

Szabó F. Andrea

Pannon Egyetem HTK Angol–Amerikai Intézet

Az amerikai hadsereg a hírmédiában

Számos tudományterület vizsgálja a hadsereg szerepét és hatását a társadalomra, a kultúrára, a politikára és más területekre az átfogó megértés érdekében. Ezek együttesen értékes betekintést nyújtanak a katonai intézmények, fellépések, valamint a társadalmakra és nemzetközi kapcsolatokra gyakorolt hatásuk összetettségébe.

Számos tudományterület vizsgálja a hadsereg szerepét és hatását a társadalomra, a kultúrára, a politikára és más területekre az átfogó megértés érdekében. Szorosabb értelemben a hadtudományok, a biztonságstudományok, a nemzetközi kapcsolatok, a politikatudomány és a hadtörténelem tekinti fő vizsgálati területének. Emellett a szociológia, az antropológia, az etika és filozófia, a pszichológia, a közgazdaságtan, a médiatudomány, a kulturális, valamint a társadalmi nemi tanulmányok, az emberi és nemzetközi jog, a geopolitika, továbbá ezek interdiszciplináris vizsgálatai is hozzájárulnak a hadsereg történelmi, társadalmi, politikai, kulturális és etikai dimenzióinak holisztikus megértéséhez. E tudományterületek együttesen értékes betekintést nyújtanak a katonai intézmények, fellépések, valamint a társadalmakra és nemzetközi kapcsolatokra gyakorolt hatásuk összetettségébe.

A tanulmány a kulturális tanulmányok és a médiatudomány határmezsgyéjén helyezkedik el az amerikanisztika tágabb kontextusában: arra keresi a választ, hogy az amerikai hadsereg mint a NATO szövetség meghatározó tagja és a katonai témák milyen módokon jelennek meg az amerikai hírmédia egy jól meghatározott szegmensében, és a létrejövő médianarratívák milyen médiaszövegekben megjelenő konstrukciókkal vannak összhangban. Távlatos célja egy nemzetközi kitekintés és összehasonlítás alapjainak megteremtése a hazafias nevelés társadalmi beágyazottságának vizsgálatáról, valamint a fellelhető jó gyakorlatok feltérképezése. Alapfelvetése, hogy a nyugati társadalmak hasonló nehézségekkel néznek szembe: az önkéntes, hivatásos hadsereg bevezetése óta csökken az újoncok száma, még úgy is, hogy az elmúlt időszakban több gazdaságilag nehéz időszakot kellett a társadalmaknak átvészelni, amely időkben jellemzően többen jelentkeznek szolgálatra. Komoly kihívást jelent az is, hogy a jelentkezők számottevő része alkalmatlan katonai szolgálatra, és felkészítésük hosszabb időtartamot vesz igénybe, valamint több kihívást teremt. Ezért is került több NATO-tagországban, köztük az Egyesült Államokban is, a toborzás a figyelem középpontjába az elmúlt évtizedekben, hiszen a megfelelő jelöltek megtalálása alapvető fontossággal bír a honvédelem szempontjából.

Az amerikai közvélemény és a fegyveres erők között jelenleg azonban akkora szakadék húzódik, hogy a civilek nem értik a hadsereget és a szolgálatot teljesítőket (Taylor és mtsai, 2011). A távolság részben a kötelező katonai szolgálat – közsímet nevének a sorozás – 1973-as megszűnésének tudható be. Azóta egyre kevesebben választják a szolgálatot, így egyre kevesebben tudják megosztani személyes tapasztalataikat, egyre

kevesebb közeli barát vagy családtag szolgál vagy szolgált korábban maga is (Taylor és mtsai, 2011). Noha elterjedt az a nézet, hogy a hírmédia részben kitölti azt az információs űrt, amit a csökkenő létszámok eredményeznek, bizonyított, hogy a hírmédia gyakran felszínes és időnként sztereotipikus képet ad arról, hogy mit jelent szolgálni (pl. Parrott és mtsai, 2021).

Több okból is fontos, hogy pontos kép alakuljon ki arról, hogy hogyan jelenik meg a hadsereg a médiában. A médiareprezentációk jelentősen befolyásolják a közhangulatot, a toborzást és a hadsereg globális megítélését egyaránt. A legfrissebb kutatások szerint a híreknek való kitettség táplálhat mentális asszociációkat és attitűdöket, így korántsem mindegy, hogy a hírmédia milyen képet közvetít a hadseregről (Parrott és mtsai, 2020): a pozitív ábrázolás fokozhatja a közvélemény támogatását és a toborzási erőfeszítéseket, míg a negatív ábrázolás alááshatja a közbizalmat és akadályozhatja a toborzást. Az egyénre vonatkoztatva, a médiaképek és a narratívák hatással vannak a potenciális újoncok döntéseire, hiszen a pozitív ábrázolások vonzóvá tehetik a katonai szolgálatot az elvárt képzettségű személyek számára is, míg a negatív ábrázolások visszatartó erővel bírhatnak. Itt megemlítendő az a jelenség is, hogy a pozitív médiabeszámolók növelhetik a már a szolgálatot választó katonai személyzet és családjaik morálját, míg a negatív ábrázolások negatívan hathatnak. Ennek fontossága abból a szempontból is megragadható, hogy a katonai szolgálatra jelentkezők túlnyomó többsége családi indíttatásról is beszámol.

Emellett fontos még, hogy a média felerősítheti mind a külső, mind a belső válságokat, befolyásolva a hadsereg közvélemény általi megítélését. Nem utolsósorban a médiamegjelenések hatással bírnak a nemzeti hadsereg globális imázsára is: arra, hogy más nemzetek hogyan látják egy nemzet hadseregét és annak szándékait. Továbbá a média által a hadseregről alkotott kép befolyásolhatja a hadsereg hosszú távú hírnevét.

A fent említett folyamatok megértéséhez a hadsereget elemző fókuszába helyező több tudományterület elemző eszközrendszerének interdiszciplináris alkalmazása szükséges: a hagyományosan a hadsereg szerepét és hatását vizsgáló tudományterületek mellett a médiatudományok és az amerikanisztika is segíthet betekintést nyerni az összetett helyzet dinamikájába. Meglepő módon a híreket és a közgondolkodást összekötő empirikus kutatások száma korlátozott. Jelen tanulmány azzal járul hozzá a szakirodalomhoz, hogy megvizsgálja, az amerikai hírműsorok milyen keretben jelenítik meg az amerikai hadsereget mint intézményt és a szolgálatot választó katonákat mint egyéneket.

A hírmegjelenések elemzésében olyan megközelítést alkalmazok, amely kiemeli a szövegben és képekben kódolt jelentéseket, és igyekszik ezeket explicit módon feltárni a framingelmélet eszközrendszerének felhasználásával. A társadalomtudományokban a tartalomelemzés széles körben alkalmazott módszer a kvalitatív adatok, például dokumentumok és átiratok vizsgálatára. Ennek során a diszkrét adatelemeket kódolási sémákkal csoportosítják (például szavak vagy képek kategóriákba sorolásával és számlálásával, ld. Silverman, 2003. 348.). A tartalomelemzés egy alternatív megközelítése az érzelmi viszonyulás kódolására tesz kísérletet (Sass & Bodnár, 2018), ami a szövegtartalom mellett a képi világra vonatkozó kódolás kidolgozásával a vizsgálat egy további kiterjesztése lehet. Bár ezen megközelítés önmagában is értékes információkat nyújthat, és betekintést enged abba, hogyan ábrázolja a média a katonai témákat, jelen megközelítem szemiotikai és diskurzusalapú elemzést is alkalmaz annak feltárására, hogy hogyan formálódik a hadseregről és a szolgálatot választókról a jelentés egy adott szövegben. A vizsgálat során két amerikai műsorközlő 153 hírműsorának szövegeit vizsgálok a 2023. március 1. és július 31. közötti időszakban.

