

# KOMMUNIKÁCIÓS PARADIGMA, AVAGY A KORMÁNYZÁS URALKODÓ BESZÉDMÓDJÁ

G. Fodor Gábor

(Ph.D., egyetemi tanár, Századvég Alapítvány, kutatási igazgató)

Kitta Gergely

(Századvég Alapítvány, tudományos munkatárs, kommunikációs szakértő)

## ÖSSZEFOGLALÓ

A politika diszkurzív előfeltevéseit kiindulási pontként kijelölő tanulmány a kormányzás kommunikációs paradigmaként való felfogásának lehetőségeivel ismerteti meg az olvasót. A kommunikációs paradigma a kormányzáshoz kapcsolódó politikai kommunikációs módzerek, reprezentációs utak, prezentációs technikák és eszközök túlhangsúlyozásából alakul ki, ami szemben áll a kormányzás komprehenzív-realista megközelítésével. A dolgozat nem tesz egyenlőségelet kormányzás és kormányzati kommunikáció közé, ugyanakkor azt állítja, hogy ma Magyarországon a diszkurzív hatalomgyakorlás a kormányzás alapvető működési területévé, megjelenési formájává, vezérelvévé lépett elő. A dolgozat ráirányítja a figyelmet arra, hogy a kormányzás kommunikációs kompetenciák általi meghatározottsága és annak következményei (például a kormányzás virtualizálódása, relativizálódása, szubjektívizálódása, ökonomizálódása, konszumerizmusa és identitásbeli problémái) számos kockázatot hordoznak a politikai elit problémamegoldó képességére és számonkérhetőségére nézve. Ezt a jelenséget a szerzők egy a kormányzás vonatkozásában aktuális és fontos példa, az adócsökkentés és az adóreform kérdésének középpontba állításával igyekeznek bemutatni. Végül a szerzők áttekintik, hogy indokolt, lehetséges és helyes-e a kormányzás egyetlen dimenzióra való szűkítése.

Kulcsszavak ■ kommunikáció ■ diszkurzivitás ■ paradigma ■ kormányzás ■ politikaelmélet

Hogy egy klasszikus példával éljünk, ha egy beteg műtétre vár, és az a kérdés, hogy le kell-e vágni a lábát vagy sem, akkor a tét a láb, nem pedig az, hogy hogyan mondjuk meg neki. Márpedig ma Magyarországon a tét a láb. Ennek ellenére a problémamegoldással (mi legyen a lábbal) csak felületileg érintkező körmönfont diszkurzív stratégiák, kommunikációs lufik, napirend-uralási kísérletek és marketingfogások jellemzik az aktuálisan regnáló magyar kormány tevékenységét. Sőt, azt állítjuk, hogy az úgynevezett kommunikációs paradigma mára a kormányzás kizárólagos működési elvévé és beszédmódjává vált.

A tanulmányban (1.) világossá tesszük elköteleződésünket a kormányzás realista-komprehenzív felfogása mellett; (2.) bemutatjuk a kommunikációs pa-

radigma előfeltevéseit, és egyúttal számba vesszük a paradigma kizárólagossá válásának következményeit; (3.) empirikus példák segítségével teszteljük működésmódját; végül (4.) megnézzük, indokolt-e a kormányzás egyetlen dimenzióra való szűkítése.

## A KORMÁNYZÁS REALISTA-KOMPREHENZÍV FELFOGÁSA<sup>2</sup>

Rögtön az elején szeretnénk világossá tenni, hogy paradigmaticus jellegű gondolkodásmódokkal vagy „imágókkal” dolgozunk. Méghozzá oly módon, hogy a paradigma kifejezés a jelen tanulmányban nem a politika tudományos megismerésének és leírásának specifikus módjára (realista vagy diszkurzív szerzők nézeteinek a számbavételére), hanem a kormányzás mint tevékenység végzésére és az azzal kapcsolatos reflexióra irányul. Azaz konkrétan, a kormányzás „realista-komprehenzív” felfogásának a leírása kísérlet azoknak a sajátosságoknak a rendszerezésére, amelyek megítélésünk szerint (1.) a politika realista nézőpontjával hozhatók kapcsolatba és (2.) megértő módon a kormányzás mint politikai tevékenység összetettségét hangsúlyozzák.

A kormányzás realista-komprehenzív felfogása a politika *realista* nézőpontjával hozható kapcsolatba, mert feltételezi, hogy

- létezik olyan, hogy politika, amely sajátos, csak rá jellemző működési móddal, logikával, tárgyterülettel rendelkezik (nem önkényes tehát a politika végzésének ezt a megközelítését esszencialistának nevezni);
- a kormányzás *elsősorban* politikai tevékenység, amely ennek megfelelően a politikai logikának és tárgyterületnek megfelelően művelendő;
- a kormányzás mint politikai tevékenység *elsősorban* politikai vezetés kérdése;
- a politikai vezetésként értett kormányzás középpontjában *elsősorban* a hatalom problémája áll;
- a hatalomgyakorlás kérdése *elsősorban* az állam mibenlétének a kérdéssel áll intim kapcsolatban.

A kormányzás realista-komprehenzív felfogása megértő módon a kormányzás mint politikai tevékenység *összetettségét* hangsúlyozza, mert azt állítja, hogy :

- létezik olyan, hogy politika, de létezik olyan is, ami – már és még – nem az, s ami ily módon a politikától eltérő logika alapján működik (kultúra, művészet, tudomány, sport, mint ahogy az ízlés, a teljesítmény, a szépség, a kiválóság is lehet független a politikától); és ezeknek a nem politikai szféráknak, logikáknak, tárgyterületeknek és értékelési módoknak politikáivá tétele következményekkel jár a *politika*ira és *politika*ivá *válóra* nézve egyaránt;
- a kormányzás elsősorban politikai, de jellegét tekintve mégiscsak összetett tevékenység, amelyben politikai és nem politikai természetű problémák egyaránt megjelennek (léteznek például *adminisztratív-igazgatási* problémák, amelyekre *szabályozás* adható; *technikai* problémák, amelyekre a szakértők egy-

értelmű *szakmai választ* tudnak adni; *hatalomtechnikai kérdések*, amelyek a *politikai kreativitás* jelenségével függnek össze; *kommunikációs-reprezentációs kihívások*, amelyek *dramaturgiai, retorikai, diszkurzív eljárásokat* igényelnek; és léteznek természetesen *politikai természetű problémák* is, amelyeknek nincsen ugyan megoldásuk, mint ahogy egy matematikai feladatnak van „helyes”, azaz megfelelő, hibátlan megoldása, de *rendezésük* – politikai természetű *döntéssel* – mégis lehetséges);

– a kormányzás elsősorban politikai vezetés kérdése, de természetesen nemcsak az: vannak intézmények, normák, jogszabályok; azaz létezik a politikai vezetés intézményes környezete: a végrehajtó hatalom különböző intézményei és azok között kialakult alkotmányos hatáskörmegoszlás és tényleges kapcsolatrendszer; létezik bürokratikus logika, igazgatás, menedzselés és az így felfogott *leadership* kérdésköre is; és természetesen léteznek – intézményes és normatív – „*fékek és ellensúlyok*”, amelyek a vezetés politikai természetét szorítják korlátok közé, illetve civilizálják – legalábbis a modern liberális demokráciákban;

