

Krizbai Diána Daniella¹

Kutatás a 2021-es Nemzetközi Repülőnap és Haditechnikai Bemutató kapcsán, kommunikációs megközelítésben

Research on the 2021 International Air Show and Military Display, a Communication Approach

Absztrakt

Kutatásomban azt vizsgáltam – elsősorban kommunikációs és médiamegközelítésből –, hogy a nyolc év kihagyással ismét megrendezett kecskeméti nemzetközi repülőnapnak mennyire sikerült elérnie célját, hogy bemutassa és elfogadtassa a haderőfejlesztési programot, és erősítse a Magyar Honvédség és a társadalom kapcsolatát. A rendezvény bejelentésétől kezdődően, a repülőnap látogatóinak véleménye bemutatásával és a médiában megjelentek fényében igyekeztem rámutatni arra, milyen kommunikációs eszközök és csatornák milyen hatékonysággal működhetnek a társadalmi kommunikációban, a társadalommal való kapcsolat erősítésében, nem utolsósorban a toborzásban.

Kulcsszavak: kommunikáció, média, haderőfejlesztés, társadalom

Abstract

In my research I tried to explore, mainly with communication and media approach, to what extent the Kecskemét International Air Show succeeded in achieving its goal of presenting and promoting the force development programme and strengthening the relationship between the Hungarian Defence Forces and society, after an eight-year break. From the announcement of the event I followed the news about the air show, in addition I made a poll with some of the visitors. With these results I tried to highlight

¹ Doktorandusz, Nemzeti Közszolgálati Egyetem Hadtudományi Doktori Iskola, e-mail: krizbai.diana.daniella@uni-nke.hu

which types of the communication platforms that are effective in strengthening the relationship with the society and also can help the recruitment.

Keywords: *communication, media, force development programme, society*

1. Bevezetés

2021-ben nyolc év után rendezett ismét nemzetközi repülőnapot a Magyar Honvédség. Már önmagában ez is indokolta, hogy nagyszabású rendezvényt kell előkészíteni és megvalósítani. Emellett lehetőséget jelentett, hogy bemutassák a honvédelmi és haderőfejlesztési program eddigi, „kézzel fogható” eredményeit. Jó eszköz volt továbbá arra, hogy a honvédelem ügy mellé állítsák a társadalmat, kiemelten a fiatalokat.

„A Zrínyi 2026 program honvédelmi ágának egyik legfontosabb célkitűzése a hivatásos és szerződéses állomány feltöltöttségének növelése, az állomány megtartása. Emellett kiemelt feladata a civil társadalom megnyerése, hiszen a honvédelem nemzeti ügy. Ezért fontos, hogy a honvédségnek aktív, élő kapcsolata legyen a társadalommal. Az állampolgárok honvédelmi elkötelezettségének erősítését új, illetve megújuló programok, intézmények szolgálják”

– olvasható a *Zrínyi 2026 honvédelmi és haderőfejlesztési program – A haza védelmében* című kiadványban.²

Ilyen megújuló programot jelentett az augusztus utolsó hétvégéjén, Kecskeméten megrendezett Nemzetközi Repülőnap és Haditechnikai Bemutató. A Magyar Honvédség, a Honvédelmi Minisztérium számára azonban nem akármilyen körülmények között kellett megrendezni az eseményt. A 2019 végén kitört koronavírus-járvány azóta is több hullámban felerősödött. Ez egyrészt mások mellett az egészségügyi, valamint a fegyveres és rendvédelmi szervek számára megnövekedett terhet jelent, másrészt a járvány elleni védekezés kiemelten érintette a rendezvények megszervezhetőségét, megtartásának körülményeit, harmadrészt pedig a nemzetközi mozgásokat is nagyban korlátozta, illetve nehezítette. Mindezek nyomán az idejű nemzetközi rendezvény megszervezése sok szempontból is hátrányos helyzetből indult, kezdve azzal, hogy – különösen hosszú távon – nemigen lehetett megjósolni a pandémiás helyzet alakulását, esetleges fokozódását. Benkő Tibor még a rendezvény július 2-ai, kecskeméti beharangozó sajtótájékoztatóján is azt mondta: a program a pandémiás helyzet miatt kis mértékben még módosulhat, de a magyarországi átoltottsági adatok lehetővé teszik a rendezvény legbiztonságosabb megszervezését. „Mindvégig úgy készülünk, hogy teljes egészében be tudjuk mutatni a látogatóknak, hogy a Honvédelmi Minisztérium és a Magyar Honvédség a Honvédelmi és Haderőfejlesztési Programra biztosított összeget hasznosan költi el, okosan használja fel, és jó úton haladunk afelé, hogy segítségével a korszerű Magyar Honvédség létrejöjjön” – mondta a tárcavezető.³

² Honvédelmi Minisztérium: *Zrínyi 2026 Honvédelmi és Haderőfejlesztési Program – A haza védelmében*. Budapest, 2021. 2.

³ Révész Béla: Vasak a levegőben, vasak a földön. *Honvédelem*, 2021. július 2.

Kutatásom során azt vizsgáltam, hogy hosszú évek után ismét ráadásul egy világvárvány közepette tervezett nemzetközi rendezvényt miként kommunikáltak a bejelentéstől a végső tapasztalatokig. Egyúttal a rendezvény két napján a látogatók körében végzett kérdőíves kutatással igyekeztem felmérni, miként sikerült elérni a kívánt célt, hogy a társadalmat a honvédelem ügye mellé állítsák, s hogy a lakosságot – kiemelten a fiatalokat – a honvédség valamely szolgálati formája felé tereljék.

