegedűs PhD<sup>1</sup>

**Abstract:** *The aim of the study is to provide a basis for the interpretation of the concept of resilience and to show what research has been carried out on this topic since 2004. The study reviews the multilevel understanding of the concept of resilience. The research methodology is a bibliographic analysis, aiming to identify the keywords that have been used in studies on the topic, how they have changed in recent years, and what new areas of research might be proposed. An important finding of the study is that the study of resilience is particularly important in banking and stock trading and that the popularity of the topic is increasing significantly as a result of crises.*

**Keywords:** resilience, economic, result of crises

**Absztrakt:** *A tanulmány célja, hogy alapot adjon a reziliencia fogalmának értelmezéséhez, és bemutassa, milyen kutatások folytak e témában 2004 óta. A tanulmány áttekinti a reziliencia fogalmának többszintű megértését. A kutatási módszertan egy bibliográfiai elemzés, melynek célja, hogy beazonosítsa a témával kapcsolatos kutatásokban használt kulcsszavakat, ezek hogyan változtak az elmúlt években, és milyen új kutatási területekre lehet javaslatot tenni. A tanulmány fontos megállapítása, hogy a reziliencia vizsgálata különösen fontos a banki és tőzsdai kereskedésben, és a téma népszerűsége a válságok hatására jelentősen növekszik.*

**Kulcsszavak:** reziliencia, kutatás, gazdaság, válságok hatása

## Introduction

In the wake of the pandemic that broke out in 2020, resilience has become a key concept in economic studies. This paper explores the meaning of the concept, using the methodology of bibliographic analysis to present key constituents, research and analytical trends, and their interrelations. The aim of the study

<sup>1</sup> The study was supported by the Demjén Sándor Foundation. The grant was awarded to Szilárd Hegedűs.

is therefore to give guidance to researchers on the subject as to which sources should be examined and referenced, and in what time frame.

## Literary background

The word resilience originates from Latin, with the dictionary meaning of 'resilience'. The term was first used in the natural and medical sciences, and I would like to highlight its psychological meaning: the ability to reorganise oneself after a severe crisis.

The concept is therefore not only applicable in economics but also in psychology, health, engineering, and infrastructure. The most widely used Oxford definition is 'the ability to recover quickly from adversity', so at the most basic level, resilience is the ability to withstand negative effects (Rutter 1993; Coutu 2002; Danes et al. 2009; Folke et al. 2010; Avery and Bergsteiner 2011; Amarapurkar et al. 2009; Cheema-Fox et al. 2020)

Hence, shock tolerance as resilience can be translated appropriately. The interpretation of the concept is highly dependent on the domain; it can be interpreted from a multidimensional perspective, but for the time being, there is no consistent view on its measurability (Herbane, 2016; Francis - Bekera, 2014; Annarelli - Nonino, 2016, Bhamra, 2011).

The use of resilience in the business literature goes back to the work of Staw et al. (1981) and Meyer (1982). Both authors rely on the mechanisms of variation, selection, and retention, the basic theory of which was proposed by Campbell (1965).

The concept of resilience in the economic, including financial, context was analysed by Moench in 2009, who interpreted resilience as hard or soft resilience. In his interpretation, a given system is designed to behave within a certain range under normal conditions. When there is some kind of perturbation, resilience is the ability of a system to reduce the magnitude of deviation as effectively as possible and restore the previous level of performance (Proag, 2014). Many definitions overlap with other concepts, including robustness, fault tolerance, resilience, survivability, flexibility, and agility.

The following formula provides a guide to how resilience can be measured: output during shocks divided by the output in normal conditions, i.e., pre-crisis levels.

Previous studies have defined resilience mainly in economic terms, making it difficult to identify the dividing line between the two (Bruneau et al. 2003, Rose, 2005). In his 2007 study, Rose asserts that in some cases, it is not possible to restore the economic system to its initial state or to an appropriate level. In such instances, it is necessary to create a new system. The formula is a rather simple but practical model of the decision to renew the system or to build a new system. It is represented by the formula  $(Y-X)/Y$ , where X is the cost of restoring the system and Y is the cost of setting up a new system. In this context, if the result is negative, it makes more sense to rebuild the system, while if the result is close to 50%, it makes more sense to restore the system.

From an organisational perspective, it is the set of organisational capabilities and routines that are required to adapt to the external environment (Feldman 2000; Stadler et al 2013; Wang et al 2020; Helfat and Karim 2014). Organisational resilience can be conceptualised broadly into three categories: (1) resilience as an outcome, (2) resilience as a process, and (3) resilience capabilities (Bullough et al, 2013;2014; Duchek,2020; Belitzki et al, 2022).

## Material and methodology

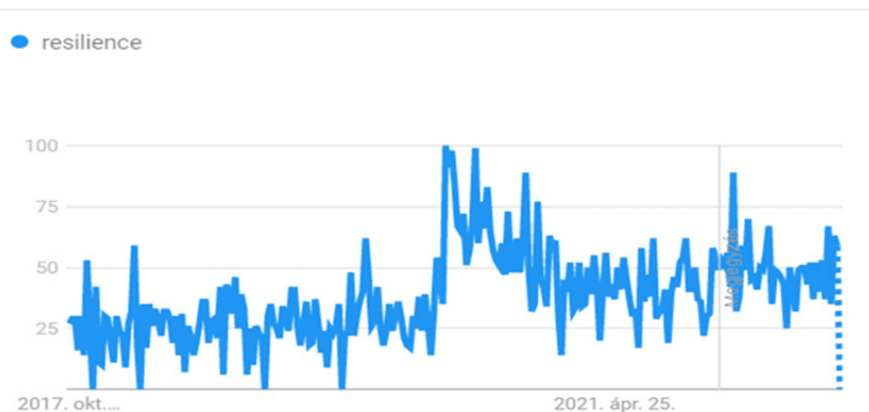
I used a systematic literature analysis methodology for the research. I examined the frequency with which the issue of resilience was evaluated and published in two major databases: Google and the Web of Science. For Google, I examined Google Trends and Google Scholar in relation to resilience.

In addition, I examined the number of publications, their evolution over time, and the share of the subject area using Web of Science VoSViewer. I have also examined the areas with which the concept of resilience is closely associated.

The aim of the study is therefore to evaluate the business application of the concept of resilience in the economic, business, and financial contexts.

## Results

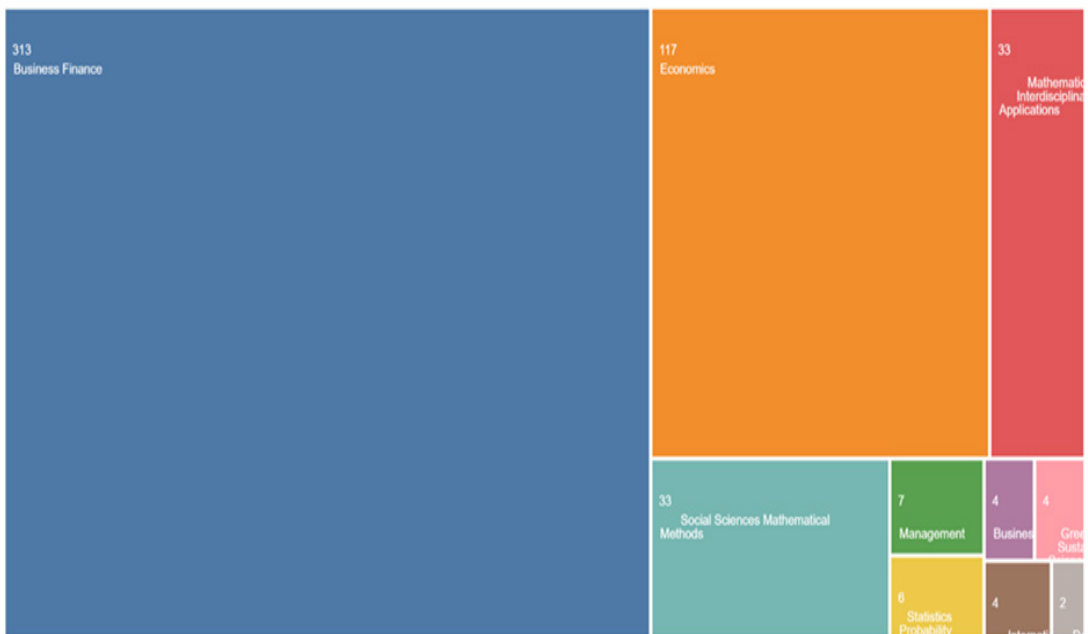
Since 2004, Google Trends has been analysing the relative frequency of searches for the search term entered. The highest search for *resilience*, or its most accurate Hungarian counterpart, dates to June 2005, but this does not seem to be justified by any macroeconomic or microeconomic developments, given that Hungary joined the European Union.



**Figure 1.** Number of searches for the English equivalent of the word resilience from October 2017 to October 2022. *Source: Google Trends*

It is also surprising that the highest number of searches for *resilience* in Hungary was exactly one year earlier, in July 2004. From 2010 onwards, searches stopped, and a new search for *resilience* was observed in June 2019, so the pandemic had little impact on the number of searches.

Globally, Singapore, New Zealand, and Australia have had the highest interest in the topic since 2004, with related searches even more financially related to the keywords *resilience meaning*, *resilience fund*, and *resilience capital*. On Google Scholar, there were a total of 623 hits for the English equivalent of the word *resilience*, but not all of these were financial resilience, economically speaking. At the time of the manuscript's closure, the first publication was attributed to Virendra Proag, but a more thorough literature search reveals a deeper, different use of sources.



**Figure 2. Studies on resilience in the WoS.**

Source: WoS

The Web of Science for risk management, economic theories, sustainability, management yielded 5750 hits (<https://www.webofscience.com/wos/woscc/summary/b1c435ae-82ab-4f17-95cb-4fa764608a2c-55f328ab/relevance/1>). If we narrow the search to the business/finance area, the analysis reveals 313 hits (<https://www.webofscience.com/wos/woscc/summary/da9b67b1-6d90-4624-898a-7f96891bd000-55f33c3c/relevance/1>)

In the temporal dimension, we can see that crisis situations affect the search for *resilience*, with the number of searches increasing in 2008, rising above 10 for the first time in 2013. The topic received a new boost in 2017 with an average of 30 articles per year on the international scene, and the most recent upswing is from 2021, when 61 publications were published, almost double as a year earlier.

Of the 313 articles, there were 3410 references to date (3337 without self-citations), of which 1374 references were also in the field of Business Finance, according to Table 1.

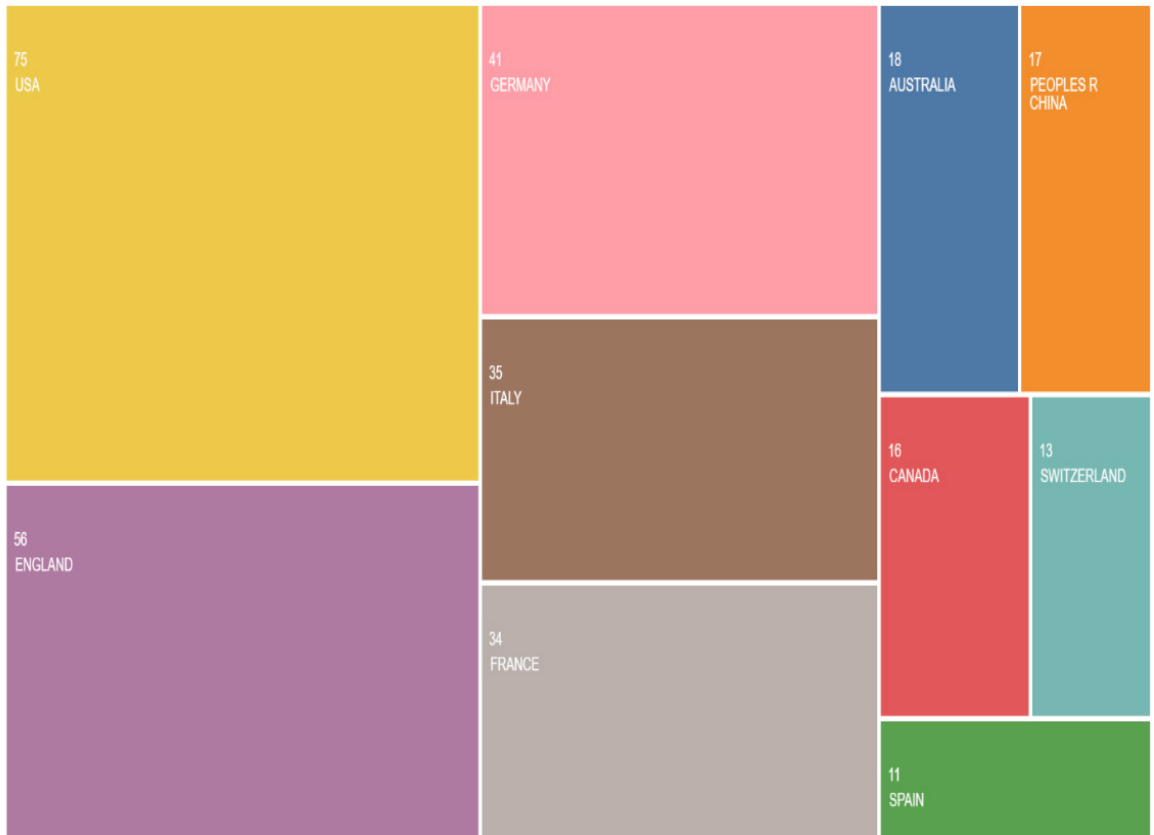
Area of references	Area of references Distribution	Distribution in %
Business Finance	1,374	42.329%
Economics	1,199	36.938%
Business	361	11.121%
Management	358	11.029%
Mathematics Interdisciplinary Applications	183	5.638%
Social Sciences Mathematical Methods	163	5.022%
Environmental Studies	144	4.436%
Environmental Sciences	142	4.375%
Green Sustainable Science Technology	123	3.789%
Operations Research Management Science	82	2.526%
Statistics Probability	59	1.818%
Multidisciplinary Sciences	57	1.756%
Mathematics Applied	53	1.633%
International Relations	43	1.325%
Physics Multidisciplinary	37	1.140%
Social Sciences Interdisciplinary	32	0.986%
Development Studies	26	0.801%
Political Science	26	0.801%
Automation Control Systems	24	0.739%
Ethics	22	0.678%
Public Administration	22	0.678%
Computer Science Artificial Intelligence	20	0.616%
Hospitality Leisure Sport Tourism	20	0.616%
Engineering Multidisciplinary	19	0.585%
Energy Fuels	18	0.555%

**Table 1. Presentation of the sectors covered**

Source: WoS (2022)

The most cited study is Albertazzi and Gambacotta's 2009 study on banking, which is mainly the most researched topic in the field. The most prolific authors with four publications each are the following:

- Alfonsi, Aurelien
- Urusov, Mikhail
- Schied, Alexander
- Fruth, Antje



**Figure 3. Distribution of studies by region.**

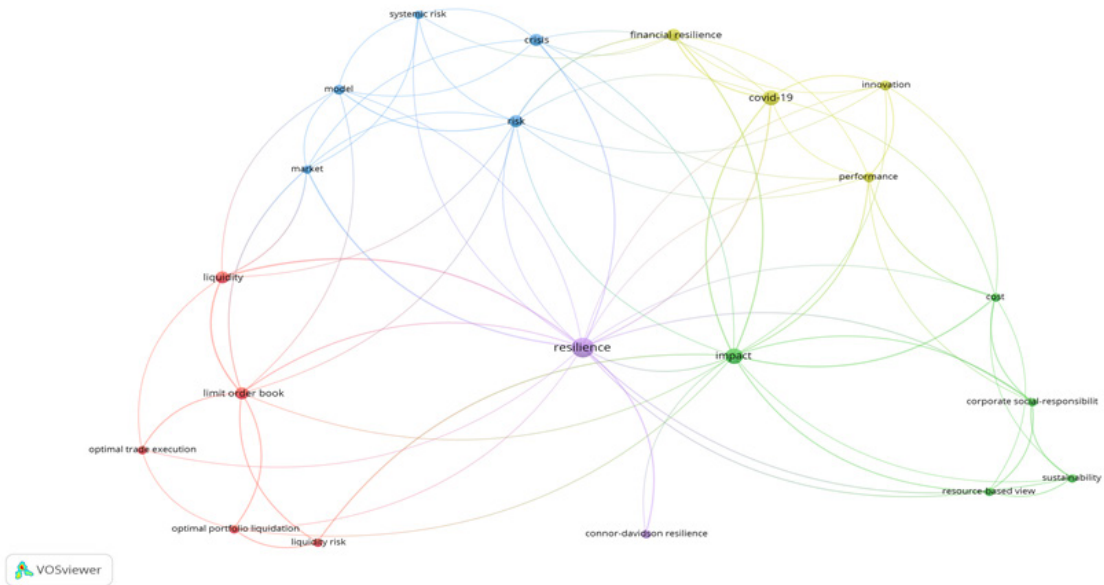
*Source: WoS*

The USA (24%) and the UK (18%) lead in terms of the origin of articles. It can be noted that there are no Hungarian publications on resilience in the WoS system for this subject area.

<b>Keyword</b>	<b>incidence</b>	<b>Connection strength</b>
resilience	16	33
impact	10	26
limit order book	6	16
covid-19	9	15
risk	6	14
financial resilience	6	13
cost	3	12
liquidity	6	12
performance	4	12
corporate social responsibility	3	
market	3	11
crisis	6	9
innovation	4	9
resource-based view	3	9
model	4	8
sustainability	3	8
optimal portfolio liquidation	3	7
liquid risk	3	6
systemic risk	3	6
optimal trade execution	3	5

**Table 2. Distribution of WoS studies by keyword***Source: WoS (2022)*

WoS reports which keywords are entered by authors in their research. It can be seen that indicators, key performance indicators, and performance-related actors do not occur in large numbers. However, the use of concepts related to liquidity and liquidity risk is important. A lower number of concepts related to sustainability and social responsibility are used. Another dominant segment is the search related to the trading of financial instruments. Surprisingly, the strength of terms related to the crisis is not significant.



**Figure 4. Relationships between keywords in searches.**

Source: VoSviewer

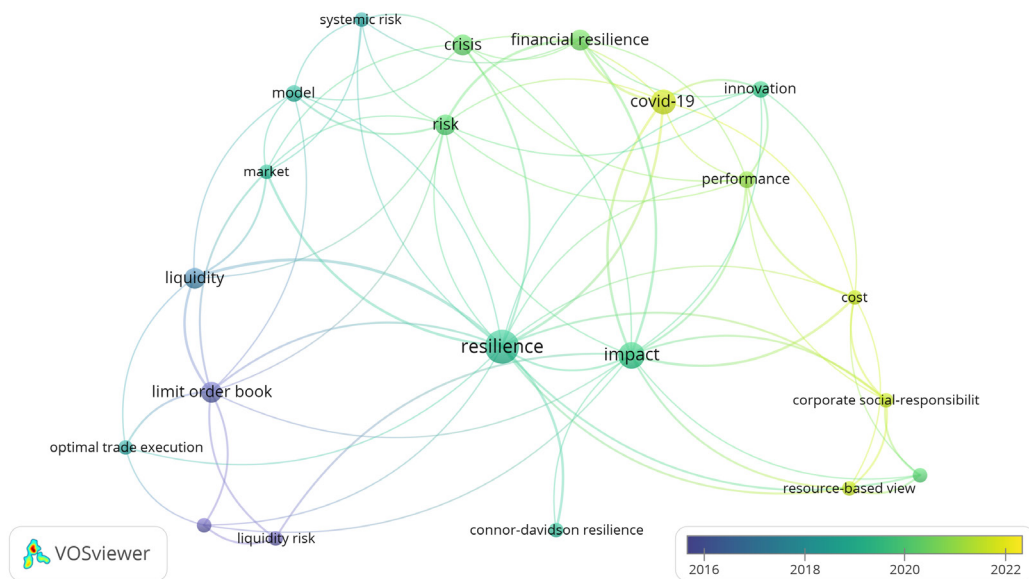
The correlation between studies is illustrated in Figure 4. Based on VoSviewer, it can be divided into four distinct clusters, which are:

- red: liquidity theme; Blue: risk and crisis;
- yellow: Covid, financial resilience, and innovation;
- green: sustainability, cost, and CSR;
- blue: banking risk and modelling.

In the analysis of the clusters, it can be seen that liquidity risk mainly includes studies related to the trading of financial instruments. In this context, mainly stock market analyses are presented. The clusters marked in yellow and green show the strategies used to recover from the crisis, which were mainly published in the context of Covid. These studies assess the recovery from the crisis in the wake of the covid pandemic by assessing activities related to



product development, the shift towards sustainability and social responsibility, and linking higher resilience to the application of these concepts. The articles in blue focus on and analyse studies related to banking operations, banking risk management. In this context, the focus is on enhancing the resilience of banking operations.



**Figure 5. Correlations between keywords in searches 2016-2022.**

*Source: based on WoS data*

In 2016, it was more related to liquidity and trading financial instruments, then risk and crisis entered the picture and model building became more dominant. From 2021 onwards, Covid, cost, and CSR are more related to resilience, as seen in Figure 5. This therefore shows the effects of the crisis, confirming the hypothesis that crises have a significant impact on resilience research, while in times of peace, this topic is less in the focus of academic research.

We should also mention references. The two most cited authors are David J. Emerson (3 publications, 42 citations) and Kenneth J. Smith (3 publications, 42 citations from this group). They are ranked first in terms of citation weight. If we consider the total number of publications, Alexander Schied (3 publications, 212 references), Aureline Alfonsi (2 publications, 194 references), Atnje Fruth (2 publications, 163 references), as well as Amin Hamed, Cont Rama, and Minca Andreea have 1 publication and 113 references, forming a community of authors.

## Conclusions

The research has demonstrated that the conceptual scope of *resilience* is gaining ground in business and economics research. The research areas are mainly banking, and trading, as well as management, innovation, and social responsibility. However, it can be seen that the focus of studies can change rapidly from trading to the management aspects of explaining resilience. Surprisingly, macroeconomic and public finance issues do not appear at the centre of analysis. However, research on the financial, controlling, and financing aspects of business, especially for SMEs, is significantly lacking in empirical and theoretical research.

## References

- Annarelli, A., & Nonino, F. (2016). Strategic and operational management of organizational resilience: Current state of research and future directions. *Omega*, 62, 1–18.
- Avery, G.C. and Bergsteiner, H., (2011). Sustainable leadership practices for enhancing business resilience and performance. *Strategy & Leadership*, 39(3), pp. 5–15.
- Balugani, E., Butturi, M. A., Chevers, D., Parker, D., & Rimini, B. (2020). Empirical evaluation of the impact of resilience and sustainability on firms' performance. *Sustainability*, 12(5), 1742. <https://doi.org/10.3390/su12051742>
- Bhamra, R., Dani, S., & Burnard, K. (2011). Resilience: the concept, a literature review and future directions. *International journal of production research*, 49(18), 5375–5393.
- Belitski, M., Guenther, C., Kritikos, A. S., & Thurik, R. (2022). Economic effects of the COVID-19 pandemic on entrepreneurship and small businesses. *Small Business Economics*, 58(2), 593–609.
- Bruneau, M., Chang, S. E., Eguchi, R. T., Lee, G. C., O'Rourke, T. D., Reinhorn, A. M., ... & Von Winterfeldt, D. (2003). A framework to quantitatively assess and enhance the seismic resilience of communities. *Earthquake spectra*, 19(4), 733–752.
- Bullough, A., & Renko, M. (2013). Entrepreneurial resilience during challenging times. *Business Horizons*, 56(3), 343–350
- Bullough, A., Renko, M., & Myatt, T. (2014). Danger zone: The importance of resilience and self-efficacy for entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 38(3), 473–499.
- Campbell, D.T. (1965). Variation and selective retention in socio-cultural evolution, in Barringer, H.R., Blanksten, G.I. & Mack, R.W. (Eds.): *Social Change in Developing Areas: A Reinterpretation of Evolutionary Theory*. Cheema-Fox, A., LaPerla, B. R., Serafeim, G., & Wang, H. (2020). Corporate resilience and response during COVID-19.
- Coutu, D.L., (2002). How resilience works. *Harvard Business Review*, 80(5), 46–56.
- Danes, S.M., Lee, J., Amarapurkar, S., Stafford, K., Haynes, G. and Brewton, K.E., (2009). Determinants of family business resilience after a natural disaster by gender of business owner. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 14(04), 333–354.

