

---

# PÁRTOK, KAMPÁNYOK, VÁLASZTÓK

---

FRICZ TAMÁS

## A párt nem vész el, csak átalakul?

*A német pártrendszer válságai és átalakulása  
a XXI. század elején*

Az alábbi írásomban arra igyekszem választ keresni, hogy azok a válságjelenségek, amelyek napjainkban megfigyelhetők a német pártok és pártrendszer működésében, mennyiben jeleznek előre egy XXI. századi, pártokat érintő alapvető funkcióváltást. E témán belül kiemelt súllyal kívánok foglalkozni a médiával, a médiumok politikában betöltött változó szerepével, mely szerepváltás egyszerre jelzője és inspirálója a változásoknak.

Két korábbi tanulmányomban (Fricz 1994, Fricz 1998) már részletesen foglalkoztam a német pártrendszer 1945–1994 közötti történetével, illetve a '90-es években egyre erősebben jelentkező válságjelenségekkel, a pártokkal szembeni egyre szélesebb körű bizalomvesztéssel, az ún. „pártundorral” (Parteienverdrossenheit). Egy későbbi írásomban (Fricz 1999) pedig az 1998-as német, illetve magyar választási kampányokat hasonlítottam össze, különös tekintettel a média és az újságírók abban játszott szerepére. Ebben az írásban a fenti tanulmányokban megkezdett gondolatokat igyekszem továbbvinni, illetve a legfrissebb jelenségek elemzésével és a témával foglalkozó bővülő német szakirodalom feldolgozásával új összefüggésekre rámutatni.

Először a pártokkal szembeni bizalomvesztés, illetve a válságjelenségek okaival foglalkozom, utalva egyúttal a már tényyszerűen megmutatkozó funkcióváltás legfontosabb elemeire. Ezután a média radikálisan megváltozott szerepére térek át,

mely nélkül a pártfunkcióváltás nem érhető meg. Végül a média átalakult politikai pozícióit és a pártok átalakuló funkcióit igyekszem összefüggésbe hozni egymással.

## PÁRTOK: VÁLSÁG, AMELY MÁR ÁLLAPOT?

A német politikatudomány a '80-as évek második felében figyelt fel arra a jelenségre, hogy megbomlott a pártok és a választópolgárok hosszú évtizedekig megszokott kiegyensúlyozott, kiszámítható „panelekre” épülő kapcsolata<sup>1</sup>. Olyan új jelenségek mutatták ezt, mint például a választásokon való részvétel csökkenése, a párttagok számának visszaesése, az ingadozó, hol az egyik, hol a másik pártra szavazók számának növekedése (ami egyben az érzelmileg erősen elkötelezett pártszavazók arányának csökkenését mutatta), s egyáltalán a pártokkal szembeni erősödő bizalmatlanság, sőt pártundor megjelenése.

A polgárok egyre gyakrabban vetették a pártok szemére, hogy valóban már nem a választók, hanem a saját érdekeiket képviselik, hogy egyre jelentéktelenebbé válik a pártszervezeti munka, a párttagság értékét veszti, a pártoknak már nem számít más, mint a médiumokban, a választási kampányban és természetesen a választásokon való sikeres szereplés. Azaz: a pártok – legyen az Kereszténydemokrata Párt (CDU), Keresztényszociális Párt (CSU) vagy Szociáldemokrata Párt (SPD) – elszakadtak a hagyományos választói bázisuktól, s sajátos, csak „róluk szóló” logikát követve folytatják tevékenységüket.

Mindez tartalmát tekintve nem jelentett mást, mint a XX. század nagy részében jellemző tömegpárti korszak végét, illetve a '60-as évektől induló néppárti éra jellemzőinek átalakulását, pontosabban ezen változások kezdetét. A '80-as évek második felétől egészen a '90-es évek végéig a német politológusok nagy része komoly, átfogó válságként fogta fel ezt, amely nem pusztán a pártokkal szembeni bizalom megcsappanásáról szól, hanem egyenesen a parlamenti demokrácia alapvető intézményeibe vetett hit megroppanásáról, tehát egy általánosabb politikai válságról.

Nos, az előző, ha tetszik „ijedt rácsodálkozás” óta eltelt néhány év, s a német szerzők már másképpen fogalmazzák a szóban forgó probléma mélységét, illetve főleg jelentőségét illetően. A legújabb írások (Pickel, G.-Walz, D., 1997; Niedermayer, O., 1999; Gabriel, O. W., 1999; Hoffmann-Riem, W., 2001.) először is kellő távolságtartással elemzik a pártok és választópolgárok viszonyában kibontakozott változások okait, illetve arra is igyekeznek rámutatni, hogy a válság nem feltétlenül jelent katasztrófát, nem jelenti a politika teljes leértékelődését és a demokrácia végét, hanem sokkal valószínűsíthetőbben a politikai

szféra belső viszonyainak, szerepeinek alapvető átrendeződését, ami egyben egy pozitív megújulás kezdete is lehet.

De először is nézzük meg azt, hogy a német politikatudósok miben jelölik meg a tömegpárti és részben a néppárti korszak befejeződésének okait. Három tényezőt emelnek itt ki: egy társadalmi, egy társadalomtechnikai és egy politikait.

A *társadalmi* változás lényege, hogy az '50-es, '60-as évektől, a jóléti állam kialakulásától kezdve igen nagy mértékben felerősödött a középosztályosodás, a munkások egyre nagyobb rétegei „szakadtak ki” a „klasszikus” proletárlétből és kerültek be a középosztályba. Ezzel a folyamattal együtt megnövekedett a harmadik szektor súlya is. A társadalom ilyen értelmű, szociális, gazdasági, kulturális „áttagolódása” nagymértékben közel hozta egymáshoz az életformákat, az elvárásokat stb., mindennek pedig az lett a következménye, hogy fokozatosan felbomlottak a hagyományos kommunista, szociáldemokrata, kereszténydemokrata-keresztényszociális pártmiliók, s megindult a társadalmon belül egy erőteljes individualizálódás<sup>2</sup>. Ennek politikai jelentősége abban állt és áll, hogy a polgárok érzelmi, ha tetszik „törzsi” pártkötődései megszűnnek, s megszűnik az erős kollegalitás, kollektivitás iránti vágy is. Mindenki egyenként és egyenként dönt pártválasztásáról, ráadásul ez választási periódusról periódusra változhat is. Mindez pedig döntő mértékben aláássa a tömegpártok működési alapjait.

A *társadalomtechnikai változás* sajátos módon nagymértékben felerősíti a társadalmi átalakulásban már megjelenő tendenciákat. Itt nem másról, mint a televízió '60-as évek elejétől való megjelenéséről és igen gyors elterjedéséről van szó. A televízió, majd egyre inkább a média világa teljes egészében rátelepedett a mindennapokra, s ez alól a politika sem lehetett kivétel. A média a XX. század utolsó évtizedére alapvetően megváltoztatta a politika, a pártverseny helyzetét, keretfeltételeit<sup>3</sup>. Amíg korábban a tömegpártok számára elsődlegesen fontos volt a tagságukkal, illetve a választói bázisukkal való személyes érintkezés (nagygyűlések, akciók, tüntetések, közös demonstrációk stb.), addig a médiumok tömegesedésével, szinte minden háztartásba való eljutásával új technikai lehetőség nyílt a kapcsolattartásra. A televízió és a többi médiumon keresztül sokkal könnyebben és gyorsabban, s talán hatékonyabban lehetett eljutni a választókig, mint egy-egy nagygyűlés által.

De ennél többről is volt szó: a média megadta a lehetőséget ahhoz, hogy ne pusztán a „szokásos” választói bázishoz szóljon egy párt, hanem gyakorlatilag az összes választópolgárhoz; felsillant a remény tehát egy sokkal hatékonyabb pártpolitika és kampány érvényesítéséhez. Márpedig e technikai lehetőség szinte egy időben érkezett azzal, ahogyan a társadalomban elindult a középosztályosodás és az individualizáció, a hagyományos választói miliók felbomlása. A pártok számára tehát meg-

nyílt egy olyan út – kiút –, amely a hagyományos pártbázis felbomlásából egy sokkal szélesebb választói bázis megszervezésének reményével kecsegtetett, s az úgynevezett pártok éltek is ezzel a lehetőséggel. Ebben az összefüggésben beszélhetünk a néppártok (catch all parties, Allerweltparteien) megjelenéséről, amelyek tevékenységük súlypontját a párttagok megőrzéséről áthelyezik a minél több választói voks megszerzésére. Elmar Wiesendahl kifejezésével élve, ekkortól kezdve mint „vote getting parties” jelennek meg a politika színpadán. (Wiesendahl, 1998.)

E folyamat eredménye a pártmunka professzionalizálódása, a választási kampányra és a médiaszereplésekre koncentrálódó pártszervezeti munka, a párthatalom erős koncentrálódása a felső vezetés kezében, a párt egyszemélyi vezetőjének gyakori médiaszereplése által a „perszonifikált politika” eluralkodása, s mindezek által a hagyományos pártmunka elsikkadása.

Végül a *politikai változás*, a kommunista világrend bukása 1989–1991-ben tovább egyértelműsítette s markánsná tette a pártok és a választópolgárok viszonyában bekövetkezett változásokat, egyáltalán új dimenzióba helyezte a modern pártverseny jelentőségét, a pártok társadalomban betöltött szerepét és funkcióit.

