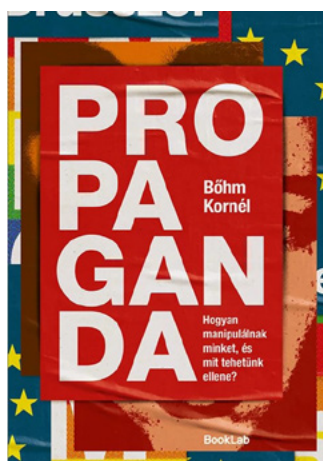




Propaganda, ami körülvesz

Böhm Kornél *Propaganda. Hogyan manipulálnak minket és mit tehetünk ellene?* című könyvéről

Boldog Dalma

Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem

A propagandát a közbeszédben gyakran a politikai kommunikáció egyik eszközeként definiáljuk. Olyan kommunikációs stratégiaként hivatkozunk rá, amelynek célja a tömegek véleményének vagy viselkedésének megváltoztatása. Általában negatív konnotációban használjuk, és nagy történelmi analógiákra hivatkozva olyan szinonimákkal illetjük, mint a befolyásolás, a meggyőzés, a rábeszélés, az agitáció és az agymosás. Ezzel egyidőben kevesen gondolnak a PR- és a marketingtevékenységre, a térképészetre, a mesterséges intelligenciára vagy a gyermekjátékokra mint lehetséges propaganda felületekre.

Böhm Kornél *Propaganda. Hogyan manipulálnak minket és mit tehetünk ellene?* című könyve arra tesz kísérletet, hogy minél szélesebb körben mutassa be a propaganda működését. A propagandának kiterjedt nemzetközi szakirodalma van, ugyanakkor kevés olyan kötetet ismerünk, amely a kommunikáció különféle színtereire bontva ragadja meg a jelenséget. Böhm könyve ezt a hiányt igyekszik pótolni, tág kontextusban értelmezi, és számos konkrét példán keresztül írja le a propagandatevékenységet.

Az első fejezetben Böhm a legfontosabb nemzetközi szakirodalmi tételekre támaszkodva mutatja be a propaganda elméletek történelmi alakulását és a fogalom tartalmának változását. Ismerteti és szintetizálja Walter Lippmann 1922-es közvélemény-elméletét, Harold Lasswell tömegkommunikáció-elemzését, Jacques Ellul második világháborús propagandavizsgálatát, Edward S. Herman és Noam Chomsky konszenzusgyártását, Ivy L. Lee és Edward Bernays PR- és marketingfókuszú megközelítését. Majd számos propaganda fajtát ismertet (mint az agitáció, az integráció, a totális, a nyílt, a burkolt, a vertikális és a horizontális, a racionális és az irracionális, a politikai és a társadalmi, a negatív és a pozitív propaganda) és mutat be közérthető esetek értelmezésén keresztül. Meghatározza azt is, mi számít propagandának és mi nem. Végül definíciót gyúr az elméletekből: e szerint a propaganda a küldő érdekeit szolgálja, nem feltétlenül igaz, manipulációs technikákkal kontrollál és tartja meg a hatalmat, tudatos és szisztematikus, megváltoztatja az észlelést, irányítani próbálja a viselkedést és a gondolkodást, egyoldalú és szelektív, megkerüli vagy elnyomja a befogadó ítélőképességét.

A második fejezet a propaganda pszichológiájáról szól. A szerző itt mélyebb összefüggésekre mutat rá szociálpszichológiai, pszichológiai, nyelvészeti, retorikai és kommunikációtudományi vizsgálatok segítségével. Bemutatja a propaganda hatásmechanizmusát, és olyan fogalmakkal kapcsolja össze, mint a tömegpszichológia és a behaviorizmus (Sigmund Freud, Stanley Milgram és John B. Watson alapján), a tömeglélektan (Gustave Le Bon értelmezésében), a Maslow-i szükséglet hierarchia, a szociális identitás-elmélet (Henri Tajfel szerint) és a félelem pszichológiája (Howard Leventhal és Robin Corey nyomán). Úgy érvel, hogy vannak olyan kommunikációs taktikák – mint például az ismétlés, az *insight*, a keretezés, a mi és ők distinkció, az analógiák felállítása, a szómágia, a gyűnynévadás, a hazugság, az áldozathibáztatás, a semmitmondás, a tanúságtétel, valamint az olyan érveléstechnikai fogások, mint a „nép egyszerű gyermeke” allegória és a hamiskátyás narratíva – és szándékolt érvelési hibák – mint a csúszós lejtő vagy a hamis dilemma –, amelyek felerősítik a propaganda hatását.

