

37. Országos Tudományos Diákköri Konferencia
Had- és Rendészettudományi Szekció
Budapest, 2025. április 22–24.
Nemzeti Közszolgálati Egyetem
Hadtudományi és Honvédtisztképző Kar

A propaganda fogalma és mai értelmezése a hibrid hadviselésben

Jelige: mandulafenyő

Pályamunka lezárásának időpontja: 2023. április

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	1
2. A propaganda fogalmának történeti fejlődése	2
2.1. A propaganda definícióinak tipológiája	4
2.2. A propaganda kategorizálása és formái	9
2.3. A propaganda mint kognitív folyamatokat befolyásoló eszköz	14
2.4. A háborús propaganda	18
2.5. A propaganda és a médiumok kapcsolata.....	20
3. A hibrid hadviselés és a propaganda szerepe.....	21
3.1. Az orosz–ukrán háború vizsgálata a propaganda és a hibrid műveletek szempontjából	
23	
4. A propaganda szerepe az orosz – ukrán háborúban.....	28
5. Következtetések	30
Felhasznált szakirodalom	31
Felhasznált újságcikkek.....	34
Ábrajegyzék	34

1. BEVEZETÉS

A XXI. század biztonsági környezetét és annak számottevő konfliktusait, válságait és azok kiváltó okait átfogó komplexitás jellemzi. A nemzetközi rendszert és annak biztonsági kihívásait a folyamatos bizonytalanság érzete hatja át, melyet az egyre komplexebb módon megjelenő fenyegetések tovább súlyosbítanak. Ezen bizonytalanságot a 2022. február 24-én Oroszország által indított Ukrajna elleni katonai műveletek még inkább eszkalálták, hiszen Európa képét a biztonságról alapjában véve változtatták meg. Mivel digitálisan is kivételes intenzitással közvetítik a dolgozatom írásának idejében is folyó eseményeket, így szinte szemtanúi lehetünk a második világháború óta bekövetkeztetett, Európa legvéresebb fegyveres konfliktusának.

Egyes elemzők szerint ezen háború Ukrajna befolyási övezetéért folyó küzdelemként kezdődött, majd 2014 februárja óta korlátozott formában zajlott, mintegy érdekszférakonfliktus, jelenleg pedig teljes körű, nyílt háborús eszközöket is bevető arculatot öltött magára.¹ Ennek kapcsán felmerül a kérdés, – melyre dolgozatomban is kerestem a választ – hogy akkor pontosan mi is jellemzi korunk háborúit, különösképpen a jelenlegi orosz-ukrán konfliktust.

A téma kiválasztásánál fontos szempont volt számomra annak aktualitásán túl a geopolitikai jelentősége. Emellett a földrajzi és időbeli közelség okán az orosz – ukrán háborúval és az ahhoz kapcsolódó fogalmakkal nap mint nap találkozhatunk a különböző sajtóorgánumban, ám sokszor nem tudományos értékkel használják az elnevezéseket. Így például a hibrid műveletek terminust általánosságban, többnyire magyarázat nélkül alkalmazza a sajtó. Tehát céлом volt a dolgozatomban összefogottan, összefüggésekbe ágyazva bemutatni, tisztázni a jelenséghez kapcsolódó fogalmakat és definíciókat. Amiatt is releváns a kérdéskörrel foglalkozni, mivel a hadtudományi szakirodalom a következő elnevezéseket, mint propaganda, befolyásolás, információs műveletek, illetve kognitív hadviselés, koronként különbözőképp említette.

A dolgozatomban vizsgált kutatási kérdéseimet az alábbiak szerint fogalmaztam meg:

¹ CSIKI VARGA T., DEÁK A. GY., EGRESI Z., HÁDA B., JÓJÁRT K., KEMÉNY J., TÁLAS P. "Az orosz-ukrán háború első évének tanulságai." Stratégiai Védelmi Kutatóintézet Elemzések. 2023:3 (2023): 4.

- Hogyan módosult, illetve hogyan illeszkedik a propaganda fogalma és szerepe a hibrid hadviselés mai felfogásába?
- Hogyan értelmezhető a propaganda működése Ellul négy propaganda definíciós ellentétpárja alapján?

Munkám első részében a teljes kép érdekében a propaganda témakörét történelmi összefüggésekkel együtt, de főként a definíciós problémákra koncentrálni mutatom be. Releváns szakirodalmi forrást nyújtott számomra a kérdéskör mélységeiben való megismeréséhez Garth S. Jowett és Victoria O'Donnell *Propaganda and Persuasion*, illetve Randal Marlin *Propaganda and the Ethics of Persuasion* című műve. A módszertani keretet Jacques Ellul *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes* című műve alapján alakítottam ki, az általa kidolgozott propaganda tipológiára építve, melynek segítségével azon kutatási kérdésekre kerestem a választ, hogy hibrid műveletnek nevezhető-e az orosz – ukrán háború.

A második szakaszban a szakirodalomban hibrid hadviselésként meghatározott új típusú biztonsági kihívás által alakított „definíciós ködöt” igyekeztem feltárni a világunkban végbemenő hatalmi átrendeződéssel összefüggésben. Ennek kontextusában a hazai és nemzetközi szakirodalom megközelítései által a korábbi koncepciók elemzésével rendszerbe kívántam állítani a terminológiát, illetve megvizsgálni egy esettanulmány formájában a propaganda fogalmának módosulását és szerepét jelenkorunk hibrid hadviselésében.

Végezetül a kutatási kérdések alapján az orosz – ukrán konfliktus eseményeire vonatkozóan vizsgáltam a kérdéskört a propaganda és a hibrid hadviselés fogalmi- és elméleti keretei mentén, Ellul előpropagandáról alkotott gondolatait is figyelembe véve.

2. A PROPAGANDA FOGALMÁNAK TÖRTÉNETI FEJLŐDÉSE

A kifejezés alapgondolata, a latin *propagare* szóból származik, melyet a propagálni, terjeszteni szavakkal lehet leginkább lefordítani. Sőt, Grill Bennett történész szerint a szó alakja „célzatos jelentést” is hordoz, eszerint a propaganda nemcsak tájékoztat, hanem meg is győzi célközönségét.²

² BENNETT, G. "Propaganda and Disinformation: How a Historical Perspective Aids Critical Response Development." *The SAGE Handbook of Propaganda*, P. Baines, N. O'Shaughnessy and N. Snow (eds) London, California, New Delhi and Singapore: SAGE Publications. (2020): 24

Maga a propaganda kifejezés Európában a XVII. században jelent meg az ellenreformáció idején. Ekkor hozta létre ugyanis XV. Gergely pápa a bíborosokból álló *Sacra Congregatio de Propaganda Fide*-t, vagyis a Hitterjesztési Szent Kongregációt, hogy felügyelje a lutheranizmussal és kálvinizmussal szemben a római katolicizmus terjesztésére irányuló erőfeszítéseket, ezzel is újjáélesztve a vallást és ellenőrizve a nyomdákat.³

A propaganda kifejezésnek különböző értelmezései vannak. Kezdetben a propaganda nem hordozott hazugsággal kapcsolatos asszociációkat, sőt kifejezetten a pozitív meghatározását alkalmazták, melyről a későbbiekben még lesz szó. Így hangoztatták, hogy a propaganda sok esetben igaz és valós körülményeket jelöl. A propaganda tehát évszázadok során fokozatosan alakult azzá a jelentéstartalmú kifejezéssé, amelyet ma is ismerünk. 1914 előtt arra a folyamatra utalt, amellyel „a megtértek megpróbálták meggyőzni a meg nem térteket.”⁴ A brit kommunikációs technikáknak és az I. világháború utóhatásainak köszönhető, hogy túlnyomórészt pejoratív jelentései alakultak ki. Phil Taylor kutató szerint a propaganda megítélése szempontjából fordulópontnak volt tekinthető a háborúból hazatérő katonák találkozása az otthoni háborús lelkesedéssel. Olyan kognitív folyamattal kapcsolódott össze ezen élményhalmaz, mely szakadékot képezett a propagált gondolatok és a tapasztalt valóság halmazai között.⁵ Ezzel kapcsolatosan az ellenfél kommunikációjának megbélyegzése is a háborús évekhez sorolható. Jellemző volt, hogy a szövetségesek az ellenség tevékenységét propagandának tekintették, és elsősorban megtévesztőnek tartották, míg a saját információterjesztésüket igaznak tartották. A propagandával szembeni közhangulat a második világháborúban állandósult. A szovjet, brit és amerikai állami kommunikációval szemben a propaganda náci használata a kormányzás meghatározó eszközévé vált, méghozzá ellenszenves módon. Így fokozatosan a köztudatban olyan „trükké” vált a propaganda, melyet különféle eszközök tárházával alkalmaznak a „tudatmanipulátorok.”⁶ Napjainkban a politikusok és a bürokrata tartózkodnak attól, hogy a kifejezést saját tevékenységük leírására használják, és ellenfeleiknek tartják fenn.

A propaganda tanulmányozása elkerülhetetlenül összefonódott a társadalomtudományok fejlődésével a modern korban. Amennyiben a propaganda „totális”

³ LASSWELL, HAROLD D. "The Study and Practise of Propaganda." *Propaganda and Promotional Activities: An Annotated Bibliography*. NED-New edition. University of Minnesota Press. (1935) <http://www.jstor.org/stable/10.5749/j.ctttt5xg> 3.

⁴ TAYLOR, P. *Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era* (1990; Manchester and New York: Manchester University Press. (2003): 4.

⁵ FRY, E. *Persuasion Not Propaganda: "Overcoming Controversies of Domestic Influence in NATO Military Strategic Communications."* *Defence Strategic Communications*. 11, (2022): 193.

⁶ TAYLOR, P. (2003): 1.

mivoltát vizsgáljuk, az csak a pszichológiai, szociológia és egyéb társadalomtudományok, illetve humán tudományok fejlődésével és az általuk biztosított manipulációs lehetőségekkel együtt jött létre. Ilyen értelemben a propaganda igazán újkeletű, csupán a huszadik században jelent meg.⁷ Az ezen tudományokhoz kapcsolódó értekezések főként a kapitalizmus elleni tiltakozások felkeltésére születtek meg, szintén ezen időszakban, melyeket a francia forradalom példája nagyban ösztönzött. Lenin számára például a propagandatechnika elemzésének alapját adta a tömegek teremtő erejének mivolta, mely a forradalmi gondolkodásban az egyik legfontosabb tényezőként volt jelen.⁸ Magát a kifejezést pedig a közvélemény alakítására tett erőfeszítések leírására használta Göbbelsszel együtt. Azonban, ha nem ragaszkodunk következetesen a propaganda ilyen szűk értelmezéséhez, egészen az ókori barlangfestményekig visszamenőleg fel lehet ismerni különféle propaganda módszereket.

A fogalom pontos megalkotása tekintetében tudósok sokasága komoly falakba ütközött. A „definíciós kód” eloszlata a mai napig várat magára, ám megannyi próbálkozás született a terminus meghatározására. Azonban ahelyett, hogy kitérnék a tudósok különböző propaganda definíciójának részletes vizsgálatára, érdekesnek tartom áttekinteni Randal Marlin 2013-ban megjelent *Propaganda and the Ethics of Persuasion*⁹ műve alapján a meghatározások különböző formáin keresztül vizsgálni a jelenséget.

2.1. A propaganda definícióinak tipológiája

Marlin szerint a leginkább általánosnak tekinthetők a leíró megfogalmazások, melyek jellemzője, hogy igazak vagy hamisak, megfelelőek vagy nem megfelelőek, átfogóak vagy korlátozottak az esetek többségében. Az előíró meghatározás abban különbözik a leíró meghatározástól, hogy nem azt írja le vagy jelenti, hogy egy adott szót hogyan használnak, hanem inkább azt jelenti be vagy írja elő, hogy hogyan fogják használni. A kikötések lehetnek zavarosak és félrevezetőek, lehetnek jók vagy rosszak, célszerűek vagy nem ajánlottak, hasznosak vagy félrevezetőek. Propagandacélokra is felhasználhatók gyakran ezen típusú definíciók.¹⁰

⁷ MARLIN, R. *Propaganda and the Ethics of Persuasion*. Second Edition. Peterborough: Broadview Press. (2013): 30.

⁸ LASSWELL, H. D. (1935): 22.

⁹ MARLIN, R. (2013): 5-11.

¹⁰ MARLIN, R. (2013): 5-6.

