

Torda Péter¹

A stratégiai kommunikáció és a magyar hadművészet

Strategic Communication and Hungarian Military Art

Absztrakt

Jelen tanulmány a stratégiai kommunikációval kapcsolatos összefüggéseket vizsgálja a 21. századi magyar katonai gondolkodásban és gyakorlatban. A vizsgálat a következő tudományos állításokat tárta fel a hazai szakirodalomban: hangsúlyeltolódás a kinetikus műveletek irányából a nem kinetikus műveletek irányába, a kommunikációs képességek és tevékenységek összehangolásának szükségessége, a tájékoztatás és befolyásolás szétválasztásának nehézsége az online médiatérben, a hadászati, hadműveleti és harcászati szintek összemosódása a kommunikációs műveletekben és a kommunikatív cselekmények hatásának felismerése a politikai, stratégiai és műveleti célok elérésében. A magyar katonai gyakorlatban két területen tártam fel stratégiai kommunikáció alkalmazását: az afganisztáni NATO missziós tevékenységek széles spektrumában és a Magyar Honvédség közösségimédia-platformjain.

Kulcsszavak: stratégiai kommunikáció, magyar hadművészet, magyar hadelmélet, magyar katonai gyakorlat

Abstract

The present study explores the interrelationship between strategic communication and 21st century Hungarian military thinking and practice. The enquiry has revealed the following claims in Hungarian scientific literature: a rebalancing from kinetic operations towards non-kinetic operations, the need for coordinating communication capabilities and activities, the difficulty of separating information operations from

¹ Doktori hallgató, Nemzeti Közszolgálati Egyetem Hadtudományi Doktori Iskola, e-mail: torda.peter@stud.uni-nke.hu

influence operations in the online media environment, the overlapping of the strategic, operational and tactical levels in communication operations, and an acknowledgment of the impact of communicative acts on the attainment of political, strategic and operational objectives. As regards Hungarian military practice, I have identified two areas of implementing strategic communication: through a broad spectrum of activities in the NATO mission in Afghanistan and on the social media platforms of the Hungarian Defence Forces.

Keywords: strategic communication, Hungarian military art, Hungarian military theory, Hungarian military practice

Bevezetés

Tanulmányomban arra a problémára keresem a választ, hogy milyen módon jelennek meg a stratégiai kommunikációval kapcsolatos összefüggések a magyar hadművészetben, vagyis a hazai hadelméletben és a katonai gyakorlatban. A stratégiai kommunikáció interdiszciplináris koncepció, amely az üzleti életből ágazott el a védelmi szférába a 21. század legelején. A stratégiai kommunikáció rövid idő alatt gyökeret eresztett a védelem területén, és fogalmi összetevői napjainkban központi problémaként merülnek fel a hadviselésben és a hadviseléssel kapcsolatos gondolkodásban. Melyek tehát a stratégiai kommunikáció kulcsfogalmai? Szűkebb értelmezési keretben, amely a kommunikáció hagyományos, transzmissziós modelljéhez köthető, a szervezet által célzatosan, tudatosan, a nyilvánosságban és a szervezet küldetésének elérése érdekében folytatott kommunikációt tekinthetjük stratégiai kommunikációnak.² Tágabb értelmezési keretben, amely a kommunikáció konstitutív modelljéhez áll közel, a szervezet bármely tagjának bármely cselekvése, az általa mondott vagy megjelenített üzenetek, vagy azok hiánya is, kommunikál, amely akarva vagy akaratlanul is kiválthat stratégiai hatást. Ezt a stratégiaikommunikáció-felfogást tükrözi például a NATO katonai stratégiai kommunikációs doktrínája.³

Könnyen belátható, hogy a katonai szervezetek által folytatott kommunikációs tevékenység számos aspektusa esik a stratégiai kommunikáció fogalmi körébe, ideértve a kulcsfontosságú hallgatóságok befolyásolását, meggyőzését vagy tájékoztatását, az ellenség erkölcsi megtörésének, megfélemlítésének, meglepésének vagy a saját oldal hitelessége, hírneve és morális ellenálló ereje fenntartásának kérdéseit. Tudjuk továbbá, nem utolsósorban a hadtudomány klasszikusainak munkásságából, hogy az említett kommunikatív aktusok a kezdetektől jellemezték a katonai szervezetek működését, amit úgy is megfogalmazhatunk, hogy a stratégiai kommunikáció mindig is részét képezte a hadművészetnek. A modern korban, a tradicionális tömegmédia, újságok, rádiók, majd a televízió, illetve a kapcsolódó távközlési technológiák elterjedése fokozatosan felerősítette a tömegkommunikáció hatását a hadviselésben. Az első világháború idején folytatott politikai propaganda jelentőségét mutatja, hogy annak kutatása új áramlatot teremtett a kommunikációtudományban. A második világháború

² HOLTZHAUSEN et al. 2021: 4.

