

Vicsek Ferenc

Tájékoztatás kontra tájékozottság

A politikaipropaganda-indikátor pilot projekt

A politikaipropaganda-indikátor (Political Propaganda Indicator, PPI) létrehozásával arra teszünk kísérletet, hogy a Freedom House (2019) demokráciaindexé vagy a Transparency International korrupcióérzékelési indexé mintájára olyan mérőszámot hozzunk létre, amely az információs rendszerek feletti hatalommal való visszaélést jelzi. A Dimenzió Média Alapítvány, a Závecz Research Institute és a Mérték Médiaelemző Műhely Vicsek Ferenc kezdeményezése nyomán dolgozta ki azt a mérési módszert, amellyel bemutatható, hogy a politikai propaganda fegyvertárának összehangolt alkalmazásával milyen mértékben téríthető el a társadalmi tudat a tényekből összerakható valóságképtől. E megközelítés abban tér el a korábbi vizsgálatoktól, hogy nem a tájékoztatási rendszer egyes elemeit vizsgálja, amikor a demokratikus feltételek teljesülését elemzi, hanem a tájékozottságot. Azt méri, hogy a közösség mennyire kiszolgáltatott a politikai propagandának.

Kulcsszavak: agymosás, fake news, közösségi hálózatok, médiarendszer, médiaszabályozás, propaganda, sajtószabadság, tájékoztatáspolitikai, tájékozottság

Bevezetés

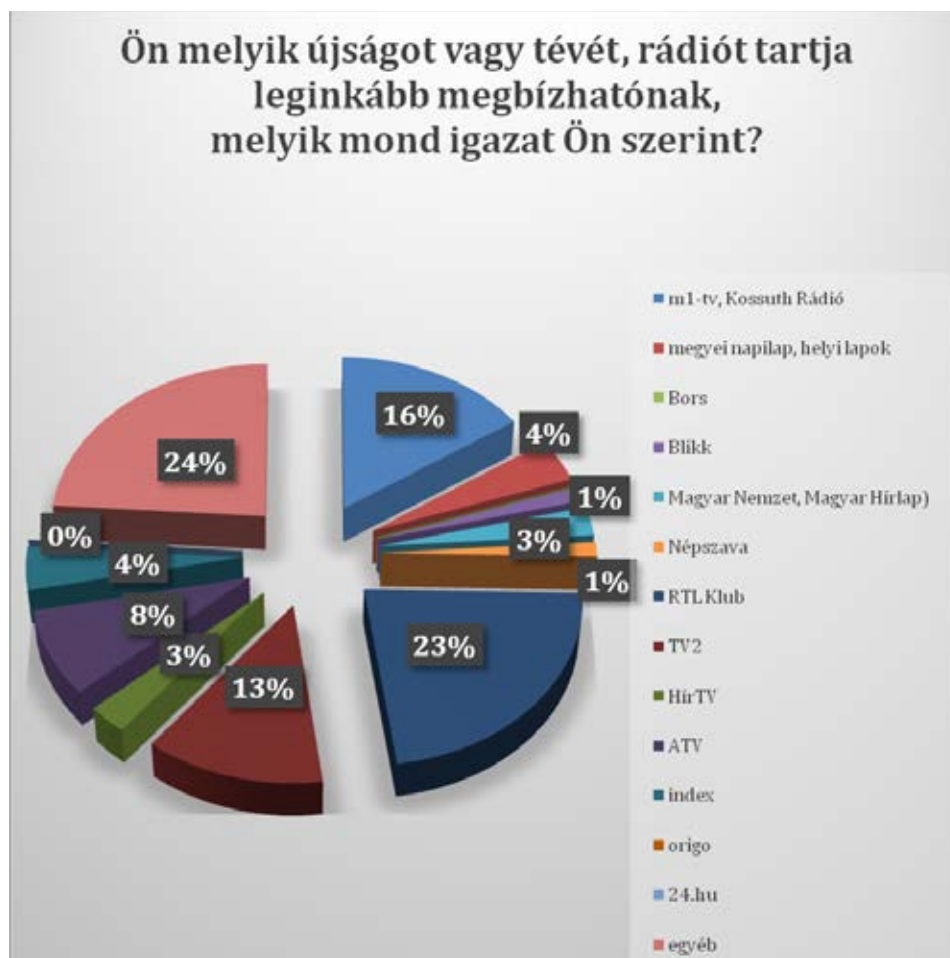
Thomas Jeffersonnak tulajdonítják a mondást: Az információ a demokrácia valutája. Martin József Péter (2019) szerint pedig kéz a kézben jár a sajtószabadság korlátozása és a korrupció. Kéz a kézben a lejtőn – írja találóan a Médiakutatásban megjelent tanulmányban, arra is rámutatva, hogy a sajtószabadság korlátozása elemi szükséglete a korrump hatalomnak. A Mérték Médiaelemző Műhely (2017) több tanulmánya mutatja be, hogy a törvényhozás a médiahatóság, a médiafinanszírozás, a médiaszabályozás átformálásával miként alakította propagandagépezetté a magyar tájékoztatási rendszer jelentős részét. A politikaipropaganda-indikátor bevezetését a közösségi hálózatok elterjedése is indokolja, mert azok alapjaiban változtatják meg az információáramlás és így az informálódás természetrajzát. A kutatás során bebizonyosodott, hogy vannak olyan hamis, az érintettek által és pártatlan médiumok által cáfolt állítások, amelyekről 2019 nyarán, Magyarországon tíz megkérdezettből csaknem öten hitték azt, hogy azok tényszerű kijelentések voltak.

A politikaipropaganda-indikátor (Political Propaganda Indicator, PPI) egy új mérőszám annak azonosítására, hogy a propaganda fegyvertárának összehangolt és egyirányú bevetésével mennyire téríthető el egy-egy közösség vilásképe a propagandaarzenáltól független, kiegyensúlyozott információkból kirajzolódó világtól. Arról tájékoztat, milyen arányban hoznak döntéseket a polgárok manipulált, a politikai akarat kiszolgálására terjesztett, többnyire kifejezetten a közönség félrevezetésére publikált információk, illetve a fontos információk hiánya alapján, például annak köszönhetően, hogy a hatalom visszaél az információk áramlása felett kialakított befolyásával. A PPI azt érzékelteti, milyen mértékben vált a médiarendszer a hatalmi centrum propagandaüzeneinek kiszolgálójává. Nem méri az üzenetek igazságtartalmát, de segít annak megítélésében, hogy a szabad választásokhoz nélkülözhetetlen független, szabad, sokoldalú tájékozódás feltételei milyen mértékben sérülnek.