A kutatás eredményeképpen elmondható, hogy több keret is azonosítható a vizsgált szövegekben a hadsereggel, a katonai témákkal és a szolgálatot választókkal kapcsolatban. Az alkalmazott keretek pozitív, támogató hangvételűek mind a „kemény”, mind

a „puha” hírek tekintetében, annak ellenére, hogy a híradások heterogén nézőpontokat is bemutatnak a kiegyensúlyozottság jegyében. A hírműsorokban kirajzolódó kép az amerikai hadsereget implicit módon a nemzeti lojalitás és identitás megtestesítőjeként ábrázolja, mely a 2000-es évek óta tevékenyen támogatja a tisztelet kultúrájának kiszélesítését az amerikai fegyveres erők kötelékében, mely azonban ennek ellenére is a nemzetvédelmi feladatok nagyságához (és egyes feladatok újszerűségéhez) mérten alacsony létszámokkal küzd. Aggodalomra pedig ezért van ok az amerikai hadsereggel kapcsolatban. Összességében tehát elmondható, hogy az ábrázolás összhangban van a három haderőnem toborzó irodalmában kirajzolódó képpel.

Helyzetkép az Egyesült Államokban

A hadsereg kulcsfontosságú intézmény az amerikai társadalomban. Amellett, hogy fontos nemzetbiztonsági feladatokat lát el nemzetközi szinten, és erőt mutat, belföldi funkciói is jelentősek: munkahelyet, szakképzést biztosít, a fiatalok (főként a fiatal férfiak) szocializációjában és a bevándorló csoportok amerikanizációjában fontos szerepet vállal, valamint nemzeti szimbólumként és a nemzeti identitás forrásaként szolgál. Enloe (1996) szerint az Egyesült Államokban a hadsereg „különleges helyet foglal el a közszférában, valahogy szorosabban kötődik a hazafisághoz, a nemzet sorsához és méltóságához, mint például a közkórházak vagy akár a nemzeti törvényhozás” (Enloe, 1996. 261., saját fordítás). Épp ezért, véli másokkal összhangban, az USA-ban a nemzeti lojalitás és identitás „militarizált”.

Az Egyesült Államok fegyveres erői számos külső kihívással szembesülnek a jelenben, amelyek olyan nemzetközi kötelezettségvállalásokat foglalnak magukban, mint például az ukrán erők támogatása Oroszország ellen, a kibernetikus fenyegetések kezelése, Kína egyre növekvő katonai képességeinek leküzdése, és általában a nagyhatalmi versengés korszakába való átlépés.

E globális aggodalmak mellett a hadsereg kiemelkedő jelentőségű belső nehézségekkel is küzd. Az önkéntes alapú katonai struktúra kritikus fordulópont előtt áll, amelyet a csökkenő toborzási arány és a fegyveres erőkről alkotott, érzékelhetően megosztott amerikai közvélemény jellemez. E belső kihívások csúcspontja az amerikai hadseregbe vetett közbizalom csökkenésében nyilvánul meg. Ez több mint két évtizedes mélypontját érte el 2023 júniusában, amint azt a Gallup közelmúltban végzett felmérése is bizonyítja (Younis, 2023). Ez a csökkenés egy tartósan magas bizalmi szintet követő időszak után következik be, amely a 9/11-es terrortámadások után két évtizedig többnyire 70 százaléknál felett maradt, majd 2021-ben 69 százalékra csökkent. Ma a megkérdezett amerikaiak mindössze 60%-a bízik az amerikai hadseregben, ami mélyreható változásokat jelez a fegyveres erők társadalmi megítélésében. Noha ez a tendencia párhuzamos a különböző más közintézményekben megfigyelhető szélesebb körű bizalmi válsággal, jelentős mértékben hozzájárul a hadsereg belső válsága körüli aggodalmakhoz.

A közbizalom csökkenése részben az afganisztáni amerikai kivonulás következményeinek tulajdonítható, de nagyban hozzájárulnak a hadsereg szerepéről és jelentőségéről folytatott kultúrháborús viták is, melyek olyan témák körül bontakoznak ki, mint a reprodukciós jogok szövetségi támogatása a katonai szolgálatot választók számára, a nők és más kisebbségek reprezentációja a szenior vezetésben, vagy a katonai bázisok átnevezése.

A kihívások a toborzási erőfeszítésekre is kiterjednek: számos tényező együttes jelenléte eredményezi, hogy a toborzási szintek a korábbi években tapasztalt amúgy is alacsony számokhoz képest is elmaradnak. Hagyományosan a hadsereg a férfiak és a férfiasság terepének számított, de az önkéntes haderő bevezetését követő korszakban nagy

átalakuláson ment át, mivel bizonyos mértékig meg kellett tanulnia visszatükrözni a civil társadalomban megfigyelhető tendenciákat, és a civil világból származó elképzelésekre építve újjá kellett építenie a szolgálatról alkotott koncepciókat a közvélemény attitűdjeihez alkalmazkodva és/vagy azokat felhasználva.

A hadsereg átalakulása összefonódik a társadalmi változásokkal, ami árnyalt vizsgálatot tesz szükségessé. E diskurzus középpontjában az önkéntes haderő összetételét és a szélesebb társadalmi szövethez való igazodását érintő kérdések állnak, vagyis, hogy a fegyveres erők demográfiai összetételének tükröznie kell-e az amerikai társadalom összetételét. Az amerikai kontextusban e diskurzus egyik jelentős dimenziója a katonai szolgálat demográfiai szempontjaival kapcsolatos politikai vita. A legfontosabb viták bizonyos csoportok – például a nők, a melegek, a különböző etnikumok, és a történelmi múltban az afro-amerikaiak – harci szerepvállalásának joga és megbecsültsége körül forognak. A viták kiterjednek továbbá magának a katonai szolgálatnak a természetére is, beleértve azt is, hogy azt személyes választásnak vagy társadalmi kötelezettségnek kell-e tekinteni. Ez a diskurzus tovább vizsgálja azt a kérdést, hogy a katonai szolgálat a hagyományos munkához hasonlónak tekintendő, vagy pedig a polgári hivatásoktól eredendően különbözik.

Az előirányzott toborzási számoktól való elmaradásokat sokan sokféle okra vezették vissza. Visszatérő indokként nevezik meg az egyéb alternatívák által kínált anyagi lehetőségeket, különösen a technológia és kiemelten az információs technológia területén. Mások, mint ahogy azt Brown (2007) feltárta, a katonai kultúra és a hagyományok erőzójával együtt járó elférfiatlanodási folyamatot okolták, melyhez hozzájárul a nők nagyobb arányú megjelenése a hadseregben is. Noha ezek a hangok inkább az újságírói túlzás, mint a tudományos szigor felé hajlottak, jelentőségük nem elhanyagolható. Ha mást nem, azt jól jelzik, hogy az 1990-es évek óta jelen van egyfajta aggodalom azzal kapcsolatban, hogy a hadsereg hogyan viszonyul a férfiaság hagyományos és harci fogalmaihoz egy változó világban (Brown, 2007. 14.).

Számos kutatás kísérelte meg feltárni azokat a meghatározó tényezőket, amelyek az egyének azon döntésének hátterében állnak, hogy a hadseregben való szolgálatot választják vagy nem. Ezek a kutatások elsősorban azt vizsgálták, hogy a motivációkat elsősorban gazdasági megfontolások vagy normatív tényezők – beleértve a hazafias érzéseket vagy a családi hagyományokhoz való ragaszkodást – vezérlik-e (pl. Faris, 1984; MacLean és Elder, 2007).

Az Egyesült Államokban az 1990-es évek végén következett be egy nagyobb toborzási válság, amely arra ösztönözte a terület szakértőit, hogy kiemelten kezeljék a toborzás kérdéskörét. Az uralkodó aggodalom arra irányult, hogy a hadsereg képes-e egyáltalán újoncokat vonzani egy olyan környezetben, ahol a katonai szolgálat csak egy gazdasági választási lehetőség a számos alternatíva között. Mindez egy olyan kulturális közegben, amely nem támogatja az elkötelezettség érzését a katonai szerepvállalás mellett, és az egyre kisebb haderő miatt egyre kevesebb egyénnek van közvetlen személyes kapcsolata a katonai intézményekhez közvetlenül kapcsolódó személyekkel.

