

36. Országos Tudományos Diákköri Konferencia
Had- és Rendészettudományi Szekció
Budapest, 2023. április 18-20.
Nemzeti Közszolgálati Egyetem
Rendészettudományi Kar

A háborús propaganda új tendenciái a XXI. században

Jelige: Divide et impera!

Pályamunka lezárásának időpontja: 2022. november

2023.

1. Bevezetés.....	3
A téma aktualitása	3
A tudományos probléma megfogalmazása.....	5
Hipotézisek	5
Kutatásmódszertan.....	5
2. A befolyásolás módja és eszközei	6
A média szerepe.....	6
Információs műveletek	9
A propaganda fogalmának értelmezése a kapcsolódó fogalmakkal összefüggésben.....	10
A propaganda fogalma és összefüggése a befolyásolás és a hibrid hadviselés eszközeivel	12
3. A háborús propaganda.....	15
A szembenálló felek propagandája	15
Az ukrán propaganda.....	15
Ghost of Kiev / Kijev Szelleme	16
Myth of Snake Island / A Kígyó-sziget legendája	16
Közösségi tevékenységek	17
Az orosz propaganda	20
A közvélemény	23
4. Megtévesztés és a mémek használata a gyakorlatban	25
A médiahasználati technikák megértése.....	29
A hatás maximalizálását célzó speciális technikák elemzése.....	30
A közönség reakciójának elemzése	30
Mémek a háborúról.....	31
5. Konklúziók	36
Források:.....	39
Szakirodalmi források.....	39
Internetes hírforrások.....	41
Képek és videók forrásai	43

1. Bevezetés

A téma aktualitása

A biztonsági környezetre jellemző, és tapasztalható is volt az elmúlt évtizedekben, hogy dinamikus, szinte napról napra változó komplex rendszer. Olyan gyorsan változik körülöttünk a világ, hogy ugyanarra a kérdésre minden nap más választ kell adnunk. Az orosz–ukrán háború kitörése sok mindenkit meglepett, és még több kérdést felvetett. Nem túlzás azt mondani, hogy ez a háború mára a mindennapjaink részét képezi. Minden nap belebotlunk egy hírbe, bejegyzésbe, plakátba, ezzel párhuzamosan hirtelen akkorára nőtt az információs zaj, hogy nem lehet tudni, kinek és mit higgyünk el. Ezt nem segíti az sem, hogy különböző platformok gyakran ellentmondásos híreket és különböző retorikai eszközöket használnak. Orosz–ukrán vagy ukrán–orosz háború? Van jelentősége a sorrendnek? Várható volt a háború, vagy sem? Tényleg olyan rosszul teljesít az orosz haderő, mint ahogy azt a nyugati média állítja? Az Amerikai Egyesült Államok (a továbbiakban: USA) és az Észak-atlanti Szerződés Szervezete (a továbbiakban: NATO) hibája az egész, vagy Oroszorszáé? Az oroszok állítólag a saját állampolgáraikat védik a NATO agresszív terjesztésétől. A NATO a területét védi és tart az agresszió eszkalációjától. Az USA, mint a NATO legerősebb fegyveres ereje, segít az elnyomott ukrán népen. Mit higgyünk el? Mennyire lesz hatással az életünkre, a jövőnkre ez a háború? Tényleg olyan nagy a pusztítás és a menekülthullám, mint amennyire olvasható? És talán a legégetőbb kérdés: mikor lesz vége?

Dolgozatomban nem kívánok ezekre a kérdésekre válaszolni, ez pusztán szemlélteti, hogy mennyi kérdés foglalkoztatja az embereket. És tény, hogy egy ilyen félelmet keltő helyzetben, amikor sok ellenőrizhetetlen információ terjed mindenféle médiumban, könnyebb befolyásolni és irányítani az embereket.

A propaganda, mint a hatalom gyakorlásának leghatékonyabb eszköze, nem újkeletű dolog, azonban elavultnak se mondható. Bár sok átalakuláson ment keresztül, a történelem és a jelenkor mindennapjaiban is megtalálható, és biztos, hogy a jövőben is meghatározó szerepe lesz. Az információs forradalom eredményeként kialakultak olyan kommunikációs csatornák, és egyéb fejlett technikai eszközök, amelyek bizonyos nézeteket sokkal gyorsabban tudnak terjeszteni, mint korábban, és ennek hatására több embert képesek elérni, így befolyásolni is. Témám másik része a háború, amelyről sajnos nem túlzás azt mondani, hogy szintén örök érvényű probléma. Ha csak a huszadik századot vesszük számításba, a két világháború után, a hidegháború alatt, 1945 és 1976 között 120 háborúról van tudomásunk (Kende, 1979).

A háború és a propaganda a történelem során sokszor összefonódott. A háború hatalmas érzelmi ráhatással van az emberekre. A borzalmak, amelyeket láthattak, átélhettek, hallhattak, olyan érzékeny téma lett, amelytől mindenki fél, és az emberek minden erővel próbálják elkerülni a felidézésüket. A politikum és a háború kapcsolatát már korábban is vizsgálták. Carl von Clausewitz a Vom Krieg című munkájában úgy fogalmazott, hogy „a háború a politika folytatása más eszközökkel.” Kutatómunkám során azt vizsgálom, hogyan veszik rá a tömegeket a háborúra a hatalom birtokosai a saját (geo)politikai, ideológiai céljaik érdekében, és hogyan használják a különféle közlési csatornákat a céljaiknak megfelelő befolyásolásra. A stratégiai kommunikáció célját három pontban lehet összefoglalni.

1. A saját népesség harci morálját fokozni, szinten tartani. Ez leggyakrabban az ellenséges érzelmek keltésével és fenntartásával jár. Ezt szemlélteti az 1. számozású kép.
2. Az ellenfél és szövetségeseinek harciasságát csökkenteni. Legtöbbször ezt „lejárató kampányok” keretei között érik el. Az ellenfél és a szövetségesei közvéleményét igyekeznek elbizonytalanítani a harc támogatásában.
3. A kívülállók támogatását megszerezni vagy legalább semlegesnek megtartani őket, a saját erkölcsi fölény látszatát keltve, az ellenfél lejáratása mellett (Bakir, 2010, 29).

Ezt a három szempontot meg lehet figyelni a történelem bármely pontjában, de még a jelenkori politikai és háborús konfliktusokban is, világszerte.

1. Kép. Plakát az orosz háborús propagandából



Forrás: Jones, James (2014.03.12.) *Inside Ukraine's Propaganda War*. PBS
<https://www.pbs.org/wgbh/frontline/article/inside-ukraines-propaganda-war/> (2022.11.08.)

A tudományos probléma megfogalmazása

Egy állam vagy egy hivatalos szervezet álláspontja a hírfolyamokon keresztül éri el a célközönséget, de közben módosul a nyelvi megfogalmazás, illetve a kontextus változása miatt. Ez lehet természetes jelenség, azonban szándékosan is terjeszthetők valótlan és befolyásolás céljából létrehozott, módosított, illetve sugalmazott információk. Ezeket nem csak magánszemélyek, hanem úgynevezett „hamisított magánszemélyek”, botok, botnetek is használják és terjeszthetik, ezzel hatásosabbá téve a propagandát. Ilyen módon szignifikánsan lehet befolyásolni emberek álláspontját és érzelmeiket is egy nép, egy ország, vagy bármilyen esemény iránt. Felmerül a kérdés, hogy az orosz–ukrán háborúban hogyan használják a felek az internet által biztosított lehetőségeket a propagandájuk kialakításában és terjesztésében.

Hipotézisek

H1: A közösségi média felületeket nemcsak az állampolgárok használják, hanem a hadviselő felek szervezetei és intézményei is, propagandájuk terjesztésére.

H2: Az orosz és az ukrán háborús propagandában szerepet játszanak a mémek (humoros indíttatású képek), amelyek részben felhasználók által készített tartalmak, részben a befolyásoló szervezetek által megtervezettek.

H3: A hibrid műveletekben a befolyásolás új eszközei a mémek, amelyek a saját, az ellenséges és a kívülálló célközönséget egyaránt elérik.

Kutatásmódszertan

A kommunikációban azonosítható jelek asszociációs hálózatát mutatja be a kontingenciaelemzés, amely súlyozott ábrákon jeleníti meg a jelek együttes előfordulását (Krippendorff, 1995, 122). Ismeretes, hogy Lasswell (Lasswell és Leites, 1965, 47-48) már foglalkozott tulajdonításelemzéssel, azaz annak vizsgálatával, milyen tulajdonságokkal ruház fel a sajtó személyeket, intézményeket, országokat. Az ilyen kutatások célja a közlő attitűdjének megállapítása volt. Ma is készítenek imázs elemzést, amely nemcsak a közlemény tárgyának állítólagos tulajdonságait, hanem a vele összefüggésben keltett asszociációkat is vizsgálja. Az asszociációk csomópontjait ilyenkor is statisztika segítségével határozzák meg (Krippendorff, 1995, 120). A dolgozatomban azt vizsgálom, hogyan alkalmazzák a mémeket a harcoló felek az

információs műveletekben a saját csapatokkal, illetve az ellenséggel kapcsolatos attitűdök formálására.

A kutatásom kezdetén széleskörű irodalomkutatást végeztem. Összegyűjtöttem, rendszereztem számos tanulmányt és kutatást. A nemzetközi és hazai szakirodalomból következtetéseket vontam le az információs műveletek és a propaganda működését, hatását és változását illetően. A kutatási célok eléréséhez és a hipotézisek bizonyításához megfigyelést, kritikus gondolkodást és deduktív kutatási módszereket használtam fel. Kutatásom ideje alatt konferenciákon, személyes konzultációkon és előadásokon vettem részt, melyek hozzájárultak a téma kidolgozásához.

Mindezek alapján a dolgozatomat 5 fő részre osztottam. Az első részben beszélek a téma aktualitásáról, a kutatási célkitűzéseimről és a módszertanról. A második egységben tisztázom a témához kapcsolódó fogalmak (média, információs műveletek, propaganda) viszonyát, majd szemléltetem a propaganda eszközeihez köthető változásokat és ezek hatását a háborús propaganda vonatkozásában. Ezután bemutatom az új elemként megjelenő mémek működését és hatását. A harmadik részben az orosz-ukrán háborúban megjelenő propaganda elemeit igyekszem beazonosítani és következtetéseket levonni. Végül az utolsó részben pár gyakorlati példával próbálom szemléltetni a megtévesztés és a mémek használatát a gyakorlatban.

Természetesen nem törekedtem a teljességre. A kérdéskörben született, nagy eltéréseket mutató szakirodalom és a téma komplexitása behatárolta a kutatás terjedelmét.

2. A befolyásolás módja és eszközei

A média szerepe

Byron Reeves és Clifford Nass, a Stanford egyetem oktatói egy kutatási program következtében (2003) arról győződtek meg, hogy az emberek úgy viszonyulnak a médiumokhoz, mintha azok emberi lények lennének. Tehát az általuk alkotott egyenletben a média egyenlő a való élettel; ez a médiaegyenlet elmélete. A két tanár szerint ez az egyenlet mindenkire egyaránt érvényes. A szerzőpáros mintegy 40 tanulmányt publikált, amelyekben különböző kísérletekkel alátámasztották igazukat. A kutatásaik szerint az emberek úgy viszonyulnak a médiumokhoz, mint más emberekhez. A szerzőpáros azt állítja, hogy „az emberek szociálisan és természetes módon reagálnak a médiára, noha ezt a fajta cselekedetet értelmetlennek tartják, és nem hiszik, hogy ezek a reakciók rájuk is jellemzőek” (Reeves és Nass, 1996, 7). Legtöbbször úgy hiszik, átlátnak a médián és nem gondolják valóságosnak. Ám az tény, hogy az emberi agy nem, vagy

csak nehezen tud különbséget tenni a valóság és aközött, amit a képernyőn látunk, és tökéletesen bizonyítja az a jelenség, amikor egy film annyira leköt és elragad minket, hogy nézése alatt teljesen megfeledkezünk a való világról, amelyre sokszor csak természeti és biológiai ingerek emlékeztetnek. A filmben megjelenő érzelmeket gyakran mi is átéljük, ránk is hatással vannak. A film alatt mi is ugyanúgy izgulunk, örülünk és nevetünk, akár csak a szereplők, holott tudjuk, hogy csak egy élettelen képernyőn villogó képpontokat nézünk, mégis, az összkép eltereli erről a figyelmünket. Em Griffin könyvében erre példaként a horrorfilmet hozza, amelyről tudja, aki már nézett ilyet, hogy valóban félelmet kelt bennünk a film miközben nézzük, és csak akkor tűnnek hamisnak ezek az érzelmek, amikor kizökkenünk, vagy éppen a félelem és a szorongás miatt direkt tudatosítani kezdjük magunkban: „ez csak egy film!”. A szakirodalom ezt jóval tudományosabban úgy fogalmazza meg, hogy „Nincs olyan idegfunkció vagy anatómiai terület, amely segítené az embert abban, hogy különbséget tudjon tenni a közvetített és a közvetlen tapasztalat között, és ennek megfelelően alakítsa a mentális folyamatokat” (Detenber és Reeves, 1996, 66).