Ennek érdekében megvizsgáltuk a médiafogyasztási szokásokat abból a szempontból, mennyire volt hatékony a médiakínálat átalakítása. Azt kérdeztük: Ön melyik újságot vagy tévét, rádiót tartja leginkább megbízhatónak, melyik mond igazat Ön szerint? (lásd az 1. ábrát). A pilot projekt adatainak pontosítása ebben a kérdéskörben

is fontos lenne. Nagyobb minta és több oldalról megfogalmazott kérdések igazolhatnák vagy cáfolhatnák a most egyértelműnek látszó képet arról, hogy a megkérdezettek nagyjából negyven százaléka a kormányzati média gépezet hírforrásait tekinti hitelesnek. (A KESMA-lapok mindegyikére nem is kérdeztünk rá tételesen.)

1. ábra



A szólás szabadsága haldoklik – fogalmazott 2019. december elején az Európai Parlament képviselője, Ramóna Strugariu, a Center for Independent Journalism és European Center for Press and Media Freedom *Newsocracy* című közös rendezvényén Budapesten, ahol a téma a közszolgálati médiumoknak a politikai befolyástól való megvédése volt (Newsocracy 2019). A sajtószabadság, a szólásszabadság állapotának kutatói a folyamatot a hírforrások, a médiumok szabályozása felől közelítik meg, illetve a média függetlenségének garanciáit a törvényi előírásokon kéri számon. A politikai propaganda-indikátor az ellenkező irányból közelít: a tájékoztatási rendszert a végeredmény felől nézi. Azt teszi láthatóvá, milyen a tájékozottság minősége. Azt tapogatja le, mennyire tartható kézben az információs rendszerek feletti uralommal a tömegek tájékozottsága. A demokratikus rendszerekben a hatalom gyakorlásához a felhatalmazást a választásokon szerzik meg a szereplők, a választók pedig nagyrészt a médiából szerzik az ismereteket a felelős döntéshez. Richard Stengel (2018) már úgy fogalmaz: elvesztettük a hamis információk elleni háborút. Részben annak kapcsán gondolja ezt, hogy az internetes hálózatokra fejlesztett alkalmazások, a közösségi hálózatok alapjaiban változtatták meg a média működését. A nagy munkával, óriási médiaszervezetekkel valamennyire rendezett, szerkesztett információk világát felváltotta az információs túlkínálat, amiből információs káosz lett. Ez is technikai forradalom, egy korszakhatár, amely új megközelítéseket kíván.

A PPI pilot projekt

A kutatócsoport (Megyeri Klára, Polyák Gábor, Vicsek Ferenc, Závecz Tibor) a felmérés módszertanának kidolgozására az iterációs megközelítést választotta. Viszonylag hamar kiderült, hogy a források nem lesznek elegendők a széles körű és minden részletre kiterjedő adatfelvételre. Első nekifutásra is lett volna több mint száz kérdés; ezek persze kisebb csoportokba szedve tapogathatták volna le a migráció, az unió, a korrupció, az egészségügy, a szegénység, az akadémia, a CEU, az alkotmányosság, az infláció, a gazdaság, a családtámogatás, a sporttámogatás és a jelentősebb közéleti szereplőkkel kapcsolatos politikai propaganda által diktált képet, illetve ehhez képest a hiteles forrásokból reprodukálható valóságot. Nagyobb költségvetéssel alkalmunk lett volna a regionális és a generációs, illetve az egzisztenciális mintázat alaposabb feltérképezésére is. A kiterjedt kutatás költségkeretének azonban csak alig tizede állt a rendelkezésünkre. Ezért a programban részt vevő Dimenzió Média Alapítvány csak egy pilot projekt elvégzéséhez járult hozzá, feltételezve, hogy az első eredmények már elegendő alapot teremtenek egy nagyobb *fundraising* akcióhoz.

A kérdések összeállítása során tekintettel kellett lennünk arra is, hogy jól elválasztható legyen a politikai közbeszéd és a politikai propaganda. Az oldalsemlegességet is alapvető tudományos kötelezettségnek tekintettük. Ha a politikai propagandára fordított összegeket a politikai oldalak szerint arányosítjuk, akkor a kérdésekben nagyjából négy az egyhez lett volna a helyes arány, de ennél nagyobb arányban választottunk kérdést a mintába az ellenzék propagandaüzeneteiről. Célja volt a pilot projektnek annak felderítése is, milyen jellegű témakörknél várható el a megkérdezett alanyoktól, hogy legalább kísérletet tettek egy-egy fontos hír hitelességének megítélésére. Figyelembe kellett vennünk, hogy a minta, vagyis a megkérdezettek száma sem lehet sztenderd nagyságú, mert a költségvetési korlát a nagyobb minta esetén csak kevesebb kérdés feltevését fedezte volna. A szakmai konszenzus egy pilot projekt esetében az 500 fő lett. A vizsgálatot úgy kellett felépítenünk, hogy a közvélemény-kutatók leterheltségét is figyelembe vegyük. Nagyon messzire nem nyúlhattunk vissza a múltba a kérdésekkel, mert akkor a politikai napirendről már régen lekerült ügyek esetében könnyen feledésbe merülhettek az emlékek. Emellett a nagyon friss ügyek esetében kalkulálnunk kellett a társadalmi percepciók idővel, amely alatt a viszonylag széles rétegeket is elérhetik a propaganda akciókkal terjesztett információk.

