

Választási sms-ek folklorisztikai-szövegtani vizsgálata

A 2002. évi tavaszi országgyűlési választási időszakban megnyilvánuló sms-hadjárral a 21. századi informatikai technológia visszatért egy ősi, a modern tömegkommunikáció előtti korban sokfelé elterjedt, de nyomokban azóta is fennmaradt jeladási, kommunikációs módhoz, saját terminusommal a „futótűz-” vagy „pontról pontra-” kommunikációhoz.

Ennek nyomai az ókori és középkori fejlett híradási módszerekhez vezetnek vissza. Feltételezések szerint a középkori Magyarországot behálózták a látó- és hallótávolságra elhelyezkedő híradó és hírvevő őrszemek (mai névemlékei ennek az úgynevezett *Látó-hegyek*), akik a híreket a lovaknál sebesebben, tehát pontról pontra kommunikációval, akár néhány óra alatt, több száz kilométerre tudták közvetíteni. Az egykor nyilván hivatalosan megszervezett híradó szolgálat mellett számos igen hatékony, napjainkig élő nem hivatalos akusztikus és vizuális jeladó-jelvevő kommunikációs rendszert írtak le a néprajztudósok: például a dob-, kürt-, gesztus-, fényjel- vagy kútgémnyelvet.

A „futótűz-kommunikáció” emlékeztet a lánclevelekre (szerencselánc, Szent Antal-lánc, képeslapküldés), amelyeket babonás okból kell(ett) hagyományos postával vagy újabban villámpostával (interneten) továbbküldeni (ezekben főként a továbbküldés gesztusa, a „futótűz” jelleg az érdekes, no meg némelykor némi piramisjáték-hatás is felbukkant, például korábban a pénzküldés).

A kulturális rétegződés törvényszerűségét jól mutatja, hogy a kör-sms-kommunikáció sokban hasonlít a megelőző kommunikációs módokra. Az sms ugyanis használható személyes, sőt bizalmas közlésekre, de kör-sms formájában már több

annál: ismert vagy ismeretlen feladótól ismert vagy nem ismert közönségnek szól, azaz egyféle tömegkommunikáció. A választási sms-ekhez toldott „Add tovább!”, illetve „Küldd tovább 10 embernek!” típusú felszólítás az említett lánclevélre emlékeztet, a tartalom azonban időszerű, sokszor a hivatalos tömegkommunikációt megelőző vagy kiegészítő, máskor egyfajta második nyilvánosságot megszólaltató, ismét máskor folklorisztikus hatású.

Az sms-hírközlés a választási kampányban egyúttal sokban hasonlít a graffitira (a falfirkálásra), amely az ókortól napjainkig minden rendszerben, minden (párt-) politikai villongásban különleges szerepet kapott. A graffiti meghatározásában elmondták már: sajátos (fordított) „ellenzéki” tömegkommunikáció. Ennek nyomán az sms elektronikus graffitinak is felfogható. (Erről bővebben lásd: Balázs 2003.)

Az internet (e-mail) és az sms szerepeltetése a 2002. évi országgyűlési választási hadjáratban (az egyéb, már ismert módszerek mellett) a választási kampány totalitását, a nyilvános és a magánszféra összekapcsolódását eredményezte.*

Elméleti keret

Tanulmányom elméleti keretét az információs társadalommal kapcsolatos nemzetközi (lásd: Crystal 2001), de főként magyarországi kutatások jelentik (különösen: Glatz szerk. 2000). Ezen belül főként Nyíri Kristóf filozófiai vázlatát alkalmazom a globális társadalom és helyi kultúra viszonyáról, különösen az átalakuló közlésmódok szempontjából (Nyíri 2000).

Elemzésem nem csupán nyelvi-nyelvészeti elemzés, hanem az úgynevezett kiterjesztett vagy külső nyelvtudomány területéhez sorolható. A „pragmatikai fordulat” óta különösen kiterjedő szövegtan és/vagy diszkurzuselemzés, valamint interpretációelmélet is tipikusan ide sorolható, s ezek értelemszerűen érintkeznek a folklorisztikával (a „népi szövegek” tanával), valamint a szemiotikával (a jel tudománnyal).

A választási sms-hadjárat egyik jellemző nyelvi formája a humor. Ehhez felhasználtam (és kiegészítettem) Nagy Ferenc (1968) humortipológiáját.

Végül pedig az sms-folklor leírásában, rendszerezésében alkalmaztam az 1980-ban indult folklórelemzéseim (graffiti, tetovált szöveg, jelvényfelirat, jelszó, ruhafelirat, egyéb felirat stb.) legfontosabb módszereit és tanulságait (rövid összefoglalás: Balázs 1993a).

* A tanulmány a Westel Mobil Távközlési Rt. és az MTA Filozófiai Kutatóintézete A huszonegyedik század kommunikációja nevet viselő interdiszciplináris kutatási programja megrendelésére és támogatásával készült. A tanulmány eredményei beépültek az intézet német nyelvű tanulmánykötetébe: Nyíri Kristóf (Hg.): Allzeit zuhandeln – Gemeinschaft und Erkenntnis im Mobilzeitalter. Passagen Verlag, Wien, 2002. 228. 239. – A tanulmány teljes, nem nyelvészeknek szóló változata megjelent Magyarország politikai évkönyvében (szerk.: Kurtán Sándor, Sándor Péter, Vass László, Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, Budapest, 2003. II/1380–1398), ez a rövidített változat, amely elsősorban a kutatásnak a nyelvészet számára fontos gondolatait tartalmazza. A témából tartott német nyelvű előadásom megjelent a Semiotische Berichte (Wien), Jg. 27. 1–4/2003. 271–82. oldalán Lauffeuerkommunikation oder Kommunikation Punkt für Punkt. Die Rolle des SMS (Short Message Service) in der ungarischen Wahlkampagne des Jahres 2002 címmel.

Az átalakuló tömegkommunikáció

A 2002-es tavaszi magyarországi országgyűlési választási kampányban meglepetéssel tapasztalták a mobiltelefon-tulajdonosok, tudományos szakemberek, nyilván maguk a politikusok is, hogy a hagyományos kommunikációs és tömegkommunikációs csatornák mellett új, informatikai, mobilkommunikációs csatornák is helyet követeltek maguknak, s váratlanul komoly információs, sőt közvéleményformáló szerepet vívtak ki.

Az egyik ilyen eszköz a hálózatra kapcsolt számítógép, annak is társalgó (*csetelő*) fórumai, illetve *villámposta*- (e-mail-) szolgáltatása. A másik új kommunikációs eszköz – s ez dolgozatom fő tárgya – az SMS (Short Message Service = rövid szöveges üzenet, a továbbiakban köznevesült formában: *sms*, de írásváltozata akár *esemes* is lehetne; ennek nyomán: *kör-sms* vagy *köresemes* rövidített, kiolvasott, öszvér stb. formák lehetségesek). Megszületett az *akció-e-mail* és az *akció-sms*.

