

Illyés Gergely-Ferenc

A romániai magyar politikai napirend

E tanulmány két nagy fejezetet tartalmaz. Az első, elméleti alapvetést tartalmazó részben azokat a nemzetközi szakirodalomban olvasható elméleteket tekintem át, amelyek kapcsolatba hozhatóak a politikai napirend kutatásával, bevezetik azt, és előkészítik helyét a politikatudományban.

A második fejezetben egy empirikus kutatást mutatok be, amely – mint látni fogjuk – két részre bomlik. Mindkét rész a romániai magyar politikai napirend vizsgálatára törekszik, amit a médiában hangsúlyosan helyet kapó témák feltérképezésével vélek a leginkább megragadhatónak.

Ennek érdekében a *Krónika* és az *Új Magyar Szó* tudósításait vizsgáltam meg a tartalomelemzés módszerével. A kutatás első részében a 2007. november 25-ei európai parlamenti választásokat megelőző két hónap napirendjét vettem vizsgálat alá, az RMDSZ és Tőkés László megjelenésére összpontosítva, így csak azokat az elemeket vettem figyelembe, amelyek velük kapcsolatosak. Itt a napirendépítésre, a szerkezeti összefüggésekre, valamint a média hatására koncentráltam. A második részben a 2008. január elseje és 2008. április 30-a közötti időszak cikkeit már nem szűkítettem e két szereplőre, hanem minél teljesebb kép felvázolására törekedtem a média napirendjéről. Ennek eredményeképpen azonosítottam a legjelentősebb témákat, majd különböző szempontok szerint csoportosítva azokat próbáltam eljutni következtetéseimhez.

A kutatás(ok) eredményei azokat a várakozásokat támasztották alá, melyek szerint léteznek olyan sajátosságai a romániai magyar politikai napirendnek, amelyek csak rá jellemzőek.

A napirendelmélet alapjai

E tanulmány témája a politikai napirend, amely az érdeklődés középpontjában lévő témák listáját jelenti. Az empirikus kutatás, amelyen alapszik, e témák jellemzőit és e listán – a napirenden – elfoglalt helyüket vizsgálja, meghatározva azok lehetséges és valószínű hatását is a közvéleményre.

A politikai napirend szerepe a kortárs politikatudományi gondolkodásban egyre fontosabb szerepet tölt be. Körösényi András korunk demokráciáját a demokráciák harmadik történeti korszakaként határozza meg, mediatisált (üzenetközpontú) demokráciának nevezi, amelyben a politikusok fő célja a közvélemény formálása, a pártpreferenciák manipulációja. E demokrácia-típusban (melyet normatív típusként vezérdemokráciának nevez) a politikai cselekedetek és viták fő arénája a média, az ideológiai üzeneteket a gondosan megtervezett média-üzenetek váltják fel, az elektronikus tömegkommunikáció közvetlen kapcsolatot hoz létre választó és vezető között, a kormányzás prezidencializálódik.¹

Ebben a demokrácia-elméleti keretben vizsgálva domborodik ki a politikai napirend vizsgálatának jelentősége, így a média napirendjén hangsúlyosan helyet kapó ügyekkel foglalkozó kutatások helye a politikatudományi szakirodalomban. A napirendkutatás a politikatudomány pozitivistá megközelítését használja, értékmentes kíván lenni, leíró módon ábrázolja a vizsgált időszak politikai napirendjét.

Napirendelmélet

A különböző politikai rendszerek vizsgálata során nem tekinthetünk el az adott politikai valóságnak azon elemeitől, melyek egy bizonyos időszakban meghatározzák azokat a témákat, amelyekkel a politika foglalkozik, ezáltal befolyásolni tudják a politika folyamatát, alakíthatják a politika irányát.

Ez a napirendkutatás, ami azokat az ügyeket próbálja kiemelni egy adott időszak politikai diskurzusának komplex rendszeréből, amelyek a legerősebb hatást fejtik ki a politikára, a politikai közvéleményre.

A politikai napirendet a szakirodalomban sokan és sokféleképpen próbálták meghatározni, a fogalom azonban annyira összetett, hogy talán nem is lehet egy önmagában teljes és minden szempontot kielégítő meghatározást megfogalmazni. A legtöbb szerző viszont egyetért a napirend lényegét meghatározó alapvető kijelentéssel, miszerint a politikai napirend egy bizonyos időszak politikai témáinak listáját és egyfajta fontossági sorrendjét jelenti. Tehát egy katalógus és egy sajátos prioritizáció² az, ami mindenfajta politikai (és nemcsak) napirend alapvető sajátossága.

1 Körösényi András: A vezérdemokrácia és az antik orátorok. Visszatérés az antik demokrácia politikafogalmához. In Szabó Máté (szerk.): *Demokrácia és politikatudomány a 21. században*. Rejtjel Kiadó, Budapest, 2002, 54–76.

2 Török Gábor: *A politikai napirend*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2005. 30.

A szakirodalom a politikai napirend három különálló, önmagában is létező, ám egymással erős kölcsönhatásban álló alkotóelemét határozta meg.

Az első a hagyományos értelemben vett politikai napirend, amely a pártok legfontosabb témáit, a kormány napirendjén szereplő ügyeket, a parlamenti napirendet jelenti. Ám érthetjük rajta a politikai rendszer kimeneti oldalán a konkrét döntések meghozatalát, tehát a szakpolitikai napirendet is.

A második alkotóelem a közvélemény napirendje, mely az emberek tudatában kialakult, fontosnak tartott témákat és az ezek között kialakított fontossági sorrendet jelenti. Ez természetesen nehezen beazonosítható, rendkívül komplex, területi, demográfiai, akár etnikai sajátosságokkal is bír. A legtöbb ezzel kapcsolatos vizsgálatot országosan reprezentatív mintán, közvéleménykutatással végzik, ám elképzelhető az előbbieken felsorolt szempontok szerint elkülönült csoportok napirend-észlelésének vizsgálata is.

A harmadik összetevő a média napirendje, a sajtóban hangsúlyosan megjelenő vitatémák listája. Ebben a napirendi szegmensben elég pontosan meghatározhatóak azok a témák, amelyek a legerősebb hatást fejtik ki, egyszerűen abból a feltételezésből kiindulva, hogy a legtovább napirenden maradó és a leggyakrabban előforduló témák nagyobb hatást gyakorolnak a másik két napirendre, alakítják, formálják azt, kijelölik mind a választópolgárok gondolkodásában meghatározó témákat, mind a politikai szféra által fontosnak tartott kérdéseket.

Ez a politikai napirendi szerkezet a politikai kommunikáció szakirodalmában ismert „nyilvánosság-dialógus” modellel rokonítható, amelyet három egymásba érő halmazzal ábrázolnak. A három halmaz a politikai rendszer, az állampolgárok és a média rendszere, a közös tér pedig a mediatizált politikai kommunikáció, melyben mindhárom szereplő részt vesz.³

Ha ebben a modellben próbáljuk tekinteni a politikai napirend szerkezetét, akkor egyértelműen kijelenthető, hogy azok a témák játszhatják a legnagyobb szerepet egy közösség életében, amelyek a három halmaz közös terében helyezkednek el, tehát mindhárom napirendi szegmensben megtalálhatóak.

A következő fejezetben bemutatott kutatás a három napirendi szegmens közül a média napirendjének vizsgálatára szorítkozik, pontosan abból a feltételezésből kiindulva, hogy a közös térben elhelyezkedő témák így érhetőek tetten a leghatékonyabban. A médianapirend vizsgálata során – a sajtó sajátos logikájának köszönhetően – pontosan azokat a témákat találhatjuk meg, melyek mindhárom napirenden meghatározóak, ezáltal a legnagyobb hatást fejtik ki az állampolgárok politikai orientációira.

3 Mazzoleni, Gianpietro: *Politikai kommunikáció*. Osiris kiadó, Budapest, 2002. 21.

Médiahatások

Mivel a dolgozat a média napirendjének vizsgálatára törekszik, azzal a feltételezéssel élve, hogy a média nem elhanyagolható a közvélemény politikáról vallott nézeteinek befolyásolása terén, fontosnak tartom az alábbiakban ismertetni a média hatásáról a szakirodalomban fellelhető elméletek rövid összefoglalását.

Ezek az elméletek a 20. század húszas éveitől azt a kérdést boncolgatták, hogy milyen mértékben képes a média a közvélemény befolyásolására, mennyire képes a befogadó kontrollálni a média felől érkező hatásokat. A különböző elméletek éppen a befolyás mértékében térnek el egymástól!

Ezen befogadáselméleteknek nevezett vizsgálatok első képviselője a Harold Lasswell által kidolgozott, ám a második világháború előtti időszak ezen kérdésről vallott gondolkodását nagyban meghatározó lövedékelmélet („bullet theory”). Ez úgy tekintett a médiából érkező üzenetekre, mint egyfajta lövedékekre, melyek becsapódnak a befogadók tudatába, és pontosan azt a szándékolt hatást váltják ki, amely az ingert „kilövők” elképzelése volt. Ezt a hatást Lasswell az 1927-ben megjelent *A világháború propagandatechnikái* című munkájában⁴ írta le, melyben a tömegek véleményváltozásait elemezte az első világháború Európájában. Azt feltételezte, hogy a társadalom minden egyes tagja egyformán reagál a médiából érkező üzenetekre, a hatás azonnali és a befolyásolás teljes.

Ugyanebben az időszakban a frankfurti iskola képviselői is ezt a hatásmechanizmust írták le injekcióstű-modellnek vagy hipodermikus modellnek („hypodermic model”) nevezve azt, az üzenetet az injekciós tűben lévő droghoz hasonlítva, amely hatását tekintve éppen annyira közvetlen és biztos.

A befogadásvizsgálatok eme első változatai tehát egy nagyon erős médiahatással számoltak, a befogadókat teljesen passzívnak tekintették az üzenetek értelmezése, az azokhoz való kritikai viszonyulásuk tekintetében.

A vizsgálatok második hulláma már ettől eltérő következtetésekre jutott a média közvéleményt befolyásoló szerepét illetően. A Paul Lazarsfeld névéhez köthető elmélet a minimális hatások elméleteként („theory of minimal consequences”) vonult be a szakirodalomba, ám a kétlépcsős hatás elméleteként is ismert („theory of two-step flow of influence”). Lazarsfeld egy amerikai elnökválasztási kampány szavazóinak vélekedésében beállt változásokat vizsgálva arra a következtetésre jutott, hogy a média

4 Lasswell, Harold D.: *Propaganda Technique in the World War I*. MIT Press Cambridge, London, 1971 [1927].

hatása sokkal kevésbé egyértelmű, mint azt a lövedékelmélet állítja⁵. A tömeg nem egységes egészként reagál az ingerekre, az egyes emberek reakciói eltérőek lehetnek, kritikai reakciónk a média befolyásolási kísérleteire sokkal erősebb. Az elmélet kétlépcsős jellegét az adja, hogy Lazarsfeld szerint az emberek a környezetükben lévő, a médiára inkább fogékony véleményvezérekre figyelnek, ezáltal a média üzenetei csak két lépcsőben, a véleményvezéreken keresztül, nem pedig közvetlenül jutnak el a választókhhoz.