A vizsgálat telefonos megkérdezéssel, 2018 áprilisában történt. (A megkérdezettek száma: 500 fő, akik együttesen az ország 18 éves és annál idősebb lakosságát képviselik életkor, nemi hovatartozás, iskolai végzettség és településtípus szerint. A közvélemény-kutatás során kapott adatok 500 fős mintánál legfeljebb plusz-mínusz 3,5 százalékkal térhetnek el attól, amit akkor kaptunk volna, ha minden választókorú személyt megkérdeztünk volna az országban.) A kérdések ennek az időszaknak a jellegzetes politikaipropaganda-üzeneteit tartalmazzák. A költségvetési korlátok miatt le kellett mondanunk a nemzetközi összehasonlítás lehetőségéről. Több ország adatainak összehasonlítása egyértelművé tette volna, hogy a nemzetközi folyamatokról milyen mértékben tér el az egyes államok polgárainak véleménye. Ezzel a politikai propaganda hatásfoka nemzetenként lett volna vizsgálható, hiszen a politikaipropaganda-indikátor bevezetésének célja olyan egységes módszertan, mérési, értékelési modell kidolgozása, amellyel összehasonlíthatóvá válik térben és időben, kampányonként és együtt a politikai propaganda közvéleményre gyakorolt hatása. Olyan adatbázist kívánunk létrehozni, amely alapján megítélhető, hogy az egyes társadalmakban, közösségekben mennyire terjedtek el a politikai propaganda üzenetei, miként alakítják át a közösség világgépét a hírek és milyen mértékben az álhírek, milyen mértékben formálják a közösség véleményét, akaratát, döntéseit a tudatosan terjesztett hamis információk, a szándékos félrevezetések, illetve mennyire válik veszélyessé a tájékoztatatlanság.

Korábban mintha senki nem vizsgálta volna a dezinformációs mechanizmusokat *az eredmény felől, a választói akarat feletti befolyás mértéke felől*. A közös mérőrendszer lehetőséget ad a demokratikus védelmi mechanizmusok beindítására, illetve idejében jelezheti a demokratikus tájékoztatási normák sérülését a demokratikus értékeket őrző szervezeteknek. A PPI olyan mérőszám, amely megmutatja, hogy mennyire kiegyensúlyozott a küzdelem a vizsgált közösségekben a politikai propaganda és a független tájékoztatás versenyében. A PPI a kommunikációs manipuláció hatékonyságának indexe. A XXI. században, az új médiarendszerek elterjedésével a feje tetejére állt a tájékoztatás. Elválik egymástól a valóság és a percepció. Az új eszközök és elterjedtségük a manipulációs lehetőségek új perspektíváit nyitották meg. A politikaipropaganda-indikátor bevezetésével legalább

részleges tisztánlátás vagy látáskorrekció érhető el. Az Unió Bizottságának és más nemzetközi szervezeteknek nincsenek olyan mérőszámaik, amelyekkel jellemezhető volna a tájékoztatás és a tájékozottság állapota. Ahogy a korrupciós index (Transparency International 2019) sem a korrupciós esetek számát méri, hanem érzékelési index, vagyis a korrupciós érzetet mutatja meg, úgy a PPI is az érzékelési adatokból állítana össze rangsort.

Az internet következményeiről ezt írja Bajomi-Lázár Péter (2019):

A helyzetet tovább rontja, hogy az újságírók mind jobban elveszítik információs kapuőri szerepüket is, és az online társas médiumokon – a Facebookon, a Twitteren, az Instagramon – maguk a politikusok válnak hírközlővé. A kényelmetlen ügyeket feszegető újságírókat megkerülve, közvetlenül kommunikálnak választóikkal. A politikusok és a választók közötti szüretlen (politikai) kommunikáció nemcsak az újságíró munkáját iktatja ki, hanem a pártét is. ... Csakhogy ez egyet jelent azzal is, hogy a kulturális elitek elveszítették a kommunikáció feletti kollektív ellenőrzésüket. A kommunikált üzenetek mennyisége nőtt, de minőségük romlott. Az online fórumokon folyó beszéd színvonala közmondásosan rossz. Az információkat ma valóban könnyebb fellelni, ám megbízhatóságuk csökken. Napjainkban ráadásul nemegyszer a kormányzat által fizetett bértrollnokok lehetetlenítik el az érdemi közbeszédet, s ezzel nemegyszer a jó szándékú választópolgárt is arra készítik, hogy távol tartsa magát az online politikai vitáktól.

Eredmények

A Závecz Research által végzett reprezentatív telefonos közvélemény-kutatásban megkérdeztünk 500 embert, azt vizsgálva, hogy Magyarországon milyen széles körben terjedtek el és lettek elfogadottak azok a politikai propaganda által terjesztett hírek, amelyeket korábban több hiteles forrás cáfolt, tehát ellenőrizhetően nem tényeken alapulnak, hanem a propagandakampányt szolgálják. Azt vizsgáltuk, a nyilvánosságban milyen széles körben találkoztak egy-egy propagandakampány állításaival a megkérdezettek, illetve milyen mértékben tartották igaznak a propagandakampányból hozzájuk eljutott állításokat. Nem vizsgáltuk a kérdések igazságtartalmát. Arra törekedtünk, hogy a politikai paletta minden oldaláról szerepeljenek állítások. Tudomásul vettük a pilot projekt korlátait, vagyis azt, hogy a rendelkezésünkre álló forrásokból csak 15 állítással kapcsolatban tudtuk a legfontosabb paramétereket tisztázni. Azt is megnéztük, hogy a sajátos magyar médiarendszerben milyen arányban nem értesültek fontos és több hitelesnek tekinthető forrásban igazolt hírekről a választók, illetve milyen mértékben tartják igaznak azokat az állításokat, amelyeket elhallgattak előlük, amelyekkel tehát nem találkozhattak korábban, noha azok hírértéke a közlést indokolta volna.

A PPI három fő csoportot különböztetett meg. A politikai propaganda-indikátor *alfa változatában* olyan kérdések társadalmi fogadtatását vizsgáltuk, amelyeknél egyértelműnek látszott, hogy a kampány célja a tényektől jelentős mértékben független közösségi képzet kialakítása volt.

Két dimenzióban vizsgáltuk az állításokat. Egyrészt azt néztük meg, hogy a megkérdezettek találkoztak-e a hírrel, másrészt azt, hogy hitelesnek tartják-e az állítást. A már részletes és nagyobb költségvetésből gazdálkodó kutatásnál legalább 100 kérdést kell feltenni, amelyek között bőségesen lesz hely és idő az olyan állítások, kérdések megfogalmazására is, amelyek semmilyen módon nem kérdőjelezhetők meg – például hogy nem lapos a Föld –, mert ezek a kérdések segítik a válaszok értékelését. Ha vannak a felmérésben triviális kérdések, akkor azok igazolhatják a mintaválasztás normalitását. A bővített, tehát már nem pilot projekt keretében végzendő kutatás több lehetőséget kínál a szociológiai háttér részletesebb elemzésére. Ezúttal sem a régiókra, sem az egzisztenciális körülményekre nem volt alkalmunk részletekbe menően kitérni, pedig nagyon fontos lenne tudni, hogy mely országrészek, mely korosztályok, mely pártok támogatói, milyen jövedelmi csoportok milyen típusú politikai propagandával szemben kritikusabbak, illetve melyek érnek el könnyen és milyen körben nagy hatást.

