

Németh József Lajos



STRATÉGIAI KOMMUNIKÁCIÓ

Németh József Lajos

STRATÉGIAI KOMMUNIKÁCIÓ

Németh József Lajos

STRATÉGIAI KOMMUNIKÁCIÓ

Családomnak és szeretteimnek, de különösen édesapám,
Németh József Ferenc (1934-2017) emlékének.

In memoriam M. Szabó Miklós akadémikus (1942-2021), Rector Emeritus.

©Németh József Lajos, 2021
ISBN 978-615-01-0507-9 [ePUB]
Első kiadás

Az elektronikus változat (ePub) szerzői kiadás, a Diversitas Kiadó segítségével.
A könyvet lektorálta: Dr. Somkuti Bálint, a hadtudományok PhD fokozatos
Ez a könyv a Magyar Tudományos Akadémia Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával valósult meg.

Megjelenéséhez nagymértékben hozzájárultak az elmúlt évek során elnyert AZ INNOVÁCIÓS ÉS TECHNOLÓGIAI MINISZTERIUM ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJAI IS.



*„Az én professióm avagy mesterségem nem az poesis,
hanem nagyobb és jobb országunk szolgálatjára annál”¹
Gróf Zrínyi Miklós (1620–1664)*

¹ Gróf Zrínyi Miklós válogatott munkái (szerk.: Radó Antal): Remekírók Képes Könyvtára. Lampel Róbert Könyvkereskedése – Wodianer F. és Fiai Részvénytársaság, Budapest, 1910. 1. o.

Tartalom

1. Előszó	9
2. Bevezetés	13
2.1. A téma fontossága és aktualitása, továbbá hipotézisek és az alkalmazott módszerek.....	13
3. A fogalom meghatározása és körülhatárolása.....	16
3.1. A fogalom használatának eredete a 2001-es terrorcselekmények előtt ...	16
3.2. A fogalom használatának eredete a 2001-es terrorcselekmények után....	17
3.3. Szakirodalmi áttekintés.....	19
3.3.1. Magyar nyelvű források	19
3.3.1.1. Hadtudományi szakcikkek, könyvek: csekély eredmény	19
3.3.2. Angol nyelvű források	21
3.3.2.1. Kézikönyvek és monográfiák	21
3.3.2.2. Angol nyelvű cikkek és publikációk feltérképezése adatbázis segítségével	23
3.3.3. A nemzetközi szervezetek honlapjain található források.....	24
3.4. A stratégiai kommunikáció inter-és multidiszciplináris megközelítésben.....	25
3.4.1. Rövid kitekintés: Az interdiszciplináris és az interdiszciplinaritás, felmerülő problémák.....	25
3.4.2. Az interdiszciplináris megközelítés a biztonságpolitika komplex értelmezése szempontjából.....	26
3.4.3. Az interdiszciplináris megközelítés a kommunikáció szempontjából.....	26
3.4.4. Az interdiszciplináris megközelítés a stratégia szempontjából.....	27
3.5. A fogalom értelmezési nehézségei és körülhatárolása.....	28
3.5.1. A stratégia	28
3.5.2. A kommunikáció.....	29
3.5.3. A fogalom meghatározására tett kísérletek.....	29
3.5.4. A fogalomkör fejlődése vizuálisan.....	32
3.5.5. Saját meghatározás	35
4. Példák a stratégiai kommunikációra: rövid történelmi áttekintés	36
4.1. Az ókortól a reneszánszig	36
4.2. A költő és hadvezér Zrínyi Miklós (1620–1664) stratégiai kommunikációja.....	41
4.2.1. A költő és hadvezér Zrínyi Miklós korának néhány jellemző vonása	42
4.2.2. Az eszéki híd lerombolásának stratégiai kommunikációs jelentősége	47

4.2.3. Zrínyi Miklós stratégiai kommunikációja hadtudományi munkái alapján.....	49
4.2.4. Zrínyi Miklós által említett magatartásformák, amelyek kulcsfontosságúak az eredményes stratégiai kommunikáció szempontjából.....	50
4.2.5. Zrínyi Miklós stratégiai kommunikációja a „zenekari harmónia” elérésének szempontjából.....	52
4.2.6. A költő és hadvezér Zrínyi Miklós (1620–1664) stratégiai kommunikációja – összegzés, konklúziók.....	53
4.3. Napóleontól az első világháborúig.....	53
4.4. Példák a huszadik századból	55
4.4.1. A propaganda.....	58
4.4.2. A befolyásolás és/vagy meggyőzés, valamint az informálás	62
4.5. A második világháborútól napjainkig	64
5. Állam, biztonság, kommunikáció, stratégia és a háború	68
5.1. Az állam meghatározása	68
5.2. A biztonság meghatározása.....	68
5.3. Az állam biztonságához kapcsolható legfontosabb kommunikációs kiindulási pontok és kérdések.....	69
5.4. A stratégiai kommunikáció és a kis háborúk	70
5.4.1. Célpontból platform.....	71
5.4.2. Kis háborúk	74
6. A stratégiai kommunikáció jellemzői – katonai megközelítésben	76
6.1. A stratégiai kommunikáció a gyakorlatban	76
6.1.1. Amikor az acél beszél	76
6.1.2. „Megismertük az ellenséget: s az nem más, mint mi, magunk. ...”.....	77
6.1.3. A „Winning hearts and minds” koncepciója	81
6.1.4. A drónok alkalmazása.....	81
6.1.5. A közösségi média és a mesterséges intelligencia jelentősége.....	82
6.2. A stratégiai kommunikáció részterületei.....	83
6.3. Alapelvek, módszerek és viták	84
6.3.1. „Ne rúzsozzuk ki a disznót!”	85
6.3.2. Rögzített alapelvek a NATO szerint	86
6.3.3. A narratíva jellemzői.....	86
6.3.4. A szimfonikus zenekar analógia.....	88
6.4. Vitatott kérdések.....	89
6.4.1. Nyilvános diplomácia versus stratégiai kommunikáció?.....	89
6.4.2. Mit mond a civil szakma?	91
6.4.3. Stratégiai versus politikai kommunikáció?	92
6.4.4. Szinkronizáljunk inkább?	92
7. A stratégiai kommunikáció jellemzői mélyinterjúk alapján	96

7.1. A mélyinterjúk módszertana.....	96
7.2. Az interjúalanyok	97
7.3. Az interjúk.....	98
7.3.1. Balogh Péter ezredes - „...a sajtó mindenhol jelen van...”.....	98
7.3.2. Boldizsár Gábor ezredes – „...egy-egy szónak óriási jelentése lehet”	101
7.3.3. Eperjesi Andrea vezető főtanácsos: „...NATO értelemben vett önálló StratCom irányelvekkel nem rendelkezünk...”	104
7.3.4. dr. Fehér Zoltán, kutató, szakértő – „Stratégiai kommunikáció; nyilvános diplomácia; kreatív diplomácia”	106
7.3.5. Molnár Zsolt ezredes – „...nem elég jónak lenni, annak is kell látszani”	113
7.3.6. Interjú dr. Porkoláb Imrével, a Matthias Corvinus Collegium Vezetőképző Akadémiájának igazgatójával	116
7.4. Az interjúk alapján megállapítható azonosságok és különbségek	121
7.5. A SWOT-analízis.....	122
8. A stratégiai kommunikáció tervezése.....	123
8.1. A stratégiai kommunikáció tervezése katonai szempontból.....	123
8.2. A stratégiai kommunikáció tervezése üzleti szempontból.....	124
Összegzés	127
Felhasznált irodalom	130
Rövidítések jegyzéke.....	147
Név- és tárgymutató	149
A könyvben szereplő képek, diagramok, ábrák és táblázatok jegyzéke..	151

1. Előszó

Az a nap is egy átlagos „zrínyis” keddnek ígérkezett, és bár 20 év távlatából nem emlékszem pontosan az aznapi órarendre, abban mégis teljesen biztos vagyok, hogy az oktatás a Hungária körúton 7:30 perckor elkezdődött. Immár harmadéves biztonság- és védelempolitikai szakértő szakon tanulmányokat folytató hallgatóként – tapasztalataim alapján – tudtam, hogy a kora délutáni órákig lesz arra lehetőségem, hogy érdemben és hatékonyan különböző ügyeket intézzek. Igyekeztem kellett, hogy még a heti bevásárlást is elvégezzem, így az egyetemmel szemben található élelmiszerüzlet felé szaporítottam lépteim, immár délután fél kettő körül. Már épp sikerült a heti kollégiumi túlélést biztosító élelmiszereket a bevásárlókocsimba pakolni, amikor megsörrent a telefonom, és ellentmondást nem tűrően közölte évfolyamtársam, hogy:

– Akárhol vagy, azonnal gyere be az egyetemre! Erre én:

– Na, ne szórakozz velem, épp bevásárolok a hétre!! – válaszoltam, és letettem a telefont. Alig pár perc múlva ismét ő hívott:

– AZONNAL GYERE BE!

– Miért? – kérdeztem immár izgatottabban.

– MERT MINDENKIT BERENDELTEK!! MEGTÁMADTÁK AMERIKÁT!

Ebben a pillanatban a félig megpakolt bevásárlókocsit az ott dolgozók legnagyobb megdöbbenésére és ellenkezése közepette ott hagytam a bevásárlótér közepén, és elkezdtem rohanni az egyetem felé.

Amikor zihálva bejáráthoz értem, az örök már gépkarabéllyal a háton ellenőrizték a gyalogos és gépjárműforgalmat. A kollégiumig való eljutás percei alatt már bosszút forraltam arra az esetre, ha a többiek esetleg átvernének (ezen akkoriban – az egyetemi közösségi lét szépségei miatt – egyáltalán nem kellett csodálkozni). Aztán, amikor beléptem a kollégiumi TV-szoba ajtaján, megdöbbenő látvány fogadott, ugyanis ekkor csapódott a második gép a World Trade Center déli tornyába. *Ekkor 2001. szeptember 11. 14 óra 03 perc volt*, ami a – hatórási időeltérés miatt – a kedd délelőtti órákat jelentette New Yorkban.

Érdekes és fontos hazai vonatkozású adalék, és erről viszonylag kevesen tudnak, hogy 2001. szeptember 11-13. között hazánkban rendezték volna meg a NATO Katonai Bizottság (NATO Military Committee (NATO MC)) számára egy kihelyezett munkatalálkozót, ami, bár sok képviselő már úton volt, a terrortámadások miatt végül elmaradt.



1. számú kép: 2001. szeptember 11-én, helyi idő szerint 9:03-kor a United Airlines 175-ös járata, egy Boeing 767–222, becsapódott a Világkereskedelmi Központ déli tornyába.²

Az akkori vezérkar főnök, Fodor Lajos vezérezredes, a következő köszöntő beszédet mondta volna a jelenlévőknek: „Köszöntöm önöket abból a különleges és emlékezetes alkalomból, hogy a NATO tagállamok vezérkari főnökei, katonai képviselői, a NATO stratégiai parancsnokai szokásos évi munkatalálkozójára hazánkban kerül sor.

Külön öröm számomra, hogy a NATO munkarendjében ez a fontos találkozó első alkalommal kerül megrendezésre egy új tagállamban, és éppen Magyarországon.

Örülünk ennek az alkalomnak, hiszen a szakmai programokon túl arra is lehetőség nyílik, hogy hazánkat kicsit közelebből megismerjék.

Ebben az évben ünnepeltük a Magyar Állam fennállásának ezredik évfordulóját. A Millennium számunkra azt jelenti, hogy a magyarság, letelepedvén a Kárpát-medencében, államot alapított, melyet formált fejlesztett és megvédett ezer éven és történelmi viharokon keresztül.

A tíz évvel ezelőtti rendszerváltozás új politikai és gazdasági távlatokat nyitott előttünk. A két évvel ezelőtt elnyert NATO-tagságunk pedig biztosítékot ad számunkra, hogy a magyarság biztonságos környezetben gazdagítsa, fejlessze életét.

A NATO-tagságunkkal együtt járó kötelezettségek teljesítése mellett korszakos jelentőségű feladatot kell végre hajtanunk. Teljesítenünk kell a stratégiai felülvizsgálat alapján elhatározott, egy évtizedet átívelő haderőfejlesztést.

Napjaink legfontosabb feladata tehát az, hogy a NATO katonai szervezetébe történő integráció mellett korszerűsítsük hadseregünket, javítsuk interoperabilitásunkat. Mint új szövetséges, azt valljuk, hogy a mostanihoz hasonló találkozók a szakmai feladatok mellett nagy mértékben hozzájárulnak egymás jobb megismeréséhez, a bizalom elmélyítéséhez, amely növeli a Szövetség kohézióját, és segíti a mindennapok munkáját.

Kívánok önöknek eredményes munkát, hasznos tapasztalatokat és sok kellemes emléket Magyarországról.” – A szerző birtokában van az ezt bizonyító programfüzet.

² Forrás: <https://www.businessinsider.com/september-11-pictures-2011-9> (A letöltés dátuma: 2019. december 15.)

Csaknem 20 évvel később, 2021. január 6-án ismét erőszak rázta meg az Egyesült Államokat és a világ közvéleményét, ugyanis a pár héttel korábbi elnökválasztásban alul maradt Donald Trump támogatói – Washingtonban összegyűlve – gyakorlatilag megostromolták a Kongresszus (Capitolium) épületét, amelynek eredményeként 5 fő vesztette életét.



2. számú kép: A washingtoni törvényhozás ellen intézett tüntetői roham 2021. január 6-án.³

A Tisztelt Olvasónak most könnyen támadhat az a gondolata, hogy: „Mi közük a fentieknek a tárgyalt témánkhoz?” Nos, a válasz legalább annyira egyszerű, mint amennyire bonyolult: *az üzenet*, amely sajátos befolyásolási és meggyőzési módszerek által és eszközök használatával öltött mindkét esetben tragikus formát.

E könyv célja az elmúlt két évtizedben felkapottá és ismertté vált *stratégiai kommunikáció* (angolul *strategic communication*) eredetének, módszereinek, eszközeinek és tervezésének bemutatása, különös tekintettel a Magyar Honvédség vonatkozó erőfeszítéseire. Mielőtt a Tisztelt Olvasó azt gondolná, hogy csak katonai szempontok érvényesülnek, *hangsúlyoznom kell, hogy az üzleti szféra legalább annyira érintett a témában, mint a média világa, de akár a kommunikációs képzés egyes területei is.*

Reményeim szerint ez a kiadvány olyan szakmai vitát is elindít, amelyek kezdeményezői, alakítói és formálói nem csak a téma iránt érdeklődők lehetnek, hanem mások is. Ezt elősegítendő, ezúton bátorítok mindenkit, hogy kérdésével, véleményével akár kritikájával, vagy javaslataival bátran keressen meg hivatalos e-mail címenen: nemeth.jozsef@uni-nke.hu.

³ Forrás: <https://im-media.voltron.voanews.com/Drupal/01live-166/styles/sourced/s3/afp-image/2021/01/f76dd2cf1b44567849b19268d3a93c000e813e6a.jpg?itok=hrVk5OpV> (A letöltés dátuma: 2021. február 27.)

A téma kutatásával 2006 óta foglalkozom, így egyre inkább kikristályosodott, hogy annak megközelítését és bemutatását multi- és interdiszciplináris alapokra kell helyezni, amit hitelesen egészíthet ki a témában jártas katonai és civil szakértőkkel készített interjúk közreadása. Az egyes megközelítéseket igyekszem példákkal is alátámasztani.

E sorok csak lehetetleni leképezései annak, amit köszönetként és hála-ként érzek a könyv elkészítéséhez nyújtott támogatásért és ösztönzésért családomnak, M. Szabó Miklós akadémikusnak, Prof. Dr. Padányi József vezérőrnagynak, illetve Prof. Dr. Szenes Zoltánnak, továbbá dr. Dezső Flóriának, dr. Somkuti Bálintnak, és nem utolsósorban interjúalanyaimnak, valamint dr. Panajotu Kosztasznak, illetve mindazoknak, akik a 2016 decemberében elszenvedett súlyos agyvérzésem túlélését és a megkezdődött lassú felépülést segítették, támogatták: Dr. Kakuk Ilona főorvosnak, Dr. Dénes Zoltán főorvosnak, Domokos Dóra Orsolya és Xantus Rita gyógytornászoknak és kollégáiknak (OORI; STEPS). Egyúttal nagyon szépen köszönöm a Nemzeti Közsolgálati Egyetem Hadtudományi és Honvédtisztképző Kar (NKE HHK) kollégáinak és munkatársainak segítségét és a lehetőséget, hogy e sorok támogatásukkal megjelenhessenek! Sajnos, bizonyára akadnak olyanok is, akiket – valószínűleg figyelmetlenségéből – nem soroltam most fel, kérem, ne haragudjanak, a remélhetőleg második, javított kiadásban szinte biztosan szerepelni fognak!

A kéziratot 2021. augusztus 20-án zártam le.

Dr. Németh József Lajos

2. Bevezetés

„Az emberiség történetében korszakunk az első, amelyben a kollektív tudatba történő behatolás lett a legjobban képzett elmék ezreinek fő foglalkozása. Történik mindez a manipuláció, kizsákmányolás és ellenőrzés érdekében. A cél pedig az érzelmek szítása az értelem hatalmával szemben. A számos reklám és sok szórakozás eredményeként, a hosszan tartó mentális gerjedelemmel mindenki tartósan tehetetlen állapotban tartható”.⁴ A fenti sorok szerzője Marshall McLuhan (1911–1980)⁵, kanadai kommunikáció-elmélet tudós – *akinek egyes műveit kötelező olvasmányként tartom számon a kommunikációs tanulmányokat folytatók számára (lásd: A mechanikus menyasszony)* – 1967-ben(!) írta e sorokat, amikor az amerikai televíziózás egy sajátos időszakában jártunk. *Elgondolkoztató, hogy a fenti sorok napjainkban is mennyire igazak, különösen, ha arra gondolunk, hogy a közösségi média egyes platformjainak fő célja annak a tehetetlenségi állapotnak a megszerzésére irányul, ami a figyelmünket, a rájuk szánt időt és – nem kevésbé – az anyagi forrásaink megszerzését célozza.*

2.1. A téma fontossága és aktualitása, továbbá hipotézisek és az alkalmazott módszerek

A stratégiai kommunikáció, amelynek – mint komplex elgondolásnak és eljárási rendszernek – megjelenése a biztonságpolitikában (így a hadtudományokban is) a 2001. szeptember 11-ei terrortámadásokat követően vált markánssá oly módon, hogy annak rendkívüli jelentőségét mind az Észak-Atlanti Szerződés Szervezete (North Atlantic Treaty Organization – a továbbiakban: NATO) mind pedig az Európai Unió (European Union – a továbbiakban: EU) felismerte, és hangsúlyozza mind szervezeti, mind eljárási értelemben.⁶ A téma szomorú, de fontos időszerűségét adják ugyanakkor a hidegháború vége (1989–1991) óta

⁴ Marshall MCLUHAN: *The Mechanical Bride Folklore of Industrial Man*. Beacon Press, Boston, 1967. 5. o.

Az eredeti szöveg magyarra fordítását külön köszönöm Dr. Panajotu Kosztasznek.

⁵ Macluhan nevéhez még olyan kulcsfogalmak is társulnak, mint a „Gutenberg Galaxis” vagy a „Globális falu”, amely utóbbi elgondolásával csaknem 30 évvel korábban megjósolta az internet létrejöttét és működésének egyes várható jellemzőit.

⁶ Lásd: a NATO Stratégiai Kommunikáció Kiválósági Központját (NATO Strategic Communications Centre of Excellence - <https://www.stratcomcoe.org/>) (A letöltés dátuma: 2021. február 27.), amit 2014-ben hoztak létre a lettországi Rigában, vagy az EU által 2015-ben létrehozott úgynevezett Kelet Stratégiai Kommunikáció Munkacsoportot (EU East StratCom Task Force) – https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/2116/questions-and-answers-about-the-east-stratcom-task-force_en (A letöltés dátuma: 2021. február 27.)

lezajlott úgynevezett „kis háborúk” tapasztalatai, valamint a nemzetközi terrorizmus elleni küzdelemben – különösen 2001. szeptember 11-e óta – megjelent hadviselési módok és formák, amelyekben kiemelt szerephez jutottak a szembenálló felek célkitűzéseinek erősítésére és/vagy gyengítésére törekvő kommunikációs stratégiák is. Ebben sajnos rendkívül nagy szerephez jutott az Iszlám Állam Kalifátusa (továbbiakban: ISIS) néven elhíresült terrorszervezet stratégiai kommunikációja, aminek – bár külön fejezetet nem szentelek, de egy adott témánál/alfejezetnél példaként vagy esettanulmányként fogom említeni⁷. Számunkra – akik hadtudományi szempontból vizsgáljuk a témát – talán a legnagyobb aktualitást a 2020-ban kiadott Nemzeti Biztonsági Stratégia (NBS) 132-es és 163-as pontjai adják⁸.

„NBS 132: „Magyarország a biztonsággal kapcsolatos stratégiai céljainak elérését kiszámítható, kezdeményező, aktív, érték- és érdekalapú kül-, biztonság- és védelempolitikai tevékenységgel, megfelelő nemzeti fegyveres és rendvédelmi önerő fenntartásával, gazdasági és külgazdasági eszközökkel, valamint *hatékony kormányzati stratégiai kommunikációval* (kiemelés tőlem – a szerző) mozdítja elő. Nemzeti céljainkkal összhangban, érdemben hozzájárulunk a biztonságunk megerősítése szempontjából releváns nemzetközi kezdeményezésekhez.

NBS 163: A közrendet és a közbiztonságot fenyegető műveletekkel szembeni fellépés részeként azonosítani kell az álhíreket és azok forrásait, terjesztőit, *továbbá fokozni kell a hazai stratégiai kommunikáció hatékonyságát* (kiemelés tőlem – a szerző). A stratégiai szemléletű, jól felépített kormányzati kommunikáció, a belföldi és a külföldi közvélemény megfelelő, időben és hiteles tájékoztatása központi szerepet játszhat bármely Magyarország biztonságát veszélyeztető esemény megelőzésében, illetve következményeinek elhárításában.”

A 2012 óta várt új Nemzeti Katonai Stratégia, ami 2021. június 24-én jelent meg a kormány 1393/2021-es határozatával így fogalmaz: „...A 21-ik század műveleti környezetében jellemzővé vált a nyilvános diplomácia és a stratégiai kommunikáció révén a belföldi és a nemzetközi közvélemény aktív és tudatos befolyásolása”⁹

⁷ Egyrészt az ISIS terrorszervezetként elkövetett brutális tetteivel semmilyen módon nem tudok azonosulni. Másrészt működését még mindig számos vita övezi, továbbá már rendelkezése áll a kialakítását és tevékenységét bemutató magyar nyelvű szakirodalom is, így sokkal hatékonyabbnak és olvashatósabbnak ítélem meg egy-egy, az általa kialakított és alkalmazott módszer esettanulmányként történő feltüntetését.

⁸ Lásd: A Kormány 1163/2020. (IV. 21.) Korm. határozata Magyarország Nemzeti Biztonsági Stratégiájáról. Magyar Közlöny, 2020/81. sz., 2114. o. és 2117. o.

⁹ Magyar Közlöny, 2021/119. sz. 5071. o.

Kutatómunkámat megelőzően két hipotézist állítottam fel:

- H1. A stratégiai kommunikáció értelmezése nagyban függ annak alkalmazói (személyi és/vagy szervezeti) körétől.
- H2. A Magyar Honvédség a vonatkozó ismereteit döntően a nemzetközi – döntően NATO – műveletek alapján szerezte.

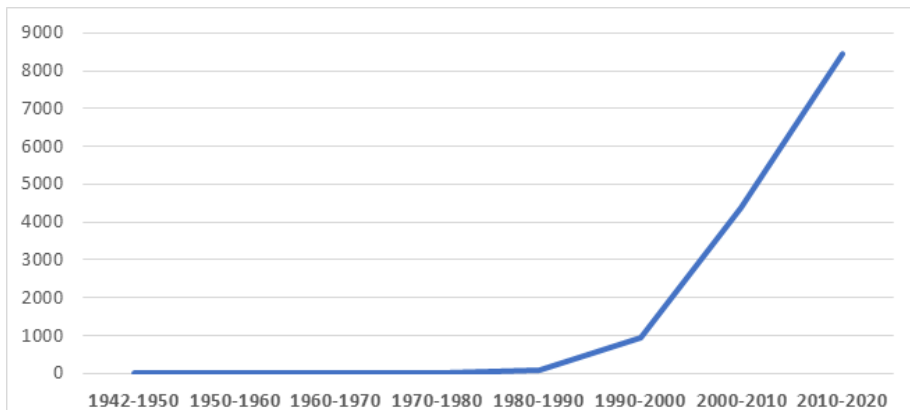
A fenti hipotézisek bizonyítására és/vagy elvetésére két fő módszertant választottam, egyrészt a rendelkezésre álló nemzetközi és hazai nyomtatott és elektronikus szakirodalom mennyiségi és tartalmi tanulmányozását, másrészt a témában érintett/hozzáértő szakemberekkel készített mélyinterjúk készítését és kiértékelését. Mindezeket – az adott témánál – igyekszem példákkal is kiegészíteni.

3. A fogalom meghatározása és körülhatárolása

Mielőtt nekilátnánk a stratégiai kommunikáció fogalomkörének boncolgatásának, be kell vallanom, Kedves Olvasó, hogy jómagam a fogalomalkotást egy külön szakmának tartom, és amennyire csak lehet, kerülöm. Ennek két oka van: egyrészt nem szeretnék túlságosan pontatlan lenni, másrészt a fogalmak alkotásával akaratlanul is nem kívánt módon korlátozhatjuk gondolkodásunkat.

3.1. A fogalom használatának eredete a 2001-es terrorcselekmények előtt

A Nemzeti Közszerzői Egyetem Egyetemi Központi Könyvtár online (*Ebsco's International Security & Counter Terrorism Reference Center*) adatbázisának segítségével – a „strategic communication” kifejezésre keresve – számos tudományos művet találunk, ami a fenti kérdéskörrel foglalkozik. A találatokat 10 éves periódusokra osztott diagramon összegezve az alábbi eredményt kapjuk:



1. számú diagram: a Nemzeti Közszerzői Egyetem Egyetemi Központi Könyvtár online, *Ebsco's International Security & Counter Terrorism Reference Center* adatbázisának eredményei a „strategic communication” kifejezésre. A találatok száma (függőleges tengely, illetve az 0940-től eltelt időintervallum (vízszintes tengely) alapján a 2021. április 19-i adatok alapján (Szerkesztette: Németh József Lajos)

Amint a fentiekből látható, a fogalomkör már a II. világháború idején is megjelenik, de azt csak az egyes hadszínterekre vonatkoztatva használták.¹⁰

¹⁰ Lásd: Grayson KIRK: Strategic communications in the Middle East. In: *Foreign Affairs*, July 1942, Vol. 20, No. 4, pp. 762–765.