Ahogy azt – a már említett kecskeméti beharangozó sajtótájékoztaton – Ruszin-Szendi Romulusz, a Magyar Honvédség parancsnoka is hangsúlyozta: a rendezvény egyik kiemelt célja, hogy megmutassák a közvéleménynek, habár a magyar katonák az elmúlt időszakban rengeteg időt töltöttek a pandémia okozta válsághelyzet kezelésével, alapfeladataikat sem hanyagolták el. „A Honvédelmi és Haderőfejlesztési Programnak köszönhetően folyamatosan érkeznek az új eszközök. Nem titkolt célunk, hogy ezen a két napon megmutassuk, hová fejlődtek katonáink, mit tudnak kezdeni a technikával, s hogy az ország lakossága saját szemével lássa, milyen mesterfokon tudják kezelni ezeket a képességeket” – fogalmazott a Magyar Honvédség parancsnoka, hozzátéve: a fiatalokra gondolva rengeteg olyan kísérőprogramot szerveznek, amelyek kifejezetten az ő korosztályukat célozzák meg, abban bízva, hogy minél többen kezdenek érdeklődni a katonai pálya iránt.⁴

2. Kommunikáció, rendezvényszervezés

A 2021-es kecskeméti repülónap kommunikációjának elemzéséhez elengedhetetlen áttekinteni, mi a jelentősége a kommunikációnak napjainkban, s annak milyen szerepe van egy rendezvény megszervezése és levezénylése során.

Kommunikációs megközelítésű kutatásom során igyekeztem minél több szempont szerint vizsgálni, miként szólt a társadalomhoz a Magyar Honvédség. Nagyobb figyelmet fordítottam a kommunikáció eredményessége és hatékonysága szempontjából kiemelten fontos „csatornára”, amely lehet például: telefon, e-mail, televízió, rádió, írott sajtó (nyomtatott és internetes), és a napjainkban meglehetősen népszerű közösségi média.

A rendezvényszervezés világhírű szakértője, Judy Allen fogalmazta meg a témában írt „nagykönyvében”:

„ahhoz, hogy olyan rendezvényt tervezzünk, amelynek segítségével teljesülnek a céljaink és megtérül a rendező cég által befektetett idő, pénz és energia, az eseménynek meg kell felelnie a vendégek, mind a cég elvárásainak. El kell érniük, hogy várakozással tekintsenek az esemény elé, a lehető legtöbb vendég jöjjön el, és teljes mértékben vegyenek részt az esemény mögött meghúzódó elsődleges és másodlagos célok megvalósításában, valamint fogadják be a hozzá tartozó üzenetet.”⁵

⁴ Révész (2021): i. m.

⁵ Judy Allen: *A rendezvényszervezés nagykönyve*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 2010. 27.

Itt, a kecskeméti repülőnap esetében egyrészt a már említett honvédelmi és haderő-fejlesztési program kiemelt célkitűzéseit kell megemlíteni. Ezek közül is a rendezvény talán legfontosabb céljaként a honvédség és a társadalom kapcsolatának erősítése volt hangsúlyos, nem utolsósorban a toborzás erősítése, kiemelten a fiatalok, illetve szüleik megnyerésével.

Az elmúlt évtizedekben, de még az elmúlt években is továbbfejlődött az információs technológia, aminek hatására jelentősen átalakult a kommunikációs csatornák, a média szerepe is. Noam Chomsky 1996-os értekezésében arról írt, hogy a kiber-médiában új lehetőségek vannak.

„Nem vitatja, hogy a technika gyökeresen megváltoztatja az egyének/csoportok kommunikációs cselekvését és szokásait, de az interaktivitás segítségével ismét lehetővé válik a közönség egy lényeges, véleményformáló csoportjának aktív részvétele a nyilvános vitákban. Az új – a számítástechnika, a távközlés és a média konvergenciájára épülő – hálózati kommunikáció egyre nagyobb szerepet kap a társadalmi kapcsolatok szerveződésében, a társadalmi tevékenységek egyre szélesebb köre épül a hálóra. A digitális információkezelés technológiája azonos típusúvá teszi a kommunikációs eseményeket, a hálózati kommunikáció pedig biztosítja a tömeges és nagy távolságokat áthidaló kommunikációs interakciók lefolytatását.”⁶

Különösen nagy változást hozott a web 2.0, ismertebb nevén közösségi média (*social media*) 2000 és 2010 közötti megjelenése. Ennek lényege, hogy a gyártó által biztosított keretrendszeren belül a felhasználók közösen állítják elő és osztják meg a tartalmakat.⁷

Szak Andrea, a Nemzeti Közszerológiai Egyetem kommunikáció oktatója egy, a társadalmi kommunikációról szóló tanulmányában felhívta a figyelmet: „a közönségre mindig az a médiahordozó gyakorolja a legnagyobb hatást, ami még az újdonság erejével hat. Akkor, amikor hatásmechanizmusokról beszélünk, nem szabad megfeledkeznünk arról sem, hogy az igazi hatásnak mindig van egy reális nyomon követhetősége, viselkedésben, tettekben”.⁸

Mindezeket felismerve a Magyar Honvédség is igyekezett kihasználni a közösségi média felületeit a rendezvény népszerűsítésére. A Magyar Honvédség a hagyományos kommunikációs és hirdetési felületek mellett a Magyarországon legnépszerűbb közösségi médiumot, a Facebookot is intenzíven kezdte használni a társadalom elérésére, megszólítására, a kapcsolat erősítésére. Ez már az elmúlt években is jellemző volt. Jó példa erre a 2013-as rendkívüli hóhelyzet, amikor folyamatosan posztoltak arról, hol és milyen segítséget nyújtottak a katonák, a haditechnikai eszközök a társszerveknek és a lakosságnak egyaránt. A honvédség a 2021-es kecskeméti repülőnaphoz kapcsolódóan is intenzíven használta a Facebookot nemcsak a rendezvény előtt, hanem az alatt is, folyamatosan.

Mint látható, különösen az elmúlt évtizedekben, a legutóbbi repülőnap óta eltelt nyolc év során is jelentős fejlődésen mentek keresztül az információs technológiák, s ezzel összefüggésben a kommunikáció szerepe is jelentősen át- és felértékelődött.

⁶ Nyárády Gáborné – Szeles Péter: *Public Relations I.* Budapest, Perfekt, 2005. 44.

⁷ Klausz Melinda: *A közösségi média nagykönyve.* Budapest, Athenaeum Kiadó, 2016.

⁸ Szak Andrea: Társadalmi kommunikáció. *Hadtudományi Szemle*, 12. (2019), 3. 136–137.