A következő típus szintén felhasználható propagandacélokra, ugyanis a meghatározó a nyelvhasználat manipulálásával próbálja érvényesíteni tekintélyét másokkal szemben. A definíciónak ezt a típusát „hegemón definíciónak” nevezhetjük. Néha az állam az olyan szavak jelentését, mint a „terrorizmus” vagy a „kínzás”, úgy definiálja újra, hogy az megfeleljen politikai és katonai céljainak, ahelyett, hogy az általánosan elfogadott jelentéseket követné. A jelentéstorzítást George Orwell irodalmi műveiben gyakran alkalmazta. Marlin kiemeli ezen kategória kapcsán, hogy nem minden, a szavak újra fogalmazására irányuló kísérlet hegemón propaganda. Egyesek arra törekednek, hogy koherenciát teremtsenek a meglévő szóhasználathoz, vagy nagyobb betekintést nyújtsanak a kifejezéssel említett tárgyak természetébe. Ha egy fogalmat nem a politikai hatásgyakorlás motivál, hanem az igazság iránti aggodalom, akkor az nem tekinthető egyértelműen propagandának.¹¹

A következő típus a „meggyőző” meghatározás, mely Charles Stevenson nevéhez köthető. A propagandával kapcsolatban szerinte az erősen vitatott kérdések elkerülhetetlenek, így ezek megvitatása alatt az emberek hajlamosak olyan definíciókat használni, amelyek a saját oldaluknak kedveznek. A nyelv ugyanis többre képes, mint leírni, mivel emellett képes buzdítani, értékelni, fenyegetni és legfőképpen érzelmeket kifejezni. A meggyőző definíció magában foglalja egy magas érzelmi tartalmú szó leíró tartalmának megváltoztatását anélkül, hogy annak érzelmi jelentése megváltozna. Ezt gyakran tudatosan vagy öntudatlanul teszik, hogy átformálják az emberek hozzáállását. A definíciók más módokon is lehetnek meggyőzőek, például olyan leíró szavak kiválasztásával, amelyek a kívánt érzelmi vagy kognitív reakciót váltják ki.¹²

A negatív hatású propaganda definíciókban fellelhető jellemzők a mások feletti ellenőrzésre való törekvés, az igazsággal való törődés hiánya, illetve az öncélúság támogatása. Érdekesség, melyről Marlin a művében említést tesz, hogy a Britannica Enciklopédiában a szóval az első világháborút követően lehetett találkozni, míg a háború előtti kiadásból hiányzik a szócikk.¹³ A negatív konnotációkat kiemelő meghatározásokra példaként felhozta a szerző Chalmers Mitchell-t,¹⁴ aki megjegyezte, hogy a propaganda elsődleges célja az alkotók, nem pedig a közönség érdekeinek előmozdítása. Harold D. Lasswell a propagandát úgy határozza meg, mint a vélemények és attitűdök irányítását a társadalmi sugalmazás közvetlen

¹¹ MARLIN, R. (2013): 6.

¹² MARLIN, R. (2013): 7.

¹³ MARLIN, R. (2013): 7-8.

¹⁴ MARLIN, R. (2013): 8.

manipulálásával.¹⁵ Leonard Doob a propagandára úgy tekintett, mint a személyiségek befolyásolására és a viselkedés irányítására tett kísérletet tudománytalan vagy kétséges célok érdekében.¹⁶ Érdeemes azonban Doob esetében megjegyezni, hogy a propaganda korabeli meghatározását elutasította a társadalom viselkedési kérdéseinek összetettsége, valamint az idők és kultúrák közötti különbségek miatt. Jacques Ellul egyedülálló gondolkodó a propaganda vizsgálatát tekintve, aki gondosan elmélyült a különböző dimenziókban is, melyek érintettek a kérdéskörrel kapcsolatban. Mind szociológiai, történelmi, jogi és politikatudományi szakértelemmel vizsgálódott. *Propaganda* című könyvében úgy vélte, hogy az emberi természet a hibás abban, hogy fogékonyá válnak az illúziókra. Nem tekinti megoldásnak a politikai cselekvés elkerülését, annál is inkább az illúzióktól való megszabadulást és az egyedi identitás megőrzését. A modern propaganda leírására vonatkozóan szerinte annak nem célja már csupán az eszmék módosítása, hanem a cselekvés kiprovokálása a fő.¹⁷ A háborúra vonatkozóan kifejtette, miszerint a kitörése előtt fizikai erőszakot helyettesítő, az alatt pedig kiegészítő szerepe van a propagandának.¹⁸

Az előbbieken kívül Ellul egyik legfőbb hozzájárulása a propaganda hatékony tanulmányozásához, hogy kibővítette annak vizsgálati skáláját. Eszerint a propaganda tanulmányozásához hozzáadja az „előpropaganda” fogalmát, amely a célcsoportot úgy formálja, hogy az fogékonyabb legyen a propagandát alkotó üzenetére. Ellul szerint a közvetlen propaganda hatástalan az előpropaganda nélkül, amely látszólag minden különösebb cél nélkül hoz létre képeket, kétértelműségeket és sztereotípiákat. Az előpropaganda célja, hogy az embert pontos ideológiai cél nélkül felkészítse egy adott cselekvésre. Ezen kívül arra is törekedhetnek, hogy hasznos „mítoszokat” építsenek a lakosság fejében, ami szintén előpropagandának számít. „Mítoszok” alatt érti az olyan képeket, melyek az egyént cselekvésre készítetik, ennek azonosítja többek között a munkát, boldogságot, nemzetet, fiatalságot és a hőst. Ellul szerint, amikor ezen mítoszok közül egy vagy több eluralkodik egy népesség tudatában, akkor áthatja az egész gondolkodásukat is. Összességében Ellul hozzájárulása a propaganda tanulmányozásához túlmutat azon az általánosan elterjedt nézeten, miszerint a propaganda a lakosság ellenőrzésére szolgáló, magasan szervezett, politikai motivációjú stratégia.¹⁹ A szakirodalom korszakalkotóként emlegeti mind Jacques Ellult, mind Leonard W. Doob-ot a fogalom kezdeti kialakításával kapcsolatban és jelentősen hozzá is járultak a propaganda tanulmányozásának

¹⁵ Uo.

¹⁶ Uo.

¹⁷ ELLUL, J. *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. New York: Vintage Books. (1965): 25.

¹⁸ ELLUL, J. (1965): 15.

¹⁹ MARLIN, R. (2013): 25-28.

általános elősegítéséhez, azonban a mélyen megosztott definíciók és az értelmezési keretek sokszínűsége továbbra is megnehezítik a pontos azonosítást. Egyéb definíciók tekintetében még figyelemre méltó Bertrand Russell definíciója, aki a propagandát az igazság egyoldalú megközelítéseként jellemzi, ahol az indíték nem az ismeretterjesztés, hanem a pártérzelmek keltése.²⁰ Bruce L. Smith szerint a propaganda olyan szisztematikus törekvés, amelynek célja, hogy szimbólumok segítségével manipulálják mások hitét, attitűdjét vagy cselekedeteit.²¹ Garth S. Jowett és Victoria O'Donnell a „manipulálni” szót használják a definíciójukban, ami a negatív táborba billenti azt, ezen belül pedig a kognitív manipuláció és a cselekvés irányításának kapcsolatát tárgyalják.²² Érdekesség, hogy ezen meghatározás fog alapul szolgálni a NATO propaganda definíciójához is. Pratkanis és Aronson szintén hasonlóan, a „befolyásolás a szimbólumok és az egyén pszichológiájának manipulálása révén” szavakkal jellemezte a kifejezést.²³

A következő típus a semleges meghatározások csoportja, melyek nevükből adódóan nem hoznak erkölcsi ítéletet a propagandáról. Azok, akik elfogadják a semleges definíciót, kritizálhatják a propagandát, de csak akkor, ha az a propaganda által szolgált célokkal vagy valamilyen elfogadhatatlan eszköz alkalmazásával függ össze. Például Vernon McKenzie meghatározása szerint a propaganda információ terjesztése, legyen az igaz vagy hamis, jó vagy rossz.²⁴

A kedvező vagy pozitív irányba hajló meghatározások a propagandáról nem adnak közvetlen definíciót. Brendan Bracken és John Grierson nyilatkoztak ilyen kontextusban a fogalomról. Bracken, aki a második világháború alatt Nagy-Britannia tájékoztatási minisztereként szolgált, úgy vélte, hogy a propaganda tiszteletre méltó intézmény, annak ellenére, hogy bizonyos negatív konnotációkat társítottak hozzá. Grierson dokumentumfilmes azzal érvelt, hogy a propaganda a demokratikus nevelés létfontosságú részét képezheti, megtanítva az embereket arra, hogy érzelmeik legyenek és higgyenek a közösségükben és a hazájukban. Mindketten látták a propagandában rejlő lehetőséget a látókörök tágítása érdekében.²⁵

²⁰ MARLIN, R. (2013): 9.

²¹ Uo.

²² Uo.

²³ PRATKANIS, A. R., ARONSON, E. Age of propaganda: The everyday use and abuse of persuasion (2nd ed.). New York: Freeman. (2001): 11.

²⁴ MARLIN, R. (2013): 10.

²⁵ MARLIN, R. (2013): 11.

Az említett különböző meghatározások – akár kifejezetten, akár hallgatólagosan – azt sugallják, hogy a propaganda szervezett és szándékos kísérletet jelent arra, hogy közvetlenül vagy közvetve nagyszámú embert célzottan befolyásoljanak. Tekintettel arra, hogy a tömegek gyakran nem hajlandók vagy türelmesek meghallgatni az összetett és bonyolult érveket, szükség van azok bizonyos szintű egyszerűsítésére. Emellett a propaganda olyan tény bemutatásával is szolgálhat, amely hiányos képet ad a valóságról, ezzel alakítva ki a propaganda küldője, alkotója, vagyis a propagandista által alkotott nézetet. A kategóriákat az alábbi táblázatban (1. ábra) gyűjtöttem össze a fentebb említett propagandakutatók feltüntetésével az átláthatóbb rendszerezés érdekében.

Definíció-típusok	Propagandakutatók
Leíró	szótári definíciók – nem köthető kutatóhoz
Előíró	nem köthető kutatóhoz
Hegemón	George Orwell szóhasználatai
Meggyőző	Charles Stevenson
Negatív hatású	Chalmers Mitchell Harold D. Lasswell, Leonard Doob, Jacques Ellul, Garth S. Jowett, Victoria O'Donnell, Anthony R. Pratkanis, Elliot Aronson
Semleges	Vernon McKenzie
Pozitív hatású	Brendan Bracken, John Grierson

1. ábra Propaganda-definíciók kategóriái és kutatói (Forrás: Marlin, R. *Propaganda and the Ethics of Persuasion. Second Edition. Peterborough: Broadview Press. (2013) alapján saját szerkesztés*)

Randal Marlin, a már többször említett *Propaganda and the Ethics of Persuasion* című művében a fenti csoportosításokat szem előtt tartva a következő meghatározást hozta létre a propaganda fogalmával kapcsolatban. A propaganda szerinte „a kommunikáción keresztül történő szervezett kísérlet arra, hogy befolyásoljon hiedelmek vagy cselekvés, illetve attitűdök sulykolása által egy nagyszámú közönségben oly módon, hogy megkerüljék vagy elnyomják az egyén megfelelően tájékozott, racionális, reflektív ítélőképességét.”²⁶ Ezen kívül kiemeli, hogy a propagandista elsődleges célja, hogy hamis vagy meg nem vizsgált előfeltevést hozzon létre, amely befolyásolja az ember cselekedeteit. Emellett meghatározza azt is, milyen

²⁶ MARLIN, R. (2013): 12.

esetekben lehetséges propagandára utalni, mint például ideológia, politikai hatalom vagy a kereskedelem világa tekintetében. Ehhez kapcsolódóan megjegyzendő, hogy a propagandát különböző intézményeken keresztül is tanulmányozták a tudósok, Alex Carey például a propagandát a vállalati világban olyan kommunikációs formának tekintette, amelynek célja, hogy a célközönséget a kommunikáció „szponzorai” által kiválasztott, előre meghatározott attitűdök és meggyőződések elfogadására bírja. Carey úgy vélte, hogy a vállalati hatalom és a propaganda növekedése a demokrácia elleni védekezés eszköze a vállalaton belül, és hogy a kereskedelmi reklámok a propagandatevékenység leggyakoribb formái a demokráciában.²⁷

2.2. A propaganda kategorizálása és formái

A propaganda jelenségét nem lehet minden megnyilvánulásával együtt egy kalap alá venni. A propaganda fogalmi megközelítésének komplex vizsgálatánál fentebb már szó esett Jacques Ellul munkásságáról, aki *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes* című művében a propagandát négy ellentétpár alapján kategorizálta.²⁸ Ellul a különböző formákat, eltekintve a politikai kategóriától, a propaganda belső vonásain keresztül csoportosította. Mint az a 2. ábrán látható, minden párban az első típus az a hagyományos típus, amelyet az emberek általában a propagandához társítanak, míg a második a propaganda kiterjesztett fogalma, amely magába foglalja az általában nem propagandának tekintett jellemzőket.