- Duchek, S. (2020). Organizational resilience: A capability-based conceptualization. *Business Research*, 13(1), 215–246.
- Feldman, M.S., (2000). Organizational routines as a source of continuous change. *Organization Science*, 11(6), 611–629.
- Folke, C., Carpenter, S.R., Walker, B., Scheffer, M., Chapin, T. and Rockström, J., (2010). Resilience thinking: integrating resilience, adaptability and transformability. *Ecology and society*, 15(4).
- Francis, R., & Bekera, B. (2014). A metric and frameworks for resilience analysis of engineered and infrastructure systems. *Reliability engineering & system safety*, 121, 90–103.
- Helfat, C.E. and Karim, S., (2014). Fit between organization design and organizational routines. *Journal of Organization Design*, 3(2).
- Herbane, B. (2016). A Business Continuity Perspective on Organisational Resilience. In *IRGC Resource Guide on Resilience*; Florin, M.-V., Linkov, I., Eds.; EPFL International Risk Governance Center (IRGC): Lausanne, Switzerland, 2016; Volume 1.
- Hosseini, S.; Barker, K.; Ramirez-Marquez, J.E. (2016). A review of definitions and measures of system resilience. *Reliab. Eng. Syst. Saf.* 2016, 145. Meyer, A. D. (1982). Adapting to environmental jolts. *Administrative Science Quarterly*, 27(4), 515–537.
- Moench, M. (2009) “Adapting to Climate Change and the Risks associated with Other Natural Hazards: Methods for Moving from Concepts to Action” in *The Earthscan Reader on Adaptation to Climate Change*, 249–280, Earthscan, London.
- Proag, V. (2014). Assessing and measuring resilience. *Procedia Economics and Finance*, 18, 222–229.
- Rose, A., Liao, S.-Y. (2005): Modeling Regional Economic Resilience to Disasters: A Computable General Equilibrium Analysis of Water Service Disruptions. *Journal of Regional Science* 45(1), 75–112. Rose, A. (2007): Economic Resilience to Natural and Man-Made Disasters; Multidisciplinary Origins and Contextual Dimensions. *Environmental Hazards* 7(4), 383–398.
- Rutter, M., (1993). Resilience: some conceptual considerations. *Journal of adolescent health* 14(8), 626–631.
- Staw, B. M., Sandelands, L. E., & Dutton, J. E. (1981). Threat rigidity effects in organizational behavior: A multilevel analysis. *Administrative Science Quarterly*, 26, 501–524.
- Wang, T., Aggarwal, V. A., & Wu, B. (2020). Capability interactions and adaptation to demand-side change. *Strategic Management Journal*, 41(9), 1595–1627.
- Stadler, C., Helfat, C.E. and Verona, G., (2013). The impact of dynamic capabilities on resource access and development. *Organization Science*, 24(6), 1782–1804. *Omega* 2016, 62, 1–18.

# **BEREZNAY ANDRÁS:**

## **A CIGÁNYSÁG TÖRTÉNETÉNEK ATLASZA**

*TÉRKÉPEZETT ROMA TÖRTÉNELEM. MÉRI RATIO KIADÓ,  
BUDAPEST, 2018, P. 123.*

---

### **Papp-Váry Árpád**

A könyv előszavát Balog Zoltán, az emberi erőforrások minisztere írta. Hangoztatta, Magyarország 2012-ben elsőként döntött Európában úgy, hogy a cigány kultúrát és történelmet külön tananyagként beemelte a nemzeti alaptantervbe. Szintén elsőként alkotta meg a Nemzeti Társadalmi Felzárkóztatási Stratégiát, mely abból indult ki, hogy mindenkinek, így a cigányságnak is éreznie kell, hogy a nemzeti közösség tagja. Cél a cigány közösségek társadalmi és gazdasági felzárkóztatása. Az atlasz segítséget nyújt ahhoz, hogy úgy tekintsünk a magyar roma-cigány népekre, mint akik évszázadok óta részei történelmünknek és kultúránknak.

A bevezető hangsúlyozza, a cigány nép történelmének térképre vitele nem volt kézenfekvő, mert a múltban csak hasonló sorsú, egymással sokszor kapcsolatot sem tartó cigány csoportok egyidejű létezéséről beszélhetünk. A cigányságnak saját állama sosem volt, és ma sincs, de különböző országokban élnek, és ezek valamilyen módon hatottak életükre. A változó élettereket 52 térkép szemlélteti az atlaszban.

Az indoárja népek Közép-Ázsia felől jöve i. e. 4000 körül foglalták el India északnyugati területeit. A cigány nyelv különböző változatai az indoárja nyelvcsaládba tartoznak, így feltehető az indiai eredet. A cigányok, legalábbis a nyelvük indiai eredetének a kimondásához az vezetett, hogy egy magyar embernek Hollandiában szingaléz beszédet hallva, feltűnt annak hasonlósága az otthonról ismert cigány beszéddel. Több szót lejegyzett, és hazatérve átadta szepességi lelkipásztorának, Augustini Hortis Samuelnek, aki 1776-ban egy bécsi lapban közzétette a cigányok indiaiakkal való rokonságát.

A IX. században az Indus völgyéből megindult a cigányság vándorlása nyugat felé, részben a kínai Selyemúton. A hídfő Európában Bizánc volt. Az első beszámoló itteni jelenlétükről 1068-ból való. A XIV. század elején már Tráciában voltak Philippolis (ma Plovdiv) környékén. A XIII–XIV. század fordulóján többfelé elterjedtek a Balkán-félszigeten. Egyes csoportjaik felvették a muszlim vallást, muzulmánokká lettek. Egy magyar példa igazolja ezt. 1395-ben Kisnikápolynál, a Duna partján a muzulmánoknak tért cigányok egy csoportját újrakeresztelték Zsigmond magyar király színe előtt. Később balkáni vándorlá-

saik során a cigányok előnyben részesítették a Velencei Köztársaság birtokában lévő területeket (Ragusa, Korfu). Ezt a megállapítást esetleg csak az igazolja, hogy ezeken a területeken több feljegyzés maradt fenn jelenlétükről, mint a félsziget belső részein. A Balkán-félszigeten délről északra vándorló román egységek részmunkásokként (kovácsokként), majd később rabszolgaként magukkal vitték a cigányságot a Dunától északra kialakuló Havasalföld és Moldva területére.

A cigányok a XV. században az Adriai-tengeren átkelve Itálián keresztül vándoroltak északra, illetve Magyarországot kikerülve Moldvából indulva Lengyelországon át mentek a Német-római Birodalomba. Ezek az utak céltudatosan választottak voltak a vonzónak ígérkező tájakra, amelyekről előzetes ismereteik lehettek. Lengyelországban 1501-ből fennmaradt egy hazánkat is érintő hír, e szerint katonai felszerelések készítésében jártas cigánycsoport érkezett oda Pécsről.

A vándorló cigányokat kezdetben mindenütt nagyon szívesen fogadták. A XV. század közepétől szaporodó jelek mutatják, hogy a cigányok kezdeti szíves fogadása megszűnt. Az egyes városokhoz érkező cigányoknak már nem üdvözlésként adtak adományokat, hanem azért, hogy továbbmenjenek. Később már adomány nélkül küldték őket tovább. Egyre több panasz jelenik meg róluk. A leggyakoribb két panasztípus, hogy lopnak és kijelölt szállásaikat takarítást kívánó módon hagyják el. Szaporodtak a területekre való belépést tiltó rendeletek és az azt megszegő esetben kiűzésük előírása is.

Magyarországon a cigányok a XIV–XV. század fordulója közeli, déli határ menti felbukkanásairól vannak feljegyzések, de ezektől eltekintve, az országban évtizedekig nem történik róluk említés, csak a század végétől válik folyamatossá a hírközlés róluk. Az atlasz nem ad választ arra a kérdésre, miért kerülték el hazánkat évtizedekig a vándorló cigány népcsoportok, miközben fokozatosan egész Európát bejárták. A török kiűzése után az elnéptelenedett területekre nagy számban vándoroltak a cigányok. A hatóságok a vándorlóknak a letelepültek számára elfogadhatatlan kihágásait próbálták keretek közé szorítani. Mária Terézia több törvénye is foglalkozott a cigánykérdéssel. Eltörölte a cigány szó használatát, javasolta letelepítésüket, tiltotta a lótartást, előírta, hogy a cigányok úgy öltözzenek, mint a körülöttük élők, a gyerekek ne legyenek meztelenek, ha mégis, akkor verni kell a szülőket, a gyerekek tanuljanak szakmát, saját nyelv használata tilos és megtiltotta az oláh cigányok hazánkba jövetelét. A királynő előírása szerint a cigányság feletti joghatóság a falu bírása.

A zenélés a cigányok jellemző sajátossága. A cigányok zenéléséről az első közlés a XV. század közepéről való Ragusából. A század végéről való az a hír, hogy a cigányzenészek a magyar királyné szórakoztatásához is hozzájárultak. A cigány zenélés hazánkban csak a XVIII. század közepén vált a szórakozást is igénylő magán- és közösségi események részévé. Esterházy gróf 1755-ben kiváltságos udvari zenésznek nevezett ki öt cigány művészt. A magyar zenei előadók bejárták a kontinenst, az uralkodónak is játszottak, például az 1814. évi Bécsi Kongresszuson. Egy átfogó Európa-térkép szemlélteti a cigányok térhódítását. 1050-ben Konstantinápolyból kiindulva először meghódították

Nyugat-Európát, majd keletet. Moszkvából az első híradás 1660-ból van. Az Ural-hegységet 1721-ben lépték át, és Szibériába is elkerültek. Ez azt jelenti, hét évszázad alatt terjedtek el a kontinensen.

A szerző megkísérelte a XIX. század második felének első szakaszában bemutatni a cigányság számbeli erejét Európában. A kép nem pontos, nem minden részlete megbízható, mégis érzékelteti a cigányság viszonylagos súlyát, területi megoszlását. A térkép Magyarország területén 150 ezer cigány jelenlétét mutatja. Ennél nagyobb számot, 263 ezer, csak Romániánál jelez. A Dunáig terjedő Oszmán Birodalomra nem ismer adatot.

1873-ban Magyarországon nem elég alaposan előkészített cigány-népszámlálást tartottak. A főváros nem vett részt ebben. A felmérés 214 ezer cigányt talált az országban. 1893-ban gondos felmérés készült a cigányokról azzal a céllal, hogy ez alapul szolgálhasson integrációjuk elősegítéséhez. A felmérés 280 ezer cigányt mutatott az országban Horvát-Szlavónország nélkül. Ez a szám a lakosság 1,8 százaléka volt. A felmérés szerint a cigányok 52,16 százaléka nem tudott romaniul. A kereszténységnek azt az ágát követték, amit a környezetükben élő nem cigányok követtek. Többségük letelepült életet élt, csak 9 ezer volt állandó jelleggel vándorló, a maradék félig letelepült volt. Az ország 12 693 településének a 40 százalékában a cigányok és a nem cigányok keverten éltek. 6 százaléknál népesebb cigányság csak Erdély több vármegyéjében volt. 10 százaléknál nagyobb cigány népességet csak Nagy-Küküllő vármegye területén és Szeben vármegye egy részénél számláltak.

Az országos adatfelvétel előtt József főherceg 1891-ben három, egymáshoz közeli cigány települést alapított. Ezek Alcsút, Hatvan-puszta, Göböljárás-puszta. Az alapítás egyik célja a gyerekek oktatásának a segítése volt. A településalapítások nem bizonyultak tartósak.

Az utolsó térkép egy világtérképen szemlélteti azokat az országokat, ahol a Nemzetközi Romani Unió tagjaként működik tagszervezet. India – felismerve, hogy az országukból indult a cigányok vándorlása – segíti a cigány egység törekvéseket, és 1976 óta rendszeresen fesztivált és konferenciát szervez a cigányok számára Chandigarhban.

Az atlaszt, ha kinyitjuk, a bal oldalon az adott téma leírását olvashatjuk, a jobb oldalon van a térkép. A leírások a térképen ábrázolt jelenség háttérét mutatják be, a konkrét térbeli eseményeket a térképek mutatják, újszerű térképi ábrázolási módot alkalmazva. Azokat az országokat, amelyek területéről valamilyen cigányokról szóló forrást talált a szerző, felületi színek mutatják, például a Velencei Köztársaság c. 1480 (a terület első cigányellenes törvénye). A területen belül jel mutatja azokat a településeket, ahol valamilyen esemény történt, mellette rövid leírás olvasható, miért került ábrázolásra a település. Például Bourges 6-7 lopással vádolt cigány korbácsolása (1546), Lócse gyújtogatással vádolt csoportpere (1534), Buda a királynét szórakoztató zenészeknek a király általi jutalmazása (1525). A jelenségek térbeli elterjedéséről a kísérőszöveg nem ír, azok elképzelését, gondolati megformálását az olvasókra bízta. Reméljük, hogy ezt az ábrázolási módot a különleges téma, feltehetően a kevés, egyenetlen eloszlású forrás megléte kényszerítette ki, és nem válik általános mintává a történelmi atlaszok készítésénél.

# A JOGI SZAKNYELV ÉRTHETŐSÉGÉNEK ÜZLETI ÉS MAGÁNJOGI DIMENZIÓI A SZTENDERDIZÁLT DIGITÁLIS MEGÁLLAPODÁSOK KORÁBAN

---

Németh Gabriella

**Absztrakt:** A jogi szaknyelv, az internetes kommunikáció, a szerződéses akarat és az elektronikus és akár sablonizált szerződéskötés jellemzői összefüggésben állnak a jog érthetőségének kérdésével. A tradicionálisan készülő jogi (szaknyelvi) tartalmak még nem a digitális térben készülnek, azokat nem algoritmus vagy automata megoldás állítja össze, hanem alapvetően emberi, tipikusan jogászai közreműködéssel jönnek létre és bonyolult, megszerkesztett, szaknyelvi jellemzőkkel bírnak. De gyakran elérhetők az interneten is, mivel azokat interaktív weboldalra vagy platformra feltöltik (pl. webshop ÁSZF), miközben a virtuális térben a résztvevők már sokkal könnyedebb, lazább szövegstílussal találkoznak. A megértés jelentősége elsődleges a magánjogban, az üzleti jogban, különösen a szerződések jogában. A meg nem értett jogi szaknyelvi tartalom nem éri el azt a hatást, amelyhez közérdek és üzleti magánérdek egyaránt fűződik. Az infokommunikációs hatások, az elektronizált kommunikáció és a jogi szaknyelv együttesen további kihívások elé állíthatják a magánjogot, különös tekintettel az elektronikus szerződéskötés során felmerülő és a megértés akadályozását vagy akár megghiúsítását okozó körülményekre.

**Kulcsszavak:** elektronikus szerződéskötés; jogi szaknyelv; közérthető jog; szerződéses akarat; jogbiztonság; általános szerződési feltételek.

**Abstract:** Legal terminology, online communication, contract intent and the characteristics of electronic or template-based contracting are closely connected to the issue of legal clarity. Traditionally produced legal (specialized) content is not created in the digital space, it is not compiled by algorithms or automated solutions, but is always the result of human activity, more specifically of the input of legal experts, and is characterised by complex, well-formed, technical linguistic features. Such texts, however, are also often available online, as they are uploaded to interactive websites or platforms (such as the standard contractual clauses of online shops), while the participants in the virtual space encounter much lighter, more casual text styles. The importance of understanding legal texts is paramount in private law, business law, and especially in contract law. Legal texts that are not understood will not achieve their effect from the point of view

*of either the public or the private business interest. The combined effects of information communications, of electronic communication, and of legal terminology may pose further challenges to private law, in particular with regard to the circumstances that arise during the electronic contracting process, circumstances that may hinder or even obstruct understanding.*

**Keywords:** *e-contracting; legal terminology; accessible law; contract intent; legal security; standard contractual clauses*

## A jogi és üzleti írásbeliség digitalizációs kihívása

A 21. század technológiai kihívásai között rangos helyet foglal el a digitális eszközöket használó nagyközönség szövegírási, szövegolvasási, és ebből fakadóan szövegértési szokásainak átalakulása. A számítógépes nyelvészet évtizedek óta foglalkozik a természetes nyelvű szövegek számítógépes feldolgozásával (Prószéky, 2017). A számítógépen emberek által folytatott kommunikáció alapvetően írásos megjelenésű, mégis jobban hasonlít a beszédkommunikációhoz (írott-beszélt nyelv) (Herring, 1996, 3.). Bár a jogszabályok nyelvezete szigorúbb követelményeknek van alávetve, mint a jogalkalmazás nyelve, de a jogi szaknyelv közlésmódját, szövegszerkesztését a jog belső szerkezete, logikája is irányítja (Karcsey, 1981, 334.). Első pillantásra talán azt lehetnének, hogy az írott-beszélt elektronikus nyelv kialakulása és az ezzel összefüggő jelenségek vizsgálata nem is kell hogy a jogtudomány vagy az üzleti tudományok fókuszában legyen. Ugyanakkor, ha a digitális térben megváltozó kommunikációs (közlési, olvasási, megértési) szokások miatt szükségessé válna a jelenleg még tradicionálisan készülő üzleti jogi szövegek, jogi tartalmak vagy dokumentumok – amelyek egyáltalán nem hasonlítanak az írott-beszélt nyelvhez – érthetőségének alaposabb elemzése, akkor az üzleti tudományokban vagy a jogtudományban a digitális korszak által kikényszerített szükségszerűségről beszélhetünk.

E tanulmányban áttekintésre kerül, hogy az infokommunikációs hatások, az elektronizált kommunikáció és a jogi szaknyelv specialitásai együttesen milyen további kihívások elé állíthatják az üzleti jogot, a magánjogot, a szerződéses akarat érvényesülését, különös tekintettel az elektronikus szerződéskötés során felmerülő és a megértés akadályozását, nehezítését vagy akár megghiúsítását okozó körülményekre és azok következményeire.

## A szerződéses akarat és az elektronikus szerződéskötés

A kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszköztől (2008. évi XLVII. törvény



a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról, 2. § e) pont). Ennek során gyakran történik jogi közlés is, amely megvalósulhat az online piacon, tehát számítógép igénybevételével. Az online piac a kereskedő által vagy a kereskedő nevében működtetett szoftvert, többek között weboldalt, valamely weboldal egy részét vagy valamely alkalmazást használ, és amelynek révén a fogyasztók távollevők közötti szerződést köthetnek más kereskedőkkel vagy fogyasztókkal (2008. évi XLVII. törvény 2. § k) pont). A szerző tradicionálisan készülő jogi szövegnek tekinti azokat az üzleti vagy jogi dokumentumokat – szerződést, általános üzleti vagy szerződési feltételeket (ÁSZF), fogyasztói tájékoztatót, végzést, határozatot, megállapodást stb. –, amelyeket ügyvédi irodák, jogtanácsosok, hatósági ügyintézők vagy a minisztériumok szakjogászai készítenek az eddig ismert szakmai és nyelvtani szokások alkalmazásával, azaz nem az írott-beszélt nyelven, és amely jogi közlés tárgyát képezheti. E jogi tartalmak – egyelőre még – nem közvetlenül a digitális térben készülnek, hanem alapvetően emberi, tipikusan, de nem kizárólag jogászai közreműködéssel jönnek létre. Ugyanakkor napjainkban a jogászok a tartalmakat általában számítógépen készítik (pl. szövegszerkesztő programban), de még a hagyományos szerkesztési, nyelvtani és jogi szaknyelvi szabályok figyelembevételével. Ezek gyakran fellelhetővé válnak az interneten is, azután, hogy azokat az alkalmazás céljából akár ingyenesen igénybe vehető interaktív weboldalra vagy platformra feltöltötték (pl. webshop ÁSZF vagy letölthető eljáráskezdeményező kérelem-nyomtatvány stb), közzéteszik, így teszik elérhetővé böngésző vagy más alkalmazás használatával. Az automatizáció korában releváns megoldás a sablonizált és leprogramozott folyamatok támogatása, akár a szerződéskötésben vagy az online marketingben. Az általános szerződési feltételekkel (a továbbiakban: ÁSZF) történő blankettásított szerződéskötés mára az interaktív weblapokon történő elektronikus kereskedés alapvető kellékévé vált. Online szerződés nélkül nincs elektronikus adásvétel, ahogyan online marketing nélkül sincs elektronikus értékesítés.

A hagyományos, írott szövegekkel ellentétben – mint amilyen egy üzleti jogi szaknyelvi tartalom – az internetes szövegekre a szabályozottság, a normativitás és a szerkesztettség magasabb szintje már kevésbé jellemző (Bódi, 2004, 287.). A vizsgált nyelvészeti szemszögből az átalakulásoknak hatása lehet a jogi szaknyelvi tartalmak viselkedésére, így különösen azok érthetőségére és érvényesülésére is a digitális térben. A megértés jelentősége elsődleges az üzletben és a gazdasági jogban, nemcsak a szerződések jogában, hanem általában a magánjogi nyilatkozatok tekintetében. A meg nem értett üzleti vagy jogi szaknyelvi tartalom ugyanis nem érheti el azt a hatást, amelyhez közérdek és magánérdek egyaránt fűződhet, például a jogszabály önkéntes követésének kívánalma, vagy a gazdasági ügyletet tartalmazó szerződés önkéntes teljesítéséhez fűződő érdek. Mindkettő a jogállami működést támogató feltétel, amely a jogbiztonság alapja.

A szerződés kötelelem, kötelezettség a szolgáltatás teljesítésére és jogosultság a szolgáltatás teljesítésének követelésére (2013. évi V. törvény a polgári törvénykönyvről – továbbiakban: Ptk. – 6:1. §). Az elektronikus szerződéskötés

során felvetődő nehézségek, kihívások nemcsak a fogyasztói tudatosságot, hanem a jogalkotó figyelmét is igénylik. Egyes új elektronikus gyakorlatokra a meglévő szabályozás elegendő, és ezekre a jogfogyasztói kör is reagált az online alkalmazás során (lásd a beklikkelhető webshop ÁSZF-ek széles körű elterjedését az e-kereskedelemben, vagy 2013 óta az e-szerződéskötés sui generis nevesítését az új Ptk.-ban). 2015 szeptemberében a fogyasztóvédelmi törvény kiegészült az online adásvételi vagy online szolgáltatási szerződés definíciójával, amely alatt olyan adásvételi vagy szolgáltatási szerződést kell érteni, amelynek értelmében a vállalkozás vagy annak közvetítője egy honlapon vagy egyéb elektronikus eszközön keresztül kínál megvételre valamilyen árut vagy kínál igénybevételre valamilyen szolgáltatást, és a fogyasztó az adott honlapon vagy egyéb elektronikus eszközön keresztül rendeli meg az árut vagy szolgáltatást (1997. évi CLV törvény a fogyasztóvédelemről 2. § p) pont). Ugyanakkor bizonyos jogi keretek továbbra sem alkalmasak az innovatív új megoldások magánjogi kezelésére, ilyen például az úgynevezett okosszerződés (smart contract) problematikája, vagy az, hogy az azonosítási problémát nem okozó, azaz valódi személyiséggel létrehozott e-mail-címről indított jognyilatkozatok még mindig nem eredményezhetnek automatikusan írásbeli szerződéskötést. Az elektronikus szerződéskötés magánjogi szabályait ugyanis – az elektronikus úton tett szerződési jognyilatkozat hatályossá válására vonatkozó rendelkezés kivételével – elektronikus levelezés vagy azzal egyenértékű egyéni kommunikációs eszközzel kötött szerződés esetén nem kell alkalmazni (Ptk. 6:85. § (1) bek.).

