

Előszó

Töredékek a politikai kommunikáció területéről

A társadalomtudományok kommunikatív fordulata nagyjából egybeesett az elektronikus tömegkommunikáció, a rádió és a tömegdemokrácia elterjedésével. Azóta virágzik a kommunikáció témája, amit a digitalizáció és a web 2.0 hihetetlen sikere csak még jobban kiemelt.

A politikai kommunikáció az európai szellemi hagyomány ősforrásainak egyik meghatározó témája. Mózesnek (Kiv 4:10–16) és Platónnak is problémát jelentett, a rómaiaknál pedig – a történetírás mellett – ez hozta létre a latin írástudók csoportját Cicerótól Szent Ágostonig. Ma sokan tanítják, elemzik, írnak róla, konferenciák sora foglalkozik e területtel, melynek saját folyóirata is van (*Political Communication*).

Mózes nem találta a szavakat a néphez, hogy egy kollektív cselekvésre, az Exodusra rávegye őket, Platón pedig határozottan bosszantotta, hogy a szofisták értenek a nép nyelvén, míg a filozófusokat megveti, ki-neveti és esetleg ki is végzi a nép, legalábbis Szókratész történetének ez a tanulsága (vö. *Gorgiasz* és *Phaidrosz*). Tudjuk, Mózes egy szakértő bizalmasa, Áron a testvére révén végül is sikert ért el, Platón pedig kivonult, a politikai próbálkozása elbukott.

A politikai kommunikáció témája ma jóval szélesebb, mint Mózes és Platón problémája volt, mivel mind a kommunikáció, mind a politika jelentése tágult, és már régóta politikai üzenetnek számítanak a korábban jelentéktelennek vagy magánéletinek szánt gesztusok, szimbólumok, akár még a testi megjelenés is.

A *Századvég* folyóirat jelen száma nem vállalkozik a politikai kommunikáció területének áttekintésére, sem rendszerezésére, sem egy vagy több elméleti magyarázatára. Elmélet(ek) helyett elsősorban konkrét történeti helyzetek leírását és megértését célozzák a most közölt tanulmányok. A szerzők nem egy irányzat, iskola vagy intézmény, esetleg tudományág képviselői. Történész, politológus, szociálpszichológus, irodalmár található köztük. A megközelítéseik különbözősége és a tárgyalt esetek sokfélesége jól mutatja a társadalomtudományok jelenlegi töredezettségét, mozaikszerűségét. E mozaik, még ha elég messze lépünk is tőle, sem

biztos, hogy kiad egy értelmes képet, mindenesetre az itt közzétett írások segítenek megérteni a politikai kommunikáció gyakorlatát.

Rögtön a nyitó tanulmányban Hönich Henrik egy konkrét magyar történeti helyzetet bemutatva kérdőjelezi meg Habermas népszerű, *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása* című könyvében elmondott nyilvánosságelméletét. A mai értelmiség szerepét, súlyát történetileg megalapozni kívánó érveléssel szemben Hönich Henrik azt állítja, hogy ez biztosan nem így volt a Magyar Királyságban. A polgárságnak nem volt szerepe a kritikus nyilvánosság megteremtésében. Itt a megyei és az országgyűlési vitákban, majd az azokhoz kapcsolódó írásokban a nemesség hozta létre a politikai nyilvánosságot. „Ideológiai fikcióról van tehát szó, mely Habermas elméletében a gazdaságilag emancipálódó polgársághoz kötődik”, írja Hönich.

A dolgozat másik, inkább implicit vitája Habermasszal az, hogy sem ő, sem a társadalomtudományokat megteremtő nagy nemzetek nem látják a nyelv problémáját. Azt a kérdést, amely Közép- és Kelet-Európában sokakat izgatott és ma is izgat, és a multikulturalizmus egyik ki nem mondott feszültségforrása: mi a nyilvánosság nyelve. Ugyanis a nyelvhasználat nemcsak iskolázottságból, műveltségéből fakadó kompetencia kérdése, amire az egalitárius gondolkodók oly érzékenyek, hanem anyanyelvi meghatározottság kérdése is. Olyan ügy, ami két évszázada fontos volt a magyarok számára, majd később a magyar nyelvvel szemben a nemzetiségek számára is.

