

A POLITIKAI PR SZAKÉRTŐK IDENTITÁSA ÉS IMÁZSA A HOLLYWOODI FILMEKBEN

Mónika HAJNAL¹ – Árpád Ferenc PAPP-VÁRY²

ABSTRACT

In the present study we examine nine Hollywood movies which cover the PR and film history of more than 30 years. The list includes various genres such as documentarist biographical film, drama, comedy with some romance, and political satire. The aim of our examination is to provide a comprehensive and well grounded insight into the depiction of political PR and the professionals working in it. At the same time, we also find out how the social and political changes of the past almost three decades influenced the profession, and how political PR professionals appeared in the directors' minds. The analysis of the films focuses on answering three questions:

1. How does public relations appear in the movie?
2. What is the focus area of the PR activity?
3. How do they depict the PR professional; what are his/her character, appearance and style like; and what is his/her attitude to politics?

KEYWORDS

PR, public relations, film, politika, kampány

BEVEZETÉS

Az élet a legjobb forgatókönyvíró, így egyáltalán nem véletlen, hogy a filmrendezők sokszor megtörtént eseményeket vagy valós személyeket ábrázolnak. Különösen izgalmas, ha olyan világba engedik bepillantani az átlagembert, a nézőt, amiről az keveset tud. Ilyen közeg a public relations és a politika kapcsolata.

Jelen tanulmányban kilenc nemzetközi filmet vizsgáltunk, melyek több mint 30 év politikai PR-es filmtörténelmét ölelik át. Van benne dokumentarista jellegű életrajzi film, dráma, de vígjáték is romantikus felhanggal, sőt politikai szatíra is. Az értékelés célja, hogy átfogó és alapos betekintést kapjunk a politikai PR és a szakma művelőinek filmbeli ábrázolásáról. Egyben lássuk azt, hogy a közel három évtized társadalmi és politikai változásai milyen nyomatot képeztek a szakmán, hogyan jelent meg a politikai pr szakember a rendezői elmékben. A filmek kiválasztását több adatbázisból gyűjtöttük, melyben nagy segítségünkre volt Tetiana Bulekh „Top 15 movies as PR Case Studies” tanulmánya (2011) [1].

A kilenc vizsgált film a megjelenés évének sorrendjében a következők:

- Az elnök emberei (All the President's Men, 1976)
- Nixon (1995)
- A Függetlenség Napja (Independence Day, 1996)
- Amikor a fark csóválja (Wag the Dog, 1997)
- Nyomd a sódert! (Bulworth, 1998)
- A királynő (The Queen, 2006)

¹ Hajnal Mónika personal branding szakember, a Márkadoktor Kft. munkatársa

² Dr. Papp-Váry Árpád Ferenc PhD a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola (BKF) docense, a Marketing Intézet vezetője

- Az év embere (Man of the Year, 2006)
- Bobby Kennedy – A végzetes nap (Bobby, 2006)
- Egy kis gubanc (In the Loop, 2009)

A filmek elemzésénél három kérdés megválaszolása kerül fókuszba:

1. Hogyan jelenik meg a public relations az adott filmben?
2. Milyen területre fókuszál a PR tevékenység?
3. Hogyan ábrázolják a PR szakembert, milyen a karaktere, a megjelenése, a stílusa és a politikához való viszonya?

A POLITIKAI PR SZAKÉRTŐK ÁBRÁZOLÁSA

PR a politikában, politika PR-ben

A marketinggel, kommunikációval kapcsolatba kerülő szakmák és művelőik ábrázolása sokszor egyoldalú. Elég, ha arra gondolunk, amit a reklámszakmáról és szereplőiről olvasunk a regényekben. A szerzők ezekben egy durva összképpel riogatják az olvasót és tovább erősítik a negatív sztereotípiákat. Valahogy úgy, hogy ha egyszer belépsz egy ügynökség ajtaján, akkor hagyd fel minden reménnyel. (Ld. erről Papp-Váry Árpád „A reklámszakma hiteles ábrázolása avagy a regények beépítése az oktatásba” című cikkét, 2010.) [2]

De vajon ugyanez a helyzet a PR-es ajtaján, ha az az ajtó például a Fehér Házba vezet? A közönségükről alkotott véleményük éppenséggel hasonló: „az emberek birkák, bármit be lehet adni nekik, így nem kell, hogy lelkiismeret furdalásunk legyen, mert hazudunk neki” – mondja Christopher Walken az „Év embere” című filmben.

Tanulmányunk a public relations egy részterületét vizsgálja, a politikai PR-t. A PR és a politika jobban hasonlít egymásra, mintsem először gondolnánk. PR-es és politikus kéz a kézben járnak és közösen „terelgetik a népet”. Mind a kettő bizalmat épít és eladni akar: az egyik a másikat, a másik meg saját magát. Ha pedig PR-es megbízója lemond vagy elbukja a választásokat, akkor a PR-esnek is mennie kell. A tét tehát nagy, ezt tudják mind a ketten. Így egyáltalán nem lehet határozottan állítani, hogy alárendelt szerep lenne a PR szakemberé. Sőt, szituáció válogatja, de még az is megesik, hogy a PR-es szava dönt. Igaz, amolyan rafinált feleség módjára: hagyja, hogy azt higgye az ügyfél, hogy saját maga gondolta, nem pedig a PR-es.