Ugyanekkor, a '40-es évek közepén fogalmazták meg Lazarsfeldék az utánfutóhatás („bandwagon effect”) elméletét, amely szerint ha a média azt sugallja, hogy valamelyik politikai szereplő biztosan megnyeri a választásokat, akkor a politikában kevésbé jártas emberek hajlamosak ezt elhinni neki, megváltoztatva véleményüket az adott kérdésben, azaz a győztesrel tartva rá adni a voksukat.

Ezt követően a különböző befogadáselméletek váltakozva támasztották alá hol a médiahatások erősségét valló nézeteket, hol azok ellenkezőjét, azt állítva, hogy a média csak nagyon korlátozott mértékben képes a választók befolyásolására.

Ez utóbbi csoportba tartozik a Joseph Klapper 1960-as, *A tömegkommunikáció hatásai* című munkájában⁶ megjelent szelektív érzékelés elmélete („theory of selective perception”), melyben a szerző pszichológiai okokkal magyarázza a média gyenge hatását. Klapper szerint az emberek a médiából érkező üzenetek közül csak a már meglévő véleményükkel megegyezőeket veszik figyelembe, az ezeknek ellentmondókat figyelmen kívül hagyják. Ez a szelekció a médiaüzenetek között három szinten valósulhat meg: a szelektív válogatás, a szelektív észlelés és a szelektív emlékezés szintjén. Mindhárom szinten az a pszichológiai mozgatórugó, hogy az emberek többsége nem szívesen lát véleményével ellenkező állítást.

A '70-es évekkel kezdődően újra az erősebb médiahatást alátámasztó elméletek lettek az uralkodók. George Gerbner kultivációs elmélete („cultivation theory”) szerint⁷ a média kumulatív módon a társadalomban meglévő eltérő véleményeket, attitűdöket, magatartás- és viselkedésmintákat egységesíti. Ám ez a folyamat nem azonnali, nem a társadalom minden tagjára kiterjedően teljes, viszont tartós és eredményes. Ezt az elméletet a televízió megjelenését követő és annak hatását vizsgáló kutatással támasztotta alá Gerbner, ám ren-

5 Lazarsfeld, Paul – Berelson, Bernard – Gaudet, Hazel: *The People's Choice*. Columbia University Press, New York, 1948.

6 Klapper, Joseph: *The Effects of Mass Communication*. Free Press, New York, 1960.

7 Bajomi-Lázár Péter: *Média és társadalom*. Antenna Könyvek, Budapest, 2007.

geteg kritikát kapott kortársaitól. Szerinte a média egy külön virtuális valóságot teremt, melyhez a tartós médiafogyasztók hozzáidomulnak.

A szintén az 1970-es évek elején elindult – dolgozatom alapjául szolgáló –, Maxwell McCombs és Donald Shaw nevével fémjelzett napirendkutatások, az ebből levezethető napirendelmélet („agenda-setting theory”) szerint a média – hírszelekción mechanizmusai révén – bizonyos kérdésekről beszámol, másokról nem, hiszen az események közti szelekció a szerkesztők feladata. A médiafogyasztók viszont azoknak az ügyeknek tulajdonítanak fontosságot, amelyekről a sajtó többször beszél, tehát a média képes kijelölni a közvélemény számára fontos dolgokat – más szóval, a közvélemény napirendjét.

Lazarsfeld utánfutóhatás elméletével rokonítható, egyesek szerint annak továbbfejlesztett változata az ún. hallgatási spirál elmélete („theory of spiral of silence”), melyet Elisabeth Noelle-Neumann dolgozott ki 1974-ben megjelent írásában⁸. A szerző szerint a média állandóan normákat közvetít, elhítheti fogyasztóival, hogy létezik egy domináns társadalmi vélemény egy bizonyos kérdésben, ezáltal a nem ezt a véleményt vallók úgy érzik, kisebbségben vannak, s így nyilvánosan nem fogják hangoztatni álláspontjukat. Létrejön így egyfajta hallgatási spirál, mely során a kisebbségi vélemények – vagy a vélt kisebbségi vélemények – egyáltalán nem, vagy csak nagyon kevésbé érzékelhetőek.

Teljesen más megközelítést alkalmaztak a média szerepét rendkívül leértékelő használat-kielégülés modell („uses and gratifications model”) kidolgozói. Jay Blumler és Elihu Katz 1974-es munkájukban⁹ úgy vélték, nem a média befolyásolja az embereket, hanem fordítva, az emberek csupán szükségleteik kielégítésére használják a médiát, amely kénytelen alkalmazkodni igényeikhez. A média nemhogy nem változtatja meg a véleményeket, hanem ő változtat a közvetített képen, a fogyasztók elvárásainak megfelelően.

A moderált hatások elméletének csoportjába tartozik a ’80-as évek elején megjelent kódolás-dekódolás elmélete („theory of encoding/decoding”), mely szerint a média által közvetített üzeneteknek nincs a befogadótól függetlenül értelmezhető jelentése, azaz attól függően, hogy hogyan értelmezzük, többféle jelentéssel is felruházható egy-egy inger. Ebből következik, hogy a média szándékolt hatása csak korlátozott lehet, hiszen a befogadó jellemzőitől függ az ingerre adott reakció. Az elmélet követői szerint a média-inger befogadásának három módja lehetséges az elfogadás-elutasítás függvényében: a domináns kód szerinti befogadás, az egyeztető dekódolás és az oppozíciós értelmezés.

8 Noelle-Neumann, E.: The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 1974/2.

9 Blumler J. G. – Katz, E.: *The Uses of Mass Communication*. Sage, Newbury Park, CA, 1974.

A befogadáselméletek sorában következőként a framingelmélet tűnt fel, melyet a '80-as évek végén dolgoztak ki a maga komplexitásában, bár már a '70-es években is írtak róla. A framingelmélet lényege, hogy a média nem egyszerűen száraz tényeket közöl, hanem egy bizonyos keretben („frame”) tálalja az eseményeket. Ezáltal a média egy adott értelmezését kínálja a híreknek, ebben a keretben mutatja be a témát, és így a közvélemény ezen kiemelt és mesterségesen felerősített jellemzők alapján fogja megítélni azt.

Végül utolsóként a performatív hatás modelljéről ejtenék pár szót, mely a '90-es évek elején bukkant fel a befogadáselméletek között. E modell lényege, hogy a média és a befogadó között érzelmi kötelék alakul ki, a fogyasztók azonosulnak a média által közvetített üzenetekkel, műsorokkal, saját magukat is a média által közvetített valóság részeiként fogják fel, így csak azokat az üzeneteket fogják saját magukra nézve relevánsként értelmezni, amelyek beleillenek ebbe a képbe. E modell szerint a média inkább megerősíti a kialakult attitűdöket, de nem változtatja meg azokat.

A médiahatással kapcsolatos befogadáselméleteknek e rövid összefoglalásból is látható, hogy mennyire eltérőek a vélemények a szakirodalomban a hatásmechanizmusok intenzitását, közvetlenségét illetően, mennyire másképpen ítélik meg az egyes szerzők a média jelentőségét az állampolgárok napirend-észlelésének folyamatában, és mennyire összetettként kezelik a média szerepét egy társadalom életében.

A fentebb röviden összefoglalt médiahatás-elméletek mellett két média-technikai jelenségre hívnám fel a figyelmet, melyeket egyre gyakrabban alkalmazznak a médiumok.

Az első a „priming” jelensége, melyet „előhangolásként”¹⁰ fordít a témával foglalkozó magyar szakirodalom, s amelyet Lippmann „fényszóró” hasonlatával lehet összekapcsolni.

A „priming” a média ügyek közti szelekciós funkciójához kapcsolódik, s mint a későbbiekben látni fogjuk az „agenda-setting” hatás két szintjét kapcsolja össze. A sajtó egyes témák kiemelésével, felülprezentálásával befolyásolhatja azok fontosságának közvélemény általi megítélését. Sőt, nemcsak az illető kérdés fontosságát, hanem annak a választópolgárok döntésében való súlyát is módosíthatja. Egy olyan témának, amely jelentős mértékben része a médiában folyó diskurzusnak vagy amely hangsúlyosan jelen van az újságok hasábjain, az elektronikus médiumokban, nagyobb valószínűséggel lesz szerepe az állampolgárok választásokon való döntésében a hatalom jövőbeni birtokosainak kijelölése során.

10 Török Gábor: i. m. 52.

Shanto Iyengar és Donald L. Kinder 1987-ben publikált kutatásában¹¹ bizonyította e hatás létezését: a média által kiemelten kezelt ügyek a közvélemény vélekedésében is fontos kérdésekként jelentek meg, ugyanakkor az erős média-prezentáció miatt a téma kedvező vagy kedvezőtlen jellege is megmutatkozik az emberek gondolkodásában, ezáltal a „priming” a választói vélekedéseket is képes befolyásolni.

A média és a közvélemény közti „agenda-setting”-gel foglalkozó kutatók is alátámasztották a hatás létezését és működésének sajátosságait, mint ahogy azt a következőkben majd látni lehet.

A másik – közvéleményt befolyásolni képes – média-technika a „framing”, mely a már napirenden lévő ügyek keretbe helyezésének technikája. A média által a téma köré épített keret a kérdést annak egy bizonyos nézőpontja szerint láttatja, e nézőpont szerinti pozitív vagy negatív jellegét hangsúlyozza.

Ha sikeres a keretezés, a közvélemény a témát azon jellemzői alapján ítéli meg, amely jellemzőket a keret segítségével kiemel a média. Nemcsak az ügy fontossága kerül át a közvélemény napirendjére, hanem a vele kapcsolatos vélemények is, így ez a technika is képes megváltoztatni a választói vélekedéseket.

McCombs kutatásai is rámutattak a keretben rejlő „kényszerítő érvek” jelentőségére, amelyek alapján az emberek eldöntik, hogy fontos-e számukra a kérdés, és ezen érvek alapján döntenek arról is, hogy hogyan vélekednek felőle.

Az 1990-es német választások idején végzett kutatásukban Klaus Schoenbach és Holli Semetko találtak bizonyítékot a „framing” hatás létezésére¹². A frissen újraegyesült Németországban végzett közvélemény-kutatásuk ugyanis azt mutatta, hogy a szavazók vélekedésében a keletnémet kérdés nem játszik hangsúlyos szerepet. A meglepő eredményt a nyugatnémet sajtó optimista hangvételének tulajdonították, amely olyan keretben tálalta a kérdést, hogy annak alapján a polgárok egyáltalán nem érzékelték azokat a problémákat, amelyeket a két országrész között fennálló társadalmi, gazdasági, politikai különbségek okozhatnak majd a jövőben. Ez a keret a téma vitathatatlan fontosságát rendkívüli mértékben lecsökkentette a közvélemény napirendjén.