A médiaegyenlet tehát egy tudattalan, ösztönös és automatikus reakciót magyaráz. A könyv szól a hasonlóság és vonzalom játékaról is, amely annyit tesz, hogy azt az információt, amelyet egy személyiségünkben, és nézeteinkben hasonló megjelenésű (értve itt retorikai hasonlóságokat is) felület vagy ember közöl, inkább hisszük hitelesnek, és megbízhatónak, mint más forrást. Az egyenlet azért is fontos, mert ez magyarázatot adhat arra, hogy az ember miért ennyire eltérő forráskritikával kezeli a különböző médiaplatformokon közölt híreket, információkat, legyen szó TV- vagy rádió híradóról, közösségi médiáról, újságról vagy egyéb, internetes hírplatformokról. Következtetésként elmondható, hogy egy embert a megfelelő csatornán és testhezálló kommunikációs eszközökkel könnyedén lehet befolyásolni és olyan információt is elhitethetünk vele, amely nem teljesen biztos, vagy akár teljesen valótlan (Reeves és Nass, 2003).

Akkor mégis mit hihetünk el? Található olyan médiafelület, vagy hírportál, amelyen csak biztos hiteles információkat közölnek pusztán ismeretterjesztés céljából, nem csak olyan híreket álhíreket, amelyekkel manipulálni akarnak? Véleményem szerint nincs, és a közeljövőben nem is lesz ilyen. Nincs független hírportál, médiavállalat, TV- vagy rádiócsatorna. Minden hírt, amit hallunk, látunk, vagy olvasunk emberek írnak, akiknek van saját véleményük, politikai nézeteik, és különböző személyiségjegyeik, amelyek önkéntelenül is megjelennek írásaikban. Nem elhanyagolható a sajtótermék finanszírozójának befolyása sem, például állami támogatású hírportálok, vagy kereskedelmi célú adók esetében.

A befolyásolás eszköze a modern korban főleg a médiakörnyezet alakítása a céloknak megfelelő politikai környezet létrehozása érdekében (Bakir, 2010, 34-37). A médiakörnyezet hatással van a közhangulatra a háborúzó felek és a kívülállók országaiban is, ezért akár hamis információkat is hatásos elhelyezni benne. A megtévesztés mindig is fontos szerepet játszott a hadtörténelemben, de eleinte a fizikai világban valósították azt meg. A történelemből sok példát lehet hozni a megtévesztés eszközeire.

Az első világháborúban például építettek egy „kamu” Párizst, hogy ezzel vezessék félre a német bombázókat (Wirsansky, 2016, 10). A második világháborúban a Fortitude hadművelet során felfújható harckocsikkal terelték el az ellenfél figyelmét a D-nap valódi helyszínéről (Hresko, 2010, 6). A Titanic hadműveletben ejtőernyővel 1000 darab bábút dobtak le az ellenséges vonalak mögé, így megijesztve és megtévesztve őket (Carey, 2019, 5). Az egyik legkomplexebb ilyen művelet a Griffmadár hadművelet volt, amelynek keretében a német hadsereg katonái amerikai egyenruhát öltve, a településjelző táblákat elfordítva direkt a rossz irányba terelték az antant erőket (Semsey, 2022). A Szovjetunióban kialakult keserves helyzetet, hogy vagy a német hadsereg katonái ölik meg a szovjet közkatonákat, vagy, ha a túlélés reményében visszavonulnak, akkor a saját tisztjeik lövik le őket, nagyon nehéz volt áthidalni. Teljesen ugyan nem sikerült, de a hadi újság, amelyben katonatörténetekről és hőstettekről olvashattak a hátszágban ragadtak, valamelyest reményt adhatott nekik.

Mint említettem, az információs környezet alakítása kezdetben a fizikai térben történt, de ma az internet segítségével áthelyeződött a kibertérbe, illetve átjárás van a kibertér és a fizikai tér között. A 2007-es tallinni események bizonyítják azt, hogy a kibertérben sikeresen véghezvitt megtévesztés, félrevezetés mekkora hatással van a fizikai térben. 2007-ben Észtországot egy kibertámadás-sorozat érte feltehetően egy Oroszországgal folytatott politikai vita okán. Az eseménysorozat folytán az embereket félrevezető, és a kormányzatot bénító zavargások hatására hatalmas fejtelenség alakult ki a fővárosban (Otis, 2008).

A politikum sokszor valótlan állításokkal is próbálja a céljait elérni. Ahogy Csepeli György is írja, a befolyásolás alapja mindig az információs aszimmetria, azaz, hogy a befolyásoló fél információ többlettel rendelkezik, de ennek legalább egy részét eltitkolja a célközönség előtt. Ez az információs fölény, amely által olyan viselkedésre lehet rávenni a célközönséget, amelyre a teljes információ birtokában valószínűleg nem volnának hajlandók (Csepeli, 1997, 378). Már nagyon korán megfogalmazták, hogy minden hadviselés a megtévesztésen alapul (Szun Ce, 2015, 4), ez alól a modern kori hadviselés sem kivétel, sőt a hadviselés ezen tényezőjének

jelentősége felerősödik és sokkal hatékonyabbá válik a modern kori infokommunikációs eszközök hatására. A témához kapcsolódó ismert szállóigét az athéni tragédiaírónak, Aiszkhülosznak tulajdonítják, mi szerint „a háború első áldozata az igazság”.

Információs műveletek

Az elmúlt évtizedben számos olyan technológiai fejlődés ment végbe, amely lehetővé teszi a hadseregek számára az elektronikus információs környezetben történő műveleteket, köztük a befolyásoló kampányokat. Az információs műveletek (Information Operations, IO) egységes definíciója még nem született meg, ezért a dolgozatomban az Amerikai Egyesült Államok hadseregének 2012-es doktrínájában szereplő meghatározást tekintem irányadónak, mert ez a legátfogóbb megfogalmazás. Ez alapján az információs műveletek, "az információval kapcsolatos képességek integrált alkalmazása a katonai műveletek során, más műveleti vonalakkal összehangoltan, az ellenfelek és potenciális ellenfelek döntéshozatalának befolyásolása, megzavarása, megrontása vagy kisajátítása érdekében, miközben a sajátjainkat védjük." (*Joint Publication 3-13, Information Operations*, 2012, 83). Mindez a lélektani műveletek (PSYOPS) az elektronikai hadviselés és a katonai célú megfélemlítés segítségével érhető el leghatékonyabban.

Ahogy Robert Gates korábbi miniszter a kongresszusban megjegyezte, "az ellenfelek több kommunikációs platformot használnak fel a nézetek hirdetése, a toborzás, a finanszírozás, a parancsnokság és ellenőrzés gyakorlása, a mesterséges eszközök megosztása és az ideológiájuk fenntartása érdekében. Az információs környezet növekvő összetettségének megértése és az információnak, mint a nemzeti hatalom elemének hatékony kihasználására irányuló kényszerítő szükséglet megértése kritikus fontosságú a minisztérium katonai célkitűzéseinek eléréséhez" (Cicalese, 2013, 111). Az IO megfelelő alkalmazásához a szakembernek szükséges megértenie az adott a kultúrát, az érzelmeket és az ellenfél döntési ciklusát, és képesnek kell lennie integrálni a különböző tevékenységeket, hogy tájékoztassa, befolyásolja, vagy akár meggyőzze az ellenfelet, hogy az a neki kedvező lépéseket tegyen.

Összeségében elmondható, hogy az információs műveletekkel főleg a döntéshozókat célozzák meg, így olyan információs környezetet teremtenek, amely a kívánt irányba „tolja” az ellenfél döntéshozatalát. Ám mindez a létrehozott információs aszimmetria által történik, tehát az ellenfél döntéshozói nincsenek tudatában. A propaganda klasszikus elméletei is az információs aszimmetriát tartották az egyik legfontosabb ismertetőjegynek: mindig az a fél érvényesíti az akaratát, aki több információval rendelkezik, illetve, aki képes a céljainak megfelelően torzítani

az információs környezetet. Jelenleg az internet és a közösségi média hatására egy olyan információs környezetben lehet ezt véghezvinni, amelyben lehetőség nyílik az ellenség népességét (akár egyénekenként) is megcélózni befolyásolással, így „hátról támadva” az ellenfél döntéshozóit, hogy az ellenfél közvéleménye is a kívánt irányba „tolja” őket (Cicalese, 2013).

A propaganda fogalmának értelmezése a kapcsolódó fogalmakkal összefüggésben

A propagandával kapcsolatos tanulmányok a 20. század elejéhez köthetők, olyan elemzők nevéhez, mint például Walter Lippman (1922) újságíró és kommentátor, Harold D. Lasswell (1935) szociológus és politológus, Paul Lazarsfeld és Robert Merton szociológusok (1943), akik a befolyásolás eszközeinek alkalmazását és a tömegek szervezett manipulációját olykor a demokrácia szerencsétlen szükségszerűségének tekintették (Simpson, 1994). A szakirodalom és a kommunista, valamint a náci propagandával kapcsolatos történelmi tapasztalatok alapján kimondható, hogy a propaganda szó az évek folyamán negatív töltetet kapott.

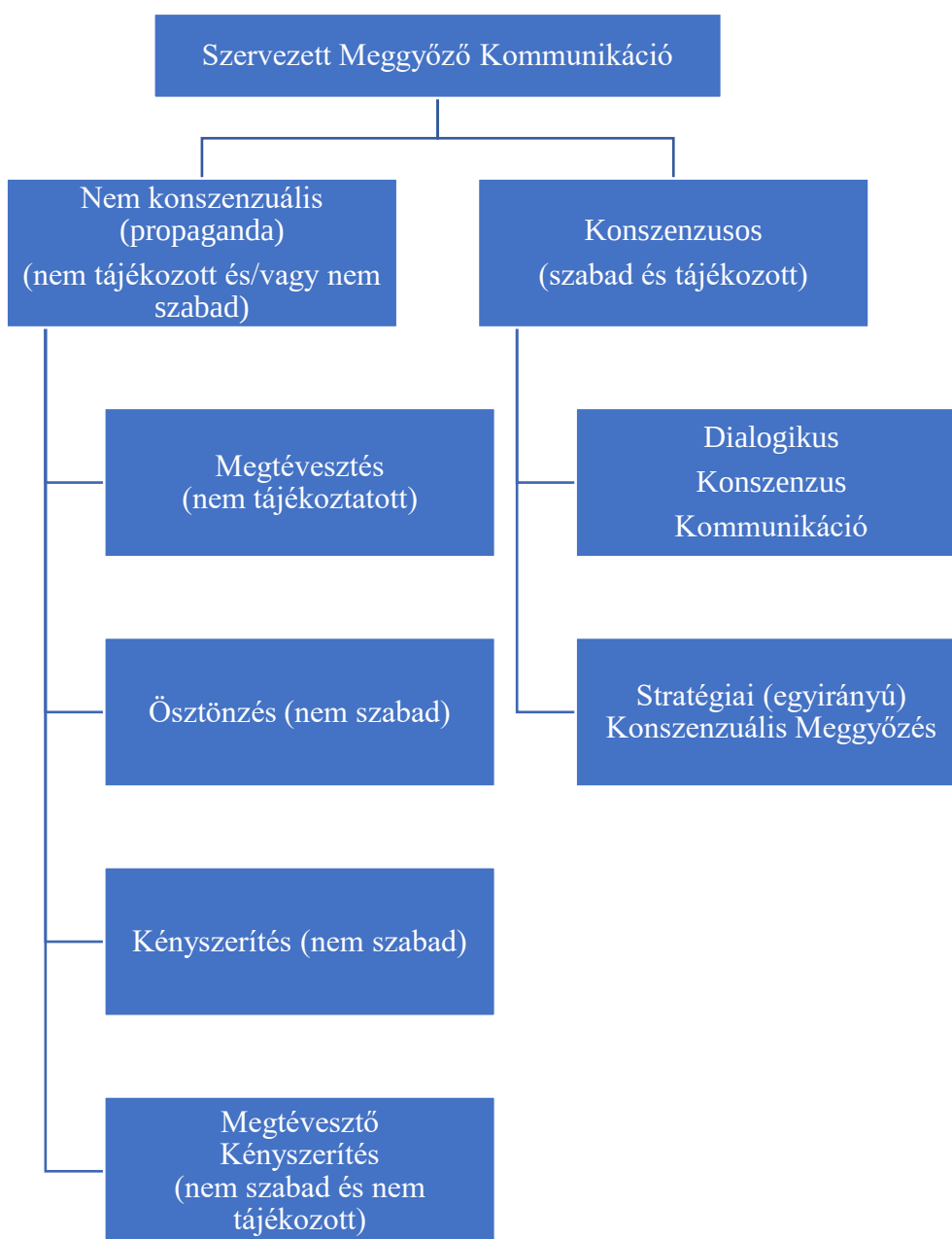
Ma a propaganda kifejezést általában a megtévesztő kommunikációval hozzák összefüggésbe, és a legtöbb jelenlegi definíció tartalmazza a manipuláció fogalmát (Lippman, 1922, 43-44; Lasswell et al., 1935; Corner, 2007; Marlin, 2013, 7-10). Síklaki István szerint a manipuláció az, amikor a célközönség nincs tudatában a befolyásolásnak (Síklaki, 1994, 16). Dolgozatomban a „propaganda” szót ebben az értelemben használom, mint a befolyásolás információs aszimmetrián alapuló, megtévesztő fajtáját.