3. A repülónap kommunikációja

A 2021-es kecskeméti repülónap megrendezését meglepetésszerűen, egy más témában, Szemereyné Pataki Klaudiával, Kecskemét polgármesterével közösen tartott szűk körű sajtótájékoztatóján jelentette be Benkő Tibor honvédelmi miniszter 2020. január 30-án. Majd pár nappal később a miniszter az éves feladatsabó értekezleten is hangsúlyozta a következő évi repülónapra való felkészülést. A hivatalos szervezés is kezdetét vehette, miután 2020. október 8-án megjelent a honvédelmi miniszter 2021. évi Nemzetközi Repülónap és Haditechnikai Bemutató megszervezésével és végrehajtásával összefüggő feladatokról szóló utasítása.⁹ Ez rendelkezett arról, hogy a rendezvény előkészítésére és végrehajtására a Magyar Honvédség parancsnokságának vezetésével munkacsoport alakul. E munkacsoport tagjai közül rendezvényigazgatót jelöltek ki: Kilián Nándort, a Magyar Honvédség Parancsnoksága légierő haderőnemi szemléelőjét. Ő volt felelős többek között a rendezvény feladattervéért, programtervéért, de a kommunikációs tervéért is. Az utasítás azt is rögzítette, hogy a rendezvényigazgatónak a rendezvény előkészítéséről, lebonyolításáról jelentést, beszámolót kellett készítenie, és szeptember végéig elküldeni azt a munkacsoport vezetőjének.

Bár a koronavírus-járvány veszélyeztette a nemzetközi rendezvény megtartását, végül 2021. július 2-án, a kecskeméti repülőbázison tartott sajtótájékoztatón bejelentették a rendezvény időpontját.

A járványhelyzet miatti bizonytalanság természetesen a rendezvény népszerűsítését, kommunikációját is hátráltatta. Így a honvédség rövid, de annál intenzívebb kommunikációs kampányra kényszerült. Mikorra biztossá vált, hogy megtartható a rendezvény, egyre több csatornán, felületen és egyre több módon kezdték hirdetni a repülónapot. Megjelentek az óriásplakátok, elkészült a program hivatalos honlapja és közösségimédia-csatornája.

Az augusztus végi dátum úgymond kapóra is jött, mert így az augusztus 20-ai tisztavatás utáni légiparádét is ki tudták használni arra, hogy felhívják a figyelmet: ennél még nagyobb szabású bemutató lesz bő egy héttel később, Kecskeméten.

A kétnapos rendezvény során a honvédség kommunikációját – személyes jelenlétem mellett – a közösségi médiában és más médiafelületeken (mint például híroldalokon, TV-s és rádiós híreken keresztül) is igyekeztem követni. A médiában megjelentek előtt azonban a két nap más típusú kommunikációs tevékenységét is szeretném röviden bemutatni.

Mint korábban említettem, a kommunikáció összetett fogalom. Lehet többek között szóbeli, írásbeli, metakommunikáció, de a jelzőtáblák, térképek, maga a látvány is kommunikációs eszközök.

Utóbbi, a látványt (a statikus és dinamikus bemutatók, a megnyitók, a katonák külső megjelenése, a rendezvény helyszíne) nem kívánom részletesen elemezni.¹⁰ Mind a saját benyomásom, mind a számos látogatóval folytatott beszélgetés alapján szinte egyértelműen kijelenthető, hogy elégedetten, sőt várakozásaikat is túlszárnyaló élménnyel gazdagodtak a résztvevők. Mivel a kecskeméti repülónap lényege éppen

⁹ A honvédelmi miniszter 51/2020. (X. 8.) HM utasítása a 2021. évi Nemzetközi Repülónap és Haditechnikai Bemutató megszervezésével és végrehajtásával összefüggő feladatokról.

¹⁰ Communication theory – Types of communication, lásd: www.communicationtheory.org/types-of-communication/

az, hogy mit látnak az emberek a földön és az égen, látványkommunikációja szempontjából biztosan sikeresnek értékelhető a rendezvény.

Az egyik égi látványosság meglepetésprogram volt. A Magyar Honvédség vezetői – élükön Ruszin-Szendi Romulusz parancsnokkal – ejtőernyővel ugrottak ki az egyik gépből. Ezt azért is tartottam fontosnak megjegyezni, mert ezt a momentumot Szujó Zoltán, a rendezvény kommentátora a látogatók számára röviden úgy értékelte: „Mi ez, ha nem hiteles vezetés?”

Ahogy sokan mások, én is az M5-ös autópályán közelítettem meg a rendezvényt, Budapest felől. A pályáról több lehajtó is van Kecskemét felé, de már kilométerekkel korábban táblákon jelölték egyértelműen, merre kell menni egészen a parkolóig. A parkolóban és a bejáratoknál több katona is segítette az eligazodást. Emellett számos helyen bárki magához vehetett egy programfüzettel kiegészített térképet, amelyen áttekinthetően jelölték a parkolókat, bejáratokat, az egyes szektorokat, a különböző bemutatók helyszíneit és más fontos helyeket.

Szintén megemlítendő kommunikációs elem volt, hogy már az első napon, a reggel 7 órai kapunyitáskor hosszú sorokban várták az emberek a bejáratoknál, hogy beléphessenek a kecskeméti repülőbázis területére. Ez is jelzésértékű, a repülőnap iránti érdeklődés, valamint a honvédség a rendezvényhez kapcsolódó kommunikációjának hatékonysága szempontjából. Ehhez kapcsolódóan a későbbiekben kitérek a megnövekedett autós forgalomra, amely negatív híreket is generált a rendezvény során.

A szóbeli kommunikáció kapcsán szintén csak röviden említem meg, hogy a katonák – akikkel én találkoztam – mind pozitív katonaképet közvetítettek a beszélgetések során. A rendezvény mindkét napján volt megnyitó, ahol Benkő Tibor honvédelmi miniszter és Ruszin-Szendi Romulusz is köszöntötte a látogatókat. A rendezvényt pedig egy profi sportkommentátor, Szujó Zoltán közvetítése mellett élvezhették az emberek.