Hagyományos típusok	Nem-hagyományos típusok
Politikai	Szociológiai
Agitáció	Integráció
Vertikális	Horizontális
Irracionális	Racionális

2. ábra A propaganda típusok ellentétpárjai (Forrás: Ellul, J. *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. New York: Vintage Books. (1965) alapján saját szerkesztés)

Az első pár a politikai és szociológiai propaganda. A politikai propagandát egy meghatározott csoport, például egy kormány vagy egy politikai párt hajtja végre. Különböző befolyásolási technikákat alkalmaznak, melyek célja a lakosság viselkedésének

²⁷ CAREY, A. Taking the risk out of democracy: Corporate propaganda versus freedom and liberty (A. Lohrey, ed.) Urbana: University of Illinois Press. (1997): 9.

²⁸ ELLUL, J. (1965): 61-87.

megváltoztatása. Szándékos és kiszámított módszerekkel dolgoznak, a kívánt célok világosan elkülönülnek és elég pontosnak számítanak, bár általában korlátozottak. Azonban, ha kizárólag politikai kontextusban elemeznénk a fogalmat, az hiányosságokra mutatna rá a társadalmi integráció kérdésköre kapcsán. Így Ellul ellentétpárként a szociológiai propaganda csoportját nevezte meg, melynek fő pontja, hogy a társadalom minél több egyént integráljon, illetve, hogy tagjainak viselkedését egységesítse egy minta alapján, melyet más csoportokra is észrevétlenül rákényszeríthet. Érdekessége, hogy a hagyományosnak tekintett politikai propagandával szemben - mely szerint egy ideológiát tömegkommunikációs eszközökön keresztül terjesztenek, hogy a célközönséget politikai akcióban való részvételre készítsék - a szociológiai propaganda egy ideológia szociológiai kontextuson keresztül történő terjesztését foglalja magába. Vagyis a teljes ellentettje a politikai propagandának ebből a szempontból, mivel a meglévő politikai és szociológiai tényezők teszik lehetővé, hogy egy ideológia behatoljon az egyének vagy a tömeg gondolkodásába, nem pedig az ideológia által próbálnak elfogadhatóvá tenni különböző politikai cselekedeteket.²⁹ A szociológiai propaganda ezen kívül nem szervezett vagy szándékos propagandaakció eredménye, hanem spontán módon keletkezik. Nem feltétlenül véleményekre irányul, de a politikai propagandához hasonlóan mítoszokat és viselkedési normákat közvetít.

A második párba állította Ellul az agitációt és az integrációt. Az agitáció a propaganda leglátványosabb és elterjedtebb fajtája. Gyakran használják arra, hogy felforgassák a fennálló rendet, felkorbácsolják az emberek érzelmeit, és lázadásra vagy háborúra készítsék őket. A történelem folyamán minden forradalmi mozgalmat vagy népi háborút az agitációs propaganda táplált. Jellemzője, hogy minden esetben igyekszik az energiákat a végsőig feszíteni és rávenni az egyént a megpróbáltatások elviselésére. Rövid idő alatt képes kiragadni az embereket mindennapi életük kereteiből és beleveti őket az eddig nem ismert lelkesedésbe olyan rendkívüli célok sugalmazása által, melyek teljesen elérhetőnek vannak láttatva. Könnyen kivitelezhető, hiszen a siker érdekében csak a legegyszerűbb és leghevesebb érzelmeket kell megcélolni a legalapvetőbb eszközökkel. Ilyen érzelem a gyűlölet, mely a legáltalánosabb érzelem annak érdekében, hogy például a nyomorúságért egy célcsoportot hibáztasson. A történelem során olyan csoportokat vettek célba a gyűlölet tárgyává téve őket, mint a kommunisták, a burzsoák, a zsidók vagy a gyarmatosítók. Az integrációs propaganda Ellul szerint a huszadik századig nem létezett, mivel a fejlett nemzetekre, a modern civilizációra jellemző. A konformizmus egy fajtája, amelynek célja, hogy az egyének teljes mértékben részt

²⁹ ELLUL, J. (1965): 62-64.

vegyenek a társadalomban, stabilizálják a társadalmi testet, egységesítsék és megerősítsék azt. Minél tökéletesebben egységes egy társadalom, annál hatékonyabban működik. Ehhez azonban minden egyes tagnak szerves részét kell képeznie, makulátlanul alkalmazkodva és integrálódva. Ez a propaganda típus a személy teljes megformálására törekszik. Az egyénnek osztoznia kell a csoport hiedelmeiben, aktív részese kell, hogy legyen a politikai vagy egyéb kollektív eseményeknek, tevékenységeknek. Az integrációs propaganda fő kitűzése tehát az, hogy az egyén minden lehetséges módon részt vegyen a társadalom életében, a társadalmi testet stabilizálva ezzel, annak megerősítése és egységesítése céljából. Az agitációs propagandával szemben ez sokkal összetettebb és csak hosszú-távon érhető el, mivel el kell érnie, hogy a kollektivitáson keresztül teljesséjének ki az egyének, illetve elsajátítsák azt a stabil viselkedésmintát, melyet a társadalmi környezethez rendeltek el.³⁰ Emellett értelemszerűen nehéz lehet az integrációt kialakítani egy olyan társadalomban, ahol az emberek indulatait már az agitáció által felkorbácsolták.

A harmadik párosításba a vertikális és horizontális propaganda került. A vertikális propaganda az, amit az emberek általában klasszikus propagandának gondolnak; felülről lefelé haladva, a vezetőtől az emberek felé. Szemléletes példa erre a náci propagandagépezet mögötti működési elv. A vezető gyakran egy politikai vagy vallási vezető, aki hatalmi pozícióból igyekszik befolyásolni az alatta elhelyezkedő tömeget. Az ilyen propaganda a tömegkommunikáció minden technikai eszközét felhasználja. Az e propagandának alávetett tömegeket megragadják, manipulálják, és elkötelezik őket, lényegében az emberek tárgyakká válnak. Bizonyos értelemben olyanok, mint a hipnotizált alanyok. Elszemélytelenednek, és reflexből cselekszenek, nem pedig spontán, bár azt hiszik, hogy igen. Mechanizálódnak, uralják őket és passzívak. Ám ez a passzív hozzáállás nem úgy értendő, hogy nem cselekszenek, ellenkezőleg, szenvedélyesen részt vesznek a vezető által hirdetett eseményeken, csupán cselekedeteik nem a sajátjuk, mivel azokat a propagandisták uralják. Gépiességük által a tömegben léteznek, annak elválaszthatatlan elemévé válva, egyéniségük pedig teljesen megszűnik. Ezzel szemben a horizontális propaganda a tömegeken belül zajlik, nem pedig felülről lefelé. Elméletben így nincsen vezető, hanem minden egyén egyenrangú. Azonban van egy propagandista, aki egyfajta „animátorként”, vagy ha úgy tetszik, vitaindítóként van jelen. Hagyja, hogy az egyének megtévesszék egymást. Aki belép a csoportba, az valamennyire tudatosan tette, mert felismerte a helyzetét, de végső soron önkéntelenül, mivel egy olyan szándékosan meghamisított narratívával találta szembe magát, amely elvezette a csoporthoz és

³⁰ ELLUL, J. (1965): 70-75.

az ahhoz való csatlakozáshoz. Minden egyén segít a csoport véleményének kialakításában, a csoport pedig segít nekik felfedezni a „helyes utat.” A horizontális propaganda olyan kisebb csoportokkal működik, melyek körülbelül 15-20 embert foglalnak magukba. A tömegek elérése ezért a csoportvezetők hatalmas szervezetét igényli. Összességében eredményesebbnek tekinthető a horizontális-, mint a vertikális propaganda, mivel önkéntes, szabad csatlakozáson, valamint az egyén által kialakított, nem pedig felülről jövő, erőltetett vízió alapszik.³¹

A negyedik, egyben utolsó párosítása Ellulnak az irracionális és racionális propagandáról szól. Az irracionális a megszokott értelemben vett érzelmi felhívások, mítoszok, szimbólumok köre a propagandán belül. A racionális kommunikáció propagandaként való jellemzése a valódi tudományos igazság látszatát kelti, de gyakran csupán misztifikáció. Tények felsorakoztatása és számadatok felmutatása sokszor a racionalitás benyomását keltik, így a célközönséget ezzel a racionalitás látszattal győzik meg ahelyett, hogy a valósággal megküzdene és elemezné a számadatokat. A szovjet propaganda is ezen a logikán alapult, mely által a tudományos- és gazdasági fejlődésük tényét akarták elhitetni. Ehhez kapcsolódóan Ellul kifejti, hogy a háborús időkben a sikeres propaganda az, amely nyilvánvaló tényeken alapszik. A tisztán érzelmi propaganda eltűnőben van a szerző szerint, mivel a modern embernek szüksége van a tényekkel való kapcsolatra, hiszen így képes a bizonyított tapasztalatnak és az észszerűségnek megfelelni.³²

A fentebb említett csoportosításon felül a propaganda fehér, szürke vagy fekete kategóriába is sorolható Jowett és O'Donnell *Propaganda and Persuasion* műve alapján,³³ az információ pontossága és a forrás ismerete szerint.

A fehér propaganda ismert, ellenőrzött forrásból származik és pontos információt nyújt. Így van benne igazság és célja a befolyásolás és ezen kívül sok esetben célja még a hitelesség kiépítése a közönség irányába. Példaként felhozhatók a nemzeti ünnepek és a nemzetközi sportversenyek,³⁴ de akár a COVID-19 vírussal kapcsolatos iránymutatások is arról, hogy hogyan védekezhetnek az emberek a fertőzés ellen, mint például maszk viselésével, kézmosással vagy a megfelelő távolságtartással.

A fekete propaganda ezzel szemben magában foglalja a forrás eltitkolását vagy hamis forrásnak való tulajdonítását, valamint hazugságok, koholmányok és megtévesztések

³¹ ELLUL, J. (1965): 79-82.

³² ELLUL, J. (1965): 84-85.

³³ JOWETT, GARTH S., O'DONNELL, V. *Propaganda & Persuasion*. 6th ed. Thousand Oaks, Calif: SAGE. (2015): 20-31.

³⁴ JOWETT, GARTH S., O'DONNELL, V. (2015): 20.

terjesztését. Ezen formája a propagandának a leginkább figyelemfelkeltő. Sikeréhez fontos elem a célközönség befogadási hajlandósága, elfogadja-e a forrás hitelességét és az üzenet tartalmát, avagy sem. Ezen típusnál ügyelni kell arra, hogy a forrásokat, üzeneteket társadalmi, kulturális és politikai keretbe kell helyezni, mivel, ha a propagandista nem érti meg mélységeiben a célközönséget, úgy a fekete propaganda gyanússá válhat és kudarcra lesz ítélve. Fontos elem még, ha esetleg megtudjuk ezen típus esetében, hogy ki áll a propaganda terjesztése mögött. Jellegzetes példa a második világháború alatt a szövetséges erők által 1944-ben kitalált „Szellemhadsereg”, amely a németek megtévesztésére jött létre. Azt próbálták elhitetni, hogy különböző helyeken jelen vannak seregeikkel egészen Normandiától a Rajnáig, mindezt pedig az elhelyezett gumitankokkal és gumirepülőgépekkel és harckocsipályákkal biztosították be. A Szellemhadsereg így több mint húsz megtévesztő művelettel megannyi szövetséges életét mentette meg, mivel hamis csatahelyekre csalogatták ezzel a módszerrel az ellenséges erőket. Másik jellegzetes példa a *The Protocols of the Elders of Zion* vagyis Cion véneinek jegyzőkönyvei, melynek írója II. Miklós orosz cár titkosrendőrsége volt. Ezen jegyzőkönyvben a zsidókat cselszövőknek ábrázolták, kiknek célja a világuralomra törés volt. Ezen írást propagandakampány keretében terjesztették az antiszemitizmus szítása érdekében a XX. század elején.³⁵ A fekete propagandához kapcsolódóan érdemesnek tartom megemlíteni a modernebbnek számító, ma is használt dezinformáció kifejezést, melyet általában fekete propagandának tekintenek, mivel rejtett, illetve hamis, félrevezető információkkal operál, melyeket egy célzott személy, csoport vagy ország számára továbbítanak. Fontos kiemelni, hogy nem véletlen félretájékoztatásról van ilyenkor szó, amelyet az angol *misinformation* kifejezéssel írnak le, hanem előre megtervezett megtévesztésről. Ugyanis a *misinformation* esetében a szándék feltételezhetően nem a károkozás, szemben a dezinformációval, melynek esetében az. A dezinformáció alkalmazásával a híreket az ellenfelek gyengítésére használják fel és valós, hiteles forrásból származónak tüntetik fel.³⁶

A szürke propaganda a fekete és fehér között helyezkedik el. A forrás lehet, hogy helyesen azonosított, de az is lehet, hogy nem, és az információ pontossága bizonytalan.³⁷ Érdekesség, hogy ennél a típusnál nem tudjuk beazonosítani azt, hogy ki a propagandista, ki áll az üzenet megalkotása mögött. Az internet és a közösségi média révén a propagandista és a célközönség közötti hagyományos szétválasztás elmosódik, mivel az utóbbiak egyre jelentősebb szerepet játszanak a propaganda tartalmak terjesztésében és mások

³⁵ JOWETT, GARTH S., O'DONNELL, V. (2015): 21.