Mindkét eszköz az informatikai forradalom terméke. Bár már jó előre jelezték, hogy az informatika gyökeresen beleavatkozik az életünkbe, most mégis egy kicsit meglepetten tapasztaltuk az új jelenségeket. Szecső Tamás 1996-os – utolsó nyilvános – előadásában ekképp jelezte a változások előszelét: „A francia TF-1 televíziós program egyik stratégiája úgy fogalmazott a minap, hogy a »digitalizáció olyan, mint valami földrengés: lökéshullámaint szakmánk valamennyi területén érezni«. Én rögvest hozzáteszem: ezek a lökéshullámok – ha nem is szűkebben csak a digitalizációból eredeztetve! – a tömegkommunikációs kutatások szintjén is szabdalják, hasogatják a terepet, »ahol (hogy most meg a BBC fejlesztési menedzserének a szavait idézzem!) a telefontársaságok műsorszórókká válhatnak, a műsorszórók műholdtulajdonosok lehetnek, a műholdtulajdonosok bekerülhetnek a kiadók világába, akik viszont kábelrendszereket üzemeltetnek«. Mindeközben a médiakutatások Lazarsfeldtől McLuhanig feszülő klasszikus íve leszakadni látszik; a kutató kénytelen sutba vágni a hagyományos fogalmi hálót, s a társadalmi kommunikáció posztmodern világában új, adekvát magyarázó elvek irányában tapogatózik” (Szecső 1997: 135).

A kommunikáció-, médiaelméleti, filozófiai, információs stratégiai jelzések már hosszabb ideje mutatják tehát a „földrengést”, amely átrendezi információs-kommunikációs-nyelvi-közösségi világunkat, láncolatainkat, a konkrét jelenségek fölbukkanása mindenesetre meglepetés, (ön)igazolás, tudományos izgalom: hogy hogyan is ragadjuk meg, írjuk le és magyarázzuk mindezt.

Az új jelenségre az előrejelzések ellenére különösképpen nem készült senki. Nehéz azt hinni, hogy az új informatikai lehetőségeket valamelyik párt jó előre beépítette volna választási stratégiájába. Ez valahogy „magától”, a dolog természetéből adódott. Az 1998-as időszakhoz képest most már elérte az internet-hozzáférés és mobiltelefon-tulajdonlás számaránya a hatékony „másodlagos” kommunikációs-tömegkommunikációs szint kritikus küszöbét. A „futótűz-” vagy „pontról pontra-kommunikáció” nem működik, ha kevés jeladó és jelvevő van. A láncolat könnyen megszakad, az üzenetküldés nem hatékony. Ha azonban kellő számú jeladó és jelvevő van, már nem veszélyes az entrópia, a szükségszerű „zaj”, mert a kommunikáció hatékony, nagy (most már egyébként pontosan is meghatároz-

ható) számú emberhez eljut. A társadalomtudós számára pedig azért különösen érdekes és értékes ez a helyzet, mert *in situ nascendi* ragadhatja meg a történéseket. Erre különösen a szociológusok, pszichológusok, antropológusok, néprajzkutatók és nyelvészek érzékenyek.

Az első sms-ek felbukkanásakor a publicisták és a politológusok már megfogalmazták a jelentőségét, de az ezt elemző társadalomtudomány későn ébredt, még jó, hogy a Nyílt Társadalom Archívum 2002. április 11-én felhívást tett közzé, hogy elektronikus kampánylevél-archívumot nyit. A felhívásra két hét alatt mintegy 2000 e-mail és 300 sms érkezett. A mobilszolgáltatók szerint több millióra becsülhető a két forduló között elküldött (és a hadjáráshoz kapcsolódó politikai tartalmú) sms-ek száma (Magyar Hírlap, 2002. május 11. 26.). A viszonylag kis számú (300) szöveg milliós nagyságrendben való terjedését a lánclevelek módszerének követése, a „futótűz-kommunikáció” tette lehetővé.

Új „tömegkommunikációs” forma: a kör-sms

Az sms, tehát a mobiltelefonon küldhető, 160 karakternyi (egységnyi) „rövid” szöveges üzenet mára széleskörű, többszintű, sokféle alkalmazású „sms-kultúrát” hozott létre, amelynek sajátos összetevője volt a 2002. évi országgyűlési választásokban kapott szerep.

Mert hogy az sms eleinte csak a személyes (csaknem) közvetlen kommunikáció sajátos formája volt, azt is mondhatjuk, hogy „telefonpótlék” vagy „telefonkiegészítő”. Azután bizonyos korosztályokban, „műfajokban”, szövegtípusokban kivirágzott. Elsősorban a fiatalok (különösen a diákok) kedvelt személyes üzenetküldő, kommunikációs szolgáltatása lett (nyilvánvalóan ebben a viszonylagos olcsóság játszott döntő szerepet). Azután szélesedett a felhasználási mód, s az sms kezdett az üdvözlőlapok (karácsonyi, újévi, talán húsvéti, valamint születésnapi és névnapi kártyák) helyére lépni. 1998 óta évről-évre tapasztalom, hogy – különösen a karácsonyi és újévi – postán küldött képeslapok száma csökken (már-már csak az üzleti szférára korlátozódik), a magánéletben átadja helyét az sms-üdvözlőknek. (Ezek egy része is nyilvánvalóan kör-sms, tehát továbbküldött üzenet.) Újabban külön szöveggkultúrája alakult ki a Valentin/Bálint-napi üdvözlőszokásoknak, s ezek java része szintén az sms-szolgáltatást veszi igénybe. Ebben a formájában az sms elsősorban személyes információs és fatikus (kapcsolattartó) funkciót lát el.

Az sms-küldésnek (sms-ezésnek) már korábban is kialakult egy formája, az úgynevezett *kör-sms*, vagyis az egyszerre több személynek elküldhető üzenet, amely már átmenetet jelent a személyes és a tömegkommunikáció között, de valójában még személyes kommunikáció. Ha ugyanis egy azonosítható személy (leginkább ismerős) küld valakinek egy sms-t, akkor az személyes kommunikáció, ha egy nem azonosítható személy vagy esetleg azonosítható szervezet (intézmény, egyesület, párt), akkor már tömegkommunikációról van szó. A tömegkommunikáció ugyanis olyan kommunikáció, amely fentről, egy központból, lefelé, közvetítő eszköz segítségével konkrétan, személyesen nem nevesíthető célközönséghez szól. Elektronikus tömegkommunikációról akkor beszélünk, ha a közvetítő eszköz rádió, te-

levízió, illetve újabban ide soroljuk az informatikai eszközöket is (ez utóbbit azonban digitális kommunikációnak is nevezhetjük).

Jelen elemzésemben csupán az akció-sms-sel, annak is a 2002. évi választási hadjáratban először felbukkanó és közéleti-politikai jelentőséget kapó kommunikációs összetevőivel, szövegeivel foglalkozom. A szövegek gyűjtési időszaka: 2002. április 7-ét követő nap (az első választási sms-t április 8-án kaptam), az utolsó sms időpontja pedig a választási forduló második napja, vagyis 2002. április 21. Ezután a választási sms-hadjárat abbamaradt, más nem lépett a helyébe, legföljebb a mobiltelefonok memóriájában őrizgették vagy őrizgetik egyesek a „jobb” szövegeket. (Ez az úgynevezett emlék-sms. Különleges „mobilozási” szokás az érdekesebb sms-ek „elmentése” – raktározása – és társaságban való mutogatása. Ekkor a mobil jegyzetfüzetként, emlékkönyvként szolgál.)