A média által alkotott kereteken kívül ugyanakkor a politika is kereteket hoz létre. Minden politikai kommunikáció alapvető célja bizonyos – az adott

11 Iyengar, Shanto – Kinder, Donald L.: *News That Matters*. The University of Chicago Press, Chicago, 1987.

12 Török Gábor: i. m. 54.

politikai aktorra nézve kedvező, másokra nézve hátrányos – nézőpontok hangsúlyozása, a témák olyan keretben való megfogalmazása, amely az állampolgárok felé azt az üzenetet közvetíti, hogy a témát legmegfelelőbben ők ragadták meg. Az illető keretben ugyanis az adott cselekedet gyakran az egyetlen – valamilyen típusú – racionális cselekedetnek tűnik. A médiumok jellemzőin múlik, hogy ezeket a politikai kereteket elfogadják, közvetítik, vagy megpróbálják árnyalni, más keretek mellé helyezni, esetleg újakat alkotni.

Napjainkban a politikai folyamatok különböző nyelvi keretekben történő elhelyezésének jelentőségét a kognitív lingvisztika felől közelíti meg George Lakoff, aki az amerikai politika két nagy pártjának nyelvi megnyilvánulásait és ebből levezethető cselekedeteit magyarázza és értelmezi a különböző jelentéstartalmak kiemelésével.

Az „agenda-setting” fogalma

Az „agenda-setting”, amelyet talán napirend-kijelölésnek, napirend-meghatározásnak fordíthatnánk, a különböző témáknak, ügyeknek a három napirendi szegmens közti mozgását jelenti. A napirendi dinamikát, annak működését jeleníti meg, egyik napirendről a másikra való témaátvitelként értelmezhető.

A szakirodalom a jelenség két szintjét különbözteti meg. Az első szinten a témák fontosságának átviteléről beszélnek, melynek során az egyes témák úgy kerülnek egyik napirendről a másikra, hogy a jelentőségük megnövekszik az egyik napirenden, így a másik két napirenden vagy valamelyiken a kettő közül is megjelennek. Jelen dolgozat szempontjából a médianapirend és a közvélemény napirendje közti „agenda-setting” a lényeges, hiszen e mechanizmus révén a médiában hangsúlyosan teret kapó témák a közvélemény gondolkodásában is hangsúlyos szerepet játszanak.

A jelenség második szintjére az utóbbi tíz évben végzett kutatásaikkal hívták fel a figyelmet a napirendkutatások talán legjelentősebb szerzői és az „agenda-setting” fogalmának megalkotói, Maxwell McCombs és Donald Shaw, akik úgy vélték, hogy az „agenda-setting” során nemcsak az adott témák fontossága kerül át egyik napirendről a másikra, hanem a témák jellemzői, az egyik napirenden hozzájuk csatlakozott vélemények, álláspontok, viszonyulásmódok is. Ezzel pedig visszatértünk a fentebb ismertetett befogadásvizsgálatok fő kérdéséhez, miszerint mennyire képes befolyásolni a média a közvéleményt, hiszen ha a médianapirend és a közvélemény napirendje közti „agenda-setting” második szintje is működik, akkor a befogadáselméletek erős médiahatással számoló változatai állnak közelebb a valósághoz.

A média és a közvélemény napirendje közti kapcsolat

Az előbbiekben láthattuk, hogy a média hatásával kapcsolatban számos elmélet és kutatás született a szakirodalomban. Ezen elméletekkel összefüggésben a kutatók empirikus adatokkal próbálták alátámasztani a média napirend-kijelölő hatásának létezését, a közvéleményt befolyásoló és alakító szerepét. Az alábbiakban röviden tekintsük át e kutatások eredményeit.

Közöttük az első – ezért mindmáig a legtöbbször idézett – Maxwell McCombs és Donald Shaw 1972-ben publikált munkája¹³, melyben a média és a közvélemény napirendjét hasonlították össze egy választási kampány időszakában. Egyértelműen arra az eredményre jutottak, hogy van korreláció a kettő között, tehát működik az „agenda-setting” hatás. Ez volt az első vizsgálat, amely megfogalmazta a hipotézist, és alá is támasztotta egy empirikus kutatással.

A későbbiekben újabb vizsgálatokat végeztek, amelyekben arra a kérdésre keresték a választ, hogy valóban a média van-e hatással a közvéleményre vagy egyszerűen csak alkalmazkodik annak elvárásaihoz. E kutatás is alátámasztotta hipotézisüket, miszerint sokkal nagyobb a média napirend-kijelölő hatása, mint fordítva. Újabb pár év elteltével többször megismételték a vizsgálatot, mindig változtatva a körülményeket: a helyszínt, az időszakot, a vizsgált populáció nagyságát és a sajtótermékeket. Az eredmények meggyőzően támasztották alá az „agenda-setting” hatás érvényesülését, a média erős napirend-kijelölő szerepét az emberek gondolkodásában.

A következő kutatás Harold Gene Zucker nevéhez kötődik, aki a '70-es évek végén arra a megállapításra jutott¹⁴, hogy nem az összes téma esetében áll fenn ez a hatás. Ő különbséget tett azon ügyek között, amelyekről az embereknek sok személyes tapasztalatuk van, és azok között, amelyekről kevés közvetlen információval rendelkeznek. Az előbbiek esetében nem érvényesül olyan erősen az „agenda-setting”, míg az utóbbiak esetében egyértelmű az egyezés. Ezt nevezte ő az ügyek „áthatóságának”, ami meghatározza, hogy a média manipulatív kísérletei mekkora sikerrel járhatnak az adott téma esetében.

Zucker utalt a korábban említett kétlépcsős hatásra is, ezzel magyarázva a korábbi kutatások eredményeit a médiafogyasztók és nem fogyasztók napirendjének egyezése tekintetében.

13 McCombs, Maxwell E. – Shaw, D. L.: The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 1972, 36 (Summer).

14 Zucker, Harold Gene: The Variable Nature of News Media Influence. In Ruben Brent D. (ed): *Mass Communication Yearbook* vol. 2, New Brunswick, 1978.

A '80-as évek legelején két szerzőpáros is végzett kutatásokat a témában, ezúttal az ügyek hatásának idejére keresték a választ, arra az időeltolódásra, amely elteltével egy téma hatni kezd, illetve arra, hogy mikor a legoptimálisabb a hatás.¹⁵

Gerald Stone és Maxwell McCombs szerint 2–6 hónap az az idő, amely alatt egy téma átkerülhet a médianapirendről a közvélemény napirendjére, míg James Winter és Chaim Eyal kutatásai 4–6 hetet mutattak, igaz, ők csak a polgárjogi ügyeket vizsgálták, így nagy valószínűséggel ez az oka a jelentős eltérésnek.

Egy másik amerikai kutató, Russel Neuman tíz ügyet követett nyomon 1945 és 1980 között a média és a közvélemény napirendjén. Arra a következtetésre jutott, hogy a témák a közvélemény napirendjére csak egy bizonyos ismétlésszám meghaladása után jutnak át, illetve léteznek küszöbök, amelyeket elérve a közvélemény érdeklődése a téma iránt már nem nő tovább.¹⁶

A vizuális hatások kutatására helyezte a hangsúlyt 1988-ban publikált kutatásában Wayne Wanta, aki az újságok címlapjain elhelyezett képeket vizsgálta. Wanta egyértelmű összefüggést fedezett fel a híryanagok hatása és a mellettük leközölt fotók között, kimutatva, hogy minél nagyobb a fotó, annál nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a témának az emberek, mindazonáltal a kép nélküli cikkek nagyon csekély jelentőséggel bírtak a kísérlet résztvevői számára.¹⁷

A hagyományos „agenda-setting” hatásvizsgálatok közé sorolható Howard Eaton 1989-es kutatása¹⁸, aki 11 ügy esetében talált bizonyítékokat a mechanizmus működésére. Egyedül az erkölccsel kapcsolatos ügyek terén kellett csalódnia, ám ez magyarázható a téma ritka megjelenésével.

Ugyanebben az évben James Dearing és Everett Rogers egy kutatásában¹⁹ az AIDS problémájának napirendi megjelenését vizsgálta az amerikai médiában. Arra figyeltek fel, hogy Amerikában a betegség már 1981-ben felütötte a fejét, a téma mégsem került a figyelem középpontjába, csak jóval később vált a médianapirend hangsúlyos elemévé. Ennek okát a kutatók abban látták, hogy mind az Elnök, mind a The New York Times – tehát a

15 Török Gábor: i. m. 117.

16 Neuman, W. Russell: The Threshold of Public Attention. *Public Opinion Quarterly*, Summer 1990, Vol. 54.

17 Török Gábor: i. m. 121.

18 Eaton, Howard Jr.: Agenda-Setting with Bi-Weekly Data on Content of Three National Media. *Journalism Quarterly*, Winter 1989, Vol. 66.

19 Dearing, James W. – Rogers, Everett M.: The Delayed Reporting of the AIDS Epidemic. In *USA Today*, May 1989.

két legbefolyásosabb napirend-alakító szereplő – csekély fontosságot tulajdonított az ügynek. Amikor azonban egy híres ember is megbetegedett, a téma egyből a napirendi figyelem középpontjába került. Míg azelőtt a betegséget a homoszexualitással együtt kezelte a média, tehát ez volt a „frame”, az eset után már más keretben jelent meg, amely szerint bárki megbetegedhet, így már a közvélemény, a média, de a politika is felfigyelt rá.

A kísérleti kutatások is elterjedtek, a legismertebb ilyen módszerrel végzett vizsgálatok Iyengar nevéhez fűződnek, aki – kutatótársaival – manipulált műsorokat vetített a kísérlet résztvevőinek. A média napirend-kijelölő hatása minden esetben érvényesült, erős összefüggéseket találtak a jelenség alátámasztására.

A média és a közvélemény napirendjének vizsgálata során – McCombs és Show nyomán – Christine Ader is azt az eredményt mutatta fel 1995-ben megjelent munkájában²⁰, hogy a médianapirend hat a közvéleményre és nem fordítva. Ader a környezetvédelmi kérdéseket vizsgálta, és minden esetben megállapította, hogy az adott téma előbb a média napirendjén jelenik meg, és csak ezután kerül át a közgondolkodásba.

A '90-es évek második felében Maxwell McCombs és George Estrada már az „agenda-setting” második szintjének hatását kutatta²¹. Mivel az első szinten, a fontosság tekintetében működő témaátvitel egyértelmű bizonyítást nyert, ekkor már a második szinten, a vélemények terén működő témaátvitelt vizsgálták. Szerintük itt rendkívül fontos szerepet játszik a már ismertetett „framing” hatás, az események keretbe ültetése, mely megváltoztatja az emberek témáról alkotott véleményét is. McCombs szerint a média egyre gyakrabban és egyre tudatosabban alkalmazza ezt a technikát, így szerepe egyre növekszik a politikai folyamatok alakításában.

Az első szinten, a fontosság átvitelének érzékeltetésére Iyengarék vezették be a fentebb szintén tárgyalt „priming” fogalmát, amely bizonyos hírek kiemelésével, mások háttérbe szorításával egyfajta előhangolást végez, nem a véleményeket változtatja meg, hanem egyes témák fontosságának közvélemény általi értékelését. A hatást az ezredforduló előtti években több kutatásuk is bizonyította.