³ NATO 2023: 20.

idején született meg a lélektani hadviselés koncepciója, majd a hidegháborús időszak fegyveres konfliktusaiban „egyre jelentősebb szerepet kapott a vizualitás”.⁴ Az 1990-es évek elején honosodtak meg a háború élő közvetítését lehetővé tevő műholdas telekommunikációs technológiák. A 2000-es évekkel kezdődően pedig egyre gyorsuló ütemben terjedtek el a mobil infokommunikációs eszközök, mind több helyen és mind olcsóbban vált hozzáférhetővé az internet, aminek következtében a hadviselő felek korábban elérhetetlen számú és változatosságú hallhatósághoz kaptak hozzáférést, és bárkiből válhatott haditudósító. Mindeközben, a hidegháború utáni időszakban megváltozott a fegyveres konfliktusok jellege,⁵ amelyet különböző koncepciókkal ír le a hadtudomány, ideértve a negyedik generációs hadviselést, felkelésellenes műveleteket, aszimmetrikus hadviselést és a hibrid hadviselést. Ezek a technológiai és politikai-stratégiai változások teremtették meg annak feltételeit, hogy a nem kinetikus műveletek, illetve a nem kinetikus hatások, egyre meghatározóbbá váltak a hadviselésben. Így nyert teret a modern értelemben vett stratégiai kommunikáció a katonai gyakorlatban és gondolkodásban az 1990 utáni időszakban, és különösen a 21. század első két évtizedében, aminek jelentős lendületet adott az Egyesült Államok által 2001-ben meghirdetett globális terrorizmusellenes háború is.⁶

Szakirodalmi áttekintés

A stratégiaikommunikáció-tanulmányi szakirodalom elsősorban a gazdaságtudományi, illetve kommunikáció- és médiatudományi forrásdiszciplínák kutatási objektumait tárgyalja, ideértve a szervezeti kommunikáció, közösségi média, válságkommunikáció és a közkapcsolatok problémáit. Továbbá, ahogy a stratégiaikommunikáció-tanulmányok művelői csak elvétve foglalkoznak a hadtudomány kutatási objektumaival, úgy a stratégiaikommunikáció sem tartozik sehol a hadtudomány fősodratú kutatási irányjai közé. Nem kivétel ez alól a magyar tudományos élet sem.

A magyar tudományos adatbázisokban végzett tárgyszavas keresés útján feltártam a stratégiai kommunikáció hadtudományi összefüggéseivel foglalkozó hazai tudományos műveket. Részletesen, a szakirodalom felkutatását az Arcanum Digitális Tudománytárban, a Közzszolgálati Tudásportálon és a Nemzeti Közzszolgálati Egyetem Hadtudományi Doktori Iskolája által 2023. évben mértékadó hazai tudományos folyóiratként listázott kiadványokban végeztem el. Az így felkutatott szakirodalmi munkák szerzői kivétel nélkül a Nemzeti Közzszolgálati Egyetem oktatói és munkatársai, illetve ott tudományos fokozatot szerzett kutatók. A releváns publikációk mindegyike a 2000-es években született, többségük az elmúlt tíz évben. A stratégiai kommunikáció első hivatkozását Tokovicz József 2006-ban, az aszimmetrikus hadviselés tárgyában megjelent publikációjában tártam fel, amely Irak Egyesült Államok általi megszállásának tanulságait összegzi, beleértve az Egyesült Államok által elkövetett hibákat

⁴ NÉMETH 2021c: 132.

⁵ Ez a trend töretlennek látszott egészen az orosz–ukrán konfliktus nagyméretű hagyományos háborúvá való eszkalálódásáig 2022-ben. Azonban, vizsgálódásunk szempontjából, vagyis a konfliktus kommunikatív dimenziójának jelentőségét illetően, az orosz–ukrán háborút sem tekintem kivételnek.