A politikai propaganda-indikátor telefonos kérdéseinek/állításainak másik csoportjával a *béta változatban* „az információs fekete lyuk” méretének felderítése volt a feladat. Olyan állításokat ismertettünk a telefonos

interjúk során, amelyekről hallgatott a propagandamédia. Azt vizsgáltuk, milyen mértékű volt e hírek kapcsán a tájékozatlanság.

A politikai propaganda-indikátor *gamma változata* részben egy karaktergyilkossági akció hatékonyságát mérte, részben a pozitív propaganda hatását egy olyan esetben, amikor a parlamenti csaták kudarcainak enyhítéséhez volt szükség egy kampányra. A mellékelt néhány diagram ezeket az összefüggéseket mutatja. A számok és összefüggések első értelmezési kísérlete alább olvasható.

A kérdezőbiztosok által megfogalmazott állítások:

1. Éhezettek a határon az átmeneti zónában menekült gyermekeket (Béta)
2. Soros György szervezi a migránsok szállítását Európába (Alfa)
3. Az Európai Unió szervezi a bevándorlást (Alfa)
4. Brüsszel az Unióban szabadon használható bankkártyát ad a migránsoknak (Alfa)
5. Brüsszel nem akarja megfékezni a bevándorlást (Alfa)
6. 35 ezer ember hamarabb halt meg Magyarországon, mert nem jutott idejében orvosi ellátáshoz (Béta)
7. Tömegesek a felmondások az állami szektorban a túlórátörvény elfogadása óta (Béta)
8. Orbán veje, Tiborcz István törvényt sértett uniós pénzek felhasználása során (Béta)
9. Mészáros Lőrinc vagyona valójában Orbán Viktor vagyona (Gamma)
10. Kiszolgáltatottá, Putyin adósává teszi Magyarországot az új atomerőmű (Béta)
11. Magyarország védi meg Európát a bevándorlástól (Gamma)
12. Az Európai Ügyészséggel el akarja venni az ország önállóságát Brüsszel (Alfa)
13. Hadházy Ákos meggyilkolta a szomszédját, és hatalmas tolnai földmulyik részese (Gamma)
14. A túlórakeretek felemelése a munkavállalók érdekeit szolgálja (Alfa)
15. Az uniós határvédelem nem engedné, hogy magyar katonák védjék a határainkat (Alfa)

A telefonos közvélemény-kutatás során az állítások részben keverve, és nem csoportosítva hangzottak el, ezzel is kerülve a kérdések révén esetleg sugallt utalást a válaszokra. A cikk olvasója számára – leginkább a könnyebb-ség kedvéért, illetve annak igazolására, hogy milyen információk állhattak a közönség rendelkezésére, milyen üzenetekkel találkozhattak a polgárok a mindennapi tájékozódás során – minden kérdéshez mellékelünk rövid háttérrel. Ez megvilágítja, mi a különbség a sokoldalú tájékozódás lehetőségeivel élő polgárok információs bázisa és az átlagos informáltság között. A mellékletben összegyűjtöttünk cikkeket, amelyek részben tiszta forrásai az állításoknak, részben esetleg hatásos cáfolatai a politikai propaganda kijelentéseinek. Illusztrációnak bemutatunk ilyen gyűjtéseket, de a terjedelmi korlátokra tekintettel több esetben csak linket mellékelünk a háttér eléréséhez.

A vizsgálat célja a politikai propaganda általános tájékozottságra gyakorolt hatásának mérése. Abból a feltételezésből indultunk ki, hogy a propagandakampányok célja éppen a tájékozottság befolyásolása. A *politikai propaganda-indikátor alfa esete* azt mutatja meg, hogy tíz megkérdezett emberből átlagosan hányan tartanak valósnak egy, a politikai propaganda középpontjában szereplő hírt. A 2. kérdés esetén (Soros György szervezi a migránsok szállítását Európába) a megkérdezettek 82 százaléka találkozott az állítással (lásd a 2. ábrát), és 44 százaléka tartotta igaznak (lásd a 3. ábrát). A PPI értéke így 4,4. Ha mindenki úgy gondolná, hogy Soros György szervezi a migránsok Európába szállítását, akkor az érték 10 lenne. Ha senki sem tartaná hitelesnek az állítást, akkor a mutató értéke zéró lenne.

A 2. kérdés esetében még tovább árnyalja a tájékozottság profilját, hogy itt a politikai propaganda színpadán csaknem egyedül szerepelt a kormánykoalíció, mert az ellenzék hamar kiszállt a kampánycsatákból, reménytelennek ítélve ezen a fronton az összecsapásokat. Vagyis többnyire a független média és a propagandagépezet csapott össze – ezzel az eredménnyel. Az 5. kérdés esetében (Brüsszel nem akarja megfékezni a bevándorlást), a PPI értéke 6,5: a megkérdezettek 65 százaléka tartotta igaznak, hogy Brüsszel nem akarja megfékezni a bevándorlást (lásd az 5. ábrát). A politikai propaganda mezőben ez nem két kampány csatájának az eredménye, mert az amúgy Brüsszel által cáfolt állítással kapcsolatban nem használt kampány-eszközöket az unió. Az állítások és az ellenállások vagy cáfolatok megtalálhatóak a Fidesz honlapján, az origo.hu honlapon, illetve az Európai Unió honlapján (Kovács 2019, Európai Bizottság 2019). Egymással szöges ellentétben álló kijelentések esetén nem vizsgáltuk, melyik tekinthető ténynek és melyik politikai propagandának, csupán azt mutatjuk be, hogy amelyik nézet, álláspont mögött fedezhető fel egy hatékony propagandagépezet munkája, és hogy ott annak a nézetnek az elterjedtsége milyen mértékű.

