

Krizbai Diána Daniella¹, Szak Andrea²

Napjaink tömegkommunikációjának jelentősége a védelmi politikában

Az orosz–ukrán háború példáján keresztül

The Importance of Today's Mass Communication in Defence Policy through the Example of the Russian-Ukrainian War

Absztrakt

Számos történelmi, hadtörténelmi példa igazolja, milyen fontos szerepe van a saját lakosság, az ellenfél lakossága, valamint a nemzetközi közvélemény megnyerésének, s hogy ebben egyre fontosabb szerepet tölt be a tömegmédia. Oroszország Ukrajna ellen indított háborújának kezdete óta globálisan is láthatóvá váltak a civil környezetben folytatott információs műveletek. Kiemelendő viszont, hogy bár korábban a globális közbeszédben nem kapott kellő hangsúlyt a téma, valójában már évekkel a háború kitörése előtt megindultak az információs műveletek az orosz–ukrán konfliktusban. Mind a hagyományos, mind az új média felületein zajlottak a háború előkészítéséhez szükséges békés és kevésbé békés műveletek, többek között a propaganda, valamint a hírszerzés és a dezinformáció. Ezek az információs műveletek (kiemelten az üzenetek) nemcsak az orosz és az ukrán lakosságot vették célba, hanem a nemzetközi közvéleményt, politikát is.

Kulcsszavak: *információs műveletek, média, propaganda, dezinformáció*

¹ Doktori hallgató, Nemzeti Közszerződési Egyetem Hadtudományi és Honvédtisztképző Kar Hadtudományi Doktori Iskola, e-mail: krizbai.diana.daniella@uni-nke.hu

² Adjunktus, Nemzeti Közszerződési Egyetem Hadtudományi és Honvédtisztképző Kar, e-mail: szak.andrea@uni-nke.hu

Abstract

Numerous historical and military examples prove the important role of winning over one's own population, the opponent's population, and international public opinion, and that the mass media plays an increasingly important role in this. Since the beginning of Russia's war against Ukraine, information operations in the civilian environment have become globally visible. On the other hand, it should be pointed out that although the topic did not receive sufficient emphasis in the global public discourse, in fact, the information operations in the Russian–Ukrainian conflict started years before the outbreak of the war. The peaceful and less peaceful operations necessary to prepare for war, including propaganda, as well as intelligence and disinformation, took place on the surfaces of both traditional and new media. These information operations (especially the messages) targeted not only the Russian and Ukrainian population, but also international public opinion and politics.

Keywords: *information operations, media, propaganda, disinformation*

Bevezetés

A társadalom megnyerése, befolyásolása már évezredek óta fontos szempont volt a hadviselésben. Többen mondják, hogy a terrorizmus egyik alapelvét Szun-ce már időszámításunk kezdete előtt megfogalmazta, miszerint „Ölj meg egyet, hogy megfélemlíts tizedet!”. Ez is igazolja, hogy a tömegmédia kialakulásának, fejlődésének fontos szerepe volt, van és lesz a közösségek, nemzetek, szövetségek globális kapcsolataiban, legyen az társadalmi, gazdasági vagy biztonsági vonatkozású.

A tömegmédia egyre inkább interaktívává válása, a közösségimédia-platformok térhódítása óta a társadalmi kommunikáció, nemzetközi kommunikáció és a politika is számos kihívással néz szembe. Bár kezdetben sokan inkább lehetőségként tekintettek az új média felületeire, hiszen pillanatok alatt lehet szó szerint kapcsolatba kerülni a globális közösséggel. Egy Facebook-poszt vagy Tweet-bejegyzés másodpercek alatt képes tömegeket elérni, s szinte azonnal a reakciók is megérkeznek. Egy jól sikerült bejegyzés szinte azonnal jelentősen megnövelheti az adott személy, szervezet népszerűségét, de egy rosszul sikerült megosztás az ellentétes hatást is ugyanilyen gyorsan képes elérni.

Másik nehezen áthidalható, kezelhető probléma, hogy az új média felületein csak részben biztosított a tömeges elérés, illetve a hatékony meggyőzés, befolyásolás. A közösségi média felületein ki lehet alakítani szimpatizáns csoportokat, de figyelembe kell venni, hogy ugyanígy ellenséges csoportosulások is szerveződhetnek. Ráadásul a „csoportok” lehetnek zárt, tényleg csak az azonos véleményt megerősítő csoportok, ahol csak tovább erősítik a csoport tagjai által képviselt véleményt, akár még szélsőségesebbé tehetik, sőt, akár egymást hergelve tettekre is készíthetik egymást.

Az is megfigyelhető, hogy a nyílt felületeken akár csak a pusztá tényeket közlő posztok alatt is egyaránt megjelennek az egyetértő és a támogató kommentek, sok esetben a kommentelők egymás között folytatják a vitát.

Kérdés, hogy ezek milyen hatással vannak a szimpatizánsokra és az ellenoldalra. A kommentelők – különösen, ha ismerősök között alakul ki ellentmondás – képesek-e meggyőzni egymást? Az is kérdés továbbá, hogy a „bizonytalanokat” – legyen az akár a Magyar Honvédség fejlesztése vagy az orosz–ukrán konfliktus kapcsán megfogalmazódó bejegyzés –, melyik propaganda, véleményvezér, tábor képes hatékonyabban megszólítani.

Jelen tanulmány nem válaszolja meg ezeket a kérdéseket, célja a probléma példákkal alátámasztott bemutatásával rávilágítani az ezzel kapcsolatos biztonságpolitikai, katonapolitikai kihívásokra, továbbá arra, hogy a közösségi média nyílt és zárt felületein milyen kihívást jelent befolyásolni, véleményváltoztatásra bírni a tömegeket.

Az elmúlt időszakban előbb a koronavírus-járvány, majd az orosz–ukrán háború is bebizonyította, hogy válsághelyzetben még inkább felértékelődik az azonnali, határokon átívelő, interaktív tájékoztatás szerepe. Mindkét helyzetben megfigyelhető volt, hogy a közösségi médiában még nagyobb veszélye van az álhírek, összeesküvés-elméletek terjedésének, a szélsőségesen gondolkodó, akár a maguk és mások biztonságát is veszélyeztető csoportok kialakulásának, növekedésének.