Nincs adatom arról, hogy a választás idején miként, milyen körben kerültek sms-listákra egyes telefonszámok. Szűk baráti körben érdeklődtem, kiderült, hogy a többség kapott a választás két fordulója között választással kapcsolatos sms-eket, de a „szóródás” igen nagy volt: az 1–2 sms-t kapóktól a 20–30 sms-t kapókig. Például a családban az egyik (20-...) mobiltelefonosnak egyetlenegy ilyen tematikájú sms-e érkezett azonosítható baráttól.

Saját mobiltelefonomra (30-...) viszont kéttucat választással kapcsolatos információ, illetve egyéb üzenet érkezett kizárólag ismeretlen helyről (mobilszámról vagy az internetről). Ez a mennyiség a napi „sms-termést” föltűnően növelte, s igyekezniem kellett a fölöslegeseket törölni (hogy legyen helye a többinek), az érdekesebbeket, a folklór-természetűeket pedig lejegyeztem. Hogy a választási hadjáratban az sms számomra is első információs forrássá tudott válni (a médiakutatók szerint napjainkban az első tömegkommunikációs információforrás a rádió, ezt követi a televízió, s csak ezután következik a sajtó), annak okát a sokcsatornás mediavilágban látom. Ha az ember hagyományosan (arra szocializálva) csak bizonyos időszakokban (csak bizonyos, bejáratott időpontokban, médiumokat és műsorokat) olvas, hallgat és néz, akkor a műsorkészítői szelekciós mechanizmusok miatt nem tudhat meg mindent (más kérdés, hogy nincs is sok értelme mindent tudni vagy mindent tudni akarni).

Baráti körben folytatott érdeklődésem arra vezetett, hogy választással kapcsolatos sms-t általában saját csoportból információ, agitáció vagy megerősítés céljából kaptak.

Az elemzés anyaga, hipotézisek, az elemzés menete

Elemzésem anyagát tehát a saját mobiltelefonomra érkezett sms-ek, az egyetemi hallgatóim által lejegyzett sms-ek, a sajtóban megjelent híradások [(SMS-harc a pártok között, Magyar Nemzet, 2002. április 12.; György Péter: Választás és kommunikáció, Népszabadság, 2002. május 4.; Sükösd Miklós–Dányi Endre: E-mail és sms a 2002-es választási kampányban, Magyar Hírlap, 2002. május 11.; (Turul) Kampány mobiltól mobilig, Utolsó Figyelmeztetés, 2002. május; a Soros Alapítvány által létrehozott archívum (www.osa.cu.hu/kampanyarchiv)]:

Saját sms	24
Magyar Nemzet	1
Népszabadság	12
Magyar Hírlap	14
Utolsó Figyelmeztetés	17
Egyéb tallózó egyéni gyűjtés	20
Archívumválogatás	201

A választási hadjárat sms-einek tanulmányozása előtt folklorisztikai-szövegtani szempontból a következő hipotéziseim voltak:

- (a) Az sms-folklórban korábbi folklór vagy folklór jellegű jelenségek (szövegek, szövegtípusok, változatképzés) bukkannak fel, kapnak új médiumot.
- (b) Az sms-folklórban megerősödik az új(fajta) beszéltnyelviség (*másodlagos írásbeliség*) vagy szlenges írásbeliség.

Előrebocsátom, hogy az első hipotézisem messzemenően igazolódott, a második azonban nem.

A következő folklorisztikai-szövegtani szempontok szerint mutatom be és elemzem a gyűjtött anyagot:

- (a) szövegtani szempontok, a szövegtípusok történetisége és jelene, funkciója, változatképződés,
- (b) kommunikációskód- és szemiotikai jellemzők, intertextualitás, technikai determinizmus, helyzethez (közvetítő közeghez) kötődés, eszközjellemzők
- (c) érvelési technikák, interpretáló stratégiák
- (d) stílus; stilisztikai-nyelvi formák, a nyelvi humor formái, változatképződés.

Szövegtípusok

Az sms médium-, vagyis kommunikációs-tömegkommunikációs szerepét jól mutatja, hogy sokféle, másutt, más médiumban már bejáratott, ismert műfaj, szövegtípus jelenik meg hordozó szerepében (sokszor persze kifordítottan, átköltve, travesztia formájában). Ilyen gyakori műfaj például a jelszó, a kortesdal (választási rigmus, amely leginkább a népi csúfolókra emlékeztet), a hír (a rémhír), a tudósítás, az idézet, a közlemény, a felhívás, a hirdetés, az útállapot-jelentés, a vicc, valamint különféle kifordított, átírt, úgynevezett travesztia-műfajok (travesztia = komoly tárgyú írásmű szatirikus, más korba, viszonyok közé helyezett változata, hasonmása, pl. „színházi ajánló”): *Bábszínházunk bemutatja: A lóvá tett polgá-*

rok avagy Magyarország (tölem) JOBBAT érdemelne. Főszerepben: Medgyessy Péter. Magyar hangja: Kovács László (04. 16. 15.30).¹

Kortessedal → sms-rigmus. A kortessedalok már a 19. századi magyarországi pártharcokban közismertek voltak. Néhány példa ezekre a történelmi időkből (Katona 1980: 279–80 nyomán). Még az 1848 előtti követválasztások idején keletkezett: *Hogyha Kossuth lesz a követ / Pap és nemes adót fizet.* 1867 utáni kortessedalok: *Nem kell sokat darányi, / Éljen doktor Darányi!; Tisza malma két közre jár / Bécsnek örül, nekünk darál. / Gesztre megyen extra-vasút / Abcug Tisza, éljen Kossuth!; Szabó Károly olyan fajta, / Ki a kormány talpát nyalja. / Nyaljad Károly, jó tisztára! / Püspök lesz a nemsokára!;* A korai munkásmozgalommal kapcsolatos: *Kossuth Lajos azt üzeni: / Jobboldali nem kell neki! / Táncsics legyen a követünk, / Ő a mi kedves vezérünk!* (Mint látható, ez is a Kossuth-nóta egyik átírata. Ehhez hasonló jellegű megoldás a 2002. évi kör-sms-ekben is felbukkan.)

A kortessedalok 1945-ben, 1956-ban, majd pedig 1988-ban elemi erővel éledtek újjá. Az 1990-es választások kortessedal- és jelszókultúráját dokumentáltam. Ebből valók a következő jellemző rigmusok (Balázs 1993b: 69.): *Akitől a földet kapom, / Szavazatom arra adom; A mi pártunkban nincs marxista / Győzni fog a 7-es lista; Elég volt a sok mese / Jöjjön Ugrin Emese; Gondolj a honra / Szavazz a Hornra; Félre a kételyt / Tölgyessy Pétert; Elég volt a sok káder / Most már jöjjön Áder.*

Bár 1990 óta is folyamatosan gyűjtöm a választási folklórt, a rendszerváltozáskor megnyilvánuló játékos-humoros hangot csak 2002-ben a mobilkommunikációnak a választásba való bekapcsolódásakor tapasztaltam ismét. És ezt is kizárólag csak mobilkommunikációs formában. Ebben a médiumban az 1990-es választások (és az azt megelőző, a rendszerváltozást előkészítő megmozdulások) színes, változatos plakátcsatározásának hangvétele tért vissza 2002-ben. Tehát az új technika föltámasztott valamit egy korábbi választási korszak elevenségéből, játékoságából. Tipikus és a választási rigmusok ösképére emlékeztet a 2002. évi választások egyik alapszövege (most versformában – vagyis „javítva” – közlöm):²

Budapesti parasztok

Medgyessyre szavaztok (Változata: *Horn Gyulára szavaztok*, 04. 12. 16.29.)