Noha számos oka lehet annak, hogy miért dönt valaki úgy, hogy a katonai szolgálatot választja, a leggyakoribb okok között szerepelnek a gazdasági lehetőségek, vagyis a hadsereg által kínált stabil munkahely, a megbízhatóan rendszeres jövedelem, a lakhatás és az egészségügyi ellátás. (Bouffard [2005] szerint a sorozási kvóták teljesítése egyértelműen a civil munkaerőpiac állapotától függ.) Bizonyos régiókban vagy közösségekben a fiatalok korlátozott munkahelyi kilátásokkal vagy gazdasági lehetőségekkel szembesülnek; számukra a katonai szolgálat a sikerhez vezető utat jelenti (Bouffard, 2005; MacLean és Elder, 2007). Nagy vonzerővel bírnak az oktatási lehetőségek, a munkahelyi képzések, a szakképzés és a jelentős diákhitel-tartozás nélkül elvégezhető felsőoktatási képzések. Sok fiatal számára a katonai szolgálat annak a lehetőségét teremti meg, hogy készségeket,

tapasztalatot és tudást szerezzen tandíj-támogatással, ösztöndíjjal olyan területeken, mint az információtechnológia és a mérnöki tudományok, vagy akár az orvostudomány.

Számos érzelmi indok is szerepelhet az újoncok döntésének hátterében. A családi hagyományok folytatása az egyik legmeghatározóbb indok: sokan olyan családból származnak, ahol a katonai szolgálatnak van múltja, és ez a hagyomány nagyban befolyásolja a katonaság kötelékébe való csatlakozást. Emellett a kaland és utazás, az új kultúrák megismerése és az izgalmas vagy kihívást jelentő helyzetek, valamint a hazaszeretet és a szolgálat iránti elkötelezettség is támogatja a döntést. Az erős hazafias érzés és a haza szolgálata iránti vágy is motivációs erő, különös tekintettel az Egyesült Államok szabadságjogainak és értékeinek védelmére. Egyesek számára a hadsereg strukturált környezetet és az összetartozás érzését nyújtja, ami a civil életből hiányozhat – ez különösen vonzó lehet azok számára, akik iránymutatást és stabilitást keresnek. Megint mások úgy tekintenek a katonai szolgálatra, mint a fegyelem, a vezetői képességek és a felelősség-tudat fejlesztésének módjára. Sokan kihívásként tekintenek a szolgálatra, a hadseregben eltöltött időt személyes és szakmai fejlődési lehetőségként élik meg.

Nem utolsósorban a szolgálat állampolgársági és bevándorlási előnyökhöz is juttathatja az újoncokat, hiszen a hadsereghez csatlakozó nem amerikai állampolgároknak lehetőségük lehet arra, hogy gyorsított eljárásban állampolgárságot vagy bevándorlási kedvezményeket szerezzenek.

Az újoncok számosságának maximalizációs szempontjából jelentős akadályt jelentenek azonban a ma már szigorúnak ítélt toborzási előírások, mivel a 17 és 24 év közötti korosztály mindössze 23%-a felel meg a katonai követelményeknek. A problémák közé tartoznak a fizikai alkalmassági követelmények és az egyéb kizáró okok: a test egyes, jól látható területein (úgy mint fej, nyak, kar) található tetoválások (kivéve a légierőt, ahol a közelmúltban kikerült a kizáró okok közül), a büntetett előélet (olyan cselekmények is kizáróak mint például a nyilvános vizelés), a kábítószer-használat (noha számos államban egyes könnyű drogok engedélyezettek), a 24 hónapon belül figyelemzavar kezelésére felírt gyógyszerek vagy gyógykezelések (bár orvosi nyilatkozatra bizonyos esetekben ettől el lehet tekinteni).

E tényezők összetett kölcsönhatása eredményezi a szolgálatra jelentkezők számának alacsony voltát. Az Egyesült Államokban a katonai vezetés nagyon is tisztában van ezekkel a kihívásokkal, felismerve a toborzási arányok, a közbizalom és a tágabb társadalmi környezet közötti bonyolult kapcsolatot. Felismerik továbbá, hogy a hadsereg készenléte és műveleti hatékonysága összefonódik a toborzás sikerességével és a közvélemény megítélésével.

A hadsereg a médiában

Toborzó irodalom

A toborzás a hadsereg egyik legpublikusabb arca. Nem más, mint kísérlet arra, hogy a nyilvánosság szemében a szolgálat úgy jelenjen meg, mint amit nemcsak érdemes választani, de ami önmagában is érdemessé teszi az azt választót. Célja a pozitív kép kialakítása a társadalomban a katonai szolgálatról és a fegyveres erőkről. A toborzási anyagokban a szolgálatról alkotott kép a potenciális újoncokat, valamint azokat a személyeket hivatott megszólítani, akik befolyásolni tudják őket, beleértve a szülőket, testvéreket, rokonokat, tanárokat, edzőket, pályaválasztási tanácsadókat és a potenciális újoncok közösségének más tagjait.

A toborzás arra irányul, hogy vonzó kép alakuljon ki különösen a célközönségben a szolgálatról. Nem titok, hogy az amerikai hadsereg különböző haderőnevei

reklámcégeket, attitűdfelméréseket és fókuszcsoportokat alkalmaznak toborzási anyagaik elkészítéséhez, és így ezek visszatükrözik azt, amit a közvélemény, vagy annak bizonyos, célközönségként definiált rétegei látni akarnak. Akármilyen körültekintően tervezik azonban meg a toborzóanyagokban megjelenített képet, ez nagy valószínűséggel csak kis mértékben befolyásolja az egyén döntését akkor, amikor a bevonulásról dönt, hiszen nem választható el teljesen a nagyobb intézményi arculat összefüggéseitől (Brown, 2007. 6–10.).

Brown (2007) és Obradovic (2014) kutatásai megmutatják, hogy az amerikai hadsereg három haderőnemének toborzási anyagaiban megjelenített képek implicit módon állást foglalnak a hadsereget érintő vitákban és kérdésekben azáltal, hogy milyen embereket mutatnak, és milyen módon mutatják őket. Az amerikai hadsereg az elmúlt években jelentős változásokon ment keresztül a katona hagyományos férfiasságával, a nemi viselkedésbeli normákkal és a sokszínűséggel kapcsolatos kérdésekben. A kanadai fegyveres erőkhöz hasonlóan az amerikai hadsereg is azon dolgozik, hogy a befogadás és a tisztelet kultúráját támogassa, a hazafiság, az ország szolgálata, a személyes fejlődés és az összetartozás érzésére alapozva, miközben a férfiasság pozitív aspektusait népszerűsíti, de megkérdőjelezi a hagyományos nemi sztereotípiákat.

A megcélzott demográfiai csoportok között kiemelt helyen szerepelnek például a nők az olyan magas technológiai felkészültséget kívánó pozíciókra, ahol a testi erő dominanciája nem elsődleges szempont. Említésre méltó például, hogy a közelmúlt döntése alapján az amerikai hadsereg azért nem alakít ki egy speciális technológiai bázist Alabama államban, mert annak konzervatív törvényhozása rendkívüli módon beszűkítette a reprodukciós jogok gyakorlását, és attól félnek, hogy a helyszín is visszatarthatja a potenciális, magasan képzett női újoncok toborzását. Emellett a toborzó irodalom alapján az amerikai hadsereg elkötelezett a sokszínűség és befogadás kultúrája mellett, céljának tekinti a különböző hátterű újoncok toborzását, melyet az összetartozás hangsúlyozásával támaszt alá.

A hadsereg médiareprezentációi

Az intézményi arculat alakításában a média szerepe több szempontból is kulcsfontosságú. Egyrészt az, ahogyan a hadsereg a médiában megjelenik, befolyásolhatja, hogy a közvélemény hogyan látja egyes, éppen aktualitással bíró katonai beavatkozások szükségességét, etikusságát és következményeit. Másrészt, és a jelen dolgozat szempontjából ez még fontosabb, a hadsereg médiareprezentációi hozzájárulnak a hazafiságról, hősiesiségről, nemzeti identitásról és állampolgári kötelességről szóló szélesebb körű kulturális narratívához. Ezek az ábrázolások nagyban befolyásolhatják, hogy az egyének hogyan tekintenek a katonai szolgálatra, a katonákra, a veteránokra és a társadalomban betöltött szerepükre.