⁶ NÉMETH 2021a.

a stratégiai kommunikáció terén.⁷ A hazai hadtudományi szakirodalomban Németh József Lajos jegyzi a legtöbb publikációt a stratégiai kommunikáció témakörében, illetve foglalkozik legrészletesebben a stratégiai kommunikáció általános kérdéseivel.⁸ Jakusné Harnos Éva a propaganda, befolyásolás és nyelvhasználat összefüggésében vizsgálja a stratégiai kommunikációt.⁹ Bányász Péter a közösségi média és a védelmi szféra összefüggésrendszerében tesz említést a stratégiai kommunikációról.¹⁰ Haig Zsolt az Egyesült Államok, a NATO, valamint a Magyar Honvédség (MH) információs műveletek doktrínáiban írja le a stratégiai kommunikáció helyét és szerepét.¹¹ Rózsa Tibor szintén az információs műveletek perspektívájából foglalkozik a stratégiai kommunikáció problémáival, amelyhez az Egyesült Államok és a NATO megközelítését veszi alapul, valamint részletesen tárgyalja az MH által végrehajtott információs műveleteket is.¹² A stratégiai kommunikáció és a hadtudomány kereszttetszetébe eső kérdéseket dolgoznak fel Szak Andrea és Krizbai Diána Daniella publikációi a társadalom befolyásolásának és tájékoztatásának hadtudományi aspektusairól.¹³

A stratégiai kommunikáció és a hadtudomány metszéspontjait vizsgáló hazai szakirodalom betekintést enged a stratégiai kommunikáció meghatározásával és értelmezésével kapcsolatos tudományos gondolatokba, valamint a stratégiai kommunikáció mint magyar katonai gyakorlat megvalósulásába is. Vizsgálatom mindkét előbb említett aspektusra kiterjed. Az irodalomkutatás alapján megállapítható és elgondolkodtató, hogy a stratégiai kommunikációt közvetlenül tárgyaló magyar hadtudományi művek vagy a 17. század magyar hadművészetét, közelebbről a költő, hadtudós és hadvezér Zrínyi Miklós munkásságát, vagy a 21. századi vonatkozásokat tárgyalják. A kutatómunka során nem tártam fel olyan tudományos értekezést, amely az előző vagy közbeeső évszázadok magyar hadtörténetének vagy katonai gondolkodásának tükrében közvetlenül vizsgálja a stratégiai kommunikációt. Értelmeszerűen egy ilyen vizsgálat lefolytatható a stratégiai kommunikáció tárgyszóösszetételt nem tartalmazó magyar hadtörténeti és hadtudományi művek feltárásán és elemzésén keresztül is, ez azonban meghaladná a tanulmány kereteit. Vizsgálatomat a kortárs magyar katonai gondolkodás és gyakorlat stratégiai kommunikációs összefüggéseinek elemzésére, illetve azok összehasonlítására fókuszálok.

Stratégiai kommunikáció a magyar hadelméletben

A vizsgálat során feltárt 21. századi magyar hadtudományi szakirodalomban Németh József Lajos értelmezi elsőként a katonai jellegű stratégiai kommunikációt, egy, a *Hadtudomány* folyóiratban 2013-ban megjelent publikációban.¹⁴ A szerző által felvázolt értelmezési keret sarokpontja, hogy korunk fegyveres konfliktusaiban

⁷ TOKOVICZ 2006.

⁸ NÉMETH 2013; 2019a; 2019b; 2020a; 2020b; 2021a; 2021b; 2021c.

⁹ JAKUSNÉ HARNOS 2016; 2017.

¹⁰ BÁNYÁSZ 2018.

¹¹ HAIG 2018.

¹² RÓZSA 2011; 2013; 2016.

¹³ SZAK 2009, KRIZBAI–SZAK 2022.

¹⁴ NÉMETH 2013.

a kommunikáció, a konfliktus elbeszélése egyenragú a kinetikus katonai műveletekkel. A stratégiai kommunikáció pedig az állam és a haderő kommunikációs képességeinek és tevékenységeinek összehangolása a meghatározott (saját, ellenséges, közömbös) célközönségek megnyerése és támogatásuk fenntartása, vagyis azok meggyőzése és befolyásolása, érdekében. Ez az értelmezés előtérbe helyezi a stratégiai kommunikáció katonai összefüggésben is kulcsfontosságú fogalmi összetevőjét, nevezetesen az egész szervezet szintjén rendszerezett, konzisztens, harmonizált kommunikációt. Megjegyzendő, hogy a (stratégiai) kommunikáció konstitutív értelmezési mezőjében, a jelentés a küldő és a fogadó felek folyamatos interakciója és kölcsönhatása nyomán képződik meg, vagyis a kommunikációs folyamat részeként tekintünk minden olyan mozzanatra, amely formálja a jelentést a fogadókörnyezetben.¹⁵ Ebből következik, hogy a katonai stratégiai kommunikáció túlmutat a katonai szervezetek kommunikációs feladatainak koordinált végrehajtásán, és magában foglalja a kommunikációs (nem kinetikus) és harci (kinetikus) műveletek koordinált végrehajtását, illetve azok integrált tervezését is. Németh József Lajos további publikációkban vizsgálja a stratégiai kommunikáció kialakulásának folyamatát, annak forrádiszciplináit és interdiszciplináris természetét, elmagyarázza a stratégiai kommunikáció jelentőségét az állam és haderő működésében, illetve az állam és haderő jelentőségét a stratégiai kommunikációelmélet szempontjából. A katonai stratégiai kommunikáció területén publikáló szerzők között egyedül alkalmazza az interjúkészítés módszerét. Németh József Lajos saját definíciót javasol a stratégiai kommunikációra, amely a meggyőzés, befolyásolás és stratégia közös halmazában található aktorok, események, eszközök és eljárások (módszerek) összefüggésében ragadja meg a koncepciót.¹⁶