Kérdésekre lebontva az. 1. táblázatban olvasható eredményekre jutottunk:

1. táblázat

	Találkozott az állítással (%)			Igaznak tartja (% azok körében, akik találkoztak vele)			Igaznak tartja (összes megkérdezett, %)
	találkozott	nem találkozott	nt/nv	igaznak tartja	nem tartja igaznak	nt/nv	
Éheztek a határon az átmeneti zónában menekült gyermekeket	34	62	4	40	43	17	14
Soros György szervezi a migránsok szállítását Európába	82	14	4	44	41	15	36
Az Európai Unió szervezi a bevándorlást	56	38	7	52	35	13	29
Brüsszel az Unióban szabadon használható bankkártyát ad a migránsoknak	74	22	4	70	19	11	52
Brüsszel nem akarja megfékezni a bevándorlást	77	19	4	65	24	11	50
35 ezer ember azért halt meg hamarabb Magyarországon, mert nem jutott idejében orvosi ellátáshoz	50	46	5	72	17	11	36
Tömegesek a felmondások az állami szektorban a túlóratörvény elfogadása óta	46	50	4	65	22	13	30
Orbán veje, Tiborcz István törvényt sértett uniós pénzek felhasználása során	58	36	6	64	13	23	37
Mészáros Lőrinc vagyona valójában Orbán Viktor vagyona	57	36	7	57	19	24	32
Kiszolgáltattotta, Putyin adósává teszi Magyarországot az új atomerőmű	54	38	7	61	25	14	33
Magyarország védi meg Európát a bevándorlástól	78	17	5	61	33	6	48
Az Európai Ügyézséggel el akarja venni az ország önállóságát Brüsszel	52	40	8	50	33	18	26
Hadházy Ákos meggyilkolta a szomszédját, és hatalmas tolnai földmulyik részese	23	72	5	34	42	24	8
A túlóra keretek felemelése a munkavállalók érdekeit szolgálja	63	32	5	30	57	13	19
Az uniós határvédelem nem engedné, hogy magyar katonák védjék a határainkat	43	53	4	48	33	19	20

Annak illusztrálására, hogy milyen erős a politikai propaganda hatása, íme néhány ábra:

2. ábra



Azokban az esetekben, amikor az országos kampány és a kormányzati akciók egymást erősítik, a politikai propaganda hatása sokkal erősebb.

3. ábra



A kérdések jelentős részében országos óriásplakát-kampányok egy-egy állításának társadalmi befogadását vizsgáltuk: milyen széles körhöz jutottak el az üzenetek (2. ábra), és azokat mennyire tartották igaznak vagy hamisnak a megkérdezettek (3., 5. és 6. ábra). Soros György kulcsszerepet játszott a politikai kampányokban (3. ábra), így a kutatásban is több kérdésnél merült fel a neve. Brüsszel is gyakran szerepelt megszemélyesítve a politikai kampányokban mint a migránsáradat felelőse (4., 5. és 6. ábra).

4. ábra



5. ábra



6. ábra



7. ábra



A határvédelemből a magyar katonák kizárása mint állítás azért jó lehetőség a propaganda hatékonyságának mérésére, mert több illetékes uniós fórum is kategorikusan cáfolta ezt a felvetést, ám kijelentéseik semmit nem módosítottak a politikai propagandán (7. ábra).