3.2. A fogalom használatának eredete a 2001-es terrorcselekmények után

A „*stratégiai kommunikáció (strategic communication)*”, mint kifejezés 2002-ben a Pentagonban jelent meg olyan gyűjtőfogalomként, aminek lényege a kulcshallgatóságok tájékoztatására és befolyásolására irányul; de ezen kívül volt egy célszerű ok is, nevezetesen, hogy ennek keretében az összes olyan szakembert, akik valamilyen módon érintettek voltak/lehettek a 2001-es terrortámadásokat követő különböző kommunikációs erőfeszítésekben, további közös gondolkodásra sarkallják. A fogalom 2002-ben a Pentagonban tevékenykedő Jack Catton tábornok hivatalában keletkezett. Ugyanis ekkoriban három másik emberrel – Ted Tzavellasszal, Rhett Hernandezzel és Jeff Lan alezredessel – dolgoztak ki egy olyan kifejezést, amelyet mindenki, aki kommunikáción dolgozik, hajlandó lenne annak értelmezésére használni, hogy az a tájékoztatás eszközeként legyen értendő a kulcsfontosságú célközönség (hallgatóság) befolyásolása céljából.¹¹ Nagyon fontos azonban azt is megemlíteni, hogy a terrortámadások után az amerikai szövetségi vezetésben (George W. Bush elnöki adminisztrációjáról van szó) szinte azonnal lázas munka kezdődött, és hamar arra a következtetésre jutottak, hogy az Amerikai Egyesült Államok külföldi percepciójában az ún. nyilvános diplomácia (más kifejezéssel: *közdiplomácia – public diplomacy*) komoly nemzetbiztonsági témává lépett elő. Ahogyan Lee Hamilton, az ún. *9/11-es eseményeket* vizsgáló bizottság elnöke fogalmazott: a nyilvános diplomácia lehet az, ami megakadályozza azt, hogy az országba olyanok jöjjenek, akik amerikaiakat akarnak megölni.¹² Ezen érzelmi háttér mellett Washington további politikai céljául tűzte ki az amerikai értékrend (például demokrácia, vallás- és szólás-szabadság, egyenjogúság) üzeneti erősítését is, így az arab és az iszlám világ Washington elsődleges célközönsége lett. Nemcsak azért, mert a gépeltérítők ebből a térségből érkeztek, hanem azért is, mert sokan azt gondolták az arab világban, hogy az Egyesült Államok torz képet mutat önmagáról. Így tehát egy értékközpontú, nyilvános diplomácia kibontakozása vette kezdetét azzal a nem titkolt céllal is, hogy megakadályozzák a terrorizmusra buzdító üzenetek és felhívások terjedését is. Ennek megvalósítására olyan nemzetközi reklámkampányt dolgoztak ki, amelynek 12 millió dolláros költségvetésébe nemcsak nemzetközi

¹¹ James P. FARWELL: *Persuasion and Power: The Art of Strategic Communication*, Georgetown University Press, Washington DC, 2012. p. 28.

¹² R.S. ZAHARNA: *Battles to Bridges*, Palgrave Macmillan UK, 2010

magazinok kiadása, hanem az interneten vagy más csatornákon (internet, televízió, rádió stb.) folytatott marketingkampányok megvalósítására is mód nyílt.¹³

A fentiekkel párhuzamosan katonai művelet is indult az afganisztáni tálibán vezetés megdöntésére és Oszama Bin Laden elfogása érdekében. A 2001 szeptemberében elindult katonai műveletek eredményeként decemberre a tálib vezetés megbukott, azonban a 9/11-es merényletek kitervelőjének sikerült elmenekülnie és elrejtőznie egészen 2011 májusáig, amikor pakisztáni rejték helyén az amerikai különleges egységek – érdekes módon, pont a kommunikációját végző futára nyomát követve – végeztek vele.¹⁴ Napjainkra az állapítható meg, hogy bár a kezdeti amerikai katonai sikerek vitathatatlanok, mégis a katonai jellegű stratégiai kommunikáció kevés eredményt mutat, hiszen a tálib felkelőkkel való tárgyalások még most sem zárultak le. Sőt, a 2020-as amerikai elnökválasztást megnyerő Joe Biden már 2021 áprilisában bejelentette, hogy az amerikai csapatok 2021. szeptember 11-i céldátummal kivonulnak Afganisztánból.¹⁵

Tekintettel arra, hogy a stratégiai kommunikációhoz szorosan kapcsolódnak olyan kifejezések, mint a „meggyőzés”, „befolyásolás” úgy ítélem meg, hogy érdemes pár pillanatig elidőznünk az említett kifejezések szinonimáin:

Kifejezések:	meggyőzés	befolyásolás
szinonimáik:	agitáció, propaganda, rábírás, rábeszélés, tukmálás, agitálás, unszolás	irányítás, vezérlés, navigáció, vezetés, koordinálás, szabályzás, szabályozás, koordináció, kormányzás

1. számú táblázat: a „meggyőzés”, „befolyásolás” lehetséges szinonimái¹⁶.

Szerkesztette: Németh József Lajos

Talán a fentiekből is látható, hogy rendkívül ingoványos talajra térünk rá, akkor, amikor választott témánk részleteibe bocsátkozunk, de talán épp ez nyújt arra lehetőséget, hogy sok szakterület megközelítéseit alapul vegyük.

¹³ Uo. p. 1–2.

¹⁴ The U.S. War in Afghanistan 1999 – 2020 In: <https://www.cfr.org/timeline/us-war-afghanistan> (A letöltés dátuma: 2020. december 27.)

¹⁵ Terri Moon CRONK: Biden Announces Full U.S. Troop Withdrawal From Afghanistan by Sept. 11 <https://www.defense.gov/Explore/News/Article/Article/2573268/biden-announces-full-us-troop-withdrawal-from-afghanistan-by-sept-11/>, (A letöltés dátuma: 2021. június 07.)

¹⁶ Forrás: <https://szinonimaszotar.hu/> (A letöltés dátuma: 2021. március 11.)

3.3. Szakirodalmi áttekintés¹⁷

3.3.1. Magyar nyelvű források

3.3.1.1. Hadtudományi szakcikk, könyvek: csekély eredmény

Az elvégzett forráskutatás alapján jelenleg (2020. április) az állapítható meg, hogy a stratégiai kommunikációval foglalkozó magyar nyelvű hadtudományi szakcikk, tanulmányok alig találhatók, azonban megjegyzendő, hogy a mégis felleltek döntően a szerző korábbi munkái közé sorolandók. Mivel a stratégiai kommunikáció kapcsolódik az információs hadviseléshez, így ebben a témában magyar nyelvű forrást keresve meg kell említenünk Haig Zsolt *Információs műveletek a kibertérben* című könyvét, amiben többször is említi a könyv szerzője a témakört.¹⁸ Ugyanakkor megállapítható, hogy a lehetséges szakirodalmi források között a stratégiai kommunikációt hadtudományi megközelítés alapján tárgyaló könyv (monográfia) jelenleg még nem található.

Kutatásmódszertani szempontból fontos és hasznos (de napjainkban szinte már kötelező) az online katalógusok és adatbázisok használata, amelyek nemcsak a munkánkat könnyíthetik meg, hanem újabb érdekes összefüggésekkel, akár eredményekkel is szolgálhatnak.

A Nemzeti Közszerzői Egyetem online elérhető OPAC könyvtári katalógusában¹⁹ a „stratégiai kommunikáció” kifejezés címben történő – magyar nyelvű – keresésére több találatot is kapunk, amelyek nagyban árnyalják a korábban bemutatott kissé lehangoló képet, hiszen ilyen módon 5 tétellel is találkozunk, amelyek közül:

- egy szlovák nyelvről magyarra fordított könyv – rendkívüli tudományossággal és olvasóbarát felfogással – gazdasági (vállalkozási) megközelítésből vizsgálja a témakört²⁰;

¹⁷ Teljes egészében lásd: Németh József Lajos: *Stratégiai kommunikáció – szakirodalmi áttekintés* Hadmérnök, 2019, 14 évf. 3. szám. 159–166. o.

¹⁸ Haig Zsolt: *Információs műveletek a kibertérben*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest, 2018.

¹⁹ Nemzeti Közszerzői Egyetem, Egyetemi Központi Könyvtár és Levéltár elektronikus katalógusa. In: www.uni-nke.hu/konyvtar/katalogus, (A letöltés dátuma: 2019. március 31.)

²⁰ Stefan KASSAY (szerk.): *Vállalat és vállalkozás. III. kötet: Stratégiai kommunikáció: A társadalmi fejlődés, a piac és a kommunikáció változásainak kontextusai* (ford.: Lajos P. János). Gondolat Kiadó, Budapest, 2015.

- egy, 2010-ben a Budapesti Corvinus Egyetemen elkészített szakdolgozat a magyar felsőoktatási intézmények stratégiai kommunikációját vizsgálja²¹;
- egy tanulmány pedig a „szervezeti vakság” szempontjából vizsgálja a témakört²²;
- további két publikáció (tanulmány) pedig a hadtudományi területhez kapcsolható.

A Nemzeti Közszerológati Egyetem online elérhető könyvtári adatbázisaiban az alábbi eredményeket kapjuk az adatbázisok szerint történt keresésben:²³

- Az Akadémiai Kiadó által nyújtott Magyar Elektronikus Referenciaművek Szolgáltatásában végzett „stratégiai kommunikáció” kulcsszavakra történt, bármilyen szövegrészben megjelenő keresés 153 (!) találatot eredményezett, amelyek megoszlása az orvostudományoktól kezdve a társadalomtudományokon át egészen a műszaki tudományokig megfigyelhető.²⁴ A korábban megfogalmazottakat figyelembe véve meglepőnek mondható, hogy az *Orvosi Hetilap* című periodika 72 közleményében található meg a fenti kulcsszó.
- Az orvostudományoknál maradva meg kell említenünk Forgács József publikációját, aki a *Magyar Pszichológiai Szemle* 2000. évi 2–3. számában az érzelem és a stratégiai kommunikáció kapcsolatát vizsgálja.²⁵ Munkájában a szívességkérés eltérő hangulati hátterét értékeli, és rámutat az eltérő stratégiák maximalizálásának eltérő formáira. Forgács a jó vagy rossz hangulatú kísérleti személyekkel folytatott kísérletek során igazolja azt a modellt, amely szerint az előbbi hangulatú személyek „kevésbé udvariasan” kérnek, mint azok, akik rossz hangulatban vannak, és ezek az egyéni stratégiákban is kimutathatók.

²¹ Szilágyi Á.: A magyar felsőoktatási intézmények stratégiai kommunikációja napjainkban, BCE KIK Kommunikációs Tanszék, Budapest, 2010.

²² Both V. (szerk.: Csermely Á.): Stratégiai kommunikáció és szervezeti vakság – amikor nem látjuk a fától az erdőt. In: Konvergencián innen és túl – digitális jövőképek: [írások az internet és a média világából] Prime Rate Kft., 2004.

²³ Nemzeti Közszerológati Egyetem, Egyetemi Központi Könyvtár és Levéltár elektronikus katalógusa. In: www.uni-nke.hu/konyvtar/katalogus, (A letöltés dátuma: 2019. március 31.)

²⁴ Uo.

²⁵ Forgács József: Az érzelem és a stratégiai kommunikáció: az érzelem hatása a szóbeli kérések megfogalmazására és értelmezésére. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 2000. 55. évf. 2–3. sz. 145–178, o. DOI: <https://doi.org/10.1556/MPSzle.55.2000.2-3.1>

- Az Arcanum Digitális Tudománytár online adatbázisában a „stratégiai kommunikáció” teljes szövegű keresésére történt beállítás már 6360 (!) találatot eredményezett, amelyek megoszlása a különböző folyóiratok, gyűjtemények vonatkozásában széles lefedettséget mutat.²⁶
- Tárgyalt témánkhoz közvetlenül kapcsolva említést kell tennünk Csizmadia Sándor az ideológia, a kommunikáció és a terrorizmus összefüggéseit tárgyaló, 1987-ben megjelent publikációjáról, amelyben a szerző több, napjainkban is időszerű megállapítást tesz.²⁷ A középkor sajátos kommunikációs viszonyait tárgyalja (azokat megengedett és tiltott kategóriákba sorolva) Novák Veronika az *Aetas* folyóirat oldalain 2002-ben megjelent tanulmányában.²⁸

3.3.2. Angol nyelvű források

Az idegen – első sorban angol – nyelvű források feltárása a bevezetésben említett okok miatt is kézenfekvő, azonban a könnyebb eligazodás és felhasználás érdekében érdemes ezeket is csoportosítanunk.

3.3.2.1. Kézikönyvek és monográfiák

A Routledge brit akadémiai könyvkiadó által 2015-ben először megjelentetett *Stratégiai kommunikáció kézikönyve* bevezetőjében az áll, hogy a kiadó az abban bemutatott tanulmányokat a tárgyalt téma multi- és interdiszciplináris megközelítése alapján adja közre.²⁹

Christopher Paul katonai, valamint biztonságpolitikai szempontok alapján tárgyalja részletesen könyvében a stratégiai kommunikáció eredetét, valamint egyes koncepcióit és a kapcsolódó vitákat.³⁰

²⁶ Arcanum Digitális Tudománytár. In: <https://adtplus.arcanum.hu/hu/> (A letöltés dátuma: 2019. március 31.)

²⁷ Csizmadia S.: Ideológia, kommunikáció, terrorizmus. Valóság, 1987/1. sz. 38–48. o.

²⁸ Novák V.: Gyanús viszonyok: Megengedett és tiltott kommunikáció a középkor végi Franciaországban. *Aetas*, 2002/17. évf. 4. sz. 29–51. o.

²⁹ Derina HOLTZHAUSEN – Ansgar ZERFASS (szerk.): *The Routledge Handbook of Strategic Communication*. Routledge, New York, London, 2015.

³⁰ Christopher PAUL, *Strategic Communication: Origins, Concepts, an Current Debates*. Praeger Security International, Santa Barbara, California, 2011.

A stratégiai kommunikáció történelmi háttérét mutatja be az első világháború kontextusában Jonathan Reed Winkler, aki munkájában kiemelt figyelmet szentel a kommunikáció műszaki megközelítésének, így a kiemelkedően fontos tenger alatti összeköttetés stratégiai fontosságának.³¹

A téma történelmi (és az oly fontos nyilvános diplomáciai) szempontú megközelítését mutatja be a Rhonda Zaharna által szerkesztett kiadvány.³²

A hatalom és meggyőzés kiindulópontjaira helyezkedve a stratégiai kommunikáció „művészetét” tárgyalja könyvében James P. Farwell.³³

Bár tárgyalt témánkhoz csak közvetve kapcsolódik, mégis érdemes említést tennünk Elizabeth Losh *VirtualPolitik* című könyvéről, amelyben a szerző részletesen bemutatja az amerikai kormányzati retorikát a virtuális térben kiemelten olyan témákra koncentrálva, mint a háborúk, a botrányok, illetve a különböző katasztrófák.³⁴

Patrick Sellers pedig a stratégiai kommunikáció egyes jellemzőiről ír, könyvében az amerikai kongresszus működésébe betekintést nyújtva.³⁵

A hatékony üzleti stratégiai kommunikáció tervezéshez nyújt segítséget könyvében Laurie J. Wilson és Joseph D. Ogden.³⁶

A megfelelő narratíva kiemelkedő fontosságát tárgyalja katonai megközelítésből Mari K. Eder.³⁷

A stratégiát vizsgálja az információs és befolyásolási kampányok kontextusában Jarol B. Manheim.³⁸

A kommunikáció történetében bekövetkezett markáns változásokat „forradalmaknak” nevezve ad átfogó képet számunkra Bill Kovarik.³⁹

³¹ J. R. WINKLER: Nexus. Strategic Communications and American Security in World War I. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 2008. <https://doi.org/10.1080/09592290903109785>

³² R. ZAHARNA: Battles to Bridges: US Strategic Communication and Public Diplomacy After 9/11. Palgrave Macmillan, UK, 2010.

³³ James P. FARWELL, Persuasion and Power: The Art of Strategic Communication. Georgetown University Press, Washington DC, 2010.

³⁴ Elizabeth LOSH: VirtualPolitik: An Electronic History of Government Media-Making in a Time of War, Scandal, Disaster, Miscommunication, and Mistakes. The MIT Press Ltd., England, 2009.

³⁵ P. SELLERS: Cycles of Spin: Strategic Communication in the U. S. Congress. Cambridge University Press, New York, 2009.

³⁶ L. J. WILSON, J. D. OGDEN: Strategic Communications: Planning for effective Public Relations & Marketing. Kendall/Hunt Publishing Company, Dubuque, Iowa, USA, 2008.

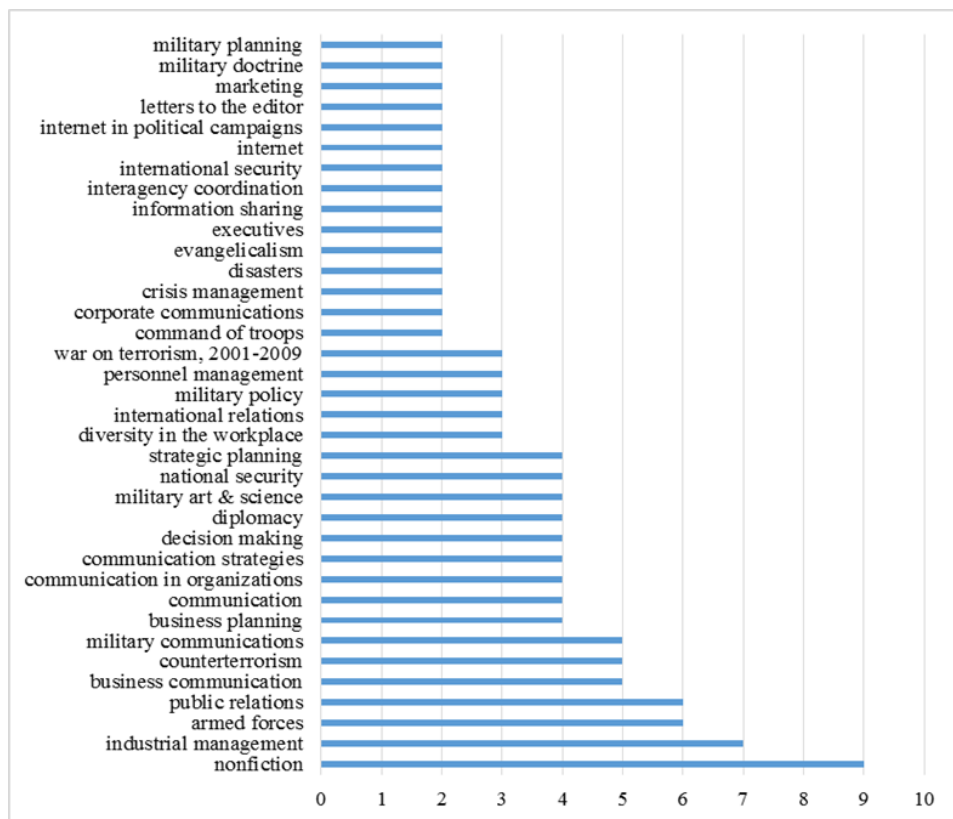
³⁷ Mari K. EDER: Leading the Narrative: The Case for Strategic Communication. Naval Institute Press, Annapolis, 2011.

³⁸ Jarol B. MANHEIM: Strategy in Information and Influence Campaigns. Routledge, New York and London, 2010.

³⁹ B. KOVARIK, Revolutions in Communication. Bloomsbury Publishing Inc., London, Oxford, New York, 2017.

3.3.2.2. Angol nyelvű cikkek és publikációk feltérképezése adatbázis segítségével

A Metropolitan Egyetem Könyvtárában elérhető EBSCO-adatbázisban 2019. január 29-én elvégzett angol nyelvű források tudományometriai vizsgálata, a „strategic communication” kulcsszóra, valamint teljes szövegre történő, minden forrást figyelembe vevő keresés alapján mintegy 95 találatot eredményezett.



2. számú diagram: A tudományometriai vizsgálat eredményei⁴⁰

(A függőleges tengelyen az egyes kapcsolódó területek angol nyelvű elnevezései, míg a vízszintes tengelyen az azokhoz társítható találatok száma.)

A fenti diagrammon jól látható, hogy a találatok számos témakört ölelnek fel, ugyanakkor a biztonságpolitikai és katonai jellegű megközelítések dominálnak. Fontos hangsúlyoznunk, hogy az adatbázis az 1998–2015 közötti

⁴⁰ B. KOVARIK, *Revolutions in Communication*. Bloomsbury Publishing Inc., London, Oxford, New York, 2017.

időszakra mutatott találatokat, így arra következtethetünk, hogy 1998 előtt nem jelentek meg a stratégiai kommunikációt közvetlenül vagy jelentős mértékben tárgyaló publikációk.

3.3.3. A nemzetközi szervezetek honlapjain található források

Az eddigi kutatások alapján jól kimutatható és bizonyítható, hogy a stratégiai kommunikációt számos nemzetközi szervezet is fontosnak tartja. Vizsgálódásunk szempontjából megemlítendő az Észak-Atlanti Szerződés Szervezete (NATO) és az Európai Unió (EU), amelyek felismerték és hangsúlyozzák a stratégiai kommunikáció fontosságát mind szervezeti, mind eljárási értelemben. A NATO korábban már említett Kiválósági Központ weboldalán (www.stratcomcoe.org) egy online könyvtárban az alábbi csoportosításban találhatjuk meg a vonatkozó információkat:

- könyvek;
- kutatási és más típusú jelentések;
- periodikák;
- szakpolitikai dokumentumok;
- kézikönyvek;
- cikkek.

Az Európai Unió dedikált szervezetének honlapján (<https://euvsdisinfo.eu/>) a vonatkozó híreken kívül értékeléseket és egy további olvasásra javasolt gyűjteményt találunk, de az oldalon feliratkozhatunk egy hetente érkező e-mail-csatornára is.

Számunkra fontos és megemlítendő nemzetközi szervezet az ENSZ, ami ugyancsak foglalkozik a kérdéskörrel. A szervezet erre vonatkozó honlapján az alábbi témákra vonatkozóan találhatunk megfelelő információkat:

- béke és biztonság;
- fenntartható fejlődés;
- Palesztina, dekolonizáció és emberi jogok;
- Afrika.

Végezetül fontos megjegyeznünk, hogy az Európai Biztonsági- és Együttműködési Szervezettel kapcsolatban (EBESZ-OSCE) is találhatunk annak stratégiai kommunikációra vonatkozó tevékenységével összefüggő információkat.

Számunkra fontos és megemlíthető nemzetközi szervezet még az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ), ami ugyancsak foglalkozik a kérdéskörrel: A szervezet erre vonatkozó honlapján az alábbi témákra vonatkozóan találhatunk megfelelő információkat⁴¹:

- béke és biztonság;
- fenntartható fejlődés;
- Palesztina, dekolonizáció és emberi jogok;
- Afrika.

3.4. A stratégiai kommunikáció inter-és multidiszciplináris megközelítésben⁴²

3.4.1. Rövid kitekintés: Az interdiszciplináris és az interdiszciplinaritás, felmerülő problémák

Az „interdiszciplináris” latin eredetű szó, amely kifejezés az online Idegen Szavak Gyűjteménye szerint: „Több tudományt, szakterületet érintő (a tudományterületek közötti kapcsolatra értendő)” kifejezés.⁴³ A Könyvtári Egyesületek és Szervezetek Nemzetközi Szövetsége (International Federation of Library Associations and Institutions – IFLA) 2008. évi torontói konferenciájának témája és az ezzel kapcsolatban kiadott tanulmánykötet a *diszciplinaritást* olyan „tudományterületi alapegységként értelmezte, amit széles körben használnak a tudományszervezés folyamatában, továbbá ezek segítségével azonosítják a kutatói közösségeket, szervezik meg a finanszírozást. A diszciplinák meghatározzák az egyetemek szervezeti felépítését és a képzéseket.”⁴⁴ Az előbbiekhöz kapcsolódva megállapították, hogy az „interdiszciplinaritásra irányuló kutatások a hagyományos diszciplinákon kívül megjelenő tudástartalmak létrejöttét és szerveződését vizsgálják”.⁴⁵

⁴¹ United Nations, „Strategic Communications” United Nations, [Online]. Elérhető: <https://www.un.org/en/departments-global-communications/strategic-communications> (A letöltés dátuma: 2019. március 31.)

⁴² Teljes egészében lásd: Németh József Lajos: A stratégiai kommunikáció interdiszciplináris megközelítésben. Hadtudományi Szemle, 2020. 13. évf. 2. sz. 27. o.

⁴³ Idegen Szavak Gyűjteménye In: <https://idegen-szavak.hu/interdiszciplin%C3%A1ris> (A letöltés dátuma: 2019. február 01.)

⁴⁴ Dudás Anikó: Az interdiszciplinaritás vonzásában: a társadalom-tudományi könyvtárak tudományterületi határainak alakzatai Könyvtári Figyelő, 2013/1.sz., In: <http://ki2.oszk.hu/kf/2013/04/az-interdiszciplinarit%C3%A1s-vonzasaban-a-tarsadalom-tudomanyi-konyvtarak-tudomanyteruleti-hatarainak-alakzatai/> (A letöltés dátuma: 2021. március 19.)

⁴⁵ Uo.

Veress Károly egyetemi tanár *Az interdiszciplinaritás problémája* című publikációjában azonban rámutat arra, hogy a kifejezés használata (pontosabban annak egyre inkább elterjedt gyakorlata) napjainkban sajátos szokássá vált, amely „előidézi a kifejezés erodálását és a minősítés devalválódását”.⁴⁶ Veress kijelenti azt is, hogy a „A diszciplinaritás történeti kategória”.⁴⁷

3.4.2. Az interdiszciplinaris megközelítés a biztonságpolitika komplex értelmezése szempontjából

Számos, biztonságpolitikával foglalkozó cikk, tanulmány és kutató szervezet, illetve képzési forma indul ki a biztonságpolitika ún. „komplex” megközelítéséből, amely elvezet minket a biztonságértelmezés szövevényes és számos vitára okot adó tartalmi kérdéseire, de különösen az ún. „biztonságiasítás – securitization” témaköréhez.⁴⁸ Úgy vélem, hogy ennek említése azért különösen indokolt, mert a stratégiai kommunikációhoz kapcsolódó események és eljárások robbanásszerű növekedése szorosan összefügg a hidegháború lezárása (?) után bekövetkezett biztonságpolitikai történésekkel, és jelenléte kimutatható az egyes: a – katonai, gazdasági, politikai, társadalmi, környezeti – biztonsági szektorokban (dimenziókban). Ennek ellenére nem kívánom gyarapítani azok táborát, akik a „biztonság” jelentésének partalanná tételéhez asszisztálnak, így hangsúlyozom, hogy véleményem szerint a fentiek említése a stratégiai kommunikáció széles alapokon történő és hatékony értelmezését segítheti elő.

3.4.3. Az interdiszciplinaris megközelítés a kommunikáció szempontjából

Elkerülve a kommunikáció, mint kifejezés definiálásában rejlő csapdákat, úgy vélem, hogy a tárgyalt témakört illetően számunkra *a tudatos közlés* olyan formái és módjai lehetnek a legfontosabb kiindulási pontok, amelyek – kevéssé sem titkolt módon – a *meggyőzésre és befolyásolásra irányulnak*. Lindsay Hand, az American Public University oktatója szerint a kommunikációs tanulmányok, és így a kommunikáció tanulmányozásában

⁴⁶ Veress Károly: Az interdiszciplinaritás problémája In: https://eda.eme.ro/bitstream/handle/10598/29502/EME_EM_2015-1_013_VeressKaroly_InterdiszciplinaritasProblemaja.pdf?sequence=1&isAllowed=y Erdélyi Múzeum Egyesület(eMe) (A letöltés dátuma: 2019. február 01. 198. o.)

⁴⁷ Uo. 199. o.