Jakusné Harnos Éva 2016-ban és 2017-ben megjelent írásaiban értelmezi a stratégiai kommunikációt, amelyet a propagandatevékenységek egyik formájaként azonosít. A következőkben ragadja meg a katonai jellegű stratégiai kommunikáció célkitűzéseit: „1. a saját erők támogatását megtartani; 2. az ellenség elszántságát csökkenteni, és 3. a kívülálló – harmadik – felet a saját erők mellé állítani, vagy legalább semlegesnek megtartani.” Az előbbieken ismertetett tudományos értelmezéssel összevetve, Jakusné Harnos Éva stratégiaikommunikáció-felfogása általánosabb, és nem tartalmazza az összehangolt szervezeti kommunikáció koncepcióját. A szerző azt a következtetést is levonja, hogy az online médiakörnyezetben folytatott stratégiai kommunikációban konvergálnak a tájékoztatás és a befolyásolás kategóriái. Vagyis, a stratégiai kommunikáció ugyanúgy megtévesztheti a saját közvéleményt, annak tájékoztatása helyett, mint az ellenséges társadalmat.¹⁷ Ehhez kapcsolódó megállapítás, hogy „a globális digitális média korában a fejlett demokráciákban technikailag nem lehetséges egymástól elválasztani a hazai és a külföldi közvélemény tájékoztatását”.¹⁸ Felfogásom szerint ez nemcsak a fejlett demokráciákra igaz, hanem bármilyen társadalomra, ahol viszonylag szabad a hozzáférés az internethez. Ezt fogalmazza meg Rózsa Tibor is: „az információs környezetben az üzenetek nem csak a megcélzott csoportok, hanem mindenki számára elérhetőek [...] a modern információs környezetben bármilyen üzenet vagy tevékenység feltölthető

¹⁵ HOLTZHAUSEN et al. 2021: 16–18.

¹⁶ NÉMETH 2021a: 122.

¹⁷ JAKUSNÉ HARNOS 2016.

¹⁸ JAKUSNÉ HARNOS 2016: 80.

a világhálóra, illetve megosztható a különböző közösségi oldalakon.”¹⁹ Az online térben állami és nem állam szereplők „rövid idő alatt és rendkívül eredményesen közvetlenül befolyásolhatják egy célország lakosságát”.²⁰ „A közösségi média fegyverként alkalmazható az emberek elméjével szemben”, és felhasználói különösen ki vannak téve a megtévesztés és álhírek hatásának.²¹ Ebből következik egy másik lényeges ismérve a stratégiai kommunikációnak: az online térben „a stratégiai, műveleti és harcászati szintek közötti választóvonal elmosódik [...] a fejlett mobiltechnológia bármilyen harcászati eseményt közel valós időben elérhetővé tesz a globális információs környezetben, amelynek azonnali és közvetlen stratégiai hatása lehet”.²² A stratégiai kommunikáció ezen ismertetőjegye pedig visszavezet a koncepció alapvető értelmezési kereteinek kérdéséhez, amelyről a bevezetésben már szót ejtettünk: egyfelől a célzatos és tudatos szervezeti kommunikációt, másfelől a potenciálisan stratégiai hatást kiváltó bármely kommunikatív aktust is értelmezhetjük stratégiai kommunikációként.