Írásbeli kommunikáció tekintetében kiemelendő, hogy a rendezvény számos pontján osztogatták a már említett részletes programfüzetet és egy, a honvédséget bemutató és népszerűsítő – a Honvédelmi Minisztérium, a Magyar Honvédség és a Kormány által közösen jegyzett – kiadványt. *A Haza védelmében* című, vizuálisan jól kidolgozott füzet áttekinthetően mutatja be Magyarország honvédelmét, a katonalétet. Megismerhető egyebek mellett a honvédelmi és haderőfejlesztési program, a korszerű haditechnikai eszközök, a katonák megbecsültsége. Ugyanakkor – bár a füzetben 2021. augusztusi kiadási dátum szerepelt – a nyolc év után megrendezett kiemelkedő nemzetközi rendezvényről nem sok szó esett benne. Egyedül az 1. oldalon Orbán Viktor miniszterelnök által jegyzett írás kezdődik úgy: „ha haditechnikai bemutatón jár az ember...”.

Az írásoknál maradván: már korábban tettem említést arról, hogy a rendezvény idején a közösségi médiában és a hírportálokon negatív hírek is megjelentek az autóval való lassú bejutás miatt. Mind a híreket, mind a Facebook-kommenteket olvasgatva – saját ismerőseim tapasztalataival is kiegészítve – úgy vélem, nem véletlen, hogy ezek a hírek hamar háttérbe szorultak. Ráadásul a kommentek között is megjelentek olyan álláspontok – és egyes hírekbe is bekerültek –, miszerint egy nagy rendezvényről erre lehetett számítani. Megjegyzendő, a Bács-Kiskun Megyei Rendőr-főkapitányság is előre felhívta a figyelmet, hogy a rendezvény környékén megnövekedett forgalomra, torlódásra kell készülni. Ugyanakkor tudomásul kell venni a tény: napjaink rohanó

világában egyre erősebb a türelmetlenség. Így a jövőben hasonló rendezvények során talán még hangsúlyosabban, több csatornán kellene intenzívebben felhívni a figyelmet az esetlegesen várható nehézségekre.

A negatív hírek viszont eltörpültek a rendezvény idején készült szakmai és „civil” tudósítások mellett. A sajtóban megjelent hírek többsége pozitív színben tüntette fel a rendezvényt. A közösségi médiát pedig elárasztották a látogatók által a rendezvényről készített élménybeszámolók, képek, bejelentkezések, honvédségi *hashtagek* mellett.

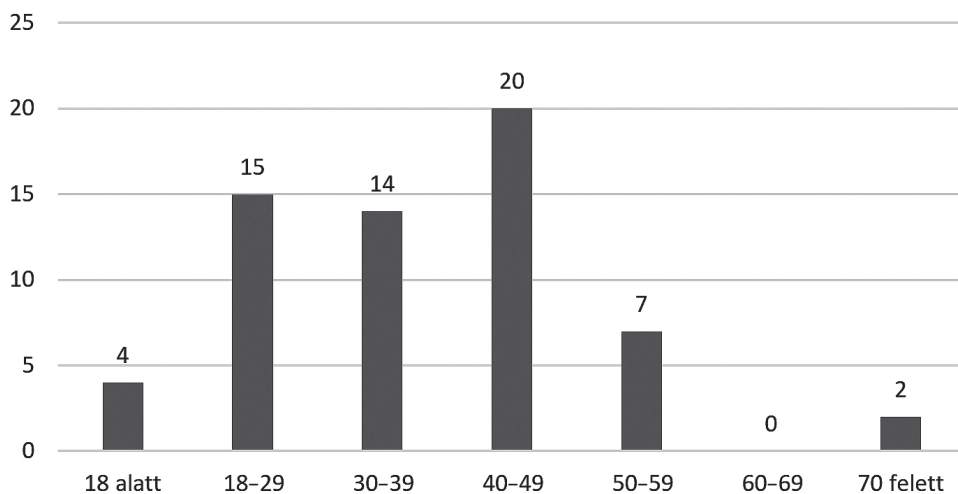
4. A 2021-es repülőnapon végzett személyes kutatás bemutatása

A 2021-es kecskeméti Nemzetközi Repülőnap és Haditechnikai Bemutató mindkét napján, augusztus 28-án és 29-én a látogatók körében végeztem kérdőíves, nem reprezentatív kutatást. Így, összesen 62 ember személyes megkérdezésével nemcsak általában a rendezvény, hanem a Magyar Honvédség és a katonai pálya megítéléséről is képet kaptam.

A rendezvény jellege alapján a látogatók nemi eloszlásáról talán valóshoz közeli a kép: a megkérdezettek 64,5%-a férfi, 35,5%-a nő volt.

A korosztályt tekintve igyekeztem a lehető legszélesebb körből keresni válaszadókat: a legidősebb 75, míg a legfiatalabb 13 éves volt. (Mivel a honvédség számára kiemelt célcsoportot jelentenek a fiatalok, próbáltam minél többüket megszólítani, de sajnos többségében megrettentek, mert nem akartak „rossz” választ adni.)

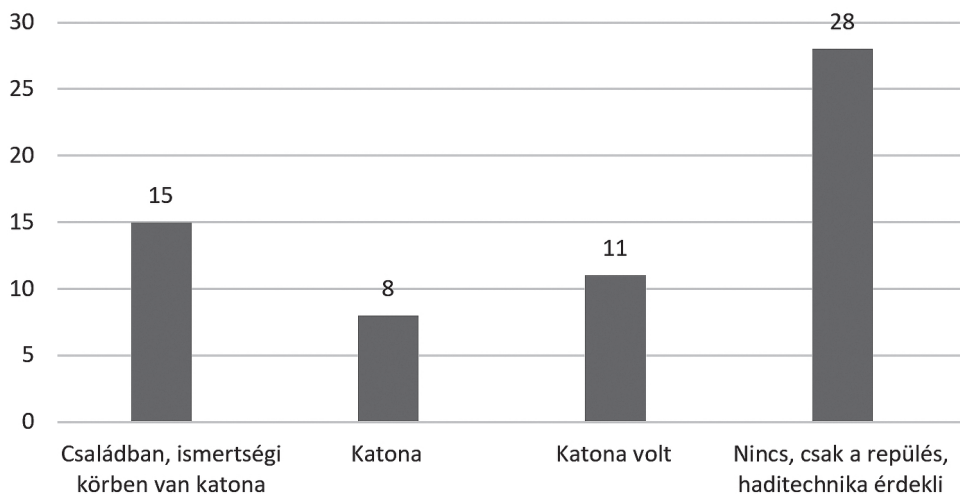
A korcsoportos eloszlás az alábbiak szerint alakult (1. ábra):