Harmadrészt, Hönich írása – történetileg teljesen védhető módon – azt sejteti, hogy a nyilvánosság a szólás szabadsága, az pedig a lelkiismereti szabadság Milton óta ismert és logikai ugrásokkal teletűzdelt érvelésén alapul.

Míg Hönich Henrik a szabad szólás, kritika és nyilvánosság elemét hangsúlyozza a politikai kommunikációban, Nagy Ágoston tanulmánya a „másik oldalt”, az autoritás politikai kommunikációját mutatja be: az első a cselekvés korlátozására irányuló kommunikáció, a határmegvonások, az igénybejelentések világa, a második a – jelen esetben szó szerint értelmezett – mozgósításé és a konszenzusteremtésé, amivel manapság a nem kicsit pejoratív jelentést sugalló propagandanulmányok foglalkoznak. A „propaganda” szó jelentése hasonlóan pejoratív ma, mint például az „ideológia”: nem jelent mást, mint információszűrést, egyoldalú tájékoztatást. A „propaganda” megnevezést ma minden nem tetsző kom-

munikációra használják, ennek megfelelően elinflálódott, csakúgy, mint az „ideológia”.

A politikai kommunikáció egyik alapvető elemével, a helyzetértelmezéssel foglalkozik tehát Nagy Ágoston írása: mi az a helyzet, amire reagálni kell, és mi a kívánatos helyzet, kinek kell reagálnia, milyen cselekvési alternatívák vannak, ezek mivel járnak, mi lenne a legjobb reakció.

A szerző az 1809-es győri csata értelmezéséből indul ki. A katonai mozgósítást célzó kommunikáció értelmezte is a helyzetet, megnevezte, ki az ellenség, mit veszélyeztet, mit kell megvédeni, és mi vagy ki hátráltatja a védekezést: így a külső ellenséggel szembeni mozgósítást, konszenzusteremtést felhasználta a belső ellenállás gyengítésére is. A mozgósítás célja az együttműködési szándék, a támogatás növelése és az esetleges ellenállás minimalizálása. Ebből azonban még nem következik, hogy Napóleon valóban ne létezett volna, és ne akart volna csatát nyerni Magyarországon, és így tovább.

A háborús mozgósítás példája arra is utal, hogy a nyilvánosságot nemcsak a kritika, a vita, az ellenállás teremtette meg, hanem például a tömeghadsereg mozgósítási igényei is, ami a kortárs demokráciák nyilvánosságának egyik alapvető aspektusa.

Joseph de Maistre írta, hogy nincs vesztes vagy győztes csata, ez az események utólagos értelmezésétől függ. Az esemény, az 1809-es győri csata értelmezése a következő fél évszázad politikai, alkotmányjogi vitáinak egyik fontos érvévé vált.

A helyzetértelmezésnek pedig eleme a felejtés és az emlékezet, vagy a felejtetés és az emlékeztetés, a metaforák, az analógiák, a „jelek” értelmezése és hasonlók. Ennek egyik fajtájával, a nosztalgiával foglalkozik Kiss Balázs és Szabó Gabriella írása.