Az Európai Fogyasztói Központ szerint a gyakorlatban az elektronikus szerződéskötés menete a következő: a fogyasztó a monitor előtt ülve, a vállalkozás internetes áruházában az egérrel kattint, vagy e-mail útján rendeli meg a kiválasztott terméket. A virtuális bevásárlás folyamata a legtöbb esetben magában foglalja a honlapon történő előzetes regisztrációt, a honlap kínálatának áttanulmányozását, a termékek kiválasztását és kosárba helyezését, a kosár tartalmának frissítésének és törlésének lehetőségét, a teljesítési és szállítási feltételek (cím, időpont, egyéb különös feltételek) kiválasztását, valamint a megrendelés elküldését is. A fogyasztó megrendelése után a szolgáltató köteles egy elektronikus visszaigazolást is küldeni arról, hogy megrendeltük a terméket vagy a szolgáltatást.<sup>1</sup> Mindeközben a legtöbb webshopban található online ÁSZF, amelyet a vevők nem olvasnak el, vagy ha elolvassák, nem értik, az értelmezéshez pedig nem kérnek segítséget, mielőtt kifizetik a terméket (Németh, 2019b).

Az üzleti tudományok és a jogtudomány sem nélkülözheti napjainkban az interdiszciplináris szemléletmódot (Németh, 2019a). Az Európai Unió deklarálja (lásd az Európai Parlament 2017. február 16-i állásfoglalását a Bizottságnak szóló ajánlásokkal a robotikára vonatkozó polgári jogi szabályokról

<sup>1</sup> <https://www.magyarfejk.hu/hu/hasznos-tudnivalok/internetes-vasarlas/internetes-vasarlas-fogalma.html> (letöltés: 2022. 10. 31.)

(2015/2103(INL)), hogy többek között a szerződéses feltételekről folytatott tárgyalásra, a szerződések megkötésére és a szerződések teljesítésének és a teljesítés módjának eldöntésére tervezett gépek alkalmazhatatlanná teszik a hagyományos szabályokat, ezért új, hatékony és korszerűbb szabályokra van szükség, amelyek megfelelnek a műszaki fejlődésnek és a piacon már bevált innovációknak. Az üzleti és magánjogi területen ilyenek tekinthető az elektronikus, sablonizált és automatizálható szerződéskötés, vagy a leprogramozott szerződésteljesítés. Az elektronikus szerződéskötés terepe ugyanaz a számítógépes, digitális tér, ahol az írott-beszélt nyelv térhódítása zajlik. Ugyanakkor alapprobléma a jogalkotáshoz, hogy a technológia megjósolhatatlan fejlődése miatt a szabályozási tárgy szükséges karakterjegyei később és gyorsan el is jelentéktelenedhetnek (Klein et al., 2019).

Mára az is bebizonyosodott, hogy a magukat tudatosnak nevező fogyasztók is további fogyasztói jogvédelmet igényelnek, és nem tartanak az automatizáció, illetve robotizáció révén segített és támogatott értékesítéstől, szerződéskötéstől. El tudják képzelni, hogy robot vagy automata az eladó, akivel akár adásvételi szerződést köthetnek (Németh, 2019b). A sablonizált szerződések nemcsak a fogyasztók irányában, de a vállalkozások egymás közötti üzleti viszonyaiban is igen elterjedtek és a szerződéskötés speciális technikáját jelentik, különösen ha azzal a céllal jönnek létre, hogy azt ismétlődő jelleggel egymás után többször is alkalmazzák (akár közjegyzői okiratba illesztve). (Vékás et al., 2014, 1414.). Sablonizált szerződésről beszélhetünk, amennyiben a megállapodás tartalma annyira formalizált, hogy annak átalakítása az eladó és a vevő közötti, klasszikus ajánlat-ellenajánlat-alku-megállapodás lépéseket tartalmazó jogi folyamatban nem módosítható. Azaz nincs mód alkura és a részfeltételek kapcsán egyezkedésre a felek között, amelyet követően végül egyedi tárgyalás eredményeképpen volna megköthető a megállapodás. A szerződések körében az általános szerződési feltételeket tartalmazó szerződések esetében beszélhetünk erről, amelyet az egyik fél egyoldalúan, a másik közreműködése nélkül, a jogszabályi rendelkezések betartása mellett alakít ki, és a szerződéskötésre ennek – akár elektronikus út igénybevételével történő – elfogadásával kerülhet sor. Ez esetben is érvényes, hogy a felek kötelesek a szerződéskötési tárgyalások alatt, a szerződés megkötésénél, fennállása alatt és megszüntetése során együttműködni és tájékoztatni egymást a szerződést érintő lényeges körülményekről (Ptk. 6:62. §). Ugyanakkor a szerződéskötési tárgyalás egy webshop ÁSZF online beklikkelésénél (ún. click wrap megállapodás) nem értelmezhető oly módon, ahogyan egy nem sablonizált megállapodás előkészítése esetében.

A német polgári törvénykönyv kiemeli, hogy a sablonizált szerződés esetében nem számít, hogy a rendelkezések a szerződés külön (külső) részét képezik vagy a szerződési dokumentumban található, milyen a terjedelmük, milyen betűtípussal készítették, és milyen formátumban van maga a

szerveződés (BGB 305. §).<sup>2</sup> Nem is lehet szó ilyenről, ha a feltételeket a felek egyenként megtárgyalták. A magyar Ptk. a BGB-vel ellentétben nem mondja ki külön, de ettől függetlenül is a magyar joggyakorlatban közömbös annak ténye, hogy az ÁSZF-nek milyen a terjedelme, a formája, a rögzítésének módja, okiratba foglalták-e vagy esetleg különálló megjelenési módozata van (Vékás et al., 2014, 1415.). A sablonizált tartalom fix, nehezen mozdítható, nehezen módosítható, érvényesülését erős normahatás segíti, amely az érvényes tartalmi elemek gyors továbbhatását támogatja, ugyanakkor hatása lehet az érvénytelen vagy méltánytalan, egyoldalú kikötések ráerősítésében az érintett szerződő félre, aki a tartalom kialakításában nem is vehetett részt. Tipikusan ilyen alkalmazás akár egy közlekedési díjszabás, energiahálózat használati feltételek vagy telekommunikációs és postai szolgáltatási előírások, melyeket a magyar Ptk. nem, de a német BGB kifejezetten nevesít is (BGB § 305a.). Magyarországon is elterjedt, hogy az adott licenc érvényes felhasználási szerződését is akár ÁSZF alkalmazásával kötik meg a felek, miközben a felhasználási szerződések alakítására vonatkozó szabálya – miszerint felhasználási szerződést érvényesen csak írásba foglalva lehet kötni – alóli kivételként az elektronikus úton kötött ún. *clickwrap* és *browsewrap* licencek vonatkozásában nincs olyan rendelkezés, mely a formai hiányosságból fakadó érvénytelenségi problémákat megnyugtatóan rendezné (Telek, 2010).

## A jogi szaknyelv, az internetes kommunikáció és a jog érthetőségének összefüggései

Akár sablonizált, akár elektronikus szerződéskötésről beszélünk, az üzleti akarat létrejöveteléhez szükséges a felek közötti egyértelmű és teljes körű megállapodás, melyet kölcsönösen megértettek. Elsőre talán úgy tűnhet, hogy a normahatás és a „*take it or leave it*” kényszere miatt nincs annak jelentősége, hogy vajon az adott jogi tartalom nyelvezete, stílusa közérthető-e. Hiszen, ha a normahatás következtében a szerződő fél abból indul ki, hogy az aláírásra javasolt szerződéstervezet a jogszabály erejéhez hasonló mértékben kötelező, nem fogja vitatni azt. Illetve, ha nem írja alá a blankettaszerződést, akkor csak a szerződés meg nem kötésének választása áll a rendelkezésére az ÁSZF elutasítása esetén, és nem élhet az egyedi alku esetén számára nyitva álló szerződésmódosítási lehetőséggel. Ugyanakkor a laikus olvasót –

2 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) § 305. Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen in den Vertrag Abs. (1): „...Gleichgültig ist, ob die Bestimmungen einen äußerlich gesonderten Bestandteil des Vertrags bilden oder in die Vertragsurkunde selbst aufgenommen werden, welchen Umfang sie haben, in welcher Schriftart sie verfasst sind und welche Form der Vertrag hat. Allgemeine Geschäftsbedingungen liegen nicht vor, soweit die Vertragsbedingungen zwischen den Vertragsparteien im Einzelnen ausgehandelt sind.,,

ez lehet egy gazdasági szereplő is, például egy kereskedő vagy egy nem jogász végzettségű cégvezető – általában már eleve elrettenti egy jogi szaknyelvi szöveg végigböngészésének kényszere, míg egy közérthetőbb tartalmat bárki nagyobb kedvvel átolvassa. A digitális világ és az e-kereskedelem térhódítása közben – miközben az Alaptörvény és a jogszabályok értelmezésekor azt is feltételezni szükséges, hogy azok a józan észnek és a közjónak megfelelő, erkölcsös és gazdaságos célt szolgálnak – a laikus fogyasztó a szerződéskötéssel kapcsolatosan az online vásárláshoz alapvetően három különböző (olykor még a józan észnek is ellentmondó!) jogfogyasztói szokást társít. Vagy elolvassa és megéri a webshopban elérhető online ÁSZF-et, de a normahatás miatt nem vitatja azt. Vagy nem érti annak tartalmát, mivel az bonyolult számára, de nem alakult ki ennek megértéséhez a jogi szakértő igénybevételének szokása sem. Vagy el sem olvassa, átugorja a szaknyelvi tartalmat, és annak ismerete nélkül szerzi meg az árut, a szolgáltatást, a szerződés beklikkelésével (elfogadásával) (Németh, 2018). Eközben – a szerző 2017. évi online kérdőíves kutatása szerint, amely az online ÁSZF-ekkel kapcsolatos vásárlói attitűdöt vizsgálta – a válaszadók több mint fele nem tudja pontosan a szerződéskötés menetét, azaz, hogy mikor köti meg a szerződést, ugyanakkor ennek vélhetően nem is tulajdonít kellő jelentőséget, hiszen akár elolvassa, akár nem, nem tudja vagy nem akarja megérteni a jogi dokumentumot, mert alapvetően az áru megszerzése a célja, szerződéssel vagy anélkül. A fogyasztók változatlanul kiszolgáltatottak, és a sablonizált jogi tartalmak alkalmazása ezt erősíti. (Németh, 2018, 143.).

Ellentmondásnak tűnhet, hogy miért fontos, hogy egy digitális és sablonizált szerződés érthető, közérthető legyen, ha azt el sem olvassák? A szerződés érthetősége alapvetően szükséges ahhoz, hogy a felek egymással üzleti megállapodást, szerződést köthessenek. A közös akarat, a kölcsönösen egyező szándék csak akkor állapítható meg, ha az érintettek valamennyien értik az adott ügylet tartalmát, és eközben ugyanazt értik az egyes részletek alatt. Konszenzus nélkül a magyar polgári törvénykönyv szerint nem jöhet létre szerződés az érintettek között. Ugyanakkor, ha a szerződések és az online ÁSZF-ek egyszerűbben olvashatók, könnyebben érthetőek volnának, valószínűleg többen elolvasnák az abban található feltételeket, mielőtt beklikkelik azt. A sablonszerződések olvashatósága, érthetősége azonban nemcsak a jogi szaknyelv és a szakzsargonhasználat okozta hátrány miatt nehéz a laikus számára. Az internetes szövegek – például az interaktív chaten és az e-mailben, de a weboldalakon keletkezők is – egyre inkább távolodnak a hagyományos írásbeliségtől (Bódi, 2004, 291.). Az online közönség ezt szokja meg, és emiatt már a tradicionális – nemcsak jogi – tartalmak szerkesztettsége, hossza, bonyolultsága is egyre nehezebben befogadhatóvá teszi azokat. Különösen nehéz ez a virtuális térben, ahol a résztvevők már más típusú, könnyedebb, lazább szövegstílussal találkoznak, miközben az internetre is feltölthető jogi szaknyelvi szövegek nem sokat változnak. Emellett már olyan automatikusan teljesülő és előre programozott digitális szerződésteljesülés (okosszerződés) alkalmazásáról is beszélhetünk, melynek nincs is papíralapú változata.

A nyelvészek szerint „mikor közérthetőségre törekszünk, igyekszünk megspórolni a bonyolultabb szakkifejezéseket, és ez bizony sokszor a pontosság rovására megy. Ha igyekszünk tudományosan hitelesek maradni, előfordulhat, hogy feláldozzuk a közérthetőséget. Ugyanakkor, ha csak a közérthetőséget tartjuk szem előtt, lehetséges, hogy feláldozzuk a pontosságot és a hitelességet” (nyest.hu, 2013). Ez a dilemma folyamatos az üzleti szerződések készítésekor is. A megállapodásokat általában jogi végzettségű közreműködők készítik, akik már a jogi alapoktatás során egy szaknyelvi kódot sajátítanak el, és a szakmai hitelesség kellékének tartják e nyelvi kód használatát. A jogászképzésben egyelőre nincsen közérthetősítő képzés vagy ilyen célzatú kurzus. Az ún. jogi nyelv a jogszabályok, a bírósági és igazgatási határozatok, eljárások, intézkedések nyelve, amely szaknyelv használata körüli viták már a 19. századból erednek, tehát nem mai keletűek (Karcsey, 1981).<sup>3</sup> Napjainkban az ügyvédi törvény előírja, hogy az ügyvéd és az európai közösségi jogász, valamint irányításával a helyettesítésére jogosult – tehát minden, a jogi irodában jogi végzettséggel rendelkező szakmunkatárs – az ügyfél jognyilatkozatáról okiratot szerkeszthet (2017. évi LXXVIII. törvény az ügyvédi tevékenységről (Ütv.) 42. § (1) és az okiratszerkesztés során az ügyvéd úgy jár el, hogy az ügyfél kinyilvánított akarata – az Alaptörvény, a jogszabályok, az Európai Unió kötelező erővel bíró jogi aktusainak keretei között – az ügyfél érdekeinek megfelelő, továbbá joghatás kiváltására alkalmas legyen (Ütv. 42. § (4)). Vajon a vállalati ügyfél érdeke-e, hogy a fogyasztó ne értsen mindent az online ÁSZF-ben? Ha igen, a megbízott ügyvédnek ezt az érdeket kell-e szolgálnia, vagy a jog érthetőségének közérdekét? Hiszen az Alaptörvény rendelkezései nem érvényesülnének, ha az ügyvéd vagy a jogtanácsos által készített megállapodás nem teljeskörűen érthető az ügyfél számára. Ez akkor is megvalósulhat, ha a szerződéskötés során a jogügyletet kísérő szakmai magyarázat sem mindenben felel meg a laikusok részéről elvárt akadálymentesített (többek között a jogászi szakzsargonról mentesített), közérthető kommunikáció követelményének.

Azt nem tudhatjuk, hogy vajon a nyolcvanas években megfogalmazott jogászfordítói dilemma meddig lesz érvényes, miszerint a számítógépes kor program-műnyelvi csak korlátozottan, a nyilvántartás és dokumentáció területein használhatók a jogéletben (Karcsey, 1981). Egy biztos: a jog érvényesülésének a jog megértése a garanciája, bárki készíti is a jogi tartalmat: a jogi szaknyelvi kódhasználó jogász közreműködő, vagy a magánfél, aki számára nem áll fenn jogszabályi tilalom arra nézve, hogy maga írja üzleti megállapodásait. Ehhez jelenleg az emberi írott és beszélt nyelv eszközeinek igénybevétele szükséges, a jogalkotás tehát egyben nyelvalkotás is (Karcsey, 1981, 326.). A nyelvnek akkor van értelme, ha azt mindenki érti az adott nyelvi közösségben, ugyanakkor a 21. század az írott és beszélt nyelv mellett az írott-beszélt elektronikus

<sup>3</sup> Karcsey Sándor (1915–1999) jogász, politikus, nyelvész, az Igazságügyi Minisztérium munkatársa, és az Országos Fordító és Fordításhitelesítő Iroda egykori igazgató-helyettese, emellett fordító, szótárszerkesztő, számos tapasztalattal bírt a jogi szaknyelvi transzformáció kérdésköréről.

nyelv korszakává is válhat.

A jogi szaknyelv a jogászai szakma által kialakított és használt funkcionális nyelvi regiszter, melynek elsődleges szerepe, hogy közvetítője legyen az állam által alkotott kötelező magatartási formáknak. A magyar jogi nyelv a szoros értelemben vett jogtudomány, főképpen pedig a jogszabályok és a jogalkalmazás nyelve, amelyet a reformkorban, főleg pedig a kiegyezés utáni időkben teremtettek már élő és használt szókincsből, másrészt viszont szóalkotás és részben fordítás útján (Karcsey, 1981, 328.). A jogi nyelv mások számára egyenesen problematikus, mivel a nyelvi megformálása kötött, nehezen követhető, archaikus, rituális szövegnek hat, mivel hosszú, bonyolult, rengeteg információval megterhelt mondatokat tartalmaz és mögöttes jelentésekkel is bírnak a szakzsargon egyes kifejezései (Vándor, 2014). Dekódolása a nem jogászok számára rendkívüli kihívást jelentett már a digitalizáció előtt is (Vándor, 2014), akár a szöveg megértéséről, akár azzal való további tevékenységről (pl. jogi szakfordítás) van szó. Hatóköre ugyanakkor túlmutat a jogi szakmai közönségen is, hiszen az egész társadalom által használt.

A közérthető mindenki számára érthető. A közérthető szinonimái a felfogható, világos, ellenkezője pedig az érthetetlen, homályos, zavaros (Eöry, 2007). Hasonló a probléma itt, mint a fogyasztóvédelem fogyasztó definíciójához szükséges idealizált fogyasztó képének megfestésénél. Esetünkben nincsen idealizált laikus, akinek ismerjük profilját és akinek százája szerint tudnánk alakítani a jogi szaknyelvi szöveget, miközben a jogelméletben „egy jogszabály akkor egyértelmű, ha azt egy átlagos intelligenciájú, józan gondolkodású laikus polgár is meg tudja érteni” (idézi Papp-Nagy, 2020, jogiforum.hu). Mindez mégsem törheti meg azt a törekvést, hogy a jogi szakzsargontól és szaknyelvi túlzásoktól – melyet dagályos, barokkos-kuriális stílus is jellemezhet (Karcsey, 1981, 329.) – el kell mozdulni az érthetőbb jog és a közérthetőbb jogi tartalmak irányába, nemcsak az internetes megoldásokban.

Jó kezdeményezések is elindultak, de mérhető eredményeikről kevés ismeret olvasható. A Magyar Zoltán Közigazgatás-fejlesztési Programban 2013-ban kidolgozták a közigazgatási jogszabályok nyelvi egyszerűsítésének gyakorlatát, és a Kúria joggyakorlat-elemző csoportja 2014-ben megalkotta Stíluskönyvét. 2016-tól az általános bírói gyakorlatban is alkalmazni kezdték az érthetőség szakmai megvalósítása érdekében. 2017-ben folyóirat indult *Magyar Jogi Nyelv* címmel, és 2017 a közérthetőség éve volt a bíróságoknál, a Helsinki Bizottság pedig 2019-ben büntetőjogászok számára e-learninges tananyagot fejlesztett egy európai uniós program keretében (Sereg, 2019, miszk.hu). Ugyanakkor különösen fontos lehet ez a fejlődés az online térben, web-lapon vagy egy értékesítést célzó e-mail-marketing kampányban közzétenni szánt üzleti jogi tartalom esetén (pl. ÁSZF, ajánlat, kereskedelmi közlemény, felhívás ajánlattételre). Az alkalmazott nyelvészet és fordítástudomány képviselői szerint az érthetőség és a közérthetőség a sikeres problémamegoldás, a társadalmi béke, a hatékony cselekvés és az innováció alapvető eszköze, illetve feltétele is (Dobos, 2017).

## Összefoglalás

A digitális eszközöket használó nagyközönség szövegolvasási és szövegértési szokásainak átalakulása jelentős hatással lehet az üzleti jogi szaknyelven íródott szerződések és jogi normák érvényesülésére, azaz a normavilágosság általános követelményére (a 2010. évi CXXX. törvény a jogalkotásról 2. § (1) bek. előírja, hogy a jogszabálynak a címzettek számára egyértelműen értelmezhető szabályozási tartalommal kell rendelkezni). A jogi közlés az online piacon számítógép igénybevételével valósul meg. A jogi nyelv szaknyelv, ezért megvan a maga fogalmi-logikai rendszeréből következő sajátos szókinccse és kötöttebb, formálisabb kifejezésmódja (Karcsey, 1981, 329.). A sablonizált magánjogi tartalom nehezen módosítható, érvényesülését erős normahatás segíti, és a kölcsönösen egyező üzleti és jogi szándék is csak akkor állapítható meg, ha az érintettek értik a megállapodást. A jogi tartalmú közlés közérthetősége nemcsak nyelvhelyességi vagy stilisztikai kérdés, hanem az üzleti és jogi cél elérésének, azaz a jog hatályosulásának eszköze. Bár nincs idealizált laikus, a jogi szaknyelvi kód használatától mégis érdemes eltérni a mindenkinek számára közérthetőbb jogi tartalom irányába. Még akkor is, ha gyakran nagyobb társadalmi érdek fűződhet ahhoz, hogy a jogalkalmazó minden fórumon pontosan tudja, miről van szó, mint ahhoz, hogy a szakkifejezést minden érintett pontosan ismerje. Az érthetőség minden szinten segíti a helyes jogalkalmazást és jogkövetést (Karcsey, 1981, 335.). Az e-kereskedelemben a vásárlók nagy része nem tulajdonít nagy jelentőséget az online szerződéskötési folyamatnak. A szakmai kommunikáció egyik, az érthetőséggel összefüggő problémájára megoldást kínálhat az intralingvális, vagyis a nyelven belüli fordítás, amely segíthet abban, hogy az érintettek ne csak kedvet érezzenek az elektronikus és a sablonizált üzleti jogi tartalmak végigolvasásához és megértéséhez, hanem a nem elektronikus szerződések is vitamentesek és önként betarthatók legyenek. A szóbeli vagy írásbeli közlések nyelvének közelíteni érdemes a köznyelvhez. A bíróságok és hivatalok nyelve közvetíti a jogszabály és a jogkövető között, ezért meg kell találni a megfelelő arányt a jogi pontosság és a közérthetőség között, úgy, hogy az a nem jogász számára is fogódzót adjon (Karcsey, 1981, 335.). A digitalizáció korában a cél, hogy mindenki értse a szaknyelvet, mit sem változott, de az intézkedés egyre sürgetőbbé válhat az internetes kommunikációs hatások miatt az írott-beszélt nyelvek korszakában is.