– a kormányzás ugyan a hatalom problematikájára összpontosít, ez azonban nem jelenti azt, hogy a kormányzás leszűkíthető lenne kizárólag hatalomtechnikai kérdésekre (viszont azt már igenis jelenti, hogy a kormányzás kérdésköre nem függetleníthető a hatalom problematikájától): a kormányzás ebből a szempontból is összetett tevékenység, azaz meg kell teremteni a *hatalomgyakorlás feltételeit* (erre vonatkozna a *kormányzás mint kreativitás* paradigmája), meg kell határozni a *kormányzás feladatait*, ki kell elégíteni és ellent kell mondani bizonyos igényeknek és szükségleteknek (ezt foglalná magában a *kormányzás mint gondoskodás* paradigmája), és reprezentatív módon meg is kell jeleníteni a kormányzást a kormányzottak felé (erre irányulna a *reprezentáció* teoretikus mátrixa);

– a kormányzás aktora az állam, ez azonban nem jelenti azt, hogy ne lenne szükség piacra, bürokráciára, hálózatokra vagy civil társadalomra, és ezek ne kapcsolódhatnak be valamilyen módon a kormányzásba; de azt igenis jelenti, hogy a kormányzás kérdésköre elgondolhatatlan az állam problematikája nélkül, és az államot nemcsak – elfogadva a politikai hedonizmus előfeltevéseit, amely az államot kizárólag eszköznek tekinti – az állampolgár nézőpontja felől lehet megközelíteni („mit kell tennie vagy éppenséggel nem tennie az államnak, hogy igényeimet kielégítse?”, „mire jó az állam?”, „mi a hasznunk belőle?”), hanem – a „mit tennél, ha te volnál az állam?” kérdésének a jegyében – a kormányzás igényei felől is meg kell közelíteni, abban a tudatban, hogy a „milyen legyen az állam?” kérdése megválaszolhatatlan a „mi akarhat az állam?” kérdése nélkül (ez persze azt is jelenti, hogy ez a felfogás bizonyos értelemben úgy kezeli az államot, mintha az valóságos, akarattal és ésszerű döntések meghozatalának képességével rendelkező entitás volna).

S van még egy – tanulmányunk szempontjából is – lényegi momentum: a

kormányzás realista-komprehenzív megközelítése feltételezi, hogy a kormányzás megítélésének létezik „objektív” mércéje, konkrétan: lehetséges rossz kormányzás. Rossz kormányzásról beszélhetünk, ha a kormányzók eltekintenek vagy megfélelkeznek a kormányzás politikai természetéről (s ráadásul nemcsak az a kérdés, hogy rossz kormányzás-e például a szakértői kormányzás, hanem az is, lehetséges-e egyáltalán? – konkrétan realista-komprehenzív nézőpontból el lehet ugyan fogadni a szakértői kormány lehetőségességét, de ekkor a létrehozásában vagy annak indoklásában keresendő a politikai motívum), és akkor is, ha a kormányzás egydimenziós tevékenységgé válik, vagyis ha egyik vagy másik vetületét abszolutizálják. A kormányzati munka minősége látja kárát, ha a kormányzás tartalmi kérdései alárendelődnek a kormányzás feltételeinek megszervezésére irányuló törekvéseknek, azaz a hatalomtechnikai dimenzióknak, vagy ha a kormányzás összetett jellegén kizárólagos módon a kommunikáció szempontjai uralkodnak el (többé nem a lábrol van szó, hiszen a láb csak „konstrukció”, és kommunikációs döntés és eljárás kérdése, hogy egyáltalán van-e vagy sem). S vajon miért ne lehetne lehetséges ezek kombinációja: a kormányzás tartalmi kérdései oly módon rendelődnek alá a hatalomtechnikai dimenzióknak, hogy a kormányzás összetett jellegén a kommunikáció szempontjai uralkodnak el, azaz a permanens kommunikációs offenzívára redukált kormányzás egy nagyon is politikai cél szolgálatában áll: a hatalom megtartásának eszközévé válik.

#### A KOMMUNIKÁCIÓS PARADIGMA: ELŐFELTEVÉSEK ÉS KÖVETKEZMÉNYEK

A realista-komprehenzív felfogás abból indul ki, hogy a kormányzás mint politikai tevékenység természetesen beszéd vagy „beszédcselekvés” is, de nem csak az, a kormányzás eredményei döntésekben, törvényekben és megváltoztatott állapotokban öltenek testet: márpedig az így értett „dolgokat” lehet jobbra és rosszabbá is tenni, ronthatunk és javíthatunk is a „helyzeten”. De nézzük, hogyan fest a „valóság” a kommunikációs paradigma nézőpontjából!

##### *Az előfeltevések*

A kommunikációs paradigma feltételezi, hogy – A politikai narratívák célja és hatása politikai értelemben túlmutat a „szövegszerűsége”-n. A politikai diskurzus a politikai képességek kivételése, vagyis a politikai tudás felhasználásának módja és a politikai narratívák minősége között összefüggés van. A politikai diskurzus ellenőrzés alatt tartása a politikai hatalom kézben tartásának eszköze lehet, a kormányzati hatalom működésének sémái ekképpen kommunikációs mechanizmusokkal helyettesíthetők be (*a politikai diskurzus uralása mint hatalmi tényező*).

– A társadalmi valóság képlékeny, attól függ, mit érzékelünk belőle, észlelésünk pedig annak függvénye, hogy azt hogyan írják le a számunkra. A kormányzás nyilvánosság számára észlelhető valósága ennél fogva többnyire nem más, mint a kommunikáció által tükrözött valóság, így a kormányzás logikája a kommunikáció logikája<sup>3</sup> szerint kerül újraírásra (*a valóság reprezentatív karaktere*).

– A politikai hatalom nem kizárólag formális, intézményesült politikai autoritást jelent. A politikai hatalom gyakorlásának a mércéje gyakran inkább az, hogy ki milyen súllyal tudja irányítása alatt tartani a politikai diskurzust. A gyakorlatban ma a hatalom birtoklásának fokmérője nem mindig a konkrét politikai cselekvések minősége, hanem az azt meghatározó kommunikációs kompetencia (*a kommunikációs kompetencia felértékelődése*).

– A kommunikáció a politikai cselekvések legitimációs tényezője ésező lehet. A politikai hatalom szempontjából a kommunikáció elsősorban nem a politikai történések bemutatásáról, értelmezéséről vagy a választók tájékoztatásáról szól. A valódi motiváció a kommunikáción keresztüli hatásgyakorlás, a választók politikai cselekvéseinek befolyásolása, végső soron pedig a hatalom megszerzése vagy megtartása (*a kommunikáció hatalomtechnikai funkciója*).

#### *Következmény I.: a kormányzati teljesítmény megítélésének relativizálódása*

A kormányzás diszkurzív konstrukciós eljárásokkal való azonosításának az egyik fontos következménye a kormányzati tevékenység és eredményesség relativizálódása, azaz a *paradigmán belül* nincs mércénk a kormányzati teljesítményértékelés megítélésére.

