

Az elhárítástól az álomszövegig

A Fidesz–MPP kommunikációs technikái politikai botrányok kezelésére

A botrány szó használata szinte mindennappossá vált a médiában. 2001. szeptember és december között például a magyar média napirendjére került politikai ügyek harmada botrány jellegű téma volt. Gyakorlatilag nincs olyan hét, hogy a média ne dobna fel valamilyen új „ügyet”. Sok elemző szerint a magyar választók már telítődtek a botrányokkal, immunisak a negatív szenzációkra. Ez a tanulmány a Fidesz–MPP botránykezelési kommunikációs technikáit elemzi, amelyek segítették a pártot abban, hogy a kormányzó pártként a győzelem esélyével induljon a választásokon.

Maga a botrány szó a XVI. században terjedt el az európai nyelvekben (latinban *scandalum*, spanyolban *escándalo*, portugálban *escandalo*, olaszban *scandalo*). Első jelentései még vallási vonatkozásúak voltak, és erkölcstelen, a valláshoz méltatlan viselkedésre utaltak. Ezzel párhuzamosan azonban kifejlődött egy szekularizált jelentése is a szónak. Már a XVI–XVII. században használták trágár, rágalmazó kijelentések, vagy sértő viselkedés, szégyenteljes cselekedet kapcsán. Később, a szabad sajtó megjelenésével egyre inkább elterjedt, politikai kontextusban pedig a XIX. században kezdték használni. Ebből a második, szekularizált jelentésből fejlődött ki a szó mai értelme: olyan jelenség vagy cselekedet, amely valamilyen morális rendszert megsért. Természetesen nincs botrány nyilvánosság nélkül, és nincs botrány reakció nélkül. John B. Thompson¹ definíciója szerint a botrány „*olyan, transzgresszióval járó cselekedet vagy esemény, amely mások által ismertté válik és eléggé komoly ahhoz, hogy a közvélemény reagálását kiváltsa*”. Thompson szerint botrányról olyan esetekben beszélünk, amikor

1. valamilyen értéket, normát hágnak át, vagy erkölcsi rendszert sértenek meg;
2. az esetet titok övezi, vagy homály fedi, de a botrány létezése a kívülállók számára tényként elfogadott;
3. kívülállók egy csoportja számára sértő;
4. kívülállók egy csoportja a nyilvánosság előtt elítéli;
5. a botrány nyilvánosságra kerülése vagy elítélése rontja a botrány okozójának reputációját.

A modern politikában a botrányok kezelésének külön technikái alakultak ki. A XX. század vége politikai kommunikációs tanácsadóinak, a *spin doctornak* egyik legfőbb feladata a különböző válsághelyzetek kommunikációs feloldása. A legfejlettebb politikai rendszerekben már külön cégek specializálódtak krízismenedzsmentre, a témának terjedelmes szakirodalmja van. A politikai botrányok tehát a mindennapok részévé váltak.

¹ John. B. Thompson: *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*. Polity, 2000.

A HATÉKONY VÁLSÁGKEZELÉS

Egy kormányon lévő párt számára – különösen olyan kiélezett versenyben, mint ami a Fidesz és az MSZP között van – négy alapvető szempont miatt fontos a politikai botrányok megfelelő kezelése.

1. Egy politikai botrány elbizonytalanítja a párttagságot és demoralizálja az állam- és pártapparátust. Mivel a párttagság és az apparátus a legelkötelezettebb párthívekből áll, a botrányt a legtöbb esetben kétkedéssel, hitetlenkedéssel fogadják. A botrány eskalálódása, a rossz kommunikáció azonban körükben is előbb-utóbb kifejti romboló hatását. Márpedig egy válsághelyzetet nem lehet sikeresen kezelni, ha még azok sem hisznek benne, akiknek az elsődleges feladata lenne a probléma megoldása.
2. A párttagsághoz hasonlóan a párt biztos szavazóinak első reakciója szintén a kétely. Ugyanakkor, ha az általuk támogatott párttól nem érkezik számukra megnyugtató és megerősítő információ, megindulhat körükben a lemorzsolódás, és előbb-utóbb a bizonytalan szavazókhoz sodródhatnak, rosszabbik esetben inaktívvá (nemszavazóvá) vagy hosszabb távon az ellenfél szavazójává válhatnak.
3. A politikai botrányok a bizonytalan szavazókat (*swing voters*) is megérintik. Ők azok, akik pártpreferenciáikat főként a médiából érkező hírek