## Irodalomjegyzék

- Bódi Zoltán** (2004): Az írás és a beszéd viszonya az internetes interakcióban, *Magyar Nyelvőr*, 286–294.
- Eőry Vilma** (főszerk.) (2007): *Értelmező szótár I–II. Értelmezések, példamondatok, szinonimák, ellentétek, szólások, közmondások, nyelvhasználati tudnivalók és fogalomköri mutató*. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- Dobos Csilla** (2017): Érthetőség, közérthetőség és intralingvális fordítás. In: *Alkalmazott Nyelvészeti Közlemények*, Miskolc. XII. évfolyam, 1. szám, 86–101.
- Herring, Susan C.** (1996): *Computer-Mediated Communication. Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives. Pragmatics & Beyond. New Series 39*. Amsterdam. <https://ella.sice.indiana.edu/~herring/cmcc.intro.1996.pdf> Letöltve: 2022. 10. 31.
- Karcsay Sándor** (1981): Jog és nyelv. In: *Jogtudományi Közlöny* 1981/4., 325–338.
- Klein T. – Tóth A.** (2018): A robotika egyes szabályozási kérdései. In: *Egyes modern technológiák etikai, jogi és szabályozási kihívásai*, Szerk: Homicskó Árpád Olivér, KRE ÁJK, Budapest, 95.
- Németh Gabriella** (2020): A szerződések lehetséges automatizációjának kötelmi jogi kihívásai a magyar jogban. In: *Gellén Klára (szerk.) Gazdasági tendenciák és jogi kihívások a 21. században, 2.*, Iurisperitus Kiadó, Szeged, 116–122.
- Németh Gabriella** (2019a): Általános szerződési feltételek az online térben: a sztenderdizált, elektronikus és automatizálható szerződéskötés kihívásai a magyar jogban, PhD értekezés, 7.3, 216., és Tézisek III.2., 20.
- Németh Gabriella** (2019b): Az (automatizálható) online általános szerződési feltételek jogfosztói hatásai. In: *Gellén Klára (szerk.) Gazdasági tendenciák és jogi kihívások a 21. században*, Szeged, Iurisperitus Kiadó, 163–173.
- Németh Gabriella** (2018): Az online általános szerződési feltételek normahatásának dilemmái. In: *Jog–Állam–Politika*, 2018/4. szám.
- Nyest.hu, Nyelv és Tudomány, Fő a közérthetőség!* (2013.) <https://m.nyest.hu/hirek/fo-a-kozert-hetoseg>. Letöltve: 2022. 10. 31.
- Papp-Nagy Zsolt** (2020): Jog közérthetően – A normavilágosság követelménye, <https://www.jogiforum.hu/cikk/2020/09/09/jog-kozert-hetoen-a-normavilagosság-kovetelmenye/> Letöltés: 2022. 10. 31.
- Prószéky Gábor** (2017): A számítógép, az elektronikus kommunikáció és az internet hatása. In: Szerk.: Tolcsvai Nagy Gábor: *A magyar nyelv jelene és jövője*. Budapest, Gondolat Kiadó, 321–335.
- Sereg András** (2019): A jogi nyelv jövője, a Magyar Igazságügyi Szakértői Kamara weblapján, <https://misk.hu/index.php/391-a-jogi-nyelv-jovoje> Letöltve: 2022. 10. 31.
- Telek Eszter** (2010): Ingyen sör és szólásszabadság: szoftverek teljes és részleges közkincsbe bocsátása. In: *Infokommunikáció és Jog*, 2010/5. (40.), 155–160.
- Vándor Judit** (2014): Mit és hogyan tanítsunk a jogi szaknyelv keretén belül. In: *Munkahelyi kommunikáció és nyelvoktatás-nyelvtanulás a XXI. században*, *Economica* 2014. 4. szám, 35–36. old.
- Vékás Lajos – Gárdos Péter** (szerk.) (2014): *Kommentár a polgári törvénykönyvhöz, 2. kötet*, Wolters Kluwer, Budapest.

## Hivatkozott jogszabályok és elemzések

Az Európai Parlament 2017. február 16-i állásfoglalása a Bizottságnak szóló ajánlásokkal a robotikára vonatkozó polgári jogi szabályokról (2015/2103(INL))

Bürgerliches Gesetzbuch (BGB)

2017. évi LXXVIII. törvény az ügyvédi tevékenységről

A „Határozatszerkesztés” vizsgálatának tárgykörében felállított joggyakorlat-elemző csoport összefoglaló véleménye, Kúria (2014) [https://kuria-birosag.hu/sites/default/files/joggyak/osszefoglalo\\_velemenypdf](https://kuria-birosag.hu/sites/default/files/joggyak/osszefoglalo_velemenypdf) Letöltve: 2022. 10. 31.

2013. évi V. törvény a polgári törvénykönyvről

Magyary Zoltán: Közigazgatás-fejlesztési Program (2013)

Magyarország Alaptörvénye (2011)

2010. évi CXXX. törvény a jogalkotásról

2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról

1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről

# TURKISH MEDIATION ATTEMPTS BETWEEN THE BELLIGERENTS OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

---

**Seref Turkmen**

**Abstract:** Turkey occupies a special position among NATO member states regarding the Russian-Ukrainian war. Although Turkish President Recep Tayyip Erdogan and the government led by the Justice and Development Party condemn the Russian aggression, they do not join the Western sanctions imposed against Moscow. From an economic and geostrategic point of view, Turkey depends on both Russia and Ukraine, and is a prominent trading partner of both. Although Turkish-made weapons have been present on the battlefield since the first day of the conflict, Ankara is interested in ending it as soon as possible and restoring order.

In addition to the clear economic and political interest, and taking into account priorities such as the well-being of the Crimean Tatar minority, Turkey also sees an opportunity in the diplomatic maneuvers surrounding the settlement of the war. With this activity, it wants to become an indispensable regional player as well as to get closer to Western countries by, for example, helping the access of Ukrainian grain to the global market. With the help of international literature, this study examines the foreign policy strategy and reality behind these efforts.

**Keywords:** Turkey, NATO, Recep Tayyip Erdogan Justice and Development Party

**Absztrakt:** Törökország különleges helyzetet foglal el a NATO tagországai között az orosz–ukrán háborút illetően. Recep Tayyip Erdogan török elnök és az Igazságosság és Fejlődés Pártja által vezetett kormány ugyan elítéli az orosz agressziót, de nem csatlakozik a Moszkva ellen meghirdetett nyugati szankciókhoz. Gazdasági és geostratégiai szempontból Törökország mind Oroszországtól, mind Ukrajnától függ, illetve mindkettő kiemelkedő kereskedelmi partnere. Bár a török gyártású fegyverek a konfliktus első napja óta jelen vannak a csatatéren, Ankara abban érdekelt, hogy a harcok minél hamarabb véget érjenek, és helyreálljon az eddig megszokott rend.

Az egyértelmű gazdasági és politikai érdeken túl, illetve az olyan prioritásokat figyelembe véve, mint a krími tatár kisebbség jóléte, Törökország esélyt is lát a háború rendezése körüli diplomáciai manőverekben. Ezzel a tevékenységgel

*szeretne megkerülhetetlen regionális szereplővé válni, valamint közelebb is kíván jutni a nyugati országokhoz azzal, hogy segíti például az ukrán gabona kijutását a világpiacra. A jelen tanulmány a nemzetközi szakirodalom segítségével azt vizsgálja, milyen külpolitikai stratégia és realitás húzódik meg az erőfeszítések mögött.*

**Kulcsszavak:** Törökország, NATO, orosz–ukrán háború, Igazságosság és Fejlődés Pártja

## Introduction

For a long time, Turkey's foreign policy was defined by the motto "zero problem with the neighbours". This attitude contributed to the fact that Turkish diplomacy during the Cold War was not pro-active enough and rarely tried to mediate between the warring parties. After the fall of the Berlin Wall, Turkey's geostrategic situation changed, and during the presidency of Turgut Ozal, they tried to pursue a bolder foreign policy; for example, Turkey participated in the Gulf War on the side of NATO. After the Justice and Development Party (AKP) came to power in 2002 (Rada et al., 2007; Rada et al., 2008), the Turkish governments saw the country as a regional power and intervened with their armed forces in several Arab civil wars, including Syria, Iraq, and Libya. However, the end of the bipolar world order made way not only for military means but also for diplomatic mediating activities.

Since Turkey is located on the border of two worlds, the East and the West, it could potentially be an excellent intermediary. It is worth considering that although Turkey is a secular republic, it is also a bearer of the Islamic tradition, with the daily lives of many Turkish people being determined by the religion of Muslims. At the same time, the political and economic elite are pro-Western and know and understand Western trends well. This duality can greatly help Turkey form a bridge between the two worlds since it better understands the thinking of the peoples living in its region and, at the same time, has a connection with Western realities (Sulik, 2012:3). Of course, to what extent this premise is true for the ongoing Russo-Ukrainian war and where the Eastern Slavic states with Orthodox Christian culture should be placed in this constellation is a good question.

Former Prime Minister and Foreign Minister Ahmet Davutoglu, the politician who had the greatest influence on the foreign policy of the AKP governments both theoretically and practically until he distanced himself from President Recep Tayyip Erdogan, claims that the key to successful Turkish mediation is empathy, and for this, he gives an example from 2005. At this point in the Iraqi civil war, they were preparing for democratic elections, but the Sunni resistance movements refused to participate. Davutoglu suggested that Erdogan should approach the leaders of these organisations with empathy,

discreetly inviting them to Turkey and convincing them of the importance of voting. This attempt at Turkish mediation yielded results, as an agreement was reached after three months of negotiations. (Davutoglu, 2013:84)

The purpose of this study is to examine how Turkey relates to the Russian-Ukrainian hostility, what internal and external motivation it has for mediating between the warring parties, and what successes it has achieved in this activity so far. It is also no coincidence that successful mediation can increase Turkey's international prestige and influence its future position in the world system.

## Turkish-Ukrainian relations

The legend is well known that in 1676 the Zaporizhian Cossacks wrote an obscene and mocking letter in response to the Ottoman Sultan, who asked them to surrender. The event was immortalised in a monumental painting by Ilya Repin, completed in 1891. Although the original letter does not exist, only its later versions which can be accessed in several languages, and the exact year of the story is disputed among historians, it is not correct to think that Turkish-Ukrainian relations began with this ugly story. The reality is that the Ottomans concluded their first agreement with the Cossacks living in today's Ukraine as early as 1649, and the Crimean Tatars (according to international law, the Crimean Peninsula is now part of Ukraine, but under Russian occupation) were an important ally of the Ottoman Empire. Together they tried to take Vienna in 1683, but they did not succeed. During the greatest expansion of the Ottoman Empire, it also included parts of today's Ukraine. Ottoman monuments can be found in the cities of Ismail, Bilhorod-Dnistrovsky or Kamenets-Podolsky. In the 18<sup>th</sup> century, the Crimean Khanate became an Ottoman protectorate, but even this could not save it from being annexed by the Russians in 1783. When Tsarist Russia collapsed in 1918, the Ottoman Empire, which was also on the verge of dissolution, was one of the first powers to recognise the independence of the Ukrainian People's Republic (Aydin, 2022:9).

After the dissolution of the Soviet Union, Turkey was one of the first nations to recognise the independence of Ukraine on December 16, 1991. Diplomatic relations between the two countries were established very quickly, and it was possible to speak of good neighbourly relations from the beginning of the 1990s. In this decade, the volume of trade relations fell short of today's situation. At this time, the slow return of the Crimean Tatars took place, which was actively supported by the Turkish government. Stalin expelled the Turkic-speaking Crimean Tatars from their homeland during World War II, as they were accused of betraying the Soviet Union and siding with the Nazi Germans. The Ukrainian government was happy with the return of the Tatars and saw an opportunity in it, which is why they were satisfied with the Turkish assistance, which was followed by Turkish investments over time (Aydin, 2022:9).

In the tense period since 2014, Turkey has continued to strive to maintain balanced relations with Ukraine and has also supported the Eastern Slavic country's weapons program. The Ukrainian military was equipped with Bayraktar TB-2 drones, which are still in service today and have been used against a number of Russian-controlled objects in the war since February 2022 (Grigoriadis, 2022:3). Before advanced Western weapons arrived in Ukraine, they were one of the most effective tools of the Ukrainian army. By selling advanced military technology to Kyiv, the AKP government wanted to convey that, although it needs Moscow's goodwill due to its dependence on gas and grain coming from Russia, it also sees Ukraine as a priority partner.

Ukraine considered Turkey's partnership important not only in trade and military matters but also accepted that Ankara should help the Ukrainian Muslim community, which makes up about 1.5% of the country's population. The Turks were able to build a large mosque in Kyiv and several others in Crimea and the Donbas region. Ukraine uses Turkish help not for ideological but for tactical reasons because they believe that it can counteract the influence of the populous Tatar community in Russia and that of the Russian muftis (Baggiani, 2021:3).

Besides arms trade, Turkey considers Ukraine an important partner. During his talks with Ukrainian president Zelensky in 2020, president Erdogan stressed the following idea: "Türkiye considers Ukraine a pivotal country to ensure stability, security, peace and prosperity in the region" (Kaddorah, 2022:7). This quotation shows that Turkey is ready to enforce peace and stability in Ukraine including all necessary efforts of peacebuilding and mediation.

## Turkish-Russian relations

After the disintegration of the Soviet Union and the establishment of independent Ukraine and Russia, the stability and development of the Black Sea region became a foreign policy priority for Turkey. In the shadow of the Lausanne and Montreux agreements concluded in 1936 on the international legal status of the Turkish straits (the Bosphorus and the Dardanelles), a new geopolitical situation arose in which Turkey and Russia behaved as rivals, while Ukraine was not yet considered a significant factor. In 1992, the regional integration organisation called the Black Sea Economic Cooperation (BSEC) was established, within the framework of which both the Turks and the Russians agreed to increase their influence. In addition, the Turkish side would have liked the former socialist countries of the region to join the North Atlantic military alliance as soon as possible. Despite the rivalry, Turkish-Russian economic relations developed, and all BSEC member states accepted that Romania and Bulgaria would join NATO in 2004 (Celikpala and Ersen, 2018:74).

The year 2004 was also important in Russian-Turkish and Russian-NATO relations because Turkey announced a multilateral mechanism called Operation Black Sea Harmony, which was eventually joined by Russia. After the attacks on New York and Washington on September 11, 2001, the countries on the Black Sea were willing to unite against terrorism, a threat to everyone (Celikpala and Ersen, 2018:75). Joint action against terrorism also filled the international public with hope. Everyone believed that Russia could finally be integrated into international security policy processes. Unfortunately, the Russian attack on Georgia in 2008 shattered those expectations.

The Turkish-Russian relations show improving trends in the 21<sup>st</sup> century, but even in this period, there were some exceptionally low points. It is worth noting that the most drastic upheaval was not caused by the Russian annexation of the Crimean Peninsula in 2014, but by an episode of the Syrian civil war. In 2015, a Russian fighter jet supporting the government forces in Damascus entered Turkish airspace and did not return to Syria despite the call of Turkish air defence. After that, Turkish armed forces shot down the Russian bomber, which led to an unprecedented diplomatic crisis between the two countries. Russia announced an embargo against Turkey, forbidding its own citizens to travel to the Mediterranean country for tourism purposes. Since one of Turkey's most important sources of income is beach tourism and most travellers come from Russia, this was a huge blow to the Turkish economy (Aydin, 2022:10).

However, cooperation between Russia and Turkey soon resumed along lines of mutual economic interests. One of the most striking signs of this is the initiative to build a pipeline system called Turkish Stream formulated in 2016. Bypassing Ukraine, the pipeline system would try to deliver Russian gas to the European continent via Turkey and the Balkans. This investment is in Turkey's interest from several points of view. On the one hand, the Turkish economy is entirely dependent on Russian gas, of which more and more reaches the Turkish market. On the other hand, Ankara can also get serious income from the transit of gas. The Turkish Stream project started so well that Turkish-Russian relations were completely settled. It can also be said that these relations became too amicable as mutual trust was built up between Turkey and Russia, which negatively affected Ankara's relationship with Washington. The Trump administration was very angry with its NATO ally when they bought Russian weapons, more precisely S-400 air defence systems. As a result, the Russian sanctions were replaced by American ones (Aydin, 2022:10).

## **The Turkish position after the events of 2014**

During the fighting in Ukraine in 2014, despite standing up for Ukraine's territorial integrity, Turkey tried to strike a balance between the West and Russia. While the civil war in Ukraine was taking place, American warships

appeared in the Black Sea to take part in a military exercise together with the Romanian and Bulgarian forces that had newly joined NATO, and Turkey tried to reassure Russia that the action did not threaten Russia's security and that the presence of the warships was not contrary to the spirit of the 1936 Montreux Convention (Celikpala and Ersen, 2018:76).

The fact that Recep Tayyip Erdogan did not rush to condemn the Russians with harsh words in 2014 had domestic political reasons in addition to the international situation. In 2013, the so-called Gezi Park demonstrations weakened his power, as this was the first democratic popular movement since the ruling AKP came to power in 2002, which shook the Turkish prime minister, who was increasingly centralising and using a more and more authoritarian tone. After the Gezi Park events, there was a serious wave of arrests in December 2013 and January 2014 due to corruption charges involving the ruling party and the Erdogan family. As a result of domestic political challenges and related scapegoating, Erdogan was busy maintaining his own power, and the issue of the 2014 Russian-Ukrainian conflict could only be of secondary importance to him (Devlen, 2014:2).

The Russian occupation and annexation of the Crimean Peninsula in 2014 resulted in a strong response from Turkey, since a significant Crimean Tatar diaspora lives in the territory, and Turkish foreign policy has always treated the welfare of this Turkic ethnic group as a priority since the independence of Ukraine. However, Turkish diplomacy did not only speak out of concern for the situation of the Tatar minority but also stood up for the sovereignty and territorial integrity of its good neighbour, Ukraine, on every possible international forum. Even after the election of Volodymyr Zelensky as president in 2019, Turkey firmly stood by Ukraine. The Crimean Platform announced by the Zelensky cabinet to promote the issue of Crimea in the international arena was also supported by Turkey (Aydin, 2022:10).

Turkey has consistently expressed its concern for the situation of the Tatars living on the Crimean Peninsula, even after the settlement of the Russians in the region. In 2015, when Russian-Turkish relations were already frozen due to the downing of a Russian fighter jet in Turkey, Ankara raised its voice because the Crimean Tatars were not allowed to commemorate the anniversary of their deportation in 1944 (Ereker and Ozer, 2018:383).

Russia's annexation of the Crimean Peninsula also raised important questions from the point of view of Turkey's own security. The Turkish AKP government was troubled because the port of Sevastopol, which until now was only rented by Moscow from the Ukrainian state, came under Russia's direct control (Celikpala and Ersen, 2018:77). Russia considering Sevastopol to be an integral part of its territory after 2014 posed a potential threat to Turkey. Ankara began to fear that this would make it easier for Russia to violate Turkish airspace or maritime territory. The crisis and sanctions that occurred a year later, in 2015, due to the downing of the Russian fighter jet clearly show that the concerns were not without foundation.



## Turkish mediation efforts prior to the 2022 Russian aggression

Already at the time of the 2008 Russian attack on Georgia, Turkey offered to mediate between the two parties involved. Although Turkey played a very active role in this regard during and after the armed conflict, it was unsuccessful, as it could not prevent Moscow from recognising the independence of the two breakaway republics of Georgia, Abkhazia and South Ossetia, and did not achieve the withdrawal of Russian troops from these two territories, which together make up 20% of the internationally recognised territory of Georgia (Celikpala and Ersen, 2018:76).

According to Turkey's general position, the solution to international conflicts is not to prioritise self-determination. For clear domestic political reasons, fearing the secession of the Kurds, the AKP government, together with 100 other UN member states, took the position that the best basis for mediation between the Ukrainian and Russian sides in the 2014 Crimean crisis is to not allow the Russians to hold a referendum on the peninsula's status (Onsoy, 2014:258).

After the Russians entered Crimea in March 2014, the Turkish leadership considered it important to make progress in the case of the Crimean Tatars. Nearly 3 million Turkish citizens have Crimean Tatar ancestry, and they run strong lobby organisations in Turkey, which pressured the Turkish government to act as a peacemaker in the region. Prime Minister Erdogan and Foreign Minister Davutoglu hastily traveled to Kyiv and began the necessary negotiations. Davutoglu then stated the following: "it is of great importance for us that Crimean Tatars live in peace together with other groups in Crimea as equal citizens and within the unity of Ukraine. [...] Turkey is ready to provide every support for the bright future of both Ukraine and Crimea" (Ereker and Ozer, 2018:381).

Before the outbreak of the Russo-Ukrainian war in 2022, Turkey's position was completely clear. The website of the Ministry of Foreign Affairs of the Turkish government stated that Turkey stood by the territorial integrity of Ukraine. At the meeting of the two presidents, Zelensky and Erdogan, in 2021, the Turkish side told its Ukrainian counterpart that it would not be willing to accept the annexation of the Crimean Peninsula under any circumstances (Baltaci, 2022:519). On his way to the Sochi Forum on September 29, 2021, Turkish President Recep Tayyip Erdogan underlined that his country cannot recognise the annexation of the Crimean Peninsula by Russia. Two months later, on November 29, 2021, the Turkish government had already suggested to the parties concerned that it was willing to mediate on the issue of the Donets basin (Donbass region) (Aydin, 2022:11). However, neither the Russians nor the Ukrainians took this offer seriously. It seems that the Russians were already preparing for armed intervention and rejected all mediation attempts. And the Ukrainians either did not take the impending danger seriously enough or they trusted their Western supporters and did not require Turkish mediation.

Turkish President Recep Tayyip Erdogan, sensing the growing tension in the Black Sea region, invited Zelensky and Putin in January 2022 to negotiate in Turkey. Unfortunately, nothing came of this initiative because the two Slavic countries could already have been preparing for war at that time (Lesage et al. 2022).

## **The war causes economic difficulties**

The Russian-Ukrainian war that started in February 2022 affects Turkish economic interests very closely, so Turkey is more concerned than many other countries about seeing the war end as quickly and peacefully as possible. One such economic reason is that before the conflict, Turkey was the most significant foreign investor in Ukraine. In February 2022, just before the start of the aggression, Turkey and Ukraine even signed a free trade agreement, which would have allowed the Turkish side to gain an even larger share of the Ukrainian economy. During the Russian bombings and land battles, the Turkish business sector was also forced to witness the destruction of a part of what they built or developed. In addition to trade relations, Turkey received hundreds of thousands of Ukrainian tourists every year, who mostly relaxed in the coastal areas, mainly around Antalya, but there were also those who visited Anatolia's big cities or cultural attractions (Adar, 2022:1). In 2021, the last year before the war, some 5 million Russian and 2 million Ukrainian tourists chose to spend their vacation in Turkey (Daniel and Lindenstrauss, 2022:2).

In addition to being the most important foreign investor in Ukraine, Turkey also had extensive relations with Russia before the outbreak of the war. Turkey is significantly dependent on Russian imports; almost all of Turkey's natural gas consumption and roughly 80% of its wheat consumption come from Russia (Adar, 2022:1). For this very reason, Turkey was unable to join the sanctions initiated by its Western partners, as the Turkish economy would have collapsed and the needs of the population would have remained unmet. Turkey is also interested in Ukrainian and Russian grain reaching the global market and, of course, its own market as well. This also explains why Ankara was in a hurry to at least ensure that, even if the fighting does not stop, grain-carrying ships can cross the Black Sea to the Bosphorus.

## **The war prevents normalisation with the West**

The Justice and Development Party (AKP), which came to power in 2002, was seen by the international public as a right-wing conservative party for almost a decade, but from the second half of the 2000s on, it increasingly began to follow a moderate Islamist line. At the beginning of the AKP's exercise of

power, Western opinion leaders were delighted that the governments led by Recep Tayyip Erdogan had mastered the political and economic chaos that had characterised the country until then and that they had begun accession negotiations with the European Union. After a few years, however, Erdogan's relationship with Western leaders soured, and the initial democratisation and opening was replaced by an increasingly strong centralization drive. The so-called Gezi Park protests of 2013 and the violent government response showed that not everything in Turkey is done according to Western standards. After the 2016 coup attempt and the intervention in the Syrian civil war, one can already talk about the deterioration of Turkish-European and Turkish-American relations. It is clear that in this situation, Ankara can do nothing but normalise its ties with the dominant member states of the EU and NATO, which is incompatible with not taking the side of Ukraine in the Russian-Ukrainian conflict.