A kormányzati teljesítmény tehát relativizálódik, mert

– voltaképpen mindenki szabadon, saját ízlésének megfelelően interpretálhatja a politika és a kormányzás folyamatait és eredményeit, az objektív ítéletalkotás lehetőségét maga a kommunikációs paradigma előfeltevései zárják ki.

– Az, hogy mi számít „valóságnak”, „igazságnak” „objektív ténynek”, azt nem maga a „valóság”, az „igazság”, vagy az „objektív tény” határozza meg, hanem a kormányzástudás konstruktív természete. A *homo mensura* szellemében a politikai igazság mindenki számára mást jelenthet, következésképpen csak szubjektív (politikai) igazság létezik. Nincs tehát objektív igazság, így szükségszerű, hogy a felkínált valóságkonstrukció valaki számára igaz, mások számára már nem az.

#### *Következmény II.: az ismeretelméleti horizont szubjektivizálódása*

A kormányzati teljesítmény relativizálódása kéz a kézben jár az ismeretelméleti horizont szubjektivizálódásával.

A paradigma előfeltevéseiből következően a kormányzati cselekvésekkel kapcsolatos ismeretszerzés szükségképpen *a posteriori* jellegű kommunikációból fakadó tapasztalatszerzéssé válik. Ebből következik, hogy

– *nem az létezik, ami van, hanem amit kommunikálnak.* A tőzsdeeffektus<sup>4</sup> analógiájának megfelelően, ha egy kormány új programot, intézkedést jelent be és arra médiakampányt épít, az létezővé válhat, még akkor is, ha „valójában” nem létezik, azaz a beharangozás mögött hiányzik a valódi kormányzati cselekvés: nincs döntés, vagy a döntések nem vezetnek törvényekhez és megváltoztatott állapotokhoz.<sup>5</sup> Más szavakkal: a kormányzati cselekvés kommunikációs effekté lényegül át.

– *A kormányzás olyan, amilyennek látszik.* Mivel az emberek távol vannak, a politikai valóság pedig sokszorososan közvetített, a paradigma előfeltevéseiből egyenesen következik, hogy nem az a fontos, hogy mi a kormányzás tartalma, hanem hogy a tartalom milyen formát ölthet, milyen körítéssel jut el a nyilvánossághoz. Ez a logika vezet el a permanens kampánykormányzáshoz, vagy ahhoz a jelenséghez, hogy a sikeres kampány felülírja a gyenge kormányzati teljesítményt.<sup>6</sup>

### *Következmény III.: a kormányzás virtualizálódása*

A paradigma előfeltevéseiből nemcsak az következik, hogy a kormányzati teljesítmény objektív eszközökkel nem mérhető, a róla szerezhető tudás interpretatív és szubjektív; hanem a kormányzás virtuálissá válása is.

Mára közhelyszerű felismerésnek örvend, hogy az *individualizáció*, a *depolitizáló* kereskedelmiség és a *popularizációs* folyamatok térnyerésével a politika megértésének lehetőségei mind távolabb kerülnek a korábban ebből a szempontból meghatározó szocializációs színterektől, például a családtól, a munkahelytől, a baráti közösségektől (Mazzoleni és Schulz, 1999; McChesney, 1999; Blumer és Gurevitch, 2000). A kormányzással kapcsolatos *paternalista* és *elitista* megközelítések erejüket veszítik, vagy teljesen kiüresednek, a kormányzással kapcsolatos tájékozódás közege pedig a média világába tevődik át (Blumer és Kavanagh, 1999). A tömegkommunikációs rendszerek diverzifikálódásával, kulturális szerepük dominánssá válásával a kormányok fokozatosan függetlenítik magukat a közvetlen geopolitikai jelenlét, a fizikai fellépés és a hierarchikus struktúrák használatának szükségességétől. A megnövekedett távolság is magyarázza tehát a virtualizálódást.

– A pártokkal ellentétben a kormányzat a választókat majdnem kizárólag a médián keresztül képes elérni. A kormányzást meghatározó politikai aktusok az egyén közvetlen tapasztalataitól távol, egyedül a média virtuális mezőjében képesek megjelenni és választókra gyakorolt hatásukat kifejteni. A kormányzat ritkán élhet önmaga nyilvánosság előtti megjelenítésének olyan tradicionális, közvetlen, fizikai lehetőségeivel, mint amilyeneket például a lakossági fórumok, alapszervezeti gyűlések, a pártaktivizmus vagy a párttagság kínál a pártok számára.<sup>7</sup>

– A társadalom számára a kormányzás nehezen érthető, komplex természete (jogszabályok, személyek, célok, ideológiák, eszközrendszerek stb. egy-

velege) kizárólag a kommunikáció révén válik befogadhatóvá. Sawyer (2001) véleménye, hogy a kommunikáció az, ami a kormányzás számára megteremti a választói hozzáférés (*access*) lehetőségét, a kommunikációs közvetítő közeg nélkül a választók és a kormányzat közötti kapcsolat állandó félreértésekbe, bizalmatlanságba, gyanakvásba torkollhatna (39-40).

– A kormányzás intenzív kommunikációs átlényegülése homeosztatisz folyamat (lásd DeFleur és Ball-Rokeach médiafüggőségi elképzeléseit). DeFleur és Ball-Rokeach empirikus kutatásai igazolták, hogy minél jobban támaszkodnak az emberek információszerzésük során a tömegkommunikációs eszközökre, annál nagyobb lesz médiafüggőségük. A szerzők normatív irányú kutatása bizonyította továbbá, hogy a médiafüggőséggel egyenes arányban az emberek tömegkommunikációnak – így végeredményben a média üzeneteinek, érdekérvényesítő képességének – való kitettsége is nő. Ebből kiindulva, minél kiterjedtebb és sokrétűbb a kormányzás kommunikációs mechanizmusokon keresztüli működtetése, annál nagyobb a valószínűsége annak, hogy a társadalom a kormányzást a média által mutatott képpel azonosítja. A média kormányzásról közvetített valósága ezáltal nem pusztán a kormányzás tükörképe, annak releváns leképeződése, hanem a kormányzás felfogásának exkluzív módja lesz. A kommunikáció a kormányzással kapcsolatos ismeretszerzés alfájává és ómegájává válik, mivel a média hatósugarán kívül eső értelmezések kizárólag egy szűk kör, a kormányzással közvetlen kapcsolatot fenntartó, kiváltságos helyzetben lévő bennfentesek (pl. politológusok, politikusok, szakértelmiségiek, döntés-előkészítők) számára válnak hozzáférhetővé.