Természetesen nincs botrány nyilvánosság nélkül, és nincs botrány reakció nélkül.

alapján alakítják ki, felszínes információkból, *headline*-okból. A botrány nem pusztán egyszeri romboló hatást fejt ki körükben: minden korábbi és későbbi politikai üzenetet hiteltelenné tehet. Egy jól tálalt botrány a bizonytalan szavazókat egyenesen az ellenfél táborába terelheti, amely népszerűségvesztést, kampányban pedig a választások elvesztését jelentheti a rosszul kommunikáló párt számára.

4. Az ellenfél biztos szavazói egy botrány kitörésekor saját politikai preferenciájuk igazolását látják. Az eredményes válságkezelés célja esetükben nem a

meggyőzés. Egy sikeresen elhárított botrány az ellenfél biztos szavazóit frusztrálja: „Ezt is megúszták, most sem sikerült megfogni őket.”

Mindezek tehát szükségessé teszik, hogy minden politikai párt rendelkezzen válságkezelő stratégiával.

A BOTRÁNYOK ÁLTALÁNOS SAJÁTOSSÁGAI

Mielőtt rátérnénk a Fidesz–MPP által alkalmazott technikákra, a honi politikai botrányok felvetésének, kezelésének és a közvéleményre gyakorolt hatásainak megértéséhez ki kell emelnünk néhány általános szempontot.

Mindenekelőtt lényeges változás az előző kormányzati ciklushoz képest, hogy míg 1998 előtt egy-egy ügy több napig, néha hetekig a média napi-rendjén szerepelt, addig 1998 után a botrányok hamar kikerültek a vezető hírek közül, hogy aztán egy újabb botrány kerüljön a helyükre. Ennek következtében a választópolgárok „ingerküszöbe” ma jóval magasabban van, mint az előző kormányzati ciklusban.

Ez azonban nem sajátosan magyar jelenség – bár kétségtelen, hogy nálunk az ingerküszöb emelkedése jóval gyorsabban ment végbe, mint más demokráciákban. Az elmúlt évtizedben az Egyesült Államokban és Nyugat-Európában is lezajlott hasonló folyamat. Larry J. Sabato azt írja: *„Az emberek manapság sokkal inkább hajlamosak megbocsátani és felejtetni, mint 50 évvel ezelőtt. Ha John F. Kennedy szerelmi ügyei nyilvánosságra kerültek volna elnöksége idején, el-*

*női pályafutása azonnal véget ért volna.”*¹ De hasonló jelenségre panaszkodott az *Economist* több vezércikkben is a francia köztársasági elnök botrányaival² vagy Berlusconi olasz miniszterelnök eltussolt korrupciós ügyeivel kapcsolatban³. Megfigyelhető tehát, hogy a demokráciákban a közvélemény egyre inkább telítődik a politikai botrányokkal. Az ilyen hírek egyre kevésbé keltik fel az emberek figyelmét. Ami viszont sokkal veszélyesebb: reakciót sem váltanak ki a közönségből. Vagyis megszűnik a politikai botrányok egyik legalapvetőbb tulajdonsága: nem készletre választásra és elutasításra azokat, akiknek a

1 Mark Stencel, S. Robert Lichter, Larry J. Sabato: *Peepshow: Media and Politics in an Age of Scandal*. Rowman & Littlefield, 2000.

2 *Liberty, equality, impunity?* *The Economist*, July 21, 2001. p. 9.

3 *So, Mr Berlusconi...* *The Economist*, May 19, 2001. p. 13.

skandalum a morális értékrendszerét megsérti; konkrétan, a demokratikus „érzület” és a demokratikus ösztön nem lép működésbe. A botránydömping politikai apátiát szül. Összességében tehát a demokratikus nyilvánosság, végső soron tehát maga a demokrácia sérül.