³⁶ JOWETT, GARTH S., O'DONNELL, V. (2015): 28.

³⁷ JOWETT, GARTH S., O'DONNELL, V. (2015): 24.

befolyásolásában a személyes hálózatokon keresztül - és ez sokkal veszélyesebb, mivel az emberek nagyobb valószínűséggel hisznek azoknak, akiket ismernek.³⁸ Vagyis az új infokommunikációs technológiák által ma már nehezebb felderíteni a feladót, mivel bármely felhasználó az információ terjesztőjévé válhat. Ezt a jelenséget részvételi propagandának nevezik, amikor egy átlagos felhasználó is propagandistává válhat, anélkül, hogy ezt akár észrevenné.³⁹

2.3. A propaganda mint kognitív folyamatokat befolyásoló eszköz

Az internet és a digitális kommunikáció elterjedése jelentősen felerősítette a propaganda terjedését, ami elengedhetlenné teszi, hogy megértsük annak kommunikációnkra gyakorolt hatásait. A propaganda jellemzőinek vizsgálatával és a kommunikáció tanulmányozásán belüli elhelyezésével elemezhetjük a kontextust, a feladót, a szándékot, az üzenetet, a csatornát, a közönséget és a választ. Maga a kommunikáció az információcserére épül, mely történhet szemtől szembeni tranzakció során, de gyakran közvetített interakció által is. Ezen elemeket érdemes a kontextus fényében vizsgálni, illetve a közönségre gyakorolt hatás tekintetében.⁴⁰

A kommunikációs folyamat fő céljának tekinthető az információszerzés. Ennek birtokában csökken az általános bizonytalanság, hiszen az információ segít megérteni bizonyos üzeneteket. A propaganda szempontjából ezen informatív kommunikáció túlhalad az általános kereteken, ugyanis nem csupán a kölcsönös megértést célozza, hanem a propagandista érdekeinek elérését is. Az információ nemcsak a köznapi létünkben jelent hatalmat, de háborús időszakban még erőteljesebben. A katonai műveletek végrehajtása és tervezése során a birtokolt információ, illetve annak hiánya mindig fontos szerepet játszott. Emiatt a haderők mindig is olyan műveletek végrehajtására törekedtek, amelyek képesek voltak jelentősen befolyásolni a szemben álló fél információszerzését, helyzetmegítélését és ezáltal a viselkedését.⁴¹ Tehát a szárazföldi, tengeri, légi és világűrbeli tartományok fizikai dimenziói mellett megjelent egy újabb működési tartomány az információs hadszíntérrel, amely napjainkban egyre fontosabb szerephez jut. Ez a kibertéri információs környezet egy olyan fogalmi tér, amely befolyásolja,

³⁸ WANLESS, A., BERK, M. Participatory Propaganda: The Engagement of Audiences in the Spread of Persuasive Communications. Conference: Social Media & Social Order, Culture Conflict 2.0. Oslo. (2017): 5.

³⁹ ACHKASOVA, V. A., ZHURAVLEVA, N. N., BABANOVA E. A. "Effectiveness of Propaganda Influence: Methodology and Challenges of the Internet Space." IEEE Communication Strategies in Digital Society Seminar. (ComSDS) (2020): 46.

⁴⁰ JOWETT, GARTH S., O'DONNELL, V. (2015): 35.

⁴¹ HAIG ZSOLT: Információs műveletek a kibertérben. Budapest. Dialóg Campus Kiadó. (2018): 149.

hogyan a közönség hogyan érzékeli a világot, hogyan következtet belőle jelentést, és hogyan befolyásolja ez az attitűdöket, a döntéshozatalt és a viselkedést. Az információs környezet megértéséhez ezért releváns a szereplők és célközönség folyamatos és szisztematikus elemzése, valamint az ellenfelek által használt különböző módszerek és narratívák azonosítása.⁴² Az orosz stratégiai gondolkodás például ezért képviseli azt az irányvonalat a kérdéskör kapcsán, hogy „az információ a nemzetközi kapcsolatok és a konfliktusok közötti metamorfózis, ahol a fő csatátér az észlelés.”⁴³

A földrajzilag nem megfogható, határok nélküli információs hadszíntér három egymással összefüggő dimenzióból tevődik össze, melyek folyamatos kölcsönhatásban vannak az egyénnel, szervezetekkel és a rendszerekkel. Ezen dimenziók a fizikai, információs és a kognitív tér. A fizikai dimenzióban az infrastruktúrák és eszközök és azok védelme állnak, melyek az információkezelési folyamatok végzését teszik lehetővé. Az információs dimenzióban zajlanak az információkezelési folyamatok, az információ gyűjtése, tárolása, elemzése és továbbítása. Végezetül a kognitív dimenzióban megvalósuló információs tevékenységek közvetlenül az emberi tudati tevékenységet rejtik magukban. A humán információfeldolgozást, -észlelést, -értelmezést és döntéshozatalt veszik célba a különböző célcsoportok percepcióinak, attitűdjének és magatartásának befolyásolása érdekében.⁴⁴ Jowett és O'Donnell definíciója szerint ezen percepciókat a különböző pszichológiai, filozófiai és gyakorlati gondolkodási minták befolyásolják, beleértve az értékeket, a csoportnormákat és az önképet. A propaganda az értelmezésük szerint szándékos és szisztematikus kísérletet jelent a percepciók alakítására -amely egy gyakori propagandatechnika, melyet nyelvi és képi eszközökkel érnek el, például szlogenekkel, plakátokkal és szimbólumokkal, - a kognitív manipulálásra és a viselkedés irányítására a propagandista által kívánt eredmény elérése érdekében. Vagyis a fogalom átláthatósága szempontjából a kognitív tényezők elemzése elkerülhetetlennek bizonyul, hiszen a viselkedésminták manipulálásához elengedhetetlen tényező. Ezen viselkedésváltozást nem könnyű elérni a propagandista részéről, így aktívan keresik az információkat a viselkedésváltozással kapcsolatos változókról és a viselkedés előre jelzőiről.⁴⁵ A propagandisták felismerik, hogy értelmezéseinket a nyelvvel és a képekkel

⁴² HEAP, B., HANSEN, P., GILL, M. "Strategic Communications Hybrid Threats Toolkit. Applying the principles of NATO Strategic Communications to understand and counter grey zone threats." Riga. NATO Strategic Communications Centre of Excellence. (2021): 15.

⁴³ MICHLIN-SHAPIR, V. "The Long Decade of Disinformation. Defence Strategic Communications." Defence Strategic Communications. Vol. 9. (2020): 24.

⁴⁴ HAIG Zs. (2018): 151-152.

⁴⁵ JOWETT, GARTH S., O'DONNELL, V. (2015): 54.

kapcsolatos múltbeli tapasztalataink, valamint a kulturális és kontextuális környezet alakítja, amelyben ezeket bemutatják.⁴⁶

A kognitív dimenzióra való hatás tehát olyan, a propagandával kapcsolatos történelmi tapasztalatokra épülő, egyik leghagyományosabbnak tekinthető hadviselési forma, mely napjainkban a digitális technológia, a média és a pszichológia erejét használja fel a célcsoportok valóságérzetének alakítására. A kognitív térben zajló információs hadviselési tevékenységek egyik legkiemelkedőbb hatásokat elérő fajtája a lélektani műveletek (*PSYOPS*).⁴⁷ A 2014-es Információs műveletek doktrína szerint „a Lélektani Művelet (*PSYOPS*) elsődleges célja, hogy befolyásolja egy kiválasztott célcsoport viselkedését, magatartásformáit és véleményét az előljáró által elfogadott *PSYOPS* célokkal összhangban, valamint hogy kiváltsa vagy megerősítse a célcsoport kívánt viselkedését az előljáró távlati céljainak érdekében.”⁴⁸ Látható, hogy a definíció megfelel a fentebb idézett, Jowett és O'Donnell által alkotott propaganda definíciónak. A terminológiát a második világháború óta alkalmazzák, azonban a lélektani hadviselés jelenlétét mindig is meg lehetett figyelni a hadtörténelemben.

A *PSYOPS* doktrinálisan a stratégiai kommunikáció egyik formájának tekinthető. A stratégiai kommunikációt pedig főként a NATO megközelítése szerint lehet elemezni, illetve definiálni. A katonai-politikai szövetség felismerése szerint „minden kommunikál”, amit mondunk, cselekszünk vagy éppen nem mondunk, nem cselekszünk. Ezek ugyanis mind üzenetet közvetítenek. A tettek, képek, szavak képesek kommunikálni a közönséggel, befolyásolva megítélésüket, döntéshozatali képességeiket. Ez olyan stratégiai hatásokra is vonatkozik, mint az elrettentés vagy a kényszerítés. A stratégiai kommunikáció fő eleme ezek alapján a döntéshozatal dinamikájának megértése ezen információs környezet szemszögéből. Így ezek alapján a szövetség a következő általános meghatározással írja le a stratégiai kommunikációt: „A kommunikáció értékeken és érdekeken alapuló megközelítése, amely magában foglal mindent, amit teszünk vagy mondunk a célok elérése érdekében egy vitatott környezetben.”⁴⁹ Ebben a megközelítésben politikai szempontból vizsgálandó a stratégiai kommunikáció, illetve narratíva. A stratégiai narratívák olyan politikai diskurzusok, melyek elsődlegesen a hatalmi pozíciókban lévő és a döntéshozók által közvetített médiában jelennek meg, és melyek értelmezik és előrevetítik az általuk végrehajtott cselekvéseket. Gyakran

⁴⁶ JOWETT, GARTH S., O'DONNELL, V. (2015): 7-8.

⁴⁷ Az angolszász terminológia alapján Psychological Operations.

⁴⁸ BÁNYÁSZ PÉTER "A közösségi média szerepe a lélektani műveletekben az elmúlt időszak válságainak tükrében." Szakmai Szemle. 2016/1 (2016): 62.

⁴⁹ HEAP B., HANSEN P., GILL M. (2021): 14.

használják ezen kommunikációs eszközt az események és identitások idővonalának reprezentálására, hogy politikai céljaik elérése érdekében kommunikáljanak és megpróbáljanak konkrét értelmet adni a múlt, a jelen és a jövő eseményeinek. Ennek kapcsán fontos megemlíteni Zaffran *Strategic Narrative and Security* című cikkét,⁵⁰ melyben három típusát határozza meg a stratégiai narratívának. A szerző szerint a rendszer narratívák a nemzetközi rendszer szerkezetére összpontosítanak, míg az identitás narratívák a rendszeren belüli szereplőket vizsgálják, például, hogy miért viselkedik úgy az állam, ahogyan viselkedik. A politikai narratívák betekintést nyújtanak egy konkrét politika vagy cselekvés – például a háborúval kapcsolatos politika – mozgatórugóiba. A stratégiai narratívák vizsgálata nagyrészt arra összpontosít, hogy a kormányok hogyan próbálják meggyőzni a hazai és külföldi közönséget bizonyos politikai programok támogatásáról.⁵¹ A politikai döntéshozók szempontjából a kommunikációnak kulcsszerepe van. Nem olyasmi, amit a stratégia kidolgozása után kell megfontolni, és amelyhez kommunikációs vagy információs stratégiára van szükség. A lehetséges cselekvési irányok kommunikációs szempontjait már a kezdetektől fogva figyelembe kell vennie a politikai döntéshozóknak. Igaz, hogy egyes intézkedések meghozatalához nem kommunikációs szándékkal nyúlnak hozzá, ám ettől még hatással lesz az információs környezetre, például egy kereskedelmi megállapodás megkötése esetében. Más intézkedések pedig kizárólag olyan céllal születnek, hogy egy bizonyos üzenetet sugalljanak, ilyen például a diplomata kiutasítása egy államból, avagy különféle szankciók kitűzése egy országgal szemben. A stratégiai kommunikációs megközelítést a NATO-nak tehát abban az kontextusban kell értelmezni, hogy az információs környezetet meg kell ismerni és eszerint kell mérlegelni, hogy a különféle válaszlehetőségek milyen üzenetet közvetíthetnek a célcsoportok felé. Ezután csupán kiválasztják a megfelelő cselekvési tervet, így a célcsoport befolyásolása sikeresnek bizonyulhat.⁵²

Ezek alapján elmondható összességében, hogy a propaganda a kommunikáció olyan formája, mely mind informatív, mind meggyőző eszközöket felhasználhat céljainak előmozdítása érdekében az információáramlás vezetésével, az információk kezelésével a közvélemény irányítása és a viselkedési minták manipulálása révén. A propaganda szándékosan és szisztematikusan olyan válaszreakciót igyekszik elérni, amely elősegíti a propagandista kívánt szándékát. A szisztematikusság a megfontoltsággal együttesen értendő, egy feladat

⁵⁰ ZAFFRAN, R. "Strategic Narrative and Security." Taylor, B. C. and Bean, H. (eds.) *The Handbook of Communication and Security*. New York; London: Routledge. Taylor and Francis Group. (2019): 354-367

⁵¹ ZAFFRAN, R. (2019): 354.