#### *Következmény IV.: a döntéshozatal ökonomizálódása*

A kormányzati teljesítmény az általános közvélekedés szerint jónak mondható, ha például egy országban kedvezően alakulnak a nemzetgazdasági mutatók, ugyanakkor jól tudjuk, hogy a statisztikai adatok is attól függően jók vagy rosszak, hogy kik, hol és miként kommunikálják, értelmezik azokat (az adatokat a körülményekre való hivatkozással lehet árnyalni, relativizálni). Más esetben a kormányzati munka értékelését a kormánypártok választásokon való szereplésével szokták összefüggésbe hozni. Akit az emberek alkalmasabbnak ítélnék a „nép képviselőtére”, arra adják voksukat. Azt azonban kevesen vitatják, hogy a választások kimenetele inkább függ a politikai vízióktól, ígéretektől, imáztól és azok narratíváitól, mint az egymásnak feszülő politikai erők kompetenciáinak racionális – többször retrospektív – választói mérlegelésétől. A kormányzás kommunikációja politikailag ugyanis valóban egyszerűbb és kevésbé kockázatos, mint maga a kormányzás. A konkrét kormányzati cselekvések vonatkozásban számos előre nem látható körülmény, nehezen kalkulálható mellék- és utóhatás, a gyakorlati megvalósulást akadályozó külső vagy belső nehézség merülhet fel. Ezekkel a tényezőkkel a pusztán kommunikáció során viszont nem feltétlenül kell számolni. Vagy éppen fordítva: a

cselekvés megvalósulatlanságáért a körülményeket lehet felelőssé tenni, nem pedig a nem cselekvőt. A kommunikációs stratégia ugyanakkor bármikor, kisebb veszteségek nélkül is felszámolható vagy áthangolható, a megvalósult kormányzati intézkedések hatását utólag azonban már sokkal nehezebb megváltoztatni. A tényleges kormányzás kommunikációval történő felcserélése ebből a szempontból voltaképpen érthető, *raciónalis* és *ökonomikus* gondolkodást feltételez. A kommunikációs paradigma érvényre jutása a döntéshozatal ökonomizálódásával jár együtt, amelynek következtében

– a kormányzás a róla alkotott hiedelmek, képek, rítusok és mítoszok foglalatoként teátrális politikai kommunikációs előadásá szerveződik; az egyes előadások előállítás, megkomponálása pedig kevésbé megterhelő a kormányzás szereplői számára, mint maga a kormányzás.<sup>8</sup> Sőt azt mondhatjuk, hogy a kommunikációs happening a törvényhozási munkával szemben egyértelmű fölénybe kerül.<sup>9</sup>

– a kormányzás résztvevői kevésbé örülnek annak, ha jól kormányoznak, de azt rosszul kommunikálják (és ezért például elveszítik a választásokat), mint ha rosszul kormányoznak, de el tudják hitetni a választókkal, hogy jó munkát végeznek (és ezért megnyerik a választásokat). Ennek megértéséhez érdemes elővenni Simon (1997) 'satisfice' teóriáját. A Nobel-díjas közgazdász szerint egy szervezetten belül az egyének éppen olyan és annyi erőfeszítést hoznak, amennyi feltétlenül szükséges vagy éppen elegendő a szervezeti célok eléréséhez. Megfelelő ösztönzők hiányában ez az ökonomizmus nem az optimális, hanem a minimálisan kielégítő döntések és megoldások kitermelődéséhez vezet. A kormányzás kommunikációs prioritásainak vonatkozásában hasonló folyamatot láthatunk lejátszódni. Ha elfogadjuk, hogy a kormányzás egyik célja a politikai hatalom megtartása, úgy a paradigma előfeltevései szerint ezen cél eléréséhez adott esetben, rövid távon, a hatékony kommunikáció is elég lehet. A politikai hatalom megtartásához nincs feltétlenül szükség például a komplex, akut nemzetstratégiai problémák hosszú távon történő kezelésére, hiszen az – Simon felvetése alapján – kétségtelenül nem racionális és nem is ökonómikus viselkedésre vallana. Ez utóbbi, az éppen elégségesnél lényegesen nagyobb erőfeszítést és bonyolultabb megvalósítást kívánó megoldási mód kizárólag olyan ösztönzők rendszerbe táplálása esetén lenne elképzelhető, mint amilyen például a társadalmi kötelezettségvállalás, politikai felelősség, szociális érzékenység, patriotizmus stb.

#### *Következmény V.: az identitások illékonysága*

A kormányzás sajátossága, hogy működésének meghatározó körülményei (pl. intézményi szerkezete, pártpolitikai erőterben elfoglalt helye, személyi összetétele, politikai programja) ciklusról ciklusra – sőt gyakran cikluson belül is – változhatnak. Koalíciós kormányzás esetén a kialakuló viszonyok és a struktúrák még képlékenyebbek, hiszen a kormányzás különböző erőforrásainak



összetételét a résztvevők illékony politikai kompromisszumok és kényszerű taktikai megfontolások által konfigurálhatják. Ebből következik, hogy

– a kormány és a kormányzás esetében általában nem feltétlenül beszélhetünk olyan letisztult önképről, világos szervezeti, történelmi identitásról, beágyazottságról, mint amilyen például a versenyben lévő pártokat külön-külön jellemezheti. Velük ellentétben a kormányoknak általában nincs társadalmi beágyazottságuk. Megalakulásukkal lezárnak egy időszakot, és tiszta lappal kezdenek egy újat, még akkor is, ha maga a kormány összetétele és prioritásai alapvetően nem változnak. Ebből adódóan a kormányok természetüktől fogva törekednek identitásbeli „kasztráltságuk” imázsépítésen és politikai kommunikáción keresztüli pótlására.

– A kormányok számára saját szlogenjeik, szimbólumaik vagy éppen megfogalmazott üzeneteik viszonyítási pontokként szolgálnak önmaguk beazonosításához és pozicionálásához.<sup>10</sup> A kormányzati kommunikáció azonban nemcsak az önmeghatározáshoz nyújt fogódzókat, de bizonyos értelemben, a kormányzati magatartás narratív kereteit kijelölve, a kormányzati alegységek működésének összehangolásához is hozzájárul.

– A cél ugyanakkor nem kizárólag önmaguk beazonosítása, a diszkurzív stratégiálgatás keresztműzében álló kormányzás lényege nem pusztán a „ki vagyok én” kérdésre adott válaszokban, hanem a „kitől vagy kiktől akarom magam megkülönböztetni”, valamint „ki az, aki már nem én vagyok” kérdésfelvetésekre adott feleletekben keresendő (Dryzek, 2006: 34). Cselekvésekkel viszont sokkal nehezebben tudom magam meghatározni, a saját brandemet felépíteni, mint ezt a célt szolgáló konkrét, célratörő kommunikációval. Ha úgy érzem, hogy a választók közül bizonyos okokból egyre kevesebben tudnak azonosulni velem, ökonomikus módon új identitást gyártok magamnak. Új üzeneteket, szerepeket, új programokat találok politikai célkitűzéseim kommunikálására.