Szintén nem csak Magyarországra jellemzően a politikai erők mindegyike törekszik arra, hogy politikai ellenfeleit korrupciógyanús ügyekkel hozza összefüggésbe. A politikai szereplők úgy vélik: az átlagpolgár igen nehezen tud különbséget tenni a vádaskodások és a ténylegesen törvényellenes cselekedetek között. A korrupciógyanús ügyek politikai felhasználhatósága nem az ügy megalapozottságától, még kevésbé annak jogi megítélésétől függ. Sokkal inkább befolyásolja azt az ügy hihetősége és kommunikálhatósága. Ha jól előkészített, könnyen, egyszerűen kommunikálható módon támadnak valakit, az Magyarországon – és szerte a világban – politikailag akkor is hatásos, ha a vádakat a bíróság később megalapozatlannak találja.

Harmadrészt pedig a „megszemélyesített” botrányok sokkal hatékonyabban működnek, mint az általánosított vádak. Az átlagpolgár például a személyhez kötött „korrupciót” sokkal kedvezőtlenebbül ítéli meg, mint az „általában vett” korrupciót. Míg ugyanis a polgár nem tud mit kezdeni egy olyan állítással, hogy például az autópálya-építések kapcsán sok milliárd forint „Fidesz-közei” vállalkozókhöz került, az, hogy egy konkrét személy 30 millió forinthez jutott, felfogható mérete és beazonosíthatósága miatt sokkal inkább felzaklatja a választót.

Van azonban egy magyar sajátosság, amely más demokráciákra csak ritkán, szélsőséges esetekben jellemző. A Fidesz–MPP már hatalomra kerülése első hónapjaiban tudatosan arra törekedett, hogy megossza a magyar társadalmat. „Ők vagy mi” – foglalta össze a párt társadalomképét Kövér László. Ezt az elvet a Fidesz politikusainak kommunikációjában is kihasználták. Mivel a közvélemény jelentős része nem szakértője a különféle szakpolitikai témáknak, véleményeiket általában pártszimpátiák

alapján fogalmazzák meg. A Fidesz tudatosan arra törekedett, hogy az ilyen jellegű vitákban a kormány és az ellenzék álláspontja álljon szemben egymással. Mivel azonban a választók nem szakértők, nem ismerik a vita tárgyát és hátterét, politikai szimpátia alapján adnak igazat a kormánynak vagy az ellenzéknek. A közvélemény tehát nincs birtokában az objektív igazságnak, így azonosulni kizárólag csak választott pártjának álláspontjával tud. Ez a techni-

1998 után a botrányok hamar kikerültek a vezető hírek közül, hogy aztán egy újabb botrány kerüljön a helyükre. Ennek következtében a választópolgárok „ingerküszöbe” ma jóval magasabban van, mint az előző kormányzati ciklusban.

A demokráciákban a közvélemény egyre inkább telítődik a politikai botrányokkal. Az ilyen hírek egyre kevésbé keltik fel az emberek figyelmét. Ami viszont sokkal veszélyesebb: reakciót sem váltanak ki a közönségből. Vagyis megszűnik a politikai botrányok egyik legalapvetőbb tulajdonsága: nem készíti válaszra és elutasításra azokat, akiknek a skandalum a morális értékrendszerét megsérti.

ka arra jó, hogy rögzítse és megerősítse a választók pártokhoz való kötődését, és elmélyítse a közönség megosztottságát.

PROFESSZIONALITÁS A BOTRÁNYKEZELÉSÉBEN

A Fidesz stratégiai pontosan ismerik a válságkezelés módszertanát:

1. A botránykezelés elsődleges alapszabálya, hogy legyen előre kidolgozott stratégia. Fel kell készülni minden eshetőségre, válaszmodulokat kell kidolgozni, kommunikációs háttér csapatot kell folyamatosan készenléltben tartani ahhoz, hogy egy párt a siker reményével nézzen szembe a várható botrányval.
2. A másik alapszabály, hogy a botrány kitörésekor igyekezzünk irányító helyzetbe kerülni. Ez két dolgot jelent: gyorsaságot és tudatosságot. *„Mindig komoly veszélyt jelent, ha túl lassan vagy erőtlenül válaszolunk egy krízishelyzetre. Reggelre a helyzet*

már helyrehozhatatlanná válhat” – írja Theodore Caplow¹.