De eszmél a vidék

Nem kell nekünk pribék

Lesz még hab a tortán

Vezérünk az Orbán (04. 11. –)

Mint már oly sok korszakban, a Kossuth-nóta átírata is előfordult sokféle változatban, dialogikus (érv-ellenérv) formájában is:

¹ Az idézett szövegek után tett zárójeles kódszám a www.osa.ceu.hu/kampanyarchiv anyagára utal. Az első a hónap, nap, a második az időpont (óra, perc) jelölése. Ahol a dátum helyén – jel van, ott a dátum hiányzik.

² Az sms-szövegek közül a rigmusokat versszerűen közlöm. A jelszavak, üzenetek között már az eredeti írásmódra törekedtem (ahol annak funkciója van az elemzés szempontjából). Az eredeti, valódi helyesírású anyag visszakereshető az archívumban.

*Kovács elvtárs azt üzente,
elfogyott a bankbetéje.
Nem jön a lé jó 4 éve,
kéne 1-2 Tocsik féle.
Princz Gábort bankvezérnek!
Ne higgyünk az MSZP-nek! (04. 11. –)*

*Kövér Laci ha felül a lovára...
Kötelet dob mindenkinek nyakába!
Ha nem szavaz a pártjára...
Felhúzza az első fára!
Éljen a szabad választás, éljen a haza...! (04. 16. 17.04)*

Ezekben a szövegekben a népköltészet sok-sok vonása megragadható: a korábbi, sokszor dallamos vagy deklinálható szövegekre való rímelés, a narratív, továbbköltő hajlam, a stilisztikai cizelláltság. Sms-üzenetként továbbított egyéb csípős rigmusok ugyancsak a korábbi választási hadjáratok hangvételére emlékeztetnek:

*Olcsóbb lesz az LSD
Üzeni az MSZP (04. 13. –)*

*Narancs nőtt valaha a magyar rónán
Gázkutat keres rajta most az Orbán
Nemhiába kérdezték meg elégszer
Miért utat épít most a Vegyészter? (04. 16. 7.57)*

*Feltámadt a Lázár
felszökik a gázár (04. 15. –)*

*Kötéllel a nyakamban
MSZP-re szavaztam (04. 16. 10.39)*

Egyéni, „népies” alkotás a következő:

*Míg Viktor a nyálát verte
Én dolgoztam kinn a kertben
Magyar vagyok de utcára nem megyek
Vasárnap majd szépen csöndben íxelek (! 04. 16. 14.33)*

A népszerű húsvéti locsolóversre rímelő, de valódi választási rigmus a következő:

*Szavazáson jártam
Kövér Lászlót láttam
Meg akartak verni*

*MSZP fog nyerni
Félre ború, félre kétely
Megy a Viktor, jön a Péter (04. 15. 22.46)*

Jó példa a szövegek folklorisztikus terjedésére az sms mellett egy korábbi forma, vagyis a sokszorosított szöveg. Ennek a rigmusnak az egyik változatát egy kollégám az első választási fordulót követő harmadik nap egy benzinkutastól kapta:

*Szavazáson jártam,
Sok pufajkást láttam,
Meg akartak verni,
A Fidesz fog nyerni.
Félre ború, félre kétely,
Viktor marad, búsul Péter. (Saját gyűjtés.)*

Sms-jelszó. A választási hadjárat legsajátabb műfaja: a jelszó. A jelszó persze önmagában olyan kisműfaj, amelynek keretébe sokféle egyéb szövegtípust, megnyilatkozást besorolhatunk. Most mégis a jelszónak szűkebb értelmezését tartjuk szem előtt, mely szerint: jelszónak tekinthetjük a rövid, rendszerint egymondatos, állandósult kifejezést, amely valamilyen csoporthoz, közösséghez, társadalmi mozgalomhoz való tartozást, illetve annak érdekeit fejezi ki (Szemerényi 1979: 679–80). A korábban csak választási plakátokra, hordozható táblákra (transzparenszekre), illetve egyéb választási propagandaanyagokra vagy falakra írt rövid szövegek egyre újabb és újabb helyeken bukkannak föl, gyakorlatilag minden nyilvános helyet kihasználva (a metrómozgólépcsőket csakúgy, mint a pólókat és a széldzseki-eket). Ugyanúgy jelentek meg a választási szlogenek, jelszók az sms-kommunikációban. Annyi volt a különbség, hogy ezek a jelszók többnyire a hivatalos, máshol is felbukkanó jelszók változatai voltak, illetve érezhetően egyéni továbbgondolások, alkotások. Például: *Hajrá magyarok Orbánt váltsatok! küldd tovább!* (04. 12. 16.22), *Velünk szavaz az ország! MSZP* (04. 15. 22.47), *Ha nemet mondasz a gyűlöletre mondj igent a kormányváltásra* (04. 13. 9.55), *Sokan vagyunk és elegenden* (04. 15. 9.10. – egyértelmű utalás Orbán Viktor egyik beszédének „Még soha nem voltunk ilyen sokan, mégsem voltunk elegenden” kitételére). *Sokan voltak de nem lesznek elegenden* (04. 15. 22.31); *Magyarország többet érdemel* (az MSZP választási jelmondata); *Medgyessy Péter vagyok. A választások első fordulóját az MSZP nyerte. Magyarország többet érdemel. A második fordulóban kérem szavazzon a Fideszre!!* (04. 16. 10.01); *MSZP + SZDSZ = LOP START* (04. 16. –. Utalás az SZDSZ választási plakátjának egyik mondatára: *Lop stop!*); *A jövő elkenődött* (04. 15. 9.11. Utalás a Fidesz választási jelmondatára: *A jövő elkezdődött!*); *A jövő véget ért!* (04. 15. 22.51.)

A kontextusból hiányosan kiragadott idézetek, illetve kifordított jelszók azonban már „átalakított” jelszónak minősülnek. Sok ilyen egyéni, alkalmi forma terjedt el: *A hét süteménye: narancsos bukta* (04. 12. 16.22), *A heti kedvenc sütim a narancsos bukta* (04. 15. 22.36), *A szocialisták a javadat akarják. Ne add oda!* (04.12. 21.04). Változata: *Orbán Viktor a javadat akarja. Ne add!* (04. 15. 9.08.)