Szakirodalmi tekintetben bőven rendelkezésre áll a propagandáról szóló angol nyelvű könyv és folyóirat. A propagandáról szóló könyvek közül a Garth S. Jowett és Victoria O'Donnell által írt *Propaganda & Persuasion* című könyv (2015) jól összefoglalja és történelmi távlatba helyezi a propaganda fejlődését és eszközeit. A műben külön fejezetet kap a propaganda változása, amely áttekinti a propaganda történetét, külön fejezet taglalja a lényegét és működését, valamint az elemzésének ajánlott lépéseit is. A könyv utolsó fejezete kitér a propaganda működésére a modern kori társadalomban.

Bakir és szerzőtársai (Bakir et al., 2018) a tanulmányukban a szervezett meggyőző kommunikáció fogalmán (Organized Persuasive Communication=OPC) belül helyezik el a befolyásolás fajtáit, köztük a propagandát (1. ábra). Érvelésük szerint ezek az ösztönzéstől a kényszerítésig terjedő, eltérő erősségű ráhatásban különböznek, valamint az információs aszimmetria mértékében. Így az úgynevezett promóciós kultúrában elfogadott befolyásoló tevékenységek (például a puha diplomácia és a kereskedelmi reklám) és a megtévesztésen alapuló manipuláció (például a propaganda) megjeleníthetők egy skála végpontjain. Ennek a

szemléletnek megfelelően egységes módszertan kialakítását tűzték ki célul, amellyel elemezni lehet a meggyőzés és befolyásolás minden fajtáját. Megállapításaik a dolgozatom szempontjából azért jelentősek, mert a mémek hatását az új közlési csatorna, az internet megnöveli, és a mikrocélzás lehetősége miatt akár személyre szabhatja (González, 2017). Dolgozatomban a háborús digitális propagandának ezt a multimodális fajtáját vizsgálom.

1. ábra. A befolyásoló kommunikáció fajtáinak csoportosítása Bakir et al. (2018, 9) alapján (A szerző fordítása.)



A propaganda fogalma és összefüggése a befolyásolás és a hibrid hadviselés eszközeivel

A szakirodalomból kiderül, hogy több, a dolgozatomban gyakran használt fogalomnak nincs mindenki által elfogadott definíciója. Az első ilyen fogalom a hibrid hadviselés. A modern kori hadtudományi írásokat és elemzéseket már szinte nem is lehet úgy megírni, hogy ne szerepeljen bennük a hibrid hadviselés. Sokszor azonban ez a fogalom tartalmának túlzott kiterjesztéséhez vezet, így majdnem mindent ezzel próbálnak magyarázni. A Magyar Hadtudományi Lexikon alapján az a következtetés vonható le, hogy a hibrid hadviselés egy olyan fajta hadviselés, amely már régebben is ismert volt, de a 20. század végétől kezdték újra alkalmazni. A mai hadviselés egyik lényeges eleme, hogy az elsődlegesen politikai, másodlagosan katonai stratégiai célok elérésének érdekében megnő a nem katonai eszközök alkalmazásának a száma. Elmosódnak a határok a háború és a béke között, megszűnni látszik a hadüzenet intézménye. Ezeknek az instrumentumoknak, technológiáknak, eljárásoknak, és technikáknak a hatékonysága számos esetben, szituációban felülmúlja a tradicionális értelemben vett fegyverekét, valamint azok erejét. A hibrid hadviselés egyesíti a hagyományos, az irreguláris, az aszimmetrikus, valamint a kiberhadviselést. Mindemellett integráltan használja a reguláris, illetve irreguláris erőket. Eszköztárába tartozik például az információs és kommunikációs technológiák alkalmazása, kívülről finanszírozott és irányított társadalmi, politikai csoportok, mozgalmak (főként radikálisok) felhasználása egy ország politikai vagy gazdasági destabilizálása érdekében. De ide sorolható a PMC-k (Private Military Company), magán katonai cégek alkalmazása, a terrorizmus, valamint a humanitárius és különböző hírszerző tevékenységekben a civilek aktív bevonása. Az az elem, amely mindezt elősegíti, és az egyik legfontosabb célja és egyben eszköze a hibrid hadviselésnek, a propaganda gyártása és terjesztése (Hadtudományi lexikon, 2019, 426).

A propaganda szó definiálása hasonló nehézséget okoz. Leonard W. Doob 1948-ban úgy definiálta a propagandát, mint „az egyének személyiségének befolyásolására és viselkedésének irányítására tett kísérlet olyan célok érdekében, amelyeket egy adott korban egy társadalomban tudománytalannak vagy kétes értékűnek tartanak” (Doob 1948, 194, 390). Ő úgy vélekedett, hogy egyetlen elfogadott definíció létrehozása se nem lehetséges, és se nem kívánatos. Anthony Pratkanis és Elliot Aronson pszichológusok magyar fordításban 2001-ben megjelent könyvének célja a propaganda eszközök és működésük bemutatása szociálpszichológiai szempontból. Ők a propagandát a meggyőzéssel való visszaélésnek tekintették, és felismerték, hogy a propaganda több, mint ügyes megtévesztés, de alapvetően egy negatív dolog. Leo Bogart 1954-

ben írt tanulmányában már több figyelmet fordított a propagandát megalkotó személyre, akinek jól kell ismernie a célközönséget és szót kell vele értenie.

Jacques Ellul (1965) magára a propagandára, mint technikára (nevezetesen a pszichológiai manipulációra) összpontosított, amely a technológiai társadalmakban „bizonyos azonos eredményekkel jár”, akár a kommunisták vagy a nácik, akár a nyugati demokratikus szervezetek alkalmazzák. A propagandát szociológiai jelenségnek tekintette, nem pedig olyan dolognak, amelyet az emberek szándékosan állítanak elő. Ellul azt állította, hogy a társadalomban szinte minden elfogult üzenet propagandisztikus, még akkor is, ha az elfogultságuk nem tudatos. Hangsúlyozta a propaganda erejét és átható voltát is. Mivel a propaganda azonnali, állította, lerombolja az ember történelemérzékét, és kizárja a kritikai reflexiót. Ellul mégis úgy vélte, hogy az embereknek szükségük van a propagandára, mert tömegtársadalomban élünk, amelyben a propaganda lehetővé teszi számunkra, hogy részt vegyünk olyan fontos eseményekben, mint a választások, ünnepek és megemlékezések. A háborús időkkel kapcsolatban azt mondta: „A háború előtt a propaganda a fizikai erőszakot helyettesíti, a háború alatt pedig kiegészíti azt” (Ellul, 1973, p.x). Ellul úgy vélte, hogy az igazság nem választja el a propagandát az erkölcsi normáktól, mert a propaganda igazságot, féligazságot és korlátozott igazságot használ. Richard Crossman brit munkáspárti politikus hasonló kijelentése szerint „A propaganda művészete nem abban áll, hogy hazugságot mondunk, hanem abban, hogy meglátjuk a propagandista számára szükséges igazságot, és azt néhány olyan igazsággal keverve adjuk át, amit a közönség hallani akar” (Higham, 2013).

Napjainkban népszerűvé váltak a propagandára utaló kifejezések: a „spin” és a „news management”. Ezek olyan összehangolt stratégiára utalnak, amelynek célja a negatív információk minimalizálása és olyan történetek, vagy információk kedvező fényben való bemutatása, amelyek a szereplők érdekeire nézve károsak lehetnek. A „spin” például gyakran a politikai információk manipulálására utalva használatos; ezért a sajtótitkárokat és a PR-felelősöket (Public Relations, azaz közügyek) „spin-doktoroknak” nevezik, amikor megpróbálják tisztára mosni a híreket (Kurtz, 1998).

Az Encyclopedia Britannica Online „propaganda” címszavát felkeresve is hasonló definíció olvasható: olyan eszmék vagy állítások, amelyek gyakran hamisak vagy eltúlzottak, és amelyeket egy politikai vezető, egy kormány egy adott ügy érdekében terjesztenek. Jowett és O'Donnell könyvében a szerzőpáros így vélekedik a propagandáról (2015, 7): „Az internet és a digitális kommunikáció különböző formái jelentősen megnövelték a propaganda terjesztését, ezért különösen fontos megérteni, hogy mi a propaganda és mit lehet elérni vele. A propaganda

megértésére és elemzésére a propaganda jellemzőinek azonosításával törekszünk, és a kommunikációtudományon belül helyezzük el, hogy megvizsgáljuk a kontextus, a feladó, a szándék, az üzenet, a csatorna, a közönség és a válasz tulajdonságait.” (Jowett és O’Donnell, 2015, 9). A könyvben tisztázni kívánják a propaganda és a meggyőzés közötti különbséget azáltal, hogy a propagandát a meggyőzés, valamint az információ alkategóriájaként vizsgálják. A propaganda meghatározásuk a kommunikációs folyamatra összpontosít, pontosabban a folyamat céljára: „A propaganda az a szándékos, szisztematikus kísérlet, amely az észlelések alakítására, a megismerés manipulálására és a viselkedés irányítására irányul, hogy olyan választ érjen el, amely elősegíti a propagandista kívánt szándékát.” (Jowett és O’Donnell, 2015, 7). Jowett és O’Donnell (2015), és Bakir et al. (2018) megközelítése alapján a propaganda megnevezést a befolyásolásnak olyan eszközeire használok, amelyek a célközönség megismerési lehetőségeinek, attitűdjének és viselkedésének alakítására irányulnak.

Jowett és O’Donnell szerint (2015,314) a propaganda elemzésének menetét 10 lépésre lehet bontani, amelyek a következők:

1. Az ideológia és a cél azonosítása,
2. a kontextus azonosítása,
3. a propagandista azonosítása,
4. a propagandaszervezet struktúrájának vizsgálata,
5. a célközönség azonosítása,
6. a médiahasználati technikák megértése,
7. a hatás maximalizálását célzó speciális technikák elemzése,
8. a közönség reakciójának elemzése,
9. az ellenpropaganda azonosítása és elemzése,
10. végül a hatások felmérése és értékelés.

A kutatásomban az 5-8. lépésre fogok koncentrálni, az orosz-ukrán konfliktust a középpontba helyezve. A propaganda tartalmának legfontosabb eleme az ideológia kinyilvánítása, mert ezzel próbálják igazolni a cselekedeteket. Például: az oroszok az orosz kisebbség védelmére, és Kelet-Ukrajna „náciatlanítására” hivatkoznak. Ukrajna a területi integritásának és függetlenségének védelmére, a Nyugat pedig a nyugati demokrácia védelmére hivatkozik. Jowett és O’Donnell megjegyzi a bipoláris világrend utáni propagandáról, hogy furcsa módon a hidegháború sok elemét megőrizte a szókincsében (2015, 236).

3. A háborús propaganda

A propagandának alapvetően 3 célközönségét vizsgálhatjuk. Eddig elkülöníthető volt a különböző platformokon az

1. ellenségnek,
2. a saját állampolgároknak,
3. és a szövetségeseknek és/vagy semlegeseknek számító feleknek szánt propaganda.

Az internet hatására azonban már nem lehet szétválasztani az üzeneteket. A világhálón mindhárom célközönség hozzáférhet ugyanazokhoz az információkhoz, így már szinte lehetetlen a különböző célközönségeknek másféle propagandát közvetíteni. A jelenleg zajló orosz-ukrán konfliktus vonatkozásában is elmondható, hogy például egy ukrán propagandát közvetítő információhoz ugyanúgy hozzáfér egy semleges fél, egy szövetséges, vagy az ellenség. Ugyanakkor a nyelvi korlátok hatására megfigyelhető, hogy például az orosz nyelven leírt propaganda nem terjed olyan gyorsasággal és széles körben, mint például egy angol nyelven leírt ukrán propaganda. Az angol nyelven leírt orosz propagandaelemeket közlő média pedig széles körben szankcionált több országban is (Euronews, 2022.05.04). A konfliktus kezdetén az RT NEWS (Russia Today) hírportált például az EU is letiltotta a konfliktus kezdete után nem sokkal. Egyértelmű tehát, hogy mindkét fél próbál védekezni az ellenfél propagandája ellen. Ebben a korrelációban tehát maga az Európai Unió is szembenálló félként jelenik meg.

A szembenálló felek propagandája

Alapvetően a különböző közösségi médiaplatformok bejegyzéseiből és a válaszreakciókból következtetve elkülöníthető egy ukrán párti, főleg Ukrajnának és támogatóinak szóló propaganda, és az Oroszországi, és az Oroszországot támogató országoknak és lakosaiknak szóló.

Az ukrán propaganda

Az ukránok fő propaganda eleme az emberiség. Szimpátiát próbálnak kelteni a kívülállókban, minél rokonszenvesebbnek mutatva magukat. Azt mutatják a külvilág felé, hogy ők humánusan bánnak a civilekkel, és a hadifoglyokkal, a genfi egyezményeket betartva. Az elfogott katonákról gyakran videófelveteleket készítettek, ahol arról számolnak be, hogy azok nem tudják, hol vannak, ők csak a fiatal, gyengén kiképzett sorállomány tagjai (Bereznay, 2022.02.26). Ezen kívül hangsúlyos elemként még a hősalakokat lehet kiemelni, amelyeket az ukránok a háború kezdete óta alkotnak, és amolyan katalizátorként működnek a propaganda

szempontjából. Mindezek előtt megjegyzem, hogy a források, amik rendelkezésemre állnak, több szempontból is erősen megkérdőjelezhetők. Ám mindez nem fontos abból a szempontból, hogy akár van valóságalapjuk, akár nem, maga a hír, a propaganda létezik, és hatékonyan működik, jelentős befolyással bír. Ukrajnának égető szüksége van segítségre, néhány nem mindennapi hősré, amely „tartja a lelket” a nehéz helyzetben levő érintettekben.