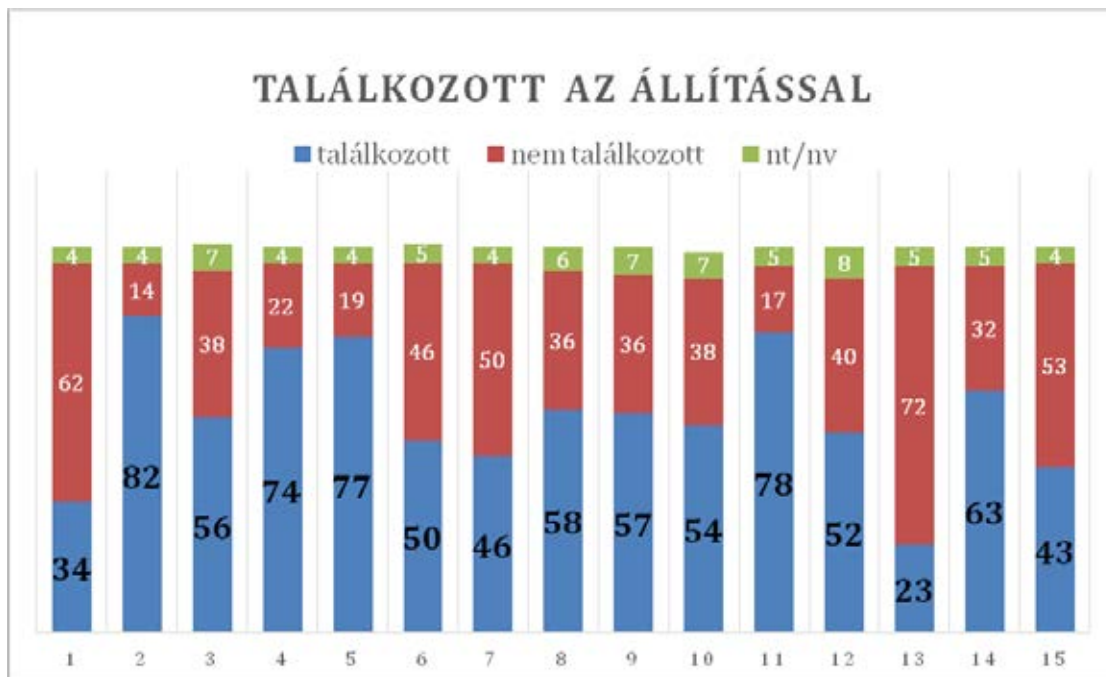
8. ábra



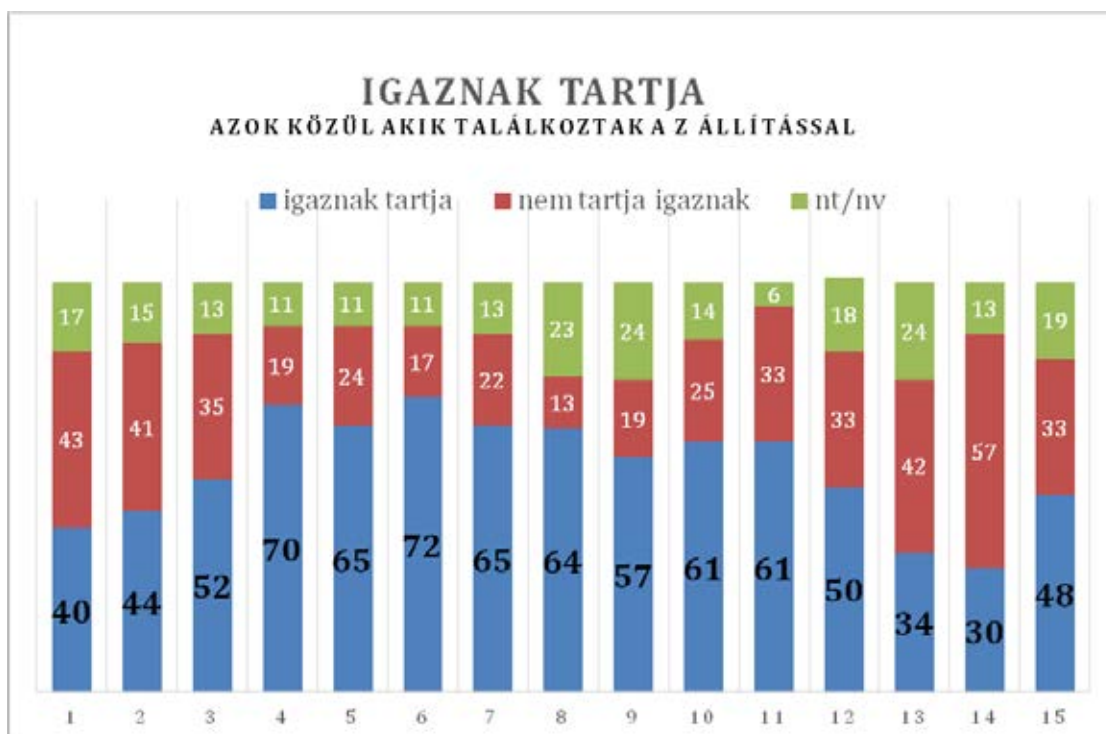
Az Unióval kapcsolatos hírek esetében a PPI értéke nagyobb, mint 5. A megkérdezettek több mint fele igaznak tart olyan állításokat, amelyeket maguk az érintettek is több fórumon cáfoltak, de propagandakampányt nem indítottak a propagandakampánnyal szemben, hogy cáfolják az ellenük megfogalmazott vádakát. A magyar médiarendszer és az azzal szorosan együttműködő propagandarendszer eredményes munkája nyomán a népesség több mint fele valósnak tart olyan állításokat, amelyek igazolása nehezen végezhető el.

Az adatok – összesített ábrán mutatva – láthatóvá teszik azt a sávot, ahol a politikai propaganda működik (lásd a 9. és a 10. ábrát). Az oszlopok azt is szemléltetik, milyen széles körben mutat fogékonyságot a társadalom a politikai propaganda által kínált valóságértelmezésre. Az állítások a korábban sorszámozott sorrendben szerepelnek.

9. ábra



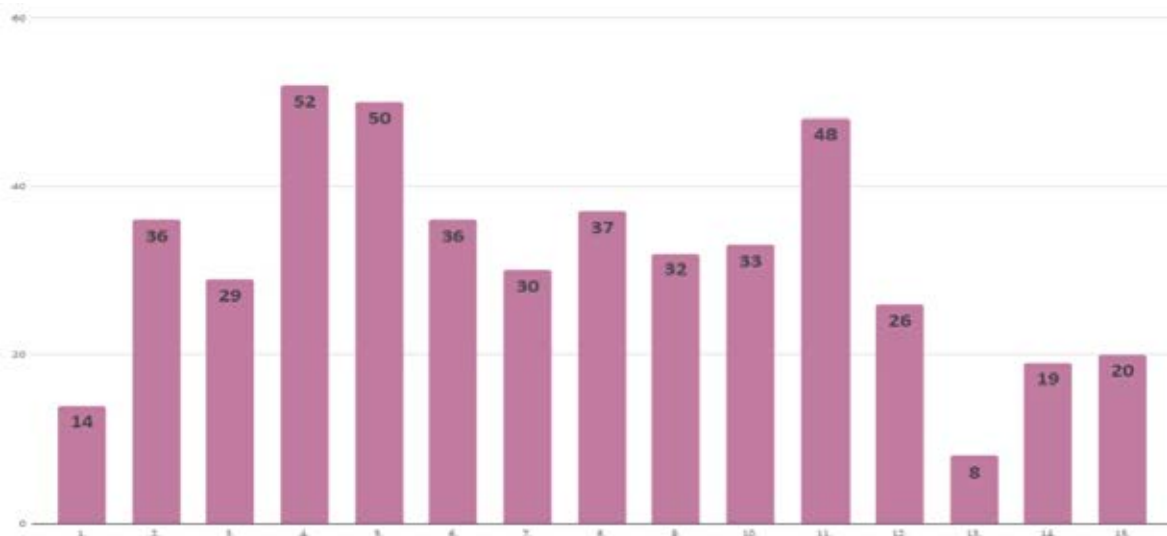
10. ábra



A politikai propaganda-indikátor azt mutatja: propagandaeszközök hatékony használatával elérhető a közösségben, hogy sokszorosan cáfolt állításokról is azt gondolja a megkérdezett tíz emberből átlagosan legalább négy, hogy igaz. Létrehozható a csalfa valóságkép. Nincsenek korábbi időszakról szóló hasonló adataink, de a kétezerhúsas évekre kulcskérdéssé vált, hogy elválasztható-e a valóság és a politikai propaganda által előállított alternatív valóság. A demokratikus modellben a tömegekre, a választási eredményekre hivatkozva születnek döntések, de a pilot projekt adatai arra utalnak, hogy a tömegek könnyen megvezethetőek az olyan társadalmakban, amelyekben a hatalom az ellenőrzése alá vonja a médiumok jelentős részét.

Fontos adatsor, hogy mennyire volt eredményes a politikai propaganda a teljes mintához képest (lásd a 11. ábrát). Ha mindenki találkozott volna minden állítással, akkor nem lenne különbség a két adatsor között. Azokat az állításokat, amelyek csak kisebb közönséghez jutottak el, eleve kevesebben tarthatják igaznak, hiszen fogalmuk sincs róla.