Az orosz–ukrán háború a tanulmány készítésekor már több mint 100 napja tart, s a vége kiszámíthatatlan. Miután a háborús cselekmények tényszerűségét százszázalékosan képtelenség megítélni, így nem is törekedhetek az igazság feltárására. Az egyértelműen valótlan, továbbá egymásnak ellentmondó információk bemutatásával szeretnék rávilágítani arra, hogy mennyire könnyen lehet manipulálni az embereket, különösen azokat, akik nem a valóságot akarják megtudni, pusztán a világnézetük megerősítését keresik.

Ahogy Hans Thimme német teológus is megfogalmazta: „egy angol közmondás szerint az első áldozat a háborúban mindig az igazság”.³

A közvélemény alakítása/alakulása

A társadalomtudományok történetében Gabriel Tarde (1843–1904) francia szociálpszichológus volt az első, aki rámutatott a társadalmi jelenségek következetes szekvenciájára a közvélemény alakításában. Elmélete szerint, a sajtó inspirálja az emberek közötti társalgást, a társalgás formálja a véleményeket, a közvéleményt, ami később kiválthatja a cselekvéseket is.

Tarde szerint a médiának a közvéleményre csak annyiban van hatása, amennyiben az általa közvetített információ az emberek közötti társalgás tárgyát képezi. A közvéleményt a társadalmi tudat egyik elemének tartja, amely szorosan összefügg a tradícióval és a rációval. E három komponens kölcsönösen táplálja és korlátozza egymást.

Maga a vélemény az ítéletek pillanatnyi, többé-kevésbé logikus összessége, amelyet ugyanannak a társadalomnak (országnak) a tagjai többször is reprodukálnak. Feltétel persze, hogy a társadalom tagjai között tudatosuljon a gondolatok hasonlósága, s az egyéni vélemény társadalmi véleménnyé transzformálódjon. A véleménynek, a „köz” véleményének kialakításához az ókorban és a középkorban is elsősorban

³ THIMME 1932: 148.

a közéleti diskurzus járult hozzá, manapság pedig a különböző médiumokban zajló társadalmi diskurzus, de a legfőbb forrás minden időben az egyéni társalgás volt. A vélemény az emberiség történetének állandó kísérője volt, bár szerkezete, tartománya a történeti fejlődés során teljesen átalakult.

Tarde szerint minden korszaknak volt közvéleménye, ami természetesen alapjaiban más volt, mint a mai értelemben vett közvélemény.

Gondoljunk csak az ókori városállamokra, ahol a személyes beszélgetések tere sokkal nagyobb volt, az orátor beszédei révén közös gondolat alakult ki, amely kapcsolóként szolgálhatott az adott közösség tagjai között, ami eredeti, s nem manipulált vélemény volt. A kommunikációs és technikai infrastruktúra, a könyvnyomtatás elterjedése, a periodikus sajtó megjelenése, az úthálózatok, postarendszerek kiépítése, jelentősen hozzájárultak a közszellem kifejlesztéséhez. Ebben a folyamatban kétségtelenül a nyomtatott sajtónak jutott a legnagyobb szerep. A sajtó ereje abban rejlett, s rejlik ma is, hogy képes nemzeti, sőt nemzetközi szintre emelni a közszellemet.⁴

A társadalomtudományok történetében Tarde fogalmazta meg elsőként a társalgás központi hatását a politikai folyamatokra. Modellje (média-társalgás-vélemény-cselekedet) csak lineárisan működik, hiszen a politikai társalgást az újságok táplálják, a vélemény a társalgás eredménye, a gazdasági, kulturális politikai cselekedet a véleményektől függ. (Ezt a modellt, később többen vitatták.) Tarde-hez hasonlóan Jürgen Habermas is a közteret tekinti a közvélemény-formálás kommunikációs alaphálózatának. A véleményformálás folyamatai, különösen, ha politikai kérdésekről van szó, nem választhatók el a résztvevők preferencia- és attitűdváltozásaitól. A közsférában elhangzó kijelentések tematikusan és hírérték szerint különböző hangsúlyt kapnak, a rájuk adott pozitív vagy negatív reagálások arányában. Az információk és az érvek összpontosított véleményeket hoznak létre, amelyek végül közvéleménnyé szerveződnek. A közvélemény által támogatott politikai befolyásolás politikai hatalommá alakulhat, ha a politikai rendszer hivatalos tagjainak meggyőződésére és döntéseire hat, és meghatározza a szavazók viselkedését. Habermas szerint a közvéleményen alapuló politikai befolyásolás csak az intézményesített folyamatokon keresztül válhat politikai hatalommá. A politikai befolyásolás pedig a közsférában fejlődik ki. Ebben a leszűkített közegben is meghatározó szerepe van a társadalmi diskurzusnak, amely kialakítja a közvéleményt, s a közvélemény politikai cselekedetet von maga után, ami pedig a politikai hatalomban testesül meg. Habermas a köztér kommunikációs csatornáit a magánszférával (családi-baráti kör, szomszédok, kollégák, ismerősök) kapcsolja össze, hangsúlyozva azt, hogy a közsféra és a magánszféra kapcsolata történetileg a média közvetítésével alakul és formálódik. A közéleti kommunikáció a társadalmi kommunikáció bizonyos színterein zajlik, s magában foglalja mindazokat a kommunikációs hatásokat, gyakorlatokat, amelyek a gazdaság, a társadalom, a politika és a közszereplés folyamataiban történnek. A közéleti kommunikáció mindig társadalmi közegben jelenik meg, s ezért a társadalmi jelenségek és a kommunikáció újszerű értelmezését adja. Természetesen a „közélet kommunikációja” rendszerspecifikus is. Az egypártrendszerben a politika uralja a közéletet, míg a többpártrendszerű társadalmakban a politika csak egy (igaz, nagyon jelentős) szegmense a közéletnek,