Ghost of Kiev / Kijev Szelleme

Az egyik ilyen hősalak a kijevi szellem, aki a mítosz szerint egy, az ukrán légierőben szolgáló pilóta, aki az ukrán főváros felett zajlott légi csatában enyhébb becslés szerint 6, erősebb szerint 12 orosz vadászgépet lőtt le, egymaga egy MIG-29-essel. Ezt különböző közösségi média felületek felkapták. Twitteren, TikTokon, Telegrammon, Instagramon és sok másik helyen megjelent hősként, különböző videón és fényképen a pilóta, aki hatalmas hírnévnek örvend, annak ellenére, hogy kiléte ismeretlen. Az információt először magánszemélyek terjesztették, majd később nagyobb hírportálok is leközlötték. Manapság onnan lehet tudni, hogy egy dolog, esemény vagy személy bekerült a fiatalok köztudatába, hogy mémeket, karikatúrákat gyártanak róla. A mémek jelentőségét a későbbiekben még kifejtem. Rengeteg olyan (mozgó)képet és bejegyzést lehet találni, amelyben „védőszentként” emlegetik, és a civilek biztonságban érzik magukat annyira, hogy ellenállást fejtsenek ki az orosz erőkhöz szemben. A pilóta, mintha csak egy videójátékban lenne, már többször „meghalt”: a kijevi ostrom ideje alatt minden lezuhant ukrán gép után láthattunk posztokat, hogy életét vesztette a „hős pilóta” aztán reménnyel teli visszatérésekkel volt tele a közösségi média, hogy túlélte a zuhanást, időben katapultált, új géppel visszatért és még sok hasonló elméletet gyártottak az emberek. Akár igaz a legenda, akár nem, hatalmas morális támogatást nyújtott, nemcsak a kijevi lakosoknak, de egész Ukrajnának is (Novelly, 2022.02.02.; Johnson, Godlewski 2022.02.02.; The Kyiv Independent, 2022.04.24.).

Myth of Snake Island / A Kígyó-sziget legendája

Ez a legenda az egyik legvitatottabb, és talán az egyetlen olyan, amelyet orosz oldalról is erős válaszreakciók öveznek. A Kígyó-sziget egy stratégiai szempontból meglehetősen fontos ukrán terület a Fekete-tengeren, amely a konfliktus elején vált célponttá. Az ukránoktól kiszivárgott egy valós, vagy manipulált hangfelvétel, amelyben egy orosz hadihajó megadásra kényszeríti a támaszpont katonáit, akik válaszként ezt az ajánlatot egy obszcén kifejezéssel utasították el. „Russian warship, go f*ck yourself” hangzott el a kifejezés, amely azóta már szállóigévé vált, és több helyen megjelent pólókon, matricákon és plakátokon. A szigeten levő helyőrséggel a kijelentés után megszűnt a kapcsolat, és ennek hatására több hírportálon megjelent, hogy

meghaltak. Az több forrásból is megerősített információ, hogy a szigetet lövések érték. Az ukrán kormány kijelentette, hogy a szigeten levő 13 ember életét veszítette, amelyet az oroszok rövidesen cáfoltak, azzal, hogy a szigeten a támadás pillanatában tartózkodó 82 embert elfogták és Oroszországba szállították. Már itt egy nagy eltérést láthattunk a két hír között, de mivel az orosz kijelentést később az ukrán haditengerészet is megerősítette, így az orosz fél állítása bizonyul igaznak jelen állás szerint. A cáfolat ellenére ez volt a háborúban mutatott ukrán hősiesség első példája, amely az ukrán civileket ösztönözte harcba lépni, és küzdeni. Kijelenthetjük tehát, hogy a propaganda megfelelő alkalmazásával, az irregularitás fokozódik, és a nép részvételi aránya a háborúban nő.

Közösségi tevékenységek

Kevésbé ismert, de sok színész, énekes, közösségi médiaszereplő posztolt arról, hogy teljesítik sorkötelezettségüket és nem adják fel szabadságukat, hazájukat harc nélkül. Képek, videók kerültek ki a közösségi média felületekre, amelyeken ezek a sztárok egyenruhában, fegyverrel a kezükben láthatóak. Ők az úgynevezett „opinion leader” -ek, vagy „influencerek”, akik alatt népszerű embereket értünk, azaz olyan véleményvezérek, akik nagy befolyással bírnak a fiatal társadalomra. Hétköznapi emberek is elérhetnek nagy hírnevet, ösztönözve ezzel másokat, sokszor humoros módon. Erre egy példa, amikor egy ukrán civil felajánlja segítségét egy lerobbant orosz harckocsinak, mondván, szívesen segít elvontatni a harcjárművet, vissza Oroszországba (News.com.au, 2022.02.07.). Ebben a videóban látszik az, amit már korábban említettem, hogy a katonák nem tudják, hol vannak, hová mennek, mi és ki ellen kell harcolniuk pontosan. Felmerül az a dilemma, hogy vajon a videó valós elemeket tartalmaz-e, vagy esetleg csak egy megrendezett videót láthatunk. A propaganda hatásának szempontjából azonban ez nem számít.

A humor is sokszor megjelenik ezekben a videókban; szintén napvilágot látott egy videó, amelyben állítólagosan kárpátaljai magyarok Erős Pistát etetnek kínzásként egy elfogott orosz katonával (Gadzhega, 2022.09.04.). A videó feltöltője látszólag magánszemély, de lehetséges, hogy megtervezett, szervezet által készített felvételtől van szó.

Egy másik ilyen eset, amikor az ukrán közlekedési hatóság a behajtani tilos táblák egy része helyett Putyin fejét áthúzza ábrázoló közúti jelzőtáblákat helyezett ki (Kömöri, 2022.03.01.). Sorra szerelik le a helységmegjelölő táblákat is, ezzel nehezítve az orosz csapatok munkáját, valamint a főbb utak feletti táblákon megjelent az az obszcén kifejezés is, amelyet az orosz hadihajónak címeztek a háború elején, a kígyószigeti támadás során, és más egyéb, Putyinnak vagy az oroszoknak szóló, nem túl kedves üzenet.

2. Kép. Oroszellenes tiltakozó táblák Ukrajnában



Forrás: Ukravtodor Facebook posztja (2022.02.28.)

<https://www.facebook.com/Ukravtodor.Gov.Ua> (2022.11.10.)

Az ukrán propaganda elemeit világszerte már a kereskedelmi forgalomban megjelenő cikkekkel is folyamatosan terjesztik. Például ilyen az ukrán elnökről készített LEGO figura, amelynek egy-egy darabja 30 ezer forintnak megfelelő összegért kelt el.

3. Kép. Zelenszkijt ábrázoló LEGO figura



Forrás: Birkás Péter (2022.03.07.). *Azonnal elkapkodták a Zelenszkijt formázó LEGO figurákat* 24.hu <https://24.hu/lego-zelenszkij-ukrajna/> (2022.11.11.)

Ukrajnában és Európában több helyen is kaphatók plüss Javelin légvédelmi rakták és Mriya repülőgépek, amely egy ukrán monumentális építésű gép, ami elég korán a háború áldozata lett. A képet egy ukrán újságíró készítette és töltötte fel a Twitter felületre. Elmondása szerint a plüssjátékokat a Csernyihiv régióban gyártják és országszerte vannak lerakataik. A toys-kopitsa.com.ua oldalán egyébként sok játékot lehet találni nacionalista és militáns elemekkel, például egyenruhás vagy ukrán zászlós/címeres plüssállatokat. A bejegyzése kommentjei között többen ellenezték és kifogásolhatónak találták, hogy a gyerekeket ezekkel radikalizálják, és már korán elvetik a gyűlölet magvait.

4. Kép. Háborús plüssjátékok Ukrajnában



Forrás: Tokariuk, Olga (2022.04.24.) *Mriyas and Javelins* Twitter.com

<https://twitter.com/olgotokariuk/status/1515646837247590405png> (2022.11.11.)

Érdekes jelenség, hogy az ukrán népnek nem alakult ki a Szovjetuniótól való elszakadása óta saját, ténylegesen elkülöníthető kultúrája, sok pontban hasonlít az oroszhoz. Propagandájuk része, hogy az orosz népet, de legfőképpen vezetőjüket, Putyint, globális ellenségnek állítsák be, azzal párhuzamosan, hogy ők megnyerik a közvéleményt, ezzel támogatást szerezve. Megfigyelhető egyfajta tömeges igazságszolgáltatás manapság, ahol a harc tulajdonképpen a közvélemény megnyeréséért folyik. Akinek ez sikerül, az elnyeri a többség támogatását, amely nemcsak morális megerősítést nyújthat, de anyagi és technikai támogatást is. Több forrás is, nagyon találóan „crowd-funded warfare” -ként hivatkozott a háborúra, ami szintén nem egy újkeletű dolog (Shorland, 2021.02.02.; Gina, 2022.03.14.). Manapság közösségi médián egy jótékonysági gyűjtést létrehozni alig pár perc. Pontos anyagi támogatásokról kimutatás nincs, de több 100 millió dollárról beszélhetünk, amelynek megvan a veszélye is (Ainsworth, 2022).

Az egyik, hogy amennyiben a háborút megnyeri Oroszország, és teljesen bekebelezi Ukrajnát, akkor minden nekik szánt fegyver, felszerelés és pénz orosz kézre kerül. A másik, hogy Ukrajnának jelenleg rengeteg fegyvere és pénze van a támogatások miatt, és mivel az európai integráció része kíván lenni, így félő, hogy belesodorhatja az EU-t egy háborúba, ami az intézményrendszer végét is jelentheti. Emellett az, hogy ez a pénz hova kerül Ukrajnán belül, nem visszakövethető. Belefolyhat akár egy ukrán szervezett bűnözési csoport zsebébe is. Ne feledjük el azt sem, hogy volt már rá példa, hogy Ukrajna a gázvezetékek elzárásával fenyegetett. Emellett a 90-es években Magyarországon aktívan tevékenykedő ukrán maffia hatásától sem szabad eltekinteni.

Az orosz propaganda

Az Ukrajnával szemben álló Oroszország vezetése nagyon erős, centralizált, realista kormányzáson alapul. Éppen ezért nem meglepő az a tény, hogy az invázióval egyidejűleg az orosz hatóságok háborús cenzúrát vezettek be, megtiltva olyan tartalmak közzétételét, terjesztését, amelyek nincsenek összhangban az Orosz Föderáció Védelmi Minisztériumának álláspontjával. A nyugati szankciók, amelyek a közösségi médiát érték, kizárva orosz felhasználókat, akaratlanul is hozzájárultak ahhoz, hogy az orosz társadalom a lehető legkevesebb információhoz jusson, így kvázi nem látnak mást, mint amit az orosz kormány közöl. A háború ellen tiltakozókat brutálisan elnyomják, ellenállásukat megtorolják és üldözik. Példátlan számú intézkedést fogantatosítottak az orosz hatóságok a háborúellenes tüntetések leverésére. Eddig a hírek szerint mintegy 16 ezer embert tartóztattak le, és aki nem került a börtönbe, annak is a társadalom többi részéből való kiközösítéssel kell szembe néznie. Putyin belső nemzetárulóként is vádolja őket, akiket állítása szerint a Nyugat manipulál, és akik nyugati értékeik révén belülről akarják destabilizálni Oroszországot. Ez vonatkozik többek között a külföldön tartózkodó, vagyonnal rendelkező oligarchákra. Az oroszországi helyzetre való tekintettel a társadalmilag és politikailag aktív oroszok többsége elhagyta az országot (az első becslések szerint eddig mintegy 300 000 ember) (Legucka, 2022). Ez a szám az októberi részleges mobilizálás után exponenciálisan megnőtt, és hatalmas fejtelenség közepette megteltek a repterek.

A propaganda legjelentősebb eleme a „denácifikálás”, amely még Lengyelországot is célba veszi (Treisman, 2022). Ismert, hogy ténylegesen voltak botrányok az ukrán fegyveres erő alakulatai között. Az Azov zászlóalj (Ukrán Nemzeti Gárda) katonái között valóban elég nagy

létszámban felsorakoztak neonácik és szélsőjobboldali ideológiával rendelkező katonák. Az alakulat zászlaján is egészen 2022. márciusáig szerepeltek a náci Németországgal összeköthető szimbólumok is (Walker, 2014.09.10.; Portfolio, 2022.03.11.; Aljazeera, 2022.05.14.). Oroszországban a cenzúra a médiára, és a köznapi beszélgetésekre vonatkozóan is megjelenik. Betiltották az orosz-ukrán konfliktussal kapcsolatban többek között a háború, az invázió, az intervenció szó használatát, csak különleges katonai műveletként vagy denácifikálásként lehet rá hivatkozni. Akik nem ezeket a szavakat használják, a tüntetőkhez hasonlóan 3-tól 15 évig terjedő büntető telepre küldést (kvázi börtönbüntetést) kaphatnak, az idén márciusban módosított büntető törvénykönyv alapján. A vád „szándékosan hamis információk terjesztése az orosz hadseregek tevékenységéről”. Az Orosz Föderáció Nyomozó Bizottsága már megindította az első büntetőeljárásokat olyan személyek ellen, akik Ukrajnából származó videókat tettek közzé a közösségi médiában, amelyek a nyomozók szerint hamis képet mutatnak az orosz hadseregről.