1. ábra: A kutatás résztvevőinek korcsoportos eloszlása
Forrás: a szerző szerkesztése

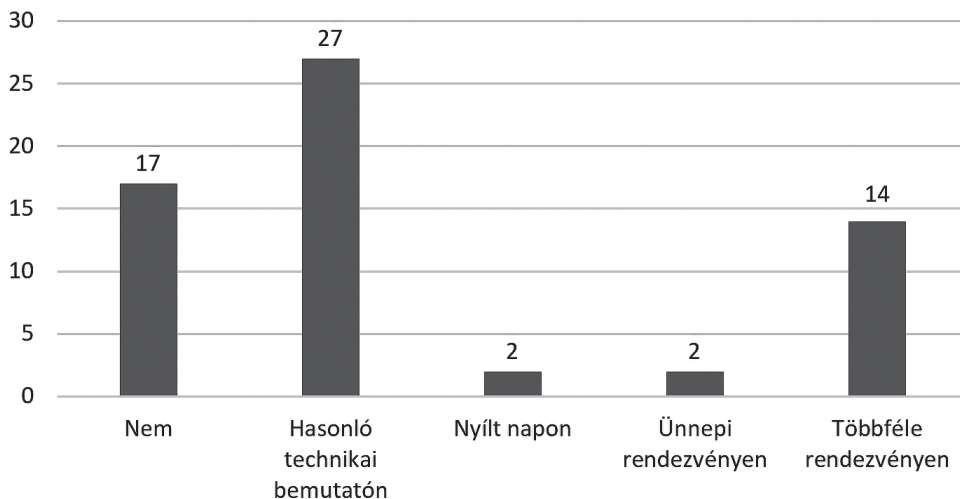
Mint említettem, kutatásom nem reprezentatív, az több okból sem adhat valós képet a rendezvény, a honvédség, a katonák megítéléséről. Elsősorban az erőforráshiányból adódóan kisszámú minta miatt. Ezenfelül kutatásomat megelőzően volt két olyan előfeltevés is, amelyek alapján nem vártam reprezentatív eredményt. Az egyik ilyen „hipotézisem” az volt, hogy mivel a rendezvény az ország egyik pontjára korlátozódik, időtartama és a korlátozott jegyek, valamint azok ára miatt nem valószínű, hogy a rendezvény látogatói körének véleménye egyezne a teljes lakosságéval. Ez nagyjából igazolódott is, mivel a megkérdezettek többsége Kecskemétről, illetve Bács-Kiskun megyéből és a szomszédos Pest megyéből, valamint a fővárosból érkezett. Ugyanakkor többen voltak távoli megyékből, mint például Borsod-Abaúj-Zemplén, Győr-Moson-Sopron, sőt egy külföldön, Lengyelországban élő magyarral is beszéltem.

A másik feltételezésem az volt, hogy a rendezvény specifikussága miatt jellemzően a honvédségi kötődésűek (katonák, volt katonák, katona ismerőssel rendelkezők) lesznek nagyarányú többségben. Ez a hipotézisem csak részben igazolódott. A válaszadók 45%-ának ugyanis semmilyen kötődése nem volt, egyszerűen érdekelte őket a repülés, illetve a haditechnika (2. ábra).



2. ábra: A megkérdezettek számarányos eloszlása a honvédséghez való kötődésről szóló kérdésre adott válaszok alapján
Forrás: a szerző szerkesztése

Bár itt megjegyzendő, nem csak a katonai lét, illetve ismerős jelent kötődést. Hiszen – mint azt a *Magyar Honvéd* 2021. augusztusi számában is kifejtették – a magyarországi airshow-knak, azon belül is kiemelten a kecskeméti repülőnapoknak több évtizedes múltjuk van. 1990 óta számos nemzetközi repülőnapot tartottak Kecskeméten, így a rendezvénynek mostanra mondhatni rajongótábora is lett. Kutatásomban arra is rákérdeztem, hogy milyen honvédségi rendezvényen vettek részt korábban. Az eredményt az alábbi, 3. ábra szemlélteti.



3. ábra: A megkérdezettek számarányos eloszlása a korábbi honvédségi rendezvényeken való részvételről szóló kérdés válaszai alapján

Forrás: a szerző szerkesztése

Mint azt az eredmények mutatják, a látogatók több mint 40%-a vett részt korábban hasonló programon, sőt, mivel a többféle rendezvénybe a repülől nap is beletartozik, a megkérdezettek csaknem felének volt – mondhatni – személyes kötődése a repülől napokhoz. Kiemelendő az is, hogy a válaszadók több mint 10%-át most első alkalommal sikerült katonai rendezvényre csábítani.

Több kérdésben próbáltam felmérni, hogy a megkérdezettek milyen kommunikációs csatornákról szerzik információikat általában a honvédségről, a haderőfejlesztési programról, valamint honnan értesültek a repülől napról. Ezek nyomán összességében meg lehetett állapítani, hogy még mindig sokan tekintenek – ha nem is elsődleges, de megbízhatóbb – hírforrásként a TV-s és rádiós anyagokra. A megbízhatóság kapcsán az is kiemelendő, hogy sokan válaszoltak – különösen a katona családtaggal, illetve ismerőssel rendelkezők között, de a csak civilektől tájékozódók között is –, akik ismerőseik „szavára” adnak leginkább. Ezen „ismerősök” között tartják számon a közösségi média általi kapcsolataikat is.

Egyértelművé vált tehát, és véleményem szerint ez nemcsak a megkérdezettek-nél, hanem a teljes társadalomnál szinte világszintű jelenség, hogy összemosódnak a határok a valódi és a közösségi média általi ismerősök között. Itt megjegyzendő, hogy napjaink felgyorsult világában nagy alappal feltételezhető, hogy vannak, akik például a Facebook-hírfolyamban megjelenő információk között a követett személyekre – politikusoktól, katonai szakértőknél át a celebekig – is „ismerősként” tekintenek akár tudatosan, akár tudat alatt. Ehhez kapcsolódóan kutatásom eredményei is rámutattak arra, hogy hasonlóan nem lehet egyértelműen elválasztani a közösségi média, valamint a hírportálok, illetve internetes hirdetések elérését.