A hazai hadtudományi szakirodalom jelentős terjedelemben foglalkozik a közösségi médiával, amely központi kérdése a stratégiaikommunikáció-tanulmányi diskurzusnak is. Bányász Péter a közösségi média és a védelmi szféra összefüggéseit vizsgáló PhD-értekezésében²³ a közkapcsolatok, politikai kommunikáció, szervezeti kommunikáció és válságkommunikáció területein értelmezi a stratégiai kommunikációt a védelmi szférában. Ez az értelmezés egybevág az általánosan elfogadott tudományos megközelítéssel a stratégiai kommunikáció konstitutív elemeit illetően. Bene Gyula megállapítása szerint a „közösségi médiát a hadseregben [...] felfoghatjuk stratégiai kommunikációs eszközként is, amely véleményformálásra, esetleg a pszichológiai műveletek támogatására szolgál”.²⁴

A stratégiai kommunikációval kapcsolatos magyar hadtudományi személtre jellemző az Egyesült Államok és a NATO, egymással lényegében megegyező, megközelítésének átvétele. A 2019-ben megjelent *Hadtudományi Lexikon* a NATO stratégiai kommunikációs irányelvében²⁵ foglalt definíciót idézi a stratégiai kommunikáció szócikkben:²⁶

„A NATO ~ja egy koordinált, kommunikációs képességeinek megfelelő használata a szövetség célkitűzéseinek, politikájának, műveleteinek és tevékenységeinek támogatása érdekében. E tevékenység célja, hogy pozitív képet és támogató közhangulatot alakítson ki, valamint értesse meg, továbbá fogadtassa el a szövetség erőfeszítéseit a kijelölt célközönséggel. Ezek a tevékenységek és képességek a következők: információs műveletek, lélektani műveletek, nyilvános diplomácia, nyilvános ügyek, katonai nyilvános ügyek.”

Ezt a stratégiaikommunikáció-magyarázatot találjuk az információs műveleteket tárgyaló szakirodalomban is. Haig Zsolt²⁷ és Rózsa Tibor az Egyesült Államok, a NATO,

¹⁹ RÓZSA 2016: 101.

²⁰ JAKUSNÉ HARNOS – DEMETER – BÁNYÁSZ 2023: 136.

²¹ JAKUSNÉ HARNOS – DEMETER – BÁNYÁSZ 2023: 134.

²² RÓZSA 2016: 101.

²³ BÁNYÁSZ 2018.

²⁴ BENE 2019: 96.

²⁵ A NATO stratégiai kommunikációs irányelvét 2009-ben fogadta el az Észak-atlanti Tanács.

²⁶ KRAJNC 2019: 981.

²⁷ HAIG 2018.

valamint az MH információs műveletek doktrínáiban vizsgálják a stratégiai kommunikációi helyét és szerepét. Ebben a megközelítésben „a stratégiai kommunikáció nem része, hanem keretbe foglalja az információs műveleteket és biztosítja a kapcsolódást a kormányzati szintű kommunikációhoz, az összkormányzati megközelítés megvalósulása érdekében”.²⁸ Rózsa Tibor munkáiban megjelenik a stratégiai kommunikáció egy további fontos vonása is, amelyet a NATO relációjában állapít meg: a stratégiai kommunikáció közvetlen hatással van a NATO műveleteinek és politikáinak sikerességére.²⁹ Ezt a megállapítást vonatkoztathatjuk bármelyik más katonai szervezet stratégiai kommunikációjára is, nevezetesen, hogy az hat a politikai, stratégiai és műveleti célok elérésére.

Stratégiai kommunikáció a magyar katonai gyakorlatban

Amint a szakirodalmi áttekintésben már említettük, a hazai szakirodalom a 21. századot megelőző korszakokból Zrínyi Miklós stratégiai kommunikációját tárgyalja számottevő részletességgel. Jelen cikkben azonban a 21. századi magyar katonai gyakorlat feldolgozására szorítkozunk. Németh József Lajos stratégiai kommunikációról szóló monográfiájában igazolja azt a hipotézist, hogy az MH a vonatkozó ismereteit döntően a nemzetközi és elsősorban NATO-műveletek alapján szerezte.³⁰ Ez a tézis visszavezet a hidegháború utáni időszakban megváltozott jellegű konfliktusok problémájához. Az ekkor jellemzővé vált „békeműveletek egyik ismérve, hogy a katonák a pusztá jelenlétükkel is komplex kommunikációs jeleket sugároznak környezetük felé”.³¹ Belátható, hogy ezek a kommunikációs jelek hatással lehetnek a katonai művelet céljainak elérésére, vagyis stratégiai kommunikációs hatást válthatnak is.