Sms-hír, hírszolgálat. Az sms-kommunikáció egyik alapfunkciója a híradás. A 2002. évi választási hadjáratban az sms-hírszolgálat alternatív (tömeg)kommunikációként viselkedett. Természetesen felszólítások, hírek, álhírek, tréfás hírek egymással annyira keveredve bukkantak fel, hogy sokszor nehéz volt az értelmezés (mi az információ, mi a dezinformáció, mi a komoly, mi a vicc). Sok szövegben azonban kellő jel van arra vonatkozóan, hogy valamit komolyan vagy tréfásan kell-e venni. Például: *Holnap Napkeltében 7–8-ig Orbán lesz* (04. 15. –); *Hofi Géza temetése szombaton 12 órakor lesz a Farkasréti temetőben. Gyere el és hozz egy szál piros szegfűt.* (04. 12. 17.41); *HÍR: Mi hiszünk a szeretet és az összefogás erejében, hajrá Magyarország, hajrá magyarok – ezzel zárta beszédét a kormányfő a Kossuth téren 250 ezer ember előtt //wp.hu* (04. 15. 22.34) – Ez a szöveg szerkesztett sms-hír, de továbbküldött formában a választási hadjárat része lett. *Elég a hamisításból! Bojkott a hazugságmentes tájékoztatásért. Ma 16 órától 168 órán :) át ne nézd a TV2-t, az RTL-t, az ATV-t! Friss hazugságaikról hírt adunk* (04. 14. –); *Ma este fényhidat építünk a polgári Magyarorszáért. Várunk 8-kor gyertyával a Duna hídjain. Hívj mindenkit, hogy fényünk messze ragyogjon!* (04. 18. 15.50)

Átmeneti műfajok is felbukkantak. Például híradásba oltott rigmus: *Kommunisták féljete, medgyes buktát egyetek, liberósok csönd legyen, Viktoré a győzelem, mert tudja a magyar nép: szombat 3 Kossuth tér* (04. 12. 16.49).

Sok szó esett a sajtóban a választások során a tudatos dezinformációról, rémhírterjesztésről. A választási sms-szövegek között alig található ilyen. A másik fél rossz(abb) színben való feltüntetése, az ezzel kapcsolatos túlzás, nagyotmondás, sőt paradoxon viszont aligha vehető bárki által is komolyan, hiszen többnyire ott a „vételi utasítás” az ironikus vagy humoros értelmezésre.

A kör-sms kódjellemezői

Az sms hírközeg (kommunikációs kód) jellegét mutatja a hírszolgáltatáson, jelszó-kommunikáción túl az intertextualitás, vagyis az egyéb szövegek, szövegrészletek továbbításának igénye: *Gyülölöm azt aki telt kupa mellett bort iszogatóván háborút emleget és lélekölő viadalt. S kedvelem azt aki bölcs és (...) zengve szeretni tanít* (04. 12. 16.21), *s mi borzadózva kérdezzük mi lesz még honnan uszulkan ránk új ordas eszmék fő-e új méreg mely közénk hatol* (04. 16. 17.56), *de mi férfiak férfiak maradjunk / és nők a nők – szabadok kedvesek / s mind ember mert ez egyre kevesebb...* (04. 16. 17.57)

Persze nemcsak poétikai-irodalmi megoldások vannak, hanem médiaszövegek is: *Viktor! Ön a leggyengébb láncszem! Viszlát! Ha ezt akarod hallani, még egyszer szavaznod kell!* (04. 15. 22.38, A leggyengébb láncszem című kereskedelmi tévéműsor formaszövege alapján.)

Az sms-kommunikáció egyik sajátossága a szöveg terjedelmének behatároltsága, vagyis a 160 karakternyi hosszúság. A választási sms-hadjárat szövegeit vizsgálva kiderül (ami a mindennapi sms-küldésben is rendszerint nyilvánvaló), hogy a 160 karaktert szinte soha nem használják ki a küldők; vagyis a 160 betűegy-

ségnyi szöveg a modern világ e kommunikációs formájában, a lecsupaszított szövegtípusokban tökéletesen elegendő.

Annak ellenére, hogy az sms-ezők nem használják ki a 160 karaktert, a takarékos megfogalmazás és a rövidítés fontos szerepet kap. Mivel azonban a választási sms-hadjárat leginkább „nyílt, nyilvános” kommunikáció volt, ezúttal a rövidítés-szerűséget, a rejtvényyszerű tömörséget nem vitték túlzásba a küldők. Igazán csak néhány példa van az ikonikus írásra vagy a szlenges helyesírásra: *Fidesz-matek: 2szoba 3gyerek 4kerék 5karika 6alom 7főig* (04. 16. 15.59). Szinte alig találkozni ebben az anyagban mosolykóddal, emotikonnal. Ezek az ikonikus jelek az e-mailben bukkantak fel, de a fiatalok sms-kommunikációjában is gyorsan terjedtek. Az egyes szolgáltatók kis füzetecskékben is népszerűsítették (pl. Erdős és társai 2001). Ez a rejtvényektől általában nem mentes nyelvi megfogalmazásmód sokban hasonlít a média nyelvhasználatára. A helyi, kisebb jelentőségű, esetleg szubkulturális média megenged olyan nyelvi formákat, sőt nyelvváltozatokat, amelyek egy csoport „belső” kommunikációjához tartoznak, az országos közszolgálati és kereskedelmi média azonban nem. A kereskedelmi a minél nagyobb közönséghez való eljutás kívánalma miatt, a közszolgálati (az előbbi mellett) egyéb kulturális „értékek” közvetítése, a közszolgálat miatt.

Egy mosolykódra találtunk az anyagban: ... *mégis MAGYAR vagyok :-)* (04. 15. 18.01). És egy „szomorúkódra” is: *Ader Jani bajsza konyul... Fidesz-vilag bealkonyult! Stumpf Pistinek dagad feje: Partunk ezt érdemelte-e? Busong Orban Viktor maga: nem lesz ebből diktatura :-)* (A szomorúság ikonikus jele, 04. 16. 17.02). A választási sms nyelvhasználata tehát ezt a „nyílt”, lehetőség szerint minél nagyobb réteghez eljutó kommunikációs stílust mutatja. Ennek tudható be, hogy az irónia, sőt sokszor a maró gúny szinte soha nem süllyed le a vulgaritásig. Kivétel persze akad.

A jelzés kedvéért felbukkan a nyilvános sms-ekben oly gyakori (egyébként föltehetőleg a különböző cset-fórumok nyelvi illemszabályaiból eredő, sőt a különböző, automatikus nyelviellenőrző programok kikerülésére szolgáló) enyhítés, a vulgaritás elrejtése: *Fiatal Akarnokok SZövetsége – ne szopd be még egyszer!* (04. 16. 18.47).

Kódjellemező utasítások figyelmeztetnek a helyes cselekvésre: *Küldd tovább!, Küldd tovább 10 hazafinak!, Add tovább!, Add tovább 5 magyarnak aki szerint a magyarság nem a pártállástól függ.* Ez egyben az sms-kommunikáció e fajtájának legfontosabb szövegjegye, amennyiben egy igen régi európai művelődéstörténeti hagyományhoz, a bevezetőben már említett úgynevezett *Szent Antal-lánchoz* kapcsolódik. A Szent Antal-lánc egy verses ima volt, s ezt is tovább kellett küldeni (Hoppál 1984). Később a képeslap-küldözgetés, majd az úgynevezett *szerecsenlevelek* küldözgetése hódított tért, sőt az internet megjelenésével a különféle *láncclevelek* (pl. kérés, hogy minél többen írjanak valakinek, például egy beteg kisgyermeknek) a világhálón is megjelentek. A kultúrában a legritkább esetben születik valami teljesen új. Ez a jelenség tehát azt is mutatja, hogy a **verses ima** → **levél** → **e-mail** → **sms** vonalon miként váltott (többször!) médiumot egy műfaj.