A harmadik fejezetben történelmi fókusz érvényesül. Az ősi eredet mítoszoktól kezdve az ókori birodalmakon és az egyházi propagandán át, valamint a nagy uralkodói dinasztiák és az autoriter politikai rendszerek sze-

mélyi kultuszán keresztül a magyar példákig találunk eseteket a politikai vallás, az emlékezetpolitika-formálás, a történelemhamisítás, a kirakatperek, a suttogó propaganda, a demokráciaexport és a cenzúra témaköreiből.

A következő fejezetek – a negyedik, az ötödik, a hatodik és a hetedik – adják a kötet hozzáadott értékét. Ezekből kap az olvasó összefüggő, ám egyben sokrétű képet arról a propagandáról, amelyről kevesebbet hallunk: a mindennapi életben megbújó formáiról. A szerző bemutatja, miként kúszik be a propaganda a képzőművészetbe, az irodalomba, a zenébe, a színházak és a mozik falai közé, hogyan jelenik meg az építészetben, a várostervezésben, a múzeumokban, az oktatási intézményekben és a (gyarmati kori) térképészetben. Rávilágít a globális kapitalizmus és a piaci változások hatására kialakult lobbizás, a feleslegcsökkentés, illetve a PR- és a marketingtevékenység mögött húzódó, szándékolt meggyőzési stratégiákra. Kitér az olyan ritkábban említett színterekre is, mint az egészségkommunikáció, a tudomány vagy a sport világa. Szemlézi a propaganda nyilvános tereken megjelenő formáit is: a rendezvényeket, a plakátokat, a pénzérméket, a rölapokat, az újságokat, a bélyegeket, a karikatúrákat, a rádióműsorokat, a filmhíradókat. Végezetül rámutat arra, hogy az „eredményes” propagandatevékenység nem áll meg a privát szféra határainál, sőt változatos formákban tud testet ölteni a rajzfilmekről kezdve a képregényeken, a társasjátékokon és a diafilmekben keresztül a számítógépes játékokig. A példákkal gazdagon illusztrált, számos közelmúltbeli esetet ismertető fejezet érdeme az, hogy összekapcsolja a korábbi tartalmi egységeket a konkrét társadalmi színterekkel. Ezáltal bemutatja, hogy miként tud a manipuláció észrevétlenül begyűrűzni a mindennapokba, hogyan formálja át a képeket, a hangokat, a jelentéseket, a tapasztalatokat, vagyis miként tud indirekt módon (is) hatást gyakorolni a társadalom tagjaira.

Az utolsó előtti fejezet a jelenkori digitális médiában megjelenő eszközöket és módszereket mutatja be röviden a mesterséges intelligenciától kezdve a *deepfake* tartalmakon keresztül, illetve az álhíreken és a visszhangkamrákon át a metaverzumig. A korrekt ismertetést a legfrissebb közelmúltbeli példák színesítik. Zárásként egy tíz plusz tizenkét pontból álló médiatudatossági listát ajánl a szerző a propaganda felismerésére, amely lista hasznos ismeretanyag lehet a laikusok számára.

Böhm Kornél könyve hiánypótló a magyar nyelvű propagandairodalomban, mert eddig nem készült olyan átfogó kötet, amely szintetizálja az elméleti értelmezéseket, miközben egyszerre fókuszál a propaganda különféle megjelenési formáira, történetiségére és hatásmechanizmusára, és kínál gazdag esettanulmány-gyűjteményt. A példák olyannyira aktuálisak, hogy néhány a kötet megjelenése előtti hónapokban történt. A jól strukturált szerkezet és a közérthető, a szerzőtől megszokott sajátos stílusú (humoros, irodalmi és filmes kikacsintásokkal élő, de egyben tudományos igényű) nyelvezet miatt a *Propaganda* jól használható kézikönyv a téma iránt érdeklődő olvasók számára. (Böhm Kornél: *Propaganda. Hogyan manipulálnak minket és mit tehetünk ellene?* BookLab Kiadó, Budapest, 2025, 311 oldal, 6200 forint.)