Mert hiszen mit is jelentett a német pártverseny számára a kelet- és közép-európai kommunista, illetve államszocialista rendszerek bukása? Azt, hogy eltűnt, felszívódott egy olyan illúzió, hit, amely a választópolgárokat feltétlenül egy bal-, avagy egy jobboldali párt melletti szavazásra készítette volna, eltűnt az a – ha tetszik – heroikus meggyőződés, hogy a politikai rendszerelköteleződésnek megfelelően állampolgári kötelesség vagy az SPD-re vagy a Kereszténydemokrata Unióra (CDU) szavazni, hiszen ezzel egy rendszer mellett teszi le az ember a voksát, s ennek súlya van. Azonban a két világrendszer harcának eldőlése a „kapitalizmus”, a polgári demokrácia javára a XIX–XX. századi pártverseny és pártelköteleződés lényegének, azaz az ideológiai harcnak a jelentőségét erodálta.<sup>4</sup>

Amíg ugyanis korábban a „nemes cél” – a rendszer védelme vagy megdöntése – érdekében a pártválasztók tömege hajlandó volt elnézni szeretett pártja hibáit, addig az ideológiai harc megszűnésével, s bizony, a rendszertartalmú bal-jobb szembenállás eljelentéktelenedésével a pártok most már a maguk „sui generis” szervezeti működésükben jelentek meg a választóik előtt. Ha ugyanis a pártok már igazi politikai alternatívákat sem hordoznak, ha tulajdonképpen már szinte semmiben sem különböznek egymástól, akkor már a választó nem nézi el többi hibáikat sem. Ez az a pillanat, amikor már szinte felesleges ragaszkodni a pártokhoz, amelyek egyébként is elszakadtak a választóktól, saját, államon belüli érdekeiket követik, nem foglalkoznak a pártmunkával, a párttagsággal stb.

S valóban, a '90-es évek hozza meg az '50-es, '60-as években elkezdődött változások eszkalálódását, illetve lényegük felismerhetőségét. Ez pedig abban áll, hogy lezárul egy igen hosszú, a XIX. század végétől a XX. század végéig terjedő korszak, amelynek jellegzetessége a nagy társadalmi csoportok (mint a munkásság, a parasztság, a vallásos társadalmi rétegek stb.) politikai emancipálódása, „beemelődése” a fokozatosan – s e folyamat által inspiráltan – létrejövő parlamentáris demokrácia keretei közé. Ebben a folyamatban kulcsszerep jutott a „hagyományos” pártoknak, amelyek felvállalták e nagy társadalmi csoportok aggregált érdekképviselőit, de úgy, hogy e csoportoknak jövőképet, illúziót, ha tetszik hitet is adtak, ezzel lelkesítve őket az egyébként racionális célok érdekében teendő áldozatok (időnként életek feláldozása) meghozataláért. Igen ám, csak hogy e nagy történelmi feladat és tett a XX. század legvégére megvalósult, az osztályok és rétegek emancipálódtak, s nemcsak politikailag, hanem most már gazdaságilag és szociálisan is. (Ami küzdelem megmaradt, az már „elvégezhető” a szokásos érdekképviselő keretein belül, ehhez már nem kellenek víziók, rendszerváltó hitek.) Ezzel párhuzamos, hogy a nagy társadalmi csoportok fokozatosan felbomlanak, széttagozódnak, s a XXI. század társadalmi nyilvánvalóan egy egészen más szerkezetet fog mutatni.

Mi történt tehát? Elmer Wiesendahl kifejti, hogy a hagyományos (ha tetszik honorációról, ha tetszik tömeg-, ha tetszik nép-) pártok nagy tömegek képviselőire jöttek létre, ám időközben a tömegek „kiszaladtak” alóluk, vagy légüres térbe kerültek<sup>5</sup>. Másként fogalmazva teljesítették történelmi küldetésüket. Ebből azonban az is következhethetne, hogy a pártok fentiekből adódó válsága, a pártokkal szembeni valóságos ellenszenv, bizalomvesztés sőt kialakuló előítélet logikusan elvezet a pártok felszámolódásához, s egyben a XXI. században új típusú politikai szervezetek megjelenéséhez.

Ezzel szemben E. Wiesendahl egyértelműen kijelenti, hogy a pártok válsága nem vezet el a pártrendszerváltásig, avagy a pártok megszűnéséig. Ugyanis a válság egy hosszú folyamat, melynek során mind a pártok, mind a pártok körüli szervezetek, mind a társadalom reagálnak a kihívásokra, mozgásba lépnek, átalakítják tevékenységük jellegét – miáltal az egész helyzet megváltozik, de úgy, hogy sok minden változatlan marad.

Az ugyanis csak az érem egyik oldala, hogy a pártok – a hagyományos tömegpártok – fokozatosan elveszítik stabil társadalmi bázisukat, erősen csökken párttagságuk száma, a társadalmi problémákat képtelenek megoldani, s kialakul körülöttük egy mély társadalmi ellenszenv. Az érem másik oldala viszont azt mutatja, hogy miközben a pártok elszakadnak „forrásuktól”, a civil társadalomtól, egyúttal az állami intézményrendszer szerves részeivé válnak, kormányzati tevékenységet folytatnak,

a közigazgatás és más állami intézmények felett rendelkeznek, széles pártpatronázst<sup>6</sup> építenek ki, karrierlehetőséget nyújtanak számos polgárnak stb. Nem beszélve arról, hogy éppen csökkenő tagdíjaik, illetve növekvő állami feladataik okán 1967-től a pártok állami finanszírozásban is részesülnek, fajra, nemre és ideológiára való tekintet nélkül. Ez utóbbi következtében pedig kialakul a kartellpárt jelensége<sup>7</sup>, amikor is a parlamenti pártoknak – ellentétek ide vagy oda – már közös „állami” érdekeik vannak, s ezeket meg is védik, ha támadás érné kívülről a társadalom, a közvélemény felől.

A német pártok tehát a XXI. század elejére egyértelműen „státust” váltottak: *az egykoron a civil társadalomból eredő, majd a civil társadalom és az állam közötti közvetítő politikai intézménnyé váló tömegpártok mára az állam részévé váltak.* Így jöttek létre az állampártok, s a korábbi pártverseny állampártversennyé vált. Felmerül persze a kérdés: lehetséges-e válik-e az az eddig képtelennek hit helyzet, hogy a demokratikus keretek között vívott pártverseny állampártversennyé válva elveszti demokratizmusát? Azaz lehet-e egy demokratikus szabályok közt zajló verseny végül antidemokratikus?

E nyilvánvalóan provokatív kérdésekre aligha van válasz, az azonban tény, hogy a nagy német pártok a válság kellős közepette gyorsan azonosultak új szerepükkel, annál is inkább, mert állampárttá válásukkal sokat veszítettek, de annál többet nyertek, s ezen pozíciójukat nemigen kívánják feladni.

Nem kétséges persze az sem – s ez a válságfolyamat másik „terméke” –, hogy a választópolgárság, tágabban a civil társadalom is reagált, válaszolt a kihívásokra. A '70-es, '80-as években még csak látszott, a '90-es évekre azonban az egyértelművé vált a közvélemény előtt, hogy a hagyományos pártok nem képesek válaszolni az individualizálódó, új típusú milióket létrehozó, rendkívül színessé és változatosá váló társadalom problémáira. A pártoknak nincsenek receptjei ezekre, mert teljesen új típusú recepteket kellene felírniuk, ám erre képtelenek, mégpedig két okból is. Egyfelől azért, mert e szervezetek a nagy társadalmi csoportok igényeire rendezkedtek be, másfelől mert időközben – szükségből erényt kovácsolva – az állam integráns részévé váltak, s az államokra soha nem volt jellemző a gyors és dinamikus reagálás az új társadalmi problémákra. Így azután, ahogyan a '60-as, '70-es évektől kezdve teljesen új témák és konfliktusok merültek fel, mint például a környezetvédelem, a feminizmus, a homoszexualitás, a migráció, a kábítószer-kereskedelem, új vallási mozgalmak megjelenése, s legújabban a globalizáció, egyértelművé vált, hogy ha a társadalom maga nem talál megoldásokat, nem lesz helyette senki, aki ezeket megtalálja. Ráadásul azt is tapasztalnia kellett az embereknek, hogy a hagyományos pártok nem csupán „befelé”, saját társadalmuk felé nem igazán kreatívak, hanem lassacskán „kifelé”,

a nemzetközi környezetben is elvesztik önállóságukat: a valóságos döntések egyre inkább szupranacionális szintekre helyeződnek át<sup>8</sup>, miáltal a pártok belső mozgástere beszűkül, még kevésbé tudják elhíttetni a választókkal, hogy ők és csak ők képesek a gondok megoldására.

A kör tehát bezárult, s nem maradt más hátra, minthogy a civil társadalom gondoskodjon önmagáról. Az utóbbi években, évtizedekben a civil szféra hihetetlen reinkarnálódásának lehetünk szemtanúi, se szeri, se száma az öntevékeny, önszerveződő egyesületeknek, amelyek sajátos értékek vagy érdekek mentén jönnek létre s kezelnek felmerülő társadalmi problémákat<sup>9</sup>. Ugyanakkor az is jól megfigyelhető, hogy ezek az új, állami feladatokat átvállaló civil szervezetek merőben eltérnek a több évtizeddel ezelőttiektől, s erőteljesen magukon hordozzák a XXI. századi posztmodern társadalmak jellemzőit. Azaz: nem szilárd, évtizedeken keresztül változatlan formák és stabil tagság jellemzi őket, ellenkezőleg, az individualizálódó társadalom tarkaságát és változóképségét, ha tetszik illékonytágot tükröző szervezetekről van szó, amelyek egy-egy feladatra (issue-ra) jönnek létre és esetleg utána meg is szűnnek, miközben az egyének egyszerre több egyesülésnek a tagjai. Mindez a szinte a kaleidoszkópszerű, változó miliőtársadalom arculatának adekvát lenyomata, következménye egy alapjaiban megváltozott politikai és társadalmi helyzetnek.

