



A SZERZŐ A BUDAPESTI KOMMUNIKÁCIÓS
ÉS ÜZLETI FŐISKOLA KOMMUNIKÁCIÓS
ELEMZÉSEK KÖZPONTJA IGAZGATÓJA

Válság a szavak tükrében

• PERLAKY-PAPP JÓZSEF

A társadalmi kommunikáció különösen fontos szerepet játszik a mostanihoz hasonló válsághelyzetekben, amikor ugrásszerűen megnő az információk iránti igény. Emiatt döntött úgy a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola, hogy első ízben a pénzügyi világválság kapcsán teszi alapos vizsgálat tárgyává a társadalmi kommunikáció működésének hazai sajátosságait. Munkájuk gyümölcse a 338 közszereplő és szervezet összesen 925 megszólalását, valamint 84 vezető hazai sajtóorgánumban csaknem 12 ezer tudósítást feldolgozó, több mint 200 oldalas tanulmány, mely fiatal demokráciánk gyerekbetegségeinek csaknem összes kommunikációs tünetére ráirányította a figyelmet.

Mindenekelőtt fontos eloszlatni azt a gyakori tévhitet, hogy a válságkezelés egyet jelent a válságkommunikációval. A szavak „túlsúlya” a cselekedetekkel szemben (vagy netán azok rovására) amúgy is erősen jellemzi a magyar közéletet, ez a mostani válság idején eddig sem mutatott lényegi változást.

A válságkommunikáció egyik kulcskérdése, hogy pontosan mekkora az az információmenyiség, amelyet a válságkezelő szervezetnek vagy személyeknek a közvélemény tudomására kell hozniuk. Egy pénzügyi válság esetén az emberek, a befektetők, a betétesek, a devizahitelesek jogos elvárása, hogy pontos információt kapjanak az országról, a gazdaság állapotáról. Van azonban az információmenységnek egy ésszerű határa, amelyen túllépve a kommunikáció már nem a tisztánlátást, hanem a pánikot segíti elő. A feladat megtalálni az arany középutat. Ez óriási felelősséget ró a közszereplőkre és a médiára, hiszen a polgárok mindenekelőtt az ő tájékoztatásuk alapján döntenek saját, hűsbavágóan fontos egzisztenciális kérdéseikről.

A világválság kommunikációja Magyarországon első megjelenésétől fogva azonnal a politikai csatározások retorikai terepévé és eszközüvé vált.

A tájékoztatás első szembeötlő hiányossága a késlekedés volt. A válsággal foglalkozó internetes megjelenések számát tekintve a hazai világháló időben és intenzitásában is hónapokkal lemaradt az angol nyelvűhöz képest. Sok szakmai véleményformáló és médium jelentős késéssel ismerte fel a

Magyarországra leselkedő veszélyeket, augusztusban és szeptember első felében nem vagy csak felületesen érintette a pénzügyi világválság témáját, akkor is többnyire a külföldi gazdasági fejleményekre összpontosítva. Szeptember közepétől viszont valóságos információs dömping indult – 2008. augusztus 1. és 2009. január 1. között összesen 11 879, azaz napi átlagban közel 80 darab cikk, tudósítás, riport, interjú, beszámoló jelent meg a vizsgált 84 sajtóorgánumban.

Politikai f(r)áziskésés

Vajon miért nem „tudott” időben megérkezni Magyarországra a pénzügyi válság híre a maga teljes valóságában? Ennek egyik legfőbb oka az lehetett, hogy a pénzügyi világválság egy politikai kommunikációs hadjárat kellős közepébe robbant be – ebben az egyik fél azt próbálta bevinni a köztudatba, hogy Magyarországon mély gazdasági és szociális válság van, a másik pedig épp ellenkezőleg, hogy hazánk sikeresen túljutott a nehezen, az ország ígéretes jövő küszöbén áll. A kormány kommunikációja augusztusban, de még október elején is – az utolsó pillanatig – kényszerűen került minden olyan témát, amely a Fidesz „válságretorikáját” legitimálhatta volna. A miniszterelnök csak szeptember 26-án beszélt először a pénzügyi világválságról, amikor kijelentette, hogy annak összes következménye a teljes magyar pénzügyi rendszerben nem haladhatja meg az egy-kétszer tízmilliárd forintot.

Gyökeres fordulat október 10-e után következett be az MSZP kommunikációjában. Gyurcsány Ferenc ekkor jelentette be, hogy támadás érte a magyar pénzügyi rendszer egészét, a magyar emberek egzisztenciáját. Ezt követően a kormány hiperaktív kommunikációs tevékenységbe kezdett: egymást érték az újabb és újabb bejelentések, válságkezelő tervek és javaslatok, konzultációs fórumok (nemzeti csúcs, gazdasági csúcs), nyilatkozatok, amelyek fő üzenete az volt, hogy a kormány sikeresen hárítja el az országot kívülről ért támadást.

Igen jelentős eltérés mutatkozott abban is, ki mit ért válságnak. A Gyurcsány személyes felelősségét

retorikájának középpontjába állító Fidesz a pénzügyi világválság magyarországi megjelenése után is konzekvensen azt kommunikálta, hogy a nemzetközi krízis nem okozója, hanem csupán leleplezője volt Magyarország államcsődközeli helyzetének.