A médiatudomány gyakran közelíti meg a hadsereget kritikai elemzés tárgyaként azt vizsgálva, hogy az hogyan jelenik meg, képe hogyan épül fel a különböző médiaplatformokon. A médiatudomány azt is vizsgálja, hogy a különböző médiumok, mint például a film, a televízió, a hírek, az irodalom és a közösségi média hogyan alakítják a közfelfogást, a narratívákat és a katonaságról alkotott képet. Nagy valószínűséggel három médiaág termékei befolyásolják ma az amerikaiak többségét a hadsereg tekintetében: a film, a televízió és a digitális játékok.

A hadsereg filmes ábrázolását egyaránt vizsgálja a média-, a kultúra- és a filmtudomány. A különböző tudományágak a filmbeli katonai reprezentáció különböző aspektusait vizsgálják, de elmondható, hogy meglehetősen egységesek abban a megítélésben, hogy a katonai filmek gyakran bizonyos sztereotípiákra és klisékre építenek (a hős katonák, a sztoikus vezetők, az áldozatos hazafiság és a konfliktusdinamika leegyszerűsített

ábrázolása), a filmek gyakran idealizálják a hadsereget és a nemzet védelmében betöltött szerepét, vagy akár propagandaeszközként is szolgálnak, amelyek bizonyos ideológiákat vagy politikai nézeteket népszerűsítnek. Ugyanakkor ennek ellenkezője is elmondható, hiszen számos film megkérdőjelezi az uralkodó narratívákat, és elgondolkodtat a militarizmus következményeiről, a kortárs katonai filmek egyre összetettebb és többdimenziós karaktereket soroltatnak fel, például megkísérlik a háború pszichológiai és érzelmi áldozatainak bemutatását a katonák és családjaik szemszögéből. Érdemes megemlíteni, hogy a filmek maguk is katalizátorává válhatnak intézményes változásoknak. A *Bátrak igazsága* (1996) című film megjelenése után például mind a katonai intézményrendszer, mind a média intenzíven elkezdte vizsgálni a katonaságon belüli szexizmus kérdését. A film bemutatóját követően egy olyan férfi kiképző őrmesterekből álló hálózatot lepleztek le Marylandben, akik állítólag szexuális szíveségeket kértek a nő újoncoktól, de az akkori főparancsnok Bill Clinton házasságtörési ügye is ebben a kontextusban került az amerikai közvélemény elé 1998-ban. Különös felháborodást okozott egy tizenkét éves japán iskolás esete, akit amerikai katonák raboltak el és erőszakoltak meg Okinaván. Noha maga az eset 1995-ben történt, 1997 elején egy hétezer japán magánszemélyből álló csoport a *New York Times* egy egész oldalas hirdetésében hívta fel rá a figyelmet (Enloe, 1989). Az amerikai hadsereg ma már, részben a 1990-es évek végén kibontakozó viták hatására, intézményi szinten törekszik a kölcsönös tisztelet kultúrájának megsziárdítására.

A katonai filmek hozzájárulnak a kulturális emlékezet alakításához és a történelmi események és konfliktusok kollektív megértéséhez. Befolyást gyakorolnak arra, hogy a társadalmak hogyan emlékeznek és értelmezik a múltbeli háborúkat és jelenkori konfliktusokat. Rollins és O'Connor *Why we fought: America's wars in film and history* című könyve például átfogóan tárgyalja az amerikai háborúk filmes ábrázolását és annak a történelmi narratívákkal való kapcsolatát. A digitális játékok és a hadsereg kapcsolatát Mead tárja fel *War play: video games and the future of armed conflict* című könyvében. Ebben a könyvben Mead azt vizsgálja, hogy a digitális játékok hogyan fonódtak össze a katonai kultúrával és gyakorlatokkal, valamint betekintést enged abba az innovatív eljárásba, ahogy a katonák a videojátékokat kiképzésre, szimulációra, toborzásra, sőt terápiás célokra is használják. Mead azt is tárgyalja, hogy a játékipar hogyan merít inspirációt a katonai technológiákból és taktikákból, ami a két terület közötti kölcsönös kapcsolathoz vezet.

Az amerikai hadsereg és a hírmédia

A hírmédia fontos információforrást jelent a civil közvélemény számára, amikor a fegyveres erőkről van szó. Ez azért lehet problematikus, mert csakúgy, mint a toborzó irodalom esetében, az újságírók csak bizonyos elemeket emelnek ki a szövegről, és így gyakran felszínes képet adnak a hadseregről.

A jelen tanulmány célja annak megértése, hogy a hírek hogyan mutatják be a katonaságot, a szolgálatot és a katonai szolgálatot választókat. Korábban az amerikai hadsereg reprezentációját az amerikai hírmédiában meglepően kevesen tanulmányozták tudományos igényességgel. A 2010-es évek közepén kezdtek el olyan kutatási beszámolókat megjelentetni, amelyek a hadsereg és a veteránok reprezentációját vizsgálja a hírmédiában (Kleykamp és Hipes, 2015; Rhidenour és mtsai, 2019; Wilbur, 2016). Az eddigi tanulmányok megerősítik a korábbi aggodalmakat: a hírmédia gyakran állandósítja a sztereotípiákat, a katonák a hősiességgel és a traumával összefüggésben jelennek meg, gyakran áldozati szerepben (pl. Rhidenour és mtsai, 2019). Ezzel szemben a hollywoodi filmek más, a toborzás szempontjából szintén kedvezőtlen sztereotípiákat állandósítanak (pl. a veterán mint „ketyegő időzített bomba” vagy „szuperhős”) (pl. Merry, 2015); a gamerek

pedig katonai szerepbe bújva következmények nélkül ölnek a digitális játékokban.

Az amerikai hadsereg reprezentációjának kérdéskörében az egyik legérdekesebb megközelítést Parrott és munkatársai (2019) alkalmazzák, akik azt tűzték ki céljukul, hogy jobban megértsék, hogyan keretezi az Egyesült Államok regionális hírmédiája a katonai veteránokkal foglalkozó híreket a csatornák Twitter közösségi médiaplatformján. Választott módszerük a kvantitatív tartalomelemzés, amely bizonyos jellemzők jelenlétét vagy hiányát vizsgálja olyan tweetekben, amelyekben a „veterán” kifejezés szerepelt. Az adatok klaszterelemzésének eredményeképp három keretet azonosítottak. A legelterjedtebb, a „jótékonyosság”-ként azonosított keret olyan eseteket emelt ki, amikor a veteránok jótékonyasági szervezetektől és másoktól kaptak segítséget. A második keret, „a hős”, a becsületre, a második világháborúra és olyan tartalmakra való utalásokat tartalmazott, amelyek büszkeséget váltanak ki a médiafogyasztó közönség tagjaiban. A harmadik keret, az „áldozat”, a veteránok által a katonaságtól és/vagy a társadalomtól elszenvedett rossz bánásmódot, a mentális egészségügyi problémákat, a politikát és az Öböl-háborút emelte ki. A tanulmány eredménye arra utal, hogy az amerikai hírfogyasztók szűk képet kapnak arról, hogy mit jelent veteránnak lenni.

Egy kutatásuk azt is megállapította, hogy az ilyen narratív kereteknek való kitettség csökkenti a veteránokhoz való társadalmi közelség vágyát; ugyanakkor a sztereotípiákat megkérdőjelező narratívák pedig növelik azt (Parrott és mtsai, 2021). Így az eredmények egyértelműek: számít, hogy a hírmédia milyen üzeneteket közvetít a hadseregről, a szolgálatról és az egyes katonákról, valamint, hogy milyen keretben teszi azt. A hírek befolyással bírnak a közvéleményre.