A politikával mint olyannal, az establishmenttel szembeni, annak kritikájából kibontakozó társadalmi, civil mozgalmak gyökerei a '60-as évekig, a '68-as diáklázadásokig, az úgynevezett beatnemzedékig nyúlnak vissza. Lényeges különbség van azonban az akkori szerveződések és a mostaniak „filozófiája” között. A '60-as évek mozgalmi még forradalmi hevülettel rendelkeztek, s bár nem tettek különbséget a bürokratizálódott baloldal és jobboldal között, mégis jellegzetes jelszavuk volt: „menetelés az intézményeken át”. Azaz hittek abban, hogy „dolguk van” a politikai és igazgatási intézményekkel, forradalmi módon meg kell változtatni azokat, szabaddá és demokratikussá, s főleg emberségessé téve működésüket. 30–40 év alatt nagyot változott a világ; a 60-asok illúziói elkoptak, a '90-es évek és főleg a XXI. század fiataljai már azt mondanák (de azt se mondják): „menekülés az intézményektől”. Mondanak pedig azért, mert egyszerűen megszabadultak azoktól az illúzióktól, hogy az állam és a bürokrácia intézményeit meg lehet változtatni, hogy a nagypolitika intézményei emberbaráttá tehetők, illetve, hogy ezek az intézmények valaha is képessé válhatnak egy individualizáló társadalom és ennek tagjai gondjainak megoldására. Márpedig ha a pártok – a valahai civil társadalom küldöttei – állami intézményekké váltak és válnak, akkor a pártokkal kapcsolatos esetleges reformillúziók is végképp szertefoszlanak.

Az új, XXI. századi civil szerveződések tehát már nem kívánnak harcolni, „birokrakelni” az állammal és annak intézményeivel, így a pártokkal sem, nem kívánják ezen intézményeket radikálisan átalakítani. Ehelyett teremtenek egy alternatív életvilágot (utóbbi J. Habermas kifejezése), egy, az államtól független terrénumot, amely a saját törvényei szerint jár el, gondoskodik tagjairól, reagál a társadalmi kihívásokra és a lehető legemberközelibb megoldásokat igyekszik érvényre juttatni. Egy ilyen beállítottágú civil világ létével, működésével lényegében a politizálás, a politika hagyományos kereteit teszi zárójelbe, s egyben megkérdőjelezi az utóbbi autentikusságát, s főként a társadalomban eddig betöltött centrális szerepét. Ha ennek az „új típusú”, XXI. századi civil életvilágnak az elterjedését egy kicsit is komolyan vesszük – s rengeteg okunk van rá, hogy annak vegyük –, akkor felmerül egy olyan társadalmi berendezkedés, amelyben e civil szféra számára a hagyományos, „állami” politika – pártokkal együtt – nem lesz más, mint színező eleme a mindennapi kultúrának<sup>10</sup>.

A német politikatudósok általában nem vádolhatók azzal, hogy megmaradnának a jelenségek felszíni elemzésénél, s ne akarnának mélyebb következtetéseket is levonni. Ezúttal sem történt másképpen: a '80-as évek második felétől tíz éven át tartó fejtegetéseiket a pártundorról, a politikától való eltávolodásról, a válságjelenségekről immáron többen igyekeznek kritikailag újraértelmezni. Megteszi ezt például az Alemann–Heinze–Schmid szerzőtrío is, akik kijelentik, hogy a pártoktól való eltávolodás nem jelent általános elfordulást a politikától, sokkal inkább fokozatos lemondást a hagyományos szervezett állami intézményi keretektől, így a párttagságról és a pártkötődésről is. (Alemann et al 1998.) Hozzáteszik még – s ez számunkra a későbbiekben fontossá válik –, hogy a pártok funkcióinak meggyengülése mögött ott áll a médiavilág is, amelyik alapjaiban megváltoztatta a politika környezetét és ezáltal a pártokat is. (Hogy hogyan, arra még visszatérünk.)

Elmer Wiesendahl határozottan kijelenti, hogy a XXI. század elejére a pártokkal való elégedetlenség immáron „normális” jelenség lett, s ez már nem pusztán német, hanem európai s talán tágabban fejlett világbeli jelenség. A „válság” tehát már nem a pártok működésének válsága, hanem a kritika „hangjából” következő hangulat, amely a pártokat mint az állam integráns részeit illeti – nem túl dicsérő jelzőkkel persze. Ám ez egyfelől nem jelenti azt, hogy a pártok végvesztélyben volnának, hiszen mint állami intézményeket természetes módon illeti őket a „civil” kritika, másfelől azt sem jelenti, hogy az emberek „elfordultak” volna a politikától. Ellenkezőleg: a pártkritika éppenséggel a politikával való foglalkozás bizonyítéka (miközben amikor kell, azért a többség ma is elmegy szavazni és leadja voksát az egyik vagy másik „nem szeretem” pártra). Eközben

kialakulóban vannak a civil politikai létformák új keretei. Ha jobban belegondolunk, az internet, mint XXI. századi kommunikációs agóra sem feltétlen távolít el a politika hagyományos formáitól, sőt, megadja a közvetlen véleményformálás valódi lehetőségeit.

Mindezek alapján S. Immerfall kísérletet tesz arra, hogy tipizálja milyen módon változott meg a pártok funkciója a XXI. századra, milyen szerep és feladat hárulhat rájuk a nagy, romantikus pártharcok elmúltával. (Immerfall, 1998.) Állítása szerint a pártok funkciói egyfelől koncentrálódnak, ami azt jelenti, hogy sok régi funkciótól „elesnek”. Igaz, már nem is akarják felvállalni azokat, másfelől viszont egyértelműsödnek, racionalizálódnak és az adott kereteken belül elmélyülnek. Három funkciót lát karakterisztikusnak:

1. *Kormányzati funkció:* Az ország irányítása, vezérlése nélkülözhetetlen, s ezt a hagyományos pártok felvállalták. Számukra ehhez állnak rendelkezésre a legjobb feltételek, hiszen az utóbbi évtizedekben mind a baloldal, mind a jobboldal és a centrum – az SPD, a CDU/CSU és az FDP – kipróbálta magát a hatalomban, ismerik a kormányzás művészetét. P. Mair szavaival élve, mint egyfajta „public office holders” jelennek meg a választópolgárok előtt.

2. *Szolgáltató funkció* (Tertiarisierung): A pártok nem pusztán hatalmat gyakorolnak és kormányoznak, de elvárás velük szemben, hogy aki csatlakozik hozzájuk, az „győzelem” – de akár csak erős ellenzéki lét – esetén biztosan számíthassanak karrierre, érvényesülésre. Az ideológiai célok elkopásával nem marad más, mint a haszonelvűség, az individuális érdek, az „üzleti” egyezség. A pártok pedig, mint állami szervezetek, a legjobb feltételekkel rendelkeznek ahhoz – gondoljunk csak az 1967-ben bevezetett állami finanszírozásra –, hogy garantálják a hozzájuk csatlakozók előbbre jutását. A pártok ma már korántsem csak pártok, hanem széles társadalmi-politikai hálózatok, amelyek megjelennek a társadalom legkülönbözőbb szféráiban, s saját klientúrájukat juttatják megfelelő pozícióikba.

3. *A demokratikus politikai váltójáték-teljesítő funkció:* A választópolgárok ma már elfogadják azt, hogy két választási ciklus között a hatalomra jutott párt vagy pártkoalíció minden különösebb ellenkezés nélkül végigvigye politikai programját, és mint hálózat elfoglalja pozícióit a társadalomban, ám azt már nem tűrik el, hogy a kormányzás kirívóan teljesítőképtelen legyen, hogy a pozíciószerzés korlátlanul és önmérséklet nélkül eluralkodjon, s hogy ezáltal a korrupció az egekig emelkedjen. Ekkor felerősödik a választópolgárok igénye arra, hogy jöjjön a változás és a váltás, ehhez viszont egy országban legalább két – és általában két! – egyformán erős, a társadalomba széles körűen integrálódott hálózattal rendelkező pártra – ha tetszik állampártra – van szükség. Ha az állampárti verseny nem igazán

szimpatikus és nem is túlságosan demokratikus, mégis, a polgárok tisztában vannak azzal, hogy a civil szerveződések világával nem oldható meg egy ország irányítása. Ebből fakadóan, immáron ki tudja hányadszor a történelemben, a „nép” átruhazza a kormányzás felelősségét és terhét a nagy pártokra, de azt elvárja, hogy a végletesen el- és megromlott kormányzatokat leváltassa, és „a” másikat jutathassa hatalomra a demokrácia „hágyományos” eszközei segítségével.