⁴ RÓKA 2002: 100–103.

de mellette még számos, más meghatározó szegmens is van: a gazdaság, a kultúra, a tömegkommunikáció, a média stb.⁵

A 20. század technikai vívmányai, a telekommunikáció, átstrukturálta a társadalmi élet számos közegét, beleértve a társadalmi interakció jellegét is. A tömegmédia mellett a telekommunikáció vált a közvéleményt és a közízlést befolyásoló legfontosabb információs eszközzé, s ezzel együtt a politikai befolyásoló szerepe is megnövekedett. Ahogy 1960-ban a Kennedy–Nixon-kampányban a televízió s az első televíziós elnökjelölti vita jelentett új stratégiai lehetőségeket a választók befolyásolására, úgy az 1996. évi amerikai elnökválasztási kampányban az internet hozott változást mint a kampány egyik legkomplexebb információs forrása. Majd a különböző közösségi oldalak, csatornák megjelenése ösztönözte arra a politikusokat is, hogy használják ki ezen lehetőségeket. Sokak szerint ezeknek a felületeknek a hatékony kihasználása nagyban segítette Barack Obama 2008-as kampányának sikerét.

Manapság bárki – magánszemély, politikus – szinte naprakészen megoszthatja gondolatait, véleményét, érzéseit bármely témával kapcsolatban szinte bárkivel. Egy autentikus személy blogbejegyzéséből, véleményéből napi hír válhat szinte azon nyomban, amely aztán beindíthatja a többi médium érdeklődését, a közéleti kommunikációt is.

Az írott sajtó példányszámaiból, az online felületek nézettségi adataiból egyértelműen kiderül, hogy melyik orgánus jut el legnagyobb mértékben az olvasókhoz, melyik tud nagyobb hatást gyakorolni a közvéleményre is. Nem szabad figyelmen kívül hagyni azt sem, hogy a különböző napilapok, folyóiratok, s azok online változatainak más-más az értékrendje, és a politikai beállítódásuk szerint célozzák meg olvasótáborukat. Mérheterlen mennyiségű hírdömping áll naponta rendelkezésükre, de az, hogy egy hírmédium szerkesztősége mit választ, miből „csinál hírt”, csakis rajtuk múlik. Egy politikai napilap elsősorban nemcsak azt szabja meg, hogy mit gondoljunk, hanem azt is, hogy miről gondolkodjunk. A hírek kiválasztásával, bemutatásával, a szerkesztők, újságírók fontos szerepet játszanak a politikai valóság formálásában. Nem mindegy, mit tűznek napirendre, vagy mit hallgatnak el. Nemcsak magáról a hírről értesülhet az olvasó, hanem arról is, hogy milyen jelentőséget tulajdonítanak neki. A gyakran ismételt, bizonyos kontextusban szerepeltetett híryanagoknak célzott szerepe van, mivel azok hordozhatják az információk javát. A lapok fontossági sorrendet állítanak fel, egyfajta értékhierarchiát, bizonyos eseményeket fontosnak tartanak, másokat elhallgatnak. Nem mindegy, mi kerül a lapok címlapjára, hányadik oldalon folytatják a cikket, és azt milyen terjedelemben adják közre.

Háborús konfliktus esetén például nagyon nem mindegy a lap szóhasználata: kerüli vagy inkább használja a háborús retorikát? A szavak, mondatok elsődleges jelentéstartalmán túl még milyen többletjelentést sugallnak. A szavak, szóösszetételek használatának meglehetősen nagy súlya van, de természetesen az sem mindegy, hogy az olvasók hogyan értelmezik azt. A különböző sajtótermékek szövegei a feladótól és annak szándékaitól elszakított üzenettként jelennek meg. Amikor az ember filmet néz vagy regényt olvas, nem arra gondol elsősorban, hogy az író, rendező mit

⁵ BUDA-SÁRKÖZY 2001: 71.

akart kifejezni, hanem a látottakat/olvasottakat rögtön elhelyezi a saját értelmezési tartományába, s abban próbálja feldolgozni. Ugyanez érvényes az újságcikkekre is.

Azoknak az előfeltételeknek a jelölésére, amelyek egy szöveg megértésénél rendelkezésünkre állnak, egy hermeneutikai gyűjtőfogalom, a *megértési horizont*⁶ szolgál. Új szöveggel találkozáskor, legyen az egy regény vagy egy napilap legfrissebb száma, mindig korábbi, hasonló szövegekkel kapcsolatos tapasztalatainkat használjuk fel.

Bizonyos elvárásokkal nyitjuk ki az újságot, könyvet arra nézve, hogy mit fog tartalmazni. Ezek az elvárások döntően befolyásolják, hogyan fogadjuk s értelmezzük azt, amit olvasunk (ez az olvasók *elvárási horizontja*).⁷

Kommunikációs modellek és elméletek az új médiára vonatkoztatva

Ahogy más tudományágakban, a médiatudomány területén is számos modell, elmélet született az elmúlt évtizedekben. Voltak kutatók, akik továbbvitték, de olyanok is, akik vitatták elődjeik gondolatait. Érdekes módon még az 1940-es, 1950-es években született modellek is meg lehet találni az aktualitását, sőt még egymásnak látszólag ellentmondó elméletek is igazolhatóak az új média, azon belül is a közösségi média működésében.

A téma vonatkozásában mindenképpen kiemelendő Theodor M. Newcomb 1953-ban kidolgozott társadalmi kommunikációs modellje, amely a kommunikáció társadalomban betöltött szerepét igyekszik vizsgálni. Eme modellnek alapvetése, hogy az információigény emberi szükséglet, egyben jog. Ez az információigény pedig még erősebbé válik valamilyen krízis- vagy pánikhelyzetben, mint például az orosz–ukrán háború. Nem véletlen, hogy a történelemben is számos példa mutatja, hasonló, a társadalmat érintő krízis esetén mindig is kiemelt szerepe volt a tájékoztatásnak, vagy éppenséggel a hírzárlatnak, a cenzúrának.