⁴⁸ Dudás Attila: Biztonságiasítás – Securitisation, in: <http://old.biztonsagpolitika.hu/?id=16&aid=1039&title=biztonsagiasitas-securitisation> (A letöltés dátuma: 2019. február 01.)

is meghatározó más diszciplínák vizsgálata.⁴⁹ Publikációjának az igencsak beszédes, *A kommunikációs tanulmányok interdiszciplináris természete* címet adta, amelyben kifejti, hogy a bölcsészettudományokon kívül a természettudományok is jelentős szerepet játszanak a kommunikáció értelmezésében csakúgy, mint annak oktatásában is. Sőt, kifejti azt is, hogy a műszaki tudományokról, és a művészetekről sem szabad elfeledkeznünk. De a szerző említést tesz az orvostudományokról; és szót ejt a biztonsági, valamint az üzleti tanulmányokról is.⁵⁰

3.4.4. Az interdiszciplináris megközelítés a stratégia szempontjából

Úgy vélem, hogy a stratégia unalmas és parttalan fogalmi meghatározásait elkerülendő, érdemes inkább arra a tényre ráirányítunk figyelmünket, hogy kevés olyan tudományterülettel találkozunk, ahol napjainkban, vagy a történelem során korábban ne találkoztunk volna annak (vagy valamiféle válfajának) alkalmazásával vagy jelenlétével. Ha pedig hasonlóan a korábban tárgyalt kommunikáció megközelítéséhez említett sajátos gondolkodásmódból indulunk ki, akkor e területen is ki kell hangsúlyoznunk a *tudatosságot* csakúgy, mint *a valamiféle cél elérésére irányuló törekvést*. Szinte lehetetlen vállalkozás lenne az összes létező vagy létezett stratégia felsorolása, azonban a kommunikációnál maradván érdemes Bill Kovarik könyvére utalnunk, aki a kommunikáció történetében bekövetkezett stratégiai változásokat olyan „forradalmaknak” tekinti, amelyek hatása az emberiség történelmében a lőpor; a nyomtatás vagy a navigáció(iránytű) felfedezésével vethető össze.⁵¹ Megközelítésében a

- nyomtatás;
- a vizuális forradalom;
- az elektronikus (elektromosság általi) forradalom; valamint a digitális forradalom stratégiai jellemzői és hatásaik jelennek meg.

Ennél a pontnál érdemes feltennünk a kérdést: Vajon létezik-e stratégiája a stratégiai kommunikációnak? A feltett kérdésre egyértelmű választ sajnos nem adhatunk, azonban a kérdés megmozgatta a témával foglalkozó szakembereket és szakértőket, akik például 2017-ben a kaliforniai San Diegóban rendezett konferencián próbáltak átfogó válaszokat keresni

⁴⁹ Lindsay HAND: The Interdisciplinary Nature of Communication Studies, in: <https://apuedge.com/the-interdisciplinary-nature-of-communication-studies/> (A letöltés dátuma: 2019. február 01.)

⁵⁰ Uo.

⁵¹ Bill KOVARIK: Revolutions in Communication: Media History from Gutenberg tot he Digital Age. Bloomsbury Publishing Inc., 2017.

és adni a kérdésre.⁵² Megállapítható tehát, hogy ez a téma is foglalkoztatja az érintetteket. Sőt, a NATO vonatkozó tevékenységét megvizsgálva kijelenthető, hogy a szervezet számos dokumentuma foglalkozik a stratégiai kommunikációval, amelynek egyik állomásaként egy 2009-ben kiadott nyilatkozatban kimondták, hogy a stratégiai kommunikációk(sic!) integráns részét képezik(jelentik) a Szövetség katonai és politikai céljai elérésének.⁵³

3.5. A fogalom értelmezési nehézségei és körülhatárolása

A stratégiai kommunikáció, mint fogalom és kifejezés jól cseng, vonzó fogalomnak hat, könnyen megjegyezhető, és az ember hamar felteszi a kérdést: „Vajon mit is takar?”

Nos, amennyire igaz ez a fenti megállapítás, annyira valós az is, hogy a megfejtése és értelmezése nem könnyű feladat.

Első megközelítésben nem volna meglepő, ha a kifejezés egyes elemeinek megfejtésével próbálkoznánk.

3.5.1. A stratégia

Nos, mi a stratégia? Úgy gondolom, hogy ennél a pontnál – a Kedves Olvasó unalmát elkerülendő, egyúttal vállalva szakmai kritikákat – eltekin-
tek a stratégia fogalmának végeláthatatlan elemzésétől, már csak azért is, mert a különböző játékoktól kezdve az egyes tudományterületekig sorolhatnánk a különböző megközelítéseket.

Vizont hiteles és fontos forrásként kell tekintenünk a Dialóg Campus Kiadó által 2019-ben megjelentetett *Hadtudományi lexikon* új kötetére, amelyben a „stratégia” szóra rákeresve 551(!) találatot találunk, így joggal állítható, hogy a szerkesztők a hadtudomány teljes spektrumában vizsgálták a kérdést. Ebben az igencsak vaskos kötetben így fogalmaznak: „A stratégia nemzeti hatalom eszközeinek összehangolt és integrált fejlesztése, illetve alkalmazása nemzeti vagy többnemzeti célok elérése érdekében.”

Számomra a stratégia a célok, feladatok, a célok eléréséhez szánt időtartam (rövidtávú, középtávú, hosszútávú stb.), valamint az azok elérésére szánt módszerek és eszközök összességét, egy összetett rendszemléletű

⁵² Lásd: az említett konferencia programja. In: <https://cdn.ymaws.com/www.icaahdq.org/resource/resmgr/Conference/2017/PC29-program.pdf>, (A letöltés dátuma: 2019. február 01.)

⁵³ Mark LAITY: NATO and Strategic Communications In: http://www.jwc.nato.int/images/stories/threeswords/NATO_STRATCOM_2018.pdf, p. 66 (A letöltés dátuma: 2019. február 01.)

gondolkodásmódot jelent, amely azonban nem nélkülözheti a kiinduló helyzet pontos ismeretét csakúgy, mint az elérendő célok mérésének mikéntjét, továbbá a visszajelzés (feedback) szükségességét sem.

3.5.2. A kommunikáció

A kommunikáció fogalmának meghatározásakor hasonlóan járok el, azaz a fontos és hangsúlyozandó különbséggel, hogy – főleg kommunikációelméleti szempontok alapján – annak számos területével foglalkozhatunk. Témánk szempontjából kiindulási pontnak és meghatározónak tekintem a tudatos információközlést, azzal a kiegészítéssel, hogy különbséget tehetünk a különbséget tehetünk a globális és a katonai kommunikáció között (ez utóbbi a híradás). Ennél a pontnál azonban meg kell említenem Tyerestyéni Tamás kiváló kommunikációelméleti munkáját, amely biztos kézzel vezet végig e bonyolult terület útvesztőin.⁵⁴

Megközelítését elfogadva jómagam is úgy gondolom, hogy a kommunikáció a tudatos információközlés⁵⁵ bizonyos formáit és módjait jelenti.

3.5.3. A fogalom meghatározására tett kísérletek

Carl Botan – aki a stratégiai kommunikáció és az etika összefüggéseit vizsgálta – egy 1997-ben megjelent tanulmányában a következőket állapította meg: *„A stratégiai kommunikáció egyre gyakrabban használt szakki-fejezés, amit gyakran a tervezett kommunikációs kampányok esetében használnak. Jól lehet modelljei változóak, attól függően, hogy üzleti vagy azon kívüli használatáról van szó, mégis a lényege abban keresendő, hogyan határozható meg egy probléma vagy téma, az érintett közönség, a mérhető célok és célkitűzések”*.⁵⁶

Peter O'Malley szerint – aki üzleti szempontok alapján közelítette meg a fogalmat – *„a stratégiai kommunikáció jelentése az üzleti életből eredeztethető, és általánosan olyan vállalati és intézményi kommunikációs elemeket*

⁵⁴ Tyerestyéni Tamás: Kommunikációelmélet: A testbeszédtől az internetig. Typotex Kiadó, Budapest, 2006.

⁵⁵ Az információ megjelenési formái meg szinte számtalanok lehetnek: ide sorolhatjuk a jeleket, a jelrendszereket csakúgy, mint a szimbólumokat, indexeket, ikonokat vagy akár a szimbólumokat; gyakorlatilag szinte mindent, ami jelentéssel bírhat a befogadó fél (célközönség vagy hallgatóság) számára.

⁵⁶ Carl BOTAN: Ethics in Strategic Communication Campaigns: The Case for a New Approach to Public Relations, Journal of Business Communication, April 1997, p. 188–202, In: https://www.researchgate.net/publication/247762001_Ethics_in_Strategic_Communication_Campaigns_The_Case_for_a_New_Approach_to_Public_Relations (A letöltés dátuma: 2019. december 31.) doi: <http://dx.doi.org/10.1177/002194369703400205>

és/vagy eszközöket használ, amelyek a »cél- vagy kulcshallgatóság« (célcsoport) körében kedvező véleményt alakít(hat)nak ki a vállalati és intézményi célkitűzések lehető leghatékonyabb elérése érdekében”.⁵⁷

Christopher Paul a *Strategic communications: origins, concepts and current debates* című könyvében arra hívja fel a figyelmet, hogy olyan fogalmi megközelítésre kell törekedni, amely „működik”. Szerinte a kifejezés olyan „koordinált akciók (tettek), üzenetek, ábrázolások vagy jelzések más formáit jelentik, amelyek arra irányulnak, hogy informálják, befolyásolják, vagy meggyőzzék a kiválasztott (meghatározott) hallgatóságot a nemzeti célkitűzések támogatása érdekében”.⁵⁸

A fent említett szerző szerint a definíciók lényege négy egymással összefüggő pontban határozható meg:

- nagyon fontosak az informálás, a befolyásolás és a meggyőzés módszerei;
- a célcsoportok pontos meghatározása kulcsfontosságú;
- ahhoz, hogy a fentiek hatékonyan valósuljanak meg, olyan világos célkitűzések szükségesek, amelyek az adott politikai vezetés által meghatározott irányelvekből származnak, hiszen ettől lesz a kommunikáció valóban „stratégiai”;
- az egyes eljárások közötti összeütközést – folyamatos koordinációval – el kell kerülni annak érdekében, hogy az információk ne legyenek töredezettek, s így elkerüljük az esetleges erkölcsi és anyagi veszteségeket;
- a cselekedetek (magatartás, tettek, vállalások stb.) önmagukban véve is kommunikálnak.⁵⁹

Mari K. Eder a *Leading the Narrative: The Case for Strategic Communication* című könyvében az alábbi négy pontban mutatja ki, hogy miben különbözik a stratégiai kommunikáció más közösségi kommunikációs eljárásoktól:

- a hallgatóság kiválasztása: ezen a területen sokkal nagyobb odafigyelés szükséges, mint más kommunikációs eljárásoknál, ugyanis ez elérendő célok rendkívül egyediek lehetnek, és ez megköveteli a hallgatóság precíz meghatározását;

⁵⁷ Peter O'MALLEY: Strategic Communications Planning. In: <https://hu.pinterest.com/pin/250723904230303608/> (A letöltés dátuma: 2021. május 15.), idézi: Németh József Lajos: A (stratégiai) kommunikáció és a háború kapcsolata napjainkban. Hadtudomány, 2013, 1–2. sz., 134. o.

⁵⁸ Christopher PAUL, Strategic Communication: Origins, Concepts, an Current Debates. Praeger Security International, Santa Barbara, California, 2011. p. 3.

⁵⁹ Uo. pp. 4–7.

- a fix csatornák lebontása, az átjárhatóság biztosítása: ennél a pontnál a szerző arra gondol, hogy a meglévő eljárások között az átjárást biztosítani kell, amennyiben ez megtörténik, akkor az már a stratégiai kommunikáció egyik jellegét adja;
- a nyilvános diplomácia a stratégiai kommunikáció részét képezi (erről lásd 5.4.1-es alfejezetet);
- nagyon gyors és átfogó válaszok megfogalmazása szükséges.⁶⁰

A szerző a továbbiakban azt is meghatározza, hogy a stratégiai kommunikáció rendszerét egy olyan piramis formában kell elképzelnünk, ahol a legalsó szintek alátámasztják a feljebb lévő elemeket, és részletesen tartalmazzák az aktuális teendőket. Az alsó szint felett helyezkednek el a további kommunikációs elemek és eljárások, amelyek egy olyan vezetői vízióban testesülnek meg, amit a piramis csúcsában található stratégiai irányelvek táplálnak.⁶¹

Az áttanulmányozott meghatározások alapján arra következtetésre jutottam, hogy valóban érdemes a stratégiai kommunikáció egyes alapismérvét leszögezni, és a meghatározáshoz jó módszernek bizonyul az is, hogy miben különbözik az a többi kommunikációs eljáráshoz képest. Hozzá kell tennem azonban azt is, hogy az adott szervezeti célok, a szervezeti kultúra nagyon meghatározóak a kifejezés tartalmi összetevőinek meghatározására tett erőfeszítésekben.

Érdemes összevetnünk a fenti megközelítéseket a NATO szempontjaival. A szervezet szerint a katonai műveleteket befolyásoló tényezők között (MI - Military Implications) a stratégiai kommunikáció kiemelt szerepet játszik. E szerint „*a stratégiai kommunikáció a szövetségi narratíva fejlesztését, koordinálását és disszeminációját jelenti oly módon, hogy az elősegítse a Szövetség katonai műveleteit és tevékenységeit, egyúttal növelje annak pozitív hatásait az információs területeken, valamint ellensúlyozza az ellenség azon narratíváját, amely koholmányokon és megtévesztésen alapul*”.⁶²

Még pontosabb megfogalmazást találunk a NATO 2015-ben megjelent és napjaikban is használatos irányelveiben. Ezek szerint a stratégiai kommunikáció „*koordinált és megfelelő használata mindazon NATO kommunikációs tevékenységeknek és képességeknek, annak érdekében, hogy azok*

⁶⁰ Mari K. EDER: Leading the Narrative: The Case for Strategic Communication. Naval Institute Press, Annapolis, 2011.

⁶¹ Uo. p. 37.

⁶² Framework for Future Alliance Operations, NATO, 2015. In: <http://www.act.nato.int/images/stories/media/doclibrary/ffao-2015.pdf> p. 8. (A letöltés dátuma: 2021. március 17.)

támogassák a Szövetség politikáit, műveleteit és cselekedeteit, így elősegítve a NATO céljait.”⁶³

De vajon mi a NATO narratívája napjainkban? A fenti dokumentumban megfogalmazottak alapján egy olyan üzenetet kell értenünk alatta, amelyben „egy olyan demokratikus, több-nemzeti, határokon átívelő szövetség jelenik meg, amely bátran és kompetens módon őrzi az egyes fenyegetésektől az abban szerepet vállalókat”.⁶⁴ Jól jellemzi ezt a felfogást a közösségi médiában megjelent és elterjedt „#wearenato” hashtag⁶⁵ használata. A narratíva jelentőségét természetesen az ISIS is felismerte, és következetesen használta, különösen az üzleti életből átvett „márkaépítés (branding)” és – az eredményesnek mondható – toborzási (recruitment) tevékenysége során. Ez a narratíva pedig úgy írható le, mint egy olyan területen történő új és Allahnak tetsző élet lehetőségének a hirdetése, amely nem csak a halál utáni paradicsomi öröklét jutalmával kecsegtetett, de egyúttal képes a földi lét körülményeit – a vallási törvények kíméletlen és brutális betartatásával – egy régóta dédelgetett, és a történelemben korábban viszonylag sokáig működött hatalmi erőter – azaz egy kalifátus – kialakítása és működtetése által a lehető legjobbá tenni.⁶⁶

⁶³ NATO ACO DIRECTIVE AD 95-2 Strategic Communications, NATO, Shape, Belgium. In: <https://www.lymec.eu/wp-content/uploads/2017/09/TT-140221-NATO-STRATEGIC-COMMUNICATIONS-HANDBOOK-DRAFT-FOR-USE-2015-BI.pdf>, p. 4. (A letöltés dátuma: 2021. március 17.)

⁶⁴ Uo.: p. 10.

⁶⁵ A „hashtag” a metaadat egyik formája. Egy szóból, kifejezésből áll, ami elé egy jelet vagy számjelet tesznek. Ily módon csoportokat hozhatunk létre, melyek egyesítik az adott témakörhöz tartozó posztokat, bejegyzéseket. A hashtag valamennyi közösségi oldalon működik, így például a képmegosztókon is. Jelentősége, hogy eljuttathatja a bejegyzést az egyébként a posztolót nem követőkhöz is, valamint kereshetővé, kutathatóvá tesz egy-egy témát.

⁶⁶ Charlie WINTER: Fishing and ultraviolence: So-called Islamic State is known for its brutality. But it's also hooking people in far subtler ways. In: <https://www.bbc.co.uk/news/resources/ids-88492697-b674-4c69-8426-3edd17b7daed> (A letöltés dátuma: 2021. május 23.)

3.5.4. A fogalomkör fejlődése vizuálisan

Amint a fentiekben is látható számos megközelítés keletkezett a fogalom 2002-es keletkezése óta, s arról még nem is értekeztem, hogy annak számos kapcsolódási pontja van az ún. amerikai „nagystratégiához (Grand Strategy)”⁶⁷ Az alábbi két ábra azonban kiválóan mutatja számunkra a kifejezés egyes lehetséges megközelítési módjait és „evolúcióját:



1. számú ábra: A stratégiai kommunikáció eredet-vizualizációja (2015)⁶⁸ Magyarázat: média – azt a közvetítő közeget értjük alatta, aminek segítségével az adott üzeneteket eljuttathatjuk a hallgatósághoz; government – a kormányzati megközelítésre utal; NGO – non-governmental organizations (nem kormányzati szervezetek); business – üzleti szféra; academics – akadémiai szféra (oktatás, kutatás)

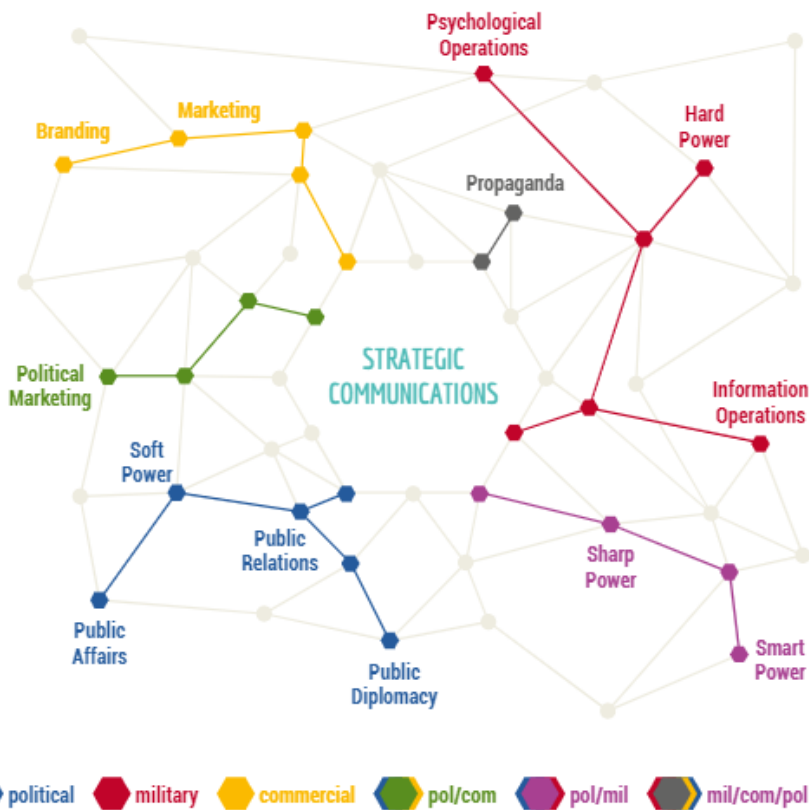
Az elmúlt években számos kísérlet történt a stratégiai kommunikáció tartalmi meghatározására, azonban ezek tartalmát illetően kevés egyetértés mutatkozik a szakértők között; *pontosabban abban értenek egyet, hogy mi-ben nem értenek egyet az egyes tartalmi kérdéseket illetően.*⁶⁹

A NATO Stratégiai Kommunikáció Kiválósági Központ (NATO Strategic Communications Centre of Excellence) tudományos kiadványai (például kézikönyvként megjelentetve) által ismertetett kiindulási pontok alapján napjainkban már a stratégiai kommunikáció „univerzumáról” is beszélhetünk (lásd 2. sz. ábra):

⁶⁷ Más szakértők inkább a „felsőbb stratégia” kifejezést tartják megfelelőnek, azonban abban kétségtelül kevés vita van, hogy a kifejezés az amerikai globális hatalomgyakorlás egyes elemeit foglalja magában és a „DIME” mozaikszóval írható le a lényege: D = Diplomacy ; I = információ; M = Military (haderő); E = Economy (gazdaság).

⁶⁸ Young Joon LIM: Theorizing Strategic Communication in Parsimony from the U.S. government perspective, KOME – An International Journal of Pure Communication Inquiry. (2015) 3 (1): pp. 1–15, 2. o.

⁶⁹ Németh József Lajos: A stratégiai kommunikáció interdiszciplináris megközelítésben, Hadtudományi Szemle, 2019. XII. évf., 1. sz., 197–174. o.



2. számú ábra: A stratégiai kommunikáció „univerzuma” 2019-ben⁷⁰

Amint a fenti ábrán látható, napjainkban a stratégiai kommunikációba a politikai (kék színnel jelölve); a katonai (piros színnel jelölve), valamint a gazdasági (üzleti, sárgával jelölve) területek és az ezek által alkalmazott módszerek és eljárások egyaránt beleértendőek csakúgy, mint ezek szinte tetszőleges kombinációja.

A figyelmes Olvasónak talán szembeötlik, hogy a fenti ábrákon két angol nyelvű kifejezés jelenik meg: az egyik a „strategic communication” (magyar jelentése: stratégiai kommunikáció), illetve a másik a „Strategic communications” (magyar jelentése stratégiai kommunikációk”. Talán feleslegesnek tűnik a két kifejezés jelentéstani értelmezését boncolgatnunk,

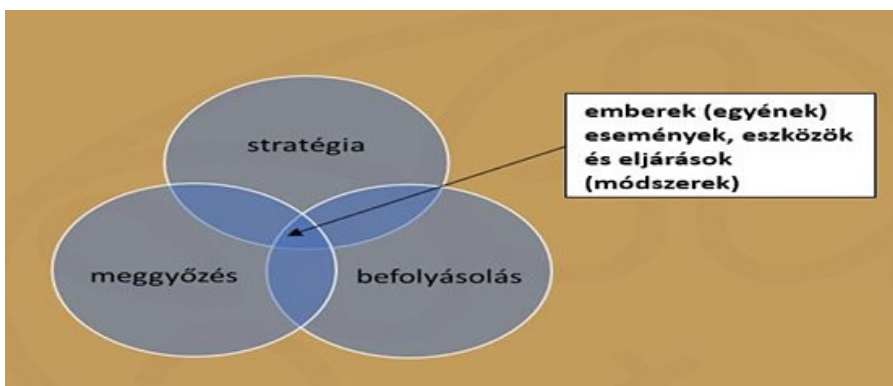
⁷⁰ Neville BOLT – Leonie HAIDEN: Strategic Communications Universe, In: Improving NATO Strategic Communications Terminology, <https://stratcomcoe.org/publications/improving-nato-strategic-communications-terminology/80>. NATO STRATCOMM COE, 2019, Riga, p. 21. (A letöltés dátuma: 2021. február 12.)

de hangsúlyoznom kell, hogy míg az előbbit az akadémiai szféra részesíti előnyben, addig a másik inkább gyűjtőfogalomként funkcionál, és beleértethetők nemcsak az egyes részterületek, hanem az is például, ha egy területnek, vagy akár városnak, jók az úthálózatai (elérhetősége), vagy működőképes hálózati infrastruktúrája van.

3.5.5. Saját meghatározás

Úgy gondolom, hogy amennyiben magyar nyelvű meghatározásra törekszünk, akkor érdemes a matematikából jól ismert „legkisebb közös többszörös” módszerére hagyatkozva, a közös és biztos jellemzőket egybegyúrva kísérletet tennünk a fogalom meghatározására. E szerint a saját meghatározásban *stratégiai kommunikáció alatt a tudatos információközlés olyan formáit, továbbá módjait és eszközeit ért(het)jük, amelyek egy adott vagy általunk meghatározott célközönség számunkra kedvező viselkedésformái (magatartásai) elérésére irányulnak, és magukon hordozzák a stratégiai gondolkodás legfontosabb jellemzőit.* Ennél a pontnál fontosnak tartom hangsúlyozni, hogy a fő célt nem egy adott magatartás teljes átalakításában látom (valljuk be, ez lehetetlen is lenne), hanem sokkal inkább annak formálásában.

A fentieket értelmezhetőbbé teheti, segítheti a fogalom összetevőinek jobb megértését az alábbi ábra:



3. számú ábra: A stratégiai kommunikáció lényegi jegyei”
(Szerkesztette: Németh József Lajos)

A fenti ábra metszéspontjában pedig megjelennek a fogalomkörhöz kapcsolódó egyének, eszközök és eljárások, amelyekről az alábbi rövid, de közel sem teljes összefoglaló adható:

4. Példák a stratégiai kommunikációra: rövid történelmi áttekintés⁷¹

A kommunikáció az emberi érintkezés minden területén jelen van, s mint ilyen, ez a megállapítás vonatkozik az interakciók olyan sorozatára is, amelyeket az egyes háborúk vagy a hadviselés egyes formái is magukban foglalnak. A katonai gondolkodók – és az elmúlt évtizedekben egyre több, a témában jártas civil szakértő, politikai és katonai tanácsadó is – hosszú idő óta foglalkoznak a hadviselés egyes törvényszerűségeinek megállapításával, a vonatkozó összefüggések feltárásával. Az elmúlt évezredek során elkészült, a fenti témakörrel foglalkozó írásművek szinte mindegyike két fő kérdésre keresi a választ: az egyik szerint, hogyan kerülhető el a fegyveres összeütközés, a másik szerint – amennyiben erre mégis sor kerül – hogy érhetőek el a kitűzött célok, hogyan ragadható meg és fejleszthető ki a siker?

A kommunikációt a katonai vezetés és irányítás szempontjából vizsgálva az is megállapítható, hogy annak központi kérdése – békében és háborúban egyaránt – az, hogy miként (milyen módon, milyen eszközökkel stb.) biztosítható és tartható fent az egymástól különálló/elkülönült elemek (ezek lehetnek különböző méretű egységek, de akár technológiai eszközök is) közötti kapcsolat (ez tulajdonképpen a híradás).