Új típusú kapcsolatrendszer van tehát kialakulóban a nagy pártok és a társadalom tagjai között: ez leginkább egy haszonelvű társadalmi szerződésre emlékeztet, amelyben kölcsönös engedelmények árán kiszámítható munkamegosztás születik. Jó példa erre a 2001. májusi olasz parlamenti választás, amelyet Silvio Berlusconi jobboldali pártszövetsége nyert meg (érdekes fejlemény a pártszövetségek létrehozása is, amelyet éppen az kényszerít ki, hogy ma már feltétlenül erős hálózatu pártkormányzásra van szükség, az ideológiai probléma áthidalható). Berlusconi a kampányban „társadalmi szerződést” kötött az olasz néppel; ha megválasztják, öt pontban „tesz jót” velük és hozza sokkal jobb helyzetbe őket. Tiszta, ha tetszik üzleti beszéd és üzleti kapcsolat, amely jelzésértékű a XXI. századi politikát illetően.

A német pártok és pártrendszer funkcióváltásában, annak fő irányában nagyjából egyetértenek a politológusok, abban azonban megoszlanak a vélemények, hogy e változások a demokráciát válságba sodorják-e egy új és mély legitimációs válság által, avagy új egyensúlyok alakulnak ki. Abban azonban egyre határozottabban egyetértenek, hogy van egy terület, egy intézményrendszer, amelynek befolyása legerősebben gyakorol hatást a XXI. század politikai arculatára. Ez pedig a média világa, az a világ, amelyik eleinte csak „csendesén” kínálta fel terénumát a politikának, később azonban „elszemtelenedett”, s egyre inkább diktálni kezdte a politizálás, a pártverseny feltételrendszerét. Lássuk csak, hogyan?

## MÉDIA: KERETFELTÉTELBŐL NORMA?

Oskar Niedermayer írja az 1998-as szeptemberi német parlamenti választások és a kampány kapcsán, hogy azok most először teljes mértékben amerikanizálódtak, mégpedig leginkább a kampány minden eddiginél erőteljesebb *mediatizáltsága* következtében (Niedermayer, 1998.). A kampány meghatározó eseményei a média keretei között, több millió néző szeme láttára zajlottak, miáltal a médiumok formai és technikai adottságai, illetve az újságírók normái, követelményei, témaválasztásai, a szerkesztés elvei és gyakorlata kikerülhetetlen követelményeket állítottak a pártok és azok vezető személyiségei elé. Az 1998-

as pártverseny tehát nem pusztán meghatározott keretek között, de a pártok által meghatározottan zajlott, hanem medializáltan, a média sajátos szelekciós és tartalmi elvárásai közepette, ha tetszik, megváltozott játékszabályok között.

Talán nem véletlenül állította H. M. Kepplinger 1999-ben erre: mára odajutott a helyzet, hogy a médiában való eredményesség feltétele a politikában való eredményességnek.<sup>11</sup>

Tegyük fel azonban a kérdést: vajon hogyan és miért válhattott képessé a média egy ilyen diadalmenetre, amely azt sejteti, hogy a XXI. században joggal beszélhetünk majd mediatisztált politikáról vagy egyszerűen csak médiapolitikáról?

A válaszhoz vissza kell utalnunk arra, hogy a televízió azokban az évtizedekben ('60-as, '70-es évek) vált tömegessé, amikor a nagy tömegpártok hagyományos választói bázisa csökkenni, erodálódni kezdett, s ezáltal e pártoknak új szimpatizánsokat, új választókat kellett megnyerniük az egyre szélesedő középosztályból. A televízió, illetve a média pedig kapóra jött, hiszen mint kitűnő technikai adottság, általa milliókhoz lehetett eljutni a politikai üzenettel, milliók szimpátiáját lehetett egy-egy jól sikerült pártelnöki beszéddel vagy nyilatkozattal megszerezni.

A média tehát, amely eredetét tekintve nem kívánt politikai üzenethordozó lenni, a XX. század végi politika és pártverseny új keretfeltételeit teremtette meg, a pártok ettől kezdve energiáik döntő részét a médiumokban való sikeres szereplésekre koncentrálták, s ennek megfelelően alakították át pártszervezetüket: média-tanácsadókat, marketingcégeket, médiakampánystábokat alkalmaztak, azaz professzionalizálták a médiafellépéseiket, médiapolitizálásukat.

Mindezek következtében a televízió, a médiumok eltömegesedésének első szakaszában a pártok saját céljuk érdekében kezdték használni ezeket az eszközöket, mintegy birtokba vették azokat, meglátva bennük az óriási lehetőséget. A média vezetői, munkatársai pedig tudomásul vették ezt, annál is inkább, mert ebben a kezdeti időszakban szükségük is volt a (párt)politikusokra piaci céljaik elérése, népszerűségük növelése, létük „természetessé tétele” érdekében.

Ez a szakasz azonban – amelyben a pártok és politikusok „használták” a médiát, amely „eltúrte” ezt a technikai szerepet – nem túl sokáig, a '60-as évektől talán a '80-as évek végéig tartott Németországban. A két fél pozíciói ugyanis lassacskán megváltoztak: a média elterjedt, népszerűvé vált, szinte minden háztartásban jelen volt, míg a pártok fokozatosan veszítettek vonzerejükből, attraktivitásukból. Egyre kevésbé volt fontos a médiumok irányítói számára, hogy a pártok igényeit szolgálják ki, s egyre inkább voltak úgy, hogy most már a politikusoknak kell alkalmazkodni az általuk megszabott követelményekhez. Azaz, szerepeljenek úgy és olyan feltételek között, amelyek a

média népszerűségét, nézettségét növelik, hiszen a szereplés elsősorban nekik fontos és nem a szerkesztőknek.

Ez a trendváltás különösen egyértelművé és látványossá vált a kelet- és közép-európai kommunista rendszerek bukása, a kommunista tábor szétesése után. Ezek után ugyanis megszűntek, szétolvadtak a nagy rendszerváltó célok és illúziók, melyeket persze különösen a baloldal dédelgetett, de ez a jobboldal számára is új helyzetet teremtett, hiszen most már a hozzájuk való feltétel nélküli ragaszkodás, elkötelezettség is veszített értelméből. Nem beszélve arról, hogy a korszakváltás Németországban együtt járt a két német állam 1990-es újraegyesítésével (Wiedervereinigung), amely után már a politikának egyértelműen a gyakorlatban kellett bizonyítania képességeit, társadalomjobbító szándékait.

A probléma azonban éppen itt keletkezett: az 1990 utáni Németországban nem valósult meg a Kánaán, gazdasági visszaesés következett be, erőteljesen megnövekedett a munkanélküliség, a keleti tartományok felzárkózása elmaradt, társadalmi feszültségek jöttek létre a bevándorlás körül stb. A nagy pártok – a CDU és az SPD – népszerűsége jelentősen és látványosan csökkent, a pártokkal szembeni évekkel korábbi bizalom szinte semmivé foszlott.

Miért jött szinte „utolsó mentsvárként” a nagy pártok, de részben a többi párt számára is a média? Kettős okból is. Egyfelől azért, mert a korábban hirdetett megváltó ideológiák elvesztették jelentőségüket a választópolgárok előtt, viszont a létrejött úrt pótolni lehetett a pártok szakmai hozzáértésének, kompetenciájának felmutatásával, a problémamegoldó képességük bizonyításával, „életképességük” és gyakorlatiasságuk – ha tetszik pragmatizmusuk – széles körök előtti bizonyításával. Nos, ehhez kínált szinte tálcán terepet a média, amelyben a pártpolitikusok milliók előtt bizonyíthatták be – ha tudták – most már nem ideológiai elkötelezettségüket, hanem gyakorlatias, polgárközeli rátermettségüket.

Másfelől, ha sem az ideológia, sem a program, sem a vízió nem meggyőző, akkor ott vannak a párt személyiségei. Egyének, szerencsés esetben karizmatikus vezetők, akik a maguk hitelenségével, bizalomgerjesztő attitűdjeivel és szakmai kompetenciájukkal újra maguk mellé állíthatják a választókat. Így tehát a válságból két, médián keresztül kivezető út, a *pragmatizáció* és a *perszonalifikáció* mutatkozott a pártok számára. Azonban ez már korántsem teljesen önkényes „választás” volt a pártok részéről: a '90-es évekre már a média „támadásba” ment át, egyre határozottabban megszabta azt, hogy milyen feltételek és tartalmi elemek, tematikák, megjelenési formák, időtartalmak stb. között kerülhetnek képernyőre a pártpolitikusok. A dezideologizáció és ebből következő pragmatizáció, illetve programok helyett a perszonalifikáció már a média

elvárásrendszere volt, amelyhez a pártoknak alkalmazkodniuk kellett. A kétféle cél a '90-es években és napjainkban részben összetalálkozik, részben nem, hiszen az egyik oldalnak szereplésre, népszerűsége van szüksége, a másiknak információra – s ezáltal sajátos „csereszabatos viszony jön létre változó függőségekkel” (Hoffmann-Riem, 1998) a politika és média között –, ám a két fél közötti megegyezés, ha tetszik kompromisszum egyben átalakítja a XXI. századi politizálás és pártverseny játékszabályait, s részben tartalmát, tétjét is.