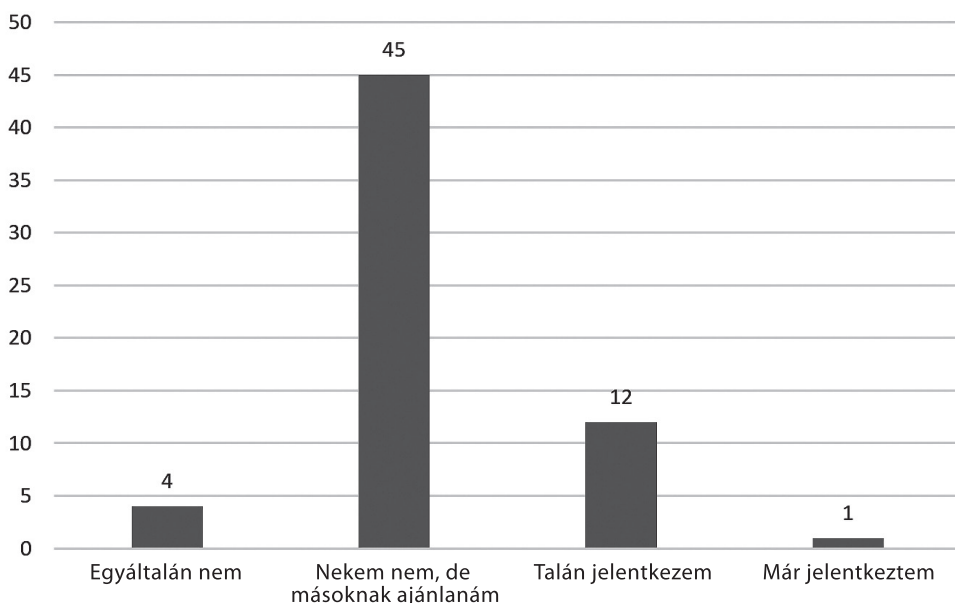
Ez azért is fontos, mert az eredmények alapján – mint az várható volt – az emberek többsége jellemzően, ha nem is kizárólagosan az internetről (a hírportálokat és a közösségi médiát egybe véve) tájékozik a világ, köztük a honvédelem híreiről.

Az általam megkérdezettek közül sokan nem tudták megmondani, hogy a közösségi médiában milyen csatornán keresztül szerzik információikat a honvédségről, és valójában „kitől” értesültek a repülőnapról. Ez lehetett hivatalos szereplő, a honvédelmi tárca, a honvédség, annak valamelyik alakulata, a honvedelem.hu, vagy akár politikusi megosztás. Az is lehet viszont, hogy a megkérdezettek a Facebookon közzétett hirdetésből, ismerősük vagy akár egy általuk követett ember vagy hírportál cikkének megosztása révén értesültek a repülőnapról.

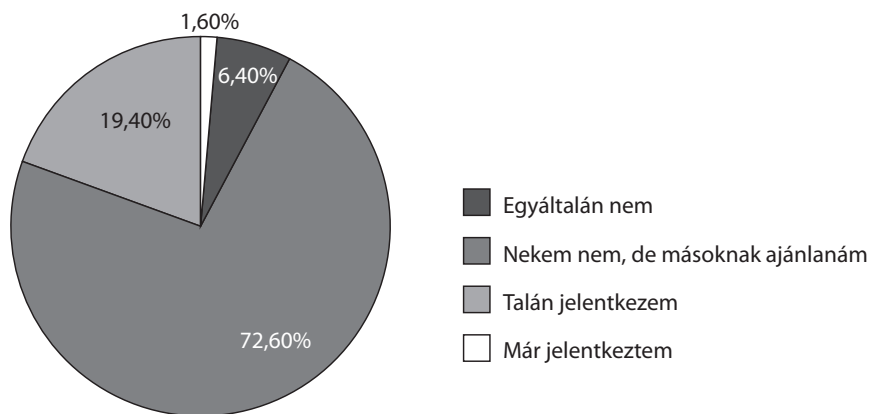
Mindezek alapján megállapítottam: mivel az imént felsorolt három forrást (ismerősök, hírportál, közösségi média) nem lehet egymástól elválasztani, így nem lehet pontos képet kapni arról sem, hogy melyiknek mekkora a hatékonysága. Jelen esetben nem lehet egyértelműen kijelenteni, hogy a hírportálok, illetve azok megosztásai vagy a honvédség saját felületei a dominánsabbak, érik el nagyobb eséllyel és eredménnyel a társadalmat.

Megjegyzendő: azok körében, akik a közösségi médiát, internetes forrást említették, rákérdeztem, hogy követik-e a honvédségi Facebook-oldalakat, szokták-e látogatni a honvedelem.hu-t. Kevesen feleltek ezekre igennel. Volt viszont olyan, aki a témához kapcsolódó oldalról – jetfly.hu – értesült a rendezvényről.

Mindezek mellett természetesen a rendezvény konkrét céljai kapcsán is kikértem a válaszadók véleményét. Így megkérdeztem, hogy a korábbi, valamint a repülőnapon szerzett benyomásaik alapján mennyire tartják vonzó lehetőségnek a katonai pályát Magyarországon (4. és 5. ábra).