A NATO-missziós összefüggéseken kívül az MH közösségimédia-jelenlétének kérdését tárgyalja még stratégiai kommunikációs nézőpontból a hazai szakirodalom. Bányász Péter értékelésében „a Honvédség közösségi média jelenléte, elsősorban Facebookon professzionális, évek óta magas színvonalon történik”, amely „nagyban befolyásolja egy szervezet megítélését, [...] növelheti a lakosság körében való elismertségét, támogatását, valamint a toborzást is segíti”.³² A szerző hozzáteszi, hogy „ez rendkívül fontos a Magyar Honvédség megítélésének erősítésében. A megítélés mellett jelentős szerepet tölthet be a toborzásban.”³³

Amint már utaltunk rá, az MH gyakorlatában a stratégiai kommunikáció elsősorban az afganisztáni NATO-műveletben (International Security Assistance Force, ISAF) való részvételhez kötődik, különös tekintettel a Baglán tartományban települt magyar Tartományi Újjáépítési Csoport (Provincial Reconstruction Team, PRT) működésére. Az afganisztáni magyar missziós tevékenység információs műveleti tapasztalatainak tudományos feldolgozása Rózsa Tibor nevéhez kötődik. Az Afganisztánban szerzett

²⁸ RÓZSA 2016: 54.

²⁹ RÓZSA 2016.

³⁰ NÉMETH 2021c.

³¹ NÉMETH 2021c: 67.

³² BÁNYÁSZ 2018: 76.

³³ BÁNYÁSZ 2018: 156.

ismeretek igazolták, hogy a nem klasszikus katonai képességek, köztük a tömegtájékoztatás, civil-katonai együttműködés és a lélektani műveletek szerepe felértékelődött, ezek kulcsfontosságúvá váltak a misszió sikere szempontjából. Mindeközben az Afganisztán stabilizálását és újjáépítését támogató katonai műveletekben „a kinetikus és információs műveletek aránya folyamatosan eltolódik az információs műveletek javára”. Ezek a változások követelményeket támasztanak valamennyi, kinetikus és nem kinetikus, katonai művelet harmonizálását illetően.³⁴ Az afganisztáni tapasztalatok részletes áttekintését³⁵ Rózsa Tibor azzal a megállapítással keretezi, hogy az ISAF, illetve a magyar PRT a különböző célcsoportok, és különösen az el nem kötelezett lakosság befolyásolásának céljából hajtott végre információs műveleteket. Ezek közé tartoznak a megjelenés, viselkedés, arculat (*presence, posture, profile*, PPP) kialakítására irányuló műveletek. Rendeltetésük, hogy a szervezet minden tevékenysége egységes képet sugalljon. Emellett, a PPP-tevékenységek az afgán szervek előtérbe helyezését is célozták, amelynek egyik technikája volt a PRT parancsnokának nyilvános megjelenése a helyi vezetőkkel. A tömegtájékoztatás területén a legfontosabb feladat a média információigényének kiszolgálása volt, „kihasználva annak jelentős véleményformáló, befolyásoló hatását”.³⁶ A PRT által végrehajtott lélektani műveletekre áttérve, a magyar Tartományi Újjáépítési Csoport többek között a helyi televízió- és rádiócsatornákon bérelt adásidő, illetve a helyi újságokban elhelyezett írárok felhasználásával juttatta el üzeneteit a célközönségekhez. A kulcsfontosságú személyek kezelésének területén a PRT tervezetett, célorientált és a parancsnokság szintjén integrált módon tartott kapcsolatot a helyi civil és katonai hatóságokkal, tradicionális vezetőkkel, illetve nemzetközi szervezetekkel. A műveletek szerves részét képezte továbbá a civil-katonai együttműködés, amely a civil lakossághoz fűződő kapcsolatok ápolásán, illetve a „szívek és lelkek megnyerését” (*winning hearts and minds*) célzó fejlesztési és újjáépítési projekteken keresztül valósult meg. A magyar PRT, illetve az ISAF nem folytatott információs műveleteket a közösségi médiában (*a hivatkozott tanulmány 2011-es megjelenésének idején érvényes megállapítás – megjegyzés tőlem: T. P.*), amelyeket ugyanakkor jól alkalmaztak az ellenállók.

Az afganisztáni magyar információs műveletek tapasztalatait vizsgálva szembevetendő, hogy azok átfogják a stratégiai kommunikáció valamennyi fogalmi összetevőjét: a cél- és tervszerűséget, a meghatározott célcsoportok befolyásolását, a kommunikációs (és nem kommunikációs) műveletek harmonizálását és a kommunikáció kulcsfontosságú műveleti sikertényezőként történő azonosítását. Az átfedés a stratégiai kommunikáció koncepcionális elemeivel nem szorul magyarázatra, hiszen az afganisztáni misszió NATO-keretben valósult meg, és a NATO értelmezésében az információs műveletek a stratégiai kommunikáció részét képezik. Így azt is megállapíthatjuk, hogy az MH afganisztáni információs műveletei a stratégiai kommunikáció kategóriájába esnek.