11. ábra



A politikai propaganda-indikátor másik típusa azt mutatja meg, hogy tíz megkérdezett közül hányan *nem tudnak* lényeges, de a hatalom számára kínos hírekről, valószínűleg azért, mert azokat elhallgatták előlük, vagyis milyen arányban nem értesül fontos hírekről a társadalom. Így például a megkérdezettek 34 százaléka nem értesült arról, hogy éhezhetnek gyerekeket a határon (lásd a 12. ábrát). Ennek a kérdésnek a hátterében is több nemzetközi szervezetenél kezdeményezett akció húzódik meg, a Helsinkai Bizottság lépett fel a tranzitónában éheztetett családok érdekében, és a kötelezettségszegési eljárások keretében több alkalommal szólították fel a magyar kormányt, hogy tegyen eleget a nemzetközi emberi jogi megállapodásoknak. Bőven volt lehetőség a széleskörű tájékozódásra, de a magyar tájékoztatási rendszer és a politikai propaganda együttes hatására a magyar tájékozottság mértéke ebben az ügyben is karakteres. Az Európai Emberi Jogi bíróságnak már formalevele volt, hogy kötelezze a magyar államot az éhezés felszámolására, de a propagandafórumok alig foglalkoztak a témával.

Egy másik eset vizsgálja meg teljesen a helyzetet, mert bemutatja, hogy hány gyermek van a tranzitónában, és közülük hánynak a családja nem kap enni, miközben a gyermekek kapnak, illetve melyik gyermek eszi meg a szülei elől a napi adagot. Együtt éheznek, mert egy család kap annyi táplálékot, amennyi a gyerekeknek sem elég (lásd a 12. ábrát).

12. ábra



A megkérdezettek 46 százaléka nem találkozott a hírrel, hogy 35 ezer ember hal meg hamarabb Magyarországon, mert nem jut idejében megfelelő egészségügyi ellátáshoz (lásd a 13. ábrát).

13. ábra



A kormányzat kritikája kapcsán a PPI értéke majdnem 4, azaz tíz emberből négy lemarad a fontos hírekről.

Következtetések, továbblépés

A mérések alapján kijelenthető, hogy mérhető egyfelől a *tájékoztatás*, másfelől a *tájékoztatottság* közötti különbség mértéke. Hiába széleskörű látszólag a tájékoztatás, hiába léteznek nagy példányszámú, nagy látogatottságú független médiumok, televíziók, hírportálok, ha kialakítható olyan médiarendszer, amelynek köszönhetően a lakosság jelentős tömegei számára a tájékozódás legfőbb forrásait a politikai propagandát kínáló médiumok jelentik. Azt az illúziót kelti ez a modell, mintha a nemzeti médiarendszer sokoldalúan tájékoztatna, de jelentős tömegek elől elzárja az információk jelentős részét, vagy eltereli azokat, és elérhetetlenné teszi a saját médiumaiban a rivális információkat. A mérés azt mutatja, hogy a sokszínű, a hatalommal vitázó információk csak egy szűk réteghez, a választópolgárok nagyjából egynegyedéhez, de mindenképpen kevesebb, mint feléhez jutnak el.

A szinte csak a politikai propagandával találkozó választók és a hiteles információkkal rendelkező választók között a különbség nagyobb annál, mint amennyi egy-egy választás eldöntéséhez minimálisan szükséges. Sőt a politikai propaganda közvetítésére alkalmassá tett rendszerben könnyen szerezhető kétharmad, ha ahhoz olyan választási rendszer is társul, amely pozitívan diszkriminál.

A PPI a demokratikus legitimitás legizgalmasabb kérdését feszegeti. Azt firtatja, jogos-e az uralkodó hatalmi csoportok hivatkozása a legitimitásra, ha az általuk kialakított, működtetett, finanszírozott tájékoztatási rendszer a politikai propaganda terjesztésének kedvez. Egy olyan korszakban élünk, amikor az internet és a népszerű netes alkalmazások elterjedésével nem a tájékozottság nő a világban, hanem az információs káosz. A korszerű felületeken a hamis hírek terjesztése a politikai propaganda számára is új és hatásos fegyver. Robotokkal és megrémített tömegek által felpörgetett megosztásokkal – a *fake news* természetrajzát kihasználva – viszonylag könnyen elérhető, hogy akár fontos kérdésekben is hamis társadalmi tudat alakuljon ki.

Bizonyított, hogy az új médiakorszakban a hazugság terjedési sebessége nagyobb, mint az igazságé (Lohr 2018). Megkerülhetővé váltak a hiteles információk terjesztésére emelt védelmi rendszerek. Előbb vagy utóbb bizonyára beindulnak a társadalmak önvédelmi mechanizmusai annak érdekében, hogy a közösségek ne a politikai propaganda, ne az összeesküvés-elméletek, ne a hamis ideológiák, hanem a tények alapján hozzanak döntéseket. A politikaipropaganda-indikátor ebben a folyamatban lehet segédeszköz: arról tájékoztat, hogy időről időre nő vagy csökken a közönség tájékozatlansága miatt a nemzeti kockázat. A PPI annak megítélésében segít, hogy az adott országban veszélyesen jól működik-e a nemzeti agymosoda, vagy szép lassan beindultak a korrekciós mechanizmusok.

Az Európai Bizottság 2019-ben megválasztott új tagjai is elégedetlenek a hamis hírek elleni küzdelem eredményességével. „A kiterjedt, automatizált propaganda és dezinformáció továbbra is jelen van. Többet kell tenni ez ellen, nem fogadhatjuk el ezt új normaként” – emelte ki közös közleményében Vera Jourová igazságügyért, Marija Gabriel digitális társadalomért és Julian King biztonsági unióért felelős EU-biztos 2019. október 29-én (Európai Bizottság 2019).

Magyarországon vannak olyan kérdéskörök, amelyeknél tíz emberből több mint négy elfogadja a politikai propaganda által terjesztett információt, függetlenül attól, hogy a propagandakampányokon kívüli térben azokat hányszor cáfolták meg. Ideje lenne legalább azt tudni, hogy az adott országban az adott kérdésekben mit mutat éppen a politikaipropaganda-indikátor.