Oskar Niedermayer fejti ki (Niedermayer, 1999), hogy az 1990-es újraegyesítő és rendszerváltó választásokon még – talán utoljára! – nem a média játék- és tematikai szabályai uralkodtak, ugyanis a Wiedervereinigung mint politikai és (még) ideológiai tematika olyan erős történelmi erővel bírt, hogy a pragmatizmus és a perszónifikáció alig-alig került elő. Ezzel szemben 1994-ben az utóbbiak hatványozottan megjelentek, ám az igazi áttörést mégiscsak az 1998-as választások hozták meg. Ekkorra már a médiakampányban egyre inkább a kancellárjelöltek kerültek a középpontba, szinte „minden” Helmut Kohl és Gerhard Schröder párviadaláról szólt, miközben újra és újra rövid pragmatikus kérdésekkel faggatták őket a riporterek.

A szerző azt is hangsúlyozza, talán nem véletlen, hogy 1994-ben miért a CDU, 1998-ban pedig miért az SPD nyerte meg a választásokat. 1994-ben már mindenki várta a lendületét veszített Kohl-kormányzat bukását, ám mégsem így történt. Az 1994-es kampány során ugyanis a CDU egyértelműen a médiára koncentrált, Kohl még létező népszerűségét igyekezett teljes erővel meglovagolni. Ezzel szemben az SPD – kicsit még XX. századi módon – nem vette igazán komolyan a perszónifikációt, a programra koncentrált, a baloldali célokra, s nem igazán volt képes dönteni a vezető személyiségek – R. Scharping, G. Schröder, O. Lafontaine – között, inkább – igazi „szociáldemokrata” módjára – a kollektív vezetés tényét hangsúlyozta. Ráadásul a végül is kancellárjelöltté megtett Scharping nem volt igazán karizmatikus figura, nem is beszélve arról, hogy a médiaszereplések helyett kerékpáron járta a tartományokat.

Eredmény: a CDU nagy meglepetésre újra – immáron sorban negyedszer – megnyerte a választásokat.

1998-ra viszont nagyot fordult a kocka: a szociáldemokraták egyértelműen és tudatosan a médiát vették célba, minden energiájukat a jó médiaszereplésekre koncentrálták. Tanulva a négy évvel azelőtti hibából, igen gyorsan „perszónifikálták” a pártot; Gerhard Schröder lett az egyértelmű jelölt, az egész kampány róla szólt, Lafontaine-t igen tudatosan egy fél vonallal hátrébb tolták. Ezen túl pedig – s ez a legkevésbé sem mellékes! – egy, a baloldali ideologizmust háttérbe toló centrumpolitikát hirdettek meg, mely kifejezetten pragmatikus gazdasági és szociális célokra orientálódott. Jelszavuk volt: „innováció és igazságos-

ság”. Schröder plakátjain meghirdette „Az új közép” (Die neue Mitte) hívószavát, amely igencsak erősen asszociált Tony Blair „harmadik út”-koncepciójával. Schröder egy másik kulcsmondata: „nem mindent másképp, de mindent sokkal jobban” kiválóan érzékeltette az ideologikus célok háttérbe tolódását, a folytonosság hangsúlyozását és a pragmatikus javítási-jobbítási szándékot.

Eközben a CDU „nem tanult és mindent elfelejtett”, ugyanis sajátos módon Kohl ekkor inkább közvetlen kapcsolatokat keresett a választókkal, mintsem a médiát vette volna célba. Igaz, ekkorra már láthatóan kifulladt, a médiumokban Schröder minőségileg dinamikusabbnak, meggyőzőbbnek és nem utolsósorban „mediatívabbnak” is hatott.

Niedermayer külön felhívja a figyelmet arra, hogy 1994-től kezdve a pártok már külön reklámügynökségeket alkalmaztak, amelyek mint „külső partnerek” vezették a kampányokat, miközben – ezzel párhuzamosan – a hagyományos kampányszervezetek elhaltak. A CDU is, az SPD is rengeteg média-tanácsadót foglalkoztatott és foglalkoztat, s mindez fokozatosan megváltoztatja a pátszervezeti működés belső súlypontjait. Azt lehet mondani, hogy a pártok a médiakampányokra koncentrálva, ennek megfelelően professzionalizálják tevékenységüket, ami a pártműködés jellegének nagyfokú átalakulására utal a XXI. században.

Mindezek után próbálunk meg válaszolni a kérdésre: milyen módon, hogyan alakítja át a média a pártpolitizálás, a pártverseny, egyáltalán a pártok működésének jellegét? S mit jelent ez a pártok társadalmi-politikai szerepének átalakulása, esetleges funkcióváltása szempontjából?

A válasz megkísérléséhez W. Hoffmann-Riemen hozom segítségül, aki egy rendhagyó tanulmányt publikált (Hoffman-Riem, 2000). Ő ugyanis jogtudósnak indult, majd egy időre beszállt a politikába – hamburgi szenátor lett –, majd nemrég otthagyta a politikát és ismét jogtudóssá lett. Kiszállva a „ringből”, ézúttal arra vállalkozott, hogy a média és a politika szinte forradalmian megváltozott viszonyát a saját, személyes tapasztalatain keresztül mutatja be. Szellemes írásában sokoldalúan fejti ki, milyen esetei voltak a médiumok vezetőivel, munkatársaival, s ezekből jó néhány fontos tanulságot szűr le.

Az ő megfigyelései, illetve más szerzők<sup>12</sup> munkái alapján teszék kísérletet arra, hogy sorba rendezzem a média politikai „szerepvállalásának” jellegét. Azaz, hogy milyen elvárásokat hordoz, fogalmaz meg – direkt vagy indirekt módon – a pártok felé, s ezeknek milyen következményeik lehetnek – vagy vannak:

1. *Perszonifikáció.* A vizuális hírközlésben semmi sem számít csak az egyén, a karakter, rajta keresztül válik valamilyen –

például politikai – mondanivaló vagy hitelessé vagy hiteltelen-né. A kamera „levetkőztet”, szinte mindent elmond az egyénről, a politikusról. Programok, elvek, ködös célok egyszerű elmondása, felolvasása szóba sem jöhet, mert teljességgel unalmas és semmitmondó. Következmény a pártokra nézve: az a párt, amelyiknek nincs karizmatikus vezetője, s nincsenek erős, meggyőző karakterű másodvezetői, elveszett.

2. *Pragmatizáció.* A média véleménye: az embereket, a választópolgárokat ma már egyáltalán nem érdeklik az ideológiák, sokkal inkább arra várnak, hogy a konkrét életük kézzelfogható problémáira adjanak választ a politikusok, a pártok. Ezért a médiumok szerkesztői a pártpolitikusokkal való interjúkat, kerekasztal-beszélgetéseket tematikailag ennek megfelelően építik fel, s mivel mindig az interjút készítő az „aktív”, ő irányítja kérdéseivel a beszélgetéseket, vitákat, ezért a pragmatikus kérdések (adó, szociális ellátás, munkanélküliség, bevándorlás, családi pótlék, táppénz, lakásprogram, bérek stb.) döntővé válnak. Következmény a pártokra nézve: ha sikeresek és népszerűek akarnak lenni, alkalmazkodniuk kell a média által képviselt „népigényhez”.

3. *Egyszerűség, közérthetőség.* A média növelni kívánja a nézettségét, ezért döntően és elsősorban az „átlagnéző” műveltségi és felkészültségi szintje a mérvadó számára. Ebből következik, hogy a politikusokat egyszerű beszédre, szóhasználatra igyekszik kényszeríteni, aminek számos riporter-szerkesztői eszköze van. (Újbóli rákérdezés, eljátszása annak, hogy nem érti a választ stb.) Emellett a rövid és tömör fogalmazás is követelmény, hiszen a politikai műsorok ideje rövid, hiszen a nagyérdemű 10–20 percnél többet nem bír a politikából elviselni. Eszköz: gyakori közbeszólás, belekérdezés, belefojtás, a téma lezárása stb. Következmény a pártokra nézve: tetszik, nem tetszik, a politikai programot és mondandót a médiában is „eladhatóvá” kell tenni, hogy eljusson azokhoz, akikhez a párt szeretné eljuttatni.

4. *Hajlam a populizmusra.* A média igencsak hajlamos – Hoffmann-Riem kifejezésével élve – a „trendszörfözésre”, azaz arra, hogy nagyon gyorsan és kritikátlanul magáévá tegye az éppen aktuális közhangulatot és közvélekedést a legkülönbébb témákban. (Hoffmann-Riem erre példát is hoz az igazságszolgáltatással szembeni tömegigényből, amely összefoglalható a „Rend és szigor” követelésében.) A „trend” áthatja a nemzetközi szemléletet, az újságírói kérdéseket, s ezzel már voltaképpen egyfajta véleményalakítás-terelés is zajlik. A politikus a korkívánalmakkal szembeül, s ilyen helyzetben igen könnyű elcsábulni, ami egyenes úton vezet a populizmus „karjaiba”. Követ-

kezmény a pártok számára: a média „trendimádata” okán igen keskeny pallón járnak, ha nem kívánnak egyébként bonyolult kérdéseket úgy leegyszerűsíteni, hogy az már ne a valóságot és a valóságos problémát tükrözze.

5. *Hírérték.* A szokásos újságírói szlogen: „nem az a hír, ha egy kutya megharap egy embert, hanem ha egy ember megharap egy kutyát” a politikai műsoroknál is érvényesül. Egy „szimpla” pártmunka, egy szokványos kormányzati tevékenység nem hír, kampányban egy unalmas programbeszéd nem hír. Következmény a pártok számára: a pártoknak eredeti, újszerű, bombasztikus ötletre van szükségük ahhoz, hogy a média kiemelten foglalkozzon velük. Egyszerűen be kell kalkulálni a politikai cselekvésbe a médiát, a média igényeit, s ez új és másfajta felkészültséget igényel. A párteseményeket, a pártevékenységet a médiához igazítva kell menedzselni, mert hiszen mit ér egy sajtótájékoztató, ha arra nem jön el egyetlen újságíró sem?