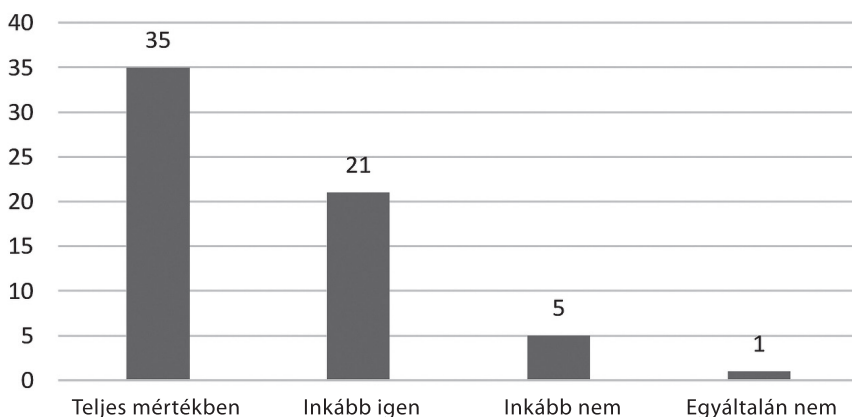
4. ábra: A megkérdezettek számarányos eloszlása a katonai pálya lehetőségéről feltett kérdésre adott válaszok alapján
Forrás: a szerző szerkesztése



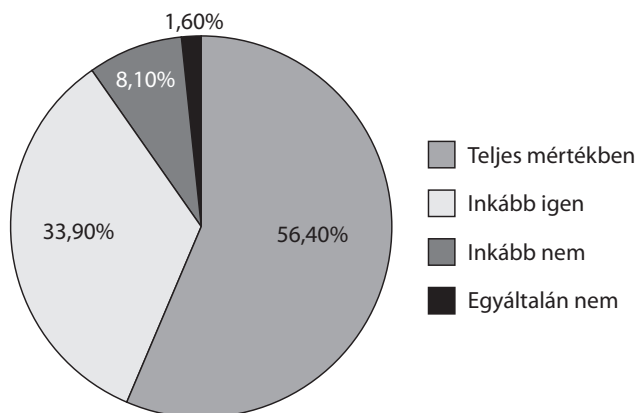
5. ábra: A megkérdezettek százalékos eloszlása a katonai pálya lehetőségéről feltett kérdésre adott válaszok alapján
Forrás: a szerző szerkesztése

Itt kiemelendő, hogy mindössze négyen, a megkérdezettek kevesebb, mint 2%-a mondta, hogy egyáltalán nem találja vonzó lehetőségnek a katonai pályát. A döntő többség azt felelte – különösen a látottak hatására –, hogy számukra nem, de másoknak ajánlanák. Valamennyi esetben rákérdeztem ennek okára. Néhány idősebb válaszoló természetesen a korát hozta fel indokként, a legtöbben viszont inkább magukban kételkedtek: azt felelték, biztos nem lennének alkalmasak rá. Ezzel együtt mindkét nap úgy láttam, hogy a rendezvényen felállított több toborzópont népszerű volt, sokan érdeklődtek a különböző lehetőségekről: fiatalok, gyermekes szülők is. Én is beszélgettem egy kétgyermekes édesanyával, aki azt mondta: örülne, ha gyermekei a katonai pályát választanák.

Végül azt is megkérdeztem, hogy egyetértenek-e a honvédségi kiadások növelésével és a haderőfejlesztéssel. Ennek eredményét az alábbi két ábrán szemléltetem, az első (6. ábra) a számarányokat, a második (7. ábra) a százalékos eloszlást mutatja.



6. ábra: A megkérdezettek számarányos eloszlása a növekvő költségvetéssel, haderőfejlesztéssel kapcsolatban feltett kérdésre adott válaszok alapján
Forrás: a szerző szerkesztése

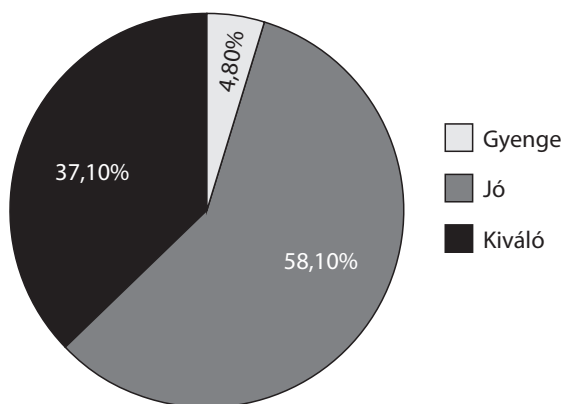


7. ábra: A megkérdezettek százalékos eloszlása a növekvő költségvetéssel, haderőfejlesztéssel kapcsolatban feltett kérdésre adott válaszok alapján

Forrás: a szerző szerkesztése

Azoknál, akik valamelyik nemleges választ adták, szóban az indokokra is rákérdeztem. Jellemzően egyébként ők sem a haderő szükségességét, annak fejlesztését kifogásolták, de azzal érveltek, más szektorokra (például oktatás, egészségügy) kellene inkább költeni az állami forrásokat. Ezzel együtt egyértelműen látható, hogy a megkérdezettek döntő többsége, több mint 90%-uk egyetért a honvédelemre fordítható források bővülésével és a haderő fejlesztésével.

Ezek után nem meglepő, hogy arra kérdésre: „Milyennek látják a Magyar Honvédség és katonáinak felkészültségét?” az alábbi eredmény született. Egyetlen ember sem értékelte nagyon gyengének a honvédséget és a katonákat, még azok sem, akik negatív véleményt fogalmaztak meg a haderőfejlesztésről. A válaszok alapján a megkérdezettek több mint 95%-a elégedett a haderő jelenlegi képességeivel (8. ábra).



8. ábra: A megkérdezettek százalékos eloszlása a honvédséggel és a katonákkal kapcsolatban feltett kérdésre adott válaszok alapján

Forrás: a szerző szerkesztése

5. Összegzés

Véleményem szerint sem rendezvényszerzési, sem kommunikációs, sem egyéb szempontból nem volt könnyű helyzetben a Honvédelmi Minisztérium és a Magyar Honvédség, hiszen egy világjárvány közepette kellett megszervezniük egy nagyszabású nemzetközi rendezvényt. Egyrészt már nyolc év telt el az előző repülőnap óta, így a korábbi gyakorlat is megkopott. Másrészt, szinte az utolsó pillanatig bizonytalan volt, hogy miként alakul a járványhelyzet, meg lehet-e tartani a rendezvényt, s ez a kommunikációs tervet és kampányt is nehezítette. Ráadásul az információs technológia, a kommunikációs csatornák, a médiafelületek jelentős változáson mentek át a nyolc év során, így sok tekintetben teljesen újra kellett gondolni a korábbi gyakorlatot. Harmadrészt a koronavírus-járvány elleni védekezés miatt a honvédségnek és a katonáknak egyébként is számos pluszfeladatot kellett ellátniuk, ez pedig a repülőnap anyagi és erőforrásait gyengítette.