Irodalom

Bajomi-Lázár Péter (2019): Mit köszönhetünk az internetnek? *Élet és Irodalom*, augusztus 23.

Európai Bizottság (2019): Lássuk a tényeket: az Európai Bizottság válasza a magyar kormány kampányára, Az Európai Bizottság Magyarországi képviselője, II. 28.

Freedom House (2019): Freedom in the World, <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/freedom-world-2019>.

Kovács András (2019): Bevándorlaspárti bosszúmeghallgatás volt a brüsszeli meghallgatás, *Origo*, IX. 16., <https://www.origo.hu/nagyvilag/20190916-magyarorszag-brusszel-meghallgatás-varga-judit.html>.

Lohr, Steve (2018): It's True: False News Spreads Faster and Wider. And Humans Are to Blame. *The New York Times*, 7 March, <https://www.nytimes.com/2018/03/08/technology/twitter-fake-news-research.html>.

Martin József Péter (2019): Kéz a kézben a lejtőn. Korrupció és sajtószabadság a magyar trendek tükrében. *Média-kutató*, 20. évf. 3. sz. 7–21. o.

Newsocracy (2019): a Center for Independent Journalism és a European Center for Press and Media Freedom *Newsocracy* című közös rendezvénye a Friedrich Ebert Stiftung rendezésében, Budapest, december 12.

Stengel, Richard (2018): *Information Wars: How We Lost the Global Battle Against Disinformation and What We Can Do About It*. Kindle Edition,

Transparency International (2019): Újabb mélyponton Magyarországi korrupciós megítélés, <https://transparency.hu/tag/korrupcio-erzekelesi-index/>.

Függelék

Linkek a kérdések hátteréhez

1. Éheztek a határon az átmeneti zónában menekült gyermekeket: ENSZ emberi jogi irodájának állásfoglalását az éheztetésekről; <https://news.un.org/en/story/2019/05/1037811>
2. Soros György szervezi a migránsok szállítását Európába: <https://24.hu/belfold/2019/07/30/soros-terv-migracio-bevandorlas/>
3. Az Európai Unió szervezi a bevándorlást: <https://www.origo.hu/itthon/20181202-kovacs-zoltan.html>
4. Brüsszel az Unióban szabadon használható bankkártyát ad a migránsoknak: <https://www.origo.hu/itthon/20181202-kovacs-zoltan.html>
5. Brüsszel nem akarja megfékezni a bevándorlást: <https://fidesz.hu/hirek/orban-viktor-programot-hirdetett-a-bevandorlas-megallitasaert>
6. 35 ezer ember halt meg Magyarországon, mert nem jutott idejében orvosi ellátáshoz: https://index.hu/gazdasag/2017/06/12/egeszseguyi_teljesitmenyertekeles/
7. Tömegesek a felmondások az állami szektorban a túlóra törvény elfogadása óta: <https://lehetmas.hu/sajto/tomeges-felmondasok-kozsferaban-azonnali-illetmenyalap-novelesre-van-szukseg/>
8. Orbánveje, Tiborcz István törvényt sértett unióspénzek felhasználásakor: <https://24.hu/belfold/2018/02/07/igy-csalt-orban-vejenek-cege-megszereztuk-az-olaf-jelenteset/>
9. Mészáros Lőrinc vagyona valójában Orbán Viktor vagyona: https://nepszava.hu/3023844_multimilliardoslett-2010-ota-az-orban-csalad <https://www.youtube.com/watch?v=zN2bL7RCuf4>
10. Kiszolgáltatottá, Putyin adósává teszi Magyarországot az új atomerőmű: https://nepszava.hu/1119730_putyin-orzi-a-kasszakulcsot
<https://www.origo.hu/itthon/20191030-orban-viktor-es-vlagyimir-putyin-budapestben-talalkoztak.html>
11. Magyarország védi meg Európát a bevándorlástól: <https://www.magyarhirlap.hu/kulfold/20190916-varga-judit-bevandorlasparti-bosszuhadjarat-volt-a-brusszeli>
12. Az Európai Ügyészséggel el akarja venni az ország önállóságát Brüsszel: <https://444.hu/2019/06/05/hadhazyek-680-ezer-alairast-gyujtottek-ossze-az-europai-ugyeszseg-mellett>
13. Hadházy Ákos meggyilkolta a szomszédját, és hatalmas tolnai földmulyik részese: https://hvg.hu/itthon/20190211_Ujabb_pert_nyert_meg_Hadhazy_fizethet_neki_a_kozteve
14. A túlóra keretek felemelése a munkavállalók érdekeit szolgálja: <https://444.hu/2018/11/24/kosa-lajos-szerint-a-munkavallalok-erdeke-hogy-a-kormany-250-rol-400-orara>
15. Az uniós határvédelem nem engedné, hogy magyar katonák védjék a határainkat: https://index.hu/belfold/2018/09/18/unios_hatarvedelem_frontex_europai_bizottsag_hatarorseg_kitoloncolas_

Abstract in English

Mass media versus mass informedness

Political Propaganda Indicator Pilot Project

The Political Propaganda Indicator (PPI) measures abuses of information management, following the models of the Democracy Index created by Freedom House and of the Corruption Perceptions Index compiled by Transparency International. It is a method for measuring how corrupted the information disseminated to the public is. The PPI shows what percentage of people accept news items spread by political propaganda as true, even though they are otherwise often difficult to verify as factually correct. It shows what share of the public has a false perception of reality because of propaganda and manipulated news services. It also shows what percentage of people fall prey to false news streams and, consequently, how many of them decide in free elections on the basis of misleading, deliberately false information or concealed information as compared to a situation in which there is a level informational playing field.

Keywords: brainwashing, fake news, information policy, informedness, media regulation, media system, propaganda, press freedom, social media

Vicsek Ferenc újságíró, szerkesztő, műsorvezető, korábban a Petőfi Rádió, a Klubrádió, a FigyelőNet főszerkesztője, a Sanoma Online Divízió igazgatója, több közszolgálati tévé és rádióműsor szerkesztője, munkatársa. A MÚOSZ Gazdaságpolitikai és Médiatudományi Szakosztályának az elnöke, a Dimenzió Média Alapítvány elnöke. Email: vicsek.ferenc@gmail.com