Fontos még tudni, hogy a politikai PR-nek egy teljesen kiszámíthatatlan közegben kell mozognia, mely akár óráról órára változhat. Sosem lehet tudni, hogy éppen milyen botrányral kell megküzdenie, milyen félreérthető szócskát kell tisztáznia, így nagy szerep hárul a kríziskommunikációra.

3. A politikus PR-es

Képlékeny maga a PR-es pontos megnevezése is. Az ismertett filmekben ugyanis az a meghatározás, hogy „PR szakember”, nincs szó szerint kimondva. Többször találkozhatunk viszont az angol nyelven többet mondó „publicist” (magyarul publicista) szóval. Erre pedig aztán szinte majdnem mindent rá lehet aggatni, ami a nyilvánossággal, közélettel kapcsolatos. Az évtizedek során a PR-es köré szövődött misztikusság és megfoghatatlanság azonban egyre kevésbé jellemző. A korai filmekben még inkább a sajtóhoz, televízióhoz kötötték ezt a területet. A '90-es évekre már önálló elnevezésekkel gazdagodott: így lett a PR-esből kampánymenedzser, szóvivő, sajtóreferens, sajtótitkár, személyi titkár, vezető tanácsadó, kommunikációs tanácsadó, szöveg- és beszédíró. (Ld. még erről Karen S. Miller „Public Re-

lations in Film and Fictions: 1930 to 1995”, a Journal of Public Relations Research-ben 1999-ben megjelent cikkét.) [3]

A politikai PR-es nem az a „zizzent”, mint az ügynökségeket ábrázoló regényekből megismert kreatív. [2] A PR-es (legalábbis a filmekben) tudja, hogy mit akar és azt is, hogy hogyan érheti el ezt. Van hatalma, tekintélye. Legtöbbször köztiszteletnek örvend, híres vagy hírhedt, tartanak tőle vagy csodálják, de soha sem közömbös. Sokkal inkább egy laza, cinikus, manipulatív, nagyon is művelt, sőt ravasz karaktert testesít meg, aki tudja, hogy mikor mit kell mondani. Rengeteg kapcsolattal rendelkezik, és itt nem csak a szakmaiakra gondolhatunk. Törtető, nagyravágyó és hihetetlenül jól tud alkalmazkodni a hirtelen szituációkhoz. Akár azt is lehetne mondani, hogy éppen olyan mint az ügyfele, a politikus. (Ld. erről Raven L. Everidge tanulmányát: „The Portrayal of Public Relations Practitioners: A Content Analysis of Television and Film”, 2010) [4]

Mr. PR

Miért Mister? Mert bizony e PR filmekben a férfiak a PR-esek. A kilenc filmből a PR guru nyolc filmben férfi. Az egyetlen kivétel ez alól „A Függetlenség Napja”-ból megismert Connie (Margaret Colin), aki az Egyesült Államok elnökének osztogatja a tanácsait. Azonban olyan röpké időre tűnik fel ebben a minőségben, hogy felejthető alkotást nyújt az úrlényekhez képest. Ezen kívül két filmben is megjelenik még női PR-es, de nem övék a főszerep. Itt van az „Amikor a fark csóválja” című alkotás, ahol Winifred Ames (Anne Heche) részt vesz az eseményekben is, hölgy léte. Azonban inkább tettestárs, nem a PR guru. Ezt meghagyja Robert De Niro-nak. Ugyanilyen háttérszerepet tölt be kommunikációs igazgatóként Judy Molloy (Gina McKee) az „Egy kis gubanc”-ban.

Mr. PR karaktere nem az a fiatal, pályakezdő, mint a reklámügynökségeknél láthatjuk az azokat bemutató regényekben [2]. A PR-esek inkább közelebb vannak a negyvenhez, mint a harminchoz, túl a zűrös esztendőkön, családdal vagy válófélben. Sőt az olyan sem ritka, aki magányos farkasként csakis a munkájának él. Itt nem a lazaság dominál, a dresscode kérdése pedig még csak fel sem merül. Majdnem minden filmben öltönyben, nyakkendőben láthatjuk a PR-est. Pár extravagáns példa mellett azonban nem mehetünk el szó nélkül. Ilyen a fentebb említett „Amikor a fark csóválja” filmben Conrad Brean-t megszemélyesítő Robert De Niro. A vörös sálas, csokornyakkendő és kalapos Brean stílusa védjegye a szakmában, ahol a különbségét zsenialitása részének tekintik.