4.1. Az ókortól a reneszánszig⁷²

Az ókor egészét kommunikációtörténeti és -elméleti szempontból vizsgálva kötelezőnek gondolom Harold A. Innis (1894–1952) kanadai tudós és kutató *Birodalom és kommunikáció* című munkáját kiemelni, ugyanis elmélete szerint azok a birodalmak, amik rendkívül komoly erőfeszítéseket fektettek gazdaságuk működtetésébe idővel a kommunikáció más-más eszközeihez is hozzájutottak, és fejlesztették is azokat. Elmélete szerint meg lehet különböztetni a térbeliségre, illetve az időbeliségre koncentráló entitásokat: e szerint az időbeliséget előnyben részesítő birodalmak (Egyiptom, Babilónia) kommunikációjukban döntően kőbe vésték történeteiket, azonban azok csak egy viszonylag szűk hallgatóság számára voltak elérhetőek, viszont hosszú időn keresztül, akár generációkon átívelő módon. A térbeliséget előnyben részesítő birodalmak kevésbé tartós, de könnyebben mozgatható médiumokat használtak (papírtekercsek, szóbeliség, viszont nagyobb tömeget értek el, és fontosak voltak az államigazgatás szempontjából is (például

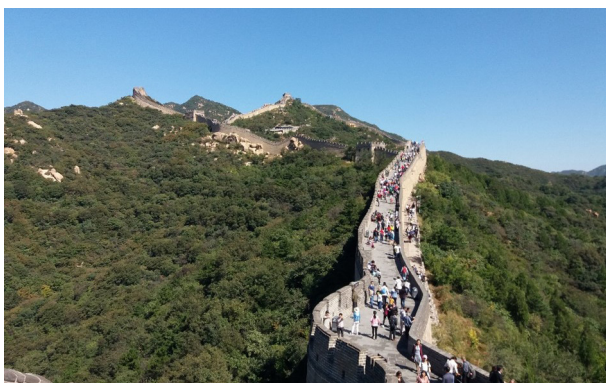
⁷¹ Németh József Lajos: A stratégiai kommunikáció (hadi)technikai vonatkozásai I. rész. Haditechnika, 2020. 54/4. sz. 13–16. o., illetve: Németh József Lajos: A stratégiai kommunikáció (hadi)technikai vonatkozásai II. rész. Haditechnika, 2020. 5/5. sz. 15–19. o.

⁷² Németh József Lajos: Stratégiai kommunikáció: fókuszban az állam és a haderő, Hadtudományi Szemle, 2021. május 19-én várható megjelenés, 2021/2. sz.

a Római Birodalom).⁷³ Érdekes a fenti kérdéskört a szállítás szempontjából is továbbgondolnunk; az pedig újabb biztonsági kérdéseket vet fel, amikor egy kőbe vésett szöveghez történő eljutás lehetőségeit és módjait vizsgáljuk.

Sunzi, akit közismertebben, magyarul „Szun-ce”-ként (helyesen: Sunzi), vagy „Su Tzu”-ként ismerünk, az i.e. ötödik században élt kínai hadvezér, akinek valós tapasztalatokon nyugvó hadtudományi gondolatai a mai napig is rendkívül jelentős hatással bírnak, kifejtette: „... ezért aki száz csatában száz győzelmet arat, még nem a jók legjobbika. A jók legjobbika küzdelem nélkül hódoltatja meg az ellenséges sereget”⁷⁴ Vagyis arra a kérdésre is keresnünk kell a választ, hogyan lehet elérni azt, hogy az ellenség (vagy a szemben álló fél) ne kezdjen fegyveres cselekménybe, de az egyúttal annak legyőzését, vagy magatartásának számunkra kedvező irányba történő elmozdítását is jelentse? Ebben a tekintetben pedig nagy jelentőséggel bírhatnak az egyes befolyásolási és meggyőzési eljárások és módszerek.

A kínai hadtudományt tanulmányozva juthatunk el egy olyan felismerésig, amely egy sajátos „stratégiai kommunikációs komplexumként” értelmezhető. Ez pedig nem más, mint a kínai nagy fal, amely egy olyan, különböző hosszúságú elemekből álló, mindösszesen 21196 kilométer hosszú katonai erődítményrendszer⁷⁵, amely nem csak füst- és fényjelzésekből álló



3. számú kép: A kínai nagy fal Pekingtől északra található részletei 2016-ban.⁷⁶
A fotón jól megfigyelhető, hogy az erődítményrendszer szinte leküzdhetetlen földrajzi akadályok közt épült.

⁷³ H. A. INNIS: Empire and Communications. Oxford University Press, Oxford, 1950.

⁷⁴ Sunzi: A hadviselés törvényei: (ókinai nyelvű eredetiből fordította: Tokaji Zsolt). In: A kínai Hadtudomány klasszikusai (szerk: Tokaji Zsolt és P. Szabó Sándor). Dialóg Campus Kiadó, Budapest, 2018. 35. o.

⁷⁵ China's Great Wall Found to Measure More Than 20,000 Kilometers. In: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2012-06-05/china-s-great-wall-found-to-measure-more-than-20-000-kilometers> (A letöltés dátuma: 2020. december 01.)

⁷⁶ Forrás: a szerző által készített fotó.

kommunikációs jelzőrendszerként, hanem védelmi célból is épült. Tárgyalt témánk szempontjából különösen kiemelendő annak elrettentési és megfélemlítési funkciója is!

Sunzi kortársa, a görög történetíró, Hérodotosz (i. e. V. század) a görög–perzsa háborúkat tárgyaló művében számos utalást tesz a kommunikáció jelentőségére az egyes konfliktusok kialakulását vagy épp elkerülését magyarázva: „...Alüattész pedig mihelyt emberei meghozták a hírt Delphoiból, tüstént követet küldött Milétoszba. Fegyverszünetet akart kötni Thraszübulossal meg a milétosziokkal arra az időre, míg felépítteti a templomot. A követ tehát elindult Milétoszba. Thraszübulosz azonban, aki már ismerte a körülményeket és Alüattész szándékát, a következőket eszelte ki: összehordatta a piacra mindazt az élelmiszert, ami az ő és a polgárok birtokában volt a városban, és meghagyta a milétoszioknak, hogy mihelyt jelt ad rá, mindnyájan kezdjenek enni-inni, mulatozni. Ezt azért tervelte ki és parancsolta meg Thraszübulosz, hogy a szardiszi követ lássa a felhalmozott sok élelmiszert és a jókedvű embereket, és ilyen hírrel térjen vissza Alüattészhez. Így is történt: a követ mindezt látta, és miután Thraszübulosznak átadta a líd király üzenetét, visszatért Szardiszba. Értesüléseim szerint Milétosz csakis ennek köszönhetette a kibékülést. Alüattész ugyanis abban reménykedett, hogy Milétoszban nagy az élelemhiány, nincs gabona, nagy a nyomor; a Milétoszból visszatérő követ pedig éppen az ellenkezőjét jelentette annak, amit ő elképzelt. Ezután megtörtént a kibékülés, a két uralkodó barátságot és szövetséget kötött egymással. Alüattész egy templom helyett kettőt emeltetett Asszészozsban, és betegségéből felépült. Így zajlott le Alüattész háborúja a milétosziak és Thraszübulosz ellen.”⁷⁷

A meggyőzés és befolyásolás további fontos példajaként említendő Nagy Sándor, azaz III. Alexandrosz makedón király (i. e. 356 – i. e. 323), aki hódításai során, egyrészt saját hatalma megtartására, másrészt a birodalma egysége fenntartására alkalmazta az ún. szúzai (susai) menyegzőt, mint eszközt a befolyásolásra és meggyőzésre i. e. 324-ben.⁷⁸ Egyes szakértők úgy tekintenek e tetterre – sok más cselekedete mellett-, mint a propaganda egyik korai megnyilvánulására.⁷⁹ Történelmi és szakmai okokból ugyanakkor érdemes kritikával illetni azt, hogy Nagy Sándor e tette valóban a propagandához sorolható-e vagy sem.

⁷⁷ Hérodotosz: A görög–perzsa háború /Részletek/, Gondolat Kiadó, Budapest, 1967. 11. o.

⁷⁸ A susai menyegző. In: https://web.archive.org/web/20100830150045/http://hellenizmus.repeta.hu/a_susai_menyegzo (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)

⁷⁹ Lásd: Garth S. JOVETT – Victoria O’DONELL: Propaganda & Persuasion, SAGE Publications Inc., London, 2019. p. 178

Az ókor máig ható nagy tudományai közül nem mehetünk el szó nélkül a filozófia mellett, amelyhez – mind gondolatiságához, mind meghatározó személyiségeihez – számos, a meggyőzéshez és befolyásoláshoz köthető példát találunk.

A filozófiához, mint „minden tudományok igazi szülőanyjához”⁸⁰ sorolandó például a görög Platón (i. e. 427 körül – i. e. 347), aki nemcsak ideái miatt, hanem híres „barlang hasonlata”⁸¹ okán is kapcsolható a meggyőzéshez és befolyásoláshoz. Továbbá különösen fontosnak tarthatjuk tárgyalt témánk szempontjából Szókratész védőbeszédet tartalmazó dialógusát, amivel a beszéd stratégiai aspektusait mutatja be számunkra, mintegy így nyitva teret a retorikának, azaz a szónoklattannak (ékesszólásnak).

Az ugyancsak görög Arisztotelész (i. e. 385 körül – i. e. 323.) pedig művei révén arra hívta fel figyelmünket, hogy a tudományok és művészetek alapvetően mind meggyőzésre törekszenek. A római Cicero⁸² filozófiai és politikai tevékenysége pedig a beszéd és a tettek egységét közvetíti felénk. Az ugyancsak híres római szónok és író, Marcus Fabius Quintilianus (i. sz. 35/40 körül – i. sz. 96) a beszéd kettős jellegét hangsúlyozta, egyrészt, mint a retorikát „bene dicendiként” leírva, másrészt azt a kard példáján (amelynek sikeres használatához szaktudás kell) keresztül bemutatva.

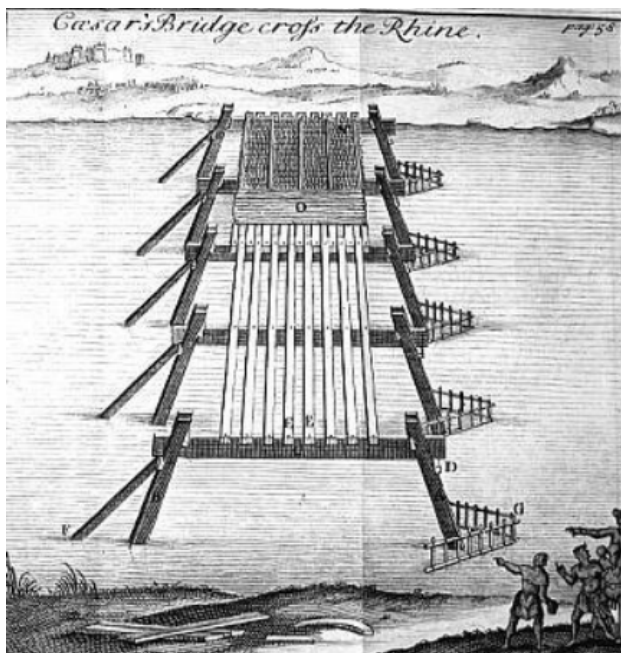
Az ókori nagy birodalmak szinte mindegyike büszkélkedhetett komoly és a vizsgált témánkhöz kapcsolódó haditechnikai erőfeszítésekkel. Közülük kiemelve – és Európa felé fordítva figyelmünket – nem mehetünk el szó nélkül a Római Birodalom mellett. A stratégiai kommunikáció már korábban említett azon elemére utalva, amely Sunzi gondolatait tükrözi számunkra a győzelem kivívására vonatkoztatva, fegyveres összeütközés nélküli és rendkívül jelentős haditechnikai szaktudást igényelt. Példaként kell említenünk Caius Julius Caesar (i. e. 100–44) két, viszonylag jól dokumentált fából készült hadihídját, amiket az i. e. 55. és i. e. 53. években építtetett. Mindkét híd a Rajnán vezetett át, és a gallok elleni háborút szolgálta. Szerkezetéről leginkább Caesar saját – harmadik személyben megfogalmazott – feljegyzéseiből meríthetünk információt (*Commentariorum Caii Julii Caesaris de Gallico Bello, Liber IV*).⁸³

⁸⁰ Lásd: Marcus Tullius CICERO, római író, filozófus és politikus (i. e. 79 – i. e. 51) híres mondását: „Philosophia vero omnium mater artium”

⁸¹ Platón: Állam. Hetedik könyv. In: http://mmi.elte.hu/szabadbolcseszlet/mmi.elte.hu/szabadbolcseszlet/mediatar/bevezetes_a_gorog_bolcsesletbe/platon_barlanghasonlat.html (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)

⁸² Marcus Tullius CICERO

⁸³ Láng Elemér: Hidakról, Földrajzi-történeti áttekintés. I. rész: Óskor és a nagy birodalmak kultúrái. In: http://www.fataj.hu/2011/03/087/LangElemér_Hidakról_1.PDF 9. o. (A letöltés dátuma: 2020. december 27.)



4. számú ábra: Julius Caesar hídja, Leoni (i. sz. 1742) ábrázolásában⁸⁴

Tárgyalt témánk szempontjából pedig nem elhanyagolható tény, hogy „Caesar mindazt elérte, amiért átvezette seregét a Rhenuson: ráijesztett a germánokra, megbüntette a sugambereket, véget vetett az ubiusok sanyargatásának.”⁸⁵ A hadtörténészek persze joggal mondhatják, hogy ez nem tejesen jó példa, mivel Caesar valószínűleg „csak” át akart jutni a túlsó partra, azonban a mi szempontunkból kétségtelen, hogy e cselekedete olyan befolyással bírt az ellenfélre, hogy az végül nem bocsátkozott harcba.

A középkorhoz érkezve szinte azonnal feltűnik Hippói Szent Ágoston (Aurelius Augustinus) (Thagaste, Észak-Afrika, 354. november 13. – Hippo Regius, 430. augusztus 28.), akinek teológiai es bölcseleti munkássága az ékesszólás fontosságát és jellemzőit tárja elénk.⁸⁶

A reneszánsz időszakának számunkra kiemelendő nagy hatású alkotója Francesco Petrarca (Arezzo, 1304. július 20. – Arquà, 1374. július 19.)⁸⁷, aki tevékenységével újraértelmezte a retorika és a filozófia egységét.

⁸⁴ Uo. 10. o.

⁸⁵ Iulius CAESAR feljegyzései: A gall háborúról (ford.: Szepessy Tibor); A polgárháborúról (ford.: Ürögdi György). In: <https://mek.oszk.hu/05000/05020/05020.htm>. (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)

⁸⁶ Lásd például A keresztény tanításról című művét!

⁸⁷ Francesco Petrarca. In: <http://www.viszki.sulinet.hu/tananyagtar/irodalom/sziladi/fp.pdf> (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)

A könyvnyomtatást feltaláló német Johannes Gutenberg (Mainz, 1400 k. – Mainz, 1468. február 3.)⁸⁸ a kommunikációban pedig egy forradalmat indított el, amelyhez – stratégiai értelemben is – annak a Luther Mártonnak (Eisleben, 1483. november 10. – Eisleben, 1546. február 18.) a tette mérhető, aki a búcsú cédulák elleni tiltakozása jeléül 1517. október 31-én a wittenbergi Schlosskirche (Vártemplom) kapujára kiszögezte 95 tételét.

4.2. A költő és hadvezér Zrínyi Miklós (1620–1664) stratégiai kommunikációja⁸⁹

Úgy gondolom, hogy a stratégiai kommunikáció lehetséges példáinak bemutatásánál törekednünk kell a hazai vonatkozásúakra is. Talán első pillantásra ilyennel nem találkozhatunk, így csak a fogalom kiteljesedésére és módszereinek tudatos alkalmazására (elsőként a Magyar Honvédség az elmúlt évtizedekben szerzett tapasztalataira) hagyatkozhatunk – amelyekről interjúk formájában a későbbiek során részletesen lesz szó –, mégis történelmünk során a kommunikáció korábban tárgyalt jellemzőit alapul véve megbocsáthatatlannak tartanám, ha a költő és hadvezér Zrínyi Miklós (1620–1664) stratégiai kommunikációját kihagynánk a példák bemutatásánál.

Zrínyi Miklós stratégiai kommunikációja elemzésekor különösen az alábbi kérdésekre keresem a választ:

1. Létezett-e a fentiekhez hasonló megközelítés Zrínyi Miklós gondolkodásában és tetteiben?
2. Milyen írásművei azok, amelyek erre engednek következtetni?
3. Az általa végrehajtott haditettek a fentiek alapján hogyan értelmezhetőek?

A költő és hadvezér Zrínyi Miklós tevékenységének széleskörű és mind több tudományterület bevonásával történő vizsgálatát az is indokolja, hogy különösen az elmúlt 15 évben – különböző kutatási módszerekkel – sokkal többet sikerült megtudnunk Zrínyi-Újvár elhelyezkedéséről és felépítéséről.⁹⁰ A szerző maga is tevékenyen részt vett ezen erőfeszítésekben.

⁸⁸ Tevan Andor: A könyv évezredes útja. In: <https://mek.oszk.hu/01600/01650/html/fe-jez11.htm> (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)

⁸⁹ A fejezet részben vagy egészben a szerző által írt alábbi publikáció átvétele: Németh József Lajos: A költő és hadvezér Zrínyi Miklós (1620–1664) stratégiai kommunikációja. Hadtudomány, 2021. május 24.

⁹⁰ Hausner Gábor – Németh András (szerk.): Zrínyi-Újvár. Ludovika Egyetemi Kiadó, Budapest, 2019.

4.2.1. A költő és hadvezér Zrínyi Miklós korának néhány jellemző vonása

Zrínyi korának vannak olyan hadtudományi jellemzői, amelyek ismerete nélkül nem alkothatunk teljes és szakmailag igényes képet a tárgyalt témánk eredményes vizsgálatához.

Ezek feltérképezéséhez és rendszerezéséhez nyújt számunkra kiváló forrást a Perjés Géza (1917–2003) e témában megjelent tanulmányait összefoglaló mű.⁹¹ Perjés szerint Zrínyi korának a gazdasági, társadalmi és politikai viszonyai által adott hadviselésből szükséges kiindulnunk, továbbá azt is megállapítja, hogy „Zrínyi életműve a háború kézműipari korszakára esik.”⁹² A XVI. századi időszakot további alkorszakokra oszthatjuk, és ezen belül az 1525–1648⁹³ közötti időszakot pedig „a zsoldos hadseregek fénykorának tekinthetjük.”⁹⁴

Perjés szerint az 1648-as korszakhatár viszont – tekintettel Zrínyi Miklós (1620–1664) életútjára és különösen hadtudományi tevékenységére – két fő jellegzetességet mutat:

1. Összefoglalja és rendszerezi a korábbi korszak vonatkozó témájú eredményeit;
2. Mintegy kísérletezőként új, „embrionális” állapotban lévő dolgokat is végrehajtott (vagy feltételezte bekövetkezésüket – megjegyzés tőlem: NJL).⁹⁵

Perjés szerint Zrínyi korának főbb problémái a hadviselésben a következők voltak:

1. Az állandó hadsereg léte vagy hiánya;
2. A taktika fejlődése a XVI–XVII. században;
3. A kiképzés;
4. Az ellátás, raktár, vár, stratégia;
5. A gyakorlat és az elmélet viszonya és az irodalmi hatás kérdése;
6. A hadtudományi irodalom beszűkülése a XVII. században.

Perjés szerint a fentiek mind gyakorlati problémáknak tekinthetők, amelyek megoldása is a gyakorlatban volt keresendő. *A stratégiai kommunikáció szempontjából pedig a hitelesség – amely kulcsfontosságú a kiemelt hallgatóság*

⁹¹ Perjés Géza: Zrínyi Miklós hadtudományi munkái. Zrínyi Kiadó, Budapest, 1976.

⁹² Uo. 7. o.

⁹³ Ne feledjük, hogy 1648 az ún. „harmicéves háború” lezárását jelenti, ami 1618-ban kezdődött.

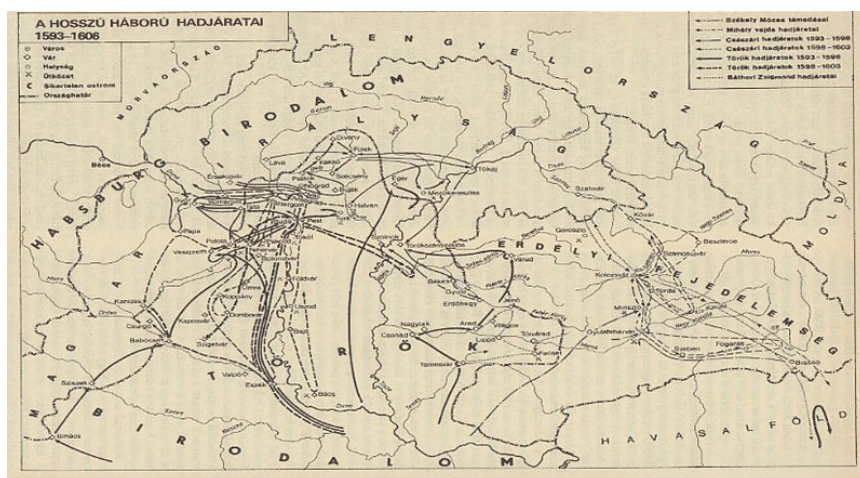
⁹⁴ Uo. 7. o.

⁹⁵ Uo. 8. o.

(célközönség) számunkra kedvező viselkedésének elérésében – pedig abszolút adott volt Zrínyi Miklós esetében, hiszen nemcsak kiváló elméleti felkészültséggel, hanem sokoldalú gyakorlati tapasztalatokkal is rendelkezett.

Ahhoz, hogy a választott témában a lehető legpontosabb képet alkothassuk, szükséges a kor néhány jellemző vonásának tisztázása.

A XVII. században – ami egyúttal Zrínyi Miklós életútjának jelentős részét is jelenti – az oszmán hódítási veszély időszakában járunk. Zrínyi Miklós születését megelőzően az ún. hosszú háború (1593–1606) időszakát jelenti, amikor a nagy oszmán (török) területszerzések (lásd: perzsa háború) jelentős belpolitikai problémákhoz (például felkelések lázadások, toborzási problémák) vezettek, tehát túl nagy árat követelt meg ez a területszerzés az Oszmán Birodalomtól.⁹⁶



1. számú térkép: A hosszú háború hadjáratai (1593–1606)⁹⁷

Eközben az európai hadügy fejlődött, míg az oszmán megrekedt. Sőt, az ún. Keresztény Liga⁹⁸ megalakulása más szövetségesek társulásával újabb fejtörést és nehézséget jelentett az oszmánoknak. A habsburg birodalmi

⁹⁶ Tóth Sándor – Liptai Ervin – Borus József (szerk.): Magyarország hadtörténete I. Zrínyi Katonai Kiadó, Budapest, 1985. 278. o.

⁹⁷ Uo. 220. o.

⁹⁸ „1593–1594. okt. 5., törökellenes szövetség – VIII. Kelemen p. (ur. 1592–1605) diplomáciája szervezte a sp. és osztr. Habsburgok, I. Ferdinánd toszkanai nagyhg. (ur. 1587–1609) és II. Alfonz ferrarai hg. (ur. 1559–97) részvételével. Báthori Zsigmond erdélyi fejed. (ur. 1581–1602) és hűbéresei, Áron (ur. 1592–95) moldvai és Mihály (ur. 1593–1601) havasalföldi vajda csatlakoztak a ~hoz. A p. 10 ezer zsoldost küldött a tör. elleni háborúhoz.” In: <http://lexikon.katolikus.hu/K/Kereszt%C3%A9ny%20Liga.html> (A letöltés dátuma: 2021. február 12.)

hódítási törekvések Rudolf uralkodása alatt magukban foglalták az oszmánok visszaszorítását csakúgy, mint a meglévő szövetségi birodalmi rendszer egyensúlyának fenntartását.⁹⁹

A „16. század közepére azonban a felekezeti ellentétek a Magyar Királyság legnagyobb politikai és társadalmi problémájává és a törökellenes háborúk gátjává váltak”.¹⁰⁰

Témánk szempontjából kevésbé tűnik fontosnak, de az európai politikai, katonai és gazdasági gondolkodásra erőteljes hatást gyakorolt – különösen, ami Spanyolországot, Portugáliát, Franciaországot és Nagy-Britanniát illeti –, hogy a 16. század elejétől ádáz harc kezdődik köztük Észak-Amerika meghódításáért.

A tizenhetedik és tizennyolcadik században a „kommunikáció” fontos kulcsszóvá vált az angol, a francia és a skót filozófiai beszédekben, és összekapcsolódott a történelmi narratívákkal is; így hozzájárult kora újkorú liberalizmushoz, a felvilágosodás haladás-ideológiáihoz és a polgári republikánus komunitárius gondolkodáshoz. A protestánsok és a katolikusok közötti vallási viták összefüggésében merült fel.¹⁰¹ Maga Zrínyi Miklós is igyekezett a szemben álló feleket békülésre bírni, s meggyőzésekre nemcsak a török veszélyt említette, hanem annak veszélyét is, ha az egyik fél (az evangélikusok) átállna az oszmánok oldalára, akkor az katasztrófához vezetne.¹⁰²

Ennek ellenére az oszmánok 1593-ban megtámadták a jelenleg Horvátország területén található Sziszek várát, így kezdetét vette a hosszú háború első időszaka (1593–1596), amelynek nagyobb sikereit alapvetően az oszmánok könnyelheték el, ennek ellenére nem alakultak ki olyan viszonyok, amik a feleket békekötésre sarkallták volna. A háború 1597–1603 közötti időszakában zajlott hadicselekmények is egyfajta egyensúlyi állapot bekövetkezését eredményezték: így egyik fél sem tudta vagy akarta döntésre vinni a fennálló helyzetet. Fontos hangsúlyozni azonban, hogy 1600 szeptemberében az oszmánok elkezdték Kanizsát ostromolni, amit végül – a védők lőszerhiánya miatt – október 22-én átadtak az oszmán erőknek.¹⁰³

⁹⁹ Tóth Sándor – Liptai Ervin – Borus József (szerk.): Magyarország hadtörténete I. Zrínyi Katonai Kiadó, Budapest, 1985.

¹⁰⁰ Czigány István: Az oszmánellenes háború (1660–1664) In: Mészáros Kálmán (szerk.): Magyarország hadtörténete II. – Az oszmán hódítás kora, 1526–1718. Zrínyi Kiadó, Budapest, 2020, 542. o.

¹⁰¹ Bryan C. TAYLOR – Hamilton BEAN (edited by): The Handbook of Communication and Security, Routledge, New York, 2019. p. 17. <https://doi.org/10.4324/9781351180962>

¹⁰² Czigány István: Az oszmánellenes háború (1660–1664) In: Mészáros Kálmán (szerk.): Magyarország hadtörténete II. – Az oszmán hódítás kora, 1526–1718. Zrínyi Kiadó, Budapest, 2020. 543. o.

¹⁰³ Tóth Sándor – Liptai Ervin – Borus József (szerk.): Magyarország hadtörténete I. Zrínyi Katonai Kiadó, Budapest, 1985. 226. o.

Összességében véve tehát a fenti időszak inkább az oszmánoknak kedvezett, de egyúttal egyértelműen ráirányította Zrínyi Miklós figyelmét és erőfeszítéseit Kanizsára úgy, hogy az ún. „Zrínyi végek” megerősítésével és fejlesztésével (lásd különösen 1661 nyarán történő Zrínyi-Újvár felépítésével!)¹⁰⁴ új fejezetet nyitott hazánk hadtörténetében; és így megtette katonai jellegű stratégiai kommunikációjának első lépéseit. A stratégiai kommunikáció szempontjából Zrínyi-Újvár felépítése álláspontom szerint nem csak a Kanizsa „sakkban tartására” korábban létrehozott védelmi rendszer egy újabb erősséggel való megerősítését szolgálta, hanem:

1. megnyugtatta a helyi lakosságot, hogy a költő és hadvezér figyel rájuk, és számít a segítségükre;
2. mind az oszmán, mind pedig az oszmánellenes nemzetközi szövetséget, mint lehetséges célközönséget (hallgatóságot) kizárta stagnáló állapotából, tehát stratégiai hatása megkérdőjelezhetetlen;
3. rámutatott a meggyőzés – mint a stratégia kommunikáció egyik megkérdőjelezhetetlen forrása (erőtere) – és hatalom közötti szoros összefüggésre;
4. megerősítette a stratégiai kommunikáció módszereinek „Actions are talking” (a tettek beszélnek) elvét, amelynek lényege, hogy a kiválasztott (hallgatóság) viselkedésének általunk kedvező irányba történő elmozdítását tetteinkkel ösztönözhetjük. Zrínyi-Újvár sorsa azonban (annak tiltott mivolta miatt) végül az 1664-es török ostrom után eldőlni látszott annak ellenére, hogy a költő és hadvezér több levelében is – a meggyőzés eszközeként – számos levelet írt, és komoly érvekkel igyekezett annak fontosságát és jelentőségét a császári udvarban sajnos sikertelenül alátámasztani;¹⁰⁵
5. létrehozott egy olyan ún. stratégiai kommunikációs komplexumot, amely egyrészt nemcsak a környék kommunikációját segítette elő, hanem hatással volt az ott élőkre csakúgy, mint az ellenségre, de a szövetségesekre is.