Az sms-kommunikációban további zavaró tényezők („kommunikációs zajok”) vehetők figyelembe, amelyek a szövegek befogadását, megfejtését nehezítik.

Az egyik: a kis képernyő. Vagyis a szövegekből legföljebb 4 sor látszik, az elválasztás nem lehetséges, ezért a hely kihasználása nem takarékos, s különösen rigmusok, versek esetében az egybefüggő szövegmassza (a sorok áttekintésének korlátozott volta, a sortörések nem jelölése) meglehetősen nagy odafigyelést, gondos, rejtvényfejtő tagolást, sokszor többszöri vagy akár hangos olvasást feltételeznek (hiszen csak akkor bukkan elő a rím...). Még tovább nehezíti a szöveg elolvasását a pontatlanul vagy hanyagul használt sms: vagyis a kis- és nagybetűk összekeverése, az általános nagy- vagy kisbetűzés (*BECSÜLETESEBB KOKÁRDÁT KITŰZNI MINT TITKON VÖRÖS CSILLAGRA SZAVAZNI* 04. 18. 07.30), a mindent egybe írás, a programozások logikátlanságai (a pont után nagybetűt ír, de a magyarban is következhetnek nagybetűk nem pont után... stb.).

Érvelési technikák

Minden választási hadjárat a pontos és téves logikai érvelés sokféle retorikai módját vonultatja fel. Általában sérülten, hiányosan, de alkalmazzák a deduktív (tételből, esetből következő eredmény), az induktív (esetből, eredményből következő tétel), abduktív (eredményből, tételből következő eset) következtetéstípusokat. Néhány példa:

Induktív következtetés:

eset

Sokan vannak a Kossuth téren?

tétel (feltételes):

Persze a finálé mindig a legnagyobb. Itt a vége! (04. 15. 9.09)

Deduktív következtetés:

eset:

Te miért nem viselsz kokárdát?

eredmény (szükségszerű):

Mert mikulaskor hordok mikulassapkat kokardat + marc 15én. Aug20an pedig ha strandon vagyok fürdögatyat. Mégis MAGYAR vagyok :-) (04. 15. 18.01)

Deduktív következtetés kifejtettebb változatban:

tétel:

A pótköltségvetés a Bokros-csomag leánykori neve.

eset:

Az MSZP pótköltségvetést akar kormányra kerülése esetén.

eredmény (szükségszerű):

Jó ha résen leszünk vasárnap! (04. 17. –)

Abduktív következtetés

eredmény, tétel:

A ló négy év alatt tönkrement

eset (föltételes)

Vajon mitől fog most két hét alatt nagyobbat ugrani?? (04. 18. 20.40)

Sőt az érvelésre vagy következtetésre tanító szöveg is van:

Ha kimész a Fidesz naggyulásra a Parlament elé és nincs rajtad kokárda mit mondasz? a) Agitalni voltam, b) Letépték rolam! c) Szemét striga vagyok és NYE-RÜNK!! (04. 15. 18.02.)

Elevenek a premisszákból és következtetésekből felépülő szillogizmusok, illetve rövidített (hiányos) változatai, az entümémák. Pl. *A fideszes hülyítő propaganda szerint veszélyben a haza. Orbán így maga ismeri be: veszélybe vitte hazánkat tehát ő alkalmatlan. Aki egyetért adja tovább* (04. 13. 16.47). Ez a szöveg tulajdonképpen egy téves szillogizmus.

0. premissza: veszélyben a haza
1. (rejtett premissza): Orbán veszélybe vitte hazánkat
2. konklúzió: Orbán alkalmatlan

Mint a szillogizmusok tanából tudjuk, ha a két premissza nem következetesen, logikusan épül egymásra, a következtetés téves. De igen sokszor hatásos.

Aligha sejtették, hogy az sms-kommunikációban a vitakultúrában létrejött hagyományos érvelésmódok képesek továbbélni. Hiszen ez az úgynevezett „másodlagos írásbeliséghez” tartozó kommunikációs mód a jelen pillanatra, helyzetre történő összpontosításában, kiegészítő kommunikációs módok alkalmazásával közelít a szóbeliséghez. Ez pedig teljességgel más, mint az írás. Ong nyomán Nyíri Kristóf (2000: 45) kifejti: „A szóbeli gondolkodás *operacionális*: nem általánosító szillogizmusokban mozog; nem érzel elvont logikai azonosságot vagy ellentmondást; konkrét célok, fizikai műveletek mentén szerveződik”. A jelenlegi sms-anyag azt mutatja, hogy ez a kommunikáció még az írás logikája szerint szerveződik, de bizonyos kategóriák már bomlóban vannak (pl. az érvelési technikák emlékeztetnek a kevésbé következetes szóbeliségre). A választási hadjárat sms-anyaga azért volt kitűnően alkalmas ennek a jelenségnek a vizsgálatára, mert a választás mindig érvek-ellenérvek keresztüzében alakul, tehát értelemszerűen sokféle érvelési technika felbukkan.

Sms-nyelv és -humor

A (teljesnek mondható) választási kör-sms-anyag összegyűjtése további nyelvészeti elemzésre is alkalmas. Kevés hasonló jellegű anyagot ismerünk. Veszelszki Ágnes (2002) megjelentette egy 2001. évi (saját telefonjára érkezett sms-anyag) elemzését. Ez személyes, magán jellegéből (zárt kommunikáció) fakadóan sokkal több eredeti, beszélt és írott nyelvi, illetve speciálisan sms-nyelvi kategóriát foglal magában, és kínálja magát az elemzésre. A jelen formáról és anyagról már elmondtam, hogy jobbára a nyilvános kommunikáció, a tömegkommunikáció körébe sorolható, ezért nyelvileg egységesebb. Persze felbukkannak benne választási-po-

litikai divatszók és szlengszók („*a fiúk*”, *striga*, *köcsög*, *bukta*), sőt kis mértékben nyelvi durvaság is, de egyáltalán nem jellemző a jelzésszerű rövidítés, a rejtett kódolás, de még a helyesírási szabályokkal való radikális szakítás vagy tiltakozás sem. Ennyiből a választási szövegek nem „tipikusan” sms-szövegek, és nem válósítják meg az általam korábban megfigyelt „sms-helyesírás”, azaz kópírás és antihelyesírás jellemzőit, szabályszerűségeit (Balázs 2002: 170–1).

