

Szeidl Orsolya

Hogyan uraljuk a médiát?

Marco Morini *Lessons From Trump's Political Communication – How to Dominate the Media Environment* című könyvéről

Marco Morini *Lessons From Trump's Political Communication – How to Dominate the Media Environment* című tanulmánya a Political Campaigning and Communication könyvsorozat egyik kiadványaként jelent meg, amelynek egyes részei elsősorban a politikai szervezetek „önpromotálásának” és a nyilvánosság erre adott reakcióinak témakörét tárgyalják. Morini könyve a 45. amerikai elnök, Donald Trump politikai kommunikációjának és médiadominanciájának hátterében álló sajátos és „átvett” stratégiákat igyekszik feltárni.

Trump kommunikációját – kiütöző életpályáján túl – elsősorban egyedi médiahasználata és -eszköztára különítette el elődeiétől. Morini mellett érvel, hogy a korábbi elnök politikai kommunikációs „napirendjét” öt stratégia integrálásával építette fel.

Az első stratégia a sajtó „hírhitelesítő” szerepének kikerülésén és a közönség közvetlen megszólításán alapul, amelyet a szerző az „önmediatizáció” fogalmával magyaráz (*Disintermediator-in-Chief*). Politikai kommunikációs kontextusban az *önmediatizáció* azt a jelenséget írja le, amelynek során az egyes politikai szereplők – általában közösségi médiaprofiljukon keresztül – már közvetlenül, a hagyományos médiaszűrőket mellőzve is képesek kommunikálni a nyilvánossággal.¹ A fejezet a korábbi elnökök által preferált kommunikációs fórumoknak és Trump Twitter-használatának elemzésén keresztül azt állapítja meg, hogy a 45. elnök kiemelkedő közösségi-média-kompetenciái és retorikai jellemvonásai a politikai diskurzus érzelmi dimenziójának megerősödéséhez és visszhangkamrák, „zárt és önreferenciális közösségek” kialakulásához vezethetnek. A politikai vezetők aktív közösségimédia-jelenléte a „kívülállóknak” is bepillantást nyújthat a politika magasabb szintjeinek kulisszái mögé – akár a nap 24 órájában.

A szerzőt idézve: „A kampány a meggyőzés gyakorlata, míg a kormányzás a döntés tevékenysége.” Az „állandó kampányoló” (*The Permanent Campaigner*) stratégia rávilágít Trump kommunikációjának ciklikus mivoltára: párbeszédének „kampányszerű” elemei (például a politikai riválisok állandó lejáratása, a lakosság egyes szegmenseinek „támadása”) megválasztását követően sem mérséklődtek, amit elsősorban pozíciójának fenntartása indokolt a közönség figyelméért folytatott médiaversenyben. 2016-os kampányszlogenjének („*Make America Great Again*”) szüntelen használata és dinamikus gyűléseinek kitartó megszervezése hivatalba lépését követően is segítette elterelni a figyelmet a „mainstream” média eseményeiről és az elnök negatív sajtóvisszhangjáról.

Az „állandó kampányolás” eszköztárán kívül eső „népszerűségfokozó” módszerekkel a könyv harmadik fejezete (*The Clowning Performer*) foglalkozik. A szerző itt alapvetően Trump valóságshow-k világában elsajátított figyelemfelkeltő és -fenntartó technikáit és állandó médiavisszhangját vizsgálja. Kiderül, hogy a figyelem eredményes irányításában különös jelentőségű az adott korszak kommunikációs és médiakörnyezetének felismerése, körülményeinek felhasználása. A régi típusú politikai kommunikáció egyes elemeit az *infotainment* (az információ szórakoztató módon történő átadása, közvetítése) és az érzelmi alapú interakciók térnyerése váltja fel. Politikai környezetben az érzelemalapú kommunikáció és a „nevetés ereje” kulcsszerepet játszhat a politikai vezetők és a közönségük közötti empatikus viszony kialakításában, az eltérő természetű tömegek összetartásában és a bonyolult politikai diskurzusok „beárnyékolásában”. Ez alapján elmondható, hogy Trump tévés tapasztalataiból eredő karizmatikus megjelenése eredményesen váltotta fel a hagyományos politikai reprezentációs formákat.

1 Lásd még Merkovity Norbert (2016): A figyelemalapú politika és Donald Trump, *Médiakutató*, 16. évf. 3–4. sz. 7–13. o.

A negyedik stratégia (*The Fascist Rhetor, the Incendiary Populist*) a „populista retorika” egyes ismérvein keresztül szemlélteti Trump kommunikációs stratégiai motivációit. A szerző itt párhuzamot von néhány történelmi vezető kommunikációjával, és újfent hangsúlyozza az érzelmi dimenzió jelentőségét. Amellett érvel, hogy a populista vezetők az „átlagembert” helyezik retorikájuk középpontjába, ugyanakkor ellenséggé tekintenek a „vágyaik útjába álló” politikai és gazdasági elitre. A „tömeg” nyelv- és szóhasználatának széleskörű ismerete és használata, a tömör és agresszív véleménynyilvánítás, a „bűnbakkeresés” és a gyakori ismétlések rámutatnak a trumpi kommunikáció és a populista retorika analógiáira.

A könyv utolsó fejezete (*Exploiting the Media Ecosystem*) az aktuális amerikai hírmédiában uralkodó közhangulattal foglalkozik, amely lényegében a felsorolt stratégiák aktív és integrált felhasználásának eredményeként írható le. Az amerikai közvélemény bizalomvesztése és a „rég” médiacsatornák technológiai kihívásokból adódó háttérbe szorulása kedvező légkört biztosított – ahogy a szerző fogalmaz – a média ökoszisztémájának „kiaknázásához” és Trump figyelmet mágnesként vonzó imázsának megerősödéséhez. A közösségi média platformjainak elterjedésével a hagyományos értelemben vett média csatornáin túl a politikai kommunikáció egyéb szereplői is információkibocsátókká, „hírelőállítókká” válhattak, az említett platformok információs túltelítettsége pedig (a végtelen információs szolgáltatás és -szerzés árnyoldalaként) hátráltathatja az állampolgárok hiteles politikai tájékozódását.

Morini tanulmánya alapvetően a médiával és a politikai kommunikáció egyes szereplőivel kialakult sajátos viszonyának, a közösségi platformokon megfigyelhető interakcióinak és médiamegjelenésének szemszögéből ismerteti Trump kommunikációs napirendjének legfőbb összetevőit, valamint a személye körül kialakult politikai-közéleti diskurzust. A könyvben megjelenő egyes stratégiák hosszú múltra visszatekintő, voltaképpen „bevett” módszereknek mondhatók, ám akadnak köztük a „rég” típusú politikai kommunikációtól idegen, „korszakalkotó” technikák is. A Trump elnökségét követő periódusban érdekes lehet utódainak médiaeszköztárát vizsgálni: mely stratégiák épülnek be tartósan a mindennapi politikai párbeszédbe, és melyek szorulnak háttérbe a politikai arculatváltást követően? (Marco Morini: *Lessons from Trump's Political Communication – How to Dominate The Media Environment*, Palgrave Macmillan, Cham, Svájc, 2020, 42,79 € (eBook))

Szeidl Orsolya a Budapesti Gazdasági Egyetem nemzetközi tanulmányok szakos hallgatója. Érdeklődési köre a közösségi média és a politikai kommunikáció kapcsolata, kutatási témája a 45. amerikai elnök, Donald Trump kommunikációja és médiahasználata, valamint ennek hatásai a 21. századi politikai és médiakörnyezetre. Email: szeidlorsolya99@gmail.com