Ebben az időszakban a röpiratok (gúnyiratok) használata gyakran bevett módszer volt, különösen a befolyásolás és meggyőzés céljából. Azonban ez nem volt akadálymentes, különösen a társadalom vezetői számára, akik hozzászórtak, hogy a hírek bizalmas ügynökök által nyújtott bizalmas

¹⁰⁴ Hausner Gábor, Németh András (szerk.): Zrínyi-Újvár. Ludovika Egyetemi Kiadó, Budapest, 2019. 7. o.

¹⁰⁵ Szem Géza – Hausner Gábor: Zrínyi-Újvár kutatásának története. In: Uo. 9.o.

szolgáltatás részét képezik. Természetesen az elit igyekezett irányítani ezt az új piacot annak biztosítására, hogy a röpiratok által küldött üzenetek jó megvilágításban mutassák meg őket.¹⁰⁶

Az 1450-es és 1530-as évek között a nyomtatás feltalálását követő 80 évben a technológiai innováció ezen időszakában a kiadók új típusú könyvekkel kezdtek el kísérletezni, amelyek jóval rövidebbek és olcsóbbak voltak, mint a kézirat piacot uraló teológiai és tudományos szövegek, így ezek az ún. röpiratok és táblázatok megteremtették a lehetőséget arra, hogy a hírek iránti vágyat piaci alapon alakítsák. Így a hírek először válhattak a populáris kultúra részévé.¹⁰⁷ Pontatlanok lennének azonban, ha nem tennénk hozzá, hogy 1660-tól kezdve valóban történtek birodalmi erőfeszítések a török visszaszorítására hazánkban. Ezek azonban döntően sikertelennek bizonyultak, és egyúttal elindítottak egy olyan folyamatot, amely aztán a későbbiek során ún. röpirat-háborúhoz vezetett a császári hadvezér Raimondo Montecuccoli (1609–1680) és Zrínyi Miklós között.¹⁰⁸ Ezek a – kölcsönös kritika és hibáztatás jegyében – döntően röpiratok formájában kiadott írásművek egy új elemmel gazdagítják számunkra a kor jellemző kommunikációját. Ugyanis a röpiratokat (pamphlet – pamflet) általában gúnyos, támadó jellegű hangvétel jellemzi, mégis érdemes tisztázni, csak az angol polgári forradalmat 40 évvel megelőzően jelenik meg újságpapírként, majd válik üzleti vállalkozássá, és a későbbiek során az újságok révén befolyásolási, azaz stratégiai kommunikációs eszközzé.¹⁰⁹

Zrínyi Miklós azonban úgyesen kerülte el a Montecuccoli-féle röpiratok ártó és negatív hatásait, hiszen épp csak annyi figyelmet szánt nekik, ami felétlenül szükséges volt. Érdekes adalék, és feltétlenül ide tartozik, hogy a hírek jellegzetességeiről és a bennünk rejlő veszélyekről Zrínyi így fogalmaz: „Sziükség néha a hírt maga felől nevelni, hogy az ellenség rettenjen, néha pedig eltitkolni, hogy véletlen találjad, és együtt hozni a hírt magával; amiképpen sok effectusa van a hírnek, ugy sokféleképpen kell véle élni.¹¹⁰ Az előbb említett megközelítés lényegi elemeit tárgyalja – különösen a közvélemény szempontjából – Bene Sándor.¹¹¹

¹⁰⁶ Uo. 17. o.

¹⁰⁷ Uo. 9.o

¹⁰⁸ Tóth Sándor – Liptai Ervin – Borus József (szerk.): Magyarország hadtörténete I. Zrínyi Katonai Kiadó, Budapest, 1985. 282–283 o.

¹⁰⁹ Andrew PETTEGREE: *The Invention of News: How the World Came to Know About Itself*. Yale University Press, New Haven, Connecticut, 2014. 13–14. o.

¹¹⁰ Perjés Géza: *Zrínyi Miklós hadtudományi munkái*. Zrínyi Kiadó, Budapest, 1976. 198. o.

¹¹¹ Bene Sándor: *A hír és a közvélemény koncepciójának formálódása Zrínyi Miklós műveiben*. Irodalomtörténeti Közlemények, 1996/4. sz. 369–394. o.

4.2.2. Az eszéki híd lerombolásának stratégiai kommunikációs jelentősége

1660-tól pedig a bécsi udvarvégre döntésre jutott, hiszen megindult az ún. „török háború”, amelynek fő célja a török terjeszkedés további megakadályozása volt.¹¹² A folyamatosan változó hadihelyzetet jól jellemzi, hogy továbbra is Bécs hadászati védelme volt a fő cél, azonban eközben, míg Montecuccoli Erdély felé vette hadereje irányát, itt – nem várt problémák miatt – kevés és gyenge eredményeket ért el, amik okául az általa írt pamfletekben – konkrét személy megnevezése nélkül – a magyarokat tette felelőssé.¹¹³

Az 1663-as évben a katonai erőviszonyok – főleg a hadra fogható katonai erőt tekintve – a törököknek kedveztek, így Bécsnek palástolnia kellett katonai gyengeségét. 1664 már jóval kedvezőbb katonai feltételekkel indult a bécsi udvar számára, amelyben óriási jelentőséggel bír Zrínyi Miklós részéről – az ún. „téli hadjárat” keretében már 1663-ban megtervezett – az Eszéknél az oszmánok által működtetett fahíd elpusztítása, amit végül 1662 február 2-án sikerrel valósított meg. Az eszéki híd felégetéséről a magyar hadtudósok is közzétettek dokumentumot, mégpedig horvát nyelven.¹¹⁴

A témánkhöz kapcsolódóan ki kell még emelnünk G. Etényi Nóra könyvét, amelyben így fogalmaz: „Az 1663–1664-es magyarországi török elleni háborúban kiemelt jelentőségű a téli hadjárat látványos sikere. Ez a stratégiailag sőt, lélektanilag is fontos esemény nagy nemzetközi visszhangja miatt a korabeli híráramlás, az információközlési mechanizmusok elemzése szempontjából is kedvező lehetőséget kínál. A téli hadjárat hírei ugyanis a tájékoztatás és a tájékozódás szempontjából kedvező és jelentős időszakban, a birodalmi gyűlés nagy horderejű döntései ideje alatt jelentek meg.”¹¹⁵

Zrínyi fenti hadivállalkozása nemcsak merőben szokatlan volt különösen az év téli időszakában, hanem nagyszerű is, hiszen mintegy 2300 zsoldos ellátását és útvonalát (kb. 500 km) és ellátását kellett biztosítani a téli időszakban!¹¹⁶ Az említett híd jellemzőit így írja le Molnár József a *Műemlékvédelem*

¹¹² Tóth Sándor – Liptai Ervin – Borus József (szerk.): Magyarország hadtörténete I. Zrínyi Katonai Kiadó, Budapest, 1985. 282. o.

¹¹³ Uo. 283 o.

¹¹⁴ Hausner Gábor – Négyesi Lajos – Padányi József: Novi Zrin u svjetlu izvora i istracijanja terena.

Befoglaló mű: Bene Sándor. Susreti dviju kultura: Obitelj Zrinski u hrvatskoj i mađarskoj povijesti. (2012) pp. 189–218.

¹¹⁵ G. Etényi Nóra: Hadszintér és nyilvánosság. A magyarországi török háború hírei a 17. századi német újságokban. Balassi Kiadó, Budapest, 2003. 159. o.

¹¹⁶ Tóth Sándor – Liptai Ervin – Borus József (szerk.): Magyarország hadtörténete I. Zrínyi Katonai Kiadó, Budapest, 1985. 285. o.

című periodika hasábjain: „Már korábban megemlékeztünk arról a 3 km hosszú vert cölöphídról, amelyet Szulejmán szultán építtetett 1526-ban. Az elmúlt évek során sok új adattal bővültek ismereteink, amelyek alapján teljesebb képet kaphatunk a híres műszaki alkotás eseményekben gazdag történetéről. A három km hosszú tölgyfa cölöphíd a Baranya Megyei Dárda várát a Dráva folyó jobb oldalán fekvő Eszék Várával kötötte össze. Mocsaras, nádas árterület fölé építették ezt a hidat, amely a két tartományt összekötötte, és a közlekedést is lehetővé tette, de háború esetén ezen keltek át az oszmán seregek is. A híd megsemmisítését gróf Zrínyi Miklós költő és hadvezér határozta el, aki 1663 telén megindította az úgynevezett téli hadjáratot az eszéki híd felégetésére. Erre a Dráva melletti várak: Berzence, Babóca elfoglalása után került sor, majd Turbék következett, s végül a gazdag Pécs városának felgyújtása. Mindezt azért tette Zrínyi, hogyha tavasszal esetleg megérkeznek a bosszú hadával, akkor a nagyvezér ne találjon élelmet ezen a felégetett tájon. Majdnem mindegyik utazó vagy katona, aki különböző időben kelt át a hídon, illetve szemrevételezte azt, más-más hosszúságúra becsülte a híd hosszát. De egyikük sem tudta palástolni ámulatát és csodálatát annak lenyűgöző méretei láttán. Érdekes, hogy mindazok, akik említést tesznek a hídról, egy évtizeden belül látták, vagy utaztak át rajta. Esterházy Pál (1635–1712), Zrínyi Miklós egyik tábornoka azzal volt megbízva, hogy seregével égesse fel az eszéki hidat. A parancsot 1664 február elsején katonáival végrehajtotta. A nagyhírű *Mars Hungaricus* című kéziratban maradt latin nyelvű tanulmány a következőképpen írja le a hídégetés végrehajtását: „...mérések szerint 12 láb széles és 8335 láb hosszú volt. Oly pontosan volt készítve, s a gerendák oly szorosan és sűrűn egymás mellé rakva, hogyha valaki egy pénzdarabot rajta elejtett volna, még azt sem esett volna a híd alá. 8 óriás oszlop úgy szélesek, mint a hit tartották azt hosszában. Pedig minden 11 ölni távolság utána szintén oszlopok támogatják. Ügyes Istenség ugyanis nagy mennyiségű nádat adat rendelkezésünkre. Mi tehát a hidat náddal meg-raktuk alája is nádat összehordván, és azt meggyújtva Plutónak áldoztunk. Két teljes napon és két teljes éjjen át folyton nyitottuk a tüzet, és végre sikerült a hidat elhamvasztanunk. Irtózatos látvány volt főképp a jelen a sok ezer láb hosszú alkotmány égése. Segítségünkre volt a munkában az is, hogy a víz keményre volna fagyva, és így megbírta katonai terhet, midőn a híd alatt és mellette a sok nádat felhalmoztuk. Csodálatra méltó kegye az Istennek az is, hogy az eszéki várból a törökök folyamatosan lövöldöztek ránk, és így mi valóságos golyózáporban dolgoztunk, mégis csak egyetlen egy emberünk sérült meg.”¹¹⁷

¹¹⁷ Molnár József: Az Eszék és Dárda közötti cölöphíd. In: Műemlékvédelem, 1981. 25. évf., 1–4. sz; 3. sz. 191. o.



4. számú kép: A híres eszéki híd 8565 láb hosszú, 17 láb széles (G. Rossi, J684)¹¹⁸

Álláspontom szerint az eszéki híd használhatatlanná tétele az alábbiak okán sorolható a stratégiai kommunikációhoz:

1. A stratégiai kommunikáció egyik legfontosabb alapelve az időzítés. Nos, az a tény, hogy Zrínyi Miklós akkor hajtotta végre haditettét, amikor szinte lehetetlennek tűnt és senki nem számít rá, azzal azt üzenete az oszmánoknak: „Amint látható, bárhol és bármilyen körülmények között is képesek vagyunk ilyen tetteket végrehajtani, így közületek senki sem érezheti magát teljes biztonságban!”
2. Zrínyi stratégiai kommunikációjának tárgya, azaz maga a médium, amin keresztül üzenetét közvetítette pedig maga a híd volt, amelynek használhatatlanná tétele alapvetően rendezte át az oszmán magatartást a hadak ellátásáról, hiszen az innentől kezdve szétszakította az addig szinte egybefüggő megszállt területeket. Ennek üzenete pedig az, hogy a további harcokról történő kezdeményező döntés Zrínyi és a szövetséges erők kezébe került.
3. E hatalmas haditett azonban Európa-szerte komoly visszhangra lelt, így a költő és hadvezér jelentős mértékben volt képes támogatói (és sajnos ellenségei) körét bővíteni.

4.2.3. Zrínyi Miklós stratégiai kommunikációja hadtudományi munkái alapján

Perjés Géza szerint „a *Vitéz hadnagy* bepillantást enged Zrínyi tudományos munkájának műhelytitkaiba, anyaggyűjtő munkájának technikájába, a *Tábori Kis Tracta* a gyakorlati katonát mutatja be, a *Török Áfium* a

¹¹⁸ Forrás: Molnár József: Az Eszék és Dárda közötti cölöphíd. In: Műemlékvédelem, 1981. 25. évf., 1–4. sz; 3. sz. 193. o.

felszabadító háború hadvezérét és a katonapolitikust, a Mátyás-tanulmány a történetbölcselet és politikust, a *Szigeti veszedelem* a harcot szerető és értő katonaköltőt. A *Vitéz Hadnagyban* ezek a jellemvonások együttesen jelennek meg.¹¹⁹

Perjés szerint továbbá a *Vitéz hadnagy* jelentősége végül abban rejlik, hogy itt zárul le több olyan kérdés, amely Zrínyi érdeklődésének előterében állott, mint a háború filozófiájának a háború lélektani vonatkozásainak kérdése és a stratégia alapproblémái.¹²⁰ Bene Sándor szerint „a cím a korabeli nyelvhaszználásban »kiváló hadvezérnek« felel meg.”¹²¹

Ez utóbbi megállapítás pedig szinte azonnal a stratégiai kommunikáció küszöbére repít minket különösen, hogy a katonai lélektani részek terjedelme egészen szembetűnő a *Vitéz Hadnagyban* így érdemes és hitelesebb lenne a mű ide vonatkozó megállapításait akár Sunzi helyett is idéznünk, főleg a katonai – de akár a szervezeti – vezetés szempontjából is.

A hősiesség magatartás fontosságát és elérésének módjait több szempont alapján is nyomom követhetjük a költő és hadvezér Szigeti Veszedelem című művében.¹²² Pontatlanság lenne és érdemtelenül feledkeznénk meg azonban a költő és hadvezér igencsak kiterjednek mondható levelezéséről, így mindenképp említést kell tennünk az 1664-ben írt üzeneteiről.¹²³

4.2.4. Zrínyi Miklós által említett magatartásformák, amelyek kulcsfontosságúak az eredményes stratégiai kommunikáció szempontjából

A katonai lélektan Zrínyi vizsgálódásainak nagyon fontos eleme, s mint ilyen, a különböző viselkedés- és magatartásformák vizsgálata, és az azokkal kapcsolatban megfogalmazott véleménye – álláspontom szerint – szorosan kötődik a stratégiai kommunikációhoz.

Magatartásforma megnevezése	Zrínyi álláspontja
pánik	„Ismerve a pánik romboló hatását, minden vezér arra törekszik, hogy az ellenség soraiban előidézze azt.” Ennek eszköze a meglepetés. Az ellenséget váratlan események elé kell állítani, váratlan fegyverekkel, váratlan harci eljárásokkal kell meglepni.

¹¹⁹ Perjés Géza: Zrínyi Miklós hadtudományi munkái. Zrínyi Kiadó, Budapest, 1976. 88.o.

¹²⁰ Uo.

¹²¹ Lásd: Bene Sándor: A Zrínyi-próza In: Hausner Gábor (szerk.): Zrínyi-Album. HM HIM–Zrínyi Kiadó, Budapest, 2016. 250. o.

¹²² Lásd: Bene Sándor: A költő Zrínyi Miklós In: Hausner Gábor (szerk.): Zrínyi-Album. HM HIM–Zrínyi Kiadó, Budapest, 2016. 200–226. o.

¹²³ Bene Sándor: Zrínyi-levelek 1664-ből. Irodalomtörténeti Közlemények, 1992/2. sz. 225–242. o.

Magatartásforma megnevezése	Zrínyi álláspontja
félelem	A háborús stressz előidézői: a fáradtság, mely nemcsak fizikai, de az idegek ki-fáradása is, a bizonytalanság és az állandóan változó helyzet, melyben az ún. szokáscelekvések energiamegtakarító hatása nem érvényesülhet, vagy csak csökkent mértékben, az erős hang- és fényhatások, a nyomasztó felelősség tudata, végül a sebesüléstől és a haláltól való félelem. Ezek összessége aláássa a katona morális ellenállását, és gyengíti fizikai erőnlétét. A hadsereg célja éppen az, hogy ellensúlyozza ezeket a hatásokat. ¹²⁴
bátorság	A bátorság nem azonos a kritikátlan vakmerőséggel: „Az ki belémeget a veszedelemben, meg nem gondolva előbb mivoltát, vakmerő és oktalan állathoz hasonló; az ki pedig a veszedelmet jól látja, esmérí és megfontolja, és a tisztességért neki megyen, a vitéz és dicséretre méltó.” ¹²⁵
szerencse	Az okos hadnagy mindennek az mindenek az okát keresi, becsületet akar vallani, és legkisebb részét kell a Szerencsére bízni.
túlzott önbizalom	„Azt mondja a török, ha a te ellenséged olyan is, mint az elefánt, annyinak tartsad, mint a legyet! Ne félj tőle, ha olyan is, mint a légy, úgyse vedd meg, hanem oltalmazd tőle magadat, mint az elefánttól” ¹²⁶
harag	„Semmi oly ártalmas nincs az hadviselőben, mint a harag. A harag megvakítja az embert befedi homályos okoskodás, és semmi okot nyitva nem hagy, hanem az bosszúságot az nagyra neveli, azt néki dicsér, és kívántatja vele.” ¹²⁷
az ismeretek felhasználása	Az mely kapitány Az földnek a csínját nem tudja, keveset viszen végbe a maga szándékában, mert ha egy nyúl fogására szükséges, hogy tudjad a helyét, hun fekszik, hová kell futni, hun kell meglesni, mentő szükségesebb tudni az ellenség járását, lakását és hun kell állítani a lovast, hun a gyalog otthon az ágyakat, ment el inkább szükséges olyankor az álnokság, amikor a te ellenséged azon igyekszik, hogy megcsaljon tégedet.

2. számú táblázat: A Zrínyi Miklós által említett magatartásformák és az ezekkel kapcsolatos álláspontja (Szerkesztette: Németh József Lajos)

¹²⁴ Uo.110.o

¹²⁵ Uo. 113.o.

¹²⁶ Uo. 158 o.

¹²⁷ Uo. 196. o.

4.2.5. Zrínyi Miklós stratégiai kommunikációja a „zenekari harmónia” elérésének szempontjából

A stratégiai kommunikáció modern eszközeinek és eljárásainak vizsgálatakor érdemes megvizsgálnunk az ún. „zenekari harmónia” elérésének lehetőségét, esetleg megvalósítását a költő és hadvezér tetteit vizsgálva. A fent említett elgondolás szerint, amit az Egyesült Államok Védelmi Minisztériuma bocsátott ki 2008-ban¹²⁸, az eredményes stratégiai kommunikáció eléréséhez olyan harmóniát kell teremtenie a tapasztalt vezetőnek a rendelkezésére álló eszközökkel, amely a kijelölt célok érdekében kedvező hatást gyakorol a hallgatóságra.

Ezt az analógiát alapul véve ábrázolható a költő és hadvezér „zenekari harmóniája” is:



5. számú ábra: Zrínyi Miklós stratégiai kommunikáció „zenekar-harmóniája”
(Szerkesztette: Németh József Lajos)

Amint az a fenti ábrán látható, tulajdonképpen egy zenekari (szimfonikus) előadás helyzetébe és környezetébe kell magunkat képzelnünk, ahol a karmester, aki maga a tapasztalt vezető – esetünkben Zrínyi Miklós – vezényletével szólalnak meg a rendelkezésre álló meggyőzési és befolyásolási eszközök (levelezése a bécsi udvarral és másokkal; a különböző hadtudományi munkái; Zrínyi-Újvár; az eszéki fahíd felegetése) lehetőleg úgy, hogy a hallgatóság (az oszmánok; a bécsi udvar; a saját katonai és polgári állománya; illetve Montecuccoli) a lehető legnagyobb elégedettség(?) fogadja, *de legalább kiváltson valamiféle reakciót(visszajelzést) belőlük*. Azon a

¹²⁸ Lásd: https://mountainrunner.us/2008/09/sc_is_like_an_orchestra/ (A letöltés dátuma: 2021. március 20.)

tényen talán kevés vitatni való akad, hogy a visszajelzést és a hatást elérte, annak minőségén azonban kétségtelen, hogy számos szempont alapján lehet és szükséges vitázni, a különböző álláspontokat ütköztetni. Robert B. Cialdini¹²⁹ *A Hatás – A befolyásolás pszichológiája* című művében úgy fogalmaz, hogy a hatás pedig nem más, mint tehát a „...meggyőzés, a másokra gyakorolt befolyásunk, s az ennek eredményeképpen tapasztalható együttműködés.”¹³⁰ Ezt az együttműködést pedig – álláspontom szerint – Zrínyi kétségtelenül elérte.

4.2.6. A költő és hadvezér Zrínyi Miklós (1620–1664) stratégiai kommunikációja – összegzés, konklúziók

Úgy vélem, hogy a fentiek alapján választ kaptunk eredeti vizsgálati kérdéseinkre, és kijelenthetjük, hogy a költő és hadvezér Zrínyi Miklós korának kiemelkedő stratégiai kommunikátora volt, ráadásul tudatos cselekvés mellé kiemelkedő ösztönök is párosultak esetében. Mai, modern szóhasználatnál élve, kétségtelenül korának egyik kiemelkedő „véleményvezére” volt, és ami különösen szembeötlő, hogy azok a NATO szövetségi elvek és eljárások, amit „interoperabilitásnak” hívunk, bizonyítható módon jelentek meg cselekedetei során. Máig érvényes megállapításai életszerűek, és hűen tükrözik a sikeres vezetés alapelveit, így Sunzi helyett (mellett) a költő és hadvezér megállapításai megállják a helyüket, így azok idézése napjainkban is igencsak kívánatos lenne. Végezetül, de nem utolsó sorban egy komplex gondolkodásmód alapján úgy vélem, hogy Zrínyi Miklós képes volt arra, hogy az állam (hatalom) és a haderő közti harmóniát úgy teremtsen meg, hogy abban a különböző meggyőzési és befolyásolási elvek és eljárások sajátos egységet alkotnak. Ebben az egységben pedig a hitelesség, a határozott és tapasztalt vezető személye legalább akkora szerepet játszik, mint a megfelelő időzítés és a tettek hatásos összhangja.

4.3. Napóleontól az első világháborúig

A történelmi előzményeket egybevetve és a háborúk kialakulásának okait vizsgálva jutunk el Carl von Clausewitz, a 19. században élt porosz hadtudós azon, a francia forradalom kommunikációs eseményeihez is köthető megállapításához, aki szerint „...a háború nem más, mint az állampolitika

¹²⁹ Az 1945-ben született amerikai kísérleti szociálpszichológus, Robert B. Cialdini a meggyőzés és befolyásolás világszerte elismert kutatója.

¹³⁰ Robert B. CIALDINI: *Hatás. A befolyásolás pszichológiája*. HVG Kiadó Zrt., Budapest, 2009.

folytatása megváltozott eszközökkel”.¹³¹ Ennél a pontnál fontos hangsúlyoznunk azt is, hogy Clausewitz megállapításai bizonyíthatóan köthetők a francia politikai élet (különösen a forradalom) egyes kommunikációs megnyilvánulásaihoz.¹³²

Az említett korszakot meghatározó napóleoni háborúk egyik legjelentősebb eredménye pedig az lett, hogy a politikai elit döntéseit a későbbiek során egyre inkább a tömegek határozták meg, és azok végrehajtását a társadalom és a gazdaság egészének bevonásával, más szóval élve „totálisan” valósították meg. Napóleonnál maradva mindenképp említést kell tennünk egy olyan kommunikációs technikai fejlesztéséről, amely őt – politikai és katonai értelemben véve is – jelentős stratégiai előnyökhöz juttatta.¹³³



5. számú kép: szemafor jelzéseket megfigyelő személyek és még létező szemaforállomás fotója¹³⁴

Ugyanis „a napóleoni szemafor volt a világ első távíró hálózata, amely az üzeneteket a 19. század eleji Franciaországon soha nem látott sebességgel továbbította”.¹³⁵

¹³¹ Clausewitz Károly: A háborúról. Athenaeum Irodalmi és Nyomdai R. – T., Budapest, 1917. p. 7. In: https://mek.oszk.hu/13200/13240/pdf/13240_1.pdf (A letöltés dátuma: 2021. május 20.)

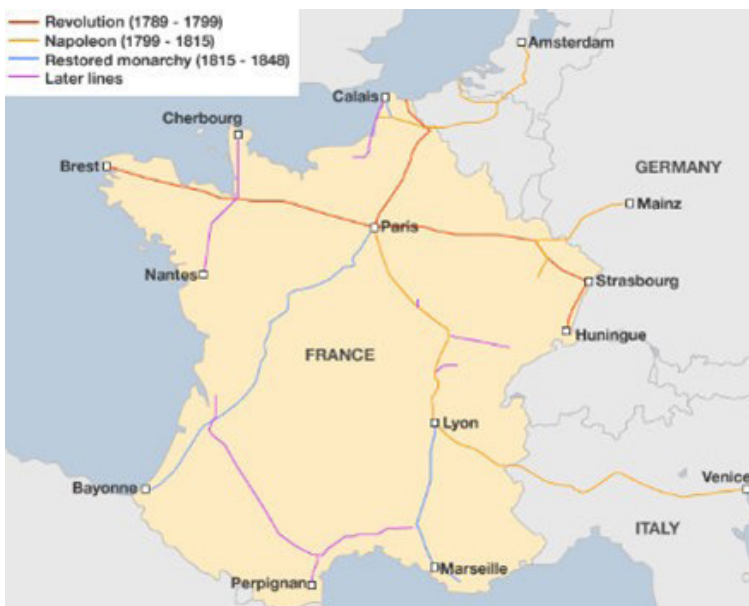
¹³² Howard NOTHHAFT és Hagen SCHÖLZEL: (Re-)Reading Clausewitz: The Strategy Discourse and its Implications for Strategic Communication. In: Derina HOLTZHAUSEN – Ansgar ZERFASS (szerk.): The Routledge Handbook of Strategic Communication. Routledge, New York, London, 2015. pp. 18–34.