1. illusztráció: Mr. PR azaz Robert De Niro („Amikor a fark csóválja”)

Forrás: <http://hirenj.wordpress.com/2011/08/21/wag-the-dog/>

A másik hasonlóan hóbortos figura Robin Williams, azaz Tom Dobbs „Az év emberében”. Ő például egyszer beöltözik George Washingtonnak, megjelenik a kongresszusban, majd közli a honatyákkal: „láttam, hogy itt csak a Kongresszus harmada és a hölgyek követik az aktuális divatot.” A film többször is kritizálja a politikusok unalmas, egyhangú öltözködését: „A mai politikusok olyanok, mintha viaszbaba múzeumból kölcsönözték volna őket. Olyan ruhát viselnek, amik arra várnak, hogy eltemessék őket benne.”



2. illusztráció: Az elnök úr („Az év embere”)

Forrás: <http://www.24dvd.us/movies.php>

Az átlag megjelenésre igaz lehet a fenti idézet, de semmi esetre sem Bulworth szenátorra a „Nyomd a sóder” című filmben, ahol a szenátor (Warren Beatty) még a beszédeit is rappelve mondja el.



3. illusztráció: A szenátor reppel („Nyomd a sódert”)

Forrás: <http://whowilllead.blogspot.com/2011/02/bulworth-solution-try-it-now.html>

PR a Fehér Házban

A '70-es évek politikai életét a Watergate-botrány borzolta fel. Talpán legyen az a PR-es, aki egy ilyen helyzetből kimenti az ügyfelét. Ebből a korszakból két filmet veszünk górcső alá, méghozzá kétfajta nézőpontból. Az 1976-os „Elnök emberei”-ben a sajtó és a riporterek oldaláról látjuk az eseményeket, míg a „Nixon”-ban a kormányzati oldalról, az elnöki PR-ról kapunk képet. Mind a két film valós történelmi eseményeket dolgoz fel, és nézői szemmel nem könnyen befogadható mozi.

Az 1995-ben bemutatott „Nixon” egy grandiózus életrajzi film, Richard Nixon (Anthony Hopkins) politikai pályafutásáról. A filmnek egy aprócska magyar kötődése is van, a producerei között van Andrew G. Vajna. A másik mozi, a négy Oscar-díjas „Az elnök emberei” a Washington Post riportereinek oknyomozó tevékenységét állítja a középpontba. A Watergate-ügyről alapos információt kapunk. Nem is csoda, hogy ilyen részletességgel elemzi a rendező, Alan J. Pakula, mivel pontosan 4 évvel azután csinálta meg a filmet, hogy 1972-ben a demokrata párt nemzeti főhadiszállására betörték és bepoloskálták azt.



4. illusztráció: Az elnök nyilatkozik („Nixon”)

Forrás: <http://collider.com/dvd/news/article.asp?aid=9107&tcid=3>

A számunkra lényeges, PR-hez kötődő eseménysorozatok akkor veszik kezdetüket, amikor a Washington Post egy kis nyúlfarknyi cikket közöl a Watergate hotelben történt betörésről. A „Nixon”-ban az elnök és csapata egyáltalán nem tulajdonít jelentőséget ennek a hírnek. Nixon kabinetfőnöke H.R. Haldeman (James Woods) csupán azon ügyködik, hogy a napilap televíziós licenzét visszavonassa. Le akarja törni az újság szarvát, helyre akarja tenni az erőviszonyokat és tapintatosan sugallni, hogy nem éri meg háborgatni a témát. Ez a lépés viszont egyáltalán nem elég gyors, sem elég hatásos. A sajtó ugyanis szagot fog és már egyáltalán nem érdekli őket Nixon elnök sajtótájékoztatója sem, amikor bejelenti a régóta várt vietnámi békekötést. A sajtó megteremti a Watergate-botrányt. Nixon nem érti, és személyes támadásnak veszi: „Pikkelnék rám ezek a seggféjek. Nem tetszik nekik, ahogy kinézek. Nem tetszik az iskola, ahová jártam. Azért pikkelnék, mert nem veszik komolyan a hatalmat. Közben meg elfelejtik a haza érdekeit. Régen ezek az emberek tudták kezelni a hatalmat. Szabtak maguknak határokat. Most meg csak saját maguk érdekli őket a legjobban, hogy jól fessenek a koktélparton. A sajtó felett nincs kontroll. Az államtitok már semmit sem jelent.” Haldeman-nak azonban már világos, hogy más taktikára van szükség, azt pedig a lehető leggyorsabban meg kell lépniük, mert minden veszni látszik: „most minden a reagálásról szól, elébe kell mennünk a dolgoknak” – mondja az elnöknek, proaktív kommunikációt ajánlva.

Azonban a PR-es (Haldeman) és megbízója (Nixon) között már nincs összhang. Nixon televíziós beszédében ugyan cáfol, és csak annyit mond, hogy semmit sem tudott a kódosításokról és azzal nyugtatja meg a közvéleményt, hogy bevallja: „én is követtem el hibákat”, de már elvesztette a hiteleségét. Az elkésett és elhibázott PR lépések viszont fejekbe kerülnek: megy az elnök, az egész kormány és persze a PR-es is.