At the end of the 2010s, Turkish foreign policy was characterised by two major disappointments. On the one hand, Turkish diplomacy was embittered by the fact that it did not feel the solidarity of its Western partners during and after the failed coup of 2016. On the other hand, they considered it contrary to their own interests and security that the United States openly sided with the Kurdish rebels, the YPG, in the Syrian civil war, thus indirectly supporting the terrorist organisation fighting against the Turkish state, the Kurdish Workers' Party, the PKK. In Turkey, they were mostly happy for the fall of Donald Trump and the victory of the liberal Joe Biden because they hoped that this turn of events would contribute to the rapprochement between the two countries and between the East and the West. After Biden came to power, Turkish foreign policy took a number of steps with the clear aim of winning the sympathy of the Biden administration: they improved relations with Egypt, the United Arab Emirates, and Armenia. Although the West has not been appreciative of these gestures so far and expects Recep Tayyip Erdogan and the AKP to lose the presidential and parliamentary elections in 2023, Turkey is still trying to please the West, especially the USA. This is also proven by the fact that the Turkish armed forces were present throughout the dramatic withdrawal of the Americans from Kabul, Afghanistan (Adar, 2022:2). The Russian-Ukrainian war occurred at the worst possible time in terms of this desired rapprochement: the conflict is a clear obstacle for Turkey to approach the West and settle its relations with it.

Within the framework of the desired rapprochement, Turkish President Recep Tayyip Erdogan also wanted to get Joe Biden to cancel the sanctions with which the American government has been hitting NATO ally Turkey over the years. As it is known, Turkey's "sin" in Washington's eyes is that it bought the S-400 defence missile system from Putin's Russia instead of choosing American weapons (Adar, 2022:3). Even before the war, the leader of a NATO member country, such as Erdogan, was not supposed to buy weapons from the Russians, i.e., from their rivals. In light of the events of 2022, this move

seems an even greater problem in the eyes of Western leaders. The purchase of arms from the Russians retroactively complicates the task of Turkish foreign policy and delays the normalisation of the relations between Turkey and the United States of America.

## The war provokes domestic turmoil

The Russian aggression against Ukraine soon resulted in tensions within the Turkish government. The smaller governing party, the National Action Party (MHP), traditionally uses nationalist rhetoric and is characterised by a critical tone towards the West. In his speech on March 3, 2022, MHP leader Devlet Bahçeli criticised the Russian side for attacking Ukraine but also the West, saying that the latter provoked Russia for a long time, which contributed to Moscow's violent actions. Although Bahçeli stood up for the sovereignty and territorial integrity of Ukraine, he pointed out that his party prioritises Turkish interests, i.e., he does not want his country to intervene with armed forces in the conflict, and in order to maintain the existing good political and trade relations, he proposed peaceful cooperation with all neighbours (Adar, 2022:3). It is clear that Bahçeli's words were motivated not only by his traditional nationalism and scepticism, but also by his party's desire to show its independence in preparation for the 2023 elections.

Suleyman Soylu, one of the well-known politicians of the ruling party, the AKP, who holds the post of Minister of the Interior, also made a critical remark regarding the Russian-Ukrainian war. According to Soylu, Turkey should join forces with countries of similar size and income, because the COVID pandemic has also shown that the West is corrupt and vulnerable and that the West can also be partly held responsible for the Syrian civil war and the Russian aggression in Ukraine (Adar, 2022:4).

While Bahçeli and Soylu only formulated moderate criticism, pro-Eastern and pro-Russian views also clearly appeared in Turkish public opinion. One of the most vocal public figures is Berat Albayrak, Erdogan's son-in-law and former Minister of the Interior, who says that the West has always deceived Turkey, treating it as a colony. According to Albayrak, instead of rapprochement with the West and the United States, Turkey must clearly turn to the East. Although Albayrak no longer holds a government position, his words resonated strongly as he is the owner of several Turkish media outlets (Adar, 2022:4).

## Turkey's position in the Russo-Ukrainian War

Turkey has been taking a special position regarding the Russian-Ukrainian war since February 2022. It is important to emphasise that Turkey is not neutral in this armed conflict and does not want to mediate between the Russian and Ukrainian

sides because it does not show solidarity with either of them but because it takes on this role due to its economic, domestic, and foreign political interests. Turkey wants the fighting to end and the order to be restored as much as possible. It could also be said that Turkey takes a cautious pro-Ukraine position. When Russia recognised the independence of the two breakaway republics of Donetsk and Luhansk on February 23, 2022, Turkish President Recep Tayyip Erdogan immediately called his Russian counterpart on the phone and said that Turkey would not under any circumstances recognise the secession of the two regions from Ukraine. Shortly after, Turkish Foreign Minister Mevlut Cavusoglu underlined that according to the 1936 Montreux Convention, Turkish straits are closed to Russian warships, so they cannot reach the Mediterranean Sea (Kaddorah, 2022:7). On March 2, 2022, Turkey voted for the UN resolution, in which the international community condemned the Russian aggression and closed its existence to the Russian fighter jets that would go to Syria (Sanchez Tapia, 2022:16).

The Turkish government's commitment to the Ukrainian side is of course questionable, since Foreign Minister Mevlut Cavusoglu himself said in one of his statements after the Russian aggression that "despite the differences of opinion, we are the country that has developed cooperation with both countries [Russia and Ukraine]. When there is a war, we don't have to take sides. On the contrary, we are the country that can establish a dialogue on both sides in order to end the war" (Tziarras, 2022:2).

The Turkish government does not take a neutral position in the Russo-Ukrainian war, despite the fact that the results of public opinion polls in Turkey show that the vast majority of the Turkish population would expect this. According to a survey by Aksoy Research, 78.2% of Turks want neutrality, and even more of those who answered the questions of the German Marshall Fund, 84% of all respondents, said that Turkey should either remain neutral or mediate between the two warring parties (Kaddorah, 2022:12).

## The Antalya Meeting

The history of Turkish-Ukrainian and Turkish-Russian relations and the protection of Turkish economic, domestic, and foreign political needs show that Turkey has a basic interest in ending the Russian-Ukrainian war as soon as possible and restoring the international order that characterised the region before 2022. There are few countries in the world that are tied to the building of peace in Eastern Europe by as many threads as Turkey. In addition, it can be said that Turkey is somewhat sceptical of the West in this regard, but at the same time wants to meet Western expectations in order to speed up its European integration and improve its relations with the United States. Furthermore, Turkey also sees that if it manages to achieve something in terms of reconciling the warring parties, it will lend the country great

international prestige and may also bring economic benefits. In light of these, it is no wonder that the first ministerial-level consultation took place in Turkey.

Ukrainian Dmytro Kuleba and Russian Foreign Minister Sergey Lavrov held their first meeting on March 10, 2022, in the Mediterranean resort city of Antalya (Baltaci, 2022:520). The organisation of the meeting between the two foreign ministers was also helped by the fact that the spa town of a million inhabitants regularly hosts the Antalya Diplomatic Forum event, which was a good opportunity to place the two diplomatic leaders at the same table (Duran, 2022:1). At the meeting in Antalya, Ukraine showed itself to be more willing to compromise than Russia, as Ukrainian Foreign Minister Kuleba even made the offer to Lavrov and the Turks that Ukraine would not join NATO and would officially become a neutral country (Phillips, 2022:6).

In addition to Turkey, Israel also saw mediation in the case of possible Russian-Ukrainian peace negotiations as an investment with geopolitical benefits. It is an interesting coincidence that Yitzhak Herzog, the leader of the Jewish state, was in Turkey at the time of the Antalya meeting. Although Herzog did not meet Kuleba and Lavrov, we can assume that he was informed about the events and that his views may have been taken into account by the parties. It is important to note that Turkey does not see Israel as a rival in terms of peacemaking; rather, they would be happy if both countries were successful (Daniel and Lindenstrauss, 2022:5). The efforts of Turkey and Israel are probably also supported in the background by the United States, since the security of its two partners is extremely important for Washington from a geostrategic point of view. It can be rightly assumed that the Americans fear that either the current situation or the escalation of a conflict similar to the Syrian civil war will lead to a Turkish-Russian or Israeli-Russian war, which would make it impossible for NATO not to intervene directly, the global consequences of which are unpredictable (Davis and Slobodchikoff, 2022:219).

## The Brussels NATO summit

Due to the Russian aggression against Ukraine, an extraordinary NATO summit was convened in the Belgian capital for March 24, 2022. For Turkish President Recep Tayyip Erdogan, this event created an opportunity to hold several bilateral talks with his colleagues, including French President Emmanuel Macron, as well as the British, Italian, Spanish, and Estonian prime ministers. International actors, especially French President Macron, realised that Erdogan could be a key player in terms of a peaceful solution to the conflict, so they spoke to him amicably for the first time in a long time. Of the two proposals that arose at the meeting concerning Turkey and Ukraine, one was successful, while the other failed. The success was that the French, Greek, and Turkish governments jointly announced that they would launch a humanitarian operation to help

the Russian-besieged Black Sea port and steel centre of Mariupol. The Biden administration, however, failed to convince Erdogan that the S-400 air defence system bought from the Russians should be handed over to Ukraine (Daniel and Lindenstrauss, 2022:3). Turkey seemed more interested in creating peace than in new shipments of weapons reaching Ukrainian territory.

## The Istanbul Meeting

Following the Antalya Meeting of March 10, Turkish Foreign Minister Mevlut Cavusoglu travelled to both Moscow and Kyiv to make sure that everything would be well prepared for the next turn of the negotiations (Daniel and Lindenstrauss, 2022:1). On March 29, 2022, the work started in Antalya continued in the largest Turkish city, Istanbul. The delegations of the Ukrainian and Russian governments took part in this meeting. David Arakhamia, representing the Ukrainian side, noted, among other things, that Istanbul was chosen because Turkey is one of the eight states that Ukraine invited to be guarantors of peace (Baltaci, 2022:520). This means that by the end of March 2022, Ukraine had fully accepted Turkey as a potential mediator.

The Turkish public had mixed expectations regarding the talks in Istanbul. Many were confident that all relevant topics could be discussed at the event, except for the legal status of the Crimean Peninsula and the Donets basin. They also believed that this meeting could lead to concrete results very soon, for which they expected the Russian armed intervention to subside in the northern part of Ukraine, first around Kyiv and then in the Chernihiv region. In the end, this was brought about by the Russians' own decision and not through the mediation of international powers. Looking back on that period, the expectation that the meeting in Istanbul could have led to the fact that Ukrainian President Zelensky and Russian President Putin would sit down to negotiate in person in the first phase of the war can now be called very naive (Duran, 2022:3).

There were also constructive proposals during the negotiations in Istanbul, as in Antalya. Ukraine reiterated its willingness to renounce NATO membership and become neutral. In addition, it was suggested that the diplomatic negotiations on the renewal of the 1994 Budapest Memorandum continue. Although the Ukrainians were more open than the Russians, who at the time still felt they were in a winning position, the deliberations had few tangible results (Phillips, 2022:6).

## Ending siege on Ukrainian grain

As the war progressed, the situation in the Black Sea became more and more complicated. The Russian fleet essentially blockaded the Ukrainian coast with the intention of preventing the Western forces from sending arms supplies

to the Ukrainians by sea. While Russian warships were stationed near all Ukrainian ports, the Ukrainian armed forces sank several of them, and both sides mined key sea areas intensively. One of the negative consequences of the Russian blockade was that one of the most important Ukrainian export items, grain, could not reach the world market, which created two significant problems. On the one hand, Ukraine lost significant revenues, and on the other hand, there was a growing shortage of goods in third-world countries. For this very reason, the countries of the world wanted to mediate between the Ukrainians and the Russians, so that at least this vital export item could get out of Ukraine. At the beginning of June 2022, Turkish Foreign Minister Mevlut Cavusoglu offered the parties that Turkey would help remove sea mines. However, the two warring parties were reluctant. The Ukrainians did not want the Russian warships controlling the process to be able to enter the port of Odessa, and the Russians did not accept the Turkish offer due to the lack of adequate guarantees as they were afraid that without control, the ships would be loaded with weapons instead of grain (Kaddorah, 2022:9).

The delivery of Ukrainian grain to the international markets should, by the way, take place in an international constellation created by the guarantees of the 1936 Montreux Convention. On February 28, 2022, the Turkish government limited the passage of Russian and Ukrainian ships through the Turkish straits. This impartial step could even serve as the basis for smooth deliveries, which did start but stopped after a while (Isler, 2022:2). Between February 27 and 29, 2022, citing the Montreux Convention, Turkey denied 3 or 4 Russian warships' passage through the straits from the Aegean Sea to the Black Sea. Ankara argued that the ships' official station is not a port on the Black Sea, so they have no right to cross Turkish territorial waters during wartime (Segell, 2022).

The long mediation process, in which the UN, Turkey, Ukraine, and Russia participated, brought tangible results by the end of July 2022. Thanks to this, Ukraine was able to deliver about 5% of its pre-war wheat and corn exports to customers. The agreement brokered by the Turks achieved the lifting of the blockade of three Ukrainian-held ports, Odessa, Chernomorsk, and Yuzhne. Russia agreed not to attack the peaceful shipments, and Moscow also renounced its responsibility to inspect them and agreed to let the UN and Turkey act as guarantors and inspectors. Since this action was a partial and temporary success, Turkey proved that it was ready to mediate between the Russian and Ukrainian sides (Prokopenko, 2022).

## Ukrainian criticism of Turkish mediation efforts

During the Russo-Ukrainian war that began in February 2022, it became increasingly common for Ukrainian President Volodymyr Zelensky to sharply criticise all countries and governments in the world. Erdogan's administration



is no exception. From the words of Zelensky speaking to Greek state television, it seems that the head of state thinks contrary to the Ukrainian delegation participating in the conference in Istanbul in March 2022 and that he does not consider the Turks' intention to mediate to be genuine. Zelensky was quoted saying: "on the one hand, Türkiye acts as a mediator and supports Ukraine with important steps, and on the other hand, we see, for example, preparing several tourist routes at the same time, especially for Russian tourism [...] You cannot deal with it that way, it's a double standard [...] because a choice must be made — are you in favour of the truth or not?" (Kaddorah, 2022:11).

Since the war, Turkey has also received another criticism from the Ukrainian public. The fact that Turkey is blocking the entry of Sweden and Finland into NATO is difficult for Ukrainians to digest. The AKP government accuses the two Scandinavian states of supporting the PKK terrorist organisation. Although Ukraine is not a member of NATO, its military success largely depends on its support. That is why, for the sake of its own safety, Kyiv expects Ankara to renounce its own security concerns (Kusa, 2022).

## Conclusion

The 2022 Russian aggression against Ukraine came at the worst possible moment for Turkey, but it also created a chance for Ankara to consolidate its position in the Black Sea region and become a middle power covering several regions. The Turkish economy is closely linked to both Ukraine and Russia. On the one hand, the war threatens the large number of Turkish investments in Ukraine, and on the other hand, it highlights the fact that Turkey needs to import gas and grain from Russia. Since Turkey neither remained neutral in relation to the war nor joined the Western sanctions, the war makes rapprochement with the EU and the USA more difficult. It also provoked serious internal political disturbances.

The Turkish government already recognised at the outbreak of the war that it had several peaceful tools to shape the processes. They took advantage of the traditional diplomatic forum in Antalya to bring the Russian and Ukrainian foreign ministers to the negotiating table for the first time after the outbreak of war, and then organised a second round in Istanbul at the end of March. Although these meetings did not bring concrete results, they increased Turkey's prestige and made Turkey a guarantor state despite Ukrainian criticism. Ankara also strengthened its cooperation with international organisations, was active in the NATO meeting in Brussels, and, with the help of the UN, contributed to a part of the Ukrainian wheat and corn harvest reaching third-world countries full of starving people. The latter is also due to the fact that Turkish diplomacy boldly used the opportunities provided by the Montreux Convention and limited the passage of warships through its straits.

Since the Russian-Ukrainian war is not yet over and the positions are not converging, it is expected that there will be more attempts at mediation in the future until a truce or a peace agreement is reached. This creates a chance for Turks to use the empathy that Ahmet Davutoglu says is the key to the success of Turkish mediation.

## References

- Adar, Sinem** (2022): Perceptions in Turkey about the War in Ukraine. German Institute for International and Security Affairs, Berlin
- Aydin, Filiz Tutku** (2022): Turkey's Policy on the Russian-Ukrainian Crisis. In: SETA Analysis, No. 77, pp. 1-13
- Baltacı, Alisan** (2022). Rusya Ukrayna Savaşı Kapsamında Türkiye'nin Siyasi ve Ekonomik Rolü. In: Acikgoz & Z. Alimgerey (eds.): Proceedings Book of International Congress on Social Sciences, China to Adriatic-XIV, IKSAD Global Publishing, Golbasi, pp. 517-526.
- Celikpala, Mitat & Ersen, Emre** (2018): Turkey's Black Sea Predicament: Challenging or Accommodating Russia? In: PERCEPTIONS, Vol. 23, No. 2, pp. 72-92
- Daniel, Remi & Lindenstrauss, Gallia** (2022): Walking a Fine Line: Turkey's Mediation between Russia and Ukraine, and Relations with the West. In: INSS Insight, No. 1586, pp. 1-5
- Davis, Douglas & Slobodchikoff, Michael** (2022): Great-Power Competition and the Russian Invasion of Ukraine. In: Journal of Indo-Pacific Affairs, Vol 5, No. 4, pp. 215-226
- Davutoglu, Ahmet** (2013): Turkey's Mediation: Critical Reflections from the Field. In: Middle East Policy, Vol. 20, No. 1, pp. 83-90
- Devlen, Balkan** (2014): "Don't poke the Russian bear": Turkish policy in the Ukrainian crisis. The Norwegian Peacebuilding Resource Centre, Oslo
- Duran, Burhanettin** (2022): Ukrayna Krizinde Türk Diplomasisi. In: Kriter, Vol. 6, No. 67, pp. 1-5
- Ereker, Fulya & Ozer, Utku** (2018): Crimea in Turkish-Russian Relations: Identity, Discourse, or Interdependence? In: Athens Journal of Social Sciences, Vol. 5, No. 4, pp. 371-388
- Grigoriadis, Ioannis** (2022): Turkey's Pivot to Eurasia: The Effect of Russia's Invasion of Ukraine. In. Hellenic Foundation for European and Foreign Policy Brief, No. 161, pp. 1-5
- Kaddorah, Emad** (2022): Türkiye and the Debate on Neutrality in the Ukraine War. Arab Center for Research and Policy Studies, Doha
- Onsoy, Murat** (2014): Caught on the Horns of a Diplomatic Dilemma: the Ukrainian Crisis and Turkey's Response. In: Sudosteuropa, Vol. 62, No.2, pp.250-264
- Rada, Péter & Rada, Csaba** (2007): Törökország európai uniós csatlakozásának biztonsági aspektusai. Külügyi Szemle, 6(4), pp. 3-42.
- Rada, Péter & Rada, Csaba** (2008): The Security Aspects of Turkey's European Integration. Foreign Policy Review, (5)2, pp. 18-36.
- Rada, Péter** (2013): The Muslim Courtyard: the European Union in the Maghreb. In: Balázs, Péter (ed.) The changing world order and its implications for the "wider Europe" Budapest: CEU (2013), pp. 1-40.

- RADA, Péter (2011): End of post-modern realism in the United States' democracy promotion strategy? Lessons from North-Africa and the „Arab Spring”. n: Robert, Ondrejcsak (szerk.) Panorama 201, Bratislava: Centre for European and North Atlantic Affairs (CENAA) (2011), pp.135-154.
- Rada, Péter** (2007): Átalakuló biztonsági kihívások. Rada, Péter (szerk.) Új világrend? : nemzetközi kapcsolatok a hidegháború utáni világban. Budapest: Corvinus Külügyi és Kulturális Egyesület, Ifjú Közgazdászok Közhasznú Egyesülete (2007), pp. 53-72.
- Rada, Péter** (2008): Új típusú biztonsági kihívások. In: Rada, Csaba (szerk.) Biztonságpolitikai Corvinák: Háttéranyagok korunk legfontosabb biztonságpolitikai problémáinak megértéséhez. Budapest: Corvinus Külügyi és Kulturális Egyesület (2008), pp. 7-19.
- Sanchez Tapia, Felipe** (2022): The balancing act of Turkish foreign policy and the war in Ukraine. In: Instituto Espanol de Estudios Estrategicos Analysis Paper, No. 31, pp. 1-19
- Tziarras, Zenonas** (2022): The Ukraine War and Turkey as a “Third Pole” in a New International Order. In: PRIO Middle East Policy Brief, No. 1, pp. 1-4
- Tarrósy, István & Rada, Péter** (2013): ‘Chimerican’ Interests, Africa Policies and Changing US–China Relations. Biztpol Affairs 1(1), pp. 11-28.

## Internet sources

- Baggiani, Gregorio** (2021): Black Sea, Turkey and Ukraine: the compensation factor against Russia. (<http://www.natofoundation.org/wp-content/uploads/2021/01/NDCF-Paper-Baggiani-Black-Sea-Turkey-and-Ukraine-201220.pdf>) Downloaded: 13th December, 2022
- Isler, Cansu** (2022): War in Ukraine: A View from Turkey. (<https://www.conference-board.org/publications/pdf/index.cfm?brandingURL=war-in-ukraine-view-from-turkey>) Downloaded: 13th December, 2022
- Kusa, Iliya** (2022): From Ally to Mediator: How Russia's Invasion Has Changed Ukraine-Turkey Relations. (<https://carnegieendowment.org/politika/88097>) Downloaded: 13th December, 2022
- Lesage, Dries et al.** (2022): The War in Ukraine and Turkey's Hedging Strategy Between the West and Russia. ([https://www.ugent.be/ps/politiekwetenschappen/gies/en/research/publications/gies\\_papers/2022-ukraine/the-war-in-ukraine-and-turkeys-hedging-strategy-between-the-west-and-russia](https://www.ugent.be/ps/politiekwetenschappen/gies/en/research/publications/gies_papers/2022-ukraine/the-war-in-ukraine-and-turkeys-hedging-strategy-between-the-west-and-russia)) Downloaded: 13th December, 2022
- Phillips, David** (2022): An Uncertain Ally: Turkey's Response to Russia's War on Ukraine. ([http://humanrightscolumbia.org/sites/default/files/Turkey%20Russia%20Research%20paper%205-12\\_4.pdf](http://humanrightscolumbia.org/sites/default/files/Turkey%20Russia%20Research%20paper%205-12_4.pdf)) Downloaded:13th December, 2022
- Prokopenko, Alexandra** (2022): What's in the Ukraine Grain Deal for Russia? (<https://carnegieendowment.org/politika/87576>) Downloaded:13th December, 2022
- Segell, Glen** (2022): Revisiting the Montreux Convention of 1936 in light of the current conflict between Russia and Ukraine. (<https://trendsresearch.org/insight/revisiting-the-montreux-convention-of-1936-in-light-of-the-current-conflict-between-russia-and-ukraine/>) Downloaded:13th December, 2022
- Sulik, Rudolf** (2012): Mediation capacity of Turkey as a regional power. (<https://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2012-04-ankara/Mediation-capacity-of-Turkey-as-a-regional-power--PhDr.-Rudolf-Sulik.pdf>) Downloaded:13th December, 2022

# KAMPÁNY, KOMMUNIKÁCIÓ, ÉRZELMEK: AZ AMERIKAI POLITIKA TERMÉSZETE ÉS A VILÁGPOLITIKA<sup>1</sup>

---

**Nyilas Laura**  
**Rada Péter**

**Abstract:** After the recent US midterm elections in 2022, which can be considered a form of preparation for the 2024 presidential elections, dealing with the political communication of US presidents has regained relevance. The study focuses on an issue that is not part of foreign affairs but is a phenomenon that fundamentally influences international relations: the US presidential election process, including campaign communication, presidential communication, and its characteristic patterns. The US presidents are elected by their voters; the voters are more influenced by their feelings and perceptions than by hard calculations on foreign policy. Social media has strengthened the influence of volatile and non-rational elements during campaigns. Thus, the presidents are elected in an irrational process that has little connection to foreign policy. However, the president, who is elected based on emotions, also becomes the chief of foreign policy of the most powerful country in the world. Consequently, the emotions, beliefs, and fears of American voters will influence what the world looks like.