¹³³ Modern távközlési technika segítette Napóleont (szerző nélkül), In: https://mult-kor.hu/20130621_modern_tavkozlesi_technika_segitette_napoleont (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)

¹³⁴ Uo.

¹³⁵ Uo.

Amikor a francia nemzetgyűlés 1794-ben a szemafor (optikai) telegráf segítségével mintegy kétszáz kilométeres távolságból értesült arról, hogy csapataik sikerrel vették be Le Quesnoy városát, akkor következett be az, hogy az üzenetet küldő és az üzenetet fogadó közé egy új (közvetítő) elem került be, és így szakadt meg az addig közvetlennek tekinthető kommunikációs kapcsolat.¹³⁶



2. számú térkép: A szemafor hálózat térképe¹³⁷

4.4. Példák a huszadik századból

*Mottó: „Nem tudom mi a fene az (lásd: stratégiai kommunikáció), amiről George C. Marshall állandóan nekem beszél, de kell nekem!”
/Ernest J King (1878–1956) amerikai admirális/¹³⁸*

Történelmi és hadtudományi szempontból is elfogadottnak tekinthető, hogy az I. világháború (1914–1918) drámai változásokat hozott a haditechnikai eszközök fejlesztésében és alkalmazásában. Kitérését megelőzően

¹³⁶ Thomas RID: Small Wars and Telecommunication. In: The Ashgate Research Companion to Modern Warfare, Ashgate, United Kingdom, 2010. p. 437.

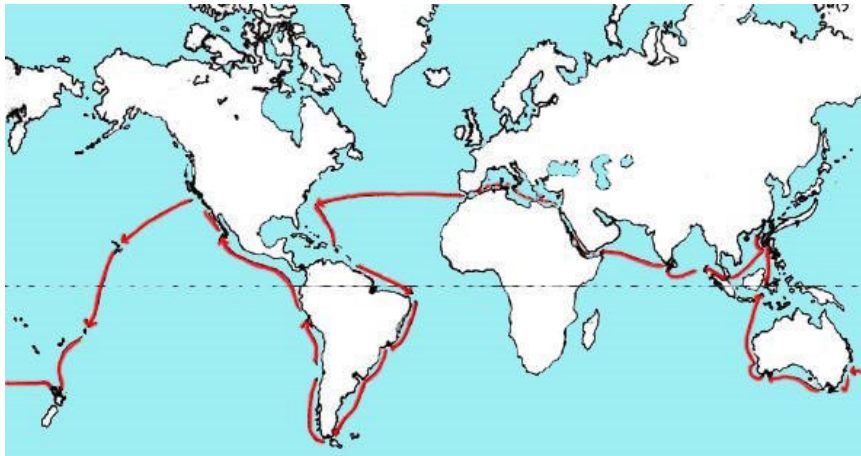
¹³⁷ Uo.

¹³⁸ James G. STAVRIDIS: Strategic Communication and National Security. Joint Force Quarterly, 2007/III. In: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a575204.pdf> (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)

már forradalmi változások zajlottak a stratégiai kommunikációt illetően is. Ennek egyik jól dokumentált példája az ún. Nagy Fehér Flotta felállítására és alkalmazására, amit 1907-ben Theodore Roosevelt indított 1909-ig tartó útjára. A 16 csatahajóból és más kísérőhajókból álló tengeri csoportosítás fő célja olyan erődemónstráció volt, amely az ekkor már egyre inkább világhatalmi tényezővé váló Amerikai Egyesült Államok katonai képességeit és nagyhatalmi befolyásgyakorlását hivatott demonstrálni.¹³⁹



6. számú kép: A Nagy Fehér Flotta útjára indul 1907-ben¹⁴⁰



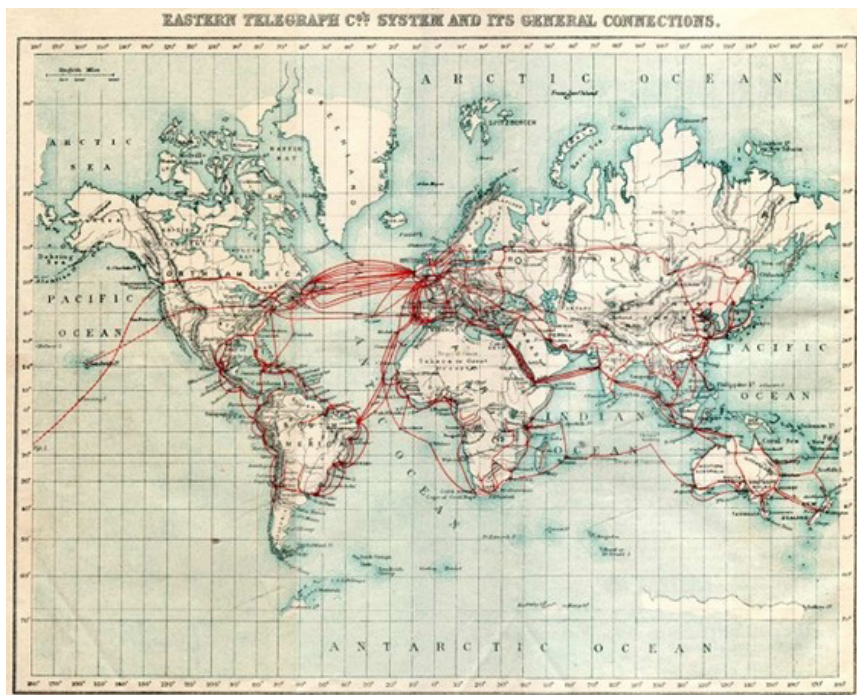
3. számú térkép: A Nagy Fehér Flotta útvonala 1907–1909 között¹⁴¹

¹³⁹ Mark MCKINLEY: Cruise of the Great White Fleet. In: <https://www.history.navy.mil/research/library/online-reading-room/title-list-alphabetically/c/cruise-great-white-fleet-mc-kinley.html> (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)

¹⁴⁰ Uo.

¹⁴¹ Forrás: http://freepages.rootsweb.com/~camorris/military/gwfleet/gwf_route.html (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)

Az I. világháborút megelőzően robbanásszerű fejlődés zajlott a kommunikációs eszközök fejlődésében is (lásd: telegráf, rádió, telefon), amely magával hozta az óceánok és tengerek alatt húzódó kommunikációs kábelek kialakításának és működtetésének égető igényét is.



4. számú térkép: Az óceánok és tengerek alatt húzódó kommunikációs összeköttetést biztosító kábelek 1901-ben¹⁴²

Ez egyúttal nemcsak a korábbiakhoz képest elképzelhetetlen változásokat hozott az emberiség idő- és térfelfogásában, hanem jelentős mértékben hatott a vonatkozó stratégiai erőfeszítésekre és gondolkodásra is. Ezek létezését és működését megakadályozandó, így stratégiai kommunikációs hátrányba hozva annak működtetőit, akik szinte azonnal célponttá váltak a szemben álló felek számára. Ennek eseményeit dolgozta fel az amerikai Harvard Egyetem egyik oktatója, Jonathan Reed Winkler a *Nexus: Strategic Communications and American Security in World War I.* című könyvében.¹⁴³

¹⁴² Forrás: <https://blogthinkbig.com/cables-submarinos-historia/cables-submarinos-mundiales-1901> (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)

¹⁴³ J. R. WINKLER: *Nexus. Strategic Communications and American Security in World War I.* Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 2008. <https://doi.org/10.1080/09592290903109785>

Az első világháború talán egyik legfontosabb, a témánkat illető eredményei azok az állami erőfeszítések, amelyek a propaganda, mint a stratégiai kommunikáció egyik módszere előtérbe kerülését jelentették.

4.4.1. A propaganda

A szakavatott Olvasóban joggal merülhet fel, hogy ennek a témának – amennyiben e könyv történeti időfelosztását nézzük – korábban kellene szerepelnie, hiszen a „kifejezés a latin *propagare*, ’terjeszteni’ jelentésű igéből ered, és annak a kongregációnak a feladataként vált hangsúlyossá, amelyet XV. Gergely pápa 1622. június 22-én alapított a katolikus hit terjesztésére. A *Sacra Congregatio de Propaganda Fide* létrehozását az kényszerítette ki, hogy Európa jelentős részén katonai eszközökkel nem lehetett megállítani a protestantizmus terjedését, ezért más eszköz után kellett nézni... [A propaganda] a hit vatikáni terjesztéséhez kapcsolódó jelenség, (...) a területnövelést konnotálja, amit gyakran a hódítással kapcsolnak össze.”¹⁴⁴

Ennek oka pedig az, hogy a hadtudományi szempontokat előnyben részesítve az első világháború tekinthető – álláspontom szerint – a propagandához leginkább kapcsolható módszerek és eszközök valóban kézzel fogható és a későbbiek során még inkább formálódó „boszorkánykonyhájához” tartozónak, azonban ennek kissé ellentmond, hogy a fentebb hivatkozott szerző szerint a propaganda már a Bibliáig is visszavezethető, bár a 17. század után már nem sokáig kapcsolható az egyházi/vallási területhez. A felvilágosodás korától ugyanis a civil gondolkodás kezdte inkább előszeretettel használni az észszerűség terjesztése érdekében, és innentől számítható az, ahogyan a politikával való összefonódása is elkezdődik. Virányi Péter szerint a „propaganda a társadalmi kommunikáció egyik formája. Vagyis társadalmi termék, társadalom szülöttje, és csak ott működik.”¹⁴⁵

Más megközelítésben a „propaganda egy olyan kommunikációs forma, amely megkísérli elérni a propagandista kívánt szándékát elősegítő választ”¹⁴⁶. Kiegészítésként érdemes hozzá tenni, hogy ez a bizonyos elvárt „válasz” vagy reakció a propagandista által meghatározott célcsoporttól (hallgatóságtól) értendő. Az első világháborús propaganda egyik nagyon

¹⁴⁴ Virányi Péter: A propaganda természete. Jel-Kép, 2019. 3. sz. 2–16. o., 15. o. DOI: 10.20520/JEL-KEP.2019.3.3.

¹⁴⁵ Uo.

¹⁴⁶ Garth S. JOVETT–Victoria O’DONELL: Propaganda & Persuasion, SAGE Publications Inc., Kindle Edition, London, 2019. p. 1.

fontos kiindulópontja, hogy a tömegtájékoztatás eddig kialakult eszközei és módszerei a különböző nemzetek társadalmi infrastruktúrájának megkerülhetetlen elemei lettek. Ne feledjük, hogy a 20. század elejére már:

- a vezetékes kommunikáció (lásd például korábban a 8. számú ábrát) különböző változatai rendelkezésre álltak (például a telegráf, bár az első világháborúban előfordult még a galambposta használata);
- a vezeték nélküli kommunikáció (rádió) egyre jobban elterjedt;
- az újságok és különböző periodikák kiszámítható módon, rendszeresen jelentek meg;
- az állóképzés kezdett mindennapossá válni;
- a hangrögzítés és -lejátszás megvalósult;
- az előző két technológia ötvözése pedig a hangosfilm élményét eredményezte.

Tehát a propaganda nemcsak a frontvonalak állásaiban, hanem a háttérországokban is – bár a nemzeti sajátosságok jegyeit is magukon hordozva, de – megvalósult.¹⁴⁷

Azt is érdemes hangsúlyoznunk, hogy a francia forradalmat és az amerikai függetlenségi háborút megelőzően a háborúkat az uralkodók vagy a hatalom birtokosai finanszírozták. Az előző mondatban említett két háború viszont már magán hordozza a propaganda egyes jellemzőit, hiszen míg az amerikaiak a brit követelések ellen harcoltak, addig a franciák is a szeretett hazájukért voltak hajlandók akár az életüket is áldozni.¹⁴⁸ Az Amerikai Függetlenségi Nyilatkozat pedig kiváló példája nemcsak a célcsoporttal (britek) szembeni magatartási elvárások megfogalmazásának, hanem annak is, ahogyan a forradalom támogatókat is próbált találni erőfeszítései érdekében.¹⁴⁹

A háborúval kapcsolatos propaganda-erőfeszítések az alábbi főbb csomópontokban határozhatók meg:

1. Az adott háborúban résztvevő nemzet erőforrásainak mozgósítása, különösen ideértve a szükséges fizikai és szellemi támogatást, de akár az anyagi javak begyűjtését is.
2. Amennyiben szükséges, úgy szövetségesek vagy koalíciós partnerek bevonása.

¹⁴⁷ Uo.

¹⁴⁸ War Propaganda (szerző nélkül). In: [https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-2-what-is-propaganda-\(1944\)/war-propaganda](https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-2-what-is-propaganda-(1944)/war-propaganda) (A letöltés dátuma: 2021 március 17.)

¹⁴⁹ James P. FARWELL: Persuasion and Power: The Art of Strategic Communication. Georgetown University Press, Washington DC, 2012. p. 16.

3. Az adott háború sikerét veszélyeztető más szereplők távol tartása a konfliktustól, vagy szerepük marginalizálása.

Adolf Hitler 1933-as hatalomra kerülését is egy kidolgozott, ugyanakkor megfelelően rugalmas és (sajnos) nagyon hatékony propagandatevékenység előzte meg, amely Lengyelország 1939-es megtámadásáig erősödött, de a második világháború során is folyt. Erről az időszakról az mondható el, hogy a politikai, gazdasági és katonai frontok mellett a propaganda frontjain is ádáz háború zajlott, amelyből a tengelyhatalmak szinte mindegyike kivette a részét, azonban a Szövetségeseket némi lemaradás (lassabb reagálás vagy felzárkózás) jellemezte.¹⁵⁰ Sir Winston Leonard Spencer Churchill kiváló és nagy hatású beszédei is a stratégiai kommunikáció példái közé sorolhatók, így például 1940. május 13-án, az első miniszterelnöki beszédében nemcsak „vért, erőfeszítést, verítéket és könnyeket” ígért a briteknek, hanem kemény üzenetet is megfogalmazott a hitleri Németország, de a Szövetségesek számára is: „...harcolni fogunk Franciaországban, harcolni fogunk a tengereken és óceánokon, harcolni fogunk egyre növekvő bizalommal és növekvő erővel a levegőben, megvédjük szigetünket, bármibe kerüljön, harcolni fogunk a partokon, harcolni fogunk a leszállópályákon, harcolni fogunk a mezőkön és az utcákon, harcolni fogunk a hegyekben; sohasem adjuk meg magunkat...”¹⁵¹. Úgy gondolom, hogy tárgyalt témánkhoz kapcsolódva meg kell említenünk, hogy Churchill megfigyelése szerint a menedzsment és vezetés közötti fő különbség a kommunikáció.¹⁵²

Álláspontom szerint a második világháború egyik legmeghatározóbb stratégiai kommunikációs üzenetét a Japán ellen végrehajtott atomtámadás jelentette, amely egyúttal a második világháború végét is eredményezte.

A propaganda témájánál maradva szót kell ejtenünk a századunk elején megalakult, felemelkedett, majd elbukott ISIS-propaganda tevékenységéről is. Tény, hogy a szervezet kialakulása és működése komoly szakmai vitát generált számos tudományterületen, így ez alól a hadtudomány sem képez kivételt, így számos publikáció tárgyalja annak hadtudományi aspektusait. Ennek ellenére és ezek kiegészítésére, de különösen a stratégiai kommunikáció immár bemutatott inter- és multidiszciplináris jellege miatt indokoltnak

¹⁵⁰ War Propaganda (szerző nélkül). In: [https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-2-what-is-propaganda-\(1944\)/war-propaganda](https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-2-what-is-propaganda-(1944)/war-propaganda) (A letöltés dátuma: 2021. március 17.)

¹⁵¹ Brian MACARTHUR (szerk.): A XX. század nagy beszédei. Agave Könyvek Kiadó Kft., 2006. 120. o.

¹⁵² James G. STAVRIDIS: Strategic Communication and National Security. Joint Force Quarterly, 2007/III, In: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a575204.pdf> (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)

vélem a terrrorszervezet propagandatevékenységét *üzleti/piaci szempontból* megvilágítani. Ezen belül is azt a kérdést körüljárni, hogy miért és hogyan sikerült elérniük azt, hogy számos nyugati állampolgár csatlakozzon hozzá, és harcoljon soraiban? Forest Rain Marcia szerint a képlet és a válasz rendkívül egyszerű: azért, mert hatékonyan voltak képesek hirdetni magukat.¹⁵³ Ezt részletezve: megkreáltak és eladhatóvá tettek egy terméket azon már jól ismert értékesítési szabályok alapján, mint:

- az eladandó termék/üzenet teljes ismerete;
- a célcsoport/hallgatóság precíz kiválasztása;
- az üzenet világos közérthető és egyértelmű megfogalmazása a hallgatóság igényeire szabva;
- és a már meglévő szociológiai, pszichológiai ismeretek alkalmazása. Mindehhez a „megfelelő” csomagolást hozzárendelve már piacra is dobható az „áru”. Míg a csomagolást pedig a nyomtatott (röplapok, poszterek) és elektronikus formátum (fotók, videók, interneten megjelent cikkek és bejegyzések) mellett az élőbeszéd is szolgáltatta (szónokok, imámok stb.), addig a közvetítő csatorna szerepét nagyon gyakran az internetes platformok nyújtották (Twitter, Youtube, Facebook stb.)

Ennél a pontnál kicsit megállva érdemes elgondolkoznunk azon, hogy a demokráciákban, különösen az Egyesült Államokban jóval nehezebb a háború „eladása”, mint a diktatórikus rendszerekben. Példaként hozható fel

Irak 2003-as amerikai megszállása, aminek okát –nevezetesen a tömegpusztító fegyverek gyártását és esetleges bevetését megakadályozandó – próbálták, mint később kiderült hamis vagy nem létező hírszerzési információkra alapozva megindokolni. Egy olyan rendkívül bonyolult és szövevényes médiakörnyezetben, mint különösen az amerikai nem véletlenül hívják az elnököt olykor a haderő főparancsnokán (commander in chief) kívül a háborúk legfőbb árusának is (salesman in chief).¹⁵⁴

És bár az iraki háború viszonylag gyorsan lezajlott, mégis jól mutatja annak szinte egy egyszerű küldetesként történő felfogását az fenti – a ki függesztett banner felirata miatt –, komoly negatív visszhangot kiváltó fotó, amikor 2003. május 01-jén George W. Bush amerikai elnök bejelentette a nagy méretű katonai műveletet végét az Abraham Lincoln repülőgéphordozó fedélzetén.

¹⁵³ Forest Rain MARCIA: A Marketer’s Perspective: ISIS Propaganda and why it Works. *The Counter Terrorist*, 2016. Apr–May, pp. 50–57.

¹⁵⁴ Kenneth OSGOOD – Andrew K. FRANK (edited by): *Selling war in a Media Age*. University Press of Florida, Gainesville, 2011.



7. számú kép: George W. Bush bejelenti a nagy méretű katonai műveletek végét¹⁵⁵

4.4.2. A befolyásolás és/vagy meggyőzés, valamint az informálás

Úgy vélem, hogy a befolyásolás (mint kétségtelenül a stratégiai kommunikáció egyik eszközének) vizsgálatakor akkor járunk el szakmailag helyesen, ha azt a propaganda kontextusában, ahhoz viszonyítva végezzük el, ugyanis mindkét terület nagyon szoros elméleti (tudományterületi) és módszertani átfedéseket mutat. A különbség köztük abban nyilvánul meg, hogy míg a befolyásolás esetén a befolyásra törekvő szándékai az elsődlegesek, addig a meggyőzés interaktív, és egyaránt megpróbálja kielégíteni a meggyőző és a meggyőzendő igényeit¹⁵⁶; tehát, ha úgy tetszik, a folyamat kölcsönösen előnyös mindkét fél számára. Fontos szempont az is, hogy amíg a meggyőzés döntően a tényeket helyezi előtérbe, és az elmére igyekszik hatni, addig a befolyásolás az érzelmeket célozza meg. Az informálás alatt alapvető tények és/vagy adatok „száraz” közlését érthetjük, és felfogásomban, amíg ahhoz nem társul meggyőzési vagy befolyásolási szándék, addig az csak korlátozott mértékben tekinthető a stratégiai kommunikáció részének. De ugyanakkor hangsúlyozom, hogy az informálás – főleg annak lehetséges negatív konnotációja miatt – rendkívül komoly és megalapozott körültekintést igényel!

A fenti területek, mint a konstruált kommunikáció egyes típusai stratégiai szinten is értelmezhetők. Jól példázza ezt Jarol B. Manheim könyve, amelyben a meggyőzési és információs kampányok stratégiáját tárgyalja.¹⁵⁷

¹⁵⁵ A fotó forrása: <https://politicaldictionary.com/words/mission-accomplished-moment/> (A letöltés dátuma: 2021. május 24.)

¹⁵⁶ Garth S. JOVETT – Victoria O’DONELL: Propaganda & Persuasion, SAGE Publications Inc., London, 2019. p. 1.

¹⁵⁷ Jarol B. MANHEIM: Strategy in Information and Influence Campaigns. Routledge, New York and London, 2011.

A könyv bevezetőjében a szerző – a már korábban említett – Sunzi mellett azt a Nicoló Machiavellit is citálja, aki *A fejedelem* című művében részletesen tárgyalja azt a pragmatista megközelítést, amely a hatékony vezetés és irányítás szempontjából napjainkban is érvényes elveket tartalmaz.

Manheim szerint mindenki befolyásolásra törekszik, és ennek lényege az, hogy adott egy szándék, amit meghatározott formában szeretnénk eljuttatni a kiválasztott hallgatósághoz (célcsoportokhoz).¹⁵⁸

A szerző szerint azonban vannak fontos kiindulási pontok, amelyek a következők:

- a befolyásolási kampányokat nem lehet véletlenszerű cselekvési formákra bízni;
- a kampányokban az üzenetek előre haladását, hatásait és a megfigyelhető változásokat a cél kontextusában kell vizsgálni;
- a kampányok olyan üzenetküldési sémákat tartalmaznak, amelyek tovább bonthatók és feloszthatók annak függvényében, hogy mennyi idő, milyen eszközök állnak rendelkezésre, és milyen cél érdekében kívánjuk azokat felhasználni.¹⁵⁹

Manheim szerint különbséget kell tenni az információs és a meggyőzési kampányok között, hiszen:

- míg az előbbi az információkra, addig az utóbbi a kapcsolatokra koncentrálnak;
- míg az előbbi a rábeszélés technikáját az érvekre, addig az utóbbi azt a nyomásgyakorlásra alapozza;
- és míg az előbbi az érdekek meghatározására, addig az utóbbi azok ki- és felhasználására törekszik.¹⁶⁰

Rózsa Tibor *A befolyásolás művészete* című cikkében az eszközhasználat és a befolyásolás kontextusában így fogalmaz: „Az eszközök kibővülésével ugyanakkor mit sem változott a cél, amely továbbra is a különböző célcsoportok percepcióinak, attitűdjének és magatartásának számunkra kedvező irányba történő befolyásolása. Ez persze a célközönség történelmének, kultúrájának, nyelvének és szimbólumrendszerének alapos ismeretét feltételezi. Ezek nélkül a ledobott röplap, a bejátszott videoklip vagy az út menti óriásplakát nem éri el a kívánt hatást. Sőt, akár az eredeti szándékkal ellentétes következményekkel is járhat, jelentős presztízsveszteséget okozva a készítőnek.”¹⁶¹

¹⁵⁸ Uo. 3. o.

¹⁵⁹ Uo. 20. o.

¹⁶⁰ Uo. 20. o.

¹⁶¹ Rózsa Tibor: A befolyásolás művészete, *Hadtudományi Szemle*, 2014. 7. évf. 2. sz. 44–53. o.

Porkoláb Imre a jövő hadviselését úgy vizionálja, hogy a látszólag egymástól külön hadszíntereken zajló, szinte összefüggés nélküli eseményekben „egy egységes elképzelés mentén, egyetlen cél érdekében alkalmazák a különböző rendeltetésű hadviselő csoportokat”¹⁶².

A hibrid hadviselés¹⁶³ szempontjait összevetve megállapítja, hogy: „A hibrid hadviselés kapcsán megfigyelhető a szemben álló felek azon fejlett képessége, amellyel az információs technológiák elterjedésének következtében a lakosságot befolyásolják, és egyre hatékonyabban alkalmaznak befolyásoláson alapuló műveleteket annak érdekében, hogy számukra kedvező irányba tereljék egy adott lakossági réteg gondolkodásmódját, hatást gyakoroljanak az információs hadszíntérre”¹⁶⁴.

4.5. A második világháborútól napjainkig

A két világháború között zajlott németországi eseményekben, de különösen Hitler hatalomra jutásában, majd a II. világháború kirobbanásában a propaganda központi szerephez jutott. Ennek teljes elemzésére a területi korlátok miatt most nem áll mód, de lényeges, hogy hét olyan elem mutatható ki, amely nem csak egyértelműen jellemezte a náci propagandát, de egyúttal segíthet annak felismerésében is:

1. besározás (ellenségkép kialakítása);
2. durva általánosítás;
3. átformálás/lekicsinyítés;
4. hamis bizonyítékok kreálása;
5. a propagandista a népi/nemzeti akarat megtestesítője/az átlagemberek képviselője;
6. egyoldalú tájékoztatás;
7. a „csorda-mentalitás” kiaknázása.¹⁶⁵

¹⁶² Porkoláb Imre: A hibrid hadviselés elleni stratégia. Honvédségi Szemle, 2015. 143. évf. 4. sz. 5. o.

¹⁶³ Álláspontom szerint a „hibrid hadviselés” értelmezési keretei és tartalma még mindig kiforratlannak tekinthetők, így azt, annak ellenére, hogy a 21. század egyes konfliktusait (például a Kelet-Ukrajnában 2014-ben kirobbant orosz–ukrán fegyveres összecsapásokat, illetve a Krím-félsziget orosz annektálását is) előszeretettel írják le ezzel a kifejezéssel, megfelelő óvatossággal kezeli, bár a befolyásolás és meggyőzés eszközeinek használata kétségtelenül nagy szerepet játszottak a fenti eseményekben.

¹⁶⁴ Porkoláb Imre: A hibrid hadviselés elleni stratégia. Honvédségi Szemle, 2015. 143. évf. 4. sz. 5. o.

¹⁶⁵ Garth S. JOVETT–Victoria O’DONELL: Propaganda & Persuasion, SAGE Publications Inc., Kindle Edition, London, 2019. p. 217.

Komoly szakmai hibát követnék el akkor, ha nem említeném meg, hogy a pszichológiai hadviselés és a szövetségesi propaganda „születésének” első időszaka ugyancsak a II. világháború időszakára, az ún. „Office of Strategic Services” (Stratégiai Szolgálatok Irodája) létrehozásának és működésének időszakára esik, ami 1942 és 1945 között fejtette ki stratégiai kommunikációs tevékenységét.¹⁶⁶

A második világhéget (1939–1945) követően, a hidegháborút az ún. „nukleáris” narratíva jellemezte, amely az amerikai és szovjet szembenállásban a végső katonai összecsapást és az elbukás lehetőségét vizionálta. Szinte minden létező kommunikációs módszerrel az ellenségkép megerősítésén, kialakításán és fenntartásán „fáradoztak” a szembenálló felek.