„Az elnök emberei”-ben azt láthatjuk, hogy a két bulldog természetű újságíró, Bob Woodward (Robert Redford) és Carl Bernstein (Dustin Hoffman) és a Fehér Ház tehetetlen sajtóosztálya is közrejátszik Nixon bukásában. A két oknyomozó riporter ügyesen kihasználja a Fehér Ház PR-esének (akit csak a telefonban hallunk) felkészületlenségét, amikor az elszólja magát: „Szerintem Mr. Colsonnak és a Fehér Ház egyik dolgozójának sincs köze a Nemzeti Demokrata Bizottságnál történt sajnálatos incidenshez”. Ezzel a kijelentésével ugyanis az ártatlanságát bizonygatja, mielőtt bárki is megvádolta volna. Woodward és Bernstein újságírói zsenialitása nemcsak hihetetlen szimatuknak köszönhető, hanem annak is, hogy szemtelenül blöffölnek, kockáztatnak és persze a megfelelő összeköttetésekkel rendelkeznek. Így kerülnek kapcsolatba egy kampánymenedzserrel, Donald Segretti-vel (Robert Walden), aki elárulja azokat a trükköket, amiket legtöbbször alkalmaznak a rivális párt képviselőinek a lejáratására. Az egyik például az, hogy fejléces levélpapírokon írogatnak arról, hogy egyes szenátorok milyen prostituáltakkal szórakoznak, ami persze ’véletlenül’ nyilvánosságra is kerül.



5. illusztráció: A két mindenre elszánt riporter („Az elnök emberei”)

Forrás: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/features/the-ten-best-film-adaptations-1684233.html?action=Gallery>

A „Nixon”-ban ugyanakkor sokkal több PR vonatkozás van, mint ami csak a Watergatebotrányra vonatkozik. Nixon népszerűsége nagyon hullámzó volt, rengeteg támadás, kritika érte az elnöksége alatt. Ahogy a First Lady is megjegyezte: „Nem számít, hogy hány választást nyersz, szeretni akkor sem fognak”. A hatékony és pozitív PR-nak elengedhetetlen szerepe volt abban, hogy kétszer is megválasztják az Egyesült Államok Elnökének. Nem véletlenül kezd egy oktatófilm bejátszással. Ebben egy kiégett értékesítési ügynök kér tanácsot: „Mit

Kríziskezelés PR-es módra

Egy belevaló PR-es krízishelyzetekben érzi csak igazán elevenen magát. Ezt mi sem bizonyítja jobban, mint az „Amikor a farkok csóválja”, az „Egy kis gubanc”, a „Királynő” és a „Függetlenség napja” című filmek. A filmek közös vonása az, hogy valamilyen probléma, bonyodalom adódik, melynek beláthatatlan, akár végzetes következményei is lehetnek a megbízó politikai karrierjére, sőt az emberiség sorsára. A PR-es a helyzet magaslatán áll és beleveti magát a sűrűjébe, hogy mentse, ami még menthető.

Az 1997-es „Amikor a farkok csóválja” című filmben Conrad Brean (Robert De Niro) azaz „Mr. Fix it” és Stanley Motss (Dustin Hoffman) a producer dugja össze a fejét, hogy Amerika elnökét újra megválasszák, annak ellenére is, hogy készülöben van kitörni az egyik legújabb szexbotránya. Mit lehet tenni ilyenkor? Rendezni kell egy háborút! A PR guru taktikája itt az időnyerés, ugyanis legalább két hétig le kell kötni a média figyelmét a háborúval, hogy eszükbe se jusson az elnök pikáns sztorijával foglalkozni. Producer barátjával ezért felállítanak egy egész stábot, színészekkel, forgatókönyvírókkal, zeneszerzőkkel, hogy kreáljanak egy háborút Albániával. Egy az egyben úgy rendeznek meg és forgatnak le egy háborút, ahogy a filmeket szokták. Az elnök telefonon választja ki a számára tetsző cicát is, akivel egy albániai lányt megszemélyesítő színésznő menekül.

A zseniális két öreg szakí szerint a következő kell a népnek: látnivaló és egy jól hangzó szlogen. Ahogy Brean meg is jegyzi: „az emberek pedig nem is a háborúra emlékeznek, hanem azoknak a szlogenjeire”.

Aztán jön a 2. felvonás és kreálnak egy nemzeti hőst, akit az albán terroristák fogságából szabadítanak ki. Neki egy jól hangzó beceneve lesz („Öreg Cipő”, a neve, Schuman után), amihez írnak egy slágert is. De itt nem áll le a gépezet. Gerilla kampányba kezdenek, hogy a katonát népszerűsítsék, ezért használt cipőket dobálnak a fákra, amivel később egész Washington tele lesz. Majd megjelennek a „Hozzatok haza” és „Fuck Albania” feliratú pólók, sőt olyan ötletek is vannak, hogy a Burger King forgalmazzon Cipő nevű hamburgert, amit 303-as szósszal lehet kapni (ez volt a katona jelzésszáma). A terv tökéletesen működik, a média bekapja a csalit.