Ez azért is érdekes, mert sokan értetlenül álltak az előtt, hogy Vlagyimir Putyin orosz elnök – akiről közismert, hogy professzionálisan használja a médiát propaganda-céljaira –, miért olyan későn lépte meg az Oroszországban is népszerű, de nyugati tartalmakat közvetítő csatornák letiltását. Több szakértő értékelése szerint az orosz elnök úgy számolt, néhány nap alatt célt ér a művelet. Véleményem szerint emellett Vlagyimir Putyin tarthatott attól, hogy az orosz lakosság által is használt felületeken megjelenő, nyugati forrásból származó háborús tartalmak bár erodálják az orosz lakosság támogatását, nem annyira, mintha megfosztanák őket az általuk preferált csatornáktól, felületektől. Magyarországon is tapasztalható volt, hogy hosszú idő óta nem látott tömeg akkor vonult az utcára, amikor az internetadót akarták bevezetni.

Westley és MacLean 1957-es tömegkommunikációs modelljében Newcomb társadalmi kommunikációs modelljét fejlesztették tovább. Úgy vélték, a tömegmédiára, amelyen keresztül a közönség a valósághoz kapcsolódik, kiterjeszti a társadalmi környezetet. Ennek nyomán a tömegtársadalomban, miután megnőtt maga a társadalmi

⁶ GRIPSRUD 2007: 126.

⁷ GRIPSRUD 2007: 126.

környezet is, az azzal kapcsolatos információigény is nagyobb lett. Úgy vélték, mivel ezt az igényt csak a tömegmédiá elégeitheti ki, a befogadó is ettől függ.

Napjainkra már nagyrészt megvalósult a Marshall McLuhan által megjósolt „világ-falu”. A világháló által biztosított azonnali globális kapcsolat révén mind a távolságot, mind az elérhető emberek számát tekintve szinte határtalanul eljuttathatók az információk. Ezzel együtt úgy vélem, napjainkban még inkább igaznak tekinthető a Westley és MacLean által megfogalmazott kiterjesztett társadalmi környezet. Az ukrain háború kitörése óta szinte élőben követhetik az emberek világszerte a történeteket. Nem számítva a képek lelki hatását, valamint a háború okozta globális válság hatását, az emberek más módon is kiterjesztett társadalomban „élhetik meg” a háborút. Az interaktív közösségi média révén ugyanis nemcsak az van hatással az emberekre, amiket a politikusoktól, szakértőktől, influenszerektől hallanak, amely képeket látnak, az emberek a like-okkal, kommentekkel, egymással folytatott beszélgetéseikkel, vitáikkal egymást is befolyásolják a háborús cselekmények megítélésében.

Noah Chomsky már egy 1996-os értekezésében felhívta a figyelmet, hogy a kiber médiában új lehetőségek vannak.

„Nem vitatja, hogy a technika gyökeresen megváltoztatja az egyének/csoportok kommunikációs cselekvését és szokásait, de az interaktivitás segítségével ismét lehetővé válik a közönség egy lényeges, véleményformáló csoportjának aktív részvétele a nyilvános vitákban. Az új – a számítástechnika, a távközlés és a média konvergenciájára épülő – hálózati kommunikáció egyre nagyobb szerepet kap a társadalmi kapcsolatok szerveződésében, a társadalmi tevékenységek egyre szélesebb köre épül a hálóra. A digitális információkezelés technológiája azonos típusúvá teszi a kommunikációs eseményeket, a hálózati kommunikáció pedig biztosítja a tömeges és nagy távolságokat áthidaló kommunikációs interakciók lefolytatását.”⁸

Jürgen Habermas német filozófus és szociológus már korábban felhívta a figyelmet Paul A. Palmer fontos megfogalmazására, miszerint “There is no public opinion [...] but activity reflecting or representing the activity of a group or set of groups”, vagyis „közvélemény nincs [...] hanem olyan tevékenység van, amely csoportnak vagy csoportok egy halmazának tevékenységét fejezi ki vagy tükrözi vissza”.⁹

A témához kapcsolódóan fontosnak tartom még említeni a Paul Lazarsfeld és munkatársai által az 1940-es években, egy elnökválasztási kampány során lefolytatott vizsgálatának eredményeit.

„Úgy vélték: a média csak áttételesen, két lépcsőben befolyásolja a választók gondolkodását. Az emberek elsősorban a környezetükben élő véleményvezérekre – például a család vagy a munkahely valamely tekintélyes tagjára – hallgatnak, azaz a személyközi kommunikáció véleménybefolyásoló hatása nagyobb, mint a tömegkommunikációé.”¹⁰

⁸ NYÁRÁDY-SZELES 2005: 44.

⁹ HABERMAS 1993: 338.

¹⁰ SZAK 2019: 138.

Az úgynevezett véleményvezérek – akikre már Magyarországon is elterjedt kifejezésként használjuk: influencers – szerepe kétségtelenül felértékelődött a közösségi média elterjedése óta. Az, hogy egy-egy véleményvezér meggondolatlan posztja milyen védelem- és biztonságpolitikai veszélyt jelenthet, arra az orosz–ukrán háború első napjaiban Magyarországon is láthattunk példát. Az akkor 444 ezer Instagram-követővel rendelkező Vajna Tímea a következő képet és hozzáfűzött kérdést tette ki Instagram-oldalára.



1. ábra: Vajna Tímea álhírtérjesztéséről szóló cikk fotója¹¹
Forrás: Vajna Tímea 2022

¹¹ VILÁGI 2022.

Egy influenszer – aki lehet politikai gondolkodó, színész, sportoló stb. – sok esetben olyan témákban is véleményt nyilvánít, majd osztja azt meg követői tömegével, amelyekhez nem, vagy alig ért. Bár vannak, akik a kompetens megszólalók véleményére figyelnek oda, a koronavírus-járvány jó példa volt, hogy nemcsak a virológus szakértők, hanem a vírustagadó gyógyszerész is képes volt tömegeket befolyásolni.