Jól példázza ezt a gondolkodást az ún. „Daisy” reklám, amely bár az 1964-es amerikai elnökválasztási kampányban szerepelt, mégis jól mutatja az akkoriban uralkodó hidegháborús retorika mindenhatóságát.¹⁶⁷ E sorok szerzője szerint a hidegháború az egyes meggyőzési és befolyásolási módszerek és eszközök „aranybányájának” tekinthető, azonban ezzel egy időben rá kell mutatnunk arra a tényre, hogy a fenti időszakban kialakult elrettentési stratégiák és módszerek napjainkban mára átalakításra/újragondolásra szorulnak, s ennek egyik fő bizonyítékát a kibertérben zajló események szolgáltatják, amelyekhez hozzá kell társítanunk a mesterséges intelligencia által jelentett kihívásokat, veszélyeket és fenyegetéseket is.

Ugyanakkor az említett időszakban zajló kisebb méretű (háborús küszöb alatti) összecsapások és az ún. helyi vagy kis háborúk¹⁶⁸ tapasztalatai rámutattak arra a tényre, hogy a háborús politikai célkitűzések a közvélemény folyamatos támogatása nélkül nem valósulhatnak meg. Ennek egyik példája a vietnámi háború¹⁶⁹, amelynek elvesztését gyakran a társadalmi támogatottság hiányában, illetve a háború menete során kialakult erőteljes hazai és nemzetközi tiltakozás számlájára írják.¹⁷⁰

¹⁶⁶ James P. FARWELL: *Persuasion and Power: The Art of Strategic Communication*. Georgetown University Press, Washington DC, 2012. p.7.

¹⁶⁷ Lásd: Famous „Daisy” Attack Ad from 1964 Presidential Election In: <https://www.youtube.com/watch?v=dDTBnsqxZ3k> (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)

¹⁶⁸ Ennek meghatározását lásd később.

¹⁶⁹ Lásd: 40 éve ért véget a vietnámi háború (szerző nélkül). In: http://mult-kor.hu/20130127_40_eve_ert_veget_a_vietnami_haboru (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)

¹⁷⁰ Andrew Z. KATZ.: *Public Opinion and Foreign Policy: The Nixon Administration and the Pursuit of Peace with Honor in Vietnam*, *Presidential Studies Quarterly*, 1997, Vol. 27, No. 3, p. 496–513.

Az 1989-es, „annus mirabilis”-nak is nevezett¹⁷¹ évet olyan időszak követte, amit sajátos útkeresés és a – korábban stabilnak vélt – biztonsági dimenziók (katonai, politikai, gazdasági, társadalmi, környezeti) hirtelen történő felcserélődése jellemzett, s amit addig ismeretlen, vagy kevésbé ismert – az ún. „antagonisztikus ellentét”¹⁷² miatt elnyomott vagy perifériára került – biztonsági kihívások, kockázatok és fenyegetések által írhatunk le.¹⁷³

Témánk szempontjából rendkívül fontos meg említeni az 1991. január 16. és 1991. február 28. között a Perzsa-öbölben zajló fegyveres konfliktust, amit közkeletű nevén „Öböl-háborúként” szoktunk hívni. Fontos megjegyezni, hogy a háborús konfliktusoktól gyakorta sújtott térségben nem ez volt az első nagy méretű fegyveres összecsapás, témánk szempontjából mégis különösen fontos hangsúlyozni nemcsak az iraki agresszió elleni jogi, majd katonai fellépés egyes kommunikációs elemeit, hanem kiemelni az ún. „CNN-effektust”, ami azt jelenti, hogy a történelem során első alkalommal volt alkalmunk élőben nyomon követni a Koalíciós Erők légicsapásait. Ezeket a képsorokat sokan úgy élték meg, mintha a háború „beköltözött volna” a saját nappalijukba (ez az ún. „CNN-effektus”). Ezen felül szót kell ejtenünk a háború első katonai „médiasztárjáról”, az amerikai Norman Schwarzkopf (1934–2012) tábornokról, aki folyamatosan tájékoztatta a médiát a legfontosabb katonai fejleményekről.

Az elmúlt negyed évszázad helyi háborúinak – hazai szempontból különösen hangsúlyozva az 1991–95 között zajlott délszláv háborúkat¹⁷⁴ – rendezésére tett nemzetközi erőfeszítések az ún. békeműveletek generációinak fejlődését idézték elő, amelynek egyik leglényegesebb tapasztalata és

¹⁷¹ A „Csodák éve” többször használt kifejezés a történelemben, a mi esetükben talán érdekes Jeszenszky Gézá, az Antall-kormány külügyminiszterét citálunk, aki az 1990. július 25-i nagyköveti értekezleten fogalmazott így. Lásd: Sáringer János (szerk.): *Iratok a magyar Külügyminisztérium történetéhez 1985–1993 I.* Balassi Kiadó, Budapest, 2014. 117. o.

¹⁷² A szó jelentése: kibékíthetetlen.

¹⁷³ „A kihívás a biztonság egyes összetevőire ható olyan helyzetek és állapotok összessége, amelyek a veszélyek legalacsonyabb megnyilvánulási szintjein jelentkeznek, és azok eredője általában hátrányosan befolyásolja a belső/külső stabilitást, valamint hatással lehetnek egy adott régió hatalmi viszonyaira.” In: Berkáné Danesch, Marianna – M. Szabó Miklós – Mező András (szerk.): *Katonai Terminológiai Értelmező Szótár*, HM Zrínyi Nonprofit Kft. – Zrínyi Kiadó, Budapest, 2015. 338. o. „A kockázat a bizonytalanság kifejezője, a biztonság egyes összetevőire ható olyan helyzetek és állapotok összessége, mely a veszélyek közepes megnyilvánulási szintjét jelenti, amely során a nemzeti érdekek sérülhetnek, veszteségek keletkezhetnek...” Uo. 348. o. „A fenyegetés a veszélyt kilátásba helyező v. kiváltó, kényszerítési törekvést kifejező magatartási forma, amely károsodást, hátrányt, veszteséget okozó képesség tényleges, vélt v. deklarált birtoklásán alapul...” Uo. 156. o.

¹⁷⁴ Lásd: A NATO beavatkozása hozta el a délszláv háború végét (szerző nélkül) In: <http://mult-kor.hu/a-nato-beavatkozasa-hozta-el-a-delszlav-haboru-veget-20150830> (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)

felismerése az, hogy a katonák jelenlétükkel is komplex kommunikációs jeleket sugároznak környezetük felé anélkül, hogy bármilyen szóbeli interakció zajlana.¹⁷⁵ A 2000-es évek közepére hazánkban is katonai szervezeti elemmé váló civil–katonai kapcsolatok témakörében kiemelt fontosságúvá vált az, hogy az egyes külföldi missziókban milyen módon lehet a helyiekkel megtalálni a közös hangot a sikeres együttműködés érdekében.¹⁷⁶ Napjaink háborúi látszólag sok eltérő jeget mutatnak a korábbi fegyveres összeütközésekhez képest, ugyanakkor bizonyos alapelvek, eljárási módok szinte változatlanok tekinthetők. Ezek közé tartozik a kommunikáció, amely nemcsak a saját erők, csapatok vezetését és irányítását hivatott biztosítani és elősegíteni, hanem az elmúlt évtizedekben egyre jelentősebb társadalomtudományi tartalmat is kapott.

A harctereken feladatukat ellátó katonáknak nemcsak az összeköttetés biztosítására, a megkívánt adatok továbbítására, fogadására, tárolására és az egyre nagyobb informatikai ismereteket megkövetelő eszközök használatára kell felkészülniük, hanem arra is, hogy akár pusztán jelenlétük révén milyen kommunikációs jeleket sugároznak környezetük felé. Ez utóbbi „passzív” elemek azonban nem nélkülözhetik azokat az „aktív” eljárásokat, amelyek az egyes háborúk céljainak, tartalmának hiteles és a közvélemény számára nagy jelentőségű tartalommal és vállaltan komoly befolyással bíró módon való bemutatására és átadására szolgálnak.

A polgári lakossággal – legyen az hazai vagy külföldi – való kapcsolattartás elmélete és gyakorlata mára már számos elemmel rendelkezik, de az új korszakokat nyitó háborúk esetében szinte mindig megfigyelhető a korábbi vonatkozó elvek és eljárások újragondolása, esetenként újak bevezetése és alkalmazása.

¹⁷⁵ Szabó László: A békefenntartás új értelmezése. Nemzet és biztonság, 2009. június, 39–54. o.

¹⁷⁶ Lásd: A Magyar Honvédség Civil-katonai Együttműködési és Lélektani Műveleti Központ honlapja. In: <https://honvedelem.hu/alakulat/mh-civil-katonai-egyuttmukodesi-es-lelektani-muveleti-kozpont.html> (A letöltés dátuma: 2021. március 17.) A Központ által kiadott kézikönyvek (például: Irak CIMIC-kézikönyve. In: <http://docplayer.hu/6076526-Irak-cimic-kezikonyve-masodik-atdolgozott-kiadas-magyar-honvedseg-civil-katonai-egyuttmukodesi-es-lelektani-muveleti-kozpont.html>) jelentős kommunikációs tartalommal bírnak.

5. Állam, biztonság, kommunikáció, stratégia és a háború¹⁷⁷

5.1. Az állam meghatározása

Az állam fogalmának, jellemzőinek meghatározásakor sokféle megközelítéssel találkozhatunk, amelyek közül tárgyalt témánk szempontjából talán az alábbiak tekinthetők a legjobb kiindulópontnak: „az állam olyan hatalmi intézmény, amely egy adott területen élő népesség felett szuverenitással rendelkezik”¹⁷⁸(...) „az állam olyan szervezet, mely a legális fizikai kényszeralkalmazás legitim monopóliumával bír”.¹⁷⁹

Az előbb említett fogalmi megközelítések kétségtelenül feltételeznek valamiféle „együvé tartozást”, amit társadalomként vagy akár csoportként is leírhatunk. Ezek mindegyikére találhatunk számos szociológiai és szociálpszichológiai példát vagy jellemzőt. Azonban ezek közül szembevetők és nagy jelentőséggel bírnak azok az eljárások, eszközök, amik az adott entitás által különösen fontosnak tartott különös, létfontosságú célok (pl. alkotmányos rend megőrzése, terület védelme, bizonyos erőforrások, természeti kincsek stb.) elérésére, azok megtartására vagy épp védelmére szolgálnak.¹⁸⁰

5.2. A biztonság meghatározása

A biztonság meghatározásakor azonban azt állapítják meg, hogy „bár a biztonságnek nincs általánosan elfogadott definíciója, azok a nemzetközi szervezetek, amelyeknek Magyarország tagja, a biztonság fogalmát valamennyien szélesen értelmezik, s megkülönböztetik a biztonság katonai, politikai, gazdasági, környezeti és társadalmi dimenzióját. A biztonság katonai dimenziójának alapkérdése az állam katonai biztonsága, a politikai dimenzió az állam stabilitása, az állam erőszak-monopóliumának biztosítása, a gazdasági dimenzió az gazdaságstabilitása, a környezeti dimenzió az környezet fenntarthatósága, a társadalmi dimenzió az a

¹⁷⁷ A fejezetet részben vagy egészben a szerző által írt alábbi publikáció átvétele képezi: Németh József Lajos: Stratégiai kommunikáció: fókuszban az állam és a haderő, Hadtudományi Szemle, 2021. május 01-jén még megjelenés alatt.

¹⁷⁸ Takács Péter: Az állam fogalma. In: Smuk Péter (szerk.): Alkotmányjog. I. Alkotmányos fogalmak és eljárások Universitas Győr, <http://real.mtak.hu/80661/2/Az%20%C3%A1llam%20fogalma%202014%20Gy%C5%91r%20.pdf> (A letöltés dátuma: 2021. január 22., 28.)

¹⁷⁹ Uo.

¹⁸⁰ Bryan C. TAYLOR – Hamilton BEAN (edited by): The Handbook of Communication and Security, Routledge, New York, 2019. p. 1.

társadalmi csoportok és az egyén biztonsága.”¹⁸¹ Ugyanitt állapítják meg az előbb hivatkozott műben, hogy: „A biztonság legáltalánosabban a veszély és fenyegetés hiányát, illetve a veszély és a fenyegetés elhárításának képességét jelenti.”¹⁸²

5.3. Az állam biztonságához kapcsolható legfontosabb kommunikációs kiindulási pontok és kérdések

A világszerte elismert brit történész Arnold Joseph Toynbee (1889–1975) is kifejti, hogy a történelem során az egyes államok külön rendszereket és erőfeszítéseket hoztak létre annak érdekében, hogy létezésük, működésük előnyeiket kik élvezhetik, és kik nem. Ennek egyértelműsítésében pedig a haderőnek fontos szerepe van.¹⁸³

Ennek egyik kiváló és magyar vonatkozású példája a mostari Öreg híd újjáépítésére tett erőfeszítésekben történő részvétel, amelynek pozitív üzenete különösebb magyarázatra nem szorul.¹⁸⁴

A fenti területek összekapcsolásával juthatunk el a kommunikáció egyes vonatkozó kérdéseihez:

1. Hogyan juttatja el (közli) az adott csoport/társadalom/állam mások és önmaga számára vitathatatlanul egyértelműen az adott entitás által különösen fontosnak tartott különös, létfontosságú célokat?
2. Melyek azok, amik történelmük, identitásuk és kultúrájuk szempontjából központi jelentőségűek?
3. Hogyan gondolkoznak arról és hogyan döntenek róla, hogy bizonyos jelenségek veszélyt jelentenek az említett célok vagy erőforrások biztonságára, életképességére vagy kizárólagosságára nézve?
4. Hogyan döntenek arról, hogy mikor, hol és milyen nyilvánvaló fenyegetések indokolják az adott védekezés alkalmazását?
5. Hogyan ismerik fel és értékelik az erőhasználat hatásait?¹⁸⁵

¹⁸¹ Kladek András – Kuti Ferenc (szerk.): Közigazgatási szakvizsga. Kül- és biztonságpolitikai ágazat. Jegyzet. NKE Szolgáltató Nonprofit Kft., Budapest, 2015. 115. o.

¹⁸² Uo.

¹⁸³ Arnold TOYNBEE: A study of history, Oxford University Press and Thames and Hudson Ltd. London, 1972. p. 288.

¹⁸⁴ Görög István – Padányi József: Az IFOR-SFOR Magyar Műszaki Kontingens 1996–2002. Budapest, Zrínyi Kiadó, 2005.

¹⁸⁵ Bryan C. TAYLOR – Hamilton BEAN (edited by): The Handbook of Communication and Security, Routledge, New York, 2019. p. 1–2.

Ha a fenti kérdéseket alaposan megvizsgálva elgondolkozunk, hogy házánk esetében milyen aktuális példákat tudnánk említeni, akkor jómagam kettőt is ide tudnék sorolni, az egyik a déli határzár, a másik pedig a *Zrínyi 2026* honvédelmi és haderő-fejlesztési program. Úgy vélem, hogy mindkettőt besorolható a stratégiai kommunikációba.

5.4. A stratégiai kommunikáció és a kis háborúk¹⁸⁶

Ismert és elfogadott tény, hogy a háborúk megvívásának egyik központi és kritikus kérdése a kommunikáció. Így volt ez vélhetően az emberek közötti első erőszakos összeütközéstől (és ehhez még a közös nyelv használata sem volt szükséges, elegendő volt az agresszív jelek felismerése és az azokra adott válasz) kezdve, napjaink kisebb vagy nagyobb, hagyományos vagy ettől eltérő háborújáig.

Napjaink hadtudományában és a katonai műveletek tervezésében, szervezésében, végrehajtásában és értékelésében ismertté és mindennaposá vált az olyan fogalmak használata, amelyek tárgya és tartalma az információk (jelek, adatok stb.) cseréjére, értelmezésére vagy azok kezelésére irányul. Ugyanakkor a háború kommunikációja és/vagy a háborús kommunikáció tartalmi és technikai értelemben véve is egyre bonyolultabbá vált az elmúlt évtizedekben (akár egy évszázadban). Igaz ez akkor is, ha tudjuk, hogy a haditechnikában komoly változások – sokszor robbanásszerű fejlődés – történtek, de ezekről függetlenül a vonatkozó parancsnoki, ellenőrzési és kommunikációs eljárások évszázadokig (a lőpor európai alkalmazásától a 19. század elejéig, derekáig) nem, vagy csak alig változtak. Ilyen például az adott hadszíntéren vagy csatatéren az információk átadásának módja, legyen az szóbeli (itt ne csak annak tartalmára, hanem annak erősségére – lásd „ordítás” – is gondoljunk), hallásbeli (lásd: trombiták, dobok stb.) vagy vizuális (szín-, forma-, fényjelek stb.).

Az információk átadásának hatékonysága – a teljesség igénye nélkül – az alkalmazók felkészültségétől, tapasztalatától, a földrajzi távolságoktól, az egyes harcoló alakulatok együttműködő készségétől és képességétől, de akár magától a parancsnoktól (hadvezértől) is jelentős mértékben függött.¹⁸⁷

A 19. század közepétől a hadviselés két lényeges összetevője, a szállítás (szállítmányozás) és a kommunikáció tört előre, és „kéz a kézben” haladt, ugyanis a vasútvonalak fejlesztése egyúttal a telegráf tömeges elterjedését

¹⁸⁶ Az 5.4. fejezetet részben vagy egészben a szerző által írt alábbi publikáció átvétele képezi: Németh József Lajos: A (stratégiai) kommunikáció és a háború kapcsolata napjaikban. *Hadtudomány*. 2013./1-2. sz. 129–139. o., 11 o.

¹⁸⁷ Charles TOWNSHEND (edited by): *The Oxford Illustrated History of Modern War*. Oxford University Press, Oxford–New York, 1997. p. 180.

is eredményezte. Nem szabad elfeledkeznünk ugyanakkor az említett évszázadban bekövetkező szabványosításról sem, amely nemcsak a haditechnikai eszközök (pontosabban alkatrészeik) tömegtermelésére volt jelentős hatással, hanem egyes háborúk kimenetelét is komoly mértékben befolyásolta (lásd: amerikai polgárháború). Ettől az időszaktól kezdett markánsan megváltozni a hadviselő felek mérete, a rendelkezésre álló erőforrásaik és idővel az általuk alkalmazott harcmodor, ahogy a háborúk kiterjedése és tartalma is különbözővé vált.¹⁸⁸

A témaválasztás szempontjából különösen fontos a „nagy háború” és „kis háború” szétválasztása, ugyanis a terrorizmus elleni fellépés során ez utóbbi került a kommunikációs erőfeszítések gyújtópontjába. A háború „negyedik generációját” vizsgáló teoretikusok a „kis háborút” – sok más hasonló értelmű kifejezéssel egyetemben – a felkelésellenes műveletekkel (counterinsurgency – COIN), illetve az aszimmetrikus hadviseléssel (asymmetric warfare) azonosítják.¹⁸⁹ E háborúk szereplői – azaz a nagy méretű reguláris haderő és a többnyire kis méretű irreguláris csoportok – közötti cselekményekre koncentrálnak érdekes változások figyelhetők meg a kommunikációs, de különösen tele- és infokommunikációs eszközök és rendszerek szerepének megváltozásában.

5.4.1. Célpontból platform

A telekommunikációs eszközök fejlődésének további részletes ismertetésére – tárgyi és terjedelmi korlátok okán – nincs mód. Egyszerűen kimutatható és könnyen belátható azonban az, hogy ezen eszközök kiépítésére és használatára viszonylag sokáig (sőt gyakran manapság is) csak az államok, így a nagy méretű, reguláris erők voltak képesek. Ebből, valamint ezek fizikai méretéből és elhelyezkedéséből adódott az, hogy az irreguláris erők *célpontként* tekintettek rájuk, és minden lehetőséget megragadtak arra, hogy a kiépített – immár elektronikus – telegráf-vonalakat megsemmisítsék, azok működését megakadályozzák.¹⁹⁰

¹⁸⁸ A szerző természetesen tisztában van azzal a ténnyel, hogy a hadtörténelem számos példával szolgál egymással sem képességeiben, sem az alkalmazott harcéljárások tekintetében össze nem hasonlítható, azaz aszimmetrikus erők közötti összeütközésekkel, de a publikáció tárgya és tartalma miatt csak felületesen érintheti ezt a tényt.

¹⁸⁹ Kiss Álmos Péter: A negyedik generációs konfliktusok jellemzői és tapasztalatai. Zrínyi Miklós Nemzetvédelmi Egyetem, Hadtudományi Doktori Iskola, PhD-értekezés, Budapest, 2011. 10. o.

¹⁹⁰ Például a 19. század második felében az észak-amerikai földrészen előszeretettel alkalmazták ezt az eljárást az indiánok, de ide sorolhatjuk a macedónok cselekményeit is a törökök ellen, a 20. század elején.

Az első világháborúban és aztán a második világháborúban is – jóllehet ezekben nagy méretű reguláris erők álltak egymással szemben – a kiépített kommunikációs eszközök kölcsönös megsemmisítésre tett kísérletek állandósultak. Különösen a két világháború között bekövetkező technikai fejlődés, a kommunikációs eszközök megnövekedett direkt és indirekt védelme, a híradás eszközeinek (különösen a rádió) megjelenése a polgári szolgáltató szektorban, valamint a kialakult háborús propaganda tette aztán azt lehetővé, hogy a kommunikációt *fegyverként*, azaz politikai céljaik elérése érdekében az erőszakot – sokkoló módon – közvetítő eszközként használják a szemben álló felek.

A 2001. szeptember 11-ei, az Amerikai Egyesült Államokban történt összehangolt terrortámadások környékeltsége nemcsak a felderítés és hírszerzés egyes területein meglévő hiányosságokra mutattak rá; hanem arra is, hogy a korábbi időszakban alkalmazott kommunikációs-befolyásolási eljárások és technológiák már nem, vagy alig működtek.¹⁹¹ Ennek egyik látványos példája a Szabad Európa Rádió, amely 1989-től kezdve jelentősen csökkentette közép-európai jelenlétét, s ez igaz volt a más geopolitikai régiókban működő „testvérrádiókra” is.¹⁹² Ugyanakkor, az említett események kapcsán Kiss J. László a „*terrorizmus és a média szimbiózisára*” mutat rá az események újragondolását taglaló publikációjában.¹⁹³

A támadásokat követő terrorizmus elleni küzdelemben¹⁹⁴ a katonai műveleteken kívül – amelyeknek jelentős részét már felkelésellenes műveleteknek (COIN – Counterinsurgency) nevezünk – egyre jelentősebbé váltak azok az eljárások, amelyek az adott lakosság „szívének és szellemének (lelkének) megnyerésére” irányultak (Erről bővebben lásd az 5.1.3-as alfejezetet!).¹⁹⁵

¹⁹¹ Lásd: Németh József Lajos: 2001. szeptember 11. – Egy vizsgálat anatómiája, Hadtudomány, 2006/3. sz. In: https://www.mhht.eu/hadtudomany/2006/3/2006_3_9.html (A letöltés dátuma: 2021. május 29.)

¹⁹² Vajda Barnabás: Egy szabad hang Kelet-Európában: A Szabad Európa Rádió tevékenységéről a hidegháború alatt. Nap Kiadó, Dunaszerdahely, 2011. 277–281. o.

¹⁹³ Kiss J. László: 9/11 újragondolása – a változás percepciója vagy a percepció megváltozása? Nemzet és biztonság, 2011. szeptember. In: http://www.nemzetesbiztonsag.hu/cikkek/kiss_j_laszlo-9_11_ujragondolasa_a_valtozas_percepcioja_vagy_a_percepcio_megvaltozasa.pdf (A letöltés dátuma: 2016. április 14.)

¹⁹⁴ Eltérő narratíva fedezhető fel az amerikai „Global War on Terror” (A terror elleni globális háború) és az európai „Fight Against Terrorism” (Harc a terrorizmus ellen) kifejezések fenomenológiai és szemiotikai megközelítésében.

¹⁹⁵ „Winning hearts and minds.” A kifejezésből kiérezhető az erőteljes katonai konnotáció, amely véleményem szerint nem túl szerencsés egy olyan területen, ahol a katonai jelenlét nagyon jelentős.

Counterinsurgency, FM 3-24, *MCWP 3-33.5 Headquarters, Department of the Army, Washington, DC, 15 December 2006 In: https://www.marines.mil/Portals/1/MCWP%203-33.5_Part1.pdf (A letöltés dátuma: 2021. május 29.)

A fenti nagyon rövid – és szinte csak a csomópontokra történő – áttekin-
tés nem lehet teljes anélkül, hogy ne tegyünk említést arról, hogy:

- az 1990-es év elejétől zajlott háborúkban – például az 1990–91-es Öböl-
háború – a kommunikációs, információs és precíziós technológiák haszná-
latával egyes szakértők szerint forradalom zajlott a hadviselésben (RMA
– Revolution in Military Affairs), s ezek permutációit sorolták be például
a hálózatközpontú hadviselés, vagy a hatásalapú műveletek sorába,¹⁹⁶
- az elmúlt években előtérbe került az ún. negyedik generációs hadviselés
elmélete, amelynek mezsgyéjén a szakértők már az ötödik generáció
kapcsán azt vizionálják, hogy a jövőben olyan stratégiai változások tör-
ténnek, amelyekben „...*az információs műveletekkel támogatott kato-
nai hadjáratok helyét stratégiai kommunikációs kampányok veszik át,
melyeket gerilla és terrorista támadások egészítenek ki*”;¹⁹⁷
- az elmúlt évszázadokban, de különösen az elmúlt évtizedekben, a tele-
és infokommunikációs eszközök fejlődését tanulmányozva a „*célpont-
fegyver–platform*” jelleg párhuzamosan jelenik meg napjaikban,¹⁹⁸
- a nemzetközi kapcsolatok egyes szereplői – köztük különösen az Iszlám
Állam elnevezésű terrorszervezet¹⁹⁹, de akár Oroszország is – előszere-
tettel használják az ún. „hibrid médiában”²⁰⁰ rejlő lehetőségeket straté-
giai célkitűzéseik elérésére;

¹⁹⁶ H. R. MCMASTER: On War: Lessons to be Learned, Survival, 2008, February–March
pp. 19–20.

¹⁹⁷ Somkuti Bálint: A negyedik generációs hadviselés – az érdekérvényesítés új lehe-
tőségei. Doktori (PhD-) értekezés, Nemzeti Közszolgálati Egyetem, Hadtudományi és
Honvédtisztisképző Kar, Hadtudományi Doktori Iskola, 2012. 90. o.

¹⁹⁸ Thomas RID: Small Wars and Telecommunication. In: The Ashgate Research Companion
to Modern Warfare, Ashgate, United Kingdom, 2010. p. 446–447. idézi: Németh József
Lajos: A (stratégiai) kommunikáció és a háború kapcsolata napjainkban, Hadtudomány,
2013/1-2. sz. 130. o.

¹⁹⁹ A terrorszervezet az elmúlt években többször változtatta elnevezését, amelynek egyik
oka a politikai „brandépítésben” keresendő, másrészt jelentős propaganda célokat is szol-
gál.

Lásd: Aaron Y. ZELIN: The War between ISIS and al-Qaeda for Supremacy of the Global
Jihadist Movement, Research Notes, The Washington Institute for Near East Policy, 2014,
No. 20, June. In: [https://www.washingtoninstitute.org/media/2714?disposition=attach-
mentv](https://www.washingtoninstitute.org/media/2714?disposition=attach-
mentv) (A letöltés dátuma: 2021. január 10.)