Napjainkban a nosztalgia, szemben más hasonló hangulatokkal, mint az elvagyódás, a melankólia, meglehetősen pejoratív kategória. A Kiss–Szabó szerzőpáros által használt nosztalgiafogalom nem általában egy múltbéli idillbe, Árkádiába vágyódás, hanem a *Gemeinschaft*ba vágyódást jelenti. Empirikus elemzésük szerint „a visszavagyódás nem uralkodó vonása a magyar politikai kommunikációnak sem egy választási kampány, sem a nemzeti ünnepek idején”, másrészt az adataik szerint „jobboldali politikai vezetők, és pedig Orbán Viktor és Toroczkai László voltak a legaktívabbak a nosztalgikus politikai megnyilvánulások megosztásában [...] a pozitív múltidézés a legsikeresebb és a legkevésbé sikeres párt vezetőjé-

nél bizonyult a leggyakoribbnak.” 2019-ben a nosztalgia jobboldali politikai kommunikáció sajátja. Talán a magyar baloldalnak és a liberálisoknak nincs egy olyan sikeres kor, ahova visszavágyódhatnak. Árkádiát a magyarországi baloldal nem egy korba – a múltba vagy a jövőbe – helyezi, hanem egy idealizált földrajzi területre, a „Nyugatra”.

Az emlékezetpolitika egy esettanulmánya Kiss Márton *A Rákóczi-kultusz alakulásának száz éve (1920–2019)* című írása. Kiss Márton tíz (1926, 1935, 1938, 1953, 1976, 1985, 2003, 2011, 2015, 2019) megemlékezés Rákóczi-képeit hasonlítja össze. Ezek tanulsága nem az, amit sejtethünk, hogy ezek a képek idővel változnak, alakulnak, hanem az, hogy egy plurális és politikai hagyománnyal rendelkező társadalomban sokféle emlékezet él egymás mellett, amelyek viszonya a koherenstől a mozaikszerűn át a konfliktusig terjedhet.

Lányi Gusztáv írásában egy mai konkrét téma, a COVID-járvány körüli vita elemzése alapján igyekszik a politikai viták dinamikáját bemutatni. A kortárs politikai kommunikáció, amit nevezhetünk talán a demokrácia politikai kommunikációjának is, erősen moralizál. Ez a moralizálás hol vallási (például G. W. Bush), hol szekuláris egalitárius (például az SJW-k), de az igazságosságra vonatkozik, amit egy elnyomó, üldöző csoport megsért, ezzel másokat áldozattá tesz, akik megmentőjének felkínálja magát a politikai kommunikátor. Ez a moralizáló nyelv a kibékíthetetlen konfliktusok nyelve, áldozatok és elnyomók esetén nincs mód sem konszenzusra, sem kompromisszumra. A moralizáló politika hajlamos szektássá vagy törzsivé válni, örök konfliktusokat tartva fenn. Ezért is nevezik a mai demokráciát sokan agonisztikusnak.

Lányi Gusztáv a kortárs politikai vitákat a szociálpszichológia fogalomtárával elemzi, elsősorban a Goffman által elterjesztett színházmetaforával. Eszerint a politikában szerepek vannak, amiket felvehetnek és eldobhatnak, folyamatosan alakíthatnak (perszónifikálhatnak) a cselekvők, és ennek a szerepjátéknak a része a kommunikáció minden számba vehető formája. Az említett moralizált szerepek mellett sajátosan politikai szerepek az idegen, az ellenség, az ellenfél és a szövetségesség.

A politikai konfliktusoknak a színházmetafora alapján történő megértése – ami a reneszánsz óta velünk él Shakespeare, Morus és Machiavelli szövegeiben – mögött azonban felsejlik a platonista aggodalom: mi van, ha valóban létezik egy valóság a politika látszatvilága mögött, ami súlyosan és megkerülhetetlenül alakítja az életünket, korlátozza a poli-

tikai voluntarizmust, az ügyességet és az eszességet? A látszat mögötti valóság, a színházmetafora félrevezető volta ellen érvelt mind a katolikus de Maistre a Gondviselésre hivatkozva, mind a 19–20. század valamennyi szcientista politikafelfogása Comte-tól és Marxtól kezdve. A járvány itt van velünk, a vírus nem a színházban szerepeket alakítók konstrukciója, miképpen a ragály következtében bekövetkező halálozás sem. Lányi elemzésében felsejlik, hogy az agonisztikus demokrácia és a ma uralkodó konstruktivizmus hajlamosítja a kortársakat a valóságvesztésre, ami katasztrófavakságot eredményezhet.