⁵² HEAP B., HANSEN P., GILL M. (2021): 37.

elvégzésének pontos és szervezett módszerére utalva. A kormányok és a vállalatok példáját hozta fel ennek kapcsán Jowett és O'Donnell, akik gyakran hoznak létre külön osztályokat vagy akár ügynökségeket a szisztematikus propaganda megteremtésére. Háborús időszakban például propagandaügynökségeket vagy -minisztériumokat hoznak létre a szervezett módszerek kidolgozása érdekében.⁵³

2.4. A háborús propaganda

A történelem során a propaganda alkalmazása a háborúk megvívásának szerves részét képezte. Magát a háborút a cél eléréséhez vezető erőszakos útnak tekintik, de a gondosan kidolgozott propagandaüzenetek folyamatos áramlása ugyanazt az eredményt igyekszik elérni anélkül, hogy erőszakos lenne. A nemzetközi környezetben, melyben a hatalomért folyó küzdelem érdekében minden állam kialakította saját kommunikációs stratégiáját, a befolyásolást beépítették külpolitikai attitűdjükbe.⁵⁴ Az előző fejezetben már kifejtett, hidegháború idején alkotott amerikai „lélektani hadviselés” mellett a brit „politikai hadviselés” kifejezés is a politikai nézetek terjesztésére és a manipulálásra alkalmas nyelvi és pszichológiai eszközöket használják ki.⁵⁵ Itt kiemelném még a pszichológiai hadviselés kifejezést, melyet Linebarger 1954-ben úgy határozott meg, mint „az ellenség elleni propaganda alkalmazása, a propaganda támogatásához szükséges egyéb katonai, gazdasági vagy politikai jellegű operatív intézkedésekkel együtt.”⁵⁶ Emellett kiemelte, hogy a pszichológiai hadviselés a modern koncepciója a háborúknak, amelynek lényege, hogy a háborús célt az ellenség ellenállási szándékának megsemmisítésével lehet elérni.⁵⁷ Az előző alfejezetben kifejtett stratégiai kommunikáció alkalmazása is főként konfliktusos vagy háborús időkben jellemzőek annak érdekében, hogy a saját lakosságot és a semleges feleket megnyerjék, illetve az ellenfelet lejárassák.

A háborús propaganda egyik úttörő kutatója a XX. században tevékenykedő Harold D. Lasswell, aki *Propaganda Technique in the World War*⁵⁸ című művében több pontban is kifejti

⁵³ JOWETT, GARTH S., O'DONNELL, V. (2015): 8.

⁵⁴ JOWETT, GARTH S., O'DONNELL, V. (2015): 231.

⁵⁵ JAKUSNÉ HARNOS ÉVA "A tagállamok NATO-támogatásának lehetőségei a hibrid műveletekkel szembeni küzdelemben." Political Capital. (2022) https://politicalcapital.hu/hirek.php?article_read=1&article_id=3046 (Letöltés: 2023. 04. 22.)

⁵⁶ LINEBARGER, P. M. A. Psychological warfare. New York: Duell, Sloan, & Pearce. (1954) Idézi: Jowett, Garth S., O'Donnell, V. (2015): 231-232.

⁵⁷ JOWETT, GARTH S., O'DONNELL, V. (2015): 231-232.

⁵⁸ LASSWELL, H. D. Propaganda technique in the World War. New York: Peter Smith. (1938)

véleményét a háborús propaganda sikerességére vonatkozóan. Szerinte a kedvező körülmények között alkalmazott eszközök tudatos, gyakorlott felhasználásán sok múlik. Eszközök alatt ért mindent, amit a propagandista manipulálni tud. Ehhez relevánsnak tekinti a hagyományos előítéletekhez, a nemzetközi viszonyok objektív tényeihez és a közösség általános hangulati/érzelmi szintjéhez való alkalmazkodást.⁵⁹ A saját határokon belül alkalmazott befolyásolási képességeket háború idején az adott állam kormánya teljes mértékben ki tudja használni, mivel az ahhoz szükséges eszközök széles tárházával rendelkezik. Az összes létező tömegkommunikációs eszközt felhasználhatja, azonban a gyors cselekvés Lasswell szerint épp ellenkező hatásokkal bírhat. Ugyanis a gyorsított elnyomása az egyén nézőpontjának sohasem járhat sikerrel.⁶⁰ A már Ellulnál említett előpropaganda alkalmazása épp ennek elkerülését próbálja orvosolni. Fontos ugyanis a tudati befolyásoláshoz, illetve egy adott nézőpont átalakításához pszichológiai szempontból folyamatos és mélyreható módszereket alkalmazni.

A háborús időszakban terjedő eszmék tekintetében a kormányok propagandatevékenységének egyik meghatározó eleme a nemkívánatos gondolatok megsemmisítése, avagy elrejtése. Lasswell művében kitér ennek kapcsán a hangsúlyozás kardinális szerepére. A sajtóban például az alul hangsúlyozást szerinte úgy lehet elérni leghatékonyabban, hogy jelentéktelen címet adnak a híreknek, vagy egy másik cikkbe illesztik bele, esetleg kihagyják az ahhoz kapcsolódó részleteket, emellett ellentmondásos állításokkal próbálják elbizonytalanítani az olvasót. Ehhez képest a döntéshozók a számukra kedvező gondolatoknak kiemelkedő helyet biztosítanak figyelemreméltó címekkel, körülményes részletezéssel és szüntelen ismétléssel.⁶¹ Ezen két típusú közlési módszer szempontjából Lasswell még kiemeli a kompenzáció szükségességét. Meglátása szerint „nevetséges úgy tenni, mintha az ellenség sosem nyerne pontot. A lehangoló ellenséges győzelemről szóló híreket ellensúlyozni kell az egyidőben bekövetkezett győzelemmel.”⁶² Erre példának a szerző az első világháborúban alkalmazott német sajtó módszerét említi, mégpedig mikor az amerikaiak háborúba való belépése előkészületeinek a híre berobbant, a németek tucatjával közöltek Oroszország összeomlásáról szóló cikkeket. Ennek segítségével tehát elterelték (vagy csupán semlegesítették?) a lakosság figyelmét, ugyanis hangsúlyt adtak egy elterelő és nem feltétlenül tényeken alapuló hírnek, amely ráadásul nem is tartozik közvetlenül a kellemetlen hírhez.⁶³

⁵⁹ LASSWELL, H. D. (1938): 186.

⁶⁰ LASSWELL, H. D. (1938): 202-203.

⁶¹ Uo.

⁶² LASSWELL, H. D. (1938): 203.

⁶³ LASSWELL, H. D. (1938): 203-205.

Tehát a fentebb sorra vett tényezők alapján a figyelemfelkeltés, a kellemetlen hírek megsemmisítésére való törekvés és az önellentmondás elkerülése a három fő pont, melyeket Lasswell véleménye alapján követnie kell a döntéshozóknak a sikeres háborús propaganda alkalmazásakor.

2.5. A propaganda és a médiumok kapcsolata

A propaganda és a médiumok közötti kapcsolat megemlítése kulcsfontosságú, mivel az információközvetítési képességük, illetve a közvéleményre gyakorolt befolyásuk elválaszthatatlanul összefonja a két jelenséget.

A tömegkommunikációs eszközök megannyi pozitív velejárója mellett kiemelő, hogy ezen eszközök, de különösképp a közösségi média észrevétlenül képes megváltoztatni a kontextust, vagyis a nyelvi közlés és a közlési helyzet elemeit. Információkat torzíthat, tudtukon kívül manipulálhatja az ennek kitett (és ezt elfogadni hajlandó) egyéneket, továbbá bármilyen nézőpontra, attitűdre és viselkedésmintára rávezetheti célcsoportjait. Egyes álláspontok szerint azonban közvetlen közvélemény formálásra nem képes a média, viszont arra igen, hogy bizonyos eseményekre vagy kérdéskörökre „reflektorként” irányítsa rá a figyelmet. Walter Lippmann *Public Opinion* című könyvében azt hangsúlyozza, hogy minél kiterjedtebb médiafelület jut egy kérdésre, annál nagyobb lesz az érdeklődés az adott kérdés iránt.⁶⁴

Kikerülhetetlen tényező a médiában a már előző alfejezetben is említett sajtó, illetve a nemzetközi sajtóorgánumok jelenléte, melyek a modern technológia lehetőségeit kihasználva már-már percekre bontott tudósításokkal képesek szolgálni a hírszövegekben a folyamatban lévő eseményekről, melyek a világ szinte bármely pontjára elérnek.⁶⁵ A célközönség tagjai tehát számos információforrással találják szembe magukat és ezeket összehasonlítva tudják álláspontjukat kialakítani. Ezen új, diverzifikáltabb információs környezet elősegíti, hogy a fogyasztók könnyebben felfedezzék azokat az üzeneteket, amelyekkel egyetértenek, ugyanakkor a hírszolgáltatók is előnyös helyzetbe (akár gazdasági értelemben) kerülhetnek, hiszen a nézők preferenciáit kiszolgálják.⁶⁶

⁶⁴ LIPPMANN, W. *Public Opinion*. Transaction Publishers. New Brunswick and London. Second printing. (1998): 364-365.

⁶⁵ JAKUSNÉ HARNOS ÉVA "A befolyásolás módszereinek változása a média fejlődésének fényében." *Honvédségi Szemle*. 144:2 (2016): 76.

⁶⁶ IYENGAR, S. "A Typology of Media Effects." *The Oxford Handbook of Political Communication*. Kate Kenski and Kathleen Hall Jamieson (eds.) (2017): 8.

Tehát széleskörűen alkalmazza a propaganda megannyi viselt jellemzőjét a média. A közösségi médiumok egyetemleges terjedése ellenére az online hírszolgáltatások tudósításai továbbra is fontos eszközök a narratívák kialakítása szempontjából. A hírmédiumok által szolgáltatott információk megbízhatósága továbbra is nagyobb, mint az alternatív hírforrásoké, ugyanis a közvélemény továbbra is hajlamos elhinni a hírmédiumok által szolgáltatott információkat, még akkor is, ha ezek később hamisnak bizonyulnak.⁶⁷ Háborús időszak során ez különösen jelen van, egy hibrid módszereket alkalmazó konfliktus alatt pedig az információs és kognitív képességeket érintő stratégiában központi elemként értékelhető.

3. A HIBRID HADVISELÉS ÉS A PROPAGANDA SZEREPE

Mint közismert, csakúgy, mint a propaganda esetében, a hibrid hadviselésnek sincsen általánosan elfogadott definíciója. Számos, egymással párhuzamosan létrejött értelmezés született a hadtudományi szakirodalomban az elmúlt évtizedekben, különösen Oroszország 2014-es krími és donbaszi fellépését követően, mely által új jelentéstartalommal párosult a közgondolkodásban a fogalom.⁶⁸ Mindezzel együtt a hibrid hadviselés koncepcionális megközelítése továbbra is képlékeny. Magát a kifejezést Bill Nemeth 2002-es munkájában⁶⁹ használta először, aki a csecsen háborúkat jellemezve alkalmazta a hibrid fogalmát, mégpedig a reguláris és irreguláris hadviselés közötti rugalmas váltások leírására. Hoffman 2007-es alapcikkében⁷⁰ továbbfejlesztette Nemeth megállapításait és négy alap összetevőjét különböztette meg a hibrid háborúknak. Eszerint az a hadviselő fél folytat hibrid műveleteket, amelyik rugalmasan képes alkalmazni a hagyományos fegyvereket, az irreguláris taktikát, a terrorista módszereket és a bűnözői eszközöket.⁷¹ Ezen megállapításokat követően megannyi versengő elmélet látott napvilágot. Ezek egytől egyig való bemutatása meghaladná jelen dolgozat kereteit, bizonyos kitekintésre azonban mégis szükség van ahhoz, hogy bemutathassam, napjaink eseményeiben miként jelennek meg bizonyos hibrid elemek. Resperger István átfogó értelmezése szerint a „hibrid hadviselés a hagyományos reguláris (lineáris, konvencionális) és az irreguláris (nem lineáris, nem konvencionális) hadviselés puha,

⁶⁷ KISS ÁLMOS PÉTER "A hibrid hadviselés természetrajza." Honvédelmi Szemle. 147:4 (2019): 31.