Már a Krím-félsziget megszállásánál is megfigyelhettük, hogy röviddel azelőtt, hogy a hatóságok elkezdenének egy még az orosz jogrend szerint is jogellenes tevékenységet, módosítják az alkotmányt, a törvényeket, hogy elérhessék a céljaikat. A hatóságok nyomására felfüggesztette működését az Echo rádió, holott a főváros legnépszerűbb adója volt. A Dozhd televíziós csatorna szintén felfüggesztette tevékenységét, féltve a munkatársai életét (IPI, 2022.03.02.). Legtovább a tavalyi Nobel-békedíjas Dmitrij Muratov által vezetett Novaja Gazeta újság adott tájékoztatást az ukrajnai helyzetről (bár került a „háborúra” való közvetlen utalást), mielőtt meghátrált. Március 28-án a lap második figyelmeztetést kapott a hatóságoktól, és leállította terjesztését.

A közösségi média platformokat komoly cenzúrahullám érte: a Twitter a Facebook és az Instagram is blokkolva lett az országban, pedig az utóbbinak több mint 80 millió orosz felhasználója volt (Sauer, 2022.03.21.). Az ok az volt, hogy a felhasználók ezeken a médiaoldalakon terjesztettek képeket, videókat a szétlőtt, lerombolt ukrán városokról és a megannyi áldozatról. Jelenleg egyedül az orosz üzemeltetésű közösségi média, a VK (Vkontakte) üzemel Oroszországban. A Szentpétervár székhelyű közösségi média körülbelül 280-300 millió felhasználóval rendelkezik, és a napi látogatások száma meghaladja a 90 milliót. Friss adat sajnos nem áll a rendelkezésre, de az eddigi külföldi felhasználókat valószínűleg pótolják a többi közösségi médiáról letiltott orosz felhasználók. Még a kínai fejlesztésű TikTok is cenzúrázni kezdte az ukrajnai helyzettel kapcsolatban megjelenő káros tartalmakat. A

YouTube és a Telegram azonban továbbra is aktív maradhat Oroszországban, de kötelesek a nyomozóhatóságoknak adatokat szolgáltatni a felhasználóik tevékenységéről (Legucka, 2022).

Az orosz propaganda fő célja az oroszok körében az Ukrajna ellen folyó háború támogatásának erősítése, és szükségességének bizonyítása, igazolása. Kezdetben az orosz média érvelése az volt, hogy a „hadművelet” célja a donbászi lakosság védelme az ukrán erők állítólagos „népirtásától”. Emellett az orosz hatóságok azzal érveltek, hogy ez egy megelőző csapás. Putyin a „különleges katonai műveletet” azzal indokolta, hogy Ukrajna „demilitarizálása” elengedhetetlen. Az orosz hatóságok ezt az Orosz Föderáció nemzetbiztonságának biztosításával magyarázták, beleértve a Krím védelmét is. Az orosz kormány továbbá azzal vádolta a NATO-t és az Egyesült Államokat, hogy ukrán területet készülnek felhasználni Oroszország megtámadására. Ezeket az állításokat sajnálatosan egyetlen orosz hírportál, vagy nagyobb közösség sem kérdőjelezte meg. A propagandájuk második célja az, hogy a társadalmat egységben tartsa, és Putyin köré tömörítve konszolidálja. A közösségi médiában megjelentek a nacionalista és hazafias irányzatok és azok szélsőséges verziói is (Legucka, 2022).

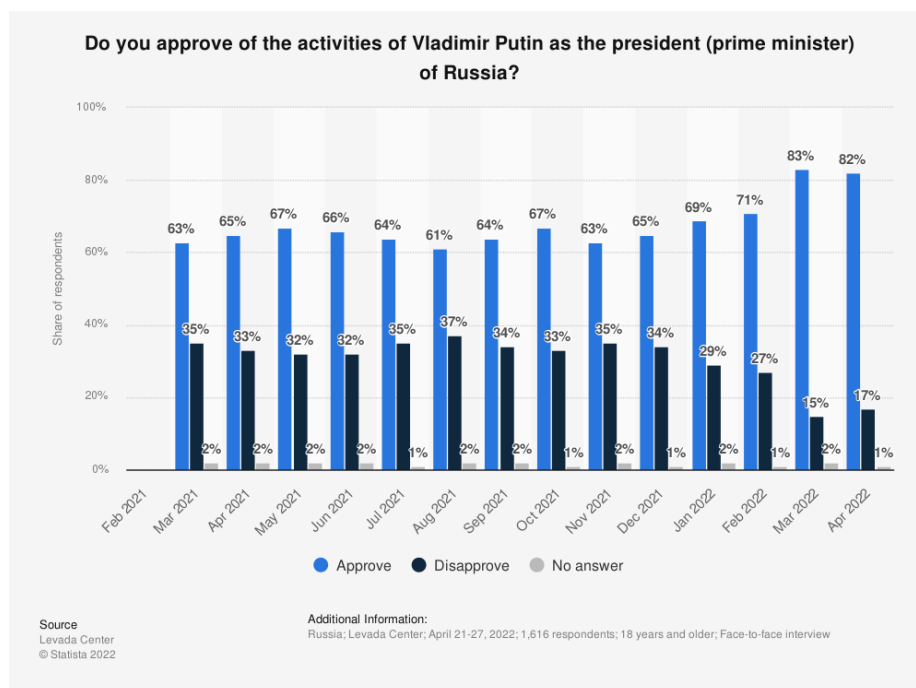
Ukrajna „denácifikálásának” jelszava a médiaüzenet lényeges elemévé vált. A feltételezett nácizmus elleni harcot az orosz hatóságok az oroszok számára szimbolikus és legfontosabb történelmi eseményre, az általuk Nagy Honvédő Háborúnak nevezett eseményre (1941-1945, a második világháború európai része) való hivatkozásként találták ki. Az oroszok a második világháborút a Németország (konkrétan a nácik) feletti győzelemhez kötik, és ez a Putyin-rendszer alapító mítosza. Egy kutatás szerint az oroszok 74%-a úgy véli, hogy a második világháború legfontosabb eredménye a nácizmus legyőzése volt (Levada Indicators, 2022.04.18.). Az orosz iskolákban idén február 24-e óta a tanárok óravázlatokat kaptak arról, hogyan magyarázzák el diákjaiknak az ukrainai „különleges katonai műveletet”. A Luzsnyiki Stadionban március 18-án tartott háborús nagygyűlésen, amelyen mintegy 90 000 ember vett részt, Putyin a Bibliát idézte, és az orosz hadsereg „felszabadító” küldetését hangsúlyozta. A rendezvényt a „Világ nácizmus nélkül” szlogen alatt tartották. Az Active Group felmérése szerint az oroszok 75,5%-a úgy véli, hogy Lengyelország a következő ország, amelyet „denácifikálni” kell (Jermneko, 2022.03.16.). Március 21-én a Telegramon Dimitrij Medvegyev, aki az Orosz Biztonsági Tanács elnökhelyettese, nyilatkozatot tett közzé, amelyben megvádolta Lengyelországot „kóros ruszofóbiával” és azzal, hogy az USA „vazallusa.” Az ilyen érveket az orosz társadalomra irányuló propaganda részének is kell tekinteni, amelynek célja, hogy maguk az oroszok Lengyelország és a lengyelek ellen is

ellenszenvet érezzenek. Oroszország atomfegyverrel fenyegeti az Ukrajnát támogató országokat. A valóság az, hogy az ilyen fenyegetések Oroszország információs hadviselésének részét képezik, amelynek célja, hogy ezek az országok lemondjanak Ukrajna támogatásáról, és ne támogassák az Oroszország elleni újabb szankciókat. Ezt, mint láthatjuk, nem sikerült teljesen elérni.

A közvélemény

Az Ukrajna elleni orosz agresszióról az orosz közvéleménynek szánt félrevezető tömegpropaganda megerősítette Putyin pozícióját. A független Levada Központ tanulmánya szerint márciusban az oroszok 83%-a bízott Putyinban, és a döntéseiben (Gershkovich, 2022.03.30.; Levada Indicators, 2022.04.18.). A kormányzati szociológiai kutatóközpont, a VCIOM (Orosz Közvélemény Kutató Központ) bár eltérő, de szintén magas, 74%-os támogatottságot mutat az orosz lakosság körében: többségük támogatja az ukrajnai „különleges katonai műveletet”, vagy passzívan elfogadja a helyzetet, bár az eredmény valószínűleg szándékosan felfújt (VCIOM, 2022.05.03.). A háború kezdete óta a polgárok egy része a „Z” és „V” betűkön alapuló katonai szimbólumokat kezdte használni az orosz köztereken, autókon, épületeken, a metróban és ruhákon. A közfelfogás szerint jelentésük nagyon tág, például „demilitarizáció”, „Za pobiedu” („A győzelemért”), „Za Putina” („Putyinért”) (Legucka, 2022).

5. Kép. Putyin támogatottsága a Levada Központ felmérésében



Forrás: Levada-Center Indicators (2022.03.18.) <https://www.levada.ru/en/ratings/> (2022.05.19.)

Az ábrán látható, hogy a háború óta, az előzetes várakozásokkal ellentétben, Putyin támogatottsága nőtt. Természetesen egy Oroszországhoz hasonló autokrata rendszerben erősen megkérdőjelezhető egy közvéleménykutatás eredménye. Kétségekkel ugyan, de valamennyire reprezentatívnak tekinthetjük a kimutatott statisztikát.

Szerencsére az orosz propaganda azonban nem mondható hatékonynak és elterjedtnek Oroszországon kívül. Vannak támogatói, például Kuba, Nicaragua, Venezuela, Mianmar, Észak-Korea, Eritrea, Szíria és Fehéroroszország, de ez eltörpül az Ukrajnát támogató országokkal szemben (EIU, 2022.03.30.). Az orosz propaganda kevésbé hatékony hatásmechanizmusa magyarázható azzal, hogy az EU-n kívüli országok is betiltották az orosz propagandát legintenzívebben terjesztő televíziós csatornákat és a már korábban említett közösségi média platformokon is erősen szűrik az oroszbarát propagandát, több esetben még az orosz felhasználókat is.

Ezen erőszakos egymás ellen uszítás, ami az orosz és az ukrán fél között zajlik, előidézik mindkét félnél egy erős orosz-, illetve egy ukrán ellenes nézőpontot a két népnél. Ez tovább erősíti az eddig is intenzív, mélyen gyökerező ellentétet, ami megnehezíti a jövőben bármiféle békeműveletet, békefenntartást, és a további orosz katonai műveleteket is. Érdekes az is, hogy több ismert és neves hírportál, például a CNN, a The Guardian és a BBC is egyoldalúan egyféle nézőpontot, propagandát mutat be, és nem próbálja mérsékelni a közvéleményt a másik oldal nézőpontjának magyarázatával.

Összességében elmondható, hogy az Ukrajna elleni háborút az orosz kormány arra használja fel, hogy Oroszországot totalitárius állammá alakítsa. A bevezetett háborús cenzúra és az ukrainai katonai sikerek propagandája Putyin pozícióinak megerősödéséhez vezetett. Az ukrainai háború miatt fenyegető oroszországi gazdasági problémák ellenére a közeljövőben nem várható tartós fegyverszünet. Azok a polgárok, akik nem értenek egyet az oroszországi helyzettel, továbbra is el fogják hagyni az országot. A hatóságok valószínűleg hamarosan blokkolni fogják a YouTube-ot, és már korlátozzák a VPN-ek (virtuális magánhálózatok) használatát. Mindez különböző orosz hatóságok fenyegetéseivel párosul, amelyek nukleáris támadásra utalnak, amelynek valószínűsége mind az amerikai, mind a lengyel hírszerzés szerint kicsi, de félelmet keltő. Az orosz hatóságok destabilizálni akarják Lengyelországot, valamint a térséget és nyugtalanságot akarnak kelteni a lengyelek körében az ukrainai háborúval

kapcsolatban. Lengyelország és a NATO számára ezért kulcsfontosságú feladat lesz a társadalmi ellenálló képesség és tudatosság kialakítása az európai társadalomban és szövetségesei körében az orosz dezinformációval és propagandával szemben (Dillard, 2022.03.13.). Érdekes, hogy a második világháború motívumai erősen megjelennek, mindkét irányultságú propagandában. Orosz oldalról a nácizmus legyőzése, és annak újbóli szükségessége, nyugati oldalról pedig a megszálló kommunista Szovjetunió képének felelevenítése. Ez nyelvi, retorikai elemek mellett vizuális elemek, jelképek és képek formájában is megjelenik.

4. Megtévesztés és a mémek használata a gyakorlatban

Sokszor látható az, hogy ugyanazt az információt, képet, dezinformálásként más szemszögből megközelítve mindkét fél felhasználja propagandájául, mint például az alábbi képet:

6. Kép. Ugyanazon kép felhasználása ellentétes tartalom alátámasztására



Forrás: „ABSMILITARY” Twitter posztja (2022.03.15.)