A politikai kommunikációra figyelők jellemzően a homogenizáló törekvésekre – amiket ma propagandának neveznek – vagy a konfliktusokra figyelnek, és kevésbé például a hiányára. Gyulai Attila írása arra a sajátos helyzetre mutat rá, hogy a kortárs politikai gondolkodásban erősödő realista gondolkodás gyakorlata nem tartalmazhatja a realista szempontokat, érveket. A tanulmány a politikai gondolkodás két aspektusa, a leírás és az előírás, az elmélet és a gyakorlat viszonyának szélesebb problémáit elemzi. A politikai kommunikáció sajátos problémát jelent a realista *elmélet* számára, ugyanis a realizmust jellemzően nem politikusok fejtik ki. „A realizmus retorikáján azt a problémát értem, hogy a realizmusról szóló beszéd egyben realista beszédmód, és ezért roppant nehéz megkülönböztetni a realizmusról szóló leírást a realista módon való cselekvéstől, ami [...] a realista politikafelfogásból következik” – írja Gyulai Attila.

Akik a realizmusról beszélnek, azok nem cselekszenek a politikában, akik pedig cselekszenek, azok sosem beszélnek a realizmusról. A realizmus eleme a gyakorlati kimondhatatlansága. Ezt fogalmazta meg a realistaként számon nem tartott Leo Strauss úgy, hogy Machiavelli kifecsegte a politika titkát. A realista nem beszélhet realista érvelést használva, így *per definitionem* nincs realista politikai kommunikáció, hanem a realista gyakorlatról szóló kommunikáció lehet.

Hajdú András *Helyi értékből globális sportúállalat. A nemzetközi siker kihívása Veszprém és a kézilabda kapcsolatában* című írása ezzel szemben nem a látszat és nem a kommunikáció világát elemzi. Pontosabban szólva, a kommunikáció mint önbemutató ebben az írásban is szerepet kap, de a tanulmány alapgondolata az, hogy egy-egy tevékenységben – ez esetben a versenysportban – olyan inherensen rejlő strukturális kényszerek vannak, amiket a tevékenységet sikeresen gyakorolni kívánóknak figyelembe kell venniük.

A versenysport globalizálódott, ugyanakkor a sportegyesületek egy-egy helyi közösséghez kötődnek, még akkor is, ha nemzetközi reklám- és szponzorpiacra is jelen vannak. A veszprémi kézilabda a kisvárosi sport globalizálódására példa, ami a következőket jelenti: 1. a csapat etnikai összetételének (játékosok, edzők) nemzetközivé válása; 2. a technológia, az eszközök nemzetközivé válása; 3. a pénzügyi keretek (befektetők, hirdető) globálissá válása; 4. a médiajelenlét ilyen átalakulása; és végül 5. a tevékenység (a kézilabda) sikeres művelésére vonatkozó elképzelések nemzetközivé válása.

Míg a sikeres sportegyesületek kénytelen-kelletlen egyre globálisabbá válnak, emellett hangsúlyozzák a helyi – nemzeti, városi – kötődéseiket. Az önmagukról kialakított kép „továbbra is kifejezi a lokális környezethez és szurkolótáborhoz fűződő kapcsolatukat, amelynek „bővítése egyúttal további lehetőségeket tartogat arra is, hogy a jövőben a klub még inkább érzékeltesse a nemzetközi élmezőnyben betöltött kiemelkedő szerepét.”

Mindez pedig azt sejteti, hogy a látható és hallható világhoz igazodás, annak alakítása, a politikai kommunikáció nem képmutatás, nem tudatlanság, sem nem önbecsapás, hanem az adott tevékenység – esetünkben a politika – sikeres gyakorlásának része.

Molnár Attila Károly