Minden választás egyik alapvető nyelvi fegyvere, eszköze a humor. Sokféle humorelmélet létezik, tény, hogy a humor komplex jelenség: föltehetőleg alapvető, antropológiai jegye az embernek, enyhíti az agresszivitást, társadalmi feszültségeket vezet le (vagy dolgoz fel), érzelmi hatású, a tudósok számára társadalmi hangulatmérő eszköz. Nyilvánvaló, hogy a humornak, így a nyelvi humornak is vannak etnikus vonatkozásai is. Tudományosan nehéz bizonyítani, valóban mérhető összevetést pedig még nem végeztek a tárgyban, de közkeletű és ma már sokoldalúan dokumentált az a tény, hogy a magyar ember kedveli a humort, a folklór tele van humoros műfajokkal, a „pesti vicc” pedig európai mértékben is kiemelkedő (vö. Katona 1980; Erőss 1982). A nyelvi humor eddigi legalaposabb tipológiáját Nagy Ferenc (1968) készítette el. Nyilvánvalóan mindegyikre lehetne bőven sok mai folklór példát mondani, a választási sms-hadjáratban azonban értelem szerűen a hosszabb szövegekhez köthető humoros stilisztika nem bukkanhatott fel. Ezért csak néhány jellemző, kiemelt humorforrással foglalkozom, és némiképpen kiegészítem Nagy Ferenc kategóriáit. Hírparódia: *A Reuters jelenti: az anyakirálynő halálával Magyarországon is véget ért a viktoriánus kor* (04. 18. 11.07). Rémhír – ál rémhír („vételi utasítással”): *Az MSZP-sek le fogják dozerolni a Kékestetőt! Valamivel fel kell tolni a Balatont nem?* (04. 16. 15.10). Álközlemény: *Kedves elvtársak! A nemzet kiárusítása 4 évig szünetelt, most végre folytathatjuk! Ajánlataikat az Andrássy út 60-ban, a Nostalgia és Barátság házában várjuk!* (04. 11. –), *Sajnálattal közöljük hogy a Fidesz élt 14 évet. Hosszantartó 4 évi diktatura után narancsmérgezésben és túlzott hatalomvágyban elhunyt* (04. 16. 18.01); (folytatása:) *Szavazóurnás temetése: 04.21. Táviratcím: BOLSE VIKTOR 2012 Felcsut Le is út 00* (04. 16. 18.03.; a *Felcsut le is út* a „*le is út, fel is út*” szólás torzított változata). Álhirdetés: *Miniszterelnöki gyakorlattal kezdő jogász állást keres. Ugyanott kokárda eladó* (04. 15. 22. 37). *Magyarország 27. leggazdagabb embere vagyok. Szeretnék a leggazdagabb lenni. Ehhez kérem a segítségét! Medgyessy Péter* (04. 18. 12.36). Al-útjelentés: *Az Utinform hirei: A parlament és Felcsut közötti útszakasz lezárva költözködés miatt. Nagy torlódás varható!* (04. 16. 20.03).

A nyelvi humor kedvelt területe a névalkotás, a tréfás névtorzítás (népetimologizálás): *medgyes pite*, *Orbán bukta*, *Bolse Viki*, *OVI* (Orbán Viktor). Ehhez kapcsolhatók az egyéb – már említett – névtorzítások: *Szavazóurnás temetése: 04. 21.én Táviratcím: Bolse Viktor 2012 Felcsut Le is út 00* (04. 16. 18.03).

Nem kell társadalomkutatónak lenni ahhoz, hogy észrevegyük, a pestinek mondott magyar vicc az egyik legélőbb folklórműfajunk. Egy-egy nevezetes eseménnyel csaknem azonos időben, a hírrel, rémhírral azonos sebességgel születik és érkezik meg a vicc. Ezt természetesen segítik a korábbi viccek, hiszen sok időszzerű vicc csak egy-egy régebbinek a felújítása. De vannak mindig újak, csak itt és

most érvényesek. A 2002. évi választási hadjáratnak is megvannak a maga viccei, s ezek terjedését első ízben gyorsította az sms.

Az „akkor lesz jó világ...” kezdetű vicctípus három változata is keringett a futótűz-kommunikációban. Egyik változata:

Akkor lesz jó világ, ha özv. Medgy. P-né bemegy Magyar Bálinthoz a börtönbe megkérdezni, hogy ki ölte meg Kuncze G. temetésén Kovács Lászlót (04. 17. 07.36). Változata: Milyen lesz a jó világ? Ha özvegy Medgyessy Péterné elmegy a börtönbe megkérdezni Kovács Lászlót hogy Kuncze Gábor temetésén ki lőtte le Doszpot Pétert (04. 17. 08.59).

Természetesen a magyar vicchagyományban régóta ismert vicctípusról van szó. Rendszerint nagyobb történelmi-politikai várakozások, fordulatok előtt bukkantak fel és aktualizálódtak. Például 1961-ben (Katona 1994: 115):

- *Mikor lesz igazi jólét Magyarországon?*
- *Ha majd a Nemzeti Bank önkiszolgálóvá válik.*

1965-ben (Katona 1994: 127):

- *Mikor lesz ránk igazán jó világ?*
- *Ha majd egy amerikai turista száz dollárért hetven forintot kap, hogy megnézze Magyarországot.*

A rendszerváltozás időszakában (1989) pedig a mai vicc tökéletes előképét is lejegyezték, természetesen akkori szereplőkkel (Katona 1994: 226):

- *Mikor lesz nyugalom és jólét Magyarországon?*
- *Ha majd Grósz temetésén Pozsgay megkérdezi Berecz özvegyét, hogy ki volt az a férfi, aki Kádár temetésén lelőtte Sarlóst.*

S hogy a vicctípus az említettekénél jóval régebbi lehet, mutatja egy múlttal kapcsolatos változata 1950-ből (Katona 1994: 36):

- *Mikor volt nálunk jó világ?*
- *Mikor Vas (Zoltán) még csak fém volt a sok közül. Révai (József) egy több-kötetes lexikon, Rákosi (Mátyás) rendező pályaudvar és Farkas (Mihály) csak egy a fenevadak közül.*

További, sms-en terjesztett politikai viccek:

- *Tudod-e, miért viselik a fiúk a kokárdát?*
- *Mert 15-én volt a szalagavató, és 21-én lesz a ballagás. (Saját gyűjtés.)*
- *Hány kormánypárti fér el a Kossuth téren?*
- *Az összes. (04. 17. 11.16)*

- *Hol tud az MSZP másfél millió embert összegyűjteni?*
- *A Gulagon...* (04. 15. –, 04. 16. 14.34)

A vak, a süket és a hülye beszélget. A vak: láttam az MSZP programját! A süket: hallottam a megvalósult ígéreteket! A hülye: akkor szavazzunk rájuk! (04.18. 19.07)

*Mit mond 22-én reggel Orbán Viktor?
Vagy azt, hogy az állam én vagyok, vagy azt, hogy az állam leesett.*

Hiányok és kérdések

Mind folklorisztikai, mind pedig nyelvészeti szempontból nagy jelentőségűnek tartom a 2002. évi választási hadjárat sms-anyagának összegyűjtését. A rendelkezésre álló gyűjtött anyag azonban nem alkalmas a következő, egyébként fontos és érdekes szempontok elemzésére, azaz a gyűjtésen túl az adatok további (az anyagból nem magyarázható) kérdéseket vetnek fel:

- (a) Milyen arányban reprezentálják a szövegek az egyes pártokat? Észrevételem szerint meglehetősen kiegyenlített képet mutatnak, de pontosabb képet nem rajzolhatunk meg belőlük.
- (b) Milyen tömegben, arányban terjedtek, kikhez jutottak el az sms-ek?
- (c) Milyen alapon, kiválasztással terjedtek az egyes szövegek? Hogyan oszlanak meg a választási sms-ek az egyes mobilszolgáltatók között?
- (d) A kommunikációs módból egyértelműen nem határozható meg, hogy az sms-kommunikáció befolyásolta-e a választó akaratát.
- (e) Azt sem tudhatjuk, hogy az sms egy átmeneti, pillanatnyi „tömegkommunikációs” szerepet kapott-e (úgy vélem, igen, ez egyszeri ilyen erőteljes jelenség volt), vagy lesz-e folytatása.³

Eredmények, következtetések

A jelenségnek és az anyagnak vannak komoly tanulságai is. Először is az első hipotézis bizonyítást nyert:

- (a) Az sms-folklórban korábbi folklór- vagy folklór jellegű jelenségek (szövegek, szövegtípusok, változatképzés) bukkantak fel, kaptak új médiumot.