6. *Vitaszellem.* A médiumok szerkesztői élénkké, élvezetessé kívánják tenni a politikai műsorokat, ezért egyre inkább preferálják a vitákat, a szembenálló pártok képviselőinek „párbaja-it”. Kétségtelen, hogy ez az igény szerencsésen találkozik a demokrácia szellemiségével, a nézetek, értékek és vélemények ütköztetése igényével. Ugyanakkor a vitaszellem „szerkezeti” megrendezése, „strukturálása” meghatározott szerepekbe is kényszerítik a politikusokat. A szereposztás okán – kormányzat-ellenzék, bal-jobb stb. – a feleknek mindig vitakozniuk kell a másikkal, mert különben nem felelnek meg a szerepnek, és kihullanak a rostán. Ebből pedig egy muszáj-szembenállósdi alakul ki, amely a konfliktust tolja előtérbe, és a lehetséges és szükséges konszenzusok háttérbe szorulnak. Következmény a pártok számára: a pártoknak mindenképp jó debattőröknek kell lenniük, viszont ez néha saját céljaiknak is ellentmond.

7. *Megjeleníthetőség (vizualizálhatóság).* Hoffmann-Riem írja le tréfásan, (Hoffmann-Riem 2001) hogy akkor vált belőle igazi médiasztár, amikor egy sajtótájékoztatón a házi őrizet börtönként ellenőrizni hivatott elektronikus szerkezetet illusztrációként a saját zoknijára erősítette és kipróbálta. Másnap minden tv-csatorna és napilap erről közölt képeket és erről számolt be, a jelenet minden más tartalmi kérdést háttérbe tolt. Valóban: a média, pontosabban a meghatározó fajsúlyú televízió népi műfaj, így nem nélkülözheti a vizuális látványosságokat – még a politikában sem. Következmény a pártok számára: amikor kampányra készülnek akkor bizony a látványos, jól megjeleníthető akciókat és jeleneteket sem nélkülözheti. Ehhez pedig természetesen új, a pártok táján eddig sosem látott szakértőket

és stábokat (reklám-, berendezési, dizájn-, PR-, marketing-, happening- stb. szakembereket) kell alkalmazniuk, s lassan, a szemérmert félretéve a pártszervezetbe integrálni.

Míndezek a fent leírt követelmények egyre határozottabban és markánsabban jelennek meg a pártok előtt, még akkor is, ha azokat még egyetlen tv-szerkesztő sem fogalmazta meg nyilvánosan. Ahhoz a következtetéshez jutunk tehát vissza, amit Kiplingertől idéztünk, vagyis, hogy a médiában való eredményesség feltétele lett a politikában való eredményességnek.

Ugyanakkor azonban mégse gondoljuk azt, hogy ebben a viszonyban az egyik fél, a média csak nyer, a másik fél, a párt csak veszít. Ez egy olyan csereszabatos viszony, változó függőségekkel (Niedermayer), amelyben ugyan a média igen erőteljes pozíciókat szerzett a pártok népszerűségvesztése okán, de a pártok is lényeges előnyökhöz juthatnak a média felhasználásával.

Kérdés azonban, mit történik a politikával a mediatizált pártverseny és politizálás korában? Kitisztul-e a szemünk, mint Pál apostolé felnőtt korára, avagy kapunk egy képet, amelyen át „tükör által homályosan” láthatjuk a politikát? Nos, a médiaszakértő és politológus Kepplinger szerint a média által előállított valóság tulajdonképpen a média által orientált és csinált valóság, azaz – s ez már a saját fogalmam – „*mediavalóság*” (Kepplinger, 1999). Megítélése szerint a politikai aktorok – a pártok – már rendelkeznek olyan motívumokkal és célokkal, amelyeket a média segítségével kívánnak elérni. Ezért kezdeményeznek, mediatizálnak olyan eseményeket, amelyek a média számára várhatóan fontosak és érdekesekek lesznek, azaz, az újságírók szelekciós kritériumai eleve benne foglaltatnak az elképzeléseikben. Ennélfogva a pártok célzott „eseménymenedzsmentet” alkalmaznak.

Kepplinger azonban azt is hozzáteszi, hogy ha így sikereket érnek is el a médiában és ezáltal a közvéleményben a pártok, ez pirruszi győzelem, ugyanis az előállítás, a bemutatás racionalitása túllép az előállított racionalitásán. Mindebből pedig arra a – meglehetősen vaskos – megállapításra jut a szerző, hogy ebben az új állapotban a luhmanni rendszerelmélet megbukik, ugyanis a politika mint alrendszer már nem a társadalmi környezettől, a társadalmi történések által, hanem egyetlen, félig-meddig belső szféra, a média törvényei és elvárásai által vezérelt. Míndez pedig szerinte oda vezet, hogy a politikusok a média hálójában találják magukat, cselekvési szabadságuk korlátozódik.

Hoffmann-Riem tovább boncolja a témát, s arra a következtetésre jut, hogy a médiatudósítások újságírói konstrukciói a valóságosak (Hoffmann-Riem, 2001). Igaz – teszi hozzá – a politika maga is konstrukciója a valóságnak, s innentől kezdve már

nehéz a határokat megállapítani. Tény azonban – állapítja meg –, hogy a média jelenlegi állapotában sokszor akadálya annak, hogy sok fontos információ eljusson az emberekhez a pártokról és a politikáról, a politika árnyaltabb és bonyolultabb működéséről. Ezáltal pedig szerinte a média nem feltétlenül a legjobb információtovábbító, hanem sokkal inkább egy olyan faktor, amely a társadalmi és politikai valóság aktív, néha stratégiaileg alárendelt újraformálását adja, döntően a média piaci elfogadhatósága érdekében.

Hoffmann-Riemnek a médiával szembeni – nem kevésbé szubjektív – erős kritikája igen fontos és tanulságos, ám jómagam némileg árnyaltabban ítélném meg a média és politika új, ha tetszik XXI. századi viszonyát.

Induljunk ki abból: valóban igaz az, hogy a média szerepe és társadalmi pozíciója alapján megváltozott az utóbbi évtizedekben? Igaz az, hogy már nem pusztán játéktere, keretfeltétele a pártversenynek, hanem sokkal több ennél?

Azt hiszem erre a kérdésre megalapozottan lehet igennel válaszolni. A média ugyanis, látva és érzékelve a pártokkal szembeni bizalomvesztést, a pártoktól való elfordulást, s egyben jól felfogott saját érdekei alapján is, kilépett a „háttérből”, s bizonyos értelemben valóban a politikai verseny, a politizálás alakítója, szereplője, részben tartalmi meghatározója lett; olyan öntőformákat alakított ki a politika számára, amelyhez igazítaniuk kell magukat a pártoknak, ha sikeresek akarnak lenni vagy maradni. Ez kétségtelenül meglepő és szokatlan, s nyilvánvalóan sokak számára rémisztő is, ám érdemes azt is figyelembe vennünk, hogy mi áll az egész változás hátterében.

Észre kell ugyanis vennünk, hogy a média nem tett mást, mint *felvállalta a visszahúzó, pártoktól elforduló civil társadalom szerepét*. Hiszen mi történt? A pártok eredeti forrásai, a civil társadalom csoportjai, a választópolgárok azt tapasztalták, hogy a régi, hagyományos pártok már nem képesek hihető illúziókat adni, sőt az emberek problémáit sem tudják hosszú távon orvosolni – vagyis elvesztették régi funkcióikat, régi képességeiket. Reakcióképpen az állampolgárok egyfelől elfordultak a pártoktól – különösen igaz ez a fiatalokra –, másfelől a hagyományos pártoktól és politikai intézményektől teljesen független politizálási formákat kerestek: civil szerveződések hoztak létre, nem is keresve már kapcsolatot az ő régi-régi „üzenethordozókkal”. Nos, ebbe az ürbe, ebbe a légüres politikai térbe türemkedett be a média, s arra tett-tesz kísérletet, hogy a civil társadalom, az állampolgárok szószólójaként lépjen fel, ha kell szemben a politikával, a pártokkal.

Jó ez így? Helyettesítheti-e a média a hús-vér civil társadalmat? Egyfelől erre az válaszolható, hogy miért is ne, hiszen maga is a civil társadalom része. Másfelől az is mondható – s ráadásul joggal –, hogy a pártok, az állampártok és a társadalom

teljes eltávolodása egymástól hosszú távon bizonyosan legitímációs, sőt rendszerszintű válságokat okozhat (a választásokon túrheteritlenül alacsony részvétel, a törvények kijátszása stb.), s ebből a szempontból a média igyekezete üdvözlendő. S valóban, a média alkalmas arra, hogy új színben jelenítse meg a politikát a nyilvánosságban: a politikusokat emberközeli hozza, gyakorlatias, életközeli problémákra irányítsa őket, megtanítsa őket a „nép” nyelvén beszélni és így tovább. Ezáltal pedig a média sokat tehet azért, hogy a politikát és a pártokat újra visszamelje a maga jelentőségébe, hogy újra legyen értelme társadalmi vitákat folytatni a közügyekről, a nagypolitikáról.