A második szinten lévő, vélemények átértékelését befolyásoló hatást kísérleti módszerekkel is bizonyították a kutatók. 1999-ben megjelent munkájukban Spiro Kioussis, Philemon Bantimaroudis és Hyun Ban manipulált

20 Ader, Christine: A Longitudinal Study of Agenda-setting for the Issue of Environmental Pollution. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Columbia, Summer 1995, Vol. 72.

21 Török Gábor: i. m. 126.

cikkekkel mutatták ki²², hogy eltérő keretbe helyezve bizonyos eseményeket, a kísérlet résztvevői eltérő véleményeket alkotnak az illető eseményről, viszont a fontosságukat egyformán érzékelik, mivel nem növelték a téma megjelenését vagy nem változtatták meg a helyét az újságban.

2004-es munkájában²³ McCombs úgy összegzi ezzel kapcsolatos vizsgálatainak eredményeit, hogy az első szinten a „priming” hatás a vélemények irányára hat, arra hívja fel a közvélemény figyelmét, hogy miről alkosson véleményt, míg a második szinten a „framing” már a vélemények megváltoztatását idézi elő, azt sugallja a közvéleménynek, hogy mit gondoljon egy adott kérdésről.

Ugyanebben az évben publikált kutatásában ezt az álláspontot támasztotta alá Wayne Wanta, Guy Golan és Cheolhan Lee, akik az amerikai médiában megjelent külföldi országok megítélését vizsgálták²⁴. Mindkét szinten kimutatták a hatásmechanizmust működését, az országokról szóló hírek száma egyenes arányban állt Amerika számára az adott ország fontosságának emberek általi megítélésével, míg a több negatív hír egy országról a közvéleményt arra sarkallta, hogy negatív véleménnyel legyen róla. A több pozitív hír esetében nem volt ilyen egyértelmű a hatás, ezt a politika beavatkozásával magyarázták a kutatók.

Magyarországon az utóbbi öt évben indultak el a kutatások a témában, Csígyó Péter a televíziós műsorok és a közvélemény napirendjének egyezésére keresett bizonyítékot – kevés sikerrel. Ezt a híradók gyenge identitásképző szerepének tulajdonította, csupán a szórakoztató műsorok politikai témáinál talált biztató eredményeket.

A választók pártpreferenciáiban beállt változások és a napirend közti összefüggések tekintetében sikeresebbek voltak Tóth Csaba és Török Gábor kutatásai²⁵, ezek eredményei szerint a média által kiemelt témák egyértelműen kimutatható változásokat okoztak a biztos szavazók pártválasztásában.

A romániai magyar médianapirend

A tanulmányom e részében azt a kutatást mutatom be, amely a romániai magyar médianapirend feltérképezése céljából készült. Helyzetkép, próbafü-

22 Török Gábor: i. m. 119.

23 Uo. 126–128.

24 Wanta, Wayne – Golan, Guy – Lee, Cheolhan: Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Summer 2004, Vol. 81.

25 Pl. Tóth Csaba – Török Gábor: *Politika és kommunikáció*. Századvég Kiadó, Budapest, 2002.

rásszerű vizsgálat kívánt ez lenni, mely későbbi kutatások alapjául szolgálhat, hiszen ez a terület a romániai politikatudományban fehér foltnak számít.

A kutatás, mint bevezetőmben jeleztem, két részre bomlik: az első rész elemzés a 2007. november 25-én megrendezett európai parlamenti választásokat megelőző két hónap médi napirendjéről, majd ezt egy kampánymentes időszak vizsgálata követi.

A két periódus vizsgálata eltérő módszertan szerint történt, így talán helyesebb két kutatásról beszélni, melyek csak lazán kapcsolódnak egymáshoz, ám a teljes politikai napirend-kutatás szempontjából mindkettő relevanciával bír.

Mindkét kutatás a magyar nyelvű médiára koncentrál, ezen belül is a nyomtatott sajtótermékekre, hiszen – önálló erdélyi magyar televízió híján – ezek jelentik a fő információforrást a romániai magyar közösség számára. Az internet főként a fiatalabb korosztály médiafogyasztására jellemző, így vizsgálatával kevésbé releváns következtetésekre juthatnánk a teljes populáció szempontjából, bár egyértelmű, hogy a teljes napirend alakításának ma már fontos eszköze, és egy későbbi vizsgálatnak mindenképpen részét kell képeznie.

A nyomtatott sajtó képviselői közül a kutatás – mivel egy általános kép megragadására törekedett – a két országos terjesztésű napilap, a *Krónika* és az *Új Magyar Szó* (továbbiakban *ÚMSZ*) tudósításait vette górcső alá, hiszen ma ezek a legszélesebb körben olvasott magyar nyelvű napilapok Romániában.

A *Krónika Belföld* és *Erdélyi tudósítások* rovatában, míg az *ÚMSZ Aktuális* és *Társadalom* rovatában megjelent cikkeket vizsgáltam, ezek tartalmazzák a nap legfőbb híreit, itt találhatóak azok a tudósítások, amelyek a nap vezető témáit jelentik az adott újságban. Ezek tehát az elemzési egységek.

A cikkeket a tartalomelemzés módszerével vizsgálva jutottam el következtetéseimhez, melyeket az alábbiakban külön-külön bemutatott két kutatás végén teszek meg.

Az első kutatás esetében a szerkezeti tartalomelemzés módszere, míg a másodikban a konceptuális, fogalmi tartalomelemzés módszere jelenik meg.

Napirendépítés az európai parlamenti választások előtt

Ez a kutatás az EP-választási vetélkedés két magyar vonatkozású szereplője – a Romániai Magyar Demokrata Szövetség (továbbiakban *RMDSZ*) és Tőkés László független jelölt – napirendi megjelenését vizsgálva egyrészt az általuk formált napirend szerkezetét próbálja ábrázolni, másrészt a médiumok közvéleményet befolyásoló szerepére szeretne rávilágítani.

A vizsgált időszak cikkei közül így csak azokat tekinti kutatási alapegységnek, amelyekben vagy közvetlenül jelenik meg valamelyik szereplő, vagy közvetetten egy harmadik szereplő utal a választási kampány keretében rájuk.²⁶

Mivel mindkét fél ugyanazon kisebbségi közösség szavazataiért szállt versenybe, mely közösség igényei és céljai jól azonosíthatóak voltak – legalábbis vélhetően – a kampány kezdetén, ezért érdekesnek ígérkezett egy gyors összevetés a két választási program között abból a hipotézisből kiindulva, hogy nem sokban térhetnek el egymástól.

Az összehasonlítás után elmondható, hogy a programok a főbb pontokat tekintve valóban nemigen különböznek, mindkettőben a közösségi érdekképviselő, a területi autonómia, egy összehangolt európai kisebbségvédelmi rendszer kialakítása, valamint a család, a fiatalok támogatásának fontossága szerepel.

Mivel a választási vetélkedés fontos összetevője a szembenálló felek eltérő programja és az ezek mentén a választók felé továbbított üzenetei, ezért – a majdnem egyező programok jegyében – az eltérő kommunikáció, a különböző témakeretezési eljárások, tehát az eltérő napirendi megjelenés kerülhetett a középpontba. A programok általános, kevésbé konkrét és kevésbé megfogható megfogalmazásai ráadásul azokat a várakozásokat támasztották alá, amelyek nem számítottak a kampányban a programpontok közvetlen ütköztetésére.

A vizsgált időszak médianapirendje tehát tulajdonképpen a felek próbálkozásait mutatta önmaguk önálló és a másik féllel szembenálló megfogalmazása érdekében, ezt hivatott röviden ábrázolni az alábbi rész.

A vizsgált periódus kezdeti időszakában a média napirendjén az RMDSZ-nek azok az üzenetei jelentek meg, amelyek a brüsszeli képviselő fontosságát hangsúlyozták, kiemelve azt a szempontot, hogy a romániai magyar képviselők Románia nemzetállami jellegének cáfolatát jelenthetik az Európai Parlamentben, ellenkező esetben – tehát ha nem jut be az RMDSZ –, csak román képviselők lesznek Brüsszelben. Másik fontos RMDSZ-üzenet ebben az időszakban a pozitív kampány meghirdetése, amelyet mindkét szereplő elfogad, ám nem határozzák meg pontosan, mit értenek rajta. A gazdasági fejlesztési régiók átszervezésének – nem éppen újak mondható – gondolatát is felvetették, az önálló Székelyföld fejlesztési régió kiemelésével.

Tőkés László első hangsúlyos szereplése a napirenden az október 6-i nagyváradi megemlékezéshez köthető, ahol Orbán Viktor kijelenti, hogy a Fidesz támogatja a független jelöltet, ám azt is hozzáteszi, hogy mindkét

26 Pl. olyan interjúk más – legtöbbször magyarországi – politikusokkal, melyekben véleményt nyilvánítanak egyik vagy másik jelölről

oldalnak van esélye a bejutásra, ha a magyarok részvételi aránya megfelelő mértékben felülmúlja a román nemzetiségű szavazók részvételi arányát. Itt jelenti ki a Fidesz elnöke, hogy az Európai Néppárt (EPP) támogatásáról biztosítja Tőkés Lászlót, ami aztán egy lavinát indít el, egymásnak ellentmondó állásfoglalások látnak napvilágot, mintegy három héten keresztül folyamatos megjelenést biztosítva ezáltal a napirenden az „EPP-ügynek”, és ez talán a legtisztábban definiálható konfliktus a felek között.

A határokon átívelő nemzetegyesítés gondolata és a megalkuvást nem tűrő érdekképviselet is itt bukkan fel Orbán Viktor szavaiban, végigkísérve aztán Tőkés László kampányát.

A következő időszakban az RMDSZ napirendi megjelenését azok a nyilatkozatok képezték, amelyek azt hangsúlyozták, hogy lehetetlen mindkét jelölt sikeres szereplése, Tőkés László a Szövetség bejutását veszélyeztetheti. Ezt egészítették ki a Fideszt mint a határon túli közösségek életébe közvetlenül beavatkozó pártot bíráló nyilatkozatok. Ezek az elemek is végighúzódtak a kampányidőszakon, még a legutolsó napokban is ezt hangsúlyozták az RMDSZ politikusai, a másik oldal időről időre deklarált cáfolatai mellett.

A következő napirendi esemény botrányként indult, olyan elemként, mely a továbbiakban rányomhatta volna bélyegét minden más témára. Az RMDSZ kampánytervének kiszivárgásáról van szó, amely betölthette volna a „trigger event” szerepét, figyelemfelkeltő, napirend-formáló esemény lehetett volna, átalakíthatta volna az addigi kampányt, teljes váltást idézhetett volna elő a napirenden. Ám egy rövid RMDSZ tiltakozás után többé nem esett szó róla, pár nap alatt lekerült a napirendről.

Az ezt követő RMDSZ kampánynyitó-rendezvény összefoglalóként rendszerezte azokat a gondolatokat, amelyeket addig a Szövetség kampányának középpontjába állított. Ilyenek az „Új honfoglalás”-szlogen, az egység gondolatának, mint a 17 éves siker kulcsának kihangsúlyozása, a brüsszeli jelenlét fontossága, valamint Tőkés felelőssége a közös lista meghíúsulásában. Ezután az RMDSZ-kommunikáció nagy része az egység-megosztottság ellentétparban jutott kifejezésre, a Szövetséget, mint az egység képviselőjét és védelmezőjét, Tőkés Lászlót pedig mint a megosztót, az egység bomlasztóját mutatva be. Ezek a gondolatok képezték az RMDSZ kommunikációjának gerincét a kampányban.