**Keywords:** politics, communication, voter emotions, United States

**Absztrakt:** A 2022-es amerikai félidei választások által, amelyek egyébként a 2024-es már elnöki kampányok és választás főpróbájának tekinthetők, újra aktualitását élvezi az Amerikai Egyesült Államok elnökeinek politikai kommunikációjának vizsgálata. A tanulmány vizsgálati fókuszában egy nem külpolitikai kérdés, de a nemzetközi kapcsolatokat alapvetően befolyásoló jelenség, az amerikai elnökválasztási folyamat, azon belül is a kampánykommunikáció, az elnöki kommunikáció, annak jellemző mintázatai áll. A tanulmányban ezen kívül szemügyre vesszük a kommunikációban tapasztalt elmúlt évtizedes átalakulást, a közösségi média hatalmát és befolyásoló szerepét a mindennapi életben, valamint a választásokon való szavazás eltolódását a racionális magatartástól az érzelmek irányította viselkedés felé. Mind ezek kapcsán számos érdekes kérdés kerül felvetésre, mint például az, hogy az amerikai választók ér-

<sup>1</sup> Jelen publikáció „A KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS MINISZTERIUM ÚNKP-22-2-I-NKE-29 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.”

*zelmei meghatározzák-e a világunk sorsát, ha abból indulunk ki, hogy az Amerikai Egyesült Államok világvezető nagyhatalomként alapvető befolyással van a nemzetközi kapcsolatokra, amiket végső soron maga a megválasztott elnök is jelentősen befolyásol. A kutatás empirikus bázisát a dokumentumelemzésből származó adatok analitikus vizsgálata adja.*

**Kulcsszavak:** *Politika, kommunikáció, érzelmi politika, Egyesült Államok*

A felvilágosodás úttörő gondolata volt, hogy a körülöttünk lévő világ végső lényegét (ontológia), illetve életünk mindennapjait is képesek vagyunk megérteni és magyarázni (episztemológia) a tudomány segítségével. Vagyis érzelmektől, hiedelmektől mentesen, tudományos igénnyel végül is a politikai folyamatokat is le lehet írni. A hit hatalmától történő karteziánus alapokon nyugvó emancipáció azonban pont a politika területén nem hozott megnyugtató magyarázatokat. Még a „vastörvények” is billegnek a tisztán racionális teszten, és mindig lesz kritikusa minden racionális alapokon nyugvó pozitívista elméletnek. Nem véletlen, hogy a politika nem is vált önálló tudományvá igen sokáig, ahogyan a nemzetközi kapcsolatoknak is végső soron Hans Morgenthau ácsolt önálló polcot a tudományban a második világháború után.<sup>2</sup>

Nemzetközi kapcsolatok szakértőként nem is mondhatunk mást, mint hogy hiszünk ennek a területnek a tudományos mivoltában, de azzal is tisztában vagyunk, mennyire nehéz meggyőző módszertannal érvelni politikai események, folyamatok elemzése során. Mindez különösen igaz, ha az „irracionalitás” szándékolt, vagy legalábbis kihasznált eredmény, mint egy politikai kampány során. Jelen gondolatmenet éppen egy ilyen területet kíván elemezni, de kissé talán szokatlan logikai kiindulásból.

Nem véletlen került említésre a nemzetközi kapcsolatok, amely diszciplínában közhelyes megállapítás, de mindenképpen igaz, hogy a belpolitika elválaszthatatlan befolyással van a külpolitikára, ahogyan Kiss J. László fogalmaz: a döntéshozók többszintű politikát folytatnak.<sup>3</sup> Ha mindezt elfogadjuk (nem is alapvetésnek) kiinduló tézisnek, akkor állíthatjuk, hogy a külpolitika hat a belpolitikára. Ez utóbbi gondolatot azonban nem kívánjuk deduktív módszerrel hipotézissé emelni, csupán egy gondolat kísérlet szikrájaként értelmezni. A nemzetközi kapcsolatok elméleti irányzatai segítségével kívánjuk megjeleníteni a politikai racionalitást, figyelembe véve a „mainstream” racionális elméleteket, mint a realizmus és liberalizmus buktatóit és a konstruktivista „mindent a mindennel” magyarázó, ezért kissé tautologikusnak tűnő logikai-filozófiai kérdéseit.<sup>4</sup>

2 Morgenthau, Hans (1948): *Politics Among Nations*. Michigan, Knopf

3 Kiss J. László (2009): *Változó utak a külpolitika elméletében és elemzésében*. Osiris Kiadó, Budapest.

4 Sokkal bővebben az elméleti keretekről és azok alkalmazhatóságáról lásd Rada 2007, Rada, 2008.

A racionalitást sugalló liberális vagy realista módszertan túl leszűkítő, a konstruktivista pedig túl megengedő. Ezért a két módszertani filozófia egyét alkalmazva nézünk meg egy nem külpolitikai kérdést, de a nemzetközi kapcsolatokat alapvetően befolyásoló jelenséget, az amerikai elnökválasztási folyamatot, azon belül is a kampánykommunikációt, az elnöki kommunikációt. Ez rávilágít az amerikai politika természetére, annak egy nagyon jellemző szeletét bemutatva. Elismerve, hogy ez csak egy szelet, nem adhat maximum segédletet az amerikai politika egészének megértéséhez, pláne nem a nemzetközi kapcsolatok összetettségének átadásához. Mégis ezzel a krosszdiszciplináris<sup>5</sup> eszközhalmazzal olyan filozófiai-logikai elméleti relációk árnyalásához szeretnénk hozzájárulni a kicsit máshogyan sorrendbe tett kauzalitás és nézőpont segítségével, mint:

- az Egyesült Államok világvezető nagyhatalomként alapvető befolyással van a nemzetközi kapcsolatokra;
- az Egyesült Államok külpolitikáját jelentősen befolyásolja az elnök;
- az elnök döntéseit jelentősen befolyásolja a belpolitika és a választások;
- azaz csak az befolyásolhatja a világpolitikát, akit megválasztanak, vagyis minden a sikeres kampánytól függ.

A fentebbi logika úgy tűnik, mintha rímelve az arisztotelészi szillogizmusokra és a tiszta deduktív módszerre. De ahogyan Descartes eloldozta a skolasztikus béklyóitól a hellenisztikus módszertant, egyben modernné téve azt, úgy szabadították meg a politikatudományt a racionalitás igényétől a konstruktivizmussal a modern nemzetközi kapcsolatok szakértői, mint Alexander Wendt.<sup>6</sup> Így az elnökikampány-kommunikáció vizsgálata is a nemzetközi kapcsolatok fontos területe, de nem lehet racionális a logika értelmében, még ha a kérdések, amelyekre választ vélünk felfedezni, világos sorba is rendezhetők.

Jelen tanulmány apropóját nem egy elnöki kampány, nem általában politikai kommunikációs kíváncsiságunk kielégítése adja, hanem a 2022-es amerikai félidei választások, amelyek egyébként a 2024-es már elnöki kampányok és választás főpróbájának tekinthetők: „MAGA megint, vagy mérsékelt köntösbe bújt radikális progresszivizmus”?<sup>7</sup> Az elemzés vizsgálatának tárgya az amerikai elnöki kommunikáció, amely az érzelmekre hat, nyilván

5 Itt szándékosan nem a szakirodalomban gyakran valódi jelentés nélküli címkét a multi- vagy interdiszciplináris kifejezést használtuk.

6 Wendt, Alexander (1999): *Social Theory of International Politics*. Cambridge, Cambridge University Press.

7 Az amerikai belpolitikai törésvonalak mélyülése és a két párton belül megerősödő, de minimum hangosabbá váló irányzatok elemzése önmagában is érdekes téma, de jelen elemzés nem kíván mélyebben foglalkozni vele. A MAGA Trumpra és kampányának szlogenjére utal: Make America Great Again. A demokrata párton belül Joe Biden elnök utódját keresik, de nehéz kompromisszumra jutni, mert a párt folyamatosan balra tolódik és a progresszív szárny követelésesei egyre szélsőségesebbek, miközben a szavazók még mindig középre húznak, azaz keresik, keresnék a mérsékelt erőt.

azzal a céllal, hogy a politikai hatalmat a választások útján biztosítsa. A politikai szereplők, azon belül is az elnökök kommunikációja – a világ társadalmi, gazdasági és technológiai fejlődésével összhangban – folyamatosan változik. Ez önmagában közhely. Az információ és a kapcsolatépítés fontossága az elnökök munkájában, így a kommunikációjukban is nagy szerepet tölt be. Ez is. Az elnökök kommunikációjukkal igyekeznek az Egyesült Államok nemzetközi kapcsolatait fejleszteni, partnereiket befolyásolni, az országimázst javítani és nem utolsósorban minél szélesebb körű támogatottsági kört szerezni. Ez pedig a célracionális gondolkodás, miközben a cél és a stratégia szociális konstrukció. Azaz a vélt hatalom fontossága miatt érzelmeken keresztül befolyásolt választók az eszközök.

Egy olyan hangsúlyos politikai szereplőnek, mint az amerikai elnök, elengedhetetlenül fontos a folytonos információgyűjtés, továbbá, hogy ő maga is tájékoztató jellegű adatokkal tudjon szolgálni. A felgyorsult technológiai változások miatt az elnöki kommunikáció szerepe is módosult. A virtuális térnek köszönhetően az adott információt gyorsabban át lehet adni, továbbá az említett virtuális tér lehetővé tette az adatok áramlásának ellenőrzését és követését is.

Inkább közismert tény, mint újdonság, de érdekes megemlíteni, hogy a technológia fejlődésével párhuzamosan megfigyelhető az amerikai elnöki kommunikáció változása, ami egyúttal kiemeli az elnöki kommunikáció szerepének növekedését. Franklin D. Roosevelttől 1933-tól haláláig, 1945-ig volt az Egyesült Államok elnöke. Ebben az időben a technológia még nem indult robbanásszerű fejlődésnek, így a legtöbb információ sajtótájékoztatókon hangzott el, élőszóban. Egyébként pont Roosevelttel kezdte használni a tömegesen a választók háztartásában megjelenő rádiót mint kommunikációs csatornát. Ebből kifolyólag, a 20. század első felében a (dez)információ lassabban „szivárgott ki”, mint ma. Franklin D. Roosevelttel ellentétben, ahogyan a technológia fejlődésnek indult, az elnökök látszólag egyre kevesebb figyelmet szenteltek annak, hogy milyen a róluk alkotott kép, illetve nehezebben tudták közvetlenül befolyásolni azt.<sup>8</sup> Napjainkban Donald Trumpról számtalan elnökhöz nem illő kép, montázsvideó jelenik meg, kifigurázva a személyiségét, adott cselekedeteit. Kommunikációja gyakran provokatív, a negatív kép is hasznos lehet alapon.<sup>9</sup> Ha a következő hipotéziseket elfogadjuk, márpedig legitimnek tűnnek, ha a fenti gondolatmenet nem int bennünket óvatosságra, akkor azt mondhatjuk, hogy a választók érzelmei (érzelmi politizálás) alapvetően befolyással van a nemzetközi kapcsolatokra.

8 Behrle, Maximilian, 2017.: *The changing dynamics of political communication-How Donald Trump used Twitter in the 2016 presidential election*. URL: [https://www.researchgate.net/publication/320614773\\_The\\_changing\\_dynamics\\_of\\_political\\_communication\\_-\\_How\\_Donald\\_Trump\\_used\\_Twitter\\_in\\_the\\_2016\\_presidential\\_election](https://www.researchgate.net/publication/320614773_The_changing_dynamics_of_political_communication_-_How_Donald_Trump_used_Twitter_in_the_2016_presidential_election) [letöltés: 2022. november 2.]

9 A kommunikációval és az elnökök politikai tevékenységével foglalkozó nemzetközi szakirodalom rendkívül széles. A politikai kommunikáció elméleti megfogalmazásával, az amerikai Howard H. Frederick és az olasz Gianpietro Mazzoleni kutatásai átfogóan foglalkoznak. A méltán híres amerikai politikus és közíró, Walter Lippmann 1922-es *Public Opinion* című könyve többek között a nyilvánosságban rejlő veszélyeket vette górcső alá. Lippmann írásaira Thomas Woodrow Wilson amerikai elnök is felfigyelt, majd később elnöki tanácsadóként is alkalmazta.

Az utóbbi években egyre meghatározóbbak az amerikai elnökválasztásoknál az érzelmi indítatású elemek, így a kampány és retorika is erre irányul.

Ha a jelöltek személyét, és nem politikáját, szakmai kompetenciáját teszik mérlegre, akkor a választók azt fogják megállapítani, hogy ki a megosztóbb emberileg. Ehhez kapcsolódik a gondolat, amit sokan említenek, hogy a 2016-os választást nem Trump nyerte meg, hanem Clinton vesztette el. Ennél talán még kézzelfoghatóbb volt, hogy Biden azért nyerhetett 2020-ban, mert Trump ellen indult.

Az érzelmi indítatású elemek térnyerésében az új médiumok aktív szerepet játszanak.

Az internet megjelenésével, elterjedésével másodpercek alatt keletkeznek információk. Terjedésük a világhálón szintén egy szempillantás alatt történik, így álhírek is hamarabb jönnek létre és terjednek. Következésképpen az elnököknek folyamatosan készen kell állniuk, reagálniuk kell a legfrissebb hírekre, nem hagyhatnak semmit sem figyelmen kívül.

## Kampány és retorika

A retorika főszereplője a szónok, akinek hivatásából fakadóan első számú feladatai közé sorolható a beszéd előtti felkészülés, azaz a beszéd témájának és tárgyának megválasztása. A szónoki beszéd előre, alaposan megformált, szabályosan felépülő szöveg. A szónoki beszéd alapvetően két fő részből áll: egyrészt a tények és az álláspont közléséből, másrészt pedig azokból az eszközökből, amelyek biztosítják a megfelelő érzelmi hatásokat.<sup>10</sup> A megfelelő retorikai elemek alkalmazása a politikai kommunikáció során is nélkülözhetetlen, mondhatni a lényegét is ez adja. Általánosítani azonban mégsem lehet, hiszen közrejátszik egy olyan tényező, ami elnökönként eltér. Ez nem más, mint maga az ember, jelen esetben az elnök személyisége.

Donald Trump, *Trump 101 – The way to succes* című könyvében leírja, hogy az egyes megállapodások elérésének kulcsa a meggyőzés, nem pedig a hatalom. A meggyőzés a politika és a diplomácia egyik legjobb eszköze, továbbá az a képesség, amivel képesek lehetünk meggyőzni az embereket a saját ötleteink elfogadásáról. A sikeres tárgyalások során valamennyi félnek elégedettnek kell lennie az eredménnyel, ennek érdekében fontos, hogy az adott tárgyalófelek ne érezzék kényszerítve magukat, inkább az egyenrangú partnerek érzését kell bennük kelteni.<sup>11</sup>

A klasszikus szónoki beszéd felépítése, felosztása Donald Trump szemszögéből is megfigyelhető, illetve több azonosságot is észlelhetünk: „A tárgyalások az előkészítésről szólnak. Ez nem egy titokzatos folyamat, de annál izgalmasabb lehet. Művészetként kell rá tekinteni, és aprólékosnak kell lenni.”<sup>12</sup>

<sup>10</sup> Ennél részletesebb felosztás is ismert a szónoki beszéd kapcsán. E felosztás szerint a beszéd nyolc részre különíthető el: bevezetés (Principium); elbeszélés (Narratio); kitérés (Egressus) – nem mindig fordul elő; témafelvetés (Proposito); érvelés (Argumentatio); bizonyítás (Confirmatio); cáfolás (Refutatio); befejezés (Peroratio).

<sup>11</sup> Trump, Donald J.; McIver, Meredith (2007): *Trump 101 – The way to succes*, Hoboken, New Jersey, 60–62. p.

<sup>12</sup> Uo. 62. p.



Donald Trump négy pontban írja le a tárgyalások menetét, fontosabb pontjait, előkészületi tevékenységeit. Ezek alapvetően az üzleti életre vonatkoznak, azonban a politikai életben is alkalmazhatók a következő stratégiák. Mindezekelőtt alaposan fel kell készülni minden tárgyalásra a célok minél pontosabb meghatározásával és definiálásával együtt. Ezek után tudjuk meg, mit akar a másik fél. Meg kell ismerni ellenfeleink erősségeit és gyengeségeit. Tudni kell, kik az ellenfelek, milyen erőforrásokkal rendelkeznek, ki támogatja őket, mennyit akarnak, és azt, amit akarnak, azt miért akarják, illetve meddig képesek elmenni azért, hogy ezeket meg is szerezzék. Ragaszkodni kell a tényekhez, ne találgassunk vagy általánosítsunk. Bizonyítékokra, dokumentumokra és megbízható adatokra kell támaszkodni. Mivel nincs két egyforma ember, társaság, vállalat vagy szervezet, ezért ne feltételezzünk, vagy ne vonjunk le hirtelen, megalapozatlan következtetéseket. Tárgyalásoknál fontos, hogy észszerűek és tisztességesek maradjunk, így mindenki nyerhet.<sup>13</sup>

A politikai életben a kommunikáció szerepe, természete kettős: egyrészt a szereplők a hatalomért versengenek, illetve céljuk a választással megszerzett hatalmat, támogatást megtartani, másrészt, amikor ugyanezek a politikai alanyok kommunikációja a kormány tevékenységét tükrözi, informatív célzattal az állampolgárok irányába. A valóságban éles határ nem, vagy nagyon nehezen húzható a két kommunikációs szerep között, mivel a kormányok által szervezett kampányok legtöbbször már a hatalmon lévő párt vagy vezető promóciós céljait is magukban foglalják. Számos tanulmány is levezette, hogy a politikai kommunikációban a retorika bonyolultságának mértéke a választások során általában megváltozik.<sup>14</sup>

A negatív kampány bár nem nevezhető önálló kommunikációs altípusnak, mégis fontos szelete annak. A negatív kampány fogalmi meghatározása eltérő lehet, ha más-más kontextusban jelenik meg: a köznyelvben a politikai aktorok olyan kommunikációs tevékenységét jelenti, amely negatív hangvételű, személyeskedő, politikai témától távol eső, olykor mocskoló. A szakirodalomban ennél azonban összetettebb a definíció. Ebben az esetben a negatív kampány olyan tudatosan felépített politikai kommunikáció, hirdetés, reklámkreálás, ami egy párt vagy politikus egyetértésével kerülhet nyilvánosságra, célja pedig az ellenfél negatív színben való feltüntetése.<sup>15</sup> A negatív kampány lényege, hogy érzelmileg befolyásolja a szavazókat. Egyre inkább elfogadott a politikatudományban, hogy a szavazók érzelmi alapon, azaz nem racionális mérlegelést követően döntenek, és nem az elnökjelöltek szakmai tudását, tapasztalatát értékelik a szavazatuk leadásának napján.

Az egyik talán leghíresebb negatív kampány a *Daisy-spot* nevezetű reklám. 1964. szeptember 7-én egy 60 másodperces tévéhirdetés örökre megváltoztatta az amerikai politikai kampányok történetét. A hároméves Daisy,

---

13 Uo.

14 Mazzoleni, Gianpietro (2002): *Politikai kommunikáció*, Budapest, Osiris Kiadó Kft., 42–47

15 Braun Róbert (2019): itt van AMERIKA. *Negatív Kampány*. Budapest, Athenaeum, 136–137.

egy hétköznapi ruhában látható kislány, tépkedte a napfényes mezőben a százszorszép szirmait. Szavait egy férfihang visszaszámlálása követte, amelyet klasszikus gomba alakú hatalmas atomrobbantás követett. Az üzenet egyértelmű volt: Barry Goldwater republikánus elnökjelölt adott esetben nem zárkózott volna el az atomfegyver használatától, azonban a szavazói félelmekre játszva két hónappal később a demokrata Lyndon Johnson elnök könnyedén nyerte meg a választást és lett elnök most már saját jogon.<sup>16</sup>

Mára a negatív kampány egy másik arcát láthatjuk. A 21. században az ellenfél negatív színben való feltüntetése nem ismer határokat. Megfigyelhető az is, hogy egyre több a személyeskedés, míg a szakmai kompetenciák valódi szembesítése elenyésző. Elegendő példaként szolgálnak a 2020-as elnökválasztási kampányban folytatott elnökjelölti viták. Donald Trump elnök és a demokrata jelölt, Joe Biden 2020. szeptember 29-én folytatták az első vitát, amelyet személyes gyalázkodás és állandó megszakítások jellemeztek. Trump és Biden egyaránt megtámadta egymás intelligenciáját. Biden Trumpot „hazugnak” meg „bohócnak”, és egy ponton „Amerika valaha volt legrosszabb elnökének” nevezte. Biden a koronavírus-járványt, amely a vitáig több mint 205 000 amerikai és világszerte több mint 1 millió embert ölt meg, a Trump legyőzésére irányuló kampányának központi témájává tette. Ezzel szemben Trump Biden fiának pénzügyeit emelte be a rivaldafénybe.<sup>17</sup>

## Kiemelt tényezők az érzelmi politizálásban, kampányokban, kommunikációban

### *A politikus/kommunikátor, esetünkben az elnök személye*

Bár alapvető fontosságúak egy elnök életében az Alkotmányból fakadó jogok és kötelezettségek, amelyekhez mindig és mindenkor köteles igazodni és azokhoz tartania magát, sikerességének kulcsa nem ebből, hanem saját személyiségéből fakad. Az ő feladata, hogy megnyerje hallgatóságát, és hogy megragadja, majd fenn is tartsa a figyelmüket, érdeklődésüket.<sup>18</sup> Ez persze nemcsak az elnökökre jellemző, legyen szó bárkiről, akár egy eladóról, aki

16 Babb, Drew (2014): LBJ's 1964 attack ad 'Daisy' leaves a legacy for modern campaigns. *The Washington Post*. URL: [https://www.washingtonpost.com/opinions/lbjs-1964-attack-ad-daisy-leaves-a-legacy-for-modern-campaigns/2014/09/05/d00e66b0-33b4-11e4-9e92-0899b306bbea\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/opinions/lbjs-1964-attack-ad-daisy-leaves-a-legacy-for-modern-campaigns/2014/09/05/d00e66b0-33b4-11e4-9e92-0899b306bbea_story.html) [letöltés: 2022. november 02.]

17 Chalfant, Morgan, Samuels, Brett, 2020.: Biden, Trump clash at vicious, ugly debate. *The Hill*. URL: <https://thehill.com/homenews/campaign/518876-biden-trump-clash-at-vicious-ugly-debate> [letöltés: 2022. november 2.]