A média tehát – s ez valóságos előny és erény –, mint kvázi civil társadalmi képviselő, sokat tehet a politika rehabilitálásáért, a demokrácia megmentéséért. Igen ám, csakhogy a médiának megvannak a maga sajátos, csak rá jellemző érdekei és céljai, s ez mégiscsak torzítja az elvileg és elvontan támogatható szerepvállalását. A civil érdekképviselőt ugyanis két szempontból torzul. Az egyik abból adódik, hogy a média nem képes a civil társadalmat a maga tagoltságával, érdek- és értékmegosztottságával együtt képviselni. Számára a nézettség növelése mégiscsak a legfontosabb érdek, ezért a „nagy átlag” szempontjait igyekszik megjeleníteni. Létrehozza, megkreálja a civil társadalom egyetlen, hatalmas átlagemberét, s az ő vélt vagy valós érdekeiből, szándékaiból és sztereotípiáiból indul ki. Ebből viszont az következik, hogy szimplifikálja a pártokkal, politikusokkal szembeni elvárásokat, teret ad a populizmusnak, s részben elzárja az utat a politika működésének mélyebb megértése előtt. Ami egyfelől előny – mármint a politikusok újbóli közelkerülése a mindennapi problémákhoz, a politika életközeli vétele –, az másfelől hátrány, mert óhatatlanul korlátozza a politikával kapcsolatos tisztánlátást, illetve – s ez legalább olyan fontos! – az állampolgárokat is „egy karámba tereli”, felülről szimplifikálja a politikával kapcsolatos igényeiket, korlátozza a több ismeret, árnyalt tudás és látásmód iránti esetleges vonzódásukat. (Sokszor tapasztalhatjuk például, hogy egyes televíziós politikai viták során, a műsorszerkesztés következtében nem is marad más esélyünk arra, hogy eldöntsük, A-nak vagy B-nek van igaza egy szakpolitikai kérdésben, minthogy külsődleges jegyekre figyelünk oda: ki érvel hatásosabban, ki a higgadtabb, a magabiztosabb, ki beszél pontosabban stb. Mindez nyilván a mediatív megjelenés következménye, holott könnyen előfordulhat, hogy „homályosan” látunk: minden külsőség ellenére a rosszabbul beszélőnek, az idegesebbnek, a kevésbé attraktívna van tárgyyszerűleg mégis igaza. Ám lehet, mire erre rájövünk, már késő.)

A másik torzulás pedig abból adódik, hogy a média óhatatlanul egy folyamatos vizuális alkotás, ha tetszik művészeti ág. Ebből fakadóan pedig a médiának a politikából, pártversenyből is

a nézők számára vizuális élményt kell formálnia, mert enélkül a média mint műfaj meghal. Ebből viszont az következik, hogy a politika valóban show-műsorrá válik, nagy vitákkal, különleges karakterekkel, héroszokkal, populistákkal és pojacákkal, hatalmas kirohanásokkal és látványos beszédekkel – ám a politika valójában tényleg nem alakítható át show-vá, mert olyan társadalmi feladatai vannak, amelyeknek egy része mindenféle show-tól mentes, ha tetszik „nem vizualizálható” aprómunka.

Így tehát az a véleményem, hogy a média civil társadalmi szerepvállalása sok tekintetben pozitívan értékelhető, hiszen egy szakadékot kíván áthidalni, ám e szerepvállalás valószínűsíthetően csak részeredményeket érhet el és el is torzulhat, hiszen e szférának – ha tetszik Parsons és Luhmann után „alrendszernek” – megvannak a sajátos belső céljai és érdekei. Ebből kiindulva pedig a politikát kreálja, alakítja a saját jellemzői felé, illetve azokhoz próbálja domesztikálni. Márpedig, ha abból indulunk ki, hogy a politikai aktorok, a pártok saját hatalmi céljaik elérése érdekében már eleve kreálják a valóságot – a valóság az anyag, amelyet a pártpolitikává gyúrnak át –, s ha ehhez hozzávesszük, hogy e kreált politikavalóságot a média tovább kreálja, *s így létrejön a kreáció kreatúrája*, akkor tényleg nem lehetünk teljes mértékben elégedettek.<sup>13</sup>

Összegezve megállapítható, hogy a médiavilág volt az, amelyik a német pártok '90-es években felerősödő válságára reagált, illetve az általa is hangoztatott kritikák mellett megpróbált bizonyos gyógymódokat is adni. Mindennek következtében nem alaptalanul beszélhetünk a XXI. század elején *a mediatisált politika, avagy egyszerűen médiapolitika korszakának nyitányáról*. Az is tény, hogy a média a pártok funkcióváltozását is elősegítette, inspirálta; s e törekvésük nagyrészt találkozott a pártok egyébként is meglévő átalakulási törekvéssel. Főként két vonatkozásban igaz ez: egyfelől a gyakorlatias, problémaorientált politizálás felé orientálás a pártok állami, kormányzási funkcióját erősítette, illetve a látványos, vitatkozó politikai kultúra erőltetésével pedig a világos politikai alternatívák, a politikai váltójátéknak való megfelelés funkciója felé presszionálta a pártokat – s e két dolog nem volt, nincs a pártok ellenére.

Ugyanakkor viszont az is tény, hogy a média a pártok elkerülhetetlen funkcióváltását részben túlgenerálja, részben más formában, módon eltorzítja. Mind a pragmatikus, itt és most problémamegoldó funkciót, mind a vitaszellemet, versenyt lecsupaszítja, „kilúgozza”, miáltal szinte nem marad hely a jövőképek, hosszabb távú koncepciók, értékek érvényre juttatására, illetve a konfliktusok mellett a megfelelő számú, szükséges és nélkülözhetetlen konszenzusok megkötésére.

A végére eljutottunk tehát a kiindulópontoz: a médiavilág elősegíti, inspirálja a pártok funkcióváltozásának folyamatát, ám egyben létrehozza a mediatisált politikát, a médiapolitika

uralmát, amellyel egyben új problémákat is kelt a pártok és a társadalom viszonyának XXI. századi történetében.

## ZÁRSZÓ

Foglaljuk még egyszer össze igen röviden, hogy a német pártok és pártrendszer jelenlegi válságáról és funkcióváltásáról szóló fejtegetések során milyen következtetésekre jutottunk.

1. A pártok hagyományos pártbázisaik felolvasása, a kommunista rendszer széthullása, illetve saját problémamegoldó képességük látványos megroppanása következtében válságba jutottak, elvesztették hagyományos kapcsolataikat a választópolgárokkal, s fokozatosan állampártokká, állami intézményekké váltak.

2. A választópolgárok minderre reakcióképpen látványosan megvonták bizalmukat a pártoktól, s a politizálás új útjait keresték-keresik a civil szervezésekben; s ez főleg a fiatal korosztályoknál jellemző. Nem kívánnak harcba szállni a pártokkal, nem kívánják megváltoztatni őket, egyszerűen önállóan keresnek megoldásokat állandó és változó problémáikra.

3. A pártok talán a macskákhoz hasonlítanak, amelyek mindig talpra esnek, ugyanis válsághelyzetükből igyekeznek kikászálódni, mégpedig a „szükségből erényt kovácsolás” módszerével. Sok-sok funkciójukat levetve magukról, mint professzionális kormányzati tényezők, mint nélkülözhetetlen demokratikus aktorok, illetve mint a hozzájuk csatlakozók számára karrierlehetőséget nyújtó szolgáltatóintézmények, társadalmi hálózatok jelennek meg. A választópolgárok pedig nem tiltakoznak a funkcióváltás ellen, hiszen a kormányzáshoz valóban a pártok adottságai a legjobbak, a társadalomvezérlés feladatait a civil szféra nem tudná magára vállalni.

4. Az egész válságfolyamat és funkcióváltás „menedzselőként” megjelenik és centrális szerephez jut a média, amelyik mint kvázi civil társadalom igyekszik áthidalni a pártok és a polgárok között keletkezett szakadékot, támogatja a pártok pragmatizálódását, emberközelségét, a politika perszifikációját.

5. Ugyanakkor a média új szerepében gyakran torzítja is mind a pártok, mind a választópolgárok politikáról, annak társadalmi szerepéről alkotott képét, a politika által kreált valóságot tovább kreálja s ezáltal megnehezíti a politikai mozgást és tájékozódást.

Miközben tehát sok minden lassacskán tisztázódik a pártok körül, megszűnnek velük kapcsolatban a régi illúziók, addig ezzel párhuzamosan máris megjelennek a mediatizált politikavilág új tehertételei.

Elkezdődött tehát a XXI. század új „meséje”.