3. A harmadik alapszabály a következetesség és az összhang. Csak akkor lehet eredményes a válságkezelés, ha a párt minden politikusa, minden médiában ugyanazt és ugyanúgy kommunikálja. A „szétbeszélések” azt a benyomást keltik a választókban, hogy a párt zavarban van, az adott negatív ügynek valóság tartalma van.

1998-as kormányra kerülésekor a Fidesz–MPP politikusai már pontosan tudták: újfajta politikai stílusuk komoly botrányokat fog gerjeszteni, és ezeket a botrányokat kezelni kell. A következő négy évnek ezért pontosan kidolgozott forgatókönyvekkel indultak neki.

A Fidesz–MPP a botrányok, kudarcok és kellemetlen ügyek kezelésére alapvetően négy stratégiát alkalmaz:

A kontrázás

A kontrázás technikájának lényege, hogy egy, a párt számára kellemetlen, botrány jellegű ügyről egy másik ügy felhozatalával, vagy az adott ügy megfordításával reagál a Fidesz–MPP. Ez a módszer egyrészt arra alkalmas, hogy a médiából kiszorítsa a párt számára kellemetlen ügyet, vagy legalábbis a hírek között a Fidesz által generált téma is legalább olyan súllyal szerepeljen, mint a számára negatív botrány. Másrésztől gyorsan megerősíti a párt szavazóit, elte-

A korrupciógyanús ügyek politikai felhasználhatósága nem az ügy megalapozottságától, még kevésbé annak jogi megítélésétől függ. Sokkal inkább befolyásolja azt az ügy hihetősége és kommunikálhatósága.

reli figyelmüket, fogódzót ad számukra. Ugyanakkor a bizonytalan szavazók figyelmét megosztja. A Fidesz ezt a módszert alkalmazta a Kaya Ibrahim–Joszip Tot ügyek kirobbanásakor. 1998 augusztusában a Népszabadságban tényfeltáró cikksorozat jelent meg Simicska Lajos, a Fidesz volt gazdasági tanácsadójának, akkoriban az APEH elnökének a korábbi cégeiről. Ezeket a cégeket a későbbi tulajdonos, Schlecht Csaba jelentős köztartozással értékesítette fiktív személyeknek. A botrány kirobbanását

követően pár hét múlva a miniszterelnök behozta a médiába az úgynevezett „megfigyelési ügyet”. Állítása szerint a Horn-kormány idején titkos és törvénytelen megfigyelések folytak a Fidesz vezetői és családtagjaik ellen. Így a következő hónapokban két botrány futott párhuzamosan a sajtóban.

Az ügy megfordításánál a Fidesz azt kommunikálja, hogy „ez valójában nem is az én botrányom, hanem az ellenfelemé”. Ezt a technikát láthattuk a Dunaferri-botrány kitörése után, 2001-ben. Mikor napvilágot látott a hír, amely szerint a Dunaferri vezetését leváltják, az új vezetés pedig szerződést köt a miniszterelnök édesapjának bányavállalatával, a Fidesz sebtében összehívott egy vizsgálóbizottságot, amely a Horn-kormány és a szocialisták, illetve a cég korábbi kapcsolatát vizsgálta. A bizottság kormánypárti tagjai folyamatosan azt kommunikálták, hogy a vezetőváltásra azért volt szükség, mert a Dunaferri és a szocialisták között törvénytelen pénzügyi összefonódások voltak.

Az elhárítás

Az elhárítás technikája rendkívül egyszerű. A pártot ért támadást a Fidesz valamelyik politikusa azzal hárítja el, hogy az politikai ügy, politikai támadás. Ennél a módszernél a Fidesz azt a tényt használja ki, hogy az átlagemberek alapvetően negatívan viszonyulnak a politikához. Nem szeretik a politikai vitákat, a veszekedést, a botrányokat. A Fidesz tudatosan építet-

te fel azt az imázst, mely szerint a Fidesz kormányoz, teszi a dolgát, az ország dolgaival foglalkozik, miközben az ellenzék kötözködik, veszekszik, vagyis: politizál. Egy támadás elhárítása azzal az indokkal, hogy az politikai ügy, azt sugalmazza, hogy hiteltelen. Erre a

technikára kiváló példa az Orbán-bányák esete. Az ügy kirobbanása után Orbán Viktor annyit nyilatkozott, hogy az politikai támadás, s ő, mint miniszterelnök méltatlannak érzi, hogy reagáljon rá. Vagyis sosem válaszolt a tényeket firtató kérdésekre, hanem elhárította az ügyet.