18 Callahan, Molly (2016): How Donald Trump is changing presidential communication. *News@ Northeastern*. URL: <https://news.northeastern.edu/2016/12/02/how-donald-trump-is-changing-presidential-communication/> [letöltés: 2022. november 2.]

meg akarja győzni vásárlóját egy termék megvételéről. Aki kommunikál másokkal, eredményeket vár: eladás, szavazat, támogatottság megszerzése, vagy akár valamilyen érzelm kiváltása a hallgatóságból.<sup>19</sup>

A kampányok, Brent Buchanan szerint tévesen, továbbra is több időt töltenek az olyan beszédek felépítésével, amelyek az emberek logikájára, racionalitására kívánnak hatni, nem pedig a szavazók érzelmeire. Tekintettel a gazdaság helyzetére, a 2020-as elnöki kampányok új megközelítéseket kellett alkalmazzanak annak érdekében, hogy valóban megértsék a választókat: eldöntött kérdés lett, hogy érdemes több figyelmet fordítani a választói érzelmek mennyiségi elemzésére.<sup>20</sup>

Az érzelmek és a szavazás tanulmányozása során az egyik nagyon releváns, bár nagyrészt elhanyagolt kérdés az, hogy milyen mechanizmusok kapcsolják össze az érzelmeket a szavazási döntésekkel. Ezt a kérdést általában nem kifejezetten tárgyalják, de a választ a következő vizsgálatok változóiból következtethetjük. Az emberek általában az érzéseket releváns információnak tekintik egy bizonyos tárgyról. Ez az elmélet alkalmazható a választási kontextusra is. Ezen elméleti alapokon arra tudunk következtetni, hogy az átélt érzelmek közvetlen hatással vannak a jelöltek értékelésére, és ezáltal közvetett módon befolyásolják a szavazást is.<sup>21</sup>

Dr. Tereza Capelos, a Konfliktus-, Együttműködési és Biztonsági Intézet vezető oktatója<sup>22</sup> úgy fogalmazott: „A gondolkodás és az érzés kéz a kézben jár.” Minden döntéshozatalban, ideértve a politikai döntéseket is, fontos, hogy az emberek hogyan érezzék magukat a kapott információk vonatkozásában. Az érzelmek, azon túl, hogy befolyásolják véleményünket, segítenek az embereknek döntéseket is hozni.<sup>23</sup> A Tóka Gábor által leírt szavazói magatartásról több érdekes és releváns kérdés is felvetődik. Vajon amikor a szavazók döntenek a kormány sorsáról, emlékezni fognak-e, vagy egyáltalán számításba veszik-e a politika szempontjából meghatározó tényezőket is? Valószínűleg ez kevés személyre igaz. Sokkal inkább elmondható, hogy az emberek hajlamosak a közéleti szempontból lényegtelenebb, ámde annál inkább szórakoztatóbb, bulvárjellegű eseményeket figyelembe venni, arról beszélni, adott esetben az

---

19 Pérez-Curiel, C.; Limón Naharro, P. (2019): Political influencers. A study of Donald Trump's personal brand on Twitter and its impact on the media and users. *Communication & Society*. URL: [https://www.researchgate.net/publication/330666206\\_Political\\_influencers\\_A\\_study\\_of\\_Donald\\_Trump's\\_personal\\_brand\\_on\\_Twitter\\_and\\_its\\_impact\\_on\\_the\\_media\\_and\\_users](https://www.researchgate.net/publication/330666206_Political_influencers_A_study_of_Donald_Trump's_personal_brand_on_Twitter_and_its_impact_on_the_media_and_users) [letöltés: 2022. november 2.]

20 Buchanan, Brent (2020): Voting in 2020 will be more emotional than previous elections. Here is how to connect. *CYGNAL*. URL: <https://www.cygn.al/voting-in-2020-will-be-more-emotional-than-previous-election-years-here-is-how-to-connect/> [letöltés: 2022. november 2.]

21 Mari, Silvia, Rosema, Martin: *The emotional underpinning of partisanship and vote choice*. URL: [https://www.utwente.nl/en/bms/pa/staff/rosema/publications/conference\\_papers/paper\\_mari\\_and\\_rosema\\_ispp\\_200.pdf](https://www.utwente.nl/en/bms/pa/staff/rosema/publications/conference_papers/paper_mari_and_rosema_ispp_200.pdf) [letöltés: 2022. november 2.]

22 University of Birmingham, 2020.: Dr. Tereza Capelos. URL: <https://www.birmingham.ac.uk/staff/profiles/gov/capelos-tereza.aspx> [letöltés: 2022. november 02.]

23 Cooper, Kristiina (2015): The psychology of voting: an emotional matter? *BBC*. URL: <https://www.bbc.com/news/election-2015-32537661> [letöltés: 2022. november 2.]

alapján szavazni. Tóka Gábor, az említett fejezetben külön beszél racionális és tudattalan választóról, mint két szavazói típusról. Azok, akik a racionalitás mellett döntenek, mérlegre teszik saját egyéni véleményüket, meglátásaikat és az elnökjelöltek programját. A tudattalan választó ezzel ellentétben nem fog időt és energiát szánni az elnökjelöltek álláspontjainak a kielémezésre, hanem mások által kialakított nézetek szerint fog dönteni.<sup>24</sup>

Az elmúlt években egyre több példa mutatta be, hogy politikai viselkedésünket inkább érzelmek és kevésbé a racionalitás irányítja.<sup>25</sup> Ezt számos tanulmány is igazolja, ami még jobban megalapozza azt a hipotézist, miszerint az érzelmeink befolyásolják a szavazatainkat.

Ezt a felvetést számos pszichológus is osztja. Jon Krosnick, a Stanford Egyetem politológiai professzora szerint az egyik legmeghatározóbb érzelmek, ami akár tudat alatt is befolyásol, az az előítélet. Krosnick azzal érvelt, hogy a televíziós viták során bár a választók hallgatják a jelölteket, más tényezők olykor nagyobb hatással lehetnek a szavazók döntéseire. A 2008-as amerikai elnökválasztáson azok az emberek, akiknek magasabb volt a faji előítélete, kevésbé valószínű, hogy Obamára szavaztak, mint McCainre. Krosnick kutatásai szerint az előítéleten túl a negatív elfogultság is nagyban meghatározza a szavazatok eredményét. Ha a politikusok ellenfeleik negatív tulajdonságait jobban kidomborítják, az növelheti saját támogatóik körét. Az 1990-es években tanulmányozta, hogy az ellenszenv sokkal inkább kényszerítő ok a szavazás leadásához, mint az, ha a választók egyenlően alacsony mértékben kedvelik, vagy nem kedvelik a jelölteket.<sup>26</sup>

Yoel Inbar, a Torontói Egyetem pszichológiai professzora azt tanulmányozta, hogy az undor hogyan befolyásolhatja az embereket. Megállapította, hogy a könnyebben undorodók általában politikailag konzervatívabbak. A félelem hasonló reakciókat válthat ki az emberekből. A félelmet kiváltó politikai retorika, kiemelve a terrorizmust vagy akár a gazdasági instabilitást, erőteljes hatást gyakorolhat az emberek csoportjára, amikor álláspontjuk, nézeteik befolyására törekednek.<sup>27</sup>

Egy másik megközelítés, az érzelmi intelligencia elmélete szerint az érzelmek kettős módon befolyásolják a választási döntéseket. A pozitív érzelmek, amelyek lelkesedéssel töltik el az állampolgárokat, és ezáltal közvetett módon befolyásolják szavazati döntéseik irányát. Az érzelmek második dimenziója, amelyet G. E. Marcus és M. B. MacKuen szorongásnak nevez, meghatározza, hogy az állampolgárok mennyire támaszkodnak a szokásos viselkedésükre. A szorongás magas szintje megteremti a tanulás vágyát. A szavazók többet akarnak megtudni a kampányról, és ezáltal növekszik a kognitív tényezők hatása a szavazásra. Egy harmadik,

24 Tóka Gábor (200): Politika és politikatudomány. *A szavazati magatartás*. Kézirat.

25 Winter, Eyal (2015): Voting is irrational. Emotions always win. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/may/07/voting-irrational-emotions-politics-ideology> [letöltés: 2022. november 2.]

26 Krosnick, Jon A.: *The Psychology of Voting*. Ohio State University. URL: <https://prrg.stanford.edu/wp-content/uploads/10-The-psychology-of-voting.pdf> [letöltés: 2022. november 2.]

27 Inbar, Yoel (2008): *Disgust Sensitivity, Political Conservatism, and Voting*. ResearchGate. URL: [https://www.researchgate.net/publication/258189644\\_Disgust\\_Sensitivity\\_Political\\_Conservatism\\_and\\_Voting](https://www.researchgate.net/publication/258189644_Disgust_Sensitivity_Political_Conservatism_and_Voting) [letöltés: 2022. november 2.]

merőben meghatározó érzelem az idegenkedés, ellenszenv. Számos megszólalást hallhattunk már, miszerint egy szavazó nem kimondottan a jelöltre szavaz, hanem sokkal inkább ellenfele ellen.<sup>28</sup>

Biden már többször is indult az elnökjelöltségért, de elbukott, 2020-ra már idős volt, és a Washingtonban eltöltött politikusi több mint négy évtizedes pályafutása sem mindenki számára meggyőző. Ezért arra kellett törekednie, hogy jó, kedves szerethető, de elfogadható jelöltnek mutassa be magát és hangsúlyozza, kiemelje Trump gyengeségeit.

Az érzelmi alapú döntések erősödését az is bizonyítja, hogy a 2016-os elnökválasztások előtt a közvélemény-kutatók több, a politikához közelebb álló kérdést tettek fel, illetve az emberek álláspontja több politikai információt tükrözött, ami alapján elmondták, hogy kire miért szavaznának. Nem mellesleg a közvélemény-kutatások jóval pontosabban is mértek. Ezzel szemben a 2020-as elnökválasztás előtt, a statisztikák szerint a hangsúly áthelyeződött az érzelmi indíttatású kérdésekre, álláspontokra. A Pew Research Center által közzétett statisztikák alapján elmondható, hogy Trump szavazóbázisának 76%-a szavaz kimondottan rá, míg 24%-a inkább csak Biden ellen szavaz, így mondhatni a Trump-szimpatizánsok sokkal racionálisabb szavazók. Fordított helyzetben, Biden szavazói bázisának mindössze 33%-a szavaz Bidenre és 67%-a Trump ellen. A tény, hogy valaki csak azért szavazna például Bidenre, mert nem szimpatizál Trumppal, arra enged következtetni, hogy a kampányidőszak alatt fontosabbá, meghatározóbbá vált az elnökjelöltek személyisége, mint maga a politika, a program, amit képviselnek.<sup>29</sup>

Ugyancsak az érzelmek erősödését igazolja a Pew Research Center 2016. júniusi országos felmérése. A kérdés itt is az érzelmekre éleződött ki. Éles különbségeket mértek abban, hogy a választók hogyan értékelik Trump elnökségét Biden elnökségéhez képest, ha őt megválasztják. Nagyon kevés választópolgár, 9% mondta, hogy Trump átlagos elnök, 37% szerint jó vagy nagyszerű, és sokkal nagyobb arány, 53% szerint gyenge vagy szörnyű elnök. Trump adataihoz képest kevesebb szavazó, 28% szerint Biden jó vagy nagyszerű elnök lenne. Trumphoz képest sokan azt mondják, hogy Biden átlagos lenne, 29% és 43% szerint Biden gyenge vagy szörnyű lenne. Ez 10 százalékponttal kevesebb, mint Trumpnál.<sup>30</sup>

A Pew Research Center oldalán a 2016-os elnökválasztások kapcsán is megjelentek hasonló felmérések. A választások már akkor sem voltak érzelemtől mentesek, azonban megfigyelhető az a változás, miszerint több érdemi kérdést

---

28 Marcus, G. E.; MacKuen, M. B. (1993): Anxiety, enthusiasm, and the vote: The emotional underpinnings of learning and involvement during presidential campaigns. *American Political Science Review*, 674–678.

29 Pew Research center (2020): *Public's Mood Turns Grim; Trump Trails Biden on Most Personal Traits, Major Issues*. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2020/06/30/publics-mood-turns-grim-trump-trails-biden-on-most-personal-traits-major-issues/> [letöltés: 2022. november 2.]

30 Pew Research center (2020): *Public's Mood Turns Grim; Trump Trails Biden on Most Personal Traits, Major Issues*. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2020/06/30/publics-mood-turns-grim-trump-trails-biden-on-most-personal-traits-major-issues/> [letöltés: 2022. november 2.]

lehetett napirendi pontra emelni. 2016 szeptemberében az embereknek saját szavukkal kellett jellemezni, hogy miért Trumpot és miért Clintont támogatják szavazataikkal. Trump szavazóbázisának 33%-a azért szavazott rá, mert ő nem Clinton. Ugyanez elmondható Clintonnál is, 32%-uk azért rá szavazott, mert ő nem Trump. A többi szempont azonban politikailag relevánsabb álláspontokat tükrözött. A Trumpot támogató szavazók 26%-a támogatta őt az általa képviselt politika miatt, 27%-uk szerint pedig a politikai kívülállósága változást hoz Amerikának. A szavazók mindössze 19%-a támogatta őt a személyisége miatt. A Hillary Clintont támogatók 32%-a szavazott rá tapasztalata miatt, és 22%-a politikai álláspontja miatt. Itt is hasonlóan alacsony százalékponttal, a szavazók 12%-a szavazott Clintonra személyisége miatt.<sup>31</sup>

## Érzelmek és kampánykommunikáció

Láthattuk, hogy az emberek csoportjai hogyan viszonyulnak egy-egy kampányidőszakban a jelöltekhez. Megfigyelhettük, hogy négy év leforgása alatt mennyire áthelyeződtek a hangsúlyok. Ezt a szemmel látható változást nemcsak a szavazók generálják. Az elnökjelöltek kommunikációjában is változás tapasztalható, miszerint a kampányidőszakban, az elnöki viták során egyre inkább az érzelmi indíttatású elemek figyelhetők meg. Az elnökjelölti kommunikáció már 2016 előtt sem volt érdeemtől mentes, és az is érdekes, hogy lényegesen több politikailag relevánsabb téma került említésre, mind Trump, mind Clinton részéről, mint a két jelölt esetében 2020-ban. 2016-ban az elnökjelölti viták során a legtöbbet tárgyalt politikailag lényeges témák a következők voltak:

- külpolitika;
- gazdaság;
- terrorizmus;
- bűnözés;
- bevándorlás, menekültügy.

Trump többször is beszélt Amerika helyreállításáról, a változásról és a gazdaság fellendítéséről. A gazdaság élénkítését tekintve előírta, hogy megválasztása esetén a növekedést 4%-nál is magasabbra növelheti, elérve akár az 5-6%-ot. Beszédeiben adócsökkentést hirdetett, és a fegyvertartás védelmét is ígerte. Politikai programot érintő témában ellenfeléről is ejtett szót, megkérdőjelezve Clinton hatékonyságát. Szerinte Hillary Clinton 30 éve tartózkodott Washingtonban, és nem sokat tett az amerikai gazdasági körülményeinek javításáért.

Hillary Clinton hasonlóan fontosnak tartotta többet beszélni a gazdaságról, a külpolitikáról, valamint nemzeti egységre szólított fel, mondván, hogy a követke-

<sup>31</sup> Pew Research Center (2016): *Campaign\_1*. URL: [https://www.pewresearch.org/politics/2016/09/21/in-their-own-words-why-voters-support-and-have-concerns-about-clinton-and-trump/campaign\\_1/](https://www.pewresearch.org/politics/2016/09/21/in-their-own-words-why-voters-support-and-have-concerns-about-clinton-and-trump/campaign_1/) [letöltés: 2022. november 2.]

ző elnöknek össze kell hoznia az országot és a sokféleséget ünnepelni.<sup>32</sup> Az érzelmi indíttatású elemek itt is szerepet játszottak, azonban a mértéke elenyészőbb a 2020-as évhez viszonyítva. A vita során Hillary Clintont Trump a férje, a korábbi elnök személye miatt is támadta. Donald Trump többek között úgy kívánt hatni az emberek érzelmeire, hogy meghívta a vitaterembe azt a három nőt, akiknek Bill Clintonnal hivatali idejében viszonya volt (azaz visszaélt a hatalmával, ami a me too hajnalán már igazán ütőkártya). Trump Clintont gonosznak nevezte, és azzal fenyegette, hogy ha megválasztják, elintézi, hogy börtönbe kerüljön. Ezzel szemben Clinton is támadta Trump nőügyeit, illetve adóbevallásait illetően is feltett pár zavarba ejtő kérdést. Az emberek erős félelemérzetét kihasználva Clinton említést tett arról, hogy Trump megbízhatatlannak számít az atomfegyverek terén.<sup>33</sup>

A 2020-as elnökjelölti vitáról már volt szó a negatív kampány címszó alatt. A kifejezés tökéletesen jellemzi a vita arculatát. Az első elnökjelölti vitát legjobban a konfliktusok ütköztetésével és a félbeszakításokkal lehet jellemezni. A vita során eddig nem tapasztalható személyeskedés volt jelen. Trump és Biden egyaránt támadták egymás intelligenciaszintjét, adóbevallási ügyeit és családtagjait. A vitát körülölelte a világvjárvány témaköre. Biden azzal kívánt hatni az emberek félelemérzetére, hogy azt állította, a hivatalban lévő elnöknek nincs semmilyen terve a járvány ellen. Ezenfelül személyesen felelősségre vonta az elnököt az eddig elhunyt amerikaiak miatt. A vita sokak szerint volt inkább cirkusz vagy iskolaudvari gyerekes gúnyolódás. A vita mondhatni egyik mélypontján már azzal sértegette Trump Bident, hogy nincs benne semmi értelem, illetve Biden Trumpot azzal, hogy ő Amerika legrosszabb elnöke. Chris Wallace, az est moderátora többször is, bár sikertelenül, próbált hatni a két jelöltre, mondván hogy az amerikai emberek talán inkább jelentősebb témákról hallanának.<sup>34</sup>

A második és egyben utolsó 2020-as elnöki vita során mérséklődés volt megfigyelhető. Az elnökjelöltek visszafogottsága annak is volt köszönhető, hogy a mikrofonok kikapcsolására időnként tényleg sor került, így a jelöltek hagyták egymást szóhoz jutni, és ezúttal az elmondottak tartalma lehetett az, amire az amerikai közvélemény emlékezhetett a vitából. A koronavírus ismét központi szerepet játszott, valamint Hunter Biden ügye sem maradt szó nélkül. A bűnözés, a rasszizmus és a bevándorlás szintén szerepet játszott az est folyamán, azonban reformok, ígéret,

---

32 Sidahmed, Mazin; Puglise, Nicole; Diehm Jan (2016): What did Clinton and Trump talk about in the debates – and for how long? *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2016/oct/22/clinton-trump-debate-analysis-foreign-policy-economy-scandals> [letöltés: 2022. november 2.]

33 Thrush, Glen (2016): 5 takeaways from the first presidential debate. *Politico*. URL: <https://www.politico.com/story/2016/09/clinton-trump-debate-takeaways-228758> [letöltés: 2022. november 2.]

34 Barabak, Mark Z. ; Mason Melanie (2020): Key takeaways from the first presidential debate between Trump and Biden. *Los Angeles Times*. URL: <https://www.latimes.com/politics/story/2020-09-29/trump-biden-first-presidential-debate-takeaways> [letöltés: 2022. november 2.]



előrelépések helyett sokkal inkább volt ezeknek is személyeskedő hangvétele.<sup>35</sup>

Az internet a digitális adatok világszerte történő szállításának egyik leghatékonyabb módja. Az internet, beleértve a különböző közösségi oldalak használatát, mint például a Twitter, Facebook, YouTube, nagyban megváltoztatták a politikai életet, a kampányidőszakot és azt, hogy maguk az állampolgárok hogyan képesek kommunikálni az általuk megválasztott elnökkel, politikusokkal. A közösségi médiapor-tálok elterjedtsége a politika világában közelebb hozta a választott tisztviselőket és a jelölteket a szavazók számára. A képesség, hogy bizonyos tartalmakat, képeket, közlendőket azonnal közzé tudjanak tenni a világhálón, nagymértékben megkönnyítette a politikai szereplők életét, hiszen másodpercek alatt tudják immár elérni célközönségüket, ami nem utolsósorban szinte semmilyen költséggel sem jár.<sup>36</sup>

A 21. században a politika és a média különböző elemei mondhatni szimbiózisban élnek egymással. Ez azonban számtalan negatív aspektusot is hordozhat magával. Véleményünk szerint itt kétféle választói csoportot különíthetünk el. Először is léteznek olyan szavazók, akik kétszer is megkérdőjelezzik, vajon igaz-e, amit olvasnak vagy hallnak az interneten, hiszen bármikor bárki bármit köz-zétehet. Ebből kifolyólag az állampolgárok egyre inkább bizalmukat veszítik a médiában, mint a politikai információ forrásában. Még ha igaz is a közlendő információ, felmerül a kétely, hogy az álhírek áldozatául esünk-e, amelyek szá-ma a statisztikák szerint az Egyesült Államokban a 2016-os kampányidőszak óta radikálisan növekszik.<sup>37</sup> A második csoportba pedig azok tartoznak, akik a számukra érzelmileg szimpatikusabb gondolatokkal azonosulnak, és minden más, ami ezeket cáfolná, elkerülnek. Idegen szóval ezt a jelenséget, viselkedési formát kognitív disszonanciának nevezzük.<sup>38</sup>

Korábban szó volt az emberek szavazói magatartásáról, illetve az elnöki kommunikációról: mindkét témakörben vizsgálatra kerültek az érzelmi in-díttatású elemek. A következőkben a médiát emeljük ki mint egyre önállósult szereplőt a politikában. Önállósodásán túl itt is növekvő szerepet játszanak az érzelmeken alapuló elemek. A két téma szoros összefüggésben áll egymással.

A média egyre erősödő önálló szerepe azt jelenti, hogy nemcsak beszámol az amerikai közéletéről, hanem aktívan befolyásolja is azt. A 2020-as kampány során híressé vált ezzel kapcsolatos ügy volt, a Trump által is többször hangoztatott Hunter Biden ukrajnai ügye. A *New York Post* közzétett ezzel kapcsolatosan egy cikket, ami Joe Biden fiának e-mailjeiről készült képernyőfotókat tartalmazott. A Twitter és később a Facebook is megakadályozta, hogy az emberek megosszák ezt a linket, arra hivatkozva, hogy ez egy orosz eredetű álhír, másrészt az érintettek,

35 Zurcher, Anthony (2020): Presidential debate: Key takeaways from the Trump-Biden showdown. *BBC*. URL: <https://www.bbc.com/news/election-us-2020-54650681> [letöltés: 2022. november 2.]

36 Murse, Tom (2019): How social media has changed politics. *ThoughtCo*. URL: <https://www.thoughtco.com/how-social-media-has-changed-politics-3367534> [letöltés: 2022. november 2.]

37 Botei, Mircea (2017): *Misinformation with fake news*. URL: [http://webbut.unitbv.ro/bulletin/Series%20VI/2017/BULETIN%20I/19%20Botei\\_BUT%202-2017.pdf](http://webbut.unitbv.ro/bulletin/Series%20VI/2017/BULETIN%20I/19%20Botei_BUT%202-2017.pdf) [letöltés: 2022. november 2.]

38 A kifejezést először 1957-ben vezette be Leon Festinger szociálpszichológus. Ez a jelenség akkor jelentkezik, amikor viselkedésünk nincs összhangban a véleményünkkel.



mint Hunter Biden, nem járultak hozzá, hogy anyagok kerüljenek fel róluk a világhálóra. Ezek az érvek több szempontból sem helytállóak. A téma szempontjából legérdekesebb, hogy Trumpról rengeteg botrányjellegű hír jött ki, vagy mondhatni szivárgott ki az ő beleegyezése nélkül. Ilyen például az a hír, amit később cáfoltak, ám a megjelenésének idejében nagy visszhangot keltett, miszerint Trump a veteránokat, Amerika hősi halottait veszteseknek titulálta.<sup>39</sup> Akkor a Twitter és a hasonló médiaplatformok körében ennek terjesztése nem okozott zavart.<sup>40</sup> A média monopoltulajdonosi struktúrája és a vélemények alakításának kizárólagossá váló lehetősége később a Kongresszus figyelmét is felkeltette. Manapság pedig a Twitter felvásárlása szolgáltatja a legfrissebb témába vágó ügyet. Elon Musk mondjuk nem osztja a korábbi kettős sztenderd ötletét. Az nem világos, hogy Trump vissza fog-e térni, vagy marad a saját felületénél, mindenestre 2024-ben a Trump-kampány minden bizonnyal ezen a platformon is zajlani fog.