Mindezek ellenére, mint azt a repülőnapról szóló hírek és élménybeszámolók, valamint az imént bemutatott kismintás kutatásom eredményei is mutatják, a rendezvény sikerrel zárult.

A kérdést véleményem szerint tovább is lehetne vizsgálni. Ahhoz, hogy tudni lehessen, miként lehet megszólítani a társadalmat, köztük is a fiatalokat, tisztában kell lenni azzal, mi az, ami visszatartja őket. Ezzel párhuzamosan fokozottan kellene népszerűsíteni a honvédelem ügyét, a Magyar Honvédséget, a katonai feladatokat. Megjegyzem: engem is számtalanszor megkérdeztek már ismerőseim, hogy mit csinálnak a katonák, mikor nincs is háború. Sokan nem gondolnak bele abba, hogy a honvédség nem csak a katonai szakismeretről szól, hozzátartozik az oktatás-nevelés, az egészségügy, a gazdaság, az informatika, de szükség van szakácsra, zenészre, lelkészekre is, mindamelllett pedig, hogy békeidőszakban állandó kiképzéseken és gyakorlatokon készüljenek fel az esetleges háborús helyzetre.

A korábban említett példammal is szemléltettem, az ilyen repülőnapok jók arra, hogy az emberekhez közelebb hozzák a honvédséget, gyermekek és szüleik érdeklődését felkeltse a katonai pálya. Jó, hogy begyűjtsa a szikrát, de hogy valóban tettekbe is készítse az embereket, ahhoz többre van szükség. Szomorúan vettem tudomásul, amikor a toborzókkal beszélgettem, hogy az uniós adatvédelmi irányelv, a GDPR miatt semmilyen módon nem gyűjtik össze, hogy kik érdeklődtek a rendezvényen a honvédségről. Pedig szerintem legalább egy név, e-mail-cím, esetleg az érdeklődését felkeltő terület összegyűjtésével a rendezvény után is lehetne az érintetteknek emlékeztető e-maileket, tájékoztatókat küldeni. Ezzel még több embert lehetne a honvédséghez irányítani.

Ugyanez igaz a honvédségi kiadások és a haderőfejlesztés megítélésénél. A repülőnapon lenyűgözik az embereket a látottak, hogy milyen fejlett technikánk van, és mit tudnak a katonák. Ahhoz viszont, hogy hosszú távon is elfogadják a honvédelmi kiadások növelését – más szektorok kárára –, és jó véleménnyel legyenek a honvédségről, több olyan rendezvény, illetve kommunikációs felület kell, ahol el tudják érni a társadalmat.

A kommunikációval kapcsolatban azt állapítottam meg, hogy a honvédség jól kihasználja a fejlett információs technológia, kiemelten a közösségi média eszközeit. Ugyanakkor – mint rámutattam – nehéz pontosan meghatározni, hogy az emberek a közösségi médiában milyen forrásból tájékozódnak. Ahogy említettem, kevesen felelték, hogy közvetlenül valamely honvédségi kommunikációs csatornán értesültek volna a rendezvényről. Így

véleményem szerint az aktív közösségimédia-jelenlét mellett nem szabad elhanyagolni a hagyományos sajtót – televíziók, rádiók, hírportálok –, mivel továbbra is nagy segítséget, közvetítő funkciót jelentenek abban, hogy a honvédelem ügyének fontossága a társadalom legszélesebb köréhez eljusson. Véleményem szerint további kutatást igényel az is, hogy a Magyar Honvédség milyen kört és milyen hatékonysággal képes elérni saját csatornáin. Összevetve azzal, hogy napjainkban milyen felületek érik el hatékonyan a társadalmat. Ennek feltárásáig minden platformon „támadni” kell a társadalmat a hagyományos sajtóorgánumoktól az óriásplakátokon át a TikTok-videókig.

A már korábban említett Szak Andrea is felhívta a figyelmet írásában, hogy

„manapság a médiafogyasztók is egyre inkább fenntartásokkal fogadják az információkat, kételkednek azok igazában, hisz tudják, milyen eszközrendszerrel dolgoznak az egyes médiumok, például a bulvársajtó. A közönség ma már óriási tapasztalattal és nem utolsósorban kritikával rendelkezik a médiafogyasztást illetően, de a társadalom különböző rétegződését tekintve mindez természetesen eltérő lehet. A befogadóknak különböző szükségleteik, elvárásaik vannak, amelyeket a médiahasználat során elégitenek ki, tehát nem a média használja, befolyásolja az embereket, hanem épp fordítva, az emberek használják a médiát; nem a média formálja a közvéleményt, hanem domináns módon a közönség formálja a saját szükségleteire a médiumokat. Az emberek aktívan válogatnak, azt a csatornát keresve, amelyik a legjobban megfelel az izlésüknek, véleményüknek, és valami miatt szükségét érzik, hogy nézzék. Ha ennek az igénynek valamelyik csatorna nem felel meg, egyszerűen továbbszöknek”.¹¹

Felhasznált irodalom

- Allen, Judy: *A rendezvényszervezés nagykönyve*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 2010.
- A honvédelmi miniszter 51/2020. (X. 8.) HM utasítása a 2021. évi Nemzetközi Repülőnap és Haditechnikai Bemutató megszervezésével és végrehajtásával összefüggő feladatokról Honvédelmi Minisztérium: *Zrínyi 2026 Honvédelmi és Haderőfejlesztési Program – A haza védelmében*. Budapest, 2021.
- Klausz Melinda: *A közösségi média nagykönyve*. Budapest, Athenaeum Kiadó, 2016.
- Nyárády Gáborné – Szeles Péter: *Public Relations I*. Budapest, Perfekt Kiadó, 2005.
- Révész Béla: Vasak a levegőben, vasak a földön. *Honvédelem*, 2021. július 2. Online: <https://honvedelem.hu/hirek/vasak-a-levegoben-vasak-a-foldon.html>
- Szak Andrea: Társadalmi kommunikáció. *Hadtudományi Szemle*, 12. (2019), 3. 135–144. Online: <https://doi.org/10.32563/hsz.2019.3.8>

¹¹ Szak (2019): i. m.