³ A tanulmány 2002 júniusában született. Akkori megjegyzésem beigazolódott. A 2002. októberi önkormányzati választásokon semmilyen sms-hadjárat nem folyt. (Természetesen a képet árnyalja, hogy az egyfordulós önkormányzati választások jellege egészen más, mint az országgyűlési választásoké.)

A második hipotézis nem, illetve csak nagyon korlátozottan (az érvelések logikai felépítésének az előbeszédre jellemző szervezetlenségével) bizonyítható:

- (b) Az sms-folklórban megerősödik az újfajta beszélnyelviség (másodlagos szóbeliség) vagy szlenges írásbeliség.
- (c) A választási sms-hadjárat az sms mint médium újfajta térnyerését, kiterjedését is mutatta, valamint néhány műfajban fölvezolhattuk a jellemző kommunikációs módok közötti átmenetet (pl. élőszóbeli vicc → sms-vicc, lánclevél: levél → e-mail → sms).
- (d) Az új (egyszeri?, alkalmi?) kommunikációs forma a nyilvános kommunikáció szerveződését, formáit, mintáit követte, általában került a nyilvános szint alatti nyelvhasználati formákat.
- (e) Nem valósult meg a más, magánjellegű sms-kommunikációban jól tanulmányozható sajátos „sms-nyelv”, alig bukkant föl az ikonikusság (képiség), vagyis 2002-ben a magyar köznyelv uralkodott a választási sms-ekben.
- (f) A 2002. évi sms-választási folklór a magyar nyelvi humor gazdag eszköztárát használta fel, s ezzel egyfajta közösségi összetartozást, élménypolitizálást jelentett.
- (g) Bár a hiányok között megemlítettem, hogy egyértelműen aligha határozható meg, hogy az sms-kampány befolyásolta-e a választó akaratát, az föl-tételezhető, hogy napi beszédtemává lett, a napi beszédtemáknak pedig van hatásuk a választási eredményre is. Ha óvatosan úgy fogalmazok, hogy a részben e modern technikák miatt is elsőként „totálisnak” nevezett választási hadjáratban additív, vagyis hozzátevő, összetevő hatása lehetett az sms-nek, akkor nem állhatok messze a valóságtól.

Ha valaki fölismeri és megragadja a 21. századi, végletesen és véglegesen átalakuló kommunikáció, tömegkommunikáció éppen időszerű állapotát, útját, szerepét, hatásait (jelen esetben a „futótűz-” vagy „pontról pontra”-kommunikációt), a befolyásolás új eszközeire tehet szert. Mivel azonban ez az átalakulás folyamatos és soha véget nem érőnek tűnik, azt is mondhatjuk, hogy a tömegkommunikáció (a média) egymagában már sohasem érhet el olyan óriási és mindent elsöprő hatást, mint a 20. században. Ha így van, akkor ez a „demokratikus informatizmus”.

SZAKIRODALOM

- Balázs Géza 1993a. Életünk feltűnő jelei. 15–25. In: *Emlékkönyv Fábrián Pál hetvenedik születésnapjára*. Szerk.: Kozocsa Sándor Géza. ELTE, Budapest.
- Balázs Géza 1993b. A jelszó szemiotikai, nyelvi arculata. *Magyar Nyelv* LXXXIX/3. 56–70.
- Balázs Géza 2002. Sms-helyesírás. 170–1. In: *Nyelvünkben a világ*. Ister, Budapest.
- Balázs Géza 2003. „Minden házfalat cseréljétek sms-falra”. Sms-fal mint elektronikus graffiti. *Magyar Nyelvőr*, 2003: 144–59.
- Balázs Géza szerk. 2002. *Informatikai technológia és nyelvhasználat*. Válogatás a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma anyanyelvi pályázatából. Trezor, Budapest.

- Crystal, David 2001. *Language and the Internet*. Cambridge University Press. Cambridge.
- Erdős Tamás és társai 2001. *Írós! Sms-5letek & karakterminál mindenkinek*. Park Kiadó, Budapest.
- Erőss László 1982. *A pesti vice*. Gondolat, Budapest
- Glatz Ferenc szerk. 2000. *Az információs társadalom*. Magyar Tudományos Akadémia, Budapest. (Magyarország az ezredfordulón)
- Hoppál Mihály 1984. Szent Antal-lánc avagy a szerencse lánclevele. *Világosság*, XXV/12. 769–76.
- Katona Imre 1980a. Kortoldal. 279–80. In: *Magyar Néprajzi Lexikon*. 3. Főszerk.: Ortutay Gyula. Akadémiai, Budapest.
- Katona Imre 1980b. *Mi a különbség?* Közéleti vicceinkről. Magvető, Budapest (Gyorsuló idő).
- Katona Imre 1994. *A helyzet reménytelen, de nem komoly*. Politikai vicceink 1945-től máig. Móra, Budapest.
- Nagy Ferenc 1968. A nyelvi humor főbb típusai. *Magyar Nyelv*, 92/2. 10–22.
- Nyíri Kristóf 2000. Globális társadalom, helyi kultúra. Filozófiai vázlat. 43–64. In: Glatz Ferenc szerk. 2000.
- Szecső Tamás 1997. Földrengések a médiakutatásban. 135–9. In: *Médiakritika*. Tanulmányok a médiakritika megközelítésének témaköréből. Szerk.: Terestyéni Tamás. Osiris Kiadó, MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, Budapest.
- Szemerényi Ágnes 1979. Jelszó. 679–80. In: *Magyar Néprajzi Lexikon*. 2. Főszerk.: Ortutay Gyula. Akadémiai, Budapest
- Veszelszki Ágnes 2002. Üzi a mobon? Sms-szövegek 2001-ben. 239–47. In: Balázs Géza szerk. 2002.

Balázs Géza

SUMMARY

Balázs, Géza

A folkloristic/textological study of pre-election circular SMSes

Initially SMS, the short text-containing message sending system of cellular phones, served the purpose of personal communication. Nevertheless, as mobile phones have been catching on, the SMS has started to function in other ways (e.g., as replacement for postcards, news service, and even as a means of mass communication). Unexpectedly, SMS was given an important role during the 2002 parliamentary elections in Hungary. Between the two election rounds, campaigning was also going on via SMS (circular SMSes). Nearly all the 300 important messages of the two weeks have been documented. The results of the present research on election SMSes are as follows: (a) formerly observed phenomena of folklore or folklore-like texts have received a new medium; (b) the new type of spoken language usage has been strengthened; (c) SMS as a medium has been extended and put to new types of uses; (d) it follows the organisation of public mass communication; (e) it differs from the private language use of SMSes; (f) colourful linguistic humour and political talk in terms of experiences have appeared; (g) the SMS led to a total election campaign and it may have had an effect on the election results.