7. illusztráció: A megtevesztés mesterei („Amikor a farkok csóválja”)
Forrás: <http://www.dreamagic.com/vivianrose/01-12-98.html>

A háború hírértékére és a média „megvezetésére” fókuszál a legfrissebb politikai PR vonatkozású film is, az „Egy kis gubanc”. Pontosabban arra, hogy a brit kormány PR-ese hogyan képes meg nem történtté tenni a külügyminiszter nyilatkozatát egy interjúban, melyben félreérthetően fogalmaz egy esetleges közel-keleti háborúval kapcsolatban. Az angol humorral és káromkodással tűzdelt bonyolult politikai vígjáték-szatíra az alkalmatlan politikusok és az eszement PR-esek kifigurázása. Messze a legtalálóbb ábrázolása azoknak a hihetetlen elferdítéseknek, amit a mai, modern média és politika együttesen tud művelni.



8. illusztráció: PR-es akcióban („Egy kis gubanc”)

Forrás: <http://thecia.com.au/reviews/i/in-the-loop.shtml>

Az amerikai és a brit kulturális különbségek kifigurázásán túl, a kommunikációs szakemberek úgy rohangálnak és rikácsolnak, mint a fejüket vesztett tyúkok. A brit kormány PR-ese, Malcolm Tucker (Peter Capaldi) hiperagresszív, sőt meglehetősen „bunkó”, mégis pontosan tudja, hogy mit csinál, azzal pedig egyáltalán nem törődik, hogy kinek mi köze hozzá. A CNN-t Cartoon News Network-nek aposztrofálja, a BBC hírszerkesztőségét pedig megvezeti, amikor ezt közli az egyik riporterrel: „Úgy hallottam, hogy van egy anyagod, amit szeretnél leadni, nekünk viszont kínos... ne adjátok le a sztorit. Nem mászhat ki a macska a zsákból, ugye megérted? Kérlek, ne közöljétek le. A hírnevemnek akkor annyi.” Természetesen erre leközlök, így elterelődik a figyelmük, a valóban hírértékű események a felszín alatt maradnak.

A „Királynő” forgatókönyvét az élet írta, ugyanis a Diana walesi hercegnő tragikus balesete utáni 7 napot mutatja be. Köztudott volt, hogy különösen II. Erzsébet és Diana között rossz volt a kapcsolat. A királynő személyét élesen kritizálták hideg viselkedése és érzéketlensége miatt. Ez pedig csak fokozódott a hercegnő halála után. II. Erzsébet szerepében Helen Mirren-t láthatjuk, aki lenyűgöző alakításáért megkapta az Oscar díjat. Tony Blair (Michael Sheen) az akkor frissen kinevezett miniszterelnök húzza ki a pácból a királyi családot. Ha PR-es szemmel nézzük a filmet, akkor könnyen észrevehetjük, hogy itt a bajba jutott ügyfél a királynő, aki közel 60 éves uralkodás alatt először szembesül népe utálatával. A királynő személyi titkára Robin Janvrin (Roger Allam) tehetetlen, csupán arra képes, hogy elrejtse a szitkozódó címlapokat (mint például: „szívtelen, képtelen az együttérzésre, őskövület”) az uralkodója előtt.



9. illusztráció: II. Erzsébet és Tony Blair tárgyalópozícióban („Királynő”)

Forrás: <http://allyouneedismovies.tumblr.com/post/5041922425/the-queen-2006>

Tony Blair viszont egy kész mentőcsomagot hoz össze makacskodó ügyfelének, amely a következőket tartalmazza: a nemzet gyászát nem kezelheti magánjellegű tragédiaként, ezért a Buckingham palota zászlóját félárbocra kell eresztetni; azonnal Londonba kell utaznia (II. Erzsébet épp a szokásos nyaralását tölti Balmoralban); Diana temetése nem lehet zártkörű és a királynőnek is személyesen kell lerónia a tiszteletét; végül elengedhetetlen a televíziós nyilatkozat ország-világ előtt. Blair állhatatossága – „ha az életét elszúrták, legalább a halálát ne!” – meghozza a pozitív PR-t. Nemcsak az elveszett bizalmat sikerül visszaállítani a monarchia iránt, de a királynő újra pozitív sajtót kap és népe visszafogadja kegyeibe.

„A függetlenség napja” című filmben talán első nézésre fel sem tűnik a PR-es karakter. Pedig a film első öt percének nagyon is fontos része. Ráadásul egyedül ebben a filmben találkozunk hölgy szakemberrel. Ő Constance, „Connie” Spano (Margaret Colin), aki a Fehér Ház PR-ese. Ahogy megtudjuk a hírekből, Whitmore elnök (Bill Pullman) népszerűségi mutatója 40 százalék alá esett. A média kezdi szétszedni, ugyanis a volt Öböl-háborús pilótát már nem tartják alkalmasnak a kormányzásra. A sajtó szerint „katonának hős volt, de elnöknek puhány”. PR-ese azonban rögtön cáfolja a reggeli híreket: „a kora miatt támadják, nem a politikája miatt” – mondja megnyugtatóképpen.