A kormány és az MSZP kezdeti retorikájában ezzel szemben a válságnak nem voltak belső okai, az „kívülről”, „váratlanul” rontott rá az országra, mint egy kiszámíthatatlan „természeti katasztrófa” vagy egy „spekulánsok” által Magyarország ellen indított támadás. Bár ez az álláspont később jelentős módosuláson ment keresztül, a válság kialakulásáért, illetve „félrekezeléséért” viselt politikai felelősség kérdése az összes párt kommunikációjának kulcsfontosságú eleme maradt. Ez a retorikai hadjárat szinte minden szót és cselekedetet a

makrogazdasági és pénzügytechnikai szakkifejezések tömkelege, az ide-oda röpködő százmilliárdok, az „optimista” és „pesszimista” megszólalásokban tapasztalható markáns eltérések, sőt, az egyes közszereplők más-más időpontban elhangzott nyilatkozatain belül is érzékelhető ellentmondások kifejezetten akadályozták, hogy a lakosság kellő időben világos képet kapjon a fejleményekről.

Egyfelől a korrekt tájékoztatás elmaradása vagy késlekedése, másfelől az ország és az emberek „megvédéséről” szóló, nemzetmentő retorika felerősödése azt a benyomást közvetítették a közvélemény felé, hogy „minden rendben van”, „nem kell aggódni”, az élet hamar visszaáll a szokásos medrébe, addig pedig a kormány vagy az ellenzék a helyén van, megóvja az embereket a válság negatív hatásaitól és a politikai ellenfél gonosz mesterkedéseitől. Ennek a kommunikációnak feltételezhetően az egyik legfontosabb pszichés hatása a közvélemény megnyugtatása volt, ami kétségkívül a válságkommunikáció egyik legfontosabb célja, ám „káros mellékhatásként” tovább erősíthette azt a magyar társadalomra amúgy is jellemző paternalista gondolkodásmódot, hogy az „állam majd úgymé megvéd minket, és mindent megold helyettünk”.

„Egy egységes etikai kódex elfogadására lenne szükség ahhoz, hogy a jelenlegi propagandisztikus, politikai szempontoktól vezérelt, egyoldalú tájékoztatási gyakorlat megváltozhasson.”

politikai szembenállás logikája szerint igyekezett a közvélemény elé tárni. Sok politikus és médium szemében minden szakértői megszólalás – akár a megszólaló szándékaitól függetlenül is – azonnal a pártok közötti háború fegyverévé vált.

A paternalizmus megjelenése

Míndeközben a társadalmi kommunikáció adós maradt a lakosság korrekt tájékoztatásával, különösen az emberek hétköznapi életére vonatkozó közvetlen hatások ismertetésével. Néhány kivételtől eltekintve (pl. betétesek védelme érdekében elfogadott törvény, devizahitelek konvertálásának lehetősége, illetve az ezekkel kapcsolatos kommunikáció) a válságkezelő kormány, a közszereplők és a média jelentős része jóval kevesebb figyelmet fordított arra, hogy ezt a fontos közügyet „lefordítsa” a hétköznapi emberek nyelvére. Már a válság „berobbanását” követő hetekben nagy szükség lett volna egy olyan központilag (a válságkezelő kormány által) szervezett, a válság lehetséges hatásait érthető nyelven bemutató tájékoztatásra, amely a családok életében felmerülő problémák esetére támaszt, fogódzót nyújtott volna. Az első ilyen tájékoztatás, a Válságkalauz című füzetecske csak 2009 márciusában, vagyis csaknem féléves késéssel jelent meg, és ez sem foglalkozott egy sor kérdéssel.

A téma szinte azonnali „átpolitizálása”, a megszámíthatatlanul és követhetetlenül sok válságkezelő program, javaslat és bejelentés, a főként

Valódi szabályok nélkül

A pénzügyi világválság társadalmi kommunikációjának egyik legfontosabb tanulsága a felelős kommunikáció szabályainak égető hiánya, vagyis hogy nincs vagy nem működik egy olyan minimálisan elvárható, szigorúan szakmai szempontokat követő szabályrendszer, amely a lakosság korrekt és felelős tájékoztatását garantálná. Az Alkotmány szerint minden polgárnak joga van arra, hogy a közérdekű adatokat megismerje, az Adatvédelmi törvény pedig kimondja, hogy az állami, kormányzati és önkormányzati szervezeteknek kötelességük elősegíteni és biztosítani a közvélemény pontos és gyors tájékoztatását. Ám a törvény nem rendelkezik arról, mi van, ha a tájékoztatás elmarad vagy nem fedi a valóságot, ha a hivatalos szervek visszatarthatják, késve adják közre vagy manipulálják az információt. Nincs olyan hatóság, amely a közfeladatokat ellátó szervek és személyek tájékoztatási tevékenységét ellenőrizné, és a lakosság félrevezetésének esetén szankcionálná az elkövetőket.

Első lépésként talán egy egységes etikai kódex elfogadására lenne szükség ahhoz, hogy a jelenlegi propagandisztikus, politikai szempontoktól vezérelt, egyoldalú tájékoztatási gyakorlat megváltozhasson. Egy kódex szabályokba foglalná a felelős tájékoztatás kritériumait, azaz olyan mennyiségű, tartalmú információ késedelem nélküli, önkéntes, egyenlő feltételek mellett történő nyilvánosságra hozatalát, amely lehetővé teszi, hogy az emberek kellő időben, önállóan, felelős döntéseket hozzanak saját ügyeikben. ■