## JEGYZETEK

- <sup>1</sup> Vö.: Alemann et al 1998.
- <sup>2</sup> A jelenséget átfogóan kifejti a 3. lábjegyzetben hivatkozott mű is: Immerfall 1998.
- <sup>3</sup> Vö.: Alemann et al 1998. és Alemann 1997.
- <sup>4</sup> Elmer Wiesendahl részletesen tér ki a kérdésre: Wie geht es weiter mit den Grossparteien in Deutschland? Aus Politik und Zeitgeschichte, 1998/B1–2.
- <sup>5</sup> Id. mű.
- <sup>6</sup> A pártpatronázs fogalmi és empirikus kérdéseiről lásd: Körösnéyi 1996.
- <sup>7</sup> A fogalom eredeti bevezetésének és kifejtésének helye: Katz–Mair 1995.
- <sup>8</sup> Vö.: v. Armin 2000.
- <sup>9</sup> E jelenséget két szerző is alaposabban kibontja. Niedermeyer 1999. és Gabriel, O. W. 1999.
- <sup>10</sup> Erről bővebben: Alemann et al 1997, illetve jómagam is foglalkoztam a problémával: Fricz 2000.
- <sup>11</sup> H. M. Kepplinger téziséét W. Hoffman-Riem (2001) idézi.
- <sup>12</sup> Az egyre növekvő számú, a média és a politika viszonyával foglalkozó német nyelvű irodalomból ehelyütt hármát emelnék ki. Luhmann, 1996.; Meyer–Kampmann, 1998. és Sarcinelli, 1998.
- <sup>13</sup> Ennek a jelenségnek egy egészen eltorzult példája Magyarországon figyelhető meg. Adva van egy kisgazda vidékfejlesztési miniszter – már nem az –, aki totálisan populista módszerekkel beszél minisztériuma sikereiről, miközben statisztikai adatok szinte minden állítását nyilvánvalóan cáfolják, a mezőgazdaság látványos fejlődése helyett a szféra visszaesése, válsága a valóságos helyzet. Nos, ezt a már alaphelyzetben is valóságkreáló, valóságtorzító populista politikust szinte naponta többször szerepelteti a média. Miért? Azért, mert az említett politikus minden elemében megfelel a show, a látványosság követelményeinek: színjátszik, előad, szenved, humorizál, mennydörög – azaz mindent tesz, amit a színházi nézőtéren vastappsal honorálunk. A baj csak ott van, hogy a média ezáltal egy politikai bohócnak ad centrikus szerepet, s ezáltal a politikailag kreált képet tovább kreálja: úgy tünteti fel, mintha a kisgazda pártelnök szavainak súlya lenne, s ezáltal mintha azoknak a valósághoz bármilyen köze lenne, illetve – ami még rosszabb! –, úgy tünteti fel, mintha a magyar politikusok „krémje” olyan emberekből állna, mint a kisgazda pártelnök, sőt mintha ez volna a kiemelendő minta. Csoda-e ezek után, ha a magyar választópolgárok nagy része nevetve és szomorúan fordul el a politikától?

## IRODALOM

- Alemann, v. U. –Heinze, G. R. –Schmid, J.: Parteien im Modernisierungsprozeß. Aus Politik und Zeitgeschichte, 1998/B 1–2.
- Alemann, v. U. –Heinze, G. R. –Schmid, J.: Party Research, Goes to Politics. Ein Plädoyer gegen die Kapitulation der Parteienforscher vor der Mediengesellschaft. Politische Vierteljahresschrift, 1997/4.
- Armin, H. H.: Strukturprobleme des Parteienstaates. Aus Politik und Zeitgeschichte, 2000/B 16.
- Bentele, G. –Haller, M. (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit: Akteure-Strukturen-Veränderungen, Konstanz, 1997.
- Berber, B: Starke Demokratie. Rotbuch Verlag, 1994.
- Biedenkopf, K.: Politik und Medien – Ein notwendig schwieriges Verhältnis? In: Bentele, G.-Haller, M. (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit: Akteure-Strukturen-Veränderungen, Konstanz, 1997.

- Bosshart, L. –Hoffmann-Riem, W. (Hrsg.): *Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation*, München, 1994.
- Buer, G.–Reiman (eds.): *Systemwechsel und Demokratisierung*. Westdeutscher Verlag, 1997.
- Fricz Tamás: *Stabilitás és új kihívások. A német pártrendszer útja 1949-től 1994-ig*. Múltunk, 1994/4.
- Fricz Tamás: *Új kihívások a pártok és a választópolgárok kapcsolatában Németországban 1990 után, avagy: hogyan próbálják a pártok újra elnyerni a választópolgárok bizalmát?* In: Johancsik János (szerk.): *Versenyben a voksokért*. Villányi Úti Könyvek, 1998. 11–36. o.
- Fricz Tamás: *Az 1998-as magyar, illetve német választási kampányok tapasztalatai*. In: Sárközy Erika (szerk.): *Rendszerváltás és kommunikáció*. Osiris-Erasmus Közéleti Kommunikációs Intézet, 1999. 33–47. o.
- Fricz Tamás: *Mi lesz a pártokkal?* *Politikatudományi Szemle*, 2000/1–2.
- Gabriel, O. W.: *Demokratie in der Vereinigungskrise? Struktur, Entwicklung und Bestimmungsfaktoren der Einstellungen zur Demokratie im vereinigten Deutschland*. *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 1999/3.
- Helms, L.: *Parteiensysteme als Systemstruktur*. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 1995/4.
- Hoffman-Riem, W.: *Politiker in den Fesseln der Mediengesellschaft*. *Politische Vierteljahresschrift*, 2001/1.
- Hoffmann-Riem, W.: *Massenmedien*. In: Benda, E.–Maihofer, W.–Vogel, H.-J. (Hrsg.): *2. Aufl.*, Berlin–New York, 1995.
- Immerfall, S.: *Strukturwandel und Stukturschwächen der deutschen Mitgliedparteien*. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 1998/B 1–2.
- Katz, R. –Mair, P.: *Changing models of party organization and party democracy: The emergence of the cartel party*. *Party Politics*, 1995/1.
- Kepplinger, H. M.: *Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft*. Freiburg, 1998.
- Kepplinger, H. M.: *Die Mediatisierung der Politik*. In: Wilke, J. (Hrsg.): *Massenmedien und Zeitgeschichte*. München, 1999.
- Klein, M.–Ohr, D.: *„Unpolitische“ Kandidateneigenschaften und ihr Einfluss auf die Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 1998*. *Politische Vierteljahresschrift*, 2000/2.
- Körösnéyi András: *Demokrácia és patronázs. Politikusok és köztisztviselők viszonya*. *Politikatudományi Szemle*, 1996/4.
- Krause, I.: *Strukturprobleme der Demokratien zu Beginn des 21. Jahrhunderts*. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 1998/B 29–30.
- Luhmann, N.: *Die Realität der Massenmedien*, Opladen, 1996
- Luthardt, W.: *Abschied vom deutschen Konsensmodell? Zur Reform den Föderalismus*. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 1999/B 13.
- Merkel, W.–Croissant, A.: *Formale und informale Institutionen in defekten Demokratien*. *Politische Vierteljahresschrift*, 2001/1.
- Meyer, T.–Kampmann, M.: *Politik als Theater*, Berlin, 1998.
- Neugebauer, G.–Stöss, R.: *Die PDS. Gesichte-Organisation-Wähler-Konkurrenten*. Opladen, 1996.
- Niclaß, K.: *Das Parteiensystem der Bundesrepublik Deutschland*. Schönig, UTB, 1995.
- Niedermeyer, O.: *Die Bundestagswahl 1998: Ausnahmewahl oder Ausdruck langfristiger Entwicklungen der Parteien und des Parteiensystems?* In: Niedermeyer, O.: (Hg.): *Die Parteien nach der Bundestagswahl 1998*. Opladen, 1999. 9–35. o.
- Niedermeyer, O.–Stöss, R. (Hrsg.): *Parteien und Wähler im Umbruch*. Westdeutscher Verlag, 1995.
- O'Donnell, G.: *Illusions and Conceptual Falws*. In: *Journal of Democracy*, 1996/4.
- Pickel, G.–Walcz, D.: *Politikverdrossenheit in Ost und Westdeutschland:*

- Dimensionen und Ausprägungen. Politische Vierteljahresschrift, 1997/1.
- Pridham, G.-Lewis, P. (Hrsg.): *Stabilising Fragile Democracies. Comparing New Party Systems in Southern and Eastern Europe*, London/New York, 1996.
- Sarcinelli, H.: *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*. Opladen, 1998.
- Schmidt, U.: *Sieben Jahre nach der Einheit. Die ostdeutsche Parteienlandschaft im Vorfeld der Bundestagswahl*. Aus Politik und Zeitgeschichte, 1998/B 1-2.
- Schmitter, P. C.: *The Consolidation of Democracy and Representation of Social Groups*, In: *American Behavioural Scientist*, 1991/4-5.
- Schütte, G.-Staab, J.-F.-Ludes, P.: *Die Visualisierung von Politik*. In: Bentele, G.-Haller, M. (Hrsg.): *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit: Akteure-Strukturen-Veränderungen*, Konstanz, 1997.
- Sontheimer, K.-Bleek, W.: *Grundzüge des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland*, 1998.
- Taylor, C.: *Multikulturalismus und die Politik der Anerkennung*. Fischer Verlag, 1997.
- Unger, F.-Wehr, A.-Schönwälder: *New Democrats-New Labour-Neue Sozialdemokraten*. Elefant Press Verlag, Berlin, 1998.
- Urban, W.-Zeidner, E.: *Vom Umfang und Nutzen der Parteimitgliedschaft*. In: Gerlich, P.-Müller, W. C.: *Zwischen Koalition und Konkurrenz. Österreichs Parteien seit 1945*. Braumüller, 1983.
- Vatter, A.: *Die Wechselbeziehung von Konkordanz- und Direktdemokratie*. Politische Vierteljahresschrift, 1997/4.
- Wiesendahl, E.: *Wie geht es weiter mit den Großparteien in Deutschland?* Aus Politik und Zeitgeschichte, 1998/B 1-2.