Connie az elnök első számú PR-eseként tanácsadó is a főnöke mellett. Folyamatosan az elnök mellett kell lennie, a munkája kitölti minden percét. A harmincas éveit végén járó hölgy roppant temperamentumos, tele van energiával és nem fél kimondani a véleményét, legyen szó akár magáról az elnökről. Annyit megtudunk a magánéletéről, hogy a tudós férjétől (Jeff Goldblum) már egy ideje külön él. A múltjuk nem volt mentes hangos veszekedésektől sem, sőt a féltékeny férj egyszer még az elnöknek is behúzott egyet.

A közös ellenség, a távoli világról érkező idegenek támadása azonban megváltoztatja nemcsak az elnök politizálását vagy PR-ese stratégiáját, de átrendezi a karakterek értékrendjét is. A pilótából (Will Smith) a világ megmentője lesz, Connie és a férje újra egymásra talál.



10. illusztráció: Az elnök és a PR-ese nagy feladat elé néz („Függetlenség Napja”)

Forrás:

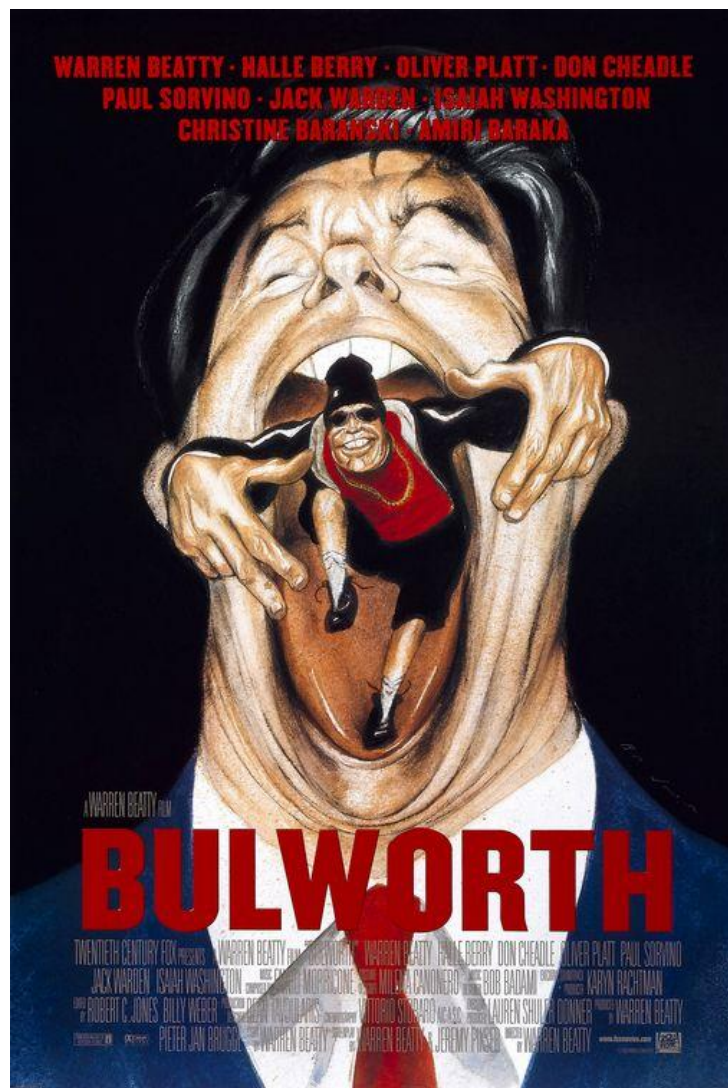
http://www.hotflick.net/flicks/1996_Independence_Day/fhd996IDY_Margaret_Colin_004.jpg

A fenti négy film nemcsak azt mutatja be, hogy egy profi PR-es mennyire tudja manipulálni a médiát és semmitmondó álhírekkel elkendőzni a fontos eseményeket, hanem azt is, hogy ha nincs összhang és kölcsönös együttműködés az ügyfél és PR-es között, akkor az egész munkának semmi értelme.

PR-es bohóc szerepben

Két igazi östehetség találja meg magában a profi PR-est, amikor saját politikai kampányát eszeli ki. Az egyik Jay Billington Bulworth (Warren Beatty, aki írója, rendezője, producere is) a „Nyomd a sódert” című filmben, a másik pedig Tom Dobbs (Robin Williams) az „Év emberében”. A filmek nagyszerű példái annak, hogy a politikai PR-ban a humor elengedhetetlen eszköze a fennmaradásnak és bizony sokszor a siker záloga is.