Érdekes módon, bár többségében már kikopott az a szemlélet, miszerint amit az újság ír, amit a televízióban mondanak, az igaz, a közösségi médiára mégis sokan tekintenek a valóságot bemutató felületnek. Az emberek többsége eltekint a ténytől, hogy az általa kedvelt politikusok, hírportálok, influenszerek s vélhetően ismerőseik többsége egy virtuális valóságban tartja őket. A Facebook-buborék-effektusnak nevezett jelenség lényege, hogy az emberek többsége csak olyan embereket, híreket követ, s azon ismerősei véleményével akar találkozni, amely megegyezik saját nézeteivel.

Ennek kapcsán meg kell említeni a „szelektív észlelés” elméletét is. Joseph Klapper *A tömegkommunikáció hatásai* című, 1949-ben írt munkájában, a már említett Paul Lazarsfeld és munkatársainak kutatási eredményeit azzal magyarázta – többek között Leon Festinger kognitív diszonzanciaredukció-elméletére (1957) alapozva, hogy az emberek szelektálnak az üzenetek között. Keresik a véleményüket megerősítő, értékrendjüknek megfelelő üzeneteket, és kerülnek azokat, amelyek ellentmondanak neki.

Nem feledhetjük azonban, hogy Klapper ezt az 1949-es tömegkommunikáció kereteiben állapította meg. Márpedig azóta sokszorosára nőtt az embereket elérő üzenetek tömege, így azok szelektálása is – különösen napjaink felgyorsult világában – még nehezebbé vált.

Röviden utaljunk még Harold D. Lasswellre, a lövedékelméletet alkotójára. A közönséget ő homogén masszaként írta le, amelynek valamennyi tagja egyformán reagál a lövedékként rá záporozó üzenetekre. Modellje napjaink azonnali, globális, interaktív médiájú világában nagyrészt már nem állja meg a helyét. Ugyanakkor figyelembe kell venni, hogy egyrészt a világfaluban is működnek a világtól elzárt közösségek, amelyek ki vannak szolgáltatva a rájuk záporozó üzeneteknek. Másrészt, még ha nincs is elzárva egy közösség, a politikai uralom lehet annyira erős, akár diktatórikus, amelyben a propagandának kitett társadalom még napjainkban is lehet homogén massa. Lasswell munkássága során foglalkozott is a sikeres propaganda eszközeinek feltárásával.

A háborús propagandát például úgy fogalmazta meg, miszerint annak fő céljai: „az ellenség iránti gyűlölet felkeltése, a szövetséges országok rokonszenvének megőrzése, a semlegesek barátságának elnyerése, valamint az ellenség demoralizálása”.¹²

A civil környezet szerepe az információs műveletekben

A hadseregek számára, különösen háború idején minden időben fontos szerepe volt a civil környezetnek, a lakosságnak. Mindig igazolni kellett a lakosság felé a haderő, a háborúba lépés szükségességét. A napjainkban dominánssá váló hibrid hadviselésben az információ fontossága sokszorosára nőtt, ezzel együtt az információs műveletek is

¹² LASSWELL 1927: 195.

gyakoribbá váltak, s megjelent az információs hadszíntér is, amely sok esetben civil környezetben folytatott műveleteket jelent.

Katonai vonatkozásban az információnak a műveletek tervezésénél, végrehajtásánál van kiemelkedő jelentősége. Az információs fölény kulcsfontosságú a hadműveletek sikerében. A szakirodalom megkülönbözteti a hagyományos információs fölényt és az adaptív információs fölényt.

A hagyományos információs fölény három fontos eleme: információt szerezni minden, a parancsnoki döntést befolyásolható tényezőről; maximálisan kihasználni és védeni a saját információs képességeket; továbbá akadályozni a másik fél információs képességeit.

„Az információs fölény adaptív megközelítése értelmében napjaink katonai műveleteiben a szemben álló fél mellett a műveletek más, nem állami szereplőinek, a semleges érintetteknek és a lakosságnak a befolyásolása is fontos tényezőként jelenik meg. E szereplők közül a vezetők, kulcsszereplők – gyakran például a közösségi média felhasználásával is – a közvéleményt formálják, alakítják, így rajtuk keresztül hatással lehet lenni a szélesebb körű nyilvánosságra is. Ez esetben nem is a szó szoros értelemben vett fölény elérése a cél e szereplőkkel szemben. Az – elsősorban a kognitív dimenzióban érvényesülő – információs tevékenységek inkább arra irányulnak, hogy e szereplők felé folyamatosan olyan információk, üzenetek jussanak el, amelyek a katonai művelet céljainak megfelelően képesek befolyásolni őket.”¹³

Az ilyen módon megvalósuló társadalmi befolyásolásnak az a célja, hogy a befolyásoló saját akaratának és érdekeinek megfelelően legyen képes szükség szerint megerősíteni, gyengíteni, illetve megváltoztatni a célközönség (köztük a katonák, a szövetségesek, továbbá a saját, az ellenfél, valamint a világ lakosságának) érzelmeit, vélekedését, viselkedését, beállítottságát. Herbert Kelman amerikai pszichológus 1958-ban a társadalmi befolyásolás alábbi három alapvető formáját határozta meg, ezek: a megfelelés, az azonosulás és az internalizáció.

Ahogy Haig Zsolt *Az információs műveletek a kibertéren* című munkájában ismertette:

„A megfelelés esetében az egyén vagy csoport úgy ért egyet a befolyásolóval, és fogadja el annak érveit, hogy eközben megtartja saját véleményét, és ezzel látszólag megfelel a vele szemben támasztott elvárásoknak.”

„Az azonosulás azt jelenti, hogy az azonosuló azért teszi magáévá más személy vagy csoport véleményét, mert olyan szeretne lenni, mint a másik. Az azonosuló megközelítés függ az egyén vagy a csoport befogadóképességétől, illetve a közte és a befolyásolást végző közötti kapcsolat milyenségétől. Ideális körülmények között a befolyásoló tevékenységgel elért attitűdváltozás vélhetően továbbra is fennmarad, és negatív hatásokkal kevésbé kell számolni.”