⁶⁸ HOLECZ JÓZSEF "The Original "Hybrid Warfare" – Part I." National Security Review. Vol. 7 No. 2. (2021): 61.

⁶⁹ NEMETH, B. Future War and Chechnya: A Case for Hybrid Warfare. Thesis. Monterey: Naval Postgraduate School. (2002)

⁷⁰ HOFFMAN, FRANK G. "Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars." Arlington, VA: Potomac Institute for Policy Studies. (2007)

⁷¹ RÁCZ ANDRÁS "Oroszország hibrid háborúja Ukrajnában." KKI-tanulmányok. Külügyi és Külgazdasági Intézet, Budapest. (2014): 7.

közepes és kemény módszereinek, eljárásainak rugalmas alkalmazása abból a célból, hogy az ellenség államát, fegyveres erőit működésképtelenné, védtelenné tegyük és akaratunkat rákényszeríthessük, legfőképpen azzal a stratégiai céllal, hogy az erőszak szintje a konfliktus folyamán ne haladja meg a háborús szintet.”⁷² Vagyis a célok elérése érdekében egy összehangolt módszerről van szó, mely alkalmaz mind kényszerítő, mind bomlasztó tevékenységeket olyan formában, hogy az adott tevékenység ne minősüljön hivatalosan elismert hadviselésnek. Ezen tevékenységeket pedig a modern technológiai eszközök által sokkal gyorsabban képes elérni egy állam, ami segíti a lakosság megnyeréséhez is szükséges információs fölény megszerzését.⁷³ A lakosság, illetve a nemzetközi közvélemény megnyeréséhez, támogatásának megszerzéséhez pedig az előző fejezetben már említett pszichológiai hadviselést, illetve propaganda módszereket alkalmazzák a döntéshozók. A hagyományos hadviselést képviselő felek ezen tényező fontosságát kevésbé tudták felmérni, így a lakossággközpontú szemlélet helyett sok esetben továbbra is az ellenségre fókuszálva próbáltak konfliktusokat megoldani. Ez a szemléletbeli különbség tette lehetővé a határvonalak összemosását a hadviselési módozatok között.⁷⁴

A témakör különböző, akár történeti vagy időbeli megközelítéseivel más-más, eltérő válaszokat generált. Ahhoz, hogy egy fenyegetést hibridként értékeljünk, az alkalmazási eszközöket és a szándékot egyaránt vizsgálni kell, mindezt pedig az aktorok, az eszköztár, a műveleti tartományok felől, a fenyegetettség szintje és egyéb tényezők figyelembevételével. Fontos kiemelni, hogy a hibrid kihívások és a vonatkozó hadviselési jelleg nem újkeletű jelenség. Inkább modern gyűjtőfogalomnak tekinthető, amely magában foglalja mindazon ellenséges törekvéseket, melyek akár közvetlen katonai beavatkozás nélkül is veszélyeztetik egy ország vagy egy szövetség biztonságát, illetve bomlasztó hatással lehetnek a megcélzott állam belügyeire. A kifejezetten hadtudományi elemzések mellett például játékelméleti, pszichológiai és szociológiai megközelítések is napvilágot láttak, ezzel is a hibrid sokrétűségét bizonyítva. Magára a „hibrid hadviselés” kifejezésre alapvetően nyugati fogalomként lehet hivatkozni Dmitry Adamsky katonai szakértő szerint, a kulturális értékrendet, a gondolkodást és koncepcióit tekintve.⁷⁵ Ide tartozó nyugati koncepciók például az aszimmetrikus hadviselés, az új háborúk elmélete, a szürke zónás hadviselés, a negyedik generációs hadviselés vagy az

⁷² RESPERGER ISTVÁN: A válságkezelés és a hibrid hadviselés. Dialóg Campus Kiadó. Budapest. (2018): 21.

⁷³ JÓJÁRT KRISZTIÁN "A hibrid hadviselés és a jövő háborúja." Honvédelmi Szemle. 148/1. (2020): 7.

⁷⁴ PORKOLÁB IMRE "Hibrid hadviselés: új hadviselési forma, vagy régi ismerős?" Hadtudomány. 25:3-4 (2015): 39.

⁷⁵ ADAMSKY, D. "Cross-Domain Coercion: The Current Russian Art of Strategy." Proliferation Papers. No. 54. (2015): 21.

összetett hadviselés. A különféle hibrid műveletekhez köthető taxonómiák közös pontjaként elemezhető a „szürke zónában” való tevékenységek idesorolása, vagyis, hogy a nyílt fegyveres konfliktus szintje alatt maradnak. Ebből a szempontból érdekesség, hogy a 2022. február 24 óta folyó orosz – ukrán háború nem tartozna a hibrid fogalmának kereteibe, ugyanis Oroszország a már korábban Georgiában vagy Csecsenföldön is alkalmazott kombinált modellt (katonai és nem katonai eszközöket ideértve) alkalmazza jelenleg ahelyett, hogy a már korábban sikert hozó krími annexiót követte volna.⁷⁶ Fontos látni emellett a politikai kontextust, mely elválaszthatatlanul jelen van a hibrid hadviselés minden szegletében.⁷⁷ A hibrid fenyegetés azonosításához és elemzéséhez az alkalmazási eszközöket, módszereket és a politikai szándékot egyaránt vizsgálni szükséges. A politikai érdekek burkolt jellegű nyomatékosítása egy gyakori technika, amely a propaganda szempontjából leginkább dolgozati témához kapcsolódik, így a hibrid hadviselés témakörével is szorosan összefügg.

3.1. Az orosz–ukrán háború vizsgálata a propaganda és a hibrid műveletek szempontjából

A stratégiai befolyásszerzést célzó tevékenységek az ukrain háború vonatkozásában nem csupán az első napoktól voltak tetten érhetők. Érdekes kisebb visszatekintéssel fordulni az események felé annak érdekében, hogy tisztább képet kapjunk a közvéleményt befolyásoló tényezőkről és azok háttéréről.

Vlagyimir Putyin orosz elnök 2007 február 10-én a müncheni biztonsági fórumon tartott beszéde elemzők szerint fordulópontnak tekinthető Oroszország és a Nyugati országok⁷⁸ kapcsolatában. Ezen beszédben az orosz elnök sérelmeket és burkolt fenyegetéseket fogalmazott meg a jelenlévő nyugati diplomaták képviselt államaival szemben.⁷⁹ A beszéd ideológiai felvetései nem voltak újkeletűek, mivel az orosz „realista külpolitikai doktrína” szerint volt megfogalmazva, mely az Egyesült Államok által vezetett egypólusú világ gondolatát állítja középpontba, mely Oroszország szempontjából elfogadhatatlannak bizonyul ezen gondolatsík alapján.⁸⁰ Emellett a beszéd Alexandr Dugin, Putyin elnök fő ideológusa

⁷⁶ Atlantic Council "What Russia's war in Ukraine shows the US about hybrid conflict with China." (2023) <https://www.atlanticcouncil.org/content-series/hybrid-warfare-project/what-russias-war-in-ukraine-shows-the-us-about-hybrid-conflict-with-china/> (Letöltés: 2023. 04. 20.)

⁷⁷ Kiss (2019): 18-19.

⁷⁸ Politikai értelemben véve.

⁷⁹ A beszéd teljes átirata: <http://en.kremlin.ru/events/president/transcripts/24034> (Letöltve: 2023. 04. 21.)

⁸⁰ RUMER, E. "The Primakov (Not Gerasimov) Doctrine in Action. The Return of Global Russia." Carnegie Endowment. (2019): 8.

politikai irányelveit is ötvözte a „Pax Americana” végével kapcsolatban, a liberális világrend megkérdőjelezésével.⁸¹ Az elképzelés végrehajtására végül a különböző belpolitikai manőverek (oligarchák megtörése és a Kreml alá rendelése, gazdasági bázis megteremtése) által történtek kísérletek már 2008-ban, Georgiában is, de végül a világ Geraszimov által ismerhette meg mélységeiben a krími események bekövetkezése által. Az orosz vezérkari főnök neve és 2013-as cikke⁸² megkerülhetetlen viszonyítási ponttá vált a hibrid műveletekkel foglalkozó szakirodalomban.

A hibásan „Geraszimov-doktrínaként” emlegetett gondolatokat érdekes módon nem egy Nyugat elleni fellépés terve motiválta, hanem Geraszimov inkább az esetleges fenyegetések elleni védekezés szellemiségével írta. A szerző ugyanis az Arab Tavasz eseményeit, a NATO líbiai beavatkozását és a poszt–szovjet térség „színes forradalmait” vizsgálva jutott arra a konklúzióra, hogy a háború szabályai megváltoztak, illetve, hogy a Nyugat már nem-katonai eszközökkel éri el a kívánt stratégiai célokat.⁸³ A szerző szerint a háború szintjei elmosódtak, így immár nem beszélhetünk csak stratégiai vagy kizárólag harcászati szintről. A katonai erő közvetlen bevetése helyett pedig a hadviselés a különböző nem katonai eszközök katonai erővel kombinált alkalmazására épül. Az ellenfél például a háterszág támadásával, az információs hadviselés által készíti elő a terepet a fegyveres beavatkozásra, ez is bizonyítja, hogy a nem katonai eszközök szerepe megnőtt és akár meg is haladhatja a fegyverek erejét.⁸⁴ Érdemes megjegyezni, hogy a Geraszimov által megfogalmazottaknál az ukrajnai háború, illetve az azt megelőző orosz lépéssorozat jóval szélesebb skálán mozog. A stratégiai célok elérése érdekében ugyanis katonai, technológiai, információs, gazdasági, kulturális és diplomáciai eszközök igénybevétele is tetten érhető. Az orosz eszköztár Schnaufer szerint egy nagyobb stratégiára épít, mely összemosza a béke, válság, konfliktus és háború szintjeit, illetve az állam legszélesebben vett eszköztárát is igénybe veszi a célok elérése érdekében. Az orosz stratégia központi eleme a szerző szerint az ellenfél politikai akaratának megtörése, a társadalmi ellenállóképesség megtörése, illetve a nem katonai befolyásolási és nyomásgyakorlási eszközök egyidejű és összehangolt alkalmazása. A nem-lineáris háborúval leírt orosz módszerekkel kapcsolatban kiemeli Schnaufer, hogy a konfliktus bevezető szakaszában a politikai destabilizáció játszik hangsúlyos szerepet, majd az ellenfél demoralizálása, illetve az esetlegesen beavatkozó egyéb államok elrettentése, ezt követően pedig a befolyási övezet

⁸¹ DREHLE, D. "The man known as 'Putin's brain' envisions the splitting of Europe – and the fall of China." Washington Post. (2022)

⁸² GERASZIMOV, V. "Cennoszty nauki v predvigenyii." Vojenno-promislennij kurjer, 8. sz. (2013)

⁸³ JÓJÁRT K. (2020): 9.

⁸⁴ RÁCZ A. (2014): 6.

helyreállítása a fő cél. Eszerint az összes szinten főszerepet kap a propaganda alkalmazása a háborús időszakban, hiszen az által lehet hatékony befolyásolási műveleteket tanúsítani a háttérországban, illetve az egyéb beavatkozni kívánó államok közvéleményére vonatkozóan.⁸⁵

Az orosz hibrid képességekre lassan reagáló nyugati közösség az események gyors forgatagában egy szempillantás alatt a befagyott ukrajnai helyzettel találta szembe magát. A NATO és az Európai Unió hibrid műveletekkel kapcsolatos közel egy évtizedes tevékenységét is ennek fényében lehet értékelni. Ezzel kapcsolatban kiemelendő, hogy a tagállamok nemzeti percepciói jelentősen eltérhetnek, így a nehézségek emiatt is fokozottan szembetűnőek.