³⁴ RÓZSA 2011: 44.

³⁵ RÓZSA 2011: 46–48, RÓZSA 2013: 160–161.

³⁶ RÓZSA 2011: 46.

Következtetések

A magyar hadtudományi gondolkodás átfogó és korszerű módon közelíti meg a katonai stratégiai kommunikációt, vizsgálja a stratégiai kommunikáció szűkebb és tágabb értelmezési keretébe eső objektumokat, tárgyalja a katonai stratégiai kommunikáció kulcsfontosságú fogalmi alkotóelemeit. A releváns hadelméleti munkák jelentős mértékben merítenek az Egyesült Államok és a NATO stratégiai kommunikációs koncepcióiból, de feldolgoznak újszerű és magyar vonatkozású tudományos problémákat is. Ugyanakkor, a vizsgált tudományos művek döntő többsége deduktív-analitikus kutatási stratégiát követ, jellemzően a szakirodalom kritikai elemzésének és a dokumentumelemzésnek a módszerére támaszkodnak. Elvértve találunk csak olyan publikációt, amely induktív kutatási stratégia, például megfigyelés vagy kikérdezés révén szerzett ismereteket is feldolgoz. Továbbá a kutatómunka során nem tártam fel magyar katonai stratégiai kommunikációs irányelvet, doktrínát vagy szervezeti egységet. Ezek feltételezett hiánya arra enged következtetni, hogy a vonatkozó tudományos eredmények nem, vagy csak részlegesen hasznosulnak a gyakorlatban. Azt a következtetést vonhatjuk le tehát, hogy a stratégiai kommunikációval kapcsolatban előállított magyar hadelméleti tudás, illetve tudományos eredmények, nem alkotnak szoros egységet a magyar katonai gyakorlattal. Mindazonáltal kutatásom alapján igazolva látom, hogy a stratégiai kommunikáció része a magyar katonai gyakorlatnak. Ez egyfelől az MH közösségimédia-tevékenységében, másfelől az MH missziós tevékenységében, különösen NATO-keretben végrehajtott műveleteiben, ragadható meg. A magyar katonai gyakorlat a stratégiai kommunikáció konstitutív tevékenységeinek viszonylag széles spektrumát fedi le. A közösségi médiában folytatott stratégiai kommunikációt, amelynek elsődleges célközönsége feltételezhetően a magyar hallgatóság, a (katonai) közkapcsolati tevékenységek kategóriájába sorolhatjuk. A missziós környezetben folytatott stratégiai kommunikáció elsősorban a helyi lakosságot célozza, és különböző típusú információs műveleteken, illetve lélektani műveleteken keresztül valósul meg.

Felhasznált irodalom

- BÁNYÁSZ Péter (2018): *A közösségi média lehetőségei és kihívásai a védelmi szférában*. PhD-disszertáció. Nemzeti Közszerológati Egyetem Katonai Műszaki Doktori Iskola. Online: <https://doi.org/10.17625/NKE.2019.018>
- BENE Gyula (2019): A közösségi média hatása a hadseregre és a katonákra. *Honvédségi Szemle*, 147(1), 86–99. Online: <https://honvedelem.hu/kiadvanyok/honvedsegi-szemle/honvedsegi-szemle-2019-2-szam.html>
- JAKUSNÉ HARNOS Éva (2016): A befolyásolás módszereinek változása a média fejlődésének fényében. *Honvédségi Szemle*, 144(2), 70–82. Online: <https://honvedelem.hu/images/media/5f58c261bea9b295973077.pdf>
- JAKUSNÉ HARNOS Éva (2017): Szaknyelv és stratégiai kommunikáció. In BESZNYÁK Rita (szerk.): *PORTA LINGUA – 2017. Szaknyelvhasználat: a tudomány és a szakma nyelvének alkalmazása*. Budapest: Szaknyelvoktatók és -Kutatók Országos Egyesülete, 373–382. Online: <http://real-j.mtak.hu/16750/1/Porta-Lingua-2017.pdf#page=373>