„Az internalizáció során a befolyásolt személy teljes mértékben elfogadja, magáévá teszi a másik fél gondolatait, nézeteit, értékeit, és ellenőrzés nélkül is érvényesíti azokat.

¹³ HAIG 2018: 164–165.

Ez a megközelítés olyan információkat és üzeneteket alkalmaz, amelyek jól felhasználhatók a befolyásoló céljainak eléréséhez, ugyanakkor megfelelnek a célközönség elfogadott attitűdjeinek is. Az információs műveletek keretében alkalmazott kognitív befolyásoló tevékenységek során ez eredményezi a legjelentősebb, tartós tudati és magatartásbeli változást, de ezt az állapotot a legnehezebb elérni.¹⁴

Az orosz–ukrán háború információs műveletei napjaink tömegmédiájában

Vlagyimir Putyin orosz elnök hosszú évek folyamatos propagandatevékenységével dolgozott azon, hogy az orosz lakosságot, valamint az Ukrajnában élő orosz ajkú, illetve oroszbarát lakosságot az ukrán vezetés ellen hergelje, s a maga oldalára állítsa. Néhány nappal a 2014-ben megindított orosz művelet után az MTI moszkvai tudósítója arról írt, „az orosz állami sajtó valóságos hadjáratot próbálja »igazolni« Oroszország ukrainai katonai beavatkozását, a radikálisok erőszakos fellépésével ijesztgeti az orosz lakosságot, miután Moszkvában a parlament felsőháza szombaton felhatalmazást adott Vlagyimir Putyin államfőnek az ukrainai katonai beavatkozásra”. Kegyes Csilla akkor azt írta:

„már hetek óta komoly médiahadjárat folyik Oroszországban. Az orosz állami sajtó a kijevi tüntetések és az összecsapások kezdete óta szélsőségesekről, idegengyűlölő, fasisztoid csoportok zavargásáról ír és tudósít. Az állami televíziós csatornák, a Roszija 1, a Pervij Kanal és a Roszija 24 hírtelevízió a múlt szombat óta újabb támadást indított a Viktor Janukovicsot leváltó ukrainai ellenzék ellen, visszhangozva a Kreml álláspontját, miszerint az esetleges orosz fegyveres beavatkozásra az Ukrajnában élő oroszok veszélyeztetettsége, a radikálisok »barna terrorja« miatt lehet szükség”.¹⁵

Az FPRI amerikai külpolitikai kutatóintézet már 2014 májusában arról írt, hogy

„veszélyesen expanzív új koncepcióval állt elő az ukrainai válságot illetően Vlagyimir Putyin orosz elnök, aki az »új Oroszországnak« nevezett, gyakorlatilag az orosz birodalom 18. századi kiterjedését jelentő terület visszaszerzésén dolgozik, és ha tervének végrehajtása sinen marad, akkor nemcsak Kelet-Ukrajna, hanem további ukrán és környező régiók térhetnek vissza Moszkva hatalma alá”.¹⁶

Adrian A. Basora, az Egyesült Államok korábbi csehszlovákiai és csehországi nagykövete, az amerikai Külkapcsolatok Tanácsának tagja és Aleksandr Fisher, az FPRI kutatója emlékeztetett: „az »új Oroszországnak« nemcsak a Krim és a jelenleg oroszbarát szakadárak által Ukrajnától elszakítani próbált Donyeck és Luhanszk megye, hanem hat további ukrán régió – Harkiv, Dnyipropetrovsk, Zaporizzsja, Mikolajiv, Herszon és Odessza – is részét képezte”. Julija Latinyina orosz újságíró arra hívta fel a figyelmet:

¹⁴ HAIG 2018: 165–166.

¹⁵ KEGYES 2014.

¹⁶ MTI 2014.

„Putyin krími és kelet-ukrajnai stratégiája arra épül, hogy az információáramlást felügyelő és torzító Moszkva áldozatokként próbálja beállítani az ottani oroszokat és oroszbarát szeparatistákat, ami »sokkal fontosabb, mint a katonai győzelem«. Ahhoz, hogy győzzön, nem kell megölni az ellenséget. Elég vagy a saját embereit megölni, vagy kiprovokálni, hogy mások öljék meg őket, majd a média minden torzításával együtt azt a látszatot kelteni, hogy ez az ellenség agressziója volt” – fogalmazott.¹⁷

Tölgyesi Beatrix, a Political Capital – többek között a posztszovjet térségre és az információs háborúra szakosodott – szakértője 2019 májusában megjelent írásában azt a kérdést elemezte, hogy a dezinformáció, információs hadviselés, online propaganda orosz műfaj-e. Mint írta: az ukrajnai válság 2014-es kezdete óta nagy figyelem irányul az orosz online információs aktivitásra, kiemelten azóta, hogy felmerült a gyanú, az orosz állam beavatkozott a 2016-os amerikai elnökválasztásba. Az egyes terminológiák tisztázása során kifejtette, hogy az *információs hadviselés* eredetileg amerikai katonai terminus volt, amely a kilencvenes évek elején, az öbölháború után terjedt el, az információ, illetve az információs rendszerek birtoklásáért és ellenőrzéséért folytatott küzdelmet, az információ fegyverként való használatát jelenti a hadviselésben. „Széles körben használják annak a jelenségnek a jelölésére, amely a harctéri információs műveleteken és a kiberhadviselésen kívül magában foglalja a pszichológiai hadviselést, a propagandát, a tömegtájékoztatáson keresztüli befolyásolást, a big data adatgyűjtést” – fogalmazott.¹⁸

A *dezinformáció* – mint rámutatott – szovjet eredetű katonai terminus. „Vaszilij Mitrohin, egy 1992-ben Nyugatra disszidált KGB-levéltáros *KGB lexikon*jában a következőképpen definiálja: »1. Hamis információ útján történő félrevezetés; 2. Az aktív intézkedések körébe tartozó hírszerző tevékenység, amely során hamis információkkal, speciális anyagokkal és fiktív dokumentumokkal árasztják el az ellenséges csatornákat, arra ösztönözve az ellenséget, hogy a dezinformálást végző titkosszolgálati szerv tervei-nek megfelelő, szándékaival összhangban álló lépéseket tegyen.«” – idézte a Political Capital szakértője Vaszilij Mitrohin megfogalmazását, megjegyezve: „a dezinformáció tehát egy titkosszolgálati tevékenység, és mint ilyen, békeidőben is folytatható”.¹⁹