#### *Következmény VI.: a stagecraft uralma*

A kormányzás kommunikációvá való átlényegülése miatt a sikeres politikus kiválasztásánál fontos politikusi képességek értékelődnek át. A jelölteknel nem a hagyományos politikusi készségek (pl. kapcsolati hálózatépítés, szakpolitikai ismeretek, szervezetigazgatás, döntéshozás), hanem kommunikációs jártasságuk és személyes kvalitásaik válnak fontossá.<sup>11</sup> A politikusi karizma a kommunikációs kompetencia által lesz meghatározott. Kiss (1999) szerint a kommunikációban kompetens szereplők akár egy csapásra, a szokásos szervezeti és hatalmi hierarchia bejárása nélkül, a tradicionális politikai szocializációs folyamatok elhagyásával, végeredményben pedig kiterjedt politikusi tapasztalatok és értékek nélkül válhatnak vezetőkké. A politikai vezetők kiválasztódásának folyamatait a kommunikációs kompetencia általános igénye olyan elemi erővel hatja át, hogy az már a politikai legitimitáció kérdésével is össze-

függésbe került. Cotteret (2002) álláspontja, hogy a látványpolitizálásra alkalmas szereplők megkerülhetetlenné váltak pártjuk számára, kevésbé médiaképes, más tekintetben viszont annál tehetségesebb társaik mozgásteret azonban minimálisra szűkül. A paradigma előfeltevéseiből és a kommunikációs szempontok előtérbe kerülésével az államügyek intézésének mesterségét (*statecraft*) a színpadi mesterkedés (*stagecraft*) váltja fel (Patricia Karl).<sup>12</sup> A darabban a főszerepet mindig a kormányfő alakítja, akinek új típusú direktorok – spin doktorok és stylistok – mondják meg, hogyan cselekedjen. A baj ezzel csak annyi – mondja Abélès (2007) –, hogy a politika színházában a nézők nem fűtyülhetik ki szabadon a színészeket, a színészek pedig nem tudják pontosan, mi is az ára a közönség hódolatának. Ezért a játék szüntelen, az előadások egymásba torkollnak, a rivalda fényei sosem alszanak ki (151-152).

#### *Következmény VII.: a politikai konzumerizálódása*

A kormányzás kommunikációs stratégiákra redukálása azt is eredményezheti, hogy a politikai aktusokat a tömegkommunikáció keresztüzében látó választó a kormányzásra csupán szórakoztató szappanoperaként tekint, a kormányzás célja pedig ezzel párhuzamosan a befogadhatóság, a médiafogyasztó választó igényeinek való megfelelés lesz. Kumin (2005: 111) úgy fogalmaz: „A gyakorló politikai vezetők már nem a történetileg konstruált politikai nagyságokkal állnak versenyben, hanem az elektronikus média szórakoztató szegmensében megjelenő hősökkel kell a figyelemért és megbecsülésért megküzdeniük.” Az azonosulás másik pólusán azonban az elidegenedés áll. A politika konzumerizációja és a folyamat ironikus szemlélete<sup>13</sup> el is távolíthatja a választópolgárokat a politikától. Általános jelenség, hogy a kormányzás tartalmi és stíluskritériumainak, magyarázóelveinek átformálódásával az állampolgárok közül egyre többen veszítik el a közélet történéseivel kapcsolatos érdeklődésüket és érintettségüket.

### A PARADIGMA MŰKÖDÉSÉNEK EMPIRIKUS TESZTELÉSE

Azzal az előfeltevéssel élünk, hogy az aktuálisan regnáló magyar kormány teljesítményét *elsősorban* a kommunikációs paradigma nézőpontjából ítéljük meg. Az empirikus tesztelést pedig az adócsökkentés általában vett kérdésén és a 2009. február 16-án, Gyurcsány Ferenc által bejelentett adójogszabályi javaslatokon keresztül mutatjuk be, noha úgy gondoljuk, hasonlóan szerencsés választás lehetne az Új Tulajdonosi Program, a pártfinanszírozás újragondolása, a közigazgatási reform, vagy a nagy ellátórendszerek reformjának kérdése is. A kommunikációs paradigma teszteléséhez azért választottuk mégis az adócsökkentés kérdését, mert

(1.) a Gyurcsány-kormány önmagát is az adócsökkentés kormányaként definiálta, ez volt az MSZP és az SZDSZ felvállalt kormányzati együttműködésének explicit módon megfogalmazott értelme is;

(2.) az európai tapasztalatok azt mutatják, hogy az adócsökkentés a gazdasági válság kezelésének egyik legitim és egyébként előszeretettel használt kormányzati eszköze;

(3.) ráadásul azzal a feltevéssel éltünk, hogy itt fogunk találkozni a legtöbb „egzakt”, tény- és adatszerű információval, amelyek elvileg nagyobb korlátot szabhatnának a relativizálás eljárásával gyakran operáló kommunikációs paradigma érvényesíthetőségének; konkrétan

(4.) viszonylag könnyű megítélni, hogy egy kormány csökkentette-e vagy sem az adókat.

Az adócsökkentés és adóreform kérdése az újjáalakult Gyurcsány-kormány programjának lényegi részeként jelent meg 2006-ban. A kormányfő a közteherviselés általános mérvű mérséklésének szükségességére időközönként mint gazdaságpolitikai elképzeléseinek sarokpontjára utalt, melyet aztán a körülményekre való hivatkozással újra meg újra elhalasztott.

Üzenet	Paraméterek	
„Ez az adócsökkentés kormánya”	2006. 05. 01 MSZP – kampányszlogen	+
„Az új, modern Köztársaság néhány éven belül polgáraitól kevesebb adót elvonva nyújt majd magas színvonalú közszolgáltatásokat, egészségügyi ellátást, oktatást, és teremt a felzárkózás, megkapaszkodás lehetőségét nyújtó szociális ellátórendszert, miközben kivonul azokról a területekről, ahol nincs keresnivalója.”	2006. 05. 30. Reformok az Új Magyarországért - kormányprogram	+
„Nincs szükség sokkterápiára, de a korábban bejelentett adócsökkentési programot el kell halasztani”	2006. 06. 10. Gyurcsány F. OÉT-ülés az Új Egyensúly Program 2006–2008 ismertetése	-
„...Van, aki azt állítja, hogy: Ugyan, kérem szépen, ehhez egyetlenegy dolgot kell csinálni. Csökkenteni kell az adókat, de radikálisan, és akkor majd növekszik a gazdaság... Tudják, programot alkotni nem azt jelenti, hogy az ember mond valamit. Programot alkotni azt jelenti, az ember olyasvalamit mond, ami működőképes... Azt javaslom, hogy maradjunk ennél az útnál. A felelős, megbízható politika útjánál. A vudu gazdaságpolitikát pedig hagyjuk meg másnak.”	2007. 05. 14. Gyurcsány F. Napirend előtti felszólalás Országgyűlés	-
„A reformoknak nem az a legfontosabb jellemzője, hogy gyorsak, hanem hogy jó megoldásokat hoznak, és azt a célt szolgálják, amit kitűztünk. És tegyük hozzá, soha nem ígértünk 2008-ra átfogó adóreformot.”	2007. 06. 08. Gyurcsány F. Világ gazdaság – miniszterelnöki interjú	-