- JAKUSNÉ HARNOS, Éva – DEMETER, Márton – BÁNYÁSZ, Péter (2023): Social Media Issues and Fake News. In MOLNÁR, Anna – JAKUSNÉ HARNOS, Éva – SZENTE-VARGA, Mónika (szerk.): *Security, Resilience and Sustainability of the European Union*. Budapest: Ludovika, 131–147. Online: <http://hdl.handle.net/20.500.12944/20820>
- HAIG Zsolt (2018): *Információs műveletek a kibertérben*. Budapest: Dialóg Campus. Online: <http://hdl.handle.net/20.500.12944/12651>
- HOLTZHAUSEN, Derina et al. (2021): *Principles of Strategic Communication* [ePub]. New York: Routledge. Online: <https://doi.org/10.4324/9781003002048>
- KRIZBAI Diána Daniella – SZAK Andrea (2022): Napjaink tömegkommunikációjának jelentősége a védelmi politikában. Az orosz–ukrán háború példáján keresztül. *Hadtudományi Szemle*, 15(4), 119–134. Online: <https://doi.org/10.32563/hsz.2022.4.8>
- KRAJNC Zoltán szerk. (2019): *Hadtudományi Lexikon*. Budapest: Dialóg Campus.
- NATO (2023): *AJP-10 Allied Joint Doctrine For Strategic Communications*. Online: <https://nso.nato.int/nso/nsdd/main/standards?search=AJP-10>
- NÉMETH József Lajos (2013): A (stratégiai) kommunikáció és a háború kapcsolata napjaikban. *Hadtudomány*, 23(1–2), 129–139. Online: www.mhht.eu/hadtudomany/2013/1_2/HT_2013_1-2_Nemeth_Jozsef.pdf
- NÉMETH József Lajos (2019a): A stratégiai kommunikáció interdiszciplináris megközelítésben. *Hadtudományi Szemle*, 12(1), 167–174. Online: <https://doi.org/10.32563/hsz.2019.1.11>
- NÉMETH József Lajos (2019b): Stratégiai kommunikáció – szakirodalmi áttekintés. *Hadmérnök*, 14(3), 159–166. Online: https://real.mtak.hu/101653/8/193_13_nemeth.pdf; DOI: <https://doi.org/10.32567/hm.2019.3.13>
- NÉMETH József Lajos (2020a): A stratégiai kommunikáció (hadi)technikai vonatkozásai I. rész. *Haditechnika*, 54(4), 13–16. Online: <https://doi.org/10.23713/HT.54.4.04>
- NÉMETH József Lajos (2020b): A stratégiai kommunikáció (hadi)technikai vonatkozásai II. rész. *Haditechnika*, 54(5), 15–19. Online: <https://doi.org/10.23713/HT.54.5.03>
- NÉMETH József Lajos (2021a): A Stratégiai kommunikáció: fókuszban az állam és a haderő. *Hadtudományi Szemle*, 14(2), 115–132. Online: <https://doi.org/10.32563/hsz.2021.2.9>
- NÉMETH, József Lajos (2021b): Defining Strategic Communication: An Almost Impossible Challenge, But Perhaps There Is Still A Solution. *Hadtudomány*, 31(2021. évi elektronikus lapszám), 162–172. Online: <https://doi.org/10.17047/Hadtud.2021.31.E.162>
- NÉMETH József Lajos (2021c): *Stratégiai Kommunikáció*. [ePub]. [H. n.]: szerzői kiadás. Online: https://drive.google.com/file/d/1OZvhTA9cvdo6_u_iqxxmq6VdQpvY-4gQZ/edit
- RÓZSA Tibor (2011): Információs műveletek a Magyar Honvédség missziós feladataiban. *Hadtudomány*, 21(1–2), 42–48. Online: www.mhht.eu/hadtudomany/2011/1/HT-2011_1-2_6.pdf
- RÓZSA, Tibor (2013): NATO Information Operations in Afghanistan. *AARMS*, 12(1), 155–164. Online: <https://doi.org/10.32565/aarms.2013.1.17>
- RÓZSA Tibor (2016): *Az információs műveletek vizsgálata, különös tekintettel a befolyásolási képességek alkalmazásának lehetőségeire a Magyar Honvédség feladatrendszerében*. PhD-disszertáció. Nemzeti Közszolgálati Egyetem Hadtudományi Doktori Iskola. Online: <https://doi.org/10.17625/NKE.2017.04>

- SZAK Andrea (2009): Helyi háborúk az írott médiában. *Hadtudományi Szemle*, 2(4), 119–123. Online: <http://hdl.handle.net/20.500.12944/13914>
- TOKOVICZ József (2006): A XXI. század háborúi (2.) Az aszimmetrikus hadviselés sajátosságai. *Új Honvédségi Szemle*, 60(5), 8–22. Online: https://adt.arcanum.com/hu/view/HonvedsegiSzemle_2006_01/?query=%22strat%C3%A9giai+kommunik%C3%A1ci%C3%B3%22&pg=601&layout=s