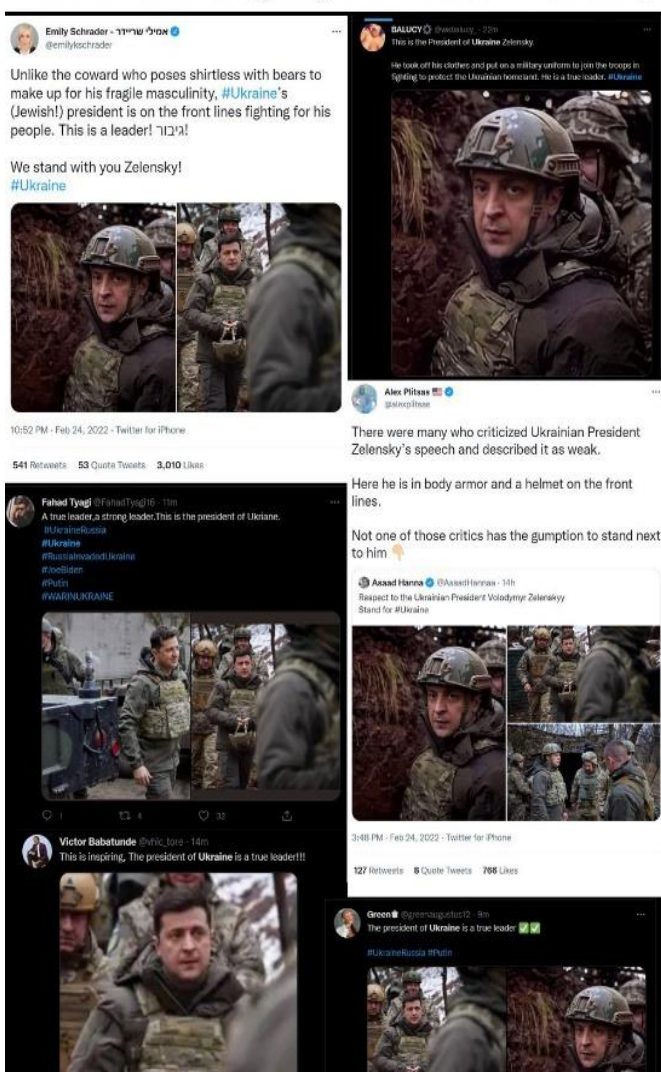
https://twitter.com/search?q=ukrainrthss%20vs%20ashe20russia&src=typed_queryfdv=z/as
(2022.03.17.)

A bal oldali képen látható egyenruhás férfiak elfogott ukrán katonákként vannak említve, a jobboldalin ezzel éppen ellentétben elfogott orosz katonákként említik őket. A konfliktusban a két felet képek és videók alapján elég nehéz megkülönböztetni, mivel a felszerelésük, az egyenruhájuk, a haditechnikai eszközök megegyeznek. Tovább nehezíti a beazonosítást az is, hogy a két nyelv szinte csak kiejtésbeli különbségeket tartalmaz, így egy videón beszélő katonáról nehéz megállapítani, hogy orosz-e vagy ukrán.

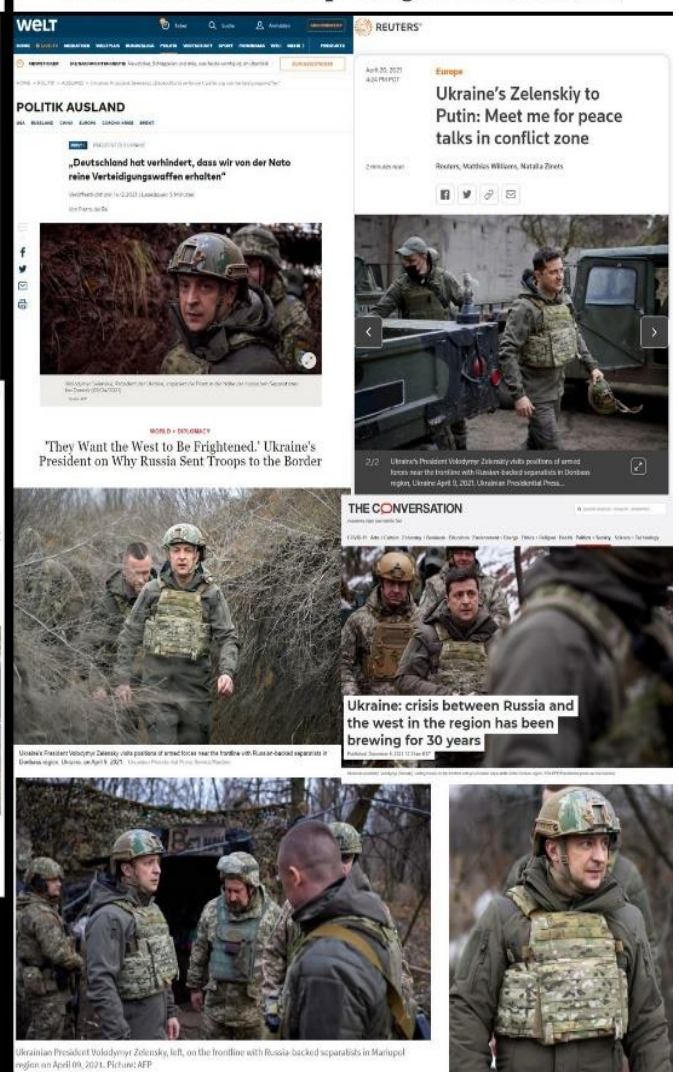
Látható az is, hogy egy évvel ezelőtti vagy akár friss képet, de teljesen mást bemutatva használnak.

7. Kép. Korábbi felvételek használata aktuális hírek alátámasztására

"Ukraine President fighting on the front lines" (02/24/22)



Ukraine President inspecting border (04/09/21)



Forrás: „Sundance” (2022.02.26.) *The First Casualty of War Is the Truth – The Current Western Propaganda for Ukraine Is Epic in Scale. The Last Refuge*

<https://theconservativetreehouse.com/blog/2022/02/26/the-first-casualty-of-war-is-the-truth-the-current-western-propaganda-for-ukraine-is-epic-in-scale/> (2022.11.10.)

8. Kép. Korábbi felvételek felhasználása aktuális hírként

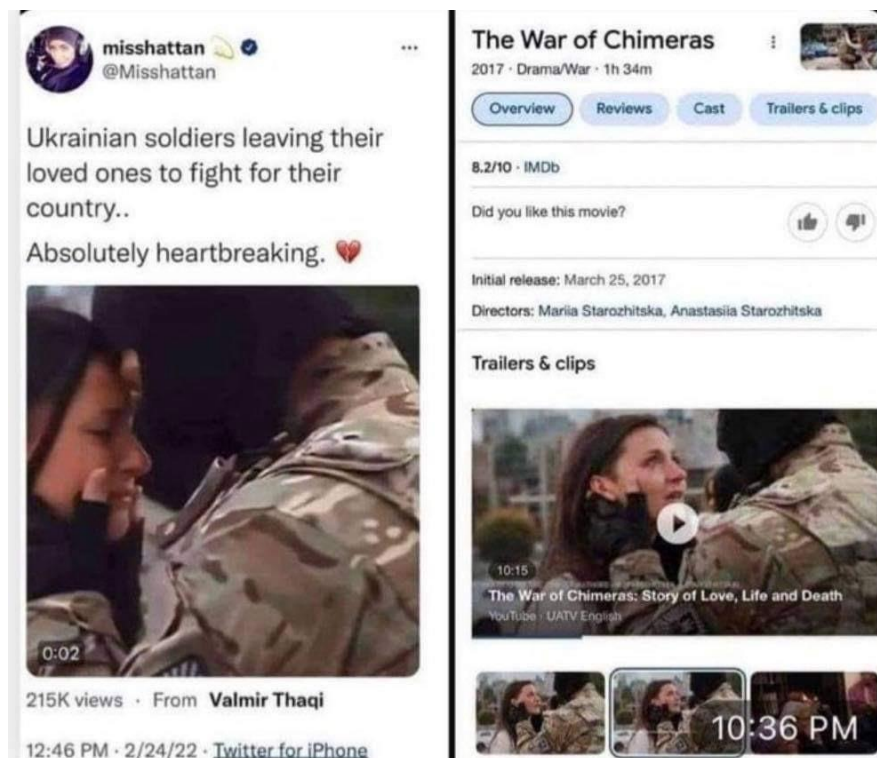


Forrás: „Sundance” (2022.02.26.) *The First Casualty of War Is the Truth – The Current Western Propaganda for Ukraine Is Epic in Scale*. The Last Refuge

<https://theconservativetreehouse.com/blog/2022/02/26/the-first-casualty-of-war-is-the-truth-the-current-western-propaganda-for-ukraine-is-epic-in-scale/> (2022.11.10.)

Előbbire egy másik példa, hogy egy érzelmekkel teli poszt alá, illusztrációként egy évvel korábbi film egy jelenetét használták.

9. Kép. Korábbi filmjelenet felhasználása aktuális hírként



Forrás: „Thruthaboutit” Twitter posztja (2022.03.17.)

https://twitter.com/search?q=russia%20vs%20ukrain&fjzsrc=typed_querysd&f=topf
(2022.03.20.)

Ezzel a megtévesztő információ mellett az üzenet mondanivalója, érzelmi hatása is megkérdőjeleződik, elhiteltelenedik.

Az alábbi videóban is ez látható, ahol egy katona öleli barátnőjét egy TikTok videóban, amely alatt az „ez az ölelés más” felirat látható románul, és egy ukrán zászló, de ha jobban megfigyeljük, a katona karján tisztán leolvasható a U.S. ARMY felirat, tehát biztos, hogy nem egy friss, és nem egy releváns videóról van szó.

10. Kép. Aktuális hírként felhasznált videójelenet leleplező részlete



Forrás: „Fermavedetelor” Tiktok videója (2022.02.25.)

https://twitter.com/search?q=russia%20vs%20ukrain&fjzsrc=typed_query&f=topf
(2022.11.11.)

A médiahasználati technikák megértése.

A hibrid jellegben az egyik legszembetűnőbb, hogy elmosódik a határvonal a hivatásos újságírás és az internetes közösség magánvéleményeit közlő bejegyzések között. Emellett jellemzőek az egyes országok álláspontját közlő állami irányításban levő közösségi média oldalak, amelyeket a már korábban említett „spin-doctorok” menedzselnek, és amelyek az internetes térben történő közvetlen tájékoztatásra szolgálnak.

A haderők szabályzatai alkalmazkodtak az új, digitális környezethez abban a tekintetben, hogy az állományok a műveletekkel kapcsolatos kommunikációját ugyanúgy szabályozták, mint a korábbi háborúkban, a hagyományos kommunikációban történt. Például a NATO szabályai 2011-ben az alábbiak voltak:

„A NATO-tagok jogosultak kommunikálni barátaikkal, családtagjaikkal és kollégáikkal, és megoszthatják tapasztalataikat a szélesebb nyilvánossággal, feltéve, hogy betartják a biztonságra és az illendőségre vonatkozó rendelkezéseket. A NATO személyi állományának ezért azt tanácsoljuk, hogy a NATO-val kapcsolatos információk és képek interneten történő közzététele előtt konzultáljanak a parancsnoki láncukkal. A parancsnoki láncnak vannak szakértő tanácsadói, például a közügyekért felelős és a hírszerző szolgálatok, akik biztosítják, hogy az ilyen közzétett információk végső soron ne legyenek károsak a NATO műveleteire és személyi állomány biztonságára nézve” (NATO Military Public Affairs Policy, 2011, 24).

Fontos megjegyezni, hogy a „katonai közügyek” (Military Public Affairs) kifejezést a saját közönségnek szánt, a valóságnak megfelelő információközlésre alkalmazzák, míg az „információs műveletek” (Information Operations) kifejezést az ellenséges, vagy a kívülálló közönségnek szánt közlésekre, illetve a saját csapatok és közvélemény megtévesztése elleni védelemre (NATO Military Public Affairs Policy, 2011, 17). A digitális környezet miatt azonban valószínű, hogy bármilyen célközönséghez eljuthat a legtöbb közlemény. Ez lehet a helyzet az orosz–ukrán háború esetében is. Ugyanakkor a kommunikáció ellenőrzése miatt az internetre kikerülő közleményekről alig feltételezhető, hogy egyéni felhasználók töltötték fel őket; valószínűbb, hogy a többségüket erre kiképzett szervezetek tervezték és készítették.

A hatás maximalizálását célzó speciális technikák elemzése.

A hatást fokozza az, hogy nem csak egy csatornán keresztül közvetítik az emberek felé a propagandát, és ezt gyors, ismétlődő formában terjesztik, így egy jelentősebb esemény után minden platformon szembe kerülhet bárki a tényszerű tudósításokat valamilyen propagandával vegyítő hírekkel, bejegyzésekkel, amelyek szinte sohasem objektívek és következetesek. Egy háborúban ezek célja a támogatottság szerzése, valamint az ellenfél demokratikus intézményrendszerét aláásni. A propagandaközlés tekintetében a legintenzívebbnek a háború első pár hetét és minden meghatározó esemény utáni pár napot tekinthetjük. Ilyenkor a legnagyobb az információs zaj, az OPSEC (Műveleti Biztonság – Operation Security) miatt a valós híreket később közlik, helyettük dezinformálás folyik mindkét oldalról. Az eseményekre és a hírekre/dezinformálás miéértjére csak hónapokkal később kapunk választ. Komoly dilemmát jelent, hogy kapunk-e valaha is helytálló, valós információkat. A legapróbb változások is befolyásolják a háború és így a propaganda intenzitását, mivel újfajta motivációk jelenhetnek meg, például egy évszakováltás, a tél közeledte, egy nemzetközileg elítélt esemény bekövetkezése, és a harmadik fél általi segítség mennyisége.

A közönség reakciójának elemzése

A közösségi média átalakítja a kommunikációt és a kreativitás módjait, ennek eredményeként a digitális mémek műfaján keresztül az azonnali és nagy hatású kifejezés újonnan kifejlesztett eszközt kínálja. Ezek vizuális-szöveges kombinációk, amelyek víruszerűen terjednek és mutálódnak a világhálón, és amelyeket a felhasználók hoznak létre és terjesztenek. Ezek az úgynevezett mémek (mint komplex, képi-szöveges érvelési eszközök) könnyen alkalmazkodnak az apokaliptikus felfordulásokhoz és bizonyos események iránti általános

érdeklődéshez. Mindezt az események közelmúltbeli áramlataiban teszik a közösségi médiában. (Hubbes, 2020, 136).

Limor Shifman, a terület egyik vezető szakértője a következőképpen definiálja az internetes mémeket: "olyan digitális elemek csoportja, amelyek közös formai és/vagy tartalmi jellemzőkkel rendelkeznek, amelyeket egymás tudatában hoztak létre, és amelyeket az interneten keresztül sok felhasználó terjeszt, utánoz és/vagy átalakít" (Shifman, 2014, 41). Mémekkel az információ átadása és terjedése is gyorsabb, tömörebb, egyszerűbb.

Mémek a háborúról

11. Kép. Híroportál illusztrációja arról, hogy Zelenszkij ukrán elnök támogatást kér az oroszok elleni háborúhoz



Forrás: TRT híroldal cikkje (2022.03.03.)

<https://www.trt.net.tr/magyar/nagyvilag/2022/03/03/a-haboru-allasarol-tajekoztatott-az-orosz-vedelmi-miniszterium-1789360> (2022.11.11.)

12. Kép. Az ukrán segítségkérésről készített mém



Forrás: Starecat.com mémoldal <https://starecat.com/ukraine-we-need-air-support-united-nations-plane-with-sign-youre-doing-great/> (2022.11.11.)

Az első kép egy hírportál cikkéről készült, amelyben arról ír, hogy Zelenszkij ukrán elnök (főképp katonai) támogatásokat kért az USA-tól, ám a támogatás azonban csak anyagi és haditechnikai eszközökben mutatkozott meg, ami több mint a semmi, de nem olyan hatékony, mint az elvárt és kért tényleges katonai támogatás. A második egy mém, amely ugyanezt az információt közvetíti célközönségnek, mint az előző hír. Az USA nem nyújtja az ukránok által elvárt támogatást. Ugyanakkor, míg egy cikk elolvasása hosszabb folyamat, és a mai rohanó világban nincs mindig idő egy 10 perc hosszúságú hír elolvasására, helyett mindössze pár másodpercet igénybe vevő folyamat egy képre ránézni, amelyen legtöbbször még mosolyogni is lehet, így a humor elősegíti a propaganda üzenetének befogadását.

13. Kép. Az ukránoknak nyújtott segítség hiányáról szóló mém



Forrás: Ukrainian Meme Forces (2022.07.10.) <https://www.patreon.com/uamemesforces> (2022.11.11.)

Pár képen megjelenik az egyes nemzetközi szervezetek tehetetlensége a háborúkkal kapcsolatban, vagy esetleg a betöltött szerepeik a háborúban. Ez a mém a ENSZ tehetetlenségét mutatja be, amely magában hordozza azt, hogy azon kívül, hogy békére szólít fel mindenkit, nem tud sok mindent tenni, többek között Oroszország BT-tagsága miatt sem.

14. Kép. A NATO szerepéről szóló orosz mém



Forrás: „Tight Example” Twitter posztja (2022.02.24.)

<https://twitter.com/Tightexample/status/1496848771065716738> (2022.11.11.)

Az alábbi orosz propagandát tartalmazó mém a NATO bűnösségét ábrázolja. Az ilyen mémek ellensúlyozása érdekében működik a NAFO (North Atlantic Fallas Organisation), avagy az Észak-atlanti Srácok Szervezete, amely egy NATO párti mémoldal. Ez egy olyan közösségi média mozgalom, amely a háborús propaganda és dezinformációs hulláma ellen küzd. A mémoldal munkáját Twitter oldalán az Ukrán Védelmi Minisztérium nyíltan meg is köszönte (Defence of Ukraine, 2022.08.28.).

15. Kép. A NATO és a Nyugat szerepéről szóló orosz mém



Forrás: „r/facepalm” Reddit posztja (2022.03.)

https://www.reddit.com/user/klvnkcs/comments/t631cy/narrative_vs_reality_facepalm_comic/ (2022.11.11.)

Ezen a mémén szintén egy oroszpárti propaganda nézőpont van bemutatva, amely alapján az Oroszországot fenyegető Ukrajna mögött biztatóként/buzdítóként ott áll a NATO, az USA és az Egyesült Királyság. A médiát okolja a mém, ami miatt Oroszország van agresszorként beállítva, holott ez az alkotója szerint pont fordítva van.

16. Kép. Az oroszok teljesítményét kigúnyoló mém

Ukrajna nyeresre áll; eközben a Szputnyikkal oltottak:



Forrás: Névtelen felhasználó Instagram posztja (2022.03.09.)

<https://www.instagram.com/p/Ca4MtHzNVyE/> (2022.11.11.)

Ezen a mémén az orosz gyártású Szputnyik vakcináról és a Csillagok Háborúja című film egy részletéből vonható le az az információ, hogy az orosz haderő teljesítményével kapcsolatos kritikák láttak napvilágot.

5. Konklúziók

Az egyes számú hipotézisemet sikerült bebizonyítanom: a legtöbb közösségi média felületen megtalálhatók a hadviselő felek, és azok hivatalos intézményei a közösség tájékoztatása és a propagandájuk terjesztése céljából. A nyugati szankciók részeként bizonyos közösségi média felületeken letiltásra kerültek az orosz kormányzati profilok, így a pólus ezen felét magánszemélyek vették át, akik továbbra is terjesztik az oroszparti propagandát.

A második hipotézisemet csak részben sikerült alátámasztanom. A mémek szerepét a propaganda terjesztésében sikerült bebizonyítanom, viszont a hivatalos szervezetek által készített mémekre nem találtam meggyőző példát, mivel nem tudtam visszavezetni az eredetüket a forrásig. Ez bizonyítja a közösségi médiának a hibrid műveletekben való hatékonyságát: az üzenetek forrását a korábbi kommunikációs eszközöknél hatékonyabban képes elrejteni, ugyanakkor gyorsabban terjeszti azokat. Multimediális jellege miatt tömörebb információt ad át, aminek nagy előnye, hogy a leegyszerűsített üzenetek mindenki számára érthetők, és önmagukban érvként szolgálhatnak, de a célközönség nem tud vitatkozni velük, mert nem tartalmazznak részletesen kidolgozott nyelvi megfogalmazást. A közösségi médiába látszólag átlagos felhasználóhoz köthető (vagy csak ilyennek álcázott) profilokon keresztül feltöltött tartalmaknak az esetleges csomóponti forrásokhoz kötése további, a hálózatelméleten alapuló kutatásokat igényel. Ez a háttér lehetővé tenné a minden konfliktus esetében titokban tartott stratégiai kommunikációs szervezeti háttér legalább részleges feltérképezését és a szükséges ellenállóképesség kialakítását. (Toft, 2020, 342-361)

Végül, a harmadik hipotézisemet igazoltam: a fiatal társadalom megérintéséhez elengedhetetlen a mémek használata, ha befolyásolás a cél. A háborús propaganda a közösségi média, valamint az internet hatására egyaránt eljuthat a saját és az ellenséges, de még a kívülálló célközönséghez is. A képi jelleg miatt a mémek az észérvek helyett inkább az érzelmekre hatnak, ami elősegíti az üzenetek befogadását, és tömörségük megakadályozza az elemző vitatkozást.

A média tartalmát a közönség a valósággal azonosítja, ahogyan azt a rádió fénykorához kapcsolódó, ismert eset bizonyítja: 1938-ban H.G. Wells Világok háborúja című rádiójátékát, amely a marslakóknak az Egyesült Államok elleni támadásáról szólt, sokan helyszíni közvetítésnek értelmezték. Az érzelmi hatás pánikot és tömeghisztériát váltott ki (Tarján, n.d.).

A 2022-es World Press fotókiállításon is megjelentek Jonas Bendiksen norvég származású fényképész munkái a Veles könyve című művéből. Ez a könyv és a képek egy újabb remek példája az dezinformáció terjedésének és veszélyének. Veles egy észak-macedóniai kisváros, amely az álhírgyártás paradicsomaként került be a köztudatba 2016-ban. Bendiksen a település üres tereit fotózva 3D animált figurákat szerkesztett a képeire, és az így létrehozott képeket megfelelő szövegezéssel hírként terjesztve vezette félre az ott lakókat, ezzel bizonyítva, mennyire egyszerű nemcsak, hogy az álhírek előállítását, de a terjesztése és az elhitetése is. A fényképész így vélekedett tevékenysége miatt: „Az egész projekt valójában arról szól, hogy megpróbálok megküzdeni azzal a kérdéssel, hogy mit jelentenek ezek az új technológiák, és hogy mennyire könnyű "gonosz" célra használni

őket. Mit jelent ez a fotográfiáról, mint bármiről szóló dokumentációról alkotott képünkre nézve? Mennyire könnyű rávenni az embereket, hogy egy hamis dallamra énekeljenek?” (Chao, 2021.09.17.).

Minden államnak, így Magyarországnak is fontos lenne egyfajta rezilienciát, ellenállóképességet kialakítani állampolgárai számára. Ez által, bár megszüntetni biztosan nem, de lassítani lehetne az álhírek proliferációját, és a káros háborús vagy más típusú propaganda eszkalációját. A megfelelő forráskritika nagyon fontos, ezt minden korosztály számára, közösségi tudatosítás útján oktatni kellene, ez által elkerülhetők a bármilyen irányból érkező félrevezetések.

Források:

Szakirodalmi források

Bakir, Vian (2010). *Sousveillance, Media and Strategic Political Communication: Iraq, USA, UK*. Continuum International Publishing

Bakir, V.; Herring, E.; Miller, D. and Robinson, P. (2018). Organized Persuasive Communication: A new conceptual framework for research on public relations, propaganda and promotional culture In: *Critical Sociology* 1–18. DOI: 10.1177/0896920518764586

Carey, Dennis (2019). *The United States Airborne Divisions, and Their Role on June 6, 1944* Lasalle University: The Histories

https://digitalcommons.lasalle.edu/the_histories/vol6/iss1/3/ (2022.11.02.)

Cicalese, Carmine (2013). *Redefining Information Operations* DTIC. Elérés: link: https://ndupress.ndu.edu/Portals/68/Documents/jfq/jfq-69/JFQ-69_109-112_Cicalese.pdf (2022.09.16)

Corner, John (2007). *Mediated politics, promotional culture and the idea of propaganda*. Media, Culture & Society Vol.29(4): 669–677.

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443707078428> (2022.11.02.)

Csepeli, György (1997). *Szociálpszichológia*. Budapest: Osiris Kiadó.

Doob, L. W. (1948). *Public opinion and propaganda*. New York: Henry Holt & Co.

Ellul, Jacques (1973). *Propaganda. The Formation of Men's Attitudes*. New York: Vintage Books.

González, Roberto J. (2017). *Hacking the citizenry? Personality profiling, 'big data' and the election of Donald Trump*. Anthropology Today <https://www.cs.yale.edu/homes/jf/Gonzalez.pdf> (2022.11.02.)

Griffin, Em (2003). *Bevezetés a kommunikációelméletbe*. HARMAT Kiadó

Hadtudományi Lexikon (2019). Dialóg Campus <https://rendeszeti.uni-nke.hu/publikaciok/hadtudomanyi-lexikon> (2022.11.10.)

Higham, N. (2013). *Propaganda: Lies and distortion*. BBC News. <http://www.bbc.co.uk/news/uk-22569913>. (2022.10.25)

Hresko, Eric D. (2010). *Quicksilver IV: The Real Operation Fortitude* Maxwell Air Force Base, Alabama <https://apps.dtic.mil/sti/citations/AD1019201> (2022.11.02.)

Hubbes, László A. (2020). Apocalyptic Memes between Serious and Derisory. In Bakó, Rozális K. and Horváth, Gizela (eds.) *Mind the Gap! Proceedings of the Sixth Argumentor Conference*. Oradea/Debrecen: Partium Press, Debrecen University. 135–166.

Jowett, Garth S.; O'Donnell, Victoria (2015). *Propaganda & Persuasion*. SAGE

Joint Publication 3-13, Information Operations, 2012. (Washington, DC: The Joint Staff, December 2012) https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/pubs/jp3_13.pdf (2022.09.16.)

Kende, István (1979). *Napjaink százhusz háborúja 1945-1976*. Akadémia kiadó, Budapest

Krippendorff, Klaus (1995). *A tartalomelemzés módszertanának alapjai*. Budapest: Balassi Kiadó.

Lasswell, Harold D.; Casey, Ralph and Smith, Bruce L. (1935). *Propaganda and Promotional Activities*. Chicago, IL: University of Chicago Press

Lasswell, Harold D.; Leites, Nathan (1965). *Language of Politics*. Cambridge, Mass.:The M.I.T. Press.

Lazarsfeld, Paul F., & Merton, Robert K. (1943). *Studies in radio and film propaganda*. Transactions of the New York Academy of Sciences Vol.6 (2 Series II), 58–74. <https://nyaspubs.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.2164-0947.1943.tb00897.x> (2022.11.02.)

Lippman, Walter (1922). *Public Opinion*. New York, NY: Harcourt, Brace

https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf (2022.11.02.)

Marlin, Randal (2013.) *Propaganda and the Ethics of Persuasion*. 2nd ed. Ontario: Broadview Press

https://www.researchgate.net/publication/269956369_Propaganda_and_the_Ethics_of_Persuasion_2nd_ed_by_Randal_Marlin (2022.11.02.)

NATO Military Public Affairs Policy (2011).

<https://www.nato.int/ims/docu/mil-pol-pub-affairs-en.pdf> (2022.11.10)

Rain, Ottis (2008). *Analysis of the 2007 Cyber Attacks Against Estonia from the Information Warfare Perspective*. Tallinn: Cooperative Cyber Defence Centre of Excellence. <https://www.cs.yale.edu/homes/jf/Gonzalez.pdf> (2022.09.16)

Reeves, Byron és Nass, Clifford (1996). *The Media Equation: How people Treat Computers, Television, and New Media Like Real People and Places*, Cambridge University Press, New York

Semsey Enikő (2022). *Európa legveszélyesebb embere, Otto Skorzeny* Újkor 2022.05.21

<https://ujkor.hu/content/europa-legveszelyesebb-embere-otto-skorzeny> (2022.11.02.)

Shifman, Limor (2014). *Memes in Digital Culture* Cambridge, MA: MIT Press

Simpson, Christopher (1994). *Science of Coercion*. Oxford: Oxford University Press.
<https://www.science.org/doi/pdf/10.1126/science.264.5161.992?cookieSet=1>

Síklaki, István (1994). *A meggyőzés pszichológiája*. Budapest: Scientia Humana.

Szun-ce (2015). *A háború művészete*. Budapest: Helikon Kiadó

Toft, Amoshaun (2020). *Network structures in cross-movement talk: democracy Now!, 2003-2013*. In *Social Movement Studies*, Vol. 19, No. 3,
<https://doi.org/10.1080/14742837.2019.1681954>

Wirsansky, Danielle (2016). *City of Light: History on Stage* Florida State University Libraries
<https://diginole.lib.fsu.edu/islandora/object/fsu:310110/datastream/PDF/view> (2022.08.02.)

Internetes hírforrások

Ainsworth, David (2022) *Funding tracker: Who's sending aid to Ukraine?* Devex
<https://www.devex.com/news/funding-tracker-who-s-sending-aid-to-ukraine-102887>
 (2022.11.11.)

Aljazeera (2022.05.14) *Profile: Who Are Ukraine's Far-Right Azov Regiment?*
<https://www.aljazeera.com/news/2022/3/1/who-are-the-azov-regiment> (2022.11.11.)

Bereznay István (2022.február 26) 20-22 éves orosz katonákat fognak el sorra az ukránok.
 Index [https://index.hu/kulfold/2022/02/26/haboru-indul-ukrajna-oroszország-orosz-ukran-konfliktus-tamadas\(2022.11.10.\)](https://index.hu/kulfold/2022/02/26/haboru-indul-ukrajna-oroszország-orosz-ukran-konfliktus-tamadas(2022.11.10.))

Chao, Jade (2021.09.17) *The Book of Veles: How Jonas Bendiksen Hoodwinked the Photography Industry*. Magnum Photos <https://www.magnumphotos.com/arts-culture/society-arts-culture/book-veles-jonas-bendiksen-hoodwinked-photography-industry/> (2022.11.11.)

Chon, Gina (2022.03.14) *War crowdfunding is weapon that cuts two ways* Reuters
<https://www.reuters.com/breakingviews/war-crowdfunding-is-weapon-that-cuts-two-ways-2022-03-14/> (2022.11.11.)

Defence of Ukraine (2022.08.28) *Thanks for your fierce fight against kremlin's propaganda &trolls*.Twitter <https://twitter.com/DefenceU/status/1563851548643426304> (2022.11.11.)

Detenber, Benjamin és Reeves, Byron (1996) *A Bio-Informational Theory of Emotion: Motionand Image Size Effects on Viewers*, Journal of Communication, Vol.46, 1996, No. 3,

Dillard, Marc (2022.03.13) *Egységünk az erőnk: Putyin a háborút választotta. Mi továbbra is egységesen állunk ki Ukrajna mellett*. USA Nagykövetsége Magyarországon,
<https://hu.usembassy.gov/hu/news-egysegunk-az-eronk-ukrajna/> (2022.11.11.)

EUI (2022.03.30) *Russia can count on support of many developing countries*. Economist Intelligence Unit <https://services.eiu.com/russia-can-count-on-support-from-many-developing-countries/> (2022.11.11.)

Gadzhega (2022. szeptember 4.) *Transcarpathian Hungarian soldiers give eros pistat to a russian prisoner*. Twitter.com <https://twitter.com/Gadzhega/status/15669865> (2022.11.10.)

Gershkovich, Evan (2022.03.30) *Putin's Approval Rating Jump After Invasion, Poll Shows*. The Wall Street Journal <https://www.wsj.com/livecoverage/russia-ukraine-latest-news-2022-03-30/card/putin-s-approval-rating-jumps-after-invasion-poll-shows-fm8f4uSdiVfTxORQOE0v> (2022.11.11.)

IPI (2022.03.02.) *Russia: Ekho Moskvyy and Dozhd blocked as state media regulator goes into censorship overdrive*. <https://ipi.media/russia-ekho-moskvyy-and-dozhd-blocked-as-state-media-regulator-goes-into-censorship-overdrive/> (2022.11.11.)

Jeremenko, Andrij (2022.03.16.) *Survey says 86.6% of Russians support the armed invasion of Russia in other European countries*. Active Group <https://activegroup.com.ua/2022/03/16/survey-says-86-6-of-russians-support-the-armed-invasion-of-russia-in-other-european-countries/> (2022.11.11.)

Johnson, Kimberly; Godlewski, Meg (2022.03.02.) *The Ghost of Kyiv: A Legend Born of Social Media, But Is He Real?* Flyingmag.com <https://www.flyingmag.com/the-ghost-of-kyiv-a-legend-born-of-social-media-but-is-he-real/> (2022.11.10.)

Kömrösi Csongor (2022.03.01.) *Áthúzott Putyin-fejekre cserélik a közlekedési táblákat a megszálló orosz csapatok kedcéért Ukrajnában*. Telex.hu <https://telex.hu/kulfold/2022/03/01/ukran-kozlekedesi-hatosag-putyin-feje> (2022.11.10.)

Kremlin-Backed Media Are Evading EU Ban on Content, Says Report, euronews, (2022.05.04.), <https://www.euronews.com/my-europe/2022/05/04/rt-and-sputnik-kremlin-backed-media-evading-eu-ban-on-content-says-report> (2022.05.22.)

Legucka, Agnieszka (2022.04.01.) *Russia's Wartime Censorship and Propaganda*. PISM <https://pism.pl/publications/russias-wartime-censorship-and-propaganda> (2022.11.11.)

Levada-Center Indicators (2022.03.18.) <https://www.levada.ru/en/ratings/> (2022.05.19.)

News.com.au (2022.02.27.) *Ukrainian taunts Russian soldiers in broken down tank* Youtube.com https://www.youtube.com/watch?v=uf3c8vtXvHo&ab_channel=news.com.au (2022.11.10.)

Novelly, Thomas (2022.03.02.) *Ukraine's Fighter Ace 'Ghost of Kyiv' May Be a Myth, But It's Lethal as War Morale* Military.com <https://www.military.com/daily->

news/2022/03/02/ukraines-fighter-ace-ghost-of-kyiv-may-be-myth-its-lethal-war-morale.html (2022.05.23.)

Portfolio.hu (2022.03.11.) *Eltűntette botrányos jelképét a rettegett Azov zászlóalj.* <https://www.portfolio.hu/global/20220311/eltuntette-botranyos-jelkepet-a-rettegett-azov-zaszloalj-532717#> (2022.11.11.)

Sauer, Pjotr (2022.03.21.) *Russia bans Facebook and Instagram under 'extremism' law* The Guardian <https://www.theguardian.com/world/2022/mar/21/russia-bans-facebook-and-instagram-under-extremism-law> (2022.11.11.)

Shorland, Sophie (2021.02.02.) *The Crowd-Funded War.* History Today <https://www.historytoday.com/archive/feature/crowd-funded-war> (2022.11.11.)

Tarján, M. Tamás (n.d.). *Marslakók támadják meg az Egyesült Államokat.* <https://rubicon.hu/kalendarium/1938-oktober-30-marslakok-tamadjak-meg-az-egyesult-allamokat> (2022.11.10.)

The Kyiv Independent (2022.04.24.) *Ukraine's airforce destroys 17 Russian aerial targets.* Twitter.com <https://twitter.com/KyivIndependent/status/1518028419652628482> (2022.11.10.)

Treisman, Rachel (2022.03.01.) *Putin's claim of fighting against Ukraine 'neo-Nazis' distorts history, scholars say.* NPR <https://www.npr.org/2022/03/01/1083677765/putin-denazify-ukraine-russia-history> (2022.11.11.)

VCIOM (2022.03.05.) *Army and Society Amidst Special Military Operation.* WCIOM.RU <https://wciom.com/press-release/army-and-society-amidst-special-military-operation> (2022.11.11.)

Walker, Shaun (2014.09.10.) *Azov fighters are Ukraine's greatest weapon and my be its greatest threat.* The Guardian <https://www.theguardian.com/world/2014/sep/10/azov-far-right-fighters-ukraine-neo-nazis> (2022.11.11.)

Képek és videók forrásai

[1] Jones, James (2014.03.12.) *Inside Ukraine's Propaganda War.* PBS <https://www.pbs.org/wgbh/frontline/article/inside-ukraines-propaganda-war/> (2022.11.08.)

[2] Ukravtodor Facebook poszt (2022.02.28.)

<https://www.facebook.com/Ukravtodor.Gov.Ua/posts/pfbid02gBGZ6LWyfb1eYAVMp1YvQCMRvExt2BuXyFEZFGtTuJt2g3qt6anY5A3hYEmVztAYl> (2022.11.10.)

- [3] Birkás Péter (2022.03.07.). *Azonnal elkapkodták a Zelenszkijt formázó LEGO figurákat* 24.hu
<https://24.hu/tech/2022/03/07/citizen-brick-lego-zelenszkij-molotov-koktel-adomany-ukrajna/>
 (2022.11.11.)
- [4] Tokariuk, Olga (2022.04.24.) *Mriyas and Javelins* Twitter.com
<https://twitter.com/olgotokariuk/status/1515646837247590405png> (2022.11.11.)
- [5] Levada-Center Indicators (2022.03.18.) <https://www.levada.ru/en/ratings/> (2022.05.19.)
- [6] ABSMILITARY (2022.03.15.) Twitter poszt
https://twitter.com/search?q=ukrainrthss%20vs%20ashe20russia&src=typed_queryfdv=z/as
 (2022.03.17.)
- [7] Sundance (2022.02.26.) *The First Casualty of War Is the Truth – The Current Western Propaganda for Ukraine Is Epic in Scale*. The Last Refuge
<https://theconservativetreehouse.com/blog/2022/02/26/the-first-casualty-of-war-is-the-truth-the-current-western-propaganda-for-ukraine-is-epic-in-scale/> (2022.11.10.)
- [8] Sundance (2022.02.26.) *The First Casualty of War Is the Truth – The Current Western Propaganda for Ukraine Is Epic in Scale*. The Last Refuge
<https://theconservativetreehouse.com/blog/2022/02/26/the-first-casualty-of-war-is-the-truth-the-current-western-propaganda-for-ukraine-is-epic-in-scale/> (2022.11.10.)
- [9] Thruthaboutit (2022.03.17.) Twitter poszt
https://twitter.com/search?q=russia%20vs%20ukrain&fjzsrc=typed_querysd&f=topf
 (2022.03.20.)
- [10] Tiktok videó (2022.02.25.)
https://twitter.com/search?q=russia%20vs%20ukrain&fjzsrc=typed_querysd&f=topf
 (2022.11.11.)
- [11] TRT cikk (2022.03.03.) <https://www.trt.net.tr/magyar/nagyvilag/2022/03/03/a-haboru-allasarol-tajekoztatott-az-orosz-vedelmi-miniszterium-1789360> (2022.11.11.)
- [12] Starecat mémoldal <https://starecat.com/ukraine-we-need-air-support-united-nations-plane-with-sign-youre-doing-great/> (2022.11.11.)
- [13] Ukrainian Meme Forces (2022.07.10.) <https://www.patreon.com/uamemesforces> (2022.11.11.)
- [14] Tight Example (2022.02.24.) Twitter
<https://twitter.com/Tightexample/status/1496848771065716738> (2022.11.11.)

- [15] r/facepalm (2022.03.) Reddit
https://www.reddit.com/user/klvnkcs/comments/t631cy/narrative_vs_reality_facepalm_comic/ (2022.11.11.)
- [16] Instagram felhasználó (2022.03.09.) <https://www.instagram.com/p/Ca4MtHzNVyE/> (2022.11.11.)