Tőkés László napirendi megjelenését a következő gondolatok jellemezték: rendíthetetlen, bátor, megalkuvást nem ismerő emberre van szükség, aki nincs alárendelve a román kormány külpolitikai érdekeinek. Visszatérő jellemző volt Tőkés 1989-es szerepének, hitelességének kihangsúlyozása, az autonómia képviseletéhez adott erkölcsi tőkéje. Ugyanakkor Orbán Viktor

ritkán felejtette el szavazásra buzdítani a hallgatóságát, nem zárva ki annak a lehetőségét, hogy így mindkét fél képviselőjéhez juthat.

A szembenálló felek ezeket az üzeneteket próbálták minél hatásosabban átvenni mind a média, mind a közvélemény napirendjére.

Ebben az időszakban az RMDSZ plakátjainak és pannóinak eltávolítása és rongálása jelent meg a napirenden, amit után az RMDSZ politikusai rögtön a kieleződött magyarellenességet hangsúlyozták.

A közös román-magyar kormányúléson Markó a magyarországi munkaerőpiac teljes megnyitását kérte a magyar kormányfőtől, aki egységre szólította fel az erdélyi magyarságot, kizárva más lehetőség életképességét, és formálva ezáltal a választói vélekedéseket éppúgy, mint az ezért itthon és az anyaországban is sokat bírált Orbán Viktor.

A következő időszakban közéleti személyiségek nyílt levelei jelentek meg a média napirendjén, akik egyik vagy másik jelölt mellett érvelve szavazásra buzdították a választópolgárokat, ugyanakkor egy ÚMSZ interjúban Eörsi Mátyas egyértelműen kiállt az RMDSZ mellett.

A másik vizsgált sajtóorgánum egy belső RMDSZ körlevélre hívja fel a figyelmet, amely előírja a helyi szervezetnek, hogy milyen létszámban képviseltesék magukat a kampányzáró rendezvényen, felmutatva ezáltal az erdélyi magyarság szolidaritását és politikai egységét.

Eközben Tökés László kampánystábja felhívásban fordult Hans-Gert Pötteringhez, az Európai Parlament elnökéhez, megfigyelőket kérve tőle a választásokra, mivel nekik nem áll jogukban azokat delegálni.

Az RMDSZ kampányzáró rendezvényeként a marosvásárhelyi Erdélyi Fórum a médianapirend uralkodó témája a következő napokban. Itt az egység hangoztatása mellett az RMDSZ-t Erdély képviselőjeként, a jelenlevőket pedig a romániai magyar népként definiálták a felszólalók, ezzel is csökkentve az ellenfél alternatívaként való megjelenésének esélyét. A Szövetség 12 pontban foglalta össze programjának legfontosabb céljait, összegezve a kampányban használt jelszavakat és az azokból levezethető konkrét politikai célokat (pl. a magyar nyelv regionális hivatalos nyelvként való elfogadtatása).

Ezt a Tökés székelyföldi körútjáról szóló tudósítások ellensúlyozzák, melyen Orbán Viktorral közös fellépést ígérnek, célként jelölve meg az autonómiát és a határokon átívelő nemzetegyesítést.

Az RMDSZ a következő napokban a csángók magyar nyelvű oktatáshoz és misézéshez való jogát hangoztatja, melyek megvédését, illetve elérését az RMDSZ Európai Parlamentbe való bejutásához köti.

A kampány végéhez közeledve az RMDSZ egy felméréssel igazolja addigi állításait a felek esélyeiről, mely szerint Tökés László 1% körüli ered-

ményt fog elérni a választásokon, míg a Szövetségnek sikerül átlépnie az 5%-os küszöböt. Szilágyi Zsolt kampányfőnök eközben szintén egy felmérésre hivatkozva 10%-os Tökés-előnyről beszélt a pártlistával szemben. Ez tehát a felmérések harca, melyet a Társadalmi Kutatócsoport (BCS) által közölt kutatási eredmény zár le. E szerint egyik fél sem jut be.

A vizsgált időszak napirendjét egy Frunda Györggyel és egy Tökés Lászlóval készült interjú zárja, melyben az esetleges kettős kudarc esetére mindketten csakis a másik felet teszik felelőssé.

Egyetlen téma nyomon követése ugyanakkor sokszor több tanulsággal járhat, mint a teljes napirendet szem előtt tartó vizsgálat. A vizsgált időszakban talán az Európai Néppárt (EPP) támogatásának kérdése volt az, amelyben a legtisztábban megmutatkozott a felek közti konfliktus. Érdekes módon azonban ebben a kérdésben Tökés László nem nyilvánult meg, hiszen Orbán Viktor indította el a folyamatot, amikor kijelentette, hogy az EPP támogatja a függetlenként induló jelöltet. Ezután Markó Béla és más RMDSZ-es politikusok, illetve Wilfried Martens, az EPP elnöke között folyt a nyilatkozat-háború.

Orbán Viktor kijelentése után ugyanis az EPP szóvivője cáfolta annak állítását, és kijelentette, hogy a Néppárt csak tagpártjait támogatja. Erre erősített rá Nagy Zsolt és Markó Béla is. Egy napra rá azonban maga Martens jelentette ki, hogy az EPP Tökést is támogatja, hiszen az EPP frakcióban lesz a helye.

Másnap brüsszeli látogatásán Markó ismét kijelentette, hogy az EPP az RMDSZ oldalán áll, csak eddig félretájékoztatták, ám Martens újra azt nyilatkozta, hogy mindkét felet támogatja.

A kérdés Martens 12 nappal későbbi bukaresti látogatása kapcsán került újra a figyelem középpontjába, ekkor – találkozájuk után – Markó elismételte korábbi állítását, miszerint a Néppárt nem támogat független jelöltet, míg Martens kijelentette, hogy kisebb mértékben, mint tagpártjait, ám Tökést is támogatják.

Láthatjuk, a konfliktus nagyon is érzékelhető, az RMDSZ mindenáron teljes támogatást szeretett volna szerezni, a független jelöltet ki akarta szorítani ebből a mezőből, ami végül csak részben sikerült neki, a „kisebb mértékben való támogatás” kifejezés mögé bújva Martens gyakorlatilag kitért a további konfliktus elől.

Feltehetjük a kérdést, hogy miért tudott ez a kérdés szinte három hétig napirenden lenni? A választ egyrészt talán a konfliktusos jellegben találhatjuk meg, abban tehát, hogy egyszerűen nem ugyanazt állította Markó Béla, mint Wilfried Martens. Ezért zavar alakult ki, ellentmondást fedeztek fel a nyilatkozatokban, ami segítette a téma napirenden maradását.

Másrészt az ügy fontossága szolgálhat magyarázatul, az legalábbis, hogy az RMDSZ fontosnak tartotta egyértelműsíteni, hogy Tőkés nem számíthat támogatásra. Ezért folyton napirenden tartotta a kérdést, és megpróbálta a saját szempontjai szerint értelmezni Martens nyilatkozatait.

Érdekes színfoltot jelentettek a Krónika hasábjain az olvasótalálkozókról szóló beszámolók, amelyek keretében a választásokról is rendszeresen véleményt nyilvánítottak, vitáztak a jelenlevők. Ezeken a találkozókön általában politikusok, a két fél képviselői, elemzők is részt vettek, közvetlenül juttatva el üzenetüket a média napirendjére. A vélemények, bírálatok, dicséretetek, egyszerű meglátások közvetítésével azonban a közvélemény napirendjét közvetlenül emelték média-napirendre, ami szokatlan irányát jelenti a napirend-kijelölésnek.

A továbbiakban vizsgáljuk meg a két sajtóorgánium választásokkal foglalkozó híryanagát két média-hatás érvényesülését keresve.

Az első ilyen hatás, a „priming” hatás, melyről az előbbieken sok szó esett, így most csak röviden érintjük. A „priming” hatást a szakirodalom a médiának a témák közti szelekciója során kifejtett tevékenységeként definiálja. Ez azt jelenti, hogy a média bizonyos témákat kiemel, rájuk irányítja a figyelmet, ezáltal befolyásolja a választók gondolkodását. Kutatások támasztották alá a hatás létezését²⁷, kimutatva, hogy az erőteljesebben mediatizált témák fontosabb szerepet töltenek be a választók vélekedésében.

Azáltal tehát, hogy egy médium egyes ügyekről beszámol, másokról pedig nem – egy politikai verseny esetében, ahol a feleknek vannak kedvelt témáik – befolyásolja a választások kimenetelét. Ennek fényében vizsgálva a két napilapot, a következő eredményre juthatunk:

A Krónika *Belföld* és *Erdélyi tudósítások* rovatában a vizsgált időszakban 65 cikk található a két szembenálló politikai szereplőre vonatkozóan. Az egyik vagy másik félről vagy azok kedvelt témáiról²⁸ szóló cikkek 33–32 arányban oszlanak meg az RMDSZ javára, ami kiegyensúlyozottságról tanúskodik.

Az *ÚMSZ Aktuális* és *Társadalom* rovatában ugyanilyen szempontok alapján 62 cikkre bukkanhatunk, ám ezek 46–17 arányban oszlanak meg, szintén az RMDSZ javára (egy cikk mindkettőre vonatkozik). Ez 74%-os RMDSZ fölényt jelent az *ÚMSZ* hasábjain, majdnem háromszor annyi tudósításban jelenik meg az RMDSZ, mint Tőkés László, ami alátámasztja a „priming” hatás létezését a vizsgált napilap tekintetében az adott időszakban.

27 Pl. Iyengar, Shanto – Kinder, Donald R.: i. m. 63-112.

28 Pl. az RMDSZ esetében néha nem magáról a szervezetről, hanem az egységről és a széthúzás káros voltáról szolt a híryanag.

Ugyanerre a hatásra szolgálhat bizonyítékként néhány ügy jelenléte valamelyik újságban, illetve hiánya a másikban. Az RMDSZ kampánytervének kiszivárgásáról például az ÚMSZ egyáltalán nem tudósított, mint ahogy a Krónika sem Markó Béla budapesti látogatásáról, vagy Frunda György találkozójáról Hans-Gert Pötteringgel Bukarestben.

Egyes személyekkel készített interjúk is ezen hatást szolgálták az ÚMSZ esetében, hiszen Eörsi Mátyás és Göncz Kinga is az egységre szólította fel az erdélyi magyarságot. Az egység pedig – mint láthattuk – az RMDSZ kommunikációjának gerincét képezte a kampányban.

A másik hatás, amelyet vizsgálhatunk, az úgynevezett „framing”, ami a témák keretezését, valamilyen előre meghatározott szempont szerinti bemutatását jelenti, s amelyet szintén bővebben tárgyaltunk az első fejezetben.