Az átfordítás

Az átfordítás módszere az egyik legkockázatosabb válságkommunikációs eljárás. Nagyon óvatosan kell

¹ Theodore Caplow: *How to Run Any Organization*. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1976. p. 44.

alkalmazni, különben hiteltelenné, vagy nevetségessé válik. A Fidesz általában a kudarcra végződött ügyeit fordítja át sikerre. Ilyen esetekben azt próbálja elhíttetni az átlagszavazóval, hogy az adott ügy tulajdonképpen sikernek tekinthető. Erre példa a Lex Répássy alkotmányos kudarcának kezelése 2001 őszén. Az Alkotmánybíróság elutasító döntésének kihirdetése után Répássy Róbert, fideszes képviselő azt nyilatkozta, hogy „csak a szöveggel van gond, a válaszadás elve alkotmányos.”

Természetesen az állítás valóság-tartalmát nem a mi dolgunk elemezni, az azonban kétségtelen, hogy ez a próbálkozás nem járt eredménnyel. A híradók és a napilapok egyöntetűen a törvény kudarcát emelték ki. Deutsch Tamás ifjúsági és sportminiszter pedig egyenesen komikussá vált egyik alkalommal, amikor az átfordítás technikájával kísérletezett. (A miniszter a FIFA elutasító döntését próbálta sikerként értékelni 1998-ban, amely elvetette az osztrák-magyar közös labdarúgó EB rendezésének lehetőségét.)

Az álomszöveg

Az „álomszöveget” leginkább a kormányzati eredménytelenségek esetén használja a Fidesz. Ilyen esetekben egy adott negatív ügyet hosszabb távú, több parlamenti ciklusra tartó ígérettel („álommal”) kompenzál. Erre jó példa az elmaradt autópálya-építések ügye. A jelenlegi kormányzati ciklusban 2002.

február végéig egyetlen kilométer új autópályát sem adtak át, amit az ellenzék rendszeresen a kormány szemére vetett. Az állítás tényszerűségével a kormány nem tudott vitába szállni, ezért újabb- és újabb hosszú távú (5, 10, 15 éves) autópálya-építési programokat hirdetett meg.

Ezeket a módszereket a Fidesz-MPP az elmúlt négy évben tudatosan és eredményesen használta a politikai botrányok kezelésére. Azonban az a tény,

A botránykezelés elsődleges alapszabálya, hogy legyen előre kidolgozott stratégia. Fel kell készülni minden eshetőségre, válaszmodulokat kell kidolgozni, kommunikációs háttér csapatot kell folyamatosan készítenie tartani ahhoz, hogy egy párt a siker reményével nézzen szembe a várható botrányval.

hogy a párt népszerűségét meg tudta őrizni, nem csak ennek köszönhető. A Fidesz-MPP kommunikációjának egyik legfőbb erőssége a fegyelmezettség. Az ügy kipattanásakor eldől, hogy melyik reagálási stratégiát alkalmazza a párt, majd ehhez végig következetesen ragaszkodik. Nincsenek elszólások, képviselői magánakciók, mindenki ugyanazt és ugyanúgy kommunikálja. Ezzel a Fidesz elsőként a magyar politikai pártok közül megmutatta, hogyan kell professzionálisan kommunikálni.

A szerző

a Political Capital Institute vezető elemzője

Marketing
& MENEDZSMENT

HIRDESSEN LAPUNKBAN!

Így hirdetései a legjobb menedzserekhez és közgazdászokhoz jutnak el.

SZERKESZTŐSÉG ÉS KIADÓHIVATAL

1055 Budapest V., Szent István krt. 17. • Postacím: 1373 Budapest, Pf.: 617

Telefon: 332-3949 • Fax: 331-6343

e-mail: info@marketingcentrum.hu