²⁰⁰ A hibrid médiát nemzetközi és hazai szakértők a késő modernitás időszakához kötik,
amelyben annak médiakörnyezetét (az adott időszakban meghatározó médiumok összessé-
gét) „a modern és posztmodern médiától elkülönülő, attól eltérő jellegzetességek mentén
leírható jelenségként kezelik”. In: Myat Kornél: Médiaelméletek és a késő modern mé-
diakörnyezet, Média kutató, 2010. nyár. In: [http://www.mediakutato.hu/cikk/2010_02_
nyar/04_mediaelmelet](http://www.mediakutato.hu/cikk/2010_02_
nyar/04_mediaelmelet) (A letöltés dátuma: 2021. január 14.)

- az adott helységben, szűk harcászati területen mozgó (járőrtevékenységet folytató) kis létszámú alegységek (pár, raj, szakasz) komoly stratégiai hatást tudnak kiváltani az ún. „stratégiai tizedes”²⁰¹ jelenségének felismerésével;²⁰²
- a média modernista, posztmodernista – és az azokat mintegy ötvöző – késő modernista szemlélete nagyban segíti a témában való eligazodást²⁰³.

A hadviselésben bekövetkezett változásokra adott válaszok egyikének tekinthető az ún. stratégiai kommunikáció is, amelynek felértékelődése a 2001-es terrortámadásoktól számítható.

5.4.2. Kis háborúk

A „kis háborúk” megközelítésekor érdemes hangsúlyoznunk, hogy azok elméleti kibontakozása az 1930-as évekre tehető, ugyanis ekkorra már az amerikai tengerészgyalogság számos tapasztalatot gyűjtött az egyes – napjaikban használatos szakkifejezéssel élve: – ún. „alacsony intenzitású konfliktusokban”.²⁰⁴ Az 1940-ben meghatározott definíciót tanulmányozva, akkoriban a kis háború olyan átfogó műveleteket jelentett, amelyben a katonai erőt diplomáciai nyomással együtt alkalmazták

- egy adott állam instabil, nem megfelelően működő kormányzata ellen;
- különösen akkor, amikor az nem tudta biztosítani az emberek védelmét;
- valamint nem felelt meg az amerikai külpolitikai érdekeknek.²⁰⁵

²⁰¹ Az olvasónak könnyen az lehet az érzése, hogy a szerző A tizedes meg többiek című, Sinkovits Imre főszereplésével 1965-ben készült fekete–fehér, a II. világháborúban játszódó magyar vígjátékra gondol, de ez nem így van. Bár a modern „stratégiai tizedes” megközelítésnek nincs köze a filmhez, azonban végigtekintve a főszereplő kalandjain, mégis találhatunk hasonlóságokat a helyi szituációk és a jóval magasabb szintű események viszonyában.

²⁰² Resperger István – Kiss Álmos Péter – Somkuti Bálint: Gerillaharc a betondzsungelben, Hadtudomány online, 2013. 1. elektronikus szám, 17. o. In: http://mhtt.eu/hadtudomany/2013/2013_elektronikus/2013_e_Resperger_Kiss_Somkuti.pdf (A letöltés dátuma: 2021. január 14.)

²⁰³ Császi Lajos: Médiakutatás a kulturális fordulat után, Médiakutató, 2008. ősz. In: http://mediakutato.hu/cikk/2008_03_ozs/07_mediakutatas_forradalom/?q=cs%E1szi+lajos#császi+lajos (A letöltés dátuma: 2021. január 14.)

²⁰⁴ Department of the Navy: Fleet Marine Force Reference Publication, FMFRP 12-15, Small Wars Manual, Headquarters United States Marine Corps, Washington, D.C. 20380-0001, 22 December 1990, p. 2.

²⁰⁵ Uo. 28. o.

Az elmúlt évtizedek tapasztalatai alapján a fenti megközelítés több elemmel gazdagodott, és napjainkban már olyan fogalmakkal kell összekötnünk, mint a „nem háborús katonai műveletek” (military operations other than war), amelyekben immár az állami hatalomgyakorlás diplomáciai, katonai, információs és gazdasági eszközei is megjelennek.²⁰⁶

Véleményem szerint a „kis háború” értelmezésekor tehát nem a műveletek földrajzi és/vagy méretbeli állapotára (kiterjedésére) kell gondolnunk, hanem arra, hogy abban a katonai műveletek milyen célok érdekében és milyen jellegű alkalmazásban jelennek meg más, fent már említett hatalomgyakorlási eszközökkel átfogó módon kombinálva.²⁰⁷ A célok napjainkban a békeműveletekhez (azokon belül is a békekikényszerítéshez és a béketeremtéshez) csakúgy köthetők, mint a felkelés elleni műveletekhez, de meg kell említenünk a nemzetközi terrorizmus elleni küzdelem egyes eseményeit is. A hidegháború lezárását (1989–1991) követően a kis háborúk példái közé az 1993-as szomáliai eseményeket, az 1991–1995 közötti délszláv háborúk egyes történéseit, a 2001-ben Afganisztánban, majd a 2003-ban Irakban a hagyományos katonai műveletek lezárása után kezdődött és részben napjainkig is tartó műveleteket, valamint az Iszlám Állam nevű terrorszervezet elleni fellépést sorolhatjuk.²⁰⁸

²⁰⁶ Allen S. FORD: The Small War Manual and marine Corps Military Operations Other Than War Doctrine, thesis, B.A. Auburn University, Auburn, Alabama, 1989, p. 7. In: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.451.7693&rep=rep1&type=pdf> (A letöltés dátuma: 2021. május 31.)

²⁰⁷ A háború méretét, amely hadműveleti–harcászati fogalom, így határozhatjuk meg: „A háború politikai tartalmának és erőszakjellegének sajátos kifejezése. Megj.: a háború méretét elsősorban a fegyveres küzdelem kiterjedtsége határozza meg. Ez utóbbi egyrészt a háborúban részt vevő politikai erők céljaitól és nagyságától, másrészt az alkalmazott haditechnikai eszközök és a fegyveres erők fejlettségétől függ. Így, lehet általános (koalíciós) világháború, amelyben részt vehetnek egy v. néhány kontinens államai, valamint helyi (lokális) háború, melyben kettő v. néhány állam (kisebb államsoport) vehet részt.”

In: Berkáné Danesch, Marianna – M. Szabó Miklós – Mező András (szerk.): Katonai Terminológiai Értelmező Szótár, HM Zrínyi Nonprofit Kft. – Zrínyi Kiadó, Budapest, 2015. 173. o.

²⁰⁸ A könyvben nem vizsgálom a világban zajlott más kis háborúk tanulságait, jól lehet ezek jelentősége vitathatatlan. A teljesség nélkül ide sorolhatók: a csecsenföldi háborúk (1994–1996, illetve 1999–2000), a 2008-as orosz–grúz háború, a 2015–16-os kelet-ukrajnai katonai műveletek, de akár a Krím Oroszország által 2014-ben történt preemtív annektálása is.

6. A stratégiai kommunikáció jellemzői – katonai megközelítésben

6.1. A stratégiai kommunikáció a gyakorlatban

A stratégiai kommunikáció előzményeihez látszólag számos cselekmény sorolható, de viszonylag kevés olyat tudunk felsorolni, amikor annak szinte minden egyes elemét tudatosan alkalmazták. Jelen könyv keretei nem teszik lehetővé azt, hogy minden lehetséges példát ismertessek, azonban szükségét láttam két példa bemutatásának, amelyekben a folyamatjelleg ugyanúgy érvényesül, mint a stratégiai kommunikáció lehetséges kereteinek és eszközeinek megjelenése.

Így esett az egyik választásom az amerikai (hadi)tengerészetre, amely plasztikus és könnyen érthető példa bemutatását teszi lehetővé.

A másik példa a NATO afganisztáni katonai segítségnyújtási missziója (International Security Assistance Force – ISAF), amely a szervezet történetének eddigi legnagyobb műveleteként 2003–2014 között zajlott.²⁰⁹

6.1.1. Amikor az acél beszél

Érdekes adalék – és azóta számos alkalommal gyakorolt eseménnyé vált –, hogy az elmúlt évtizedekben, de akár napjainkban is az egyes haditengerészeti csoportosítások (különösen a repülőgép-hordozóké) alkalmazása nem csak az „acél beszél” üzenetét hordozza, hanem markáns politikai jelzést (s ezzel már az elrettentés témáját is érintjük kissé) is jelent a világ bármely táján, s egyúttal rámutat az üzenetek kombinációs lehetőségeire is (a 8. számú kép bal oldali fotó, amelynek felirata „90000 tons of diplomacy”, azaz „90000 tonna diplomácia”).

A fenti sorozatba kiválóan illeszkedik az amerikai „Mercy” kórházhajó (a 8. számú kép jobb oldalán) tevékenysége 2004–2006 között, a dél-kelet ázsiai vizeken. A hajó küldetése az *Operation Unified Assistance* elnevezésű művelet keretében a 2004-es cunami sérültjeinek ellátása volt. A misszió alatt a mintegy 700 fős nemzetközi személyzet 30 millió dollárnyi értékben nyújtott anyagi és emberi segítséget, amelynek során 200 000 bajba jutott emberen segítettek.²¹⁰ A fenti folyamatok üzeneteinek összehangolása és

²⁰⁹ Lásd: ISAF’s mission in Afghanistan (2001–2014) (Archived). In: http://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_69366.htm (A letöltés dátuma: 2016. április 10.)

²¹⁰ James G. STAVRIDIS: Strategic Communication and National Security. Joint Force Quarterly, 2007/III, In: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a575204.pdf> (A letöltés dátuma: 2021. május 01.)

kommunikációja érdekében a fedélzeten dedikált szakemberek dolgoztak, ami azt jelenti, hogy a felkészülés és az alkalmazás tervezett módon és tudatosan zajlott.



8. számú kép: A stratégiai kommunikáció két haditengerészeti példája²¹¹
(A fotókat egybeszerkesztette: Németh József Lajos)

6.1.2. „Megismertük az ellenséget: s az nem más, mint mi, magunk...”²¹²

E sorok írásakor már tudjuk, hogy a 2020-as amerikai elnökválasztás győztese, Joe Biden úgy döntött, hogy 2021. szeptember 11-ig kivonja katonai erőit Afganisztánból.²¹³ E sorok szerzője nem tekinti feladatának, hogy értékelje az amerikai katonai műveleteket, azonban biztos abban, hogy a stratégiai kommunikáció szempontjából azok számos tanulsággal szolgálnak, mi sem bizonyítja ezt jobban, mint például a NATO ISAF (NATO International Security Assistance Force – Nemzetközi Biztonsági Közreműködő Erő) elnevezésű misszója, ami 2001–2014 között zajlott.²¹⁴

²¹¹ A képek forrásai: <https://i.pinimg.com/originals/40/46/b3/4046b37468e85f0e9d92f3d82d7ead6d.jpg> (A letöltés dátuma: 2021. május 01.), illetve: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/58/US_Navy_050112-N-8157C-084_he_Military_Sealift_Command_%28MSC%29_hospital_ship_USNS_Mercy_%28T-AH_19%29_moored_in_Pearl_Harbor_for_a_brief_port_visit.jpg (A letöltés dátuma: 2021. május 01.)

²¹² A fenti kifejezés angolul: „We have met the enemy, and he is us...” A mondatot több helyen is használták a történelemben, ezek közül a vietnami háborút érdemes említenünk, amely közvetlenül is kapcsolódik témánkhoz. Érdemes felidézni a Szakas (Platoon) című filmet, amelynek záró jelentésben elhangzik a fenti mondat. Lásd: Platoon ending scene - Chris Taylor's speech, <https://www.youtube.com/watch?v=p25bS4VXYq8> (A letöltés dátuma: 2021. május 01.)

²¹³ Biden will Withdraw all U.S. Forces from Afghanistan by Sept. 11, 2021 (szerző nélkül), The Washington Post online. In: https://www.washingtonpost.com/national-security/biden-us-troop-withdrawal-afghanistan/2021/04/13/918c3cae-9beb-11eb-8a83-3bc1fa69c2e8_story.html (A letöltés dátuma: 2021. május 11.)

²¹⁴ Lásd: ISAF's Mission in Afghanistan (2001–2014) (Archived) ; (Szerző nélkül). In: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_69366.htm (A letöltés dátuma: 2021. május 11.)

A NATO ISAF több tekintetben is a „legek missziója” a szervezet történetében, hiszen rendelkezésre annak 11 éve alatt mintegy 1 millió NATO személyzet (katona és civil), több ezer beszállító, csaknem 1 trillió amerikai dollár értékben tevékenykedett.²¹⁵ A fenti időszakban 29 állam részéről 3500 fő vesztette életét, és több tízezerre tehető a sebesültek száma.²¹⁶

A NATO Stratégiai Kommunikáció Kiválósági Központja (NATO STRATCOMM COED) által 2016 áprilisában kiadott – az alfejezet címével megegyező – 419 oldalas könyv részletesen tárgyalja a művelet legfontosabb tapasztalatait a stratégiai kommunikáció szempontjából.²¹⁷

A számos interjút, adatot tartalmazó kiadvány legfontosabb megállapításai:

- a NATO nem volt felkészülve az ISAF jelentette kommunikációs kihívásokra, de az évek alatt sikerrel fejlesztette annak elméleti és gyakorlati összetevőit;
- a misszió során két fő kampányt kellett megvalósítani: az egyikben a hazai (küldő ország), míg a másikban a helyi támogatást kellett elérni, fenntartani és fejleszteni;
- stratégiai sikerként értékelhető, hogy a politikai–katonai gravitációs központ szempontjából a Szövetség fent tudta tartani kohézióját, a szolidaritást és a hitelességet;
- kiderült az is, hogy a stratégiai kommunikáció nem tudja megváltoztatni a rossz politikai megközelítést és/vagy a rosszul végrehajtott műveleteket;
- a kritikák ellenére, ott, ahol a fentiek jól működtek, kimutatható a stratégiai kommunikáció sikere;
- rendkívül fontosak a világos irányelvek, amelyekben – optimális esetben – a gondolkodásmód egy folyamatjellegű képességként jelenik meg;
- a végrehajtandó feladatokban komoly gondot jelentett a képzett és tapasztalt szakemberek hiánya.²¹⁸

²¹⁵ Brett BOUDREAU (Edited by: Rita LEPAGE–Linda CURIKA): “We have met the enemy and he is us” An analysis of NATO strategic communications: the International Security Assistance Force (ISAF) in Afghanistan, 2003–2014., NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2016. p. 7. In: https://www.academia.edu/24109411/We_have_met_the_enemy_and_he_is_us_ISAF_Strategic_Communications (A letöltés dátuma: 2021. május 01.)

²¹⁶ Uo.

²¹⁷ Uo.

²¹⁸ Uo. 40-67. o.

A jövőre vonatkozó javaslatokat az alábbiakban foglalták össze:

- professzionalizálni kell a vonatkozó erőket, s azokat szükségszerű beemlíteni a szervezet védelmi tervezési folyamataiba;
- a doktrinális kérdéseket holisztikus megközelítés²¹⁹ alapján kell pontosítani;
- kommunikációs hidakat kell építeni az műveletekben résztvevő csoportok között (lásd: az információs és pszichológiai műveletekben tevékenykedőket);
- növelni kell a globális hatásra vonatkozó erőfeszítéseket;
- az egyes kommunikációs csoportok – különösen a katonai törzsből – működjenek együtt;
- az információk megosztását jobbra kell tenni;
- az irányelveknek minden cselekményre (műveletre) ki kell terjedniük;
- a válságreagáló eszközöket frissíteni kell;
- el kell mélyíteni a külső kapcsolatokat;
- ki kell alakítani egy kimondottan felkelés elleni stratégiai képességet.²²⁰

Rendkívül markánsnak tekinthető az, hogy milyen változások következtek be a kommunikációban a NATO 1996-ban lezárult balkáni misszióját és az ISAF 2014-es befejezését megvizsgálva. Az előbbi a hazánk számára is rendkívül fontos NATO IFOR (NATO Implementation Force) misszió volt, amelynek célja az 1995 novemberében elfogadott daytoni szerződésben rögzített béke és stabilitási erőfeszítések kezdeti elemeinek végrehajtása volt. Ennek során Magyarország a „NATO erők átvonulását biztosította és befogadó nemzeti támogatást nyújtott”.²²¹ Ezek jellemzőit az alábbi táblázatban foglalhatjuk össze:

SZEMPONTOK	NATO BALKÁNI MISSZIÓ (1996. december)	NATO az ISAF lezárásakor (2014. december)
Résztvevők	16 nemzet, néhány partner (csekély elkötelezettség)	28 nemzet (19 taggal 2002-ben) 41 partner (köztük sokan valódi elkötelezettséggel)

²¹⁹ Az adott rendszer egészét alapul vevő megközelítés.

²²⁰ Brett BOUDREAU (Edited by: Rita LEPAGE – Linda CURIKA): “We have met the enemy and he is us” An analysis of NATO strategic communications: the International Security Assistance Force (ISAF) in Afghanistan, 2003–2014., NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2016. p. 40–67. In: https://www.academia.edu/24109411/We_have_met_the_enemy_and_he_is_us_ISAF_Strategic_Communications (A letöltés dátuma: 2021. május 01.)

²²¹ Szenes Zoltán: Koncepcióváltás a magyar békefenntartásban? Nemzet és biztonság, 2008. április, 67. o.

SZEMPONTOK	NATO BALKÁNI MISSZIÓ (1996. december)	NATO az ISAF lezárásakor (2014. december)
Ahol zajlik	felelősségi területen belüli művelet	nagy méretű műveletek Európában és három másik kontinensen
A figyelem forrása	nyugat-európai és észak-amerikai figyelem irányul a térségre	globális figyelem irányul a térségre
Az ellenség információs kampánya	az ellenségek hatástalan információs kampánnyal rendelkeztek (I. Husszein, II. Husszein, Milosevic, Kadhafi)	az ellenségek kifinomult információs kampánnyal rendelkeztek (Talibán, Oroszország, Daesh/ISIS)
A hadszíntér és az információs kampány egymáshoz való elhelyezkedése	a hadszíntér az információs műveletek szívében helyezkedik el	a NATO stratégiai központja kulcsfontosságú az információs kampányhoz
A média szerepe	a média szerepe arról szól, hogyan lehet az információt eljuttatni az általában vett közösséghez	a média csupán az egyik szereplő azon csatornák közül, amelyek által az információk eljuttathatók az általában vett közösséghez
A hatás jellege	nincs közvetlen hatás az elérni kívánt fogadó félhez	lehetséges a közvetlen kommunikáció a kiválasztott hallgatósághoz
Visszajelzések	nincsenek eszközök a visszajelzések fogadásához az elérni kívánt hallgatóságtól	a probléma az, hogy lehet kezelni a hatalmas mennyiségű visszajelzést
A médiakapcsolatok	csekély médiakapcsolat a katonai erőkkel a műveletekről	robustus média programok
Amatőr riporterek	az amatőr riporterek nem jelentősek tevékenységükben	a hadszíntéren mindenki képes riporterségre
Közösségi média leképezése	közösségi média = barátságos újságírók	a közösségi média harcászati, hadműveleti és stratégiai alkalmazásokkal rendelkezik
A médiamunkások	a TV-stábok négy főből állnak (riporter, kameraman, hangosító, producer)	TV/kiadó/rádió/web: 1 fő
Képi anyagok kezelése/terjesztése	a katonai képi anyagokat döntően profik kezelik/terjesztik	minden egyén, minden egységben képes képi anyagot készíteni és elküldeni azt bárhová

3. számú táblázat: A NATO balkáni és afganisztáni misszióknak
összevetése kommunikációs szempontok alapján²²²

²²² A táblázat forrása: Brett BOUDREAU (Edited by: Rita LEPAGE – Linda CURIKA): “We have met the enemy and he is us” An analysis of NATO strategic communications: the International Security Assistance Force (ISAF) in Afghanistan, 2003–2014., NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2016 p. 79. In: https://www.academia.edu/24109411/We_have_met_the_enemy_and_he_is_us_ISAF_Strategic_Communications (A letöltés dátuma: 2021. május 01. Fordította és kiegészítette: Németh József Lajos)

Véleményem szerint a fenti összevetés alapján párhuzam vonható az elmúlt tizenöt évben az infokommunikációs eszközök területén bekövetkezett robbanásszerű változásokkal.

6.1.3. A „Winning hearts and minds” koncepciója

A „Winning hearts and minds” (magyarul a szívek és a lelkek megnyerése) koncepciójával azért foglalkozom külön, mert az az elmúlt évtizedek kis háborúiban, mint az ellenfél meggyőzésének és befolyásolásának egyik eljárás módja, jelentős szerephez jutott. Mielőtt ennek részleteibe bocsátkoznék, máris egy nem lebecsülendő jelentéstani problémára hívom fel a figyelmet, ugyanis az angol „winning” szó – különösen a felkelők vagy ellenállók szemszögéből – könnyen konnotálható (felruházható) negatív érzelmi és értelmi töltettel; hiszen míg a nyugati országok elnyerést/megnyerést értenek alatta, addig az úgymond nyugatellenes csoportok a kifejezést inkább úgy értelmezik, hogy az inkább *az ő lelki és szellemi legyőzésükre/megtörésükre* irányul. A jelentéstani problémát tovább bonyolíthatják bizonyos tartalmi, módszertani elemek, amelyekre az amerikai Tufts Egyetem szakértői hívták fel a figyelmet az afganisztáni segélyezési és biztonsági problémák viszonyában.²²³ A koncepció történelmi megközelítésben már az Amerikai Egyesült Államok területén és egyes történelmi fordulópontjain is tetten érhető, de alkalmazása leginkább a hidegháborús ideológiai szembenállására datálható. A 21. században a koncepció Irak 2003-as amerikai megszállása utáni időszakban erősödött fel, és azt a 2001-ben kezdődött afganisztáni műveletekben is alkalmazták. Álláspontom szerint eredményessége, sikere nehezen mérhető, azonban, ha már a korábbi fejezet során Zrínyi Miklós stratégiai kommunikációját tárgyaltuk, azt gondolom, hogy amennyiben a helyi népe sséggel a békés együttműködés elérhető, akkor az már egy jól minősíthető hatásként fogadható el.

6.1.4. A drónok alkalmazása

Tárgyalt témánkat illetően talán meglepő lehet, hogy a drónoknak – azaz a személyzet nélküli repülő eszközöknek (angolul: UAV – Unmanned Aerial Vehicle) – vajon mi közük lehet a stratégiai kommunikációhoz, hiszen annak alkalmazása napjainkra szinte megszokottá vált a hadszíntereken és harctereken. Ezen eszközök katonai jellegű alkalmazása és

²²³ Paul FISHSTEIN – Andrew WILDER: *Winning Hearts and Minds? Examining the Relationship between Aid and Security in Afghanistan.* (Reports) Feinstein International Center, Tufts University, Boston, 2012.

története azonban egészen az I. világháborúig visszavezethető.²²⁴ Ha azonban a 2001-es terrortámadások után korábban már említett eseményekre, különösen az afganisztáni vagy a kis háborúkra koncentrálunk, és hozzá kapcsoljuk az ISIS megsemmisítésére irányuló erőfeszítéseket is, akkor könnyen kimutatható, hogy a drónok is az ellenfél meggyőzésére és befolyásolására szolgáló eszközökké váltak; hiszen csapásmérő képességük révén nemcsak a szinte bármikor megvalósítható fizikai megsemmisítésük lehetőségét üzenik, hanem – ezen túlmenően – azok harci morálját is hivatottak megtörni. Napjainkban a drónok fejlesztése szinte töretlenül halad tovább, jóslatom szerint ezek az eszközök továbbra is fontos elemei maradnak a katonai fejlesztéseknek.²²⁵

6.1.5. A közösségi média és a mesterséges intelligencia jelentősége

Úgy gondolom, hogy komoly szakmai hiba és tárgyalt témánkban megbocsáthatatlan hiányosság lenne, ha nem érintenénk a közösségi média és a mesterséges intelligencia kérdéskörét, bár a bevezetésben említett Marshall McLuhan-gondolat remélem, hogy elgondolkoztató, és párhuzam vonható annak mondanivalója és a napjainkban tapasztaltak között. Kutatásaim alapján azt fedeztem fel, hogy nincs konszenzus abban, hogy ki használta először a „public media” (közösségi média – PM) kifejezést először.²²⁶ Természetesen jelöltek és önjelöltek is akadnak szép számmal, mégis – történelmi szempontból az ún. „új média” időszak tekinthető számunkra kiindulópontnak, ami gyakorlatilag a 20. század '60-as éveitől kezdődött.²²⁷ Ez lényegében egy olyan forradalmi időszakot jelent, amely az internetet csakúgy magában foglalja, mint a mobilkommunikáció megjelenését, röviden azt a digitális forradalmat, amelynek mi is a részesei vagyunk. Ahogy a téma hazai szakértői fogalmazzák: „A közösségimédia-használat napjaink megkerülhetetlen jelensége. A kezdetekben a közösségi oldalak a kapcsolattartás eszközeként jelentek meg, azonban az évek során életünk számos

²²⁴ Palik Máttyás – Nagy Máté: Brief history of UAV development, Repüléstudományi Közlemények. 2019. 31. évf. 1. sz. 155–166. o; 156. <https://doi.org/10.32560/rk.2019.1.13>

²²⁵ Németh András – Pápics Patrik: Mini UAV-rajok alkalmazásának lehetőségei, különös tekintettel a katonai célú igénybevételre. III. rész. Haditechnika, 2020. 54. évf. 1. sz. 6–10. o; 5 o. <http://doi.org/10.23713/HT.54.1.02>

²²⁶ Jeff BERCOVOCI: Who Coined ‚Social Media’? WebPioneers Compete for Credit. In: <https://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2010/12/09/who-coined-social-media-web-pioneers-compete-for-credit/?sh=3050f12051d5> Forbes Magazin, 2010. (A letöltés dátuma: 2021. május 21.)

²²⁷ B. Bernát István – Pais Károlyné – Rétfalvi Györgyi – Szilágyi Erzsébet – TURI László: Média, kultúra, kommunikáció, Libri Könyvkiadó Kft., 2012. 361. o.

területén váltak meghatározóvá”.²²⁸ A közösségi oldalak szinte természetesen váltak a befolyásolás és meggyőzés eszközeivé az elmúlt mintegy jó másfél évtizedben. Erre példaként nemcsak az elmúlt időszak kis háborúit, hanem az ISIS rendkívül kifinomult meggyőzési és befolyásolási kampányait is említhetjük.²²⁹

A mesterséges intelligencia (angolul Artificial Intelligence – AI) Tüdős Anna szerint „...nem valamilyen mágikus, intelligens számítógép vagy robot. Ez egy sokrétű technológia, ami az emberi gondolkodás tükrözését tűzte ki célul. A mesterséges intelligencia nem önálló entitás, fajtái és felhasználási típusai nagyban különböznek.”²³⁰ Megállapítja azt is, hogy „mindennapjainkat nagyban befolyásolják a komplex komputerizált modellek. Mintázatokot ismernek fel, és adathalmazokat analizálnak annak érdekében, hogy leképezzék a lehető legvalószínűbb jövőképet vagy a lehető leghatékonyabb döntést. Egyszerre könnyítik meg és bonyolítják az életünket, gyakran úgy befolyásolva minket, hogy észre sem vesszük”.²³¹ Vizsgált témánk szempontjából a mesterséges intelligencia is a stratégiai kommunikáció eszközei közé sorolandó, *és már most a nagyhatalmi erőfeszítések és hatalmi viszonyok egyik szereplője.*²³² *Álláspontom szerint ez a trend a jövőben még nagyobb volumenben fog megjelenni a stratégiai kommunikációban.*

6.2. A stratégiai kommunