

A WTC elleni támadás kommunikációs hatásai

A united we stand ereje

A 2001. szeptember 11-én a new york-i World Trade Center két épületébe becsapódó repülőgépek sok egyéb mellett a kommunikáció, és azon belül a politikai kommunikáció világát sem hagyták érintetlenül.

Talán csak a magyarországi kommunikációs kultúrán nevelkedett szemlélőt lepte meg, hogy az Egyesült Államokban a WTC elleni támadás a kommunikáció világában azonnali reakciókat váltott ki. A támadás utáni hetekben a nyilvános kommunikációs térben minden kommunikációs résztvevő igyekezett megtalálni az eseményekhez megfelelő kommunikációs viszonyt. Nyilvánvaló, hogy egy ilyen, történelmi léptékű esemény radikálisan hat a nyilvánosság minden szintjére. A megdöbbenésen és az együttérzésen túl az elemző számára a tragédia alkalmával annak megfigyelése kínál különleges helyzetet, amiképpen a kommunikáció vezérelte világban az események azonnali reakciókat váltanak ki; egyedülálló alkalom kínálkozik annak megfigyelésére, ahogyan az eseményekkel kapcsolatos közvetlen kommunikációs viszonyon túl – segítség, tudósítás, kondoleálás – a kommunikációs tér szereplői megpróbálták saját szerepüket megtalálni és kitölteni a kommunikációs tér számukra kínálkozó lehetőségeit.

Jelen elemzésben a kommunikációs tér alakulásának két sajátos aspektusát vizsgálom: azt, hogy miképpen működött együtt a kommunikációs gépezet az egységes üzenet megtalálásában és alakításában, illetve azt, hogy a politikai nyilvánosságban a vezető politikai személyiségek miképpen használták ki a kommunikációs tér változását saját politikai napirendjük alakítására.

A MODERNITÁS HAGYOMÁNYA

A közgondolkodásra érzékeny amerikai vállalati kultúrában az események utáni hetekben, hónapokban minden komoly vállalat nyilvános hirdetésben kondoleált a tragédiát elszenvedőknek, a kommunikációs tere hónapokig a tragédiához való nyilvános viszony uralta. Kiemelkedően érdekes az, ahogyan az eseményekkel kapcsolatos kommunikáció egységes rendbe és egyetlen üzenet köré szerveződött. Kevés olyan esemény volt az Egyesült Államok történetében, mely ennyire egyértel-

mű lehetőséget kínált a társadalmi nyilvánosság és kommunikáció alapértékeinek újradefiniálására és az alapértékek megerősítésére.

Az eseményekkel kapcsolatos kommunikációs tér alakulása azt bizonyítja, hogy a legszélesebb értelemben vett amerikai politika alapértékei minden más politikai tértől különbözve stabilak és kiérlelték; ennek oka előzetes vélelmem szerint az, hogy az amerikai politikai teret létrehozó politikai gondolkodás alapvetően megfelel a modern politikai nyilvánosság rendjének. Hipotézisem az, hogy mindez azért lehet így, mert az amerikai politikai tér alapértékei alapvetően már születésük pillanatában a modern politikai kommunikáció rendjének megfelelően alakultak ki, és a szeptember 11-i eseményekre adott reakciók – és különösen az azzal kapcsolatos kommunikációs tér alakulása/alakítása – éppen ezeket az alapértékeket erősítette meg.

A politikai kommunikációban közhely, hogy az nyeri a kommunikációs versenyt, aki képes a nyilvános napirendet meghatározni. Vélelmem azonban ezen túl az, hogy a politikai napirend meghatározásának előnye csak versenyhelyzetben értelmezhető, ahhoz pedig közös térre, pályára, szabályrendszerre van szükség. A WTC elleni támadás kommunikációs hatása azt mutatja, hogy modern demokráciáról – melynek része a politikai nyilvánosságban zajló értelmes kommunikációs küzdelem – akkor beszélhetünk, ha léteznek olyan általános alapértékek, melyek a kommunikációs tér „alatt” húzódnak, és aminek „tetején” zajlik a kommunikációs harc; illetve amelyek radikális helyzetekben a felszínre törnek, újraalkotják az időről időre széteső politikai nyilvánosságot és újrateremtik a nyilvános küzdelem egységes terét. Minderre azért is van szükség, mert a politikai kommunikációs tér, szabályrendszer közel sem olyan egységes, mint a gazdasági/kereskedelmi nyilvánosság: a hatalom, közérdek, igazság fogalmai csupán aktuális helyi értékek, értelmes küzdelem csak akkor lehet, ha létezik valami megfoghatatlan, ám kimondani nem szükséges konszenzus arról, hogy ezek az elvont fogalmak mit jelentenek. A demokrácia elvont fogalma – és működő kiegyensúlyozó, térdefiniáló intézményei (*checks and balances*) – éppen e küzdőteret igyekszik meghatározni, ám a terep sokkal bizonytalanabb, mint a gazdasági/kereskedelmi kommunikáció tere.

Az üzleti kommunikáció terét a vállalati P&L egyértelműen határozza meg; a fogalmakat újradefiniálni lehet, ezzel időlegesen gazdasági előnyt lehet szerezni, ám hosszabb távon a gazdasági élet alapértékeit átalakítani nem lehet: a bevételnek előbb vagy utóbb többnek kell lennie, mint a kiadásnak, különben a csőd elkerülhetetlen. Az interenetes befektetési lehetőségek tündöklése és bukása ennek jó példája volt: hatékony kommunikációval időlegesen sok pénzt lehetett keresni, egy idő után azonban valakinek a számlát kifizetendő veszítenie kellett, vagy valaki más börtönbe jutott. A politika terében ez nincs így: a közjó értékei elég rugalmasak és elvontak ahhoz, hogy szélsőséges esetben a teljes politikai tér átalakuljon, a diktatúra és az anarchia szélsőségei a politikai tér alakulásának lehetőségei közé tartoznak. A WTC elleni merényletre adott kommunikációs reakció azt mutatja, hogy csak akkor lehet a gazdasági/üzleti kommunikációhoz, marketinghez hasonló politikai kommunikációról beszélni, ha a politikai tér „szabályai” megfelelően definiáltak; ez pedig akkor lehet így, ha a politikai tér „mélyén” olyan értékek találhatók, melyek megalapozzák, hogy a kommunikációs küzdelem azonos nyelven folyjék, éppen úgy, ahogyan az a gazdasági/üzleti kommunikációban zajlik.

A támadás utáni hetekben a nyilvános kommunikációs térben minden kommunikációs résztvevő igyekezett megtalálni az eseményekhez megfelelő kommunikációs viszonyt. Nyilvánvaló, hogy egy ilyen, történelmi léptékű esemény radikálisan hat a nyilvánosság minden szintjére.

Állításunk helyütt az, hogy a kommunikációs tér nem független a „reális” tértől: Ogilvy kifejezésével: nem lehet olyan háborút a fejekben megnyerni, ahol a fejekben lévő alapfogalmak radikálisan különböznek egymástól, és fejekben lévő fogalmak elkülönülnek attól, ahogyan ugyanezek a „fejek” a való világról gondolkodnak.

Természetesen nem szélsőséges helyzetben is van kapcsolat a gazdasági/kereskedelmi és a politikai nyilvánosság tere között: a társadalmi célú reklám éppen úgy, mint a szponzoráció a két nyilvános tér átjárhatóságára utal. Radikális helyzetben azonban a két tér – éppen leglényegét érintő azonossága miatt – egyetlen kommunikációs térré válik, melyben

azon kommunikátorok lesznek sikeresek, akik a két tér egységét idejekorán észlelik, és ennek megfelelően cselekszenek.

NEKIK IS MOHÁCS KELL

Hannah Arendt *A forradalomról* című munkájában az amerikai társadalom/nép születését egyetlen – kommunikációs – gesztusból vezeti le. Állítása az, hogy az amerikai társadalom/nép születése ahhoz a gesztushoz köthető, mikor az alapító atyák az amerikai köztársaságot létrehozó amerikai alkotmányt azzal a szintagmával kezdik, hogy *We hold*. A *we*-mi jelentősége abban rejlik, hogy ezt a *mit* valójában maga az alkotmány hozza létre: nincsen olyan előzetesen létező politikai egység, mely deklarálná azt, hogy ki ez a *mi*. Mi azok vagyunk, akik alkotjuk ezt az alkotmányt, és mi azok vagyunk, akiket ez az alkotmány mint politikai alanyokat létrehoz. Valójában ezzel az önreferenciális gesztussal alapozzák meg az amerikai köztársaság demokratikus hagyományát; azt, hogy a mindenkori alkotmány „mögött” húzódik egy mindenkori megkérdőjelezhetetlen *mi*, mert nincs értelme megkérdőjelezni, hogy ki volt az alkotmány előtti *mi*, hiszen ez a *mi* előtte nem létezett. Ez a gesztus a modern állam és politikai tér születésének gesztusa. Csak azok az értékek vannak, csak az a politikai tér van, amelyet az alkotmány létrehoz; nincs értelme az alkotmányon, vagyis a politikai köztársaságon kívüli beszédnek. Nincs „nép”, „haza”, „közjó” az alkotmány előtt, tehát a politikai téren kívül, a politikai nyilvánosság tere maga a politika tere,

Ezt a mit valójában maga az alkotmány hozza létre: nincsen olyan előzetesen létező politikai egység, mely deklarálná azt, hogy ki ez a mi. Mi azok vagyunk, akik alkotjuk ezt az alkotmányt, és mi azok vagyunk, akiket ez az alkotmány mint politikai alanyokat létrehoz.

nem lehet kibeszélni belőle. Végtelenül veszélyes politikai tér ez, hiszen nincsen olyan „egyetemes közbeszéd”, melyre hivatkozva meg lehetne akadályozni a köztársaság alapértelmeinek átalakulását, és nagyon biztonságos politikai tér ez, mert csak a politikai téren belüli beszédnek van értelme, csak az változtathatja meg a politikai teret, ami a politikai nyilvánosságon belül értelmesnek találhatik. Nem lehet valaki *hazaáruló*, csak, ha elárulja az alkotmányt; nem

lehet valaki *idegenszívű*, csak ha más, az amerikaiak ellentmondó alkotmányát szolgál; nem lehet valaki *amerikaiatlan*, csak, ha cselekedetei ellentétesek az alkotmány betűjével és szellemével.

Az alapító gesztus időállóságát a WTC elleni eseményekre adott kommunikációs válasz is bizonyította. Amiképpen már említettem, a tragédiát követő időszakban a nyilvánosság minden szereplője igyekezett kialakítani kommunikációs viszonyát az eseményekkel. Az első reakciók természetesen a gyász és megdöbbenés hangjai voltak. A kommunikációs tér szereplői fizetett hirdetésekben vagy ingyenes közleményekben nyilvánították részvételüket az áldozatok hozzátartozóinak. Az eseményeket követő hetekben azonban a gyász üzenete átalakult: mintha egy láthatatlan kommunikációs központ meghatározta volna a kommunikációs tér egységes üzenetét, mely megteremtette azt a kommunikációs minimumot, mely mindenki számára elfogadható nyilvános identitást kínált. Az üzenet nem a politikai nyilvánosság formálójától érkezett. A gazdasági/kereskedelmi nyilvánosság szereplői nem saját gazdasági nyilvánosságuk versenye felől találtak rá saját üzenetükre; a közbeszéd alapjaiig nyúltak és a köztársaság alapértelmei közül választottak maguknak üzenetet. És ez az üzenet mindenki számára elfogadható, egységes és hiteles volt: „*United we stand*” – harsogták egységesen.

E kommunikációs gesztus, mely az esemény utáni hetekben fizetett hirdetésekben, kirakatokban, óriásplakátokon és szórólapokon a városban megjelent, az amerikai nyilvánosság leglényegére világított rá. A *united we stand*, éppen úgy, mint az alapító *we hold*, ismét létrehozta a nyilvánosságnak azt a terét, melyben, a kommunikációnak – bármilyen kommunikációnak – értelme van. Az önkéntelenül megtalált egységes üzenet arra mutatott rá, hogy a köztársaság alapértelmei előbbre valók a különbözőségeknél; a kommunikációs térben a megkülönböztetők csak az azonosságok után értelmezhetőek, mert ha nincs az a közösség, mely érti a közbeszédet, akkor nincs kommunikáció: sem politikai, sem kereskedelmi. És akkor a kommunikáció – ahogyan mi, kommunikációs szakemberek értjük – értelmét veszíti, hiszen az nem más, mint a világ újjáteremtése, puszta kommunikációs akarat, célok, értékek és hit nélkül.

SZEMÉLYISÉGEK A ROMOKON

A *United we stand* üzenete a társadalmi nyilvánosság terét teremtette újra, azt a teret, melyben fogyasztás – a kereskedelmi éppen úgy, mint a politikai – egyáltalán lehetséges. Ez a társadalmi tér amúgy közel állt a széteséshez; különösen a közbeszéd, a politikai nyilvánosság terének egysége volt megkérdőjelezhető. A Clinton-elnökség politikai-morális küzdelme; a többszörsen megkérdőjelezett és a politikai nemzetet megosztó elnökválasztási győzelem; a szenátus irányításának megszerzésére irányuló néhol titkosszolgálati jellegű eszközöket sem nélkülöző, egyes képviselők átüléseért folytatott küzdelem meglehetősen megtépázta a politikai nyilvánosság egységes kommunikációs terét. Nagyon radikálisan szólván: Amerikának szüksége volt egy olyan eseményre, mely e viszonyok újrarendezésére képes lehet. A WTC elleni támadás mélysége és brutalitása – nem függetlenül attól, hogy a támadás végrehajtói egyértelműen egy más politikai, kulturális térből kerültek ki – szinte azonnal megindította az újrendező folyamatot. A kommunikációs tér szereplői gyorsan rátaláltak az üzenetre, mely ugyanakkor többnek bizonyult, mint aminek először szánták. Az alkotmány *we hold*-jához hasonlóan a *united we stand* újraalkotta a nyilvánosság terét.

A támadás utáni kommunikációs ciklus még egy érdekes elemet tartalmazott. A politikai nyilvánosság napirendjét ezúttal a gazdasági/kereskedelmi élet szereplői alakították és azok a politikusok tudták saját napirendjüket a nyilvánosságba bevinni, akik megértették e folyamatot. A WTC támadás utáni politikai kommunikációs térnek két egyértelmű politikai nyertese volt: Rudolph Giuliani, New York leköszönő polgármestere és Goerge W. Bush, a kétséges körülmények közt hatalomra került és vezetői képességeit illetően kételyekkel illetett elnök. Mindkét politikus megértette, hogy a nyilvánosság tere, a közbeszéd értékei erősebbek a politikai akaratnál, így akkor lehetnek sikeresek, ha maguk is a „*united we stand*” üzenetének hordozóivá válnak. Giuliani az egységes New York üzenetét politikai gyakorlattá alakító vezetővé vált, míg Bush az egységes Amerika megkérdőjelezhetetlen vezetőjeként jelent meg. Mindketten megértették, hogy a köztársaság alapüzenetének megszemélyesítőjévé válván saját politikai súlyukat

nővelhetik, hiszen az üzenet közvetítőiként nem egy vetélkedő politikai akarat képviselőjeként jelenhetnek meg, hanem mint az egyetlen hiteles politikai akarat megkérdőjelezhetetlen képviselői.

Ehhez Giulianinak a *genius loci* állt rendelkezésére: az hogy a város valóban összefogott a kárenyhítésben, lelki és fizikai értelemben egyaránt. Guliani nem tett mást, mint megszemélyesítette a város egy-

Nem lehet valaki hazaáruló, csak, ha elárulja az alkotmányt; nem lehet valaki idegenszívű, csak ha más, az amerikaiak ellentmondó alkotmányt szolgál; nem lehet valaki amerikaiatlan, csak, ha cselekedetei ellentétesek az alkotmány betűjével és szellemével.

ségét, felülemelkedett a pártpolitikán – mellel a városban a tragédia után közvetlenül polgármester-választást tartottak – és a társadalmi nyilvánosság szimbólumaként megkoronázta amúgy tépázott politikai karrierjét.

Bush kommunikációja az első napok zavara után szintén a *united we stand* gondolat köré szerveződött. A fizikai támadásra adott kommunikációs válasz ahhoz, hogy megfeleljen a népként egységes *united we stand* eszményének, előbb a megtámadottat kellett átalakítsa. A gonosz személy és a világhatalom küzdelme súlyosan rombolta volna az üzenet hitelét – miért van szükség össznemzeti egységre az egyetlen személy elleni harcban? –, ezért előbb az ellenfelet kellett átalakítani. S így lett az előbb kommunikációs, majd fizikai küzdelemben is az ellenfél egy ország: Afganisztán, melyet korábban egy másik – *nota bene* nem egységes nép – nem tudott legyőzni, majd a globális terror hálózata, melyet kizárólag a legnagyobb és legegységesebb (politikai) nemzet győzhet le. S így a *united we stand* a politikai nyilvánosság alakítójává is vált, és visszahatva megerősítette az egész nyilvános tér egységét és a köztársaság alapító gesztusát.

A KÖZTÁRSASÁG ERŐSEBB...

A köztársasági hagyomány ugyanakkor kellő védelmet is nyújtott a politikai nyilvánosságban keletkező megkérdőjelezhetetlenséggel szemben. Amikor ugyanis Giuliani a politikai nyilvánosságban szerzett megkérdőjelezhetetlenséget közvetlen politikai tökévé akarta változtatni, és megkísérelte – az alkot-

mány által tiltott – harmadik ciklusra is megszerezni a főpolgármesteri tisztséget, a politikai közösséget alkotó *mi* e szándékot egységesen és határozottan utasította el. A köztársaság ismét fontosabb volt, mint a kommunikáció hatalma.

*Amikor ugyanis Giuliani a politikai nyilvánosságban szerzett megkérdőjelezhetetlenséget közvetlen politikai tőkévé akarta változtatni, és megkísérelte – az alkotmány által tiltott – harmadik ciklusra is megszerezni a főpolgármesteri tisztséget, a politikai közösséget alkotó *mi* e szándékot egységesen és határozottan utasította el. A köztársaság ismét fontosabb volt, mint a kommunikáció hatalma.*

A kommunikációs tér WTC támadás utáni alakulása az Egyesült Államokban azt mutatta meg, hogy a politikai kommunikáció és a gazdasági/kereskedelmi kommunikáció tere és lényege azonos: a fogyasztói/választói döntési folyamatot lerövidítve elősegíteni azt, hogy a fogyasztó/választó a kommuni-

kátor számára kedvező döntést hozzon. Ez radikális helyzetekben a kommunikációs teret egységessé teszi, s nem választható el a gazdasági/kereskedelmi és a társadalmi/politikai nyilvánosság tere. A WTC elleni támadás kommunikációs hatása azt mu-

tatta, hogy e két tér egysége sajátos kommunikációt kíván, melyben a politikai napirendet nem a politikai tér formálóinak kell meghatározniuk, hanem ki kell használniuk a két tér közötti áthallásokat. Mint minden radikális helyzet, ez is azt kínálja korábban esetleg háttérben lévő, vagy nehézségekkel küzdő politikai szereplők számára, hogy hibáikat levetkezve a köztársaság állampolgáraiént alakuljanak újra. Ehhez azonban a

politikai és társadalmi nyilvánosság olyan mélyen modern hagyományára van szükség, mint az egyesült államokbeli.

A szerző
kommunikációs szakember

Index.hu - Célkeresztben az olvasó

Akiket minden érdekel:	http://index.hu
Akiket a gazdaság érdekel:	http://index.hu/gazdasag
Akiket az új technológia érdekel:	http://index.hu/tech
Akiket a kultúra érdekel:	http://index.hu/kultur
Akiket a sport érdekel:	http://index.hu/sport
Akik társaságra vágyanak:	http://index.hu/forum

Vagy ha el kívánja érni azokat, akiket mindez érdekel.

index
www.index.hu

A legolvasottabb portál

(Figyelem! A felsorolás nem tartalmazza az összes szolgáltatást és mellékletet!)