A NATO a hibrid fenyegetések elleni fellépés keretét meghatározó, átfogó stratégiával 2015 óta rendelkezik. A sikeres szövetségi fellépés feltétele, hogy a NATO és a szövetségesek képesek legyenek időben felismerni és elkövetőhöz rendelni az ellenük irányuló tevékenységeket, emellett megfelelő ellenállóképességgel rendelkezni a reagáláshoz és felkészülni a gyors helyzetértékelésre és döntésre a hatékony válaszlépések megtételéhez. A 2022. június végén elfogadott új Stratégiai Konceptióban⁸⁶ a szövetség kinyilvánította, hogy hibrid akciók is elvezethetnek az 5. cikkely (kollektív védelem) aktiválásához (fontos hangsúlyozni, hogy ez önmagában nem jelent még katonai válaszadást). Ami a hibrid művelet fogalmi jelölését illeti, a koncepció csupán tág vonatkozásában értelmezi azt. A terminológiai tisztázatlanságot a szövetség részéről a NATO 2030 jelentés próbálja orvosolni, a következők szerint: „Az úgynevezett 'hibrid' módszereket, mint a propagandát, a megtévesztést, a szabotázszt és más nem katonai taktikákat mindig használták a hadviselés történetében az ellenfelek belső gyengítésére. A digitális korszak a maga gyors technológiai változásaival és globális összekapcsoltságával vonzóbbá tette ezeket a módszereket, megnövelve sebességüket, kiterjedésüket és felerősítve hatásukat.”⁸⁷

Az Európai Unió hibrid fenyegetésekkel szembeni fellépésének alapjait a 2016-os keretdokumentum (*Joint Framework*) határozza meg,⁸⁸ amely az egyes hibrid kihívási területekhez (kritikus infrastruktúra, kiberbiztonság, energetika, ellátási láncok, hadsereg,

⁸⁵ SCHNAUFFER, TAD A. II. "Redefining Hybrid Warfare: Russia's Non-linear War against the West." *Journal of Strategic Security*. No. 1. (2017): 17-31.

⁸⁶ NATO 2022 Strategic Concept. https://www.nato.int/nato_static_fl2014/assets/pdf/2022/6/pdf/290622-strategic-concept.pdf (Letöltés: 2022. 04. 22.)

⁸⁷ NATO 2030: United for a New Era. 45. https://www.nato.int/nato_static_fl2014/assets/pdf/2020/12/pdf/201201-Reflection-Group-Final-Report-Uni.pdf Idézi: Jakusné Harnos Éva "A tagállamok NATO-támogatásának lehetőségei a hibrid műveletekkel szembeni küzdelemben." *Political Capital*. (2022) https://politicalcapital.hu/hirek.php?article_read=1&article_id=3046 (Letöltés: 2023. 04. 22.)

⁸⁸ Joint Framework on countering hybrid threats – a European Union response. (2016) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016JC0018> (Letöltés: 2022. 04. 22.)

egészségügy, ipar, szállítás, stratégiai kommunikáció stb.) kapcsolódóan fogalmaz meg intézkedéseket. A keretdokumentum kiemeli a hibrid fenyegetéseket jellemző eszközök közül a tömeges dezinformációs kampányokat, a közösségi média felhasználását a politikai narratíva irányítására, illetve a proxy szereplők radikalizálására, toborzására és irányítására.⁸⁹ Emellett hangsúlyozza a dokumentum, hogy az Európai Unió tagállamainak biztonsága szempontjából releváns, hogy a fenyegetésekre megfelelő stratégiai kommunikáció alkalmazásával tudjon reagálni. A gyors, tényszerű válaszok és a hibrid fenyegetésekkel kapcsolatos közvélemény tudatosítása a társadalmi ellenálló képesség növelésének fő tényezői.⁹⁰ A 2022-ben elfogadott Stratégiai Iránytű⁹¹ – immár az ukrajnai események tükrében is – rendkívül komoly hangsúlyt helyez a hibrid kampányok elleni összehangoltabb intézményi és tagállami fellépésre. A dokumentum többek között konkrét feladatként szabta a hibrid, illetve a külföldi beavatkozás és információmanipuláció (*FIMI – Foreign Information Manipulation and Interference Toolbox*) elleni fellépést szolgáló eszköztárak kidolgozását.

Az oroszok által alkalmazott propaganda és dezinformáció a világháborúban tapasztaltaknál is magasabb szintet ért el napjainkra. A valóságban folytatott hibrid tevékenységek mértékét valószínűleg csak később fogjuk megismerni, vagy az is lehet, hogy soha, teljes felsorolása pedig túlmutatna e dolgozat keretein. Egy-egy pontban azonban kitérek az ukrajnai háború szempontjából releváns események vizsgálatára, melyeket a hibrid hadviselés fő tényezőin keresztül vizsgállok meg.

Az Ukrajna ellen indított invázió alapjaiban is illeszkedik a Nyugat és Oroszország konfliktusába. Az Ukrajna elleni fegyveres támadás megindításához vezető végső döntés mögötti megfontolások részleteiről valószínűleg csupán az utókor fog tudomást szerezni, ám a Nyugat ellen folytatott széles körű hibrid kampány szerepet játszhatott benne. 2021 második felére orosz szempontból több olyan állapot jelent meg, melyek kiaknázandó lehetőségeket hoztak magukkal. A COVID-19 járvány a lakosság kifáradása és pszichológiai terhelhetőségének határai beszűkültek, emellett további ösztönző tényező lehetett a Biden amerikai elnök megválasztását követő megosztottság az Egyesült Államokban. A 2021 őszen a fehérorosz-litván határon bekövetkezett migrációs válsághelyzetre adott gyengekező

⁸⁹ Joint Framework on countering hybrid threats – a European Union response. (2016): 2.

⁹⁰ Joint Framework on countering hybrid threats – a European Union response. (2016): 4-5.

⁹¹ European Union External Action (EEAS): A Strategic Compass for Security and Defence. https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/documents/strategic_compass_en3_web.pdf (Letöltve: 2022. 04. 22.)

válaszreakció tovább erősíthette az oroszokban a megosztott, sebezhető és energetikailag kiszolgáltatott Európa képét.

A poszthegemoniálisként is emlegetett konfliktust nem lehet csupán a két fél között vizsgálni.⁹² Mint már többször szó volt róla, a Nyugat is szerves részt kap az események körülményeinek alakítását illetően, így a „régifelfogás”, államközi konfliktus helyett a hibrid hadviselésre jellemző, összetett, több állam érdekét is magába foglaló hadműveletekről beszélhetünk. A nyugati támogatás elnyerése és annak minél nagyobb bevonása a háborúba elsődleges célja az ukrán félnek. Ez - sokszor akár erőszakosnak tűnő - a politikai kommunikációban is felfedezhető az ukrán elnök részéről. Egy 2022 decemberében közölt CNN cikkben például Zelenskij ukrán elnök azzal érvel a fegyvertámogatás kapcsán a nyugati vezetők irányába, hogy „ez egy befektetés a globális biztonságba és a demokráciába, amelyet a legfelelősségteljesebben kezelünk.”⁹³ A „legfelelősségteljesebb kezelés” alatt a kért fegyverzet önvédelemre való felhasználását érthette az ukrán elnök, ezzel is biztosítva a feleket arról, hogy náluk jó helyen lesz a fegyverük, kiérdemlik azt, ráadásul még világszinten is pozitív tettet hajthatnak véghez azzal, ha megadják amit kérnek. Egy másik találkozón ennél azonban jóval lényegretörőbben fogalmazva, Németország vezetője felé az ukrán elnök így szólt: „Ha van Leopárd [harckocsik], akkor adjátok át nekünk.”⁹⁴

Kiemelendő még, hogy az új infokommunikációs technológiák segítségével a közvélemény manipulálására is kiemelt hangsúlyt fektetnek a felek. Nap mint nap találkozhatunk olyan cikkekkel, képekkel vagy videókkal, melyek alternatív képet alkotnak a valóságról. Az információs hadviselés keretében a propaganda egyértelműen a digitális térbe költözött, melyet az ukrainai háború kapcsán is láthatunk. Ez amiatt is lehet, mivel az összetett jelenségek megértésének vágya különösen erős akkor, amikor egy váratlan, rendkívüli és szokatlan esemény történik, ilyen egy háború is. Egy ilyen helyzetben pedig erős a biztos tudás iránti vágy és nő az információéhség.

A háborút közvetlenül megelőzően komoly jelentősége lehetett annak, hogy az amerikai vezetés a háború előtt nyilvánosságra hozott hírszerzői anyagokat az ukrainai támadás

⁹² TÁLAS Péter "A poszthegemoniális nemzetközi hatalmi rendről." Kajtár G., Sonnevend P. (szerk.) A nemzetközi jog, az uniós jog és a nemzetközi kapcsolatok szerepe a 21. században. ELTE Eötvös Kiadó. Budapest. (2021): 841-854.

⁹³ LIPTAK K., VAZQUEZ M. "Zelensky delivers impassioned plea for more help fighting Russia on the 'frontline of tyranny'." CNN (2022.12.21.) <https://edition.cnn.com/2022/12/21/politics/zelensky-biden-washington-visit-ukraine-russia-war/index.html> (Letöltve: 2023. 03. 20.)

⁹⁴ BBC News. "Ukraine war: Give us tanks, says Zelensky, as Western allies meet." (2023.01.20.) <https://www.bbc.com/news/world-europe-64341337> (Letöltve: 2023. 04. 20.)

előkészületeiről, mellyel vélhetően nyomást akartak gyakorolni Oroszországra. Ez a lépés nagyban hozzájárult ahhoz, hogy az orosz háborús narratíva ne nyerhessen teret. Ukrajna számára átadta az információs kezdeményezést, illetve rendkívül gyors reakciót adhatott ezáltal a digitális térben, hogy a nyugati közösségi és hagyományos médiában, valamint a közvélemény tekintetében fölényt szerezzen, illetve a már fent említett információéhséget hatékonyabban enyhítse.

Oroszország tekintetében is megállapítható, hogy nagyban fokozódott a közösségi média platformokon való jelenléte, viszont a háború kirobbanása után propagandát terjesztő platformoknak címkézte valamennyit, így letiltották többségüket, ideértve a Facebookot, Twittert, Instagramot és WhatsAppot.⁹⁵ Az orosz állam nem szenved nagy hátrányt abból, hogy nincs jelen ezen platformokon, hiszen a média úgyszólván közli Putyin és az orosz képviselők üzeneteit – habár jellemzően nyugati narratívák szerint - amely egycsatornás kommunikációt eredményez. Ellenben az orosz szankcióknak komoly társadalmi hatása van az orosz népre vonatkozóan, akik elszigetelődnek a valós időben megjelenő hírektől, így csak az államilag leadott propagandából tudnak tájékozódni, növelve ezzel a jelenlegi orosz vezetés támogatását.

4. A PROPAGANDA SZEREPE AZ OROSZ – UKRÁN HÁBORÚBAN

Végezetül visszatérek az Ellul által kidolgozott ellentétpároknak az orosz – ukrán háborús propagandára való alkalmazhatóságára.

Ehhez elsődlegesen fontos megállapítani, hogy az ellentétpárok közül melyikre vonatkoztatható maga a háborús propaganda.

A politikai propaganda kapcsán egyértelműen hozzá kapcsolható, mivel annak a lakosság viselkedésének megváltoztatása a fő célja, mely a háborúban elengedhetetlen. Emellett a politika szorosan összefonódik a háborúval, bármilyen politikai döntés hatása megsokszorozódik háborúban (lehet itt gondolni akár egy látogatásra a háborús fél irányába egy állami vezető részéről).

A szociológiai propaganda nem valószínűsíthető háborús propagandának, mivel ennél a típusnál az ideológia általában előbb megszületik, mint egy szociális tényező, amely azt kiváltaná.

⁹⁵ "Facebook hits out at Russia blocking its platforms." BBC News. (2022.03.04.) <https://www.bbc.com/news/technology-60626777> (Letöltve: 2023. 04. 21.)

Az agitációs propaganda mindenképpen ide tartozik, ugyanis a feszültség szítása alapelemnek tekinthető egy háború sikeres véghezvitelét illetően.

Az integrációs propaganda is a háborús propagandához köthető, mivel egységes nézőpont kialakítása a célja a lakosságban, mely a döntéshozók számára létfontosságú, mivel az a katonákra is motiválóan hat.

A vertikális – horizontális relációban a propagandista személyének kiléte érdekes, illetve az, hogy kikre irányulnak elsődlegesen. A vertikális mindenképp lehet háborús időszakban is, hiszen tömegeket képes megmozgatni. Viszont a közösségi médiában például a tömegek érzelmeinek felkorbácsolása, vagyis az agitáció amiatt hatékonyabb, mert horizontálisnak van álcázva és egységes attitűd kialakítására is könnyebben képes. A társadalom pedig nem érzékeli azt, hogy ki vagy mi az üzenetek forrása.

Végezetül az irracionális – racionális ellentétpár kapcsán kijelenthető, hogy Ellul szempontrendszerét figyelembe véve mindkét típus esetében jelen lehet a háborús propaganda, mivel az érzelmi szimbólumok és mítoszok az irracionálisnál a közvélemény nézőpontjának befolyásolására mindig is használatos volt. A racionális tekintetében viszont sokkal kisebb mértékben, ugyanis az agitációnak, az érzelmi hatás felfokozásának a célja az, hogy elnyomják a racionális szempontokat, például a halottak számának igazolása kapcsán.