A két szembenálló politikai aktor pontosan azzal tudott eltérő üzenetet továbbítani a választók felé, hogy egymástól eltérő keretben mutatták be programjukat. Az RMDSZ egység-megosztottság keretbe helyezte a politikai versenyt, ellenfelét mint az egység ellenségét mutatta be, a két jelölt esélyét a bejutásra pedig lehetetlennek tüntette fel.

Tökés László viszont mindvégig azt hangoztatta, hogy neki nagyobb az esélye, mivel kevesebb szavazat is elég számára a bejutáshoz, ebben a keretben próbálta láttatni az esélyeket.

Kiváló példát nyújtanak a keretezésre az RMDSZ kampányzáró rendezvényén elhangzottak, amikor is Markó Béla romániai magyar népnek nevezte a jelenlevőket. E keretben az RMDSZ az egyetlen legitim képviselőnek tűnhetett fel, támogatása pedig egyet jelenthetett a romániai magyar közönség támogatásával.

Ezek a keretek azonban a politikum által konstruált keretek, amelyek kialakításánál a választási sikeresség volt a szempont. Viszont a média is kialakíthat kereteket az ügyekről való beszámolók során, s ezek a keretek képeznék vizsgálódásunk tárgyát.

Ezzel kapcsolatban azonban azt tapasztalhatjuk, hogy a két vizsgált sajtóorgánium híryanaga egyszerűen átvette a már említett kereteket, nagyon ritka esetben alkalmazott ezektől eltérő jelentésmezővel felruházott tudósításokat, ezáltal csupán közvetítette a politikai szereplők kereteit, eltekintve önálló „frame-ek” alkotásának lehetőségétől.

A médiának fontos feladata a politika üzeneteinek – azok politika által konstruált keretében való – továbbítása a választók felé, ám szintén fontos feladata az események más megvilágításban való ábrázolása is, árnyaltabb megközelítésük és önálló értelmezésük.

Romániai magyar médianapirend

A másik kutatás a fentiekől eltérően közelíti meg a kérdést, a romániai magyar médianapirend bemutatására és elemzésére törekszik. Ehhez négy hónap – 2008. január elseje és 2008. április 30-a között – sajtóanyagát vizsgálja meg szintén a Krónika és az ÚMSZ cikkei alapján, ám most nemcsak az RMDSZ-re vagy időközben intézményesült ellenzékére fókuszálva, hanem a teljes romániai politikai paletta megjelenését keresve, illetve azokat az ügyeket beazonosítva, amelyek a legerősebben jelen voltak ebben az időszakban a politikai napirenden, így feltételezhetően a legerősebb hatást gyakorolták a közvéleményre.

E vizsgálat során csak azokat a témákat vehetjük figyelembe, amelyek átlépnek egy bizonyos határt a média szelekciós eljárásainak során, tehát amelyek eléri a média „ingerküszöbét”. Azokat az ügyeket sorolhatjuk ide, amelyek egy héten legalább kétszer megjelennek valamelyik vizsgált sajtóorgánium hasábjain. Azok, amelyek csak egyszer jelennek meg – lehetnek mindkét újságban ugyanazon a héten – nem képezik vizsgáldás tárgyát, függetlenül tartalmuktól.

A kutatás tehát egy 16 hetet átfogó témalistát eredményezett, melynek elemei – 49 ügy – az adott időszak legfontosabb témáit jelentik a romániai magyar közösség vonatkozásában. Ezek közül is azok fejthették ki a legerősebb hatást, amelyek több héten keresztül napirenden tudtak maradni, a négy hónapos időszak vezető politikai vitatémáit alkotva.

A kutatás az alábbiakban ezeket a témákat fogja több szempont szerint elemezni, keresve a romániai magyar politikai napirend sajátosságait, melyeket későbbi kutatások során összehasonlítva más – magyarországi, romániai román nyelvű – napirendekkel érdekes összefüggésekre találhatunk. Mindazonáltal önmagában sem haszontalan megállapításokat tenni a romániai magyar nyelvű napirendről.

A témák gyakorisága

Elsőként azonosítsuk azokat a témákat, melyek legerősebben rányomták bélyegüket a vizsgált időszak napirendjére. Ezek azok az ügyek, amelyek egy hétnél hosszabb ideig megjelentek mint heti témák.

Bár szándékolatlan egy kampánymentes időszakról van szó, így sem lehet kikerülni a hatást, mellyel a közelgő helyhatósági választások befolyásolják a napirend alakulását. Olyannyira, hogy a leghangsúlyosabban jelen lévő téma pontosan az RMDSZ jelöltjeinek kijelölése, ami a tizenhat hétből tizenötön volt jelen a hét meghatározó témájaként. Már január második hetében felbuk-

kantak a jelöltekről szóló híryanagyok, melyek végig uralkodó témaként határozták meg a napirendi szerkezetet. Az utolsó két hétben ezek már összekapcsolódtak a frissen bejegyzett Magyar Polgári Párt (továbbiakban: MPP) jelöltjeinek kiválasztásával, ám így is ez a téma nyerte meg a napirendi „versenyt”.

E téma mögött végzett két olyan ügy, amelyek bár ennyire intenzíven nem voltak jelen a napirenden, mégis elmondható, hogy ezen időszakot végigkísérték.

Az első a gépjárművek regisztrációs adójával kapcsolatos vita, amely hét héten szerepelt a napirenden. Ez inkább a vizsgált időszak első felében volt meghatározó, és két síkon folyt párhuzamosan. Egyrészt a román kormány és az Európai Unió illetékes szervei között az adó megváltoztatásának módzatai révén, másrészt a parlamenti ellenzék által folyamatosan lebetgetett, majd be is nyújtott bizalmatlansági indítvány által.

A második – hat heti napirendi megjelenéssel – a különböző politikusok elleni bünvádi eljárások témája. Ezek az ügyek mindig annak függvényében jelentkeztek, hogy az Országos Korrupcióellenes Ügyosztály (DNA) éppen kit idézett be kihallgatásra, illetve az eljárások lefolytatásához szükséges parlamenti engedélyezésről szóló vita mikor lépte át a média „ingerküszöbét”.

Három-három héten volt vezető téma továbbá négy különböző ügy. Ezek közül három egymást követő héten mutatkozott, egy, a választási reformról szóló vita viszont „kettészakadt” az ügy parlamenti helyzete miatt, a negyedik illetve a nyolcadik és kilencedik héten szerepelve.

A másik három közül az egyik a NATO-csúcstalálkozó, mely érthető okokból teljesen uralta a napirendet a megrendezése hetén, annyira, hogy le is szorított minden más ügyet, egyedül az RMDSZ jelöltállítás fért el mellette, ám az ominózus hét előtt és után is meghatározó téma volt.

A Norica Nicolai igazságügy-miniszterre való kinevezése kapcsán felmerült vita is vezető témának számított a vizsgált időszak első három hetében, míg az utolsó ilyen ügyet az RMDSZ és a még nem intézményesült ellenzéke között kialakult egyeztetések, illetve a sajtóban megnyilvánuló kiegyezesi lehetőségek mérlegelése, a választásokra való közös jelöltállításról szóló híryanagyok képezték.

Egynél több héten voltak még jelen: az MPP bejegyzéséről szóló híradások, a Szekuritáté Irattárát Vizsgáló Országos Tanács (CNSAS) körül kialakult vita, a Bölöni László marosvásárhelyi polgármester-jelöltségének lehetőségéről beszámoló cikkek, Eckstein-Kovács Péter lemondásának híre a Szenátus jogi bizottságának elnöki tisztségéről, az RMDSZ és a már bejegyzett MPP közötti választási együttműködésről szóló tárgyalások, a Szociáldemokrata Párt (továbbiakban PSD) bukaresti főpolgármester-jelöltje körül kialakult vita, illetve az MPP jelöltállítás.

A leggyakoribb témák:

| Témák | Megjelenés |
|---------------------|------------|
| RMDSZ jelöltállítás | 15 |
| Regisztrációs adó | 7 |
| Bűnvádi dossziék | 6 |
| Választási reform | 3 |
| NATO-csúcs | 3 |
| Norica Nicolai-vita | 3 |
| Kiegészítés | 3 |

A témák szereplői

Ebben a részben az ügyek alanyait próbáljuk meg beazonosítani, a parlamenti pártok, az MPP, a kormány, az államelnök és Tőkés László függvényében, előrebecsátva, hogy egy témának több alanya, szereplője is lehet, sőt az esetek többségében ez így is van. Ebben az esetben az ügy főbb alanyait vehetjük számításba, azokat a szereplőket, amelyek meghatározóak az adott kérdés szempontjából, így egy témánál legtöbbször két-három szereplőt lehet azonosítani.

Az eredmények azt mutatják, hogy a legtöbb ügy szereplője, számszerint tizenötét, a kormány, illetve annak valamelyik tagja²⁹, hiszen a legtöbb témában nem a testület, hanem az egyes miniszterek, államtitkárok a főszereplők. Ez azt jelenti, hogy az összes ügy 30%-a a kormány tevékenységéhez (is) kapcsolódik.

Ennél csupán egy üggyel kevesebb megjelenést mutat az RMDSZ, ami – ha hozzászámítjuk a jelöltállítási procedúrát – mint az adott időszak legnagyobb témáját, akkor egyértelműen a legtöbbet napirenden levő politikai szereplő a romániai magyar médiában.

Szintén tizennégy ügyben szólalt meg az államelnök, így a harmadik legtöbbet napirenden levő szereplője a magyar nyelvű médiának.

Az MPP csupán eggyel több kérdésben – nyolcban – nyilvánult meg, mint Tőkés László úgy, hogy ezek között található bejegyzése és a jelöltállítás is.

A román pártok közül a PSD vezet hét megjelenéssel, majd eggyel lemaradva követi a Nemzeti Liberális Párt (továbbiakban PNL), végül négy téma szereplője a Demokrata-Liberális Párt (továbbiakban PD-L).

A Konzervatív Párt (továbbiakban PC) csupán egy ügyben szerepelt, mint a PSD lehetséges partnere a helyhatósági választásokon.

²⁹ Ha a Miniszterelnök az ügy szereplője, azt is ideszámoltam.

| Alany | Témák |
|--------------|----------|
| kormány | 15 (30%) |
| RMDSZ | 14 (28%) |
| államelnök | 14 (28%) |
| MPP | 8 (16%) |
| Tökés László | 7 (14%) |
| PSD | 7 (14%) |
| PNL | 6 (12%) |
| PD-L | 4 (8%) |
| PC | 1 (2%) |

Természetesen nemcsak ezek a szereplők azonosíthatóak az ügyekben, ám a témák kapcsán a politikai alanyokat keressük, a különböző szakszervezetek vagy a külföldi politikusok megjelenése nem annyira releváns a kutatás szempontjából.

A témák hatása

A következő változóval azt a kérdést vizsgáljuk, hogy a fentebb meghatározott szereplők pozitív vagy negatív színben tűnnek-e fel az egyes ügyekben. Pozitív megjelenésen azt értethetjük, ha a téma vélhetően kedvezően befolyásolja valamely alany választópolgárok³⁰ általi megítélését, negatívan pedig azt, ha ennek ellenkezője feltételezhető. Mindenképpen megjegyzendő azonban, hogy ez egy leegyszerűsített felosztás, hiszen ugyanazon témán belül is eltérhet az alanyok megítélése, arról nem is beszélve, hogy az emberek másképpen értékelhetik egyik vagy másik ügyben játszott szerepüket.