Amikor a hadsereg megjelenítéséről beszélünk a hírmédiában, több jelentős kommunikációs elmélet is számba vehető, így a kultivációs elmélet mellett a napirendelmélet, a *framing*elmélet vagy a propagandaelmélet. A kultivációs elmélet szerint a hírmédia nem feltétlenül azt mondja meg a közönségnek, hogy mit gondoljon, hanem azt, hogy miről gondolkodjon (Cohen, 1963; Gerbner, 2000; McCombs és mtsai, 2014). A média, amely információforrásként fontosabbá vált, mint a személyes tapasztalat, nemcsak tükröt tart a valóság elé, de formálja is azt: a valóság képeit bizonyos szabályok mentén rakja újra össze, új (virtuális) valóságot teremtve. Így a média akkulturációs szerepet játszik, azaz hatására mindazok, akik sok időt töltenek a képernyő előtt, fokozatosan elfogadják a valóság médiában ábrázolt képét a valóság hű reprezentációjaként.

Amikor a hadsereg megjelenítéséről beszélünk a hírmédiában, több jelentős kommunikációs elmélet is számba vehető, így a kultivációs elmélet mellett a napirendelmélet, a framingelmélet vagy a propagandaelmélet. A kultivációs elmélet szerint a hírmédia nem feltétlenül azt mondja meg a közönségnek, hogy mit gondoljon, hanem azt, hogy miről gondolkodjon (Cohen, 1963; Gerbner, 2000; McCombs és mtsai, 2014). A média, amely információforrásként fontosabbá vált, mint a személyes tapasztalat, nemcsak tükröt tart a valóság elé, de formálja is azt: a valóság képeit bizonyos szabályok mentén rakja újra össze, új (virtuális) valóságot teremtve. Így a média akkulturációs szerepet játszik, azaz hatására mindazok, akik sok időt töltenek a képernyő előtt, fokozatosan elfogadják a valóság médiában ábrázolt képét a valóság hű reprezentációjaként.

elfogadják a valóság médiában ábrázolt képét a valóság hű reprezentációjaként. Ráadásul a média hatása hosszú távon, kumulatív módon is érvényesül, mégpedig úgy, hogy a társadalomban fellelhető heterogén véleményeket homogenizálja. A napirendelmélet (*agenda setting theory*) szerint az, hogy a hírmédia mit mutat be, és milyen sorrendben befolyásolja a közvélemény napirendjét, eldönti, hogy mely hírek tűnnek fontosnak, és melyek kevésbé. Az emberek többsége azokat a témákat tartja fontosnak, amelyek a hírműsorok elején és a lapok címlapján szerepelnek, és amelyekről a médiumok nagy terjedelemben számolnak be.

A napirend meghatározása mellett azonban a hírmédia megváltoztathatja a közvélemény hozzáállását is azáltal, hogy bizonyos információkat kiemel, miközben másokat figyelmen kívül hagy (Entman, 1993). Ez a folyamat a keretezés, melyet a *framing* elmélet vázol fel. Azáltal, hogy a hírek bizonyos témákat vagy kereteket hangsúlyoznak, a hírek, a média alakíthatja, hogy az emberek hogyan gondolkodnak egy-egy témáról. A katonai reprezentációval összefüggésben a hírmédia például a katonai akciókat hősiességek vagy szükségesnek, illetve agresszívnek és indokolatlannak állíthatja be. Így az elmélet szerint a hírek bizonyos értelmezéseket előnyben részesítenek más értelmezésekkel szemben.

Számos értelmezési keret azonosítható, melyek a hadsereg médiareprezentációja szempontjából lényegesek. Az egyik leggyakoribb keret a „hazaszeretet és hősiesség”, mely a katonák bátorságát, áldozatvállalását és elkötelezettségét hangsúlyozza a nemzet védelmében betöltött szerepükre összpontosítva. A „nemzetbiztonság és védelem” kerete kiemeli a hadsereg szerepét az ország fenyegetésektől való megóvásában és a nemzetbiztonság garantálásában. Hangsúlyozhatja az erős katonai jelenlét szükségességét a polgárok védelme és a béke fenntartása érdekében. A „háború dicsőítése” keret a háborút és a katonai akciókat, a harcot izgalmasnak ábrázolja, lekcisinyelve a konfliktus negatív következményeit. A „humanitárius és békefenntartó” keret a hadsereg humanitárius segítségnyújtásban és békefenntartó missziókban betöltött szerepére összpontosít. A hadsereget olyan erőként mutatja be, amely segít enyhíteni a szenvedést, és fenntartja a stabilitást a konfliktusövezetekben. A „kritikus hang és háborúellenesség” keretben a médiareprezentációk a döntéshozók indítékait szkeptikusan szemlélik, és megkérdőjelezzik az egyes cselekmények szükségességét. A „férfiasság és katonai identitás” keret felerősíti a hagyományos férfias eszményeket és értékeket (bátorság, keménység és bajtársiasság) egy-egy katonai kontextusban. A „társadalom militarizálódása” keret kiemeli, hogy a médiareprezentációk hozzájárulnak a társadalom szélesebb körű militarizálódásához azáltal, hogy a mindennapi élet különböző aspektusaiban – a divattól a szórakozásig – normalizálják a katonai jelenlétet és értékeket. A „gazdasági és politikai érdekek” keret a gazdasági és politikai érdekeket emeli ki, például az erőforrások feletti ellenőrzés, a geopolitikai dominancia vagy a szövetségesek támogatása témakörökben. A „trauma és szolgálat utáni kihívások” keret a veteránok tapasztalataira összpontosít, olyan kérdéseket vizsgálva, mint a poszttraumás stressz zavar (PTSD), a fizikai sérülések és a polgári életbe való visszatérés kihívásai. A „nemzet és identitás” keret azt vizsgálja, hogy a katonaság médiareprezentációi hogyan járulnak hozzá a nemzeti identitás kialakításához, megerősítve a közös értékekkel rendelkező egységes nemzet eszméjét.

Baum (2003) kiemeli, hogy az elmúlt évtizedben a hírműsorok szerkesztői kifejezetten tudatosan élnek a keretek adta lehetőségekkel, hiszen ezek kipróbált és hatékony reprezentációs stratégiákat és megoldásokat kínálnak: „olcsók”, hiszen nem szükséges a hír mint termék esetében törekedni egy-egy esemény komplexitásának megértésére vagy bemutatására. Egyébként is, a hírfogyasztók is egyre inkább a „puha hírek” felé mozdulnak el, és olyan kereteket preferálnak, amelyeket már ismernek.

Mint azt Patterson (2000. 3.) megjegyzi, a „puha híreket” többféle módon lehet definiálni: a nem „kemény” hírek maradványkategóriájaként, a hírek sajátos szókincsrel történő bemutatásaként (pl. személyesebb és ismerősebb, kevésbé távoli vagy intézményes),

vagy bizonyos jellemzők összességéeként (a közpolitikai komponens hiánya, a szenzációhajász bemutatás, az emberre fókuszáló [*human interest*] és a drámai témák, mint a bűnözés és a katasztrófák). Baum (2003) azt is hozzáteszi, hogy gyakorlatilag minden hír- vagy információorientált médium legalább néhány olyan történetet bemutat, amely a fenti jellemzők valamelyikével vagy mindegyikével rendelkezik. Az is nyilvánvaló, hogy a „puha” és a „kemény” hírek között gyakran inkább fokozati, mintsem minőségbeli a különbség.

Az NBC Nightly News és a PBS NewsHour című hírműsora

A következőkben azt mutatom be, hogy két amerikai hírműsor milyen kereteket alkalmaz a hadsereggel és a szolgálatot teljesítőkkel kapcsolatos híradásaiban. 2023. március 1. és 2023. július 31. között összegyűjtöttem mindazon híreket az *NBC Nightly News* és a *PBS News Hour* című hírműsorában, amelyekben bármilyen utalás történt az amerikai hadseregre (akár mint nemzeti erőre, akár mint a hadsereghez bármilyen módon kapcsolódó személyre). A műsorokat a műsorszolgáltatók YouTube-csatornáján néztem, az időeltolódás miatt pár órával az amerikai sugárzás után. Több okból esett a választásom e két műsorra: mindkettő hosszú televíziós hírműsor az Egyesült Államokban, amely országszerte elérhető földfelszíni műsorszóró hálózaton önállóan vagy a regionális hálózatokon, kábeltelevízió, illetve különböző tartalommegosztó platformokon. Az amerikai közönség számára a hálózati hírműsorok jelentik a legfontosabb hírforrást (bár elmaradnak a közösségi média hírfogyasztásától), a teljes lakosság 26%-át érik el, kiegyensúlyozott nemi megoszlással (27% férfiak, 24% nők) (Statista, 2023b).

Az *NBC Nightly News*¹ egy országos kereskedelmi hálózat, az NBC televíziós hálózat híradó részlegének, az NBC Newsnak a napi, esti televíziós hírműsorának zászlóshajója. Az 1970 óta sugárzott műsor jelenleg a második legnézettebb hírműsor az Egyesült Államokban az *ABC World News Tonight* című műsora mögött. A *PBS NewsHour* csaknem 50 éve a közszolgálati műsorszolgáltatás legfontosabb esti hírműsora. Megbízható tudósításai a televíziózás egyik legmegbízhatóbb hírműsorává tették. A kiegyensúlyozottság mindkét hírműsorra jellemző. Az AdFontes független szervezet mérései szerint is mindkettő az objektivitásra és kiegyensúlyozottságra törekszik, sőt megközelítik az újságírói objektivitás eszményét (AdFontes, 2023), bár kissé inkább a liberális, mint a konzervatív értékű közösség felé billennek el. A hitelességi rátájuk is magas, az NBC-é átlagosan 60% körüli (Statista, 2023a), annak ellenére, hogy lényegesen könnyedebb hangvételű.

A *PBS NewsHour*² mélyreható híradásairól ismert. Szerkesztői az intelligens, kiegyensúlyozott, mélyreható tudósítások és elemzések nézőkhöz való eljuttatását tekintik küldetésüknek a legfontosabb hazai és nemzetközi kérdésekről nap mint nap. Fontos számukra az újságírói integritás és a témák széles skálája (politika, gazdaság, tudomány, kultúra). A műsort hosszú újságírás jellemzi, amely lehetővé teszi az összetett kérdések mélyreható feltárását, valamint a szakértőkkel és híradósokkal készített interjúkat. A *PBS NewsHour* a tájékozott hírelemzések és tudósítások elismert forrása.

Az *NBC Nightly News* megkülönböztető jellemzője az „Inspiráló Amerika” (*Inspiring America*) című szegmens. A műsor végén olyan emberi (*human interest*) történeteket mutatnak be, amelyek jó érzéssel töltik el a nézőket azzal kapcsolatban, hogy mit is jelent amerikainak lenni, az egymás iránti szolidaritást hangsúlyozzák, és közösségükért cselekvő embereket mutatnak be. Így a jellemzően sötét vagy megosztó napi hírek után a műsor mindig azzal a megállapítással végződik, hogy több jó ember van, mint rossz, és hogy vannak emberek, akik figyelemre méltó dolgokat tesznek, a jó cselekedet nem különleges, hanem hétköznapi. A két hírműsor együttesen átfogó képet rajzol arról, hogy a hírmédia hogyan alakítja a hadsereg, a katona, a veterán összetett ábrázolását.

A kutatás

A hírmegjelenések kapcsán olyan szövegértelmező megközelítést alkalmazok, amely a szavakban és képekben kódolt jelentéseket igyekszik explicitté tenni. A társadalomtudományokban a tartalomelemzés a leggyakrabban alkalmazott módszer a kvalitatív adatok, például dokumentumok és átiratok vizsgálatára, mely az adatok diszkrét elemeit kódolási sémák segítségével próbálja kategorizálni (pl. a szavakat vagy képeket kategóriákba sorolják és megszámlálják, ld. Silverman, 2003. 348.). Noha ez az eljárás értékes felismeréseket nyújthat, és valóban sokat elárul arról, hogy a hírmédia milyen módon ábrázolja a katonai témákat, a tartalmi elemek megszámlálása nem mond el mindent a szöveg jelentéséről (Dyer, 1982. 111.). Ezzel szemben a szöveg alapú vizsgálat szemiotikai és diskurzusalapú elemzést használ a jelentés megközelítésére.

A szemiotikai megközelítés a kommunikációtudományok területén belül arra az előfeltevésre épül, hogy a jelentés a jelek felhasználásával kerül közvetítésre. A jel olyan érzékelhető egységet alkot, amely önmagán túlmutató dolgot jelöl, és olyan elemeket foglal magában, mint a szavak, képek vagy gesztusok. Ez a konstrukció magában foglalja mind a kézzelfogható megnyilvánulását, mind a hozzá kapcsolódó kognitív konstrukciót (Fiske, 1982. 44.). Az alapvető jelek mögöttes rendszerei, a kódok, közösségi kontextusban kerülnek megosztásra (Fiske, 1982. 68.). A jeleken keresztül történő kommunikáció két, egymással összefüggő szinten működik: a denotáció, amely a jel explicit, közérthető értelmezését jelenti, és a konnotáció, amely azt a kölcsönhatást példázza, amikor a jel a felhasználó érzelmeivel és kulturális értékeivel érintkezik (Fiske, 1982. 90–91.). A konnotációk kulturális kontextusban léteznek, gyakran nem tudatosulnak, és esetenként denotatív igazságoknak álcázzák magukat (Fiske, 1982. 92.). A jelentésalkotás olyan kulturális keretek között történik, amelyeket közös fogalmak, mítoszok és bevett normák alakítanak. A szemiotikai elemzés feltárja azokat az ideológiai jelentéseket, amelyek általában észrevétlenül maradnak a kommunikációban (Fiske, 1982. 153.).

Ugyanakkor a szövegeket poliszémia jellemzi, vagyis az olvasatok sokaságát teszik lehetővé. A televíziós műsorok széles közönséget próbálnak megszólítani, amelynek tagjai a társadalmi struktúrában belül különböző pozíciókat foglalnak el. A műsorok sikere attól is függhet, hogy a különböző közönségcsoportok hogyan olvassák ugyanazokat

A szemiotikai megközelítés a kommunikációtudományok területén belül arra az előfeltevésre épül, hogy a jelentés a jelek felhasználásával kerül közvetítésre. A jel olyan érzékelhető egységet alkot, amely önmagán túlmutató dolgot jelöl, és olyan elemeket foglal magában, mint a szavak, képek vagy gesztusok. Ez a konstrukció magában foglalja mind a kézzelfogható megnyilvánulását, mind a hozzá kapcsolódó kognitív konstrukciót (Fiske, 1982. 44.). Az alapvető jelek mögöttes rendszerei, a kódok, közösségi kontextusban kerülnek megosztásra (Fiske, 1982. 68.). A jeleken keresztül történő kommunikáció két, egymással összefüggő szinten működik: a denotáció, amely a jel explicit, közérthető értelmezését jelenti, és a konnotáció, amely azt a kölcsönhatást példázza, amikor a jel a felhasználó érzelmeivel és kulturális értékeivel érintkezik (Fiske, 1982. 90–91.).

a szövegeket. Az olvasatok aszerint is változnak, hogy a közlő és a befogadó a kulturális referenciák és kódok azonos halmazát mobilizálja-e a jelentésteremtés folyamatában. Az olvasó a társadalmi tapasztalatait, pozícióját és kulturális kereteit hozza be a szöveg olvasásába. Bármely szöveg többféleképpen is olvasható, bár a szöveg egyes jelentéseket erőteljesebben kínál fel, mint másokat (Fiske, 1987. 16.).

A vizsgált időszakban összességében 153 hírműsort vizsgáltam 2023. március 1. és július 31. között. 22 műsorban történt említés az amerikai hadseregre vagy katonai személyekre 28 hírben, 9 a PBS és 13 az NBC műsorában. A hír vagy a megjelenés hossza tekintetében nem tettem különbséget, a két hírműsorra jellemző módon a hírek között voltak hosszú híradások és egymondatos utalások is. Aktuális eseménnyel foglalkozott 7 hír (2 a PBS és 5 az NBC műsorában), nemzeti ünneppel 2 hír (1 PBS, 1 NBC) (az Emlékezés napja május utolsó hétfőjén jellemzően a nyár nyitánya, ezért különleges szerepet tölt be az amerikai közgondolkodásban), 9 hír a szövetségi törvényhozás kapcsán, illetve nemzeti intézményként tárgyalta a hadsereget (7 PBS, 2 NBC), és 8 „puha hírek” volt tárgya (8 NBC). Jól kirajzolódik tehát a két hírműsor közötti, korábban felrajzolt különbség.

Ami a keretezést illeti (ld. 1. táblázat), jól látszik, hogy a „nemzetbiztonság és védelem” a leggyakrabban alkalmazott keret, ezt követi a „kritikus hang és háborúellenesség”. Itt megjegyzendő, hogy ez utóbbi esetben a hírek gyakran történelmi kontextusban foglalkoznak a hadsereggel és katonai témákkal. Erre példa a *PBS NewsHour* 2023. május 28-ikái híre, mely egy második világháborús ázsiai-amerikai katona megkésített kitüntetésének történetét dolgozza fel. A kemény hírek között a „hazaszeretet és hősiesség”, a „gazdasági és politikai érdekek”, valamint a „trauma és szolgálat utáni kihívások” kerete is egyenlő arányban jelenik meg. Egyáltalán nem jelenik meg viszont „a háború dicsőítése” vagy „a társadalom militarizálódása” keret.

A puha hírek jellemzően emberi történetek (*human interest*), melyek kifejezetten az *NBC Nightly News* műsorában jelennek meg. Kiemelendő a „férfiasság és katonai identitás” keret gyakorisága, valamint az, hogy emellett a „hazaszeretet és hősiesség”, a „nemzet és identitás”, valamint a „humanitárius és békefenntartó” keretek jelennek meg; vagyis a hadsereg és a szolgálatot választók egyértelműen pozitív keretben szerepelnek. Csupán két hír kerete nem egyértelműen pozitív, ezek a „kritikus hang és háborúellenesség”, valamint a „gazdasági és politikai érdekek”. Itt is elmondható azonban, hogy ezek történelmi távlatban jelennek meg (egy afro-amerikai vietnami veterán megkésített kitüntetés, *NBC Nightly News*, 2023. március 3.; Daniel Ellsberg, a Pentagon-iratok kiszivárogtatójának halála, *NBC Nightly News*, 2023. június 16.).

1. táblázat. A hadsereg és a katonai szolgálat az amerikai hírmédiában: framingelemzés

Keret	Kemény hír	Puha hír
hazaszeretet és hősiesség	2	1
nemzetbiztonság és védelem	8	0
háború dicsőítése	0	0
humanitárius és békefenntartó	0	1
kritikus hang és háborúellenesség	5	1
férfiasság és katonai identitás	0	3
társadalom militarizálódása	0	0
gazdasági és politikai érdekek	2	1
trauma és szolgálat utáni kihívások	2	0
nemzet és identitás	1	1
Összesen	20	8

A hírműsorokban tárgyalt témák és bemutatott képek a toborzó irodalomban bemutatott képpel csengenek össze: az amerikai hadsereg olyan képét vetítik, amely nem csak szavakban elkötelezett a sokszínűség és befogadás kultúrája mellett, hanem aktívan igyekszik a szélesebb társadalmi szövethez igazodni, demográfiai összetétele tükrözi az amerikai társadalom összetételét, kifejezetten támogatja a nők és minden etnikum szolgálatát, sőt az amerikai társadalomban megtapasztalhatóknál is fokozottabban meritokratikus szervezet. A szolgálatot választó katonákat és veteránokat mint erős hazafias érzéstől és a haza szolgálata iránti vágytól hajtott bajtársias közösséget ábrázolják (lásd NBC, 2023. március 29., április 17., május 29.). Emellett az is kiemelendő, hogy a férfiaság hagyományos, harci fogalmi helyett a férfiaság újabb, üzleti világra és segítő szakmákra jellemző formái jelennek meg: professzionális, nyugodt testvérek, apák, fiúk, barátok, „rendes srácok” (Brown, 2007. 33.), akik tudják, mit akarnak, önérvényesítően kommunikálnak, jó bajtársak, és minden nehézség után egymásra támaszkodva képesek újra alkotni életüket.

Összegzés

Ahogy az oktatás formái a 21. században radikálisan megváltoztak (Baróti és Mészáros, 2011. 279.), úgy a média jellemzői is folyamatosan igazodnak az aktuális igényekhez. A tanulmány az amerikai hadsereg hírmédiában való ábrázolását vizsgálja, mely korábban kevés figyelmet kapott. Két amerikai hírműsor híradásait elemzi szemiotikai és diskurzuselemzési megközelítéssel a médiatudomány és az amerikanisztika tágabb kontextusában, és célja beazonosítani a hadsereggel és katonai témákkal kapcsolatos, a médiareprezentáció szempontjából meghatározó kereteket. A tanulmány rámutat, hogy a vizsgált szövegekben a megrajzolt kép pozitív és támogató hangvételű; az amerikai hadsereg a nemzeti identitás és lojalitás szimbólumaként jelenik meg. Összességében elmondható azonban, hogy a két hírműsor is csak bizonyos elemeket emel ki a szolgálatról, de a kutatás nem támasztja alá azt a feltételezést, hogy a hírmédia olyan sztereotípiákat erősít, melyek a filmekből vagy a digitális játékokból ismerősek (pl. a katonák harcot dicsőítő vagy traumás, áldozati képe). Ellenkezőleg: az eredmények azt mutatják, hogy a vizsgált hírműsorokban és toborzási irodalomban megrajzolt kép összhangban van.

Köszönetnyilvánítás, támogatás

A közlemény a TKP2021-NVA-10 számú projekt keretében a Kulturális és Innovációs Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a 2021. évi Tématerületi Kiválóság Program pályázati program finanszírozásában valósult meg.

Irodalom

AdFontes. (2023). *Interactive media bias chart*. <https://adfontesmedia.com/interactive-media-bias-chart/>

Armor, D. J. (1996). Race and gender in the U.S. military. *Armed Forces & Society*, 23(1), 7–27. DOI: 10.1177/0095327x9602300101

Bajomi-Lázár, P. (2006). Manipulál-e a média? *Média-kutató*, 4(2). https://mediakutato.hu/cikk/2006_02_nyar/04_manipulal_e_a_media/

Baróti, E. & Mészáros A. (2011). Módszertani diverzitások megjelenése a műszaki felsőoktatásban In Hegedűs Judit (szerk.), *Közoktatás, pedagógusképzés, neveléstudomány – a múlt értékei és a jövő kihívásai: XI. Országos Neveléstudományi Konferencia, program és összefoglalók*. 273. ISBN:9789636933807

Baum, M. A. (2003). *Soft news goes to war: public opinion and American foreign policy in the new media*

- age. Princeton University Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt7sfmh> DOI: 10.1515/9781400841288
- Bouffard, L. A. (2005). The military as a bridging environment in criminal careers: differential outcomes of the military experience. *Armed Forces and Society*, 31(2). DOI: 10.1177/0095327x0503100206
- Brown, M. T. (2007). Enlisting masculinity: gender and the recruitment of the all-volunteer force. *PhD-értekezés*. Rutgers University.
- CBC Radio (2020). How Hollywood became the unofficial propaganda arm of the U.S. military. <https://www.cbc.ca/radio/ideas/how-hollywood-became-the-unofficial-propaganda-arm-of-the-u-s-military-1.5560575>
- Cohen, B. C. (1963/1993). *The press and foreign policy*. Princeton University Press.
- Craig, J. & Foster, H. (2013). *Desistance in the transition to adulthood: the roles of marriage, military, and gender*. *Deviant Behavior*, 34(3), 208–223. DOI: 10.1080/01639625.2012.726173
- Cserkits, M. (2021). Representation of armed forces through cinematic and animated pieces: case studies. *Journal of Advanced Military Studies*, 12(1). DOI: 10.21140/mcu.20211201008
- Dyer, G. (1982). *Advertising as communication*. Methuen. DOI: 10.4324/9780203158340
- Enloe, C. (1989). *Bananas, beaches and bases: making feminist sense of international politics*. University of California Press.
- Enloe, C. (1996). “Women, men, and soldiering after the cold war.” In Fredland, J. E., Gilroy, C. L., Little, R. D. & Sellman, W. S. (szerk.), *Professionals on the front line: two decades of the all-volunteer force*. Brassey’s.
- Enloe, C. (1988). Beyond ‘Rambo’: women and the varieties of militarized masculinity. In Isaksson, E. (szerk.), *Women and the military system*. St. Martin’s Press. 71–93.
- Entman, R. B. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4). 51–58. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Faris, J. H. (1984). Economic and noneconomic factors of personnel recruitment and retention in the AVF. *Armed Forces and Society*, 10(2), 251–275. DOI: 10.1177/0095327x8401000207
- Fiske, J. (1982). *Introduction to communication studies*. Methuen. DOI: 10.4324/9780203323212
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. Routledge. DOI: 10.4324/9780203133446
- Gerbner, G. (2000). *A média rejtett üzenete*. Osiris Kiadó.
- Gibbs, B. & Hilburn, J. (2021). “No one should see what they have to do”: military children and media representations of war. *The Journal of Social Studies Research*, 45(2), 130–149. DOI: 10.1016/j.jssr.2020.07.002
- Grove, D. (2022). 5 of the most accurate military representations on screen. *We Are the Mighty*. <https://www.wearethemighty.com/popular/most-accurate-representation-military-film/>
- Kleykamp, M. & Hipes, C. (2015). Coverage of veterans of the wars in Iraq and Afghanistan in the U.S. Media. *Sociological Forum*, 30(2). 348–368. DOI: 10.1111/sof.12166
- MacLean, A. (2018). A *Few good men* and women: gender, race, and status in the wartime volunteer military. *Population Research and Policy Review*, 37(4), 591–613. <http://www.jstor.org/stable/45179521> DOI: 10.1007/s11113-018-9479-z
- MacLean, A. & Elder, G. H. Jr. (2007). Military service in the life course. *Annual Review of Sociology*, 33, 175–96. DOI: 10.1146/annurev.soc.33.040406.131710
- McCombs, M. E., Shaw, D. L. & Weaver, D. H. (2014). New directions in agenda-setting theory and research. *Mass Communication and Society*, 17(6), 781–802. DOI: 10.1080/15205436.2014.964871
- Mead, C. (2013). *War Play: video games and the future of armed conflict*. HarperCollins. <https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.soc.33.040406.131710?journalCode=soc>
- Merry, S. (2015). There’s a divide between civilians and soldiers, partly because of Hollywood. *Washington Post*. https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/theres-a-divide-between-civilians-and-soldiers-hollywood-is-partly-to-blame/2015/05/17/ea1332f0-f819-11e4-a13c-193b1241d51a_story.html?utm_term=.5f613af03a96
- Moore, B. L. (2020). Military women: changes in representation and experiences. In Sookermany, A. (szerk.), *Handbook of military sciences*. DOI: 10.1007/978-3-030-02866-4_80-1
- Obradovic, L. (2014). *Gender integration in NATO military forces: cross-national analysis*. Ashgate.
- Parrott, S., Albright, D. L., Dyché, C. & Steele, H. G. (2019). Hero, charity case, and victim: how US news media frame military veterans on Twitter. *Armed Forces & Society*, 45(4), 702–722. DOI: 10.1177/0095327X18784238
- Parrott, S., Albright, D. L. & Eckhart, N. (2021). Veterans and media: the effects of news exposure on thoughts, attitudes, and support of military veterans. *Armed Forces & Society*. DOI: 10.1177/0095327X20986145
- Parrott, S., Albright, D. L., Eckhart, N. & Laha-Walsh, K. (2020). Mental representations of military veterans: the pictures (and words) in our heads. *Journal of Veterans Studies*, 6(3), 61–71. DOI: 10.21061/jvs.v6i3.207
- Parrott, S., Albright, D. L., Laha-Walsh, K., Eckhart, N. R. & Allen, H. G. (2022). When we post about #veterans: the role of news media in guiding social media

dialogue about military veterans. *Journal of Veterans Studies*, 8(1), 222–230. DOI: [10.21061/jvs.v8i1.311](https://doi.org/10.21061/jvs.v8i1.311)

Patterson, T. E. (2000). *Doing well and doing good: how soft news and critical journalism are shrinking the news audience and weakening democracy—and what news outlets can do about it*. Social Science Research Network Electronic Paper Collection. <https://ssrn.com/abstract=257395> DOI: [10.2139/ssrn.257395](https://doi.org/10.2139/ssrn.257395)

Rhidenour, K. B., Barrett, A. K. & Blackburn, K. (2019). Heroes or health victims?: exploring how the elite media frames veterans on veterans day. *Health Communication*, 34(4), 1–12. DOI: [10.1080/10410236.2017.1405481](https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1405481)

Rollins, P. C. & O'Connor, J. E. (2008). *Why we fought: America's wars in film and history*. University Press of Kentucky.

Sass, J., & Bodnár, É. (2018). Az iskola bizalmi klímájának verbális markerei. *Educatio*, 27(4), 603–622. DOI: [10.1556/2063.27.2018.4.5](https://doi.org/10.1556/2063.27.2018.4.5)

Silverman, D. (2003). Analyzing talk and text. In Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (szerk.), *Collecting*

and interpreting qualitative materials. Sage Publications. 340–362.

Statista (2023a). *Credibility of major news organizations in the United States from 2017 to 2022*. <https://www.statista.com/statistics/239784/credibility-of-major-news-organizations-in-the-us/>

Statista (2023b). *Most popular platforms for daily news consumption in the United States as of August 2022, by age group*. <https://www.statista.com/statistics/717651/most-popular-news-platforms/>

Taylor, P., Morin, R., Parker, K., Cohn, D. V., Funk, C. & Mokrzycki, M. (2011). *War and sacrifice in the post-9/11 era. The military-civilian gap*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/social-trends/2011/11/23/the-military-civilian-gap-fewer-family-connections/>

Wilbur, D. (2016). Defining the Iraq-Afghanistan veteran in American newspapers. *Sociology*, 6(4), 267–276. DOI: [10.17265/2159-5526/2016.04.006](https://doi.org/10.17265/2159-5526/2016.04.006)

Younis, M. (2023). Confidence in U.S. military lowest in over two decades. <https://news.gallup.com/poll/509189/confidence-military-lowest-two-decades.aspx>

Jegyzetek

¹ NBC, *Nightly News with Lester Holt*. <https://www.youtube.com/@NBCNews>

² PBS, *NewsHour*. <https://www.youtube.com/@PBSNewsHour>

Absztrakt

A tanulmány a kulturális tanulmányok és a médiatudomány határmezsgyéjén helyezkedik el az amerikanisztika tágabb kontextusában: a framingelmélet eszközrendszerének felhasználásával arra keresi a választ, hogy az amerikai hadsereg hogyan jelenik meg az amerikai hírmédiában, valamint, hogy a létrejövő médianarratívák milyen médiaszövegekben megjelenő konstrukciókkal vannak összhangban. Távlatos célja egy nemzetközi kitekintés és összehasonlítás alapjainak megteremtése a hazafias nevelés társadalmi beágyazottságának vizsgálatáról. A kutatás eredményeképpen elmondható, hogy több keret is azonosítható a vizsgált szövegekben. Az alkalmazott keretek támogató hangvételük mind a „kemény”, mind a „puha” hírek tekintetében, annak ellenére, hogy a híradások heterogén nézőpontokat is bemutatnak a kiegyensúlyozottság jegyében. A hírműsorokban kirajzolódó kép az amerikai hadsereget implicit módon a nemzeti lojalitás és identitás megtestesítőjeként ábrázolja, mely tevékenyen támogatja a tisztelet kultúrájának kiszélesítését az amerikai fegyveres erők kötelességében. Ennek ellenére a nemzetvédelmi feladatok nagyságához (és egyes feladatok újszerűségéhez) mérten a hadsereg mégis alacsony létszámokkal küzd. Összességében elmondható, hogy az amerikai hadsereg reprezentációja a hírműsorokban a három haderőnem toborzó irodalmában kirajzolódó képpel van összhangban.

Kulcsszavak: hadsereg; hírmédia; reprezentáció; Egyesült Államok; hazafias nevelés.