Az ellentétpárokon felül érdemesnek tartom még számba venni a szintén Ellulhoz köthető előpropaganda elméletet.

Ehhez elsősorban a háború előtti időszakban létrehozott cél nélküli sztereotípiákat, képeket és a kétértelműséget kötötte Ellul. Az orosz-ukrán háború kapcsán példa erre az orosz igazolás kérdése a támadás jogosságára vonatkozóan. A hivatalos kommunikáció szerint a NATO bővülése harminc éve folyamatosan veszélyt jelent, ennek következménye, hogy Kijev oroszellenessé vált és nyolc éve követ el népirtást Kelet-Ukrajnában. Emellett az a narratíva is teret kapott, hogy Ukrajna nukleáris fegyver kifejlesztésén dolgozott és ezért indokolt az orosz beavatkozás.⁹⁶

Másik szempont az előpropaganda vizsgálata szempontjából annak megállapítása, hogy a célcsoport milyen mértékben fogékony az adott üzenetre. Az ukrajnai háború kapcsán egyértelműen megállapítható, hogy nagy mértékben, ez onnan is látszik, hogy a feleknek le kellett tiltania egymás sajtóhíreinek terjedését a „saját területeiken”.

⁹⁶ EEAS: Disinformation About Russia's invasion of Ukraine-Debunking Seven Myths spread by Russia. (2022) https://www.eeas.europa.eu/delegations/china/disinformation-about-russias-invasion-ukraine-debunking-seven-myths-spread-russia_en?s=166 (Letöltés: 2022.10.30.)

Az utolsó szempontja Ellulnak a mítoszok kiépítéséhez volt köthető a lakosság irányába. A 2. fejezet 2. alfejezetében kifejtett mítoszhoz kapcsolható például a hősiesség hangsúlyozása, melynek alkalmazását az ukrán fél különösen kihasználta már a háború kezdeti hónapjaiban is. Ide sorolható például a sajtóban kiemelt figyelmet kapó Kígyó-szigeti ukrán katonák hősiessége.⁹⁷

5. KÖVETKEZTETÉSEK

A dolgozatom írásának idejében is zajló orosz – ukrán háborúban a jelenlegi katonai eszközök alkalmazása mellett egyéb, nem-katonai eszközök is fellelhetők (különös tekintettel az információs- és kognitív térben), melyek összehangoltan, kölcsönösen alakítják az eseményeket. Ennek kapcsán főként a befolyásolás modern technológiákra épülő módszereinek változását kívántam bemutatni és elhelyezni az információs- és kognitív műveletek tekintetében. Több definíció összehasonlítása és elemzése, illetve a felhasznált szakirodalom alapján a kutatásom eredményeként megállapítható, hogy a jelenlegi orosz – ukrán háború tekintetében a propaganda eszközeit és alkalmazását tekintve is változott. Ezen „változó” propaganda fogalom pedig a mai hibrid műveletek felfogásába is beilleszthető.

A közösségi média általi közlési csatorna lehetővé teszi a valós internethasználó személyek folyamatos monitorozását, figyelését. Ezzel a célzott üzenetek hatása növelhető, emellett az agitáció, vagyis a fokozott érzelmi állapot előidézhető, így kognitív szinten képes az egységes attitűd kialakítására a propagandista.

Összességében kijelenthető, hogy az orosz-ukrán háború hibrid műveletnek nevezhető mind Ellul ellentétpárjai, illetve előpropagandáját, mind a szakirodalmi definíciókat figyelembe véve.

⁹⁷ "Snake Island: Ukraine says troops who swore at Russian warship are alive." BBC News. (2022.02.28.) <https://www.bbc.com/news/world-europe-60554959> (Letöltés: 2023. 04. 25.)

FELHASZNÁLT SZAKIRODALOM

- ACHKASOVA, V. A., ZHURAVLEVA, N. N., BABANOVA, E. A. "Effectiveness of Propaganda Influence: Methodology and Challenges of the Internet Space." IEEE Communication Strategies in Digital Society Seminar. (ComSDS) (2020)
- ADAMSKY, D. "Cross-Domain Coercion: The Current Russian Art of Strategy." Proliferation Papers. No. 54. (2015)
- Atlantic Council "What Russia's war in Ukraine shows the US about hybrid conflict with China." (2023) <https://www.atlanticcouncil.org/content-series/hybrid-warfare-project/what-russias-war-in-ukraine-shows-the-us-about-hybrid-conflict-with-china/> (Letöltés: 2023. 04. 20.)
- BÁNYÁSZ PÉTER "A közösségi média szerepe a lélektani műveletekben az elmúlt időszak válságainak tükrében." Szakmai Szemle. 2016/1. (2016)
- BENNETT, G. "Propaganda and Disinformation: How a Historical Perspective Aids Critical Response Development." The SAGE Handbook of Propaganda, P. Baines, N. O'Shaughnessy and N. Snow (eds.) London, California, New Delhi and Singapore: SAGE Publications. (2020)
- CAREY, A. Taking the risk out of democracy: Corporate propaganda versus freedom and liberty A. Lohrey, ed. Urbana: University of Illinois Press. (1997)
- CSIKI VARGA T., DEÁK A. GY., EGRESI Z., HÁDA B., JÓJÁRT K., KEMÉNY J., TÁLAS P. "Az orosz-ukrán háború első évének tanulságai." Stratégiai Védelmi Kutatóintézet Elemzések. 2023:3 (2023)
- DREHLE, D. "The man known as 'Putin's brain' envisions the splitting of Europe – and the fall of China." Washington Post. (2022)
- ELLUL, J. Propaganda: The Formation of Men's Attitudes. New York: Vintage Books. (1965)
- European Union External Action (EEAS): A Strategic Compass for Security and Defence. https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/documents/strategic_compass_en3_web.pdf (Letöltve: 2022. 04. 22.)
- FRY, E. "Persuasion Not Propaganda: Overcoming Controversies of Domestic Influence in NATO Military Strategic Communications." Defence Strategic Communications. (2022)
- GERASZIMOV, V. "Cennoszty nauki v predvigyenyii." Vojenno-promislennij kurjer. 8. sz. (2013)
- HAIG ZSOLT: Információs műveletek a kibertérben. Budapest. Dialóg Campus Kiadó. (2018)

- HEAP, B., HANSEN, P., GILL, M. "Strategic Communications Hybrid Threats Toolkit. Applying the principles of NATO Strategic Communications to understand and counter grey zone threats." Riga: NATO Strategic Communications Centre of Excellence. (2021)
- HOFFMAN, FRANK G. "Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars." Arlington, VA: Potomac Institute for Policy Studies. (2007)
- HOLECZ JÓZSEF "The Original "Hybrid Warfare"–Part I." National Security Review. Vol. 7 No. 2. (2021)
- IYENGAR, S. "A Typology of Media Effects." The Oxford Handbook of Political Communication. Kate Kenski and Kathleen Hall Jamieson (eds.) (2017)
- JAKUSNÉ HARNOS ÉVA "A befolyásolás módszereinek változása a média fejlődésének fényében." Honvédségi Szemle. 144:2 (2016)
- JAKUSNÉ HARNOS ÉVA "A tagállamok NATO-támogatásának lehetőségei a hibrid műveletekkel szembeni küzdelemben." Political Capital. (2022) https://politicalcapital.hu/hirek.php?article_read=1&article_id=3046 (Letöltés: 2023. 04. 22.)
- Joint Framework on countering hybrid threats – a European Union response. (2016) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016JC0018> (Letöltés: 2022. 04. 22.)
- JÓJÁRT KRISZTIÁN "A hibrid hadviselés és a jövő háborúja." Honvédelmi Szemle. 148/1. (2020)
- JOWETT, GARTH S., O'DONNELL, V. Propaganda & Persuasion. 6th ed. Thousand Oaks, Calif: SAGE. (2015)
- KISS ÁLMOS PÉTER "A hibrid hadviselés természetrajza." Honvédelmi Szemle. 147:4. (2019)
- LASSWELL, H. D. "The Study and Practise of Propaganda." Propaganda and Promotional Activities: An Annotated Bibliography. NED-New ed. University of Minnesota Press. (1935) <http://www.jstor.org/stable/10.5749/j.ctttt5xg>
- LASSWELL, H. D. Propaganda technique in the World War. New York: Peter Smith. (1938)
- LIPPMANN, W. Public Opinion. Transaction Publishers. New Brunswick and London. Second printing. (1998)
- MARLIN, R. Propaganda and the Ethics of Persuasion. Second Edition. Peterborough: Broadview Press. (2013)
- MICHLIN-SHAPIR, V. "The Long Decade of Disinformation. Defence Strategic Communications." Defence Strategic Communications. Vol. 9. (2020)

https://www.nato.int/nato_static_fl2014/assets/pdf/2022/6/pdf/290622-strategic-concept.pdf (Letöltés: 2022. 04. 22.)

NEMETH, B. Future War and Chechnya: A Case for Hybrid Warfare. Thesis. Monterey: Naval Postgraduate School. (2002)

PORKOLÁB IMRE "Hibrid hadviselés: új hadviselési forma, vagy régi ismerős?" Hadtudomány. 25:3-4 (2015)

PRATKANIS, A. R., ARONSON, E. Age of propaganda: The everyday use and abuse of persuasion (2nd ed.) New York: Freeman. (2001)

RÁCZ ANDRÁS "Oroszország hibrid háborúja Ukrajnában." KKI-tanulmányok. Külügyi és Külgazdasági Intézet, Budapest. (2014)

RESPERGER ISTVÁN: A válságkezelés és a hibrid hadviselés. Dialóg Campus Kiadó. Budapest. (2018)

RUMER, E. "The Primakov (Not Gerasimov) Doctrine in Action. The Return of Global Russia." Carnegie Endowment. (2019)

SANCHEZ, L. NATO Parliamentary Assembly, Special Report. Committee on the Civil Dimension of Security. Bolster the Democratic Resilience of the Alliance Against Disinformation and Propaganda. (2021)

SCHNAUFFER, TAD A. II.: "Redefining Hybrid Warfare: Russia's Non-linear War against the West." Journal of Strategic Security. no. 1. (2017)

TÁLAS Péter "A poszthegemoniális nemzetközi hatalmi rendről." Kajtár G., Sonnevend P. (szerk.) A nemzetközi jog, az uniós jog és a nemzetközi kapcsolatok szerepe a 21. században. ELTE Eötvös Kiadó. Budapest. (2021)

TAYLOR, P. Munitons of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era. 1990; Manchester and New York: Manchester University Press. (2003)

WANLESS, A., BERK, M. Participatory Propaganda: The Engagement of Audiences in the Spread of Persuasive Communications. Conference: Social Media & Social Order, Culture Conflict 2.0. Oslo. (2017)

ZAFFRAN, R. "Strategic Narrative and Security." Taylor, B. C. and Bean, H. (eds.) The Handbook of Communication and Security. New York; London: Routledge; Taylor and Francis Group. (2019)

FELHASZNÁLT ÚJSÁGCIKKEK

"Facebook hits out at Russia blocking its platforms." BBC News. (2022.03.04.)

<https://www.bbc.com/news/technology-60626777> (Letöltve: 2023. 04. 21.)

"Snake Island: Ukraine says troops who swore at Russian warship are alive." BBC News.

(2022.02.28.) <https://www.bbc.com/news/world-europe-60554959> (Letöltés: 2023. 04. 25.)

"Ukraine war: Give us tanks, says Zelensky, as Western allies meet." BBC News. (2023.01.20.)

<https://www.bbc.com/news/world-europe-64341337> (Letöltve: 2023. 04. 20.)

EEAS: Disinformation About Russia's invasion of Ukraine-Debunking Seven Myths spread by Russia. (2022) https://www.eeas.europa.eu/delegations/china/disinformation-about-russias-invasion-ukraine-debunking-seven-myths-spread-russia_en?s=166

(Letöltés: 2022.10.30.)

LIPTAK K., VAZQUEZ M. "Zelensky delivers impassioned plea for more help fighting Russia on the 'frontline of tyranny'." CNN (2022.12.21.)

<https://edition.cnn.com/2022/12/21/politics/zelensky-biden-washington-visit-ukraine-russia-war/index.html> (Letöltve: 2023. 03. 20.)

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra Propaganda-definíciók kategóriái és kutatói (Forrás: Marlin, R. Propaganda and the Ethics of Persuasion. Second Edition. Peterborough: Broadview Press. (2013) alapján saját szerkesztés) 8

2. ábra A propaganda típusok ellentétpárjai (Forrás: Ellul, J. Propaganda: The Formation of Men's Attitudes. New York: Vintage Books. (1965) alapján saját szerkesztés)..... 9