Mint látható, az orosz vezetés az elmúlt években kommunikációjában fokról fokra készítette elő a 2022-es Ukrajna elleni inváziót. Ennek kapcsán beszédes, hogy a háborút megelőző két hétben az orosz vezetés folyamatosan igyekezett félrevezetni, illetve elterelni a nemzetközi közvélemény figyelmét. 2022. február 12-én „Vlagyimir Putyin orosz elnök elutasította a »tetőfokára hágott amerikai hisztériakeltést« Joe Biden amerikai vezetővel folytatott szombati telefonbeszélgetésében”. Majd február 16-án Dmitrij Peszkov, a Kreml szóvivője beszélt arról újságíróknak, hogy „a NATO helyzetértékelési rendszerében problémák léphettek fel, ha a szövetség nem észleli az orosz csapatok visszatérését az állomáshelyükre”. Bő egy héttel később, február 24-én Putyin bejelentette: „különleges katonai művelet” végrehajtását rendelte el, egyúttal hozzátéve: Oroszország tervei között nem szerepel Ukrajna megszállása”.²⁰

¹⁷ MTI 2014.

¹⁸ TÖLGYESI 2019.

¹⁹ TÖLGYESI 2019.

²⁰ Saját gyűjtés az MTI híreiből.

Az úgynevezett különleges művelet kezdetén az orosz vezetés hivatalos nyilatkozataiban eleinte a „nácitlanítás” volt az egyik fő ürügy, majd egyre hangsúlyosabbá váltak az ukrán fegyverkezésről, fegyverfejlesztésekről szóló hírek. Utóbbi kapcsán nagy népszerűsége tett szert az orosz vezetés azon állítása is, miszerint Ukrajnában szlávirtó vírus kifejlesztésén dolgoznak (nem törődve a ténnyel, hogy az ukránok is szláv népcsoport). Igor Kirillov, az orosz haderő sugárzás-, vegy- és biológiai védelmi parancsnoka azt hangoztatta:

„az amerikaiak célja olyan biológiai anyag előállítás, amely képes szelektíven célba venni különböző etnikai csoportokat, »különösen a szlávokat«. Beszámolója szerint az Egyesült Államoknak sikerült a kijevi, harkivi és odesszai biolaboratóriumok dokumentációjának és az ott tárolt bioanyagoknak a nagy részét Lvivbe és Lengyelországba szállítani”.²¹



2. ábra: Zelenszkij ukrán elnök felszólal a 2022-es Grammy-díjkiosztó gálán
Forrás: Euronews 2022

Az orosz propagandán szocializálódott oroszbarát közösségnek ezek a háborús indokok teljesen hihetőek és elfogadhatóak voltak, különösen miután az orosz sajtó

²¹ POGÁR 2022a.

Oroszország háborús veszteségeiről is árnyaltan tudósított. Ugyanakkor a világ nagyobbik része szinte szó szerint élőben követheti az ukrainai eseményeket: a bombázásokat, a menekülő embereket, a tömegsírokat. Volodimir Zelenszkij ukrán elnök (sokak szerint színész vénájának és médiabeli tapasztalatainak is köszönhetően) professzionális szinten alkalmazza a különböző médiafelületeket. Kiemelten kezeli az Oroszországban és Ukrajnában is népszerű Telegram alkalmazást. Zelenszkij csatornáján naponta több alkalommal jelentkezik az aktuális helyzetjelentésekkel, hírekkel eredeti nyelven, valamint angol fordítással is. Mindemellett a hagyományos médiában is sikerült kialakítania magáról a nemzetvédő hős szerepét, miközben a Vlagyimir Putyinról megjelenő felvételek kapcsán az elmúlt hónapokban egyre több olyan elemzés, teória lát napvilágot, miszerint az orosz elnök mentális, illetve egészségi állapotában problémák vannak.



3. ábra: Putyin orosz elnökről gyakran megjelent képbeállítás, igazolva paranoiáját
Forrás: GONGLOFF 2022

Mint feljebb említettem, sokan korábban értetlenül álltak az előtt, hogy Vlagyimir Putyin miért nem korlátozta sokkal hamarabb a számára nem tetsző médiafelületeket. Miután sok szakértő szerint nem sikerült a téves hírszerzési információkra alapozott villámháborús terve, Putyin igyekezett mindent megtenni, hogy saját lakossága elöl elzárja a nyugati hangokat. Először csak blokkolták, később be is tiltották az olyan médiumok oroszországi működését, mint például a Facebook vagy az Instagram. Március 4-én az orosz parlament egyhangúlag meghozott döntésével elfogadta azt a törvényt is, amely

„büntetőjogi felelősségre vonást ír elő az orosz hadsereg műveleteire vonatkozó rémhírek terjesztése és az Oroszország elleni szankciók sürgetése esetén. Az orosz fegyveres erőkre vonatkozó hamis hírek terjesztéséért 1,5 millió rubelig terjedő (jelenlegi árfolyamon több mint 4,7 millió forintos) pénzbírság vagy három évig terjedő szabadságvesztés szabható ki”.²²

Mindeközben több más országban és uniós szinten is döntöttek arról, hogy betiltják az orosz propagandát népszerűsítő *Szputnyik* és a *Russia Today* sugárzását.

Összegzés

A téma elemzését, különös tekintettel a biztonság- és védelempolitika vonatkozásában azért is tartom fontosnak, a jövőre nézve is, mert a tömegmédiátörténetében mindig is nehézséget okozott az üzenetek hatékonyságának pontos mérése. Ez maximálisan soha nem is lesz lehetséges, de ahogy a racionális döntéshozatalban a lehető legszélesebb körű elemzés révén lehet törekedni a legracionálisabb döntés meghozására, ugyanígy a tömegmédiát hatását és hatékonyságát legmélyebb feltérképezésére is.