Az eredmények szerint a kormány a tizenötből csupán három ügyben jelenik meg pozitívan, tizenkettőben ez nem így van. Rengeteg botrány kötődött a kormányhoz ebben az időszakban, amihez hozzájárultak a különböző sztrájkok is, ráadásul a társadalom számára fájdalmas döntéseket is végre kellett hajtania.³¹

Ezzel szemben az Elnök esetében fordított az arány, tizenhárom témában pozitívan szerepel, csupán egyben negatívan. Legtöbbször éppen a kormány ellenében jelenik meg az államelnök, mindig a népszerűbb álláspont-ra helyezkedve.

Az RMDSZ aránya is az államelnökhöz mérhető, tizenegy pozitív és három negatív témával, ami talán annak is tulajdonítható, hogy az RMDSZ állásfoglalásai az országos politikában pozitívnak tűnnek a magyar nemzetiségű olvasók számára³². Negatívumként az MPP-hez való viszonyulását értelmezhetjük.

30 A vizsgálat jellegéből fakadóan a magyar nemzetiségű választópolgárokra gondolok.

31 Pl. regisztrációs adó.

32 Pl Koszovó függetlenségének elismerését egyedül támogatta.

Az MPP négy pozitív és négy negatív megjelenésével már ennél kedvezőtlenebb képet mutat, amiben nagy szerepet játszik, hogy nem született egyezés valamiféle együttműködésről az RMDSZ-szel.

Tőkés László öt, számára kedvező és két kedvezőtlen témának volt alanya. Ez utóbbiak közé az Európai Parlament néppárti frakciójába való sikertelen belépése és egyéb kezdeti brüsszeli ballépései sorolhatóak.

Ugyanilyen aránnyal büszkélkedhet a PSD, ez a Kormány tevékenységét érintő sorozatos bírálataival, a népszerű témák felkarolásával érthette el ezt.

A PNL, mint a Kormány tevékenységének megtestesítője, már ennél rosszabb képet mutat három pozitív és három negatív témával, a Norica Nicolai és Adrian Cioroianu körül kialakult botrányok rányomhatták bélyegüket a párt megítélésére.

A PD-L, bár csak két témában jelent meg pozitívan, ezek egyike a vizsgált időszak egyik legnagyobb témája, a regisztrációs adó körül kialakult vita, melynek során a benyújtott bizalmatlansági indítvány és ezzel párhuzamosan a kormány bírálata kedvezően hatott – az egyébként is népszerűtlen adófajta – eltörlését követelő pártra.

| Alany | Pozitív | Negatív |
|--------------|---------|---------|
| kormány | 3 | 12 |
| RMDSZ | 11 | 3 |
| államelnök | 13 | 1 |
| MPP | 4 | 4 |
| Tőkés László | 5 | 2 |
| PSD | 5 | 2 |
| PNL | 3 | 3 |
| PD-L | 2 | 2 |
| PC | 1 | 0 |

A témák jellege

A következő szempont, amely alapján megpróbálhatjuk értékelni ezen időszak vezető témáit, az ügyek típusa. Itt négy kategóriát állapíthatunk meg: a politikai, a materiális, a szimbolikus és a botrány kategóriákat.

A politikai típusú ügyek a pártok egymás közti interakcióit, ezek belső viszonyait, állami- vagy párttiszségek elosztását, államszervezéssel kapcsolatos kérdéseket jelentenek.

A materiális ügyek elosztással kapcsolatosak, mindig valamilyen konkrét anyagi vonzatuk van vagy az egész társadalomra vagy annak egy csoportjára³³ nézve.

33 Pl. tanügyi alkalmazottak sztrájkja.

A szimbolikus ügyek a politikának a jelképes cselekedeteit jelentik, a különböző rendezvények, látogatások, anyagi vonzattal nem rendelkező, ám mégis fontos ügyeket.

Végül a botrány kategóriába azokat az eseményeket sorolhatjuk, amelyek valamely rendellenességre hívják fel a figyelmet, legyen az a politikai, társadalmi, vagy gazdasági szférában.

Az eredmények az előzetes várakozásokat igazolva a következőképpen alakultak:

A 49 vizsgált téma közül 29 politikai típusú volt, ami az ügyek 59%-át jelenti. Ezt az óriási túlsúlyt tovább erősíti, hogy a legnagyobb téma, az RMDSZ jelöltállítás is ebbe a kategóriába sorolható.

Kilenc téma materiális jellegű volt, ez az összes ügy 18%-a, itt is volt azonban egy nagy téma, a regisztrációs adó kérdése – mint fentebb láttuk – hét héten keresztül számított vezető hírnek.

Hat ügy esetében beszélhetünk szimbolikus jellegről, ez 12%-ot jelent, ám meg kell jegyeznünk, hogy itt kivétel nélkül olyan ügyek szerepelnek, melyek csupán egy hétig voltak napirenden. Így bár nem ebből a típusból van a legkevesebb, mégis elmondható talán, hogy a legkevésbé érzékelhető a jelenléte a négy hónap témái között.

A legkevesebb ügy ugyanis a botrány kategóriába sorolható, itt mindössze ötöt azonosíthatunk be, ez az összes ügy 10%-a. Idetartozik viszont a bűnvádi dossziék témája hat heti napirendi megjelenéssel, így talán mégis jelentősebb ez a kategória, mint az előző.

Nagy nehézséget okozott egy téma besorolása egyik vagy másik kategóriába, hiszen rendkívül egyedi és összetett eseményhez kapcsolódott, és tulajdonképpen bármelyik kategóriába befért volna. A NATO-csúcstalálkozó-ról van szó, mely tagadhatatlanul politikai rendezvény, ugyanakkor erős szimbolikus jellege van, továbbá materiális jelentősége sem elhanyagolható³⁴, végül pedig botrányoktól sem volt mentes³⁵. Végül a politikai csoportba került az ügy, ez tekinthető a legpregnansabb jellemzőjeként.

| Jelleg | Témák |
|-------------|----------|
| Politikai | 29 (59%) |
| Materiális | 9 (18%) |
| Szimbolikus | 6 (12%) |
| Botrány | 5 (10%) |

34 A csúcstalálkozó megrendezésének költségei és a NATO-tagság anyagi vonzatai is helyet kaptak a napirenden a téma kapcsán.

35 Egyrészt a sajtó szervezési hiányosságok miatti elégedetlensége, másrészt Adrian Cioroianu megnyilvánulásai – vagy inkább azok hiánya – miatt

A témák iránya

Ebben a részben vizsgáljuk azt a kérdést, hogy az egyes ügyek hogyan viszonyulnak a politikai szférához, a témák ezen belül mozognak-e, ennek szándékait továbbítják-e más szférák irányában, avagy ezen más szférák irányából jutnak el a politikához.

Ennek mérésére három kategóriába oszthatjuk az ügyeket. Az első azokat a témákat tartalmazza, amelyek a politikán belül maradnak: politikusok és politikai pártok egymás közti vitái, különböző tisztségek elosztása, intézményközpontú viták tartoznak ide. Ezen kategória megnevezésére a politikai rendszer fogalmát használtam.

A második kategória a politikai szférából más szférák irányában ható témákat tartalmazza, ezek a kimeneti témák. Kötelező szabályok, politikai döntések formájában a politika és az állam társadalomszervező funkciója nyilvánul meg bennük.

A harmadik témacsoport pedig ezen irány fordítottja, a politika külső ingerekre adott válaszai, bizonyos eseményekre való reagálása, tehát a bemeneti témák.

A kezdeti hipotézis itt is igazolódott, ugyanis az ügyek túlnyomó többsége a politikai rendszeren belül nyilvánult meg. A 49 téma közül 30 esetében beszélhetünk a politikai szférán belüli hatóköréről, ami 61%-ot jelent. Nyilván, ezek az ügyek is hatással vannak más rendszerekre, ám a hatás csak közvetett. Jelöltállítások, pártok közti tárgyalások, minisztercserék tartoznak ide.

A kimeneti témák száma azonban mindössze 6, tehát az ügyek 12%-a. Idetartozik ugyanakkor a regisztrációs adó témája és a szintén hosszabb ideig napirenden tartott választási reform.

A bemeneti témák az ügyek 26%-át alkotják, több, mint a dupláját téve ki a kimeneti ügyeknek.

| Irány | Témák |
|--------------------|-------------|
| Politikai rendszer | 30 (61%) |
| Kimenet | 6 (12%) |
| Bemenet | 13 (26%) |

A témák helye

Végül utolsó szempontként aszerint osztályozhatjuk a vizsgált időszak napirendjének témáit, hogy túlnyomórészt hol vitáztak róla, hogyan azonosítható be az a hely, ahol a leginkább előtérbe kerültek.

Persze, mindegyik ügy bekerült a sajtóba – hiszen ez a kutatás alapja –, a legtöbb téma esetében azonban azonosítható egy másik aréna, amelyik a téma helye lehet.

Ugyanakkor vannak olyan ügyek is, amelyek esetében ez nem tehető meg, itt a téma helye maga a média. A nyolc kategória közül idekerült a legtöbb ügy, szám szerint 13, az összes téma 26%-a. Ez megfelel a modern média működési logikájának, hiszen feladata nemcsak a bizonyos eseményekről való tájékoztatásban merül ki, hanem helyet is kell biztosítania a viták számára.

A médiától eltekintve az első kategóriát a témák megjelenési helyeként az állami intézmények képezik. Azokra a vitákra gondolhatunk itt, melyek túlnyomórészt a kormányban, a kormány és az államelnök között, valamint más állami intézményekben zajlanak. Hat ilyen témát lehet azonosítani, amelyek közül a leg súlypontosabb a bűnvádi dossziék kérdése és a Norica Nicolai igazságügy-miniszterségéhez kapcsolódó vita.

Külön kategóriaként kezelhetjük a parlamentben folyó vitákat, hiszen ez a színhely a társadalom számára fontos ügyek természetes helye kellene, hogy legyen. Ehhez képest csupán négy ilyen témát azonosíthatunk, az összes téma 8%-át. Köztük volt viszont a regisztrációs adóról és a választási reformról szóló vita is.

A Tőkés Lászlóhoz kapcsolódó ügyeknek köszönhetően két téma helyének az Európai Parlament tekinthető, mindkettő negatívként jelentkezik alanyára nézve.

A témák helye lehet valamely politikai szereplő szervezésében zajló rendezvény. Ezek meglepően magas arányban mutatkoztak. Tizenegy ilyen témát láthatunk, ez az ügyek 22%-át jelenti. A pártok jelöltállításait is ide tartoznak, hiszen ezek általában jól előkészített, szervezett események, nemcsak a médiatudósításokban jelennek meg.

A nem a politika által szervezett rendezvények – mint az ügyek helye – az esetek 10%-ában azonosítható be. Ezek a témák általában megegyeznek az előbbi szempont szerinti bemeneti ügyekkel, olyan események ezek, melyekre csak reagál a politika, ám nem ő a főszereplő.