„És hogy világos legyen: ennek a ciklusnak a végén Magyarországon a rendszerváltás óta eltelt időszak legalacsonyabb adóterhelését fogjuk elérni. 100 forintból összesen 37 lesz az adóterhelés. Csak hogy birizgáljam az ellenzék idegeit, azt tudom mondani: ki fog derülni, hogy igenis, ez a kormány az adócsökkentés kormánya lesz. Ki fog derülni, hogy a kiigazítást és a jövedelmek centralizációjának csökkentését egy időben fogja tudni megcsinálni a kormány úgy, hogy mindeközben fenn fogja tartani az egyensúlyt és egyre inkább a növekedésről tud majd beszélni és növekedést tud majd generálni.”	2007. 06. 11. Gyurcsány F. Évértékelő beszéd Országgyűlés	+
„A jövő évtől a GDP 0,8 százalékaival, azaz körülbelül 200 milliárd forinttal egészen biztosan csökkenteni lehet az adóterhet”	2008. 02. 08. Gyurcsány F. SZDSZ – Kihelyezett frakcióülés	+
„Javítani kell a munkavállalók, a vállalkozások, a versenyképes tudás megszerzésének feltételein. E törekvéseket foglalja magába a Munka és vállalkozás adócsökkentési program, amelynek szakértői javaslatait a kormány társadalmi párbeszédre ajánlja.”	2008. 03. 03. Gyurcsány F. Kormányzóvivői Iroda; Gyurcsány F. levele a frakcióvezetőkhoz	+
„Magyarország versenyképességét korlátozza a munkát terhelő adók és járulékok nagysága és szerkezete... Az átlagos adóterhelés és az adóék csökkentése és az adózók számának bővítése elemi feladat”	2008. 03. 13. Gyurcsány F. Miniszterelnok.hu	+
„Aki ma Magyarországon radikális adócsökkentést ígér, az felelőtlen, és ha mégis tudja, miről beszél, akkor hazudik”	2008. 09. 26. Gyurcsány F. MGYOSZ-találkozó	-
„A kormány fontosnak tartja az adócsökkentés kérdését, az azonban nem lehet vitás, hogy a jelenlegi helyzetben ezt el kell halasztani.”	2008.10.16. Budai Bernadett Kormányzóvivői sajtó- tájékoztató	-
„Érdemi, jelentős adócsökkentésre 2009-2010-ben nincs lehetőség”	2008. 12. 05. Gyurcsány F. Gazdasági Fórum/ Vállalkozók Napja	-
„Érdemi adó- és járulékcsonkításra van szükség”	2009. 01. 26. Gyurcsány F. Miniszterelnok.hu	+
„Jelentősen és határozottan kell csökkenteni a személyi jövedelemadót és a tb-járulékot, ezzel egyidejűleg el kell törölni a vállalkozások, magánszemélyek különadóját... Azaz csökkentsük, illetve töröljük el azt a négy nagy adóelemet, amely alapvetően felelős, vagy felelős lehet azért, hogy Magyarországon kisebb a munka becsülete, a munkavégzésre történő ösztönzés, és talán az arányainál nagyobb a szándék, hogy behúzódjunk a szociális jóléti rendszer védőernyője mögé.”	2009. 01. 29. Gyurcsány F. Rendkívüli parlamenti ülés	+

Természetesen nem gondoljuk, hogy a kormányzás olyan lenne, mint egy gépjáték: a tetején bedobjuk a kormányprogramot, amely adócsökkentésen alapul, a belsejébe betápláljuk a szabályt, amely megnézi, hogy volt-e vagy

sem adócsökkentés; a művelet elvégzését követően pedig a gép kidobja az eredményt. Tudjuk, a kormányzás elsősorban politikai tevékenység: vannak körülmények, egzisztenciák, indokolt lehet a félelem a sötétbe ugrástól, és azt is tudjuk, hogy az erő „tesz” az okoskodásra (Zrínyi). Tudjuk, hogy a politikai gondolkodás a cél felől veszi szemügyre a helyzetet; tudjuk, hogy a célok változhatnak; azt is tudjuk, hogy vannak ellenfelek is, akik meg akarnak akadályozni minket abban, hogy jól kormányozzunk; és a politikusok már egy ideje azt is tudják, hogy csak az ökor következetes. Persze, fontos a beszéd, nyilatkozatokkal, „reformértékű” javaslatokkal meg lehet nyugtatni a közvéleményt, uralni lehet a napirendet stb.. *De* a politikai gondolkodás végterméke mégiscsak a döntés; mégiscsak van láb, amiről dönteni kell; mégiscsak szükséges intézkedéseket hozni megmentése érdekében; a láb sorsáért mégiscsak felelősséget kell vállalni valakinek, akit el lehet számoltatni, akit meg lehet ítélni abban a kérdésben, hogy megtett-e vajon mindent, amit tehetett a láb érdekében. Nem gondoljuk tehát, hogy mindez csak kommunikáció és relativizálás kérdése lenne. S azt sem, hogy az adócsökkentés elmaradása mögött a körülmények oly gyakori megváltozása állna, mint azt a táblázatban összegzett álláspont-változtatások sejtetni engednék. Valami egészen másról van szó: a kommunikációs paradigma uralmáról.

Ebben a paradigmában az adócsökkentés kérdése

#### *I. elsősorban diszkurzív konstrukció*

Az „adócsökkentésnek” a kommunikációs paradigmában nem az az értelme, hogy csökkennek-e vagy sem az adók, hanem hogy mit szolgál az adócsökkentés szándékának meglebegtetése, illetve visszavonása. Ez pedig szituációfüggő: szolgálhatja koalíciós kormányzás esetében az adócsökkentés jelszavát zászlajára tűző partner megnyugtatót; a koalíció szakadása után a parlamenti többség biztosítását; elvetése megnyugtathatja a külföldi gazdasági-szakértői köröket stb. Az adócsökkentés e paradigma előfeltevései szerint nem politikai döntés, hanem diszkurzív beszédcselekvés kérdése. Eközben azonban az ÁSZ szinte minden évben kritizálja a kormányzatot, mert az nem ad át számára (időben) olyan pénzügyi információkat, melyek a kormányzás pontos értékeléséhez szükségesek.<sup>14</sup> Az adótörvényeket beterjesztő Pénzügyminisztérium pedig feladja eddigi éves és negyedéves prognóziskészítési gyakorlatát, mivel egy hónapnál tovább saját bevallása szerint sem képes előre látni a büdzsé bevétel-kiadásainak alakulását.

#### *II. identitást teremtő tényező*

Nem az adócsökkentés ténye, hanem annak deklarációja teremt identitást. Az adócsökkentés programja és annak politikai nyelve (amely természetesen a jó – „felelős, megbízható” – és a rossz – „vudu gazdaságpolitika” – közti határt is egyértelműen megteremti) ily módon egy éppen aktuális identitást termel ki, amely a korábbi, meghaladott programok, szlogenek, szövegek ad hoc és

illékony identitását írja felül és újra (Zászlóshajó, Megegyezés, Baloldali Polgárosodás stb).