A mainstream-média túlnyomó része mondhatni Biden pártján állt, és minél inkább támogatták is őt. De ez nem meglepő, mert a média azok vezetése alatt áll, akik az 1960-as évek végének diákmozgalmai alatt szocializálódtak, elit egyetemekre jártak és a társadalomhoz képest liberálisabb és progresszívabb véleménnyel rendelkeznek. De még a *National Public Radio*, vagyis az amerikai közszolgálati rádió, ami közpénzből működik, sem volt hajlandó tájékoztatni az embereket arról, hogy a közösségi média egyoldalúan cenzúráz. Indoklásul azzal szolgáltak, hogy nem akarják a hallgatóság figyelmét elvonni olyan eseményekkel, amelyek zavaró tényezők.<sup>41</sup> Azonban valóban „zavaró tényezőnek” számít az, ha az egyik jelölt a családtagjain keresztül korrupciós ügyekben lehetett közvetve vagy közvetlenül érintett? Az amerikai szavazókat minden bizonnyal érdekelné, hogy az ember, akire szavaznak, korrupt-e vagy sem.

A média, azon túl, hogy meghatározhatja, mi jelenhet meg egyes platformok felületén, táplálja is az érzelmektől fűtött közbeszédet. 2019 augusztusában kitudódott, hogy a *New York Times* szerkesztősége sokkal inkább írna a rasszizmus és Donald Trump viszonyáról, mintsem egy politikailag relevánsabb témáról, mint az akkori impeachment-ügyről.<sup>42</sup> Ennek hátteréhez azonban hozzátartozik, hogy 2019 nyár végén azonban már sejthető volt, hogy Donald

39 Ward, Alex (2020): Did Trump call US war dead „losers” and „suckers”? The controversy, explained. *VOX*. URL: <https://www.vox.com/2020/9/4/21422733/atlantic-trump-military-suckers-losers-explained> [letöltés: 2022. november 2.]

40 Kharpal, Arjun (2020): Twitter changes hacked material policy after backlash over blocking NYPost story about Bidens's son. *CNBC*. URL: <https://www.cnbc.com/2020/10/16/twitter-changes-hacked-material-policy-after-blocking-posts-biden-story.html> [letöltés: 2022. november 2.]

41 The editors (2020): The Media's Shameful Hunter Biden Abdication. *National Review*. URL: <https://www.nationalreview.com/2020/10/media-shameful-hunter-biden-abdication/> [letöltés: 2022. november 2.]

42 York Byron (2019): New York Times chief outlines coverage shift: From Trump-Russia to Trump racism. *The Washington Examiner*. URL: <https://www.washingtonexaminer.com/opinion/columnists/new-york-times-chief-outlines-coverage-shift-from-trump-russia-to-trump-racism> [letöltés: 2022. november 2.]

Trumpot nem fogják elítélni, mivel Mueller tavasszal letette a lényegében üres jelentést. Mondjuk, utána még egyszer elindították más miatt az eljárást. A demokraták az eljárást elindították, de ha a Mueller-vizsgálatkor nem volt egyértelmű bizonyíték, akkor már később is valószínűtlen volt, hogy előkerülne. Így hát a *New York Times* – részben helyesen – ejtette a témát, amivel másfél évig szinte naponta foglalkozott, a médiában leközölni kívánt témaváltás tehát mindenképp éles váltásnak mondható.

Ezek után a *New York Times* kimondottan Trumpra kiélezve kezdett a rasszizmusról beszélni, tudván azt, hogy ezzel árthat neki. A rasszizmus valóban nyerő kártya lehet, régóta szerepe van az amerikai közbeszédben, és sokak számára érzékeny téma. A BLM-mozgalmak pedig azóta erősödtek csak igazán. Ugyanakkor számos ilyen jellegű esemény, hír terjed, amely rendszerint hatalmas felháborodásokat eredményez, mígnem kiderül, hogy gyakran csak vaklárma és csak a média kívánja kedve szerint hangolni az embereket. Ilyen eset volt Jesse Smollett ügye is 2019 elején. A meleg afroamerikai színészre – elmondása szerint – hajnali kettő órakor támadtak az utcán és rasszista alapon megverték állítólagos Trump-szimpatizánsok. Később a rendőrök nyomozásával bebizonyosodott, hogy Smollett maga szervezte meg a támadást. Joe Saltzman, a Dél-karolinai Egyetem professzora úgy nyilatkozott erről, hogy ez nem megfelelő újságírás, szimplán csak pletyka és fecsegés.<sup>43</sup> Ez a pletyka és fecsegés viszont eleinte elképesztően hangos volt. Kamala Harris „modern lincselésre tett kísérletként” írta le az ügyet, azonban az erről szóló Tweetet gyorsan törölte, majd mikor a *FoxNews* egyik újságírója rákérdezett, csak dadogott és értetlenkedett.<sup>44</sup>

Az interneten számos hasonló példa érhető el azzal kapcsolatban, hogy a média miként próbálja meg önállóan befolyásolni a hírek megjelenését, illetve hogy milyen módon, eszközökkel kelt feszültséget az emberekben. Láthattuk, hogy a rasszizmus témakörének a kijátszása hatásos tud lenni, mivel az emberek képesek heteket, hónapokat beszélni egy adott hírről, ügyről, adott esetben tüntetni is miatta. A média olykor hajlamos arra, hogy részinformációkat közöljön és elhallgasson a témában relevánsnak számító adatokat. Egy adott botrányról már másnap olvashatunk az újságban, hallhatunk róla a televízióban, azonban a későbbi napokban, ahogy újabb és újabb információk derülnek ki az adott eseményről, amik legtöbbször enyhítik az eset súlyosságát, már nem olyan gyorsan hozza nyilvánosságra őket a média.

Az internet világa előtt nagyobb erőfeszítésbe került az álhírek kreálása, pontosabban azok hatékony terjesztése. Az információk beágyazásához meg lehetőségen drága logisztikai műveletekre volt szükség, így kevesebbeknek állt módjában félrevezetni a társadalmat. Ezenfelül több időbe telt nagyobb, hűségese közönséget kialakítani, így könnyen meglehet, hogy adott esetben nagyobb

43 Cohen, Sharon; Breed, Allen G (2019): Social media provides fuel for Jesse Smollett story. AP News. URL: <https://apnews.com/article/3e19b28d470d4536bac8f6841b9916b2> [letöltés: 2022. november 2.]

44 Great Compilation – Liberals Who Swallowed The Smollett Hoax Without Question. *Youtube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uSNY1yPPYA> [letöltés: 2022. november 2.]

kárt okozott egy valótlan információ közlése. Ahogyan fentebb említettem, a technológia rohamos modernizációja előtt, a hírek előállítására sokkal nagyobb költségekkel járt, mint napjainkban, így kevesebb vetélytárs is jelent meg a kiadók körében. Ezek különböző médiatörvények által szabályozhatók voltak és könnyen lelepleződhetett az, aki valótlant állított, következményképpen pedig gyakran be is perelték a kiadót vagy főszerkesztőt.<sup>45</sup>

Ezek az akadályok azonban a 2007-es közösségi média forradalmával ledőltek, így bárki bármikor bárkivel végtelen információcserét tud lefolytatni akár a Facebook vagy Twitter közösségi médiaportál felületén. A változások következtében a fentebbi szempontok sem maradtak a régiiek, mindegyikben megfigyelhető változás. A hírek terjesztésének költsége szinte nullára csökkent, így álhíreket is bárki könnyedén létrehozhat. Sokkal több szereplő vesz ma már részt a különböző hírek generálásában, így nehezebbé válik az egyes kapcsolódó törvények betartatása.

A hamis vagy álhírek fogalmi keretéről több forrás is hasonlóan ír. A 2016-os amerikai választások óta radikálisan megemelkedett nemcsak az álhírek száma a különböző internetes oldalak felületén, hanem ez idő tájt kezdtek el a legtöbben rákeresni, magára a fogalomra, annak hatásaira.<sup>46</sup> Megfigyelhetjük, hogy emberek kisebb csoportjai kifejezett előnyt kovácsolnak a közösségi média lehetőségeiből, különböző algoritmusok segítségével könnyedén generálhatnak hamis híreket akár az élet legkisebb dolgairól, de egy nagyobb volumenű eseményről is, mint például az amerikai elnökválasztásról. A Stanford Egyetem kutatói beszéltek arról, hogy egyetlen internetes álhír nagyobb befolyással tud bírni az emberekre, mint bármely televíziós vagy rádiós kampány.<sup>47</sup>

Az internet robbanásszerű terjedésével és fejlődésével az álhírek száma is megnövekedett. Mivel az információ másodpercek töredéke alatt terjed, az elnöknek minden pillanatban készen kell állnia, reagálnia kell az új eseményekre, adott esetben megerősíteni vagy cáfolni azokat. Mivel számtalan olyan hírportál létezik, ami álhíreket közvetít, az emberek nehezen vagy egyáltalán nem tudják megállapítani egy adott hírről, hogy megalapozott-e az információ, amit kapnak vagy sem. Ezáltal bárkiről, így az elnökről is kialakulhatnak, terjedhetnek olyan információk, amelyek adott esetben rontják a megítélést.

Az internet és különböző közösségimédia-portálok egyszerre mind előnyt, mind hátrányt is hordoznak magukban. A „fake news” vagyis az álhírek gyors terjedése ezzel párhuzamosan új jelenség, aminek a hatása nem elhanyagolható.

45 Albright, Jonathan (2017): Welcome to the Era of Fake News. *Media and Communication* URL: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/search/search?simpleQuery=welcome+to+the+era+of+fake+news&searchField=query> [letöltés: 2022. november 2.]

46 Telegraph.co.uk (2017): *What is fake news? Its origins and how it grew under Donald Trump*. URL: <https://search.proquest.com/docview/1871715174/C315F60D72D64E26PQ/1?accountid=42933> [letöltés: 2022. november 2.]

47 Illing, Sean (2016): The fake news problem isn't nearly as bad as you might think. *VOX* URL: <https://www.vox.com/conversations/2017/1/27/14266228/donald-trump-hillary-clinton-fake-news-media-2016-election> [letöltés: 2022. november 2.]

Az emberekben egy átlagos hír olvasása alatt is felmerül a kétely, hogy az adott információ valós tényeken alapszik-e. Kutatások kimutatták, hogy a 2016-os elnökválasztás óta a „fake news” jelenség radikálisan terjedt, olyannyira hogy a határ a valós és valótlan között elmosódott.

## Következtetések

A kommunikáció alapjaiban alakult át az elmúlt évtizedekben, a közösségi média (a következő lépcső minden bizonnyal a VR lesz, amely irányba a Meta/Facebook is lépett, csak túl korán) mindenkit hírfogyasztóvá és hírgyártóvá tett következmények nélkül. Így válhatott az arc nélküli felhasználó egyik napról a másikra kampányszakértőből virológus, majd kisebb kanyarral védelempolitikai elemző és legújabban energiapolitikára szakosodott makrogazdasági elemző. A vélemények szabadok, és nincsen ezzel baj, viszont a vélemény és a tény közötti határvonal nem éles, és a rigorózus társadalomtudományi módszertan sem áll mindenki rendelkezésére, amikor nézetei kialakulnak. Az érzelmek hatása mindent felülír. Benyomások, érzések irányítják a gondolkodást, a választó racionális döntésre törekszik, amiről azt hiszi, hogy saját magának és/vagy környezetének jó (aki nem ilyen, azt mártírnak/bolondnak vagy szociopatának/bűnözőnek tekinthetjük, és kisebbségben vannak). Azaz a vágyott, a kommunikáció és média ingoványos világában kialakított célracionalitás uralkodó: a célok és maga a racionalizáló folyamat is társadalmi konstrukció eredménye, és nem adott, pláne nem változatlan. Mint az impresszionisták által lefestett érzések esetleg rögzülnek, mint Renoir, vagy a mainstreamből kiesve feledésbe merülnek. A rögzült „hülyeség” a fénynél is gyorsabban tud terjedni, amit a műfaj hozzáértő művelői ügyesen ki is használnak. Trump zsenialitása ebben is megmutatkozott, hogy hamar ismerte fel a lehetőséget benne és sokkal ügyesebben használja a médiát, mint a regnáló elnök, Joe Biden.

Az érzelmek irányítják a szavazót, a szavazó viszont megválasztja az elnököt. Azaz az érzelmeket kell manipulálni. A megválasztott elnöknek fenn kell tartania a pozitív érzelmeket, így a figyelme jelentős része a belpolitikára, az érzelmeket mozgó kérdésekre kell hogy irányuljon. De az amerikai elnök külpolitikai mozgástere jelentős, és mint a világvezető nagyhatalmának az államfője a nemzetközi kapcsolatok egészének fejlődését, irányát meghatározza. Nem igazolható tudományosan, de nem helytelen a magyar miniszterelnök által 2022 nyarán említett és a külügyminiszter által egy friss amerikai interjúban megerősített állítás, miszerint ha Trump maradt volna az elnök, Oroszország nem támadta volna meg Ukrajnát. Ezt nem fogjuk tudni bebizonyítani, de a logika szerint a választók érzelmei miatt megválasztott Biden, illetve elutasított Trump végső soron a világpolitika legsúlyosabb 21. századi kihívásával került összefüggésbe a nagypolitikai közbeszédben.

Az amerikai választók érzelmei ezek szerint a világunk sorsát határozzák meg, így az érzelmeket mesterségesen befolyásoló, félrevezető platformok tulajdonosai nagyobb felelősséggel vannak világunkra, mint azt gondolnánk...

## Irodalomjegyzék

- Albright, Jonathan** (2017): Welcome to the Era of Fake News. *Media and Communication* URL: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/search/search?simpleQuery=welcome+to+the+era+of+fake+news&searchField=query> [letöltés: 2022. november 2.]
- Babb, Drew** (2014): LBJ's 1964 attack ad 'Daisy' leaves a legacy for modern campaigns. *The Washington Post*. URL: [https://www.washingtonpost.com/opinions/lbjs-1964-attack-ad-daisy-leaves-a-legacy-for-modern-campaigns/2014/09/05/d00e66b0-33b4-11e4-9e92-0899b306bbea\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/opinions/lbjs-1964-attack-ad-daisy-leaves-a-legacy-for-modern-campaigns/2014/09/05/d00e66b0-33b4-11e4-9e92-0899b306bbea_story.html) [letöltés: 2022. november 2.]
- Barabak, Mark Z.; Mason Melanie** (2020): Key takeaways from the first presidential debate between Trump and Biden. *Los Angeles Times*. URL: <https://www.latimes.com/politics/story/2020-09-29/trump-biden-first-presidential-debate-takeaways> [letöltés: 2022. november 2.]
- Behrle, Maximilian** (2017): *The changing dynamics of political communication-How Donald Trump used Twitter in the 2016 presidential election*. URL: [https://www.researchgate.net/publication/320614773\\_The\\_changing\\_dynamics\\_of\\_political\\_communication\\_-\\_How\\_Donald\\_Trump\\_used\\_Twitter\\_in\\_the\\_2016\\_presidential\\_election](https://www.researchgate.net/publication/320614773_The_changing_dynamics_of_political_communication_-_How_Donald_Trump_used_Twitter_in_the_2016_presidential_election) [letöltés: 2022. november 2.]
- Botei, Mircea** (2017): *Misinformation with fake news*. URL: [http://webbut.unitbv.ro/bulletin/Series%20VII/2017/BULETIN%20I/19%20Botei\\_BUT%20-2017.pdf](http://webbut.unitbv.ro/bulletin/Series%20VII/2017/BULETIN%20I/19%20Botei_BUT%20-2017.pdf) [letöltés: 2022. november 2.]
- Braun Róbert** (2019): itt van AMERIKA. *Negatív Kampány*. Budapest, Athenaeum.
- Buchanan, Brent** (2020): Voting in 2020 will be more emotional than previous elections. Here is how to connect. *CYGNAL*. URL: <https://www.cygn.al/voting-in-2020-will-be-more-emotional-than-previous-election-years-here-is-how-to-connect/>[letöltés: 2022. november 2.]
- Callahan, Molly** (2016): How Donald Trump is changing presidential communication. *News@Northeastern*. URL: <https://news.northeastern.edu/2016/12/02/how-donald-trump-is-changing-presidential-communication/> [letöltés: 2022. november 2.]
- Chalfant, Morgan; Samuels, Brett** (2020): Biden, Trump clash at vicious, ugly debate. *The Hill*. URL: <https://thehill.com/homenews/campaign/518876-biden-trump-clash-at-vicious-ugly-debate> [letöltés: 2022. november 2.]
- Cohen, Sharon; Breed, Allen G.** (2019): Social media provides fuel for Jesse Smollett story. *AP News*. URL: <https://apnews.com/article/3e19b28d470d4536bac8f6841b9916b2> [letöltés: 2022. november 2.]
- Cooper, Kristiina** (2015): The psychology of voting: an emotional matter? *BBC*. URL: <https://www.bbc.com/news/election-2015-32537661> [letöltés: 2022. november 2.]
- Great Compilation – Liberals Who Swallowed The Smollett Hoax Without Question. *Youtube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uSNY1yYPPYA> [letöltés: 2022. november 2.]
- Illing, Sean** (2016): The fake news problem isn't nearly as bad as you might think. *VOX* URL: <https://www.vox.com/conversations/2017/1/27/14266228/donald-trump-hillary-clinton-fake-news-media-2016-election> [letöltés: 2022. november 2.]
- Inbar, Yoel** (2008): *Disgust Sensitivity, Political Conservatism, and Voting*. ResearchGate. URL: [https://www.researchgate.net/publication/258189644\\_Disgust\\_Sensitivity\\_Political\\_Conservatism\\_and\\_Voting](https://www.researchgate.net/publication/258189644_Disgust_Sensitivity_Political_Conservatism_and_Voting) [letöltés: 2022. november 2.]
- Kharpal, Arjun** (2020): Twitter changes hacked material policy after backlash over blocking NYPost story about Bidens's son. *CNBC*. URL: <https://www.cnn.com/2020/10/16/twitter-changes-hacked-material-policy-after-blocking-posts-biden-story.html> [letöltés: 2022. november 2.]

- Kiss J. László** (2009): *Változó utak a külpolitika elméletében és elemzésében*. Osiris Kiadó, Budapest.
- Krosnick, Jon A.** *The Psychology of Voting*. Ohio State University. URL: <https://pprg.stanford.edu/wp-content/uploads/10-The-psychology-of-voting.pdf> [letöltés: 2022. november 2.]
- Marcus, G. E.; MacKuen, M. B.** (1993): Anxiety, enthusiasm, and the vote: The emotional underpinnings of learning and involvement during presidential campaigns. *American Political Science Review*.
- Mari, Silvia; Rosema, Martin** *The emotional underpinning of partisanship and vote choice*. URL: [https://www.utwente.nl/en/bms/pa/staff/rosema/publications/conference\\_papers/paper\\_mari\\_and\\_rosema\\_ispp\\_200.pdf](https://www.utwente.nl/en/bms/pa/staff/rosema/publications/conference_papers/paper_mari_and_rosema_ispp_200.pdf) [letöltés: 2022. november 2.]
- Mazzoleni, Gianpietro** (2002): *Politikai kommunikáció*. Budapest, Osiris Kiadó Kft.
- Morgenthau, Hans** (1948): *Politics Among Nations*. Michigan, Knopf.
- Murse, Tom** (2019): How social media has changed politics. *ThoughtCo*. URL: <https://www.thoughtco.com/how-social-media-has-changed-politics-3367534> [letöltés: 2022. november 2.]
- Pérez-Curiel, C.; Limón Naharro, P.** (2019): Political influencers. A study of Donald Trump's personal brand on Twitter and its impact on the media and users. *Communication & Society*. URL: [https://www.researchgate.net/publication/330666206\\_Political\\_influencers\\_A\\_study\\_of\\_Donald\\_Trump's\\_personal\\_brand\\_on\\_Twitter\\_and\\_its\\_impact\\_on\\_the\\_media\\_and\\_users](https://www.researchgate.net/publication/330666206_Political_influencers_A_study_of_Donald_Trump's_personal_brand_on_Twitter_and_its_impact_on_the_media_and_users) [letöltés: 2022. november 2.]
- Pew Research Center (2016): *Campaign\_1*. URL: [https://www.pewresearch.org/politics/2016/09/21/in-their-own-words-why-voters-support-and-have-concerns-about-clinton-and-trump/campaign\\_1/](https://www.pewresearch.org/politics/2016/09/21/in-their-own-words-why-voters-support-and-have-concerns-about-clinton-and-trump/campaign_1/) [letöltés: 2022. november 2.]
- Pew Research center (2020): *Public's Mood Turns Grim; Trump Trails Biden on Most Personal Traits, Major Issues*. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2020/06/30/publics-mood-turns-grim-trump-trails-biden-on-most-personal-traits-major-issues/> [letöltés: 2022. november 2.]
- Rada Péter:** „Megváltozó világunk és a biztonsági kihívások átalakulása.” [in:] *Biztonságpolitikai Corvinák*, Kinga Szálkai, Tamás Péter Baranyi, and Luca Szarka E., eds. Budapest, Antall József Tudásközpont, 2019, 15–23.
- Rada Péter:** „Új típusú biztonsági kihívások”. [in:] *Biztonságpolitikai Corvinák: Háttéranyagok korunk legfontosabb biztonságpolitikai problémáinak megértéséhez*. Csaba Rada ed. Budapest, Corvinus Külügyi és Kulturális Egyesület, 2008, 7–19.
- Sidahmed, Mazin; Puglise, Nicole; Diehm, Jan** (2016): What did Clinton and Trump talk about in the debates – and for how long? *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2016/oct/22/clinton-trump-debate-analysis-foreign-policy-economy-scandals> [letöltés: 2022. november 2.]
- Telegraph.co.uk (2017): *What is fake news? Its origins and how it grew under Donald Trump*. URL: <https://search.proquest.com/docview/1871715174/C315F60D72D64E26PQ/1?accountid=42933> [letöltés: 2022. november 2.]
- The editors (2020): The Media's Shameful Hunter Biden Abdication. *National Review*. URL: <https://www.nationalreview.com/2020/10/media-shameful-hunter-biden-abdication/> [letöltés: 2022. november 2.]
- Thrush, Glen** (2016): 5 takeaways from the first presidential debate. *Politico*. URL: <https://www.politico.com/story/2016/09/clinton-trump-debate-takeaways-228758> [letöltés: 2022. november 2.]
- Tóka Gábor** (2003): *Politika és politikatudomány. A szavazati magatartás*. Kézirat.

- Trump, Donald J.; McIver, Meredith** (2007): *Trump 101 – The way to succes*, Hoboken, New Jersey. University of Birmingham (2020): Dr. Tereza Capelos. URL: <https://www.birmingham.ac.uk/staff/profiles/gov/capelos-tereza.aspx> [letöltés: 2022. november 2.]
- Ward, Alex** (2020): Did Trump call US war dead „losers” and „suckers”? The controversy, explained. *VOX*. URL: <https://www.vox.com/2020/9/4/21422733/atlantic-trump-military-suckers-losers-explained> [letöltés: 2022. november 2.]
- Wendt, Alexander** (1999): *Social Theory of International Politics*. Cambridge University Press.
- Winter, Eyal** (2015): Voting is irrational. Emotions always win. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/may/07/voting-irrational-emotions-politics-ideology> [letöltés: 2022. november 2.]
- York, Byron** (2019): New York Times chief outlines coverage shift: From Trump-Russia to Trump racism. *The Washington Examiner*. URL: <https://www.washingtonexaminer.com/opinion/columnists/new-york-times-chief-outlines-coverage-shift-from-trump-russia-to-trump-racism> [letöltés: 2022. november 2.]
- Zurcher, Anthony** (2020): Presidential debate: Key takeaways from the Trump-Biden showdown. *BBC*. URL: <https://www.bbc.com/news/election-us-2020-54650681> [letöltés: 2022. november 2.]