Bulworth szenátor választási kampányának utolsó állomását követjük nyomon. Az idegösszeomlás szélén álló szenátor, kétségbeesésében felbérel egy bérgyilkost saját maga megöletésére. Így a minden mindegy mentalitás uralkodik a kampánybeszédeiben, aminek beláthatatlan következményei lesznek. Kíméletlen őszinteséggel ostromozza a választókat, a médiát, a pénzembereket és a többi politikust is: „soha nem fognak megszabadulni az olyan fajtától, mint amilyen én vagyok.” Politikus szájából nagy nyilvánosság előtt még nem halottak ilyen szavakat: „eljöttünk önökhöz, le is fényképeztek minket, aztán nem csináltunk semmit, elfelejtettük magukat”. Kijelentésével nemcsak ellenségeket szerez, hanem rajongókat is. Beszédei komolytalanok, rögtönöz és rímekben énekelve mondja el. Ruhatárát is lecseréli egy baseball sapkás, napszemüveges rapper külsőre. Káromkodása, szabados stílusa bejön az átlagembernek, főleg az eddig mellőzött, hip-hop kultúrájú feketéknek, akik közül Ninával (Halle Berry) szoros barátságot köt. A média a kampány stratégiájának tulajdonítja ezt a változást és annyira népszerű lesz, hogy Larry King-től is meghívást kap a showjába. Ha viszont valaki ennyire szókimondó és szabados stílusra vált, az hosszú távon nem célravezető stratégia, legyen politikus vagy PR-es az illető. Bulworth-nek ez lesz az utolsó dobása, mert egy golyó leteríti és az eddig humoros történet tragikus fordulattal ér véget.



11. illusztráció: 2 az 1-ben: Politikus és PR-es egy testben („Nyomd a sódert”)

Forrás: <http://mysocalledhealthlife.wordpress.com/2010/06/09/way-back-when-wednesday-2/>

Tom Dobbs (Robin Williams) „Az év emberében” nem politikus, csupán házigazdája egy talk show-nak. Nézői úgy gondolják, hogy már annyira csalódott a politikában, hogy csak azért is indulnia kellene az elnökválasztáson. 3 órán belül 4 millió e-mail követeli Dobbs-t elnöknek. Dobbs így kampánymenedzserével, szövegírójával és asszisztensével elindul kampánykör-újtárra. Politikai beszédei viszont teljesen eltérnek a showjában látott hangvételtől. Túl száraz, senki nem nevet rajta, mert nem viccesen mondja, pedig az emberek ezt szokták meg tőle. Kampánymenedzsere, Jack Menken (Christopher Walken) más stratégiát javasol: „te vagy a komédiás, aki politizál”. Szövegírója Eddie Langston (Lewis Black) pedig azt mondja: „Ha komoly kérdésekről akarsz beszélni, ha problémákról beszélsz, akkor elkapcsolnak.”

Dobbs hallgat rájuk és óriási show-vá varázsolja a politikai beszédeit. Mindent bevet, amit tanult a show-bizniszben: zene, fények, tűzijáték és egy jól csengő szlogen: „Belefáradtál a demokrata pártba? Belefáradtál a republikánus pártba? Belefáradtál a kongresszusba, hogy semmit nem csinál? Nem beszélünk liberálisan, sem konzervatívan... előre tartunk, mert a jövő most van.” Teljesen új szint hoz a politikai életbe. Például nem hajlandó pénzt adni a médiának, mondván: „A jelöltek nem árucikkek”. Kitűnően menedzseli magát, és talán még

történelmet is írta, mint az Egyesült Államok elnöke, hiszen megnyeri az elnökválasztást, de mint utóbb kiderül, az egész csak egy számítógépes baki eredménye. Dobbs őszinte PR-ja csak tovább erősíti a népszerűségét. Szerinte ő egyébként is csak egy bolond és egy bolond nem vezeti a királyságot, csak megnevezteti a királyt.



12. illusztráció: A szövegíró, az elnök és a kampánymenedzser – egységben az erő („Az év embere”) Forrás: <http://movies.zap2it.com/movies/man-of-the-year/photo-gallery-detail/162724/142374>

ÖSSZEFOGLALÁS: A POLITIKAI PR SZAKMA IMÁZSA A FILMEKBEN

Az elemzett kilenc politikai PR filmből határozott képet kaptunk a public relations mint szakma ábrázolásáról. A filmek eltérő aspektusból közelítenek a PR-hez, egy helyzet sem ugyanolyan, így mindig más megoldásokat és alternatívákat látunk. A történelmi témákat feltáró művek újraértelmezik és választ adnak a politikusok és tanácsadók tetteire. De a fikció műfajába tartozó filmek is igyekeznek valóság-hűek lenni.

