

### Háborús propaganda a Habsburg Monarchiában az I. világháború idején

*Christian Schwendinger*<sup>1</sup>, a salzburgi egyetem munkatársa a 2011-ben megjelent, *Háborús propaganda az I. világháború kori Habsburg monarchiában* főcímet viselő munkájában nem kisebb feladatra vállalkozott, mint hogy körbejárja a legfontosabb propagandisztikus szegmensek I. világháborúban érvényesülő hatását, specifikusan az Osztrák-Magyar Monarchia esetében vizsgálva azokat. A könyv struktúráját tekintve 9 nagyobb és 56 kisebb szerkezeti egységre oszlik, terjedelme 178 oldal. A munka első felében a szerző – szakemberek megállapításait alapul véve – teoretikus szinten tisztázza a propaganda fogalmát, történelmi múltját, annak változatos szerepköreit, főbb fajtáit, illetve az elemzés lehetséges módozatait. A könyv második felében döntően a pragmatikus szemléletmód érvényesül, korabeli újságcikkek forrásként történő felhasználása által.

Nagyon találóan állapítja meg a szerző már könyve első sorában, hogy a propaganda időtlen. Szervezett, illetve kevésbé tudatos kezdetleges formában hosszú történelmi múltra tekint vissza, mint a tömegek befolyásolására alkalmas manipulatív eszköz. Szerepe az I. világháború éveiben kifejezetten pregnáns, mert a „háország harcaként” szisztematikusan, minden addiginál szervezettebb formában állt a propagandista célok szolgálatába. Relevanciája azért is értékelődött fel az 1914–1918 közötti időszakban, mert ezek az évek ölelik fel a világtörténelem addigi legnagyobb méretű háborús konfliktusát, mely több kontinensen több milliónyi embertömeget érintett közvetve vagy közvetlenül. Így még nagyobb volumenű vállalkozás volt az ilyen méretű célközönség hatékony, szervezett megszólítása. Egyben ez volt az az időszak is, amikor leginkább körvonalazódni látszott a propaganda szó által jelölt jelenség.

---

1. A szerző 1975-ben, a felső-ausztriai Ried im Innkreis városában látta meg a napvilágot. Posztgraduális tanulmányait a *Kriegspropaganda* témájából 2010 októberében zárta a salzburgi egyetemen. Munkássága során egyre fokozódó érdeklődéssel fordult a történelem, a kommunikációtudományok és a szociológia irányába. Az ezeket összefogó interdiszciplinaritás főként a propaganda témakörében kristályosodott ki számára, mely – diplomamunkájára épülve – jelen írásának is központi témája.

Magának a propagandának az összetett történelmi arculatát monográfiájában főként a *Kriegspropaganda* jelenségkörére fókuszálva igyekszik prezentálni a szerző. A nagy háborút olyan komplex jelenségreként értelmezi, melynek egyaránt van igen erőteljes politikai, gazdasági és kulturális vonzata, és ezekbe a propaganda számos módon integrálható.

A téma kutatása több nehézségbe ütközik. Egyrészt meglehetősen kevés azon tanulmányok száma, melyek explicit módon közelítik meg az I. világháború korabeli propaganda jelenségkörét. Vannak tanulmányok melyek csupán a propagandát, mint kifejezést és nem a komplex jelenséget vizsgálják. Kevésbé hangsúlyos területe ez a kérdéskör a nagy háború történelmének, és sokkal dominánsabb módon kerül kiemelésre a 20'-as, 30'-as évek totalitárius rendszereinek elemzésekor, gyakran azt az illúziót keltve a laikusok körében, hogy egy kizárólag abban az időszakban jelentkező új, szinte előzmények nélküli jelenségről van szó. Problémát jelent továbbá a kutatás szempontjából, hogy amennyiben a központi hatalmak propagandája, mint téma felmerül, az nagy általánosságban a Német Császárság e tevékenységére fókuszál, periférikus pozícióba kényszerítve e tekintetben a Monarchiát.

A propaganda I. világháborúban betöltött meghatározó szerepe nyilvánvaló. A tudományos világ is egyre nagyobb figyelmet szentel a korszak e tipikus jelenségének. Mi sem bizonyítja ezt jobban, mint hogy az *Encyclopedie Erster Weltkrieg* nevet viselő 2009-es munkában a propaganda kifejezés már önálló fejezetként szerepel.

Mit tekinthetünk propagandának? Célja, motivációs bázisa, eszköz- és eljárásrendszere alapján számos fajtát jelölhet a szó, többek között szóbeli-írásbeli, politikai-, választási-, gazdasági-, háborús-, jobb- és baloldali propagandát egyaránt. Ezek természetesen egymással szoros összefüggésben álló elemei a szó tágabb értelmezésének, és e kör tovább bővíthető. Története az antikvitásban gyökerezik, számos modern eleme azonban hiányzott az ókori formából. Nem volt jelen a modern infokommunikációs eszköstechnológia, ebből kifolyólag a megszólítottak köre is jóval szűkebb réteget ölelt fel. A propaganda a közép- és kora újkorban is aktívan jelen volt, főként a korszak szellemiségét alapvetően meghatározó vallási életben. XV. Gergely pápa 1622-ben alapította azt a *Congregatio de propaganda fide* nevű szervezetet, melynek fő feladata az egyedüli igaz hit terjesztése volt. Esszenciális korszakváltásra a XIX. század folyamán került sor. A modern fejlesztések biztosították a modern propaganda szilárd fundamentumát. A XVIII. század vívmánya a gőzgép, a XIX. századi elektrifikáció, az infrastruktúrális kiépítettség fejlődése az amerikai polgárháború (1861–1865) propagandistáinak is hathatós segítséget nyújtottak.

A propaganda kifejezés körültekintő definiálása is számos alternatívára ad lehetőséget. Nem csupán mint jelenség, hanem mint kifejezés is hosszú, évszázados múltra tekint vissza. A szó a latin *propagare* (jelentése: bővíteni, szaporítani) kifejezésből alakult ki. Definiálták a nyilvánosság egy korai formájaként, potenciális meggyőzősként, illetve a reklám szinonimájaként is. A XVIII–XIX. század óta egyértelműen politikai, háborús kifejezősként tekintettek rá. A francia forradalom korában és az 1830-as mozgalmak idején a szó főként a különböző politikai csoportosulások által kifejtett agitáló tevékenységet jelölte. Nagyrészt az I. világháború tapasztalatainak hozadéka, hogy a propaganda kifejezés később szkepticizmust kiváltó, negatív jelentéstartalmú lett. A XX. században olyan titkos fegyverként tekintettek rá, amellyel az emberek véleményét irányítani képesek. Pártok, egyesületek és a kormányzat is előszeretettel élt a propaganda eszközével, melynek hatékony alkalmazása új stratégiák és taktikák kidolgozására készítette őket. Ami közös és lényeges ezen megközelítésekben, az a kommunikációs folyamatban a címzett szerepét betöltő publikum kiemelt szerepe.

A propaganda jelenségekörét több szakértői tézist demonstrálva vázolja fel Schwendinger. A szó definiálásának egy lehetséges módja: tervezett, szisztematikus kísérlet, amely manipulatív módon készített irányított véleményalkotásra, az egyént vagy a csoportot befolyásolja olyan módon, ahogyan azt a propagandista érdekei megkívánják.

*Garth S. Jowett* és *Victoria O'Donell* alkotta meg azt a tíz pontból álló átfogó sémát, amelynek alapján a propaganda szegmensei mélyrehatóan analizálhatóak, ezek a következők: 1. a cél, a propagandakampányt működtető ideológikus meggyőzés; 2. a kontextus, amiben az agitáció zajlik; 3. a propagandista identifikációja; 4. a háttérszervezet struktúrája; 5. a célközönség; 6. médiumok; 7. speciális technika; 8. a közönség reakciója az alkalmazott technikára; 9. ellenpropaganda; 10. a propaganda által kiváltott hatások értékelése.

*Thymian Bussemernek*, a témakör kutatójának, a propaganda főbb ismertetőjegyeiről szóló megállapítását tartalmazó rendszere is megjelenik a könyvben. Az ő konstrukciója az alábbi jellegzetességeit vázolja fel az agitáció e formájának: – különleges történelmi kommunikációtípus; – szisztematikus és tervszerű; – rendszerint tudományosan támogatott; – célja a meggyőzés; – beszéddel és képekkel, szimbolikusan kommunikál; – különböző médiumok, közvetítő csatornák bevonásával tölti be ágens szerepét; – a győzelem elérését, a hatalom megragadását szolgálja; – pragmatikus; – különböző formákban fordul elő (pl. háborús propaganda).

A propaganda az alábbi szempontok figyelembe vételével is osztályozható:

– fehér propaganda: manipulatív hatása nem tudatos, rendszerint világos megfogalmazású, törekszik a hitelességre, a továbbított információk korrektségére. Akaratlagosan nem ferdít;

– szürke propaganda: a szélsőségesen fehér és fekete propaganda között helyezkedik el, neutrálisnak tűnik, de az információ forrása döntően nem teljesen megbízható;

– fekete propaganda: átfogó csalást eredményez, a kommunikációs folyamat feladója nem korrekt, megtévesztő, tudatos manipulációra törekszik;

– szubpropaganda: a propaganda ezen formájában egy szokatlan doktrína lassú bevezetése történik meg a kívánt cél elérése érdekében.

A propaganda analízisének számos egyéb alternatívája is van. Ilyen lehet az időtartam (rövid vagy hosszú lefolyású), a megcélzott közönség köre (csoportokat megcélzó vagy a társadalom egészét érintő) vagy – a Jowett, O'Donnell rendszerben is helyet kapó – eredmény értékelése (pozitív vagy negatív), mint lehetséges elemzési szempontok.

A propagálás hatékony és olajozott működését a XIX. század második felének, illetve a XX. század első éveinek technikai vívmányai aktív módon támogatták, hozzájárulva a széles körben történő közvetítés sikeréhez. A közlekedés, a hírközlés forradalmasítása és a nyomtatott sajtó térhódítása apodiktikusan egy még nagyobb befogadó közönség, a korábbiaknál gyorsabb és sok esetben költségkímélőbb megcélzását tette lehetővé.

A könyv fontos pillére a nyomtatott sajtó világára épülő propagandisztikus bázis prezentálása. A jelenség történelmi kontextusát vizsgálva az újságra igen meghatározó szerep hárult, mint a propaganda kiemelten fontos hordozójára és előállítójára.

A szerző a teoretikusok eredményeit felhasználva, összetett folyamatként ábrázolja a propaganda működési rendszerét. Olyan komplex társadalomtörténeti folyamatként mutatja be, amelyben a gazdaság, az ideológia, a társadalmi mítoszok, az államvezetés és a társadalmi események együttesen alkotnak egy olyan kulturális keretet, melyek a propaganda infrastruktúráját és kimeneti feltételeit képviselik. A rendszer működési minőségét olyan, a szisztémában illusztrált szegmensek határozzák meg, mint a tévé, rádió, film, nyomtatott sajtó, egyéb technológiák, az intézményi rendszer, az anyagi hozzájárulás, a híresztelés. Járulékos elemként a rendszer tartalmazza az ellenpropaganda és a tüntetés fogalmait is, mint befolyásoló tényezőket. A publikumot pedig olyan heterogén rétegnek tekinti, melyben az individuális és pozicionális differenciák mérvadók.

Schwendinger szükségesnek tartja az I. világháború politikatörténeti historikumainak nagy vonalakban történő felvázolását. A háború kiborob-

násának főbb indítékaiként hat nagyobb kardinális klasszist vesz számba, *Bernhard Rosenberger* megállapításai alapján. Ezek az indokok a következő klasszifikáció szerint rendeződnek a könyvben: nemzetközi ok, katonai, gazdasági, belpolitikai társadalmi befolyásoló tényező, korszellem (az imperializmus és nacionalizmus faktorai) és az individuális döntések kvalitása.

Ezeket részint globális, internacionális szinten zajló konfliktushelyzeteként írja le, de speciálisan a Monarchiára vonatkozó premisszákról is említést tesz, utalva Bosznia-Hercegovina 1908-as annexiójára, az 1912/1913-as balkáni háborúkra, a regionális hatalmi érdekellentétek jelenlétére és az imminens szarajevói merényletre.

A hadi mobilizációról és a kezdeti hadi eseményekről említést téve, olyan fontos aspektusokra is felhívja a figyelmet a szerző, mint a csehek és németek közötti nézeteltérés, a multikulturalizmusban rejlő érdekellentétek okozta széthúzás, a nacionális disszonancia, mint jelentős klimakterikus tényezők megléte. A mozgósítás mellett a lényeges propagandisztikus célokat szolgáló sajtóorgánumok, valamint a telefon és levélforgalom szigorú cenzúra alá vonása is újabb lendületet vett.

A vélemény- és sajtószabadság kontrollálására már évtizedekkel a nagy háború kirobbanását megelőzően számos kormányzati intézkedés született a Habsburg Monarchiában. A XIX. század második felének több kormányzati kodifikációja is lehetőséget biztosított bizonyos helyzetekben az egyéni szabadságjogok említett jellegű korlátozására. A kivételes állami ingerancia engedélyezése közvetlen háborús veszély, illetve alkotmányos rendet vagy személyes biztonságot fenyegető belső nyugtalanlás esetén adott felhatalmazást a beavatkozásra.

Komplett hivatali rendszer jött létre a nagy háború kezdetén, amely a *Kriegspropagandát*, a cenzúra rendszerét volt hivatott üzemeltetni. Ilyen volt a *Kriegspresssequartier* (KPQ) elnevezésű szervezet, az állam háborús propagandaközpontja.

„A monarchiában mindjárt a háború elején felállítottak egy új testületet, a Háborús Felügyeleti Hivatalt (*Kriegsüberwachungsamt* – KÜA), amelynek feladata volt harcolni mindenütt a monarchia területén és azon kívül is a felforgató elemek ellen. A KÜA rendkívüli szigorral kontrollálta a hírlapokat. Tilos volt közölni az alábbi kategóriákba tartozó írásokat: hűtlen és hazaáruló írások; a monarchia belső instabilitásáról (tünetések, gazdasági bajok) szóló hírek; provokatív hatású nacionalista, szocialista eszméket hirdető cikkek; kényes kormányzati intézkedések bírálata; ijesztő rémhírek; pacifista propaganda.”<sup>2</sup>

2. Mark Cornwall: *News, Rumour and the Control of Information in Austria-Hungary, 1914–1918*. Ismertette: Fodor Mihályné, *Klió*, 1994/1. 125.

A hiteles információáramlás torzító effektusának további körét képezi az újságírói öncenzúra. Ezt a személyes meggyőződés, az újságírói attitűd, a tudósítónak a háborúhoz való pozitív vagy negatív viszonyulása idézheti elő.

A propaganda elméleti megközelítése után, a lehetséges elemzési módszerek, illetve kommunikációs modellek prezentálását követően öt korabeli újságon keresztül a gyakorlatban kerül sor a propaganda működési mechanizmusa bemutatásra, főként *Philipp Mayring* kvalitatív szövegelemzési metodikájára támaszkodva. Mindehhez a szerző a kor népszerű, jelentős olvasói körrel rendelkező, német nyelvű lapjait hívja segítségül, ezek az *Illustrierte Kronen Zeitung*, a *Neue Freie Presse*, az *Arbeiter-Zeitung*, a *Reichspost* és a *Wiener Zeitung* (*Wiener Abendpost*).

A bemutatott újságrészletek közös vonatkozása, hogy mindegyik olyan eseményről számol be, amelyekhez a Monarchia közvéleményének negatív impressziója társult. Ezek a szerb részről történő relegációs magatartás, Olaszország hadba lépése az antant hatalmak oldalán, az 1916-os Bruszilov orosz tábornok által vezetett offenzíva, Ferenc József császár halála és az Egyesült Államok 1917. évi hadba lépése. Abból az aspektusból is tudatos a választás, hogy az említett lapok különböző rétegek érdekeltségében álltak. Az *Arbeiter-Zeitung* nevéből adódóan is hagyományosan baloldali, szociáldemokrata lap, míg az 1703-as múltra visszatekintő *Wiener Zeitung* egy tradicionálisabb vonalat képviselő orgánus, mely a kétféjű sas nemzeti szimbólumának használatára is jogosítva volt. Sajtótörténeti kitekintésként az egyes újságok historikus múltja is felidéződik nagy vonalakban, úgy mint az alapítás ideje, egyéb releváns évszámok, terjesztési adatok.

Több szempont alapján összehasonlíthatóak egymással a már említett újságok cikkei. A háborús eseményekre adott osztrák sajtóreakciók propagandisztikus szempontú elemzése alapján például az alábbi, főbb tartalmi kérdések kerülnek górcső alá: Milyen mértékben tartalmazzak a tudósítások historizáló, történelmi szegmenseket, sztereotipikus, emocionális hatáskeltő, perszuazív elemeket? Milyen a háborúhoz való viszonyulásuk? A tartalmi jellegzetességeket idézett példákkal prezentálja, és táblázati összegzés formájában, grafikusán is illusztrálja a könyv szerzője.

Christian Schwendinger alkotásának összetettsége abban rejlik, hogy a nagy háború politikai–hadi és gazdasági vonatkozásainak felelevenítése mellett, forráselemzésre és ezzel összefüggésben sajtó-, illetve propaganda-történeti analízisére is vállalkozik, mindezt úgy, hogy közben jól átlátható,

koherens rendszert konstruál meg, melyben a struktúra folytonosságát logikusan megalkotott ok-okozati következtetések biztosítják. A téma elismert szaktekintélyei által végzett kutatások eredményeit felhasználva és a forrásanalízist szinkretizálva hozza létre a szerző könyvének egyedi arculatát.

Christian Schwendinger: Kriegspropaganda in der Habsburgermonarchie zur Zeit des ersten Weltkriegs. Eine Analyse anhand fünf ausgewählter Zeitung. (Háborús propaganda az I. világháború kori Habsburg Monarchiában. Analízis öt kiválasztott újság segítségével.) Diplomica Verlag, Hamburg, 2011, 178.

*Egri László*