Ehhez pedig figyelembe kell venni a közösségi média virtuális valóságának korlátait, egyúttal veszélyeit is.

Bár a tömegmédiát korábban lehetne remélni, hogy a szinte azonnal megjelenő hiteles cáfolatokkal, az információk azonnali leellenőrzésének lehetősége korlátozza a háborús propaganda, a dezinformációs tevékenységek, az álhírek befolyásolási képességét, sokszor maga a közösségi média fokozza ennek hatását. Példaként tekintve a Magyarországon legnépszerűbb platform, a Facebook működését, jól látható, az emberek valójában nemcsak információs rengetegben, hanem információs buborékban is élnek. Az emberek többsége azokat a médiumokat, politikusokat, influenszereket követi, amelyek világnézetükkel megegyező véleményt képviselnek. Többségében ilyen emberek alkotják azon ismerősi köröket is, akiknek odafigyelnek a véleményére. Ráadásul, az információs technológia fejlődésével rendelkezésre álló információs rengetegben, „zajban”, sok esetben felületesen olvassák el az emberek a „híreket”, előfordulhat, észre sem veszik, hogy nem hivatalos, megbízható forrást olvasnak, hanem egy ismerősük által megosztott álhírt. Ha pedig ezeket az álhíreket, rémhíreket tovább népszerűsítik, megosztják, akár aktívan is beavatkoznak a politikai helyzet negatív alakulásába. Mindezt véleményem szerint Magyarországon, a Magyar Honvédség vonatkozásában is figyelembe kell venni. Ráadásul nemcsak rendkívüli jogrend, válsághelyzet idején, hanem békeidőszakban is. A Magyar Honvédséget is érintik például a közösségi média felületein létező zárt csoportok, ahol akár álhírekkel, akár pusztán a rendszer elleni uszító véleményekkel veszélyeztetik a Magyar Honvédség stabilitását, ezáltal Magyarországot biztonságát.

²² POGÁR 2022b.

Felhasznált irodalom

- BUDA Béla – SÁRKÖZY Erika (2001): *Közéleti kommunikáció*. Budapest: Akadémiai
- Euronews (2022): *Zelenszkij a Grammy-gálán: „Csak ne legyen csend!”* 2022. április 4. Online: <https://hu.euronews.com/2022/04/04/zelenszkij-a-grammy-galan-csak-ne-legyen-csend>
- GONGLOFF, Mark (2022): *Putin's Isolation, Ukraine Invasion Could Cause His Overthrow*. *Bloomberg*, 2022. február 28. Online: www.bloomberg.com/opinion/articles/2022-02-28/putin-s-isolation-ukraine-invasion-could-cause-his-overthrow?leadSource=uverify%20wall
- GRIPSRUD, Jostein (2007): *Médiakultúra, médiatársadalom*. Budapest: Új Mandátum
- HABERMAS, Jürgen: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Budapest: Századvég–Gondolat
- HAIG Zsolt (2018): *Információs műveletek a kibertérben*. Budapest: Dialóg Campus
- KEGYES Csilla (2014): *Ukrán válság. Az orosz állami sajtó hadjárata az ukrajnai katonai beavatkozást próbálja „igazolni”*. Moszkva, 2014. március 3.
- LASSWELL, Harold Dwight (1927): *Propaganda Technique in the World War*. London – New Delhi: Kegan Paul Trench, Trubner&Co. Ltd. – Alfred A. Knopf
- MTI (2014): *Ukrán válság. Putyin „új Oroszországa” nem fog megállni Kelet-Ukrajna bekebelezésénél*. Budapest/Washington, 2014. május 14.
- MTI (2022a): *Kreml: a NATO-nál gondok lehetnek, ha nem érzékeli az orosz csapatvisszavonást*. Moszkva, 2022. február 16.
- MTI (2022b): *Ukrán válság. Putyin katonai műveletet rendelt el a Donyec-medencében*. Moszkva, 2022. február 24.
- MTI/AFP/Reuters (2022): *Ukrán válság. Putyin elutasította az amerikai hisztériakeltést*. Moszkva, 2022. február 12.
- NYÁRÁDY Gáborné – SZELES Péter (2005): *Public Relations I*. Budapest: Perfekt
- POGÁR Demeter (2022a): *Ukrán háború. Putyin Macronnal és Scholzcal a rendezésről tárgyal*. Moszkva, 2022. március 10.
- POGÁR Demeter (2022b): *Elfogadta az orosz parlament a rémhírterjesztést és a szankciófelhívást büntető törvényt*. Moszkva, 2022. március 4.
- RÓKA Jolán (2002): *Kommunikációtan*. Budapest: Századvég
- SZAK Andrea (2019): *Társadalmi kommunikáció. Hadtudományi Szemle*, 12(3), 135–144. Online: <https://doi.org/10.32563/hsz.2019.3.8>
- THIMME, Hans (1932): *Weltkrieg ohne Waffen. Die Propaganda der Westmächte gegen Deutschland, ihre Wirkung und ihre Abwehr*. Stuttgart–Berlin: J. G. Cotta'sche Buchhandlung
- TÖLGYESI Beatrix (2019): *Dezinformáció, információs hadviselés, online propaganda: orosz műfaj? Russian Sharp Power in CEE*, 2019. május 27. Online: https://politicalcapital.hu/russian_sharp_power_in_cee/publications.php?article_read=1&article_id=2423,
- Vajna Tímea [@timeavajna] (2022): *Manipulated news? Instagram*, 2022.
- VILÁGI Máté (2022): *Fact-check: Vajna Tímea rosszul sejtí, tényleg rakéta talált el a lyukas kijevi házat*. *Telex*, 2022. március 5. Online: <https://telex.hu/ellenorzo/2022/03/05/fact-check-vajna-timea-manipulalt-hir-gazrobbanas-orosz-ukran-valsag-kijev-raketa-epulet>