A filmekben láthattuk, hogy a politikai tanácsadással a PR-es nemcsak a saját szakmájának éri el a csúcst, de mondhatjuk azt is, hogy a politikai elit köreinek is eminens tagjává lép elő. Olyan kivételes pozícióba kerül, hogy nemegyszer az elnök legbizalmasabb tanácsadójának járó tisztséget tudhatja magáénak. Irigyelt pozíció, legalábbis ameddig tart és ahol volt győzelem, lesz bukás is. Ahogy Dobbs (Robin Williams) elnök úr fogalmaz „Az év emberében” a politikusokról: „A politikusok hasonlóak a pelenkákhoz. Mindkettőt gyakran kell cserélni és ugyanabból az okból”. Ugyanez találó megfogalmazás a politikai PR-esre is. Utóbbi ugyanis bekerül egy olyan kalapba, ami csak a politikussal és korszakával együtt értelmezhető. Azonosulásuk elkerülhetetlen, mivel a céljaik is közösek. A PR-es tevékenysége, szakmai hozzáértése, sőt még a modora, stílusa is annyira lesz szimpatikus, mint az, akinek dolgozik. A két személy szinte egy és ugyanaz, és ezért szerencsés véletlen az, amikor egy politikus zseniális PR-es is. Ez utóbbi viszont legtöbbször nem így van, ezért lesz szükség mindig arra a PR-esre, aki ott áll a politikus mellett.

LEGFONTOSABB IRODALOM

- [1] Bulakh, Tetiana: Top 15 movies as PR Case Studies.
(<http://www.actionprgroup.com/blog/top-15-movies-as-pr-case-studies/> Letöltés ideje: 2011. augusztus 13.)
- [2] Papp-Váry Árpád: A reklámszakma hiteles ábrázolása avagy a regények beépítése az oktatásba („Új marketing világrend” – A Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 16. országos konferenciája (Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola, 2010. augusztus 26-27., absztraktfüzet 138. oldal, CD 948-958. oldal)
- [3] Miller, Karen S.: Public Relations in Film and Fictions: 1930 to 1995 (Journal of Public Relations Research, I/1, 3-28, Department of Advertising/Public Relations, The University of Georgia, 1999, Lawrence Earlbaum Associates, Inc.)
- [4] Everidge, Raven L.: The Portrayal of Public Relations Practitioners: A Content Analysis of Television and Film (Auburn, Alabama, August 9 2010)

A VIZSGÁLT FILMEK

Az elnök emberei

Eredeti cím: All the President's Men

Megjelenés éve: 1976

Rendező: Alan J. Pakula

PR-es karakterek:

Carl Bernstein (riporter, publicista) - Dustin Hoffman

Bob Woodward (riporter, publicista) - Robert Redford

Donald Segretti (kampánymenedzser) - Robert Walden

Nixon

Eredeti cím: Nixon

Megjelenés éve: 1995

Rendező: Oliver Stone

PR-es karakterek:

Richard M. Nixon (elnök) - Anthony Hopkins

H.R. Haldeman (kabinetfőnök, az elnök vezető tanácsadója) - James Woods

Ron Ziegler (a Fehér Ház sajtótitkára) - David Paymer

A Függetlenség napja

Eredeti cím: Independence Day

Megjelenés éve: 1996

Rendező: Roland Emmerich

PR-es karakter:

Constance Spano (A Fehér Ház kommunikációs igazgatója) – Margaret Colin

Thomas J. Whitmore (Az Amerikai Egyesül Államok elnöke) – Bill Pullman

Amikor a farkok csóválja

Eredeti cím: Wag the Dog

Megjelenés éve: 1997

Rendező: Barry Levinson

PR-es karakterek:

Conrad Brean (Mr. Problémamegoldó)- Robert De Niro

Stanley Motss (Hollywoodi producer) - Dustin Hoffman

Winifred Ames (Fehér Ház PR-esa, elsőszámú tanácsadó)- Anne Heche

Nyomd a sódert!

Eredeti cím: Bulworth

Megjelenés éve: 1998

Rendező: Warren Beatty

PR-es karakterek:

Senator Jay Billington Bulworth - Warren Beatty

Dennis Murphy (a szenátor kampányszóvivője) - Oliver Platt

A királynő

Eredeti cím: The Queen

Megjelenés éve: 2006

Rendező: Stephen Frears

PR-es karakterek

Tony Blair (miniszterelnök) - Michael Sheen

Alastair Campbell (Tony Blair sajtófőnöke) - Mark Bazeley

Az év embere

Eredeti cím: Man of the Year

Megjelenés éve: 2006

Rendező: Barry Levinson

PR-es karakterek:

Tom Dobbs (showman, elnök) - Robin Williams

Jack Menken (Dobbs menedzsere, PR-ese) - Christopher Walken

Eddie Langston (Dobbs szövegírója, tanácsadója) - Lewis Black

Bobby Kennedy – A végzetes nap

Eredeti cím: Bobby

Megjelenés éve: 2006

Rendező: Emilio Estevez

PR-es karakterek:

Wade (kampánymenedzser) - Joshua Jackson

Dwayne (kampány önkéntes) - Nick Cannon

Egy kis gubanc

Eredeti cím: In the Loop

Megjelenés éve: 2009

Rendező: Armando Iannucci

PR-es karakterek:

Malcolm Tucker (brit kormány PR szakembere) - Peter Capaldi

Judy Molloy (kommunikációs igazgató) - Gina McKee

Recenzenti: Prof. ThDr. István Karasszon, PhD.

Mgr. Attila Lévai, PhD.