A politikai szereplők egymás közti tárgyalásait, a pártpolitikai egyezkedéseket, amelyek valamilyen szervezett esemény keretében zajlottak, jelöljük találkozókként, ezekből szintén ötöt, tehát 10%-ot azonosíthatunk.

| A téma helye | Témák |
|--------------------------|----------|
| Média | 13 (26%) |
| Állami intézmények | 6 (12%) |
| Parlament | 4 (8%) |
| Európai Parlament | 2 (4%) |
| Helyhatóság | 3 (6%) |
| Politikai rendezvény | 11 (22%) |
| Nem politikai rendezvény | 5 (10%) |
| Találkozó | 5 (10%) |

Összegző következtetések

Az alábbiakban a kutatás eredményeinek rövid értelmezésére vállalkozom, a romániai magyar politikai napirend jellegzetességeire, néhány sajátosságára világitanék rá.

Mindenekelőtt le kell szögeznünk, hogy bár a kapott eredmények csakis ezen időszak vonatkozásában érvényesek, egy trend felrajzolásához mindenképpen elegendők. Ugyanakkor az általánosan érvényes következtetések további korlátja az, hogy csak két sajtótermék vizsgálatára került sor, ám azok jellegéből és széleskörű olvasottságukból fakadóan ez nem lehet gátja a következtetések levonásának.

Először azokról a témákról beszéljünk, amelyek a legtovább képesek voltak napirenden maradni. Ezek közül tulajdonképpen két olyannal találkozunk, melyek feltehetően a romániai magyar napirend sajátosságaiként jelennek meg. Az RMDSZ jelöltállítására – mint láthattuk – teljesen uralta ezen időszak napirendjét, míg a közte és az MPP közötti egyezkedések is hangsúlyosan helyet kaptak rajta. Ezek a témák a vizsgált napirend sajátosságai, míg a többi nagy ügy – NATO-csúcs, regisztrációs adó, bűnvádi dossziék – a román nyelvű napirenden is uralkodó témák voltak.

A szereplők vonatkozásában látnunk kell, hogy az RMDSZ nemcsak a legnagyobb témát „tulajdonolja”, hanem – a kormány és az államelnök mellett – a legtöbb téma is hozzá kapcsolódik. A többi párthoz képest – beleértve az MPP-t és Tőkés Lászlót is – hatalmas fölényben jelenik tehát meg a napirenden.

A két másik vezető szereplő, a kormány és az államelnök erős jelenléte ugyanakkor természetesnek tekinthető, hiszen a végrehajtó hatalmat jelenítik meg.

Egy másik érdekes adat, hogy Tőkés László egyszemélyben majdnem annyi megjelenéssel büszkélkedhet, mint az MPP.³⁶

A témák hatását nézve elmondható, hogy a kormány erősen negatív és az államelnök még erősebben pozitív megjelenése – bár nem egy általános tendencia – megfelel az adott időszak romániai politikai valóságának, nem hinném, hogy a magyar nyelvű média torzítana a románhoz képest.

Az RMDSZ témái között ugyanakkor elsöprő a pozitívak aránya, szinte négyszer annyi, mint a negatívaké, szemben az MPP-vel. Az előző két adattal összekapcsolva tehát az RMDSZ nemcsak a lehangsúlyosabban jelen lévő szervezet, hanem az egyik legtöbb pozitív témával is rendelkező is.

Tőkés László aránya is messze kedvezőbb képet mutat, mint az MPP-é, a pozitív témák fölénye két és félszeres a negatívakhoz viszonyítva.

Az, hogy a legtöbb téma jellegét tekintve politikai, irányát nézve pedig a politikai rendszeren belül marad, nem okozott meglepetést. A szimbolikus témák száma viszont igen, ám ez talán betudható a vizsgált periódusnak, egy nyári időszakban úgy vélem lényegesen több ilyen témát találhattunk volna.

A témák helyéről szólva elmondható, hogy a média, mint a legtöbb ügynök helyet adó aréna, más napirendek esetében is jelentős szerepet kap. A politikai rendezvények kiemelt helye pedig részben a jelöltállításoknak köszönhető.

Ha ezeket az adatokat az „agenda-setting” hatás fényében nézzük, feltételezve, hogy a romániai magyar társadalom vonatkozásában is kifejti hatását, akkor végső következtetésként levonhatóak az alábbiak:

A hatás első szintjeként, amikor az ügyek fontosságának átvitelére kerül sor, valamint a „priming” hatás eredményeképpen a romániai magyar választópolgárok az RMDSZ megjelenését érzik a lehangsúlyosabbnak³⁷, véleményük kialakításában jelentős szerepet játszik, hiszen egyértelműen a napirenden legtöbbet szereplő szervezet.

A hatás második szintje, a vélemények átvitelének tekintetében pedig szintén rendkívül kedvező helyzetben van az RMDSZ, a „framing”-et, és ennek megjelenését a médiában eredményesnek látom, bár azt nem állítom, hogy ez a média keretezési eljárásának köszönhető. Sőt, mint az első kutatásban láthattuk, nem erről van szó, a média a politikai „frame”-et a legtöbb esetben átveszi, használja és közvetíti.

36 Az MPP-nek természetesen nem csupán a bejegyzése utáni megjelenését vettem figyelembe.

37 A magyar választópolgárok politikai preferenciái szempontjából a kormány és az államelnök jelenléte kevésbé releváns.

Végül egy pár szóban fogalmazzuk meg azokat a következtetéseket, amelyek a témaválasztás és az ennek alapján elvégzett két kutatás eredményeképpen levonhatóak.

Mindenekelőtt kijelenthető, hogy a politikai napirend dinamikájának kutatása, a vezető politikai témák rendszerének és szerkezetének feltárása nem hagyható figyelmen kívül. Hatása a politikai- és pártrendszerre – vagy akár a politikai kultúrára – sokkal nagyobb annál, semhogy megengedhető lenne, hogy ne foglalkozzunk vele a romániai magyar politikai valóság elemzése során.

A kutatások is e kezdeti meggyőződést támasztották alá, hiszen olyan eredményekhez jutottam, amelyek hozzásegíthetnek a politikai folyamatok jobb megértéséhez.

Az első kutatás a napirendépítés dinamikáját rajzolta fel a magyar nemzetiségű választók voksaiért versenybe szállt két szereplő függvényében, rávilágítva a politika keretezési eljárásainak jelentőségére, valamint a jelöltek témahasználatára.

A legfontosabb következtetéseket azonban a vizsgált sajtótermékek vonatkozásában állapíthatjuk meg, kimutatva, hogy a vizsgált újságok különböző helyet biztosítottak a feleknek, valamint az önálló, média által konstruált keretek hiányát is felfedezhetjük az adott időszakban.

A második kutatás a teljes romániai magyar médianapirendre összpontosított, a vizsgált időszak uralkodó témáinak jellemzőit kereste, és ezek alapján próbált egy általános képet nyújtani.

Itt a napirend bemutatásán túl a legfőbb következtetés az RMDSZ jelenlétéhez köthető, megállapítva, hogy helyzete a napirenden igencsak hangsúlyos és számára kedvező.

E kutatásokat a napirendelmélet és az „agenda-setting”-hatást leíró és bizonyító munkákra alapoztam, feltételezve, hogy ezek érvényesek esetünkben is.

A vizsgálat korlátaira már utaltunk az előző fejezetekben, most mégis szeretném megismételni, hogy az időintervallum és az elemzési egységek bővítésével sokkal árnyaltabb képet kaphatnánk a kérdést illetően. Ám ezzel együtt is hasznosnak érzem a kutatást, hiszen „próbaúrást” volt, az első ilyen jellegű adatokat térképezhettem fel.

A továbbiakban a romániai magyar politikai napirend vizsgálatához indokoltnak érzem a közvélemény napirendjének empirikus vizsgálatát, amely kiegészülve egy szélesebb körű és hosszabb időt felölelő médianapirend-vizsgálattal, az első bizonyítékát adná az „agenda-setting”-hatás működésének e közösség vonatkozásában is.

Kiegészítő irodalom

1. Chyi, Hsiang Iris - McCombs, Maxwell E.: Media salience and the process of framing: coverage of the Columbine School shootings. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Spring 2004, Vol. 81.
2. Eaton, Howard Jr.: Agenda-Setting with Bi-Weekly Data on Content of Three National Media. *Journalism Quarterly*, Winter 1989, Vol. 66.
3. Gerbner, George - Gross, Larry - Signorielli, Nancy - Morgan, Michael: Television Violence, Victimization, and Power. *The American Behavioral Scientists* May/Jun 1980, Vol. 23.
4. Golan, Guy - Wanta, Wayne: Second-level agenda setting in the New Hampshire primary: A comparison of coverage in three newspaper and public perceptions of candidates. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Summer 2001, Vol. 78.
5. Keane, John: Média és demokrácia. Helikon Kiadó, Budapest, 1999.
6. Kondor Zsuzsanna - Fábri György: Az információs társadalom és a kommunikáció-technológia elméletei és kulcsfogalmai. Századvég Kiadó, Budapest, 2003.
7. Lang, Kurt - Lang, Gladys Engel: The unique perspective of television and its effect: a pilot study. In Peters, John Durham - Simonson, Peter (ed.): *Mass communication and american social thought. Key texts 1919-1968*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc. Lanham, Boulder, New York, Oxford, 2004.
8. Lopez-Escobar, Esteban - Llamas, Juan Pablo - McCombs, Maxwell E.: Agenda setting and community consensus: First and second level effects. *International Journal of Public Opinion Research*, Winter 1998, Vol. 10.
9. McCombs, Maxwell E. - Shaw, D. L.: The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 1972, 36 (Summer), 176-187.
10. McCombs, Maxwell E. - Zhu, Jian-Hua: Capacity, Diversity, and volatility of the Public Agenda. *Public Opinion Quarterly*, Winter 1995, Vol. 59.
11. Miller, Randy E. - Wanta, Wayne: Race as a variable in agenda setting. *Journalism and Mass Communications Quarterly*, Winter 1996, Vol. 73.
12. Neuman, W. Russell: The Threshold of Public Attention. *Public Opinion Quarterly*, Summer 1990, Vol. 54.
13. Norris, Pippa: Angyali kör. A politikai kommunikáció hatása a posztindusztriális demokráciákra. *Médiakutató*, 2001/Ősz.
14. Patterson, Thomas E.: American Politics - Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues? *The American Political Science Review*, December 1992, Vol. 86.
15. Sanders, David - Norris, Pippa: The Impact of Political Advertising in the 2001 U.K. General Election. *Political Research Quarterly*, December 2005, Vol. 58.

16. Shaw, Donald L. - McCombs, Maxwell E. - Weaver, David H. - Hamm, Bradley J.: Individuals, groups, and agenda melding: A theory of social dissonance. *International Journal of Public Opinion Research*, Spring 1999, Vol. 11.
17. Soroka, Stuart N.: Issue attributes and agenda-setting by media, the public, and policymakers in Canada. *International Journal of Public Opinion Research*, Autumn 2002, Vol. 14.