### *III. relativizálható*

Az adócsökkentés problémája relativizálható, mivel a kormány elsősorban a kommunikációra mint a kormányzás uralkodó „beszédmódjára” és nem magára a kormányzásra koncentrálnak. A relativizáló beszédmód mindent viszonylagossá tesz: a felelősség kérdését (van-e felelőssége a kormánynak a válság előidézésében), a lehetséges tennivalók körét (most akkor lehet-e adót csökkenteni vagy sem). A relativizáció ugyanakkor nem azt jelenti, hogy míg adójavaslatait a kormány a jelen helyzetből való kilábalást segítő átfogó intézkedéssorozatnak, ellenzéke viszont ötletszerű, előkészítetlen megszorító csomagnak látja – a mi és ők szembeállítása, a mi tudjuk a helyes megoldást és a másik rosszat akar, vagyis a másik szándékának démonizálása a politika velejárója –, hanem az adócsökkentés helyes értelmének a szituációhoz kötött megadása, illetve az egyszer ilyen, máskor olyan következmények kibontása az igazi relativizáció. A kormányfó a 2009. februári adójavaslatával kapcsolatban több ízben „érdemi, határozott” adócsökkentésről beszélt, ám számos alkalommal azt is leszögezte, hogy a javaslatok csak „átrendeződésként, átcsoportosítást” jelentenek az adórendszeren belül, a közterhek így összességben nem nőnek és nem is csökkennek.<sup>15</sup> A táblázatba foglalt idézetekből kitűnik, habár a kormányfó kiáll az „érdemi”, „határozott”, „jelentős” adócsökkentés mellett, a „radikális” adócsökkentés lehetőségét azért elveti. A kommunikációs paradigma nem zárja ki, hogy ami adott pillanatban „jelentős”, az a következő pillanatban már „radikális” legyen.

### *IV. szubjektivizált*

Ugyanis a választók rendelkezésére nem állnak biztos alapokon álló tények, adatok, egzakt számok, egészen konkrét információk, csak egymással szemben álló diskurzusok, így annak megfelelően foglalnak majd állást az adócsökkentés mértékét, hatását, irányát illetően, hogy milyen interpretációk válnak számukra elérhetővé és szimpatikussá. Ebben a térben az a fél győz, aki több szavazót tud meggyőzni saját igazságáról, nem pedig az, aki jobb megoldásokat dolgoz ki az adócsökkentésre. A kommunikációs paradigmában elsősorban így értendő az adórendszer társadalomra nézve „tragikus átalakítása”.

### *V. ökonomikus*

Adót könnyű csökkenteni – ha mindezt szavakban teszem. A kommunikációs paradigma aspektusából az adócsökkentés gyakorlati megvalósulásának ténye a képviselt politika sikeressége és a hatalom megtartása szempontjából relevanciáját veszíti. A lényeg kizárólag az, hogy az én szubjektív igazságomról több szavazót győzzek meg, mint amennyit az ellenfelemnek sikerül. Ehhez

viszont célirányos, professzionális kommunikációra van szükségem, nem pedig törvények benyújtására. Érdekes és elgondolkodtató, hogy a kommunikációs paradigma felől nézve a kormányzás legsúlyosabb fogyatékosága nem az, hogy rosszul kormányzunk, például rossz törvényeket hozunk, hanem hogy „rosszul kommunikálunk”.

#### VI. egyben a stagecraft uralma

Láttuk, a kormány válságkezelő programja televíziós happeninggé vált. Az adócsökkentést maga a miniszterelnök interpretálta, aki országos televíziókban kért magának műsoridőt. A dramaturgia – az együttérés kiváltása, a közös cselekvésre hívás, az alkalmasság bizonygatása – felülkerekedett a kormányzás aktuális teendőin: a kormány médiarendezvényekkel (Nemzeti és Gazdasági Csúcs, rendkívüli parlamenti ülés, média- és konferenciakampány), nem pedig törvényekkel kormányoz. Míg a realista-komprehenzív felfogás szerint az államférfi és a törvények mibenléte, addig a kommunikációs paradigma felől nézve a stagecraft és a dramaturgia vagy kommunikációs happening a kormányzás, s így a politika lényegi eleme.

#### VII. virtuális

Az adócsökkentés virtuális, abban az értelemben, hogy ellentétben áll a tényekkel: 2006 és 2009 között csak a szavak szintjén történt adócsökkentés, a valóságban azonban minden évben nőttek az adóterhek; az OECD jelentése szerint 2006 és 2007 között a fejlett országok közül nálunk a legnagyobb mértékben (37,1 százalékról 39,3 százalékra). A nemzetközi szervezet szerint 2007-ben (2008-ra vonatkozóan még nincsenek adatok) Magyarország az úgynevezett adóék (munkavállalói és munkaadói adók és járulékok százalékos aránya a teljes bérköltségre vetítve) vonatkozásában Belgium mögött a második legrosszabb helyen állt az OECD tagállamok sorában.

#### ÖSSZEGZÉS: INDOKOLT-E A KORMÁNYZÁS EGYDIMENZIÓS FELFOGÁSA?

A kormányzás nem olyan, mint a kommunikáció, hanem sokkal inkább olyan, mint az architektúra. Az építészet kifejezés a latin *architectura* szóból ered, ami végső soron a görög *arkitekton* szóösszetételre vezethető vissza – *arki* (vezető) és *tektion* (építész, ács) –, értelmét tekintve pedig a *logosz* kifejezéssel mutat strukturális hasonlóságot.<sup>16</sup> Az értelem, a beszéd és a számolás ugyanis a görögöknél ugyanazt jelentette. Akár a kőtömbök, akár a szavak pontos és kiszámított kidolgozásáról és összeillesztéséről is legyen szó, mindez a *logosz* értelemkörébe tartozott. Ez azt is jelenti, hogy az építészethez éppúgy szükség van matematikára, mérnöki tudásra, mint ahogy a történelemmel, a politikával, a társadalommal kapcsolatos ismeretekben való elmélyülésre. Miként a

kormányzás is összetett tevékenység, ki vitatná, hogy persze beszéd meg hatalomtechnika is, de nem csak az. A kormányzás eredményei döntésekben, törvényekben és megváltoztatott állapotokban öltenek testet: márpedig az így értett „dolgokat” lehet jobbá és rosszabbá is tenni, ronthatunk és javíthatunk is a „helyzeten”, tehetjük jól és rosszul is dolgunkat. Mint ahogy azt is tudjuk, kontár az az építész, aki csak a száját jártatja, s ha megtehetjük, új mester hívunk, aki majd nemcsak beszél, de épít is. A „kormányzás nem más, mint kommunikáció” paradigmája a kormányzás téves „imágója”, következményeit pedig tragikusnak gondoljuk. Mindezzel persze nem azt állítjuk, hogy a realista-komprehenzív felfogásnak meg igaza van, azt viszont igen, hogy körültekintésével a kormányzás összetett jellegére figyelmeztet minket, valamint arra, hogy kormányozni nem könnyű, és a politikai bölcsesség (a hatalom megszerzését vagy megtartását szolgáló ügyességgel vagy politikai okossággal szemben), az államférfi (a stagecrafttal szemben), a törvények és a döntés (a kommunikációs happeninggel és dramaturgiával szemben) nem a politika idejétmúlt szótárát, hanem a jó kormányzás nélkülözhetetlen attribútumait alkotja.

## JEGYZETEK

- 1 A tanulmány az OTKA-F 68112 pályázat támogatásával készült
- 2 Lásd G. Fodor (2008); G. Fodor–Stumpf (2008); G. Fodor (2009)
- 3 A tömegkommunikációs rendszerek sajátos valóságértelmezéséről, a média logikájáról lásd az ebben a témában született első, klasszikus művet: Altheide és Snow (1979).
- 4 A kommunikáció mint gazdasági-hatalmi tényező a tőzsde működésére is befolyást gyakorolhat. Az emberek nemegyszer nem a vállalat valós teljesítménye alapján, hanem felröppent sajtóhírek vagy pletykák miatt adják-veszik egy cég részvényeit. Így a kommunikáció megerősíthet, ugyanakkor csődbe is vihet egy céget, függetlenül attól, hogy az hogyan teljesít.
- 5 Vesd össze: Boorstin (1992).
- 6 Ezt mutatja ki egy, az ELTE politikatudományi képzésében megvédett szakdolgozat is a 2008-as spanyol választási kampány kapcsán.
- 7 Meg kell ugyanakkor jegyezni, hogy a politika és politikai-képviselési mechanizmusok virtuális térbe költözése már a hagyományos pártfunkciók elvesztésében is tetten érhető. A párt mint szimpatizánsok klasszikus értelemben vett aktivizáló, gyűjtő és szerveződési pontja a posztmodern korban megszűnt létezni. A képviselők és képviseltek közötti relációk virtuális térbe helyeződésének egyik fontos jelensége a demokratikus deficit problémaköre. Lásd pl. Bellamy (2006) és Bekkers és mások (2007).
- 8 Vesd össze: Edelman (2004).
- 9 Egy politikus anekdotája szerint, amikor azt javasolta pártjának, hogy mivel van parlamenti képviselők, nyújtsanak be a kérdés megoldására törvényjavaslatot, ezt a párt többsége elutasította, és a törvényjavaslat benyújtásával szemben egy kommunikációs happening megszervezése mellett döntött.



- 10 A társadalmi beágyazódás hiányának kommunikáción keresztül kiválthatóságáról beszél Mazzoleni (2002: 52) is. Szerinte a pártok között akadnak olyanok, melyeknek megalakulásuk után azonnal ringbe kell szállniuk a választók kegyeiért. Erős szociokulturális és történelmi identitás hiányában ezek a pártok a média professzionális használatán keresztül teremtenek referenciapontokat saját maguk és a nyilvánosság számára. Az ilyen típusú pártokat Mazzoleni mediális pártoknak nevezi.
- 11 Campbell (1980) a politikus kommunikációja során különbséget tesz politikusi képességek és személyes kvalitások között. A személyes kvalitások kategóriájába olyan faktorok sorolhatók, mint pl. személyes kisugárzás, társadalmi státus, kinézet, jó kiállás.
- 12 Idézi: Kunczik (2001:19).
- 13 Tanulságos lenne ebből a szempontból elemezni például az index.hu internetes portál országgyűlési tudósításait.
- 14 Az ÁSZ minden költségvetési jelentésében kritizálja a minisztériumoknak az egyes adatok nem közlésére vagy át nem adására vonatkozó gyakorlatát.
- 15 Ezek az anomáliák az interpretátorok interpretációit végző médiát is megzavarják, még nehezebbé, zavaróbbá téve a közélet fontos kérdéseinek állampolgári befogadását. A Népszava online például ezzel a címmel jelenteti meg írását 2009. 02. 20-án: „Ez nem elég! A munkaadók drasztikusabb adócsökkentést szeretnének”. A címválasztás világosan mutatja, hogy a Népszava online újságírója azt az interpretációt tartotta adekvátnak, mely szerint a kormány adót csökkent, nem pedig azt, miszerint adóátrendezést hajtott végre.
- 16 Az elkövetkezőkhöz lásd: az „Idea of Renaissance”, a „The City”, a „Symmetry” és a „Space” c. szócikket. Dictionary of the History of Ideas (2003). The Electronic Text Center at the University of Virginia Library. <http://etext.virginia.edu/cgi-local/DHI>

## FELHASZNÁLT IRODALOM

- Abélès, Marc (2007): *Az Állam antropológiája*. Budapest, Századvég.
- Altheide, L. David és Snow, P. Robert (1979): *Media Logic*. Beverly Hills, Sage Publishing.
- Bekkers, Victor et als. (2007): Governance and the Democratic Deficit: Assessing the Democratic Legitimacy of Governance Practices. Hampshire, Ashgate Publishing.
- Bellamy, Richard (2006): Still in Deficit: Rights, Regulation, and Democracy in the EU. *European Law Journal*, 12. évf. 6. szám. November. 725–742. oldal.
- Blumer, G. Jay és Kavanagh, Dennis (1999): The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, 16. szám. 209–230. oldal.
- Blumer, G. Jay és Gurevitch, Michael (2000): Rethinking the Study of Political Communication. In: James Curran és Michael Gurevitch (szerk.) *Mass Media and Society*. New York, Arnold Publishing. 155–172. oldal.
- Boorstin, J. Daniel (1992): *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York, Vintage.
- Campbell, Angus et als. (1980): *The American Voter*. New York, John Wiley.
- Cotteret, Jean-Marie (2002): *Gouverner c'est paraître*. Paris, Presses universitaires de France.

- DeFleur, L. Melvin és Ball-Rokeach, Sandra (1989): *Theories of Mass Communication*. New York: Longman.
- Dryzek, S. John (2006): *Deliberative Global Politics*. Cambridge, Polity Press.
- Edelmann, Murray (2004): *A politika szimbolikus valósága*. Budapest, L'Hartmann.
- G. Fodor Gábor (2008): *Kormányzás/Tudás*. Budapest, Századvég.
- G. Fodor Gábor–Stumpf István (2008): Neoweberi állam és jó kormányzás. *Nemzeti Érték / Ősz* (7.) 5–27.
- G. Fodor Gábor (2009): The Two 'Faces' of Political Creativity. In Femia, Joe–Körösényi András–Slomp Gabriella (eds.): *Political Leadership in Liberal and Democratic Theory*. Imprint Academic. (közlésre elfogadva)
- Jankovics Zsanett (2008): A személyek jelentősége a politikában. *Médiakutató*. IX. évf., Tavasz. 33–45. oldal.
- Kiss Balázs (1999): Álláspontok a marketing politikára való alkalmazhatóságáról. *Politikatudományi Szemle*, 3. szám 77–90. oldal.
- Kooiman, Jan (2003): *Governing as Governance*. London, Sage Publishing.
- Kumin Ferenc (2005): Gondolatok média és politikai kommunikáció kölcsönhatásáról. *Politikatudományi Szemle*, 1. szám. 105–124. oldal.
- Kunczik, Michael (2001): A demokratikus újságírás. *Médiakutató*, Nyár. 7–21. oldal.
- Mazzoleni, Gianpietro és Schulz Winfried (1999): Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy. *Political Communication*, 16. szám, 247–261. oldal.
- Mazzoleni, Gianpietro (2002): *Politikai kommunikáció*. Budapest, Osiris.
- McChesney, W. Robert (2007): Rich Media, Poor Democracy. In: Ralph Negrine és James Stanyer (szerk.) *The Political Communication Reader*. New York, Routledge. 14–17. oldal.
- Norris, Pippa (2000): *A Virtuous Circle: Political Communication in Post-Industrial Societies*. New York, Cambridge University Press.
- Sawyer, Carolyne (2001): The Media and the Government. In: Bajomi-Lázár Péter és Hegedűs István (szerk.) *Media and Politics*. Budapest, Új Mandátum Kiadó. 39–68. old.
- Simon, A. Herbert (1997) [1945]: *Administrative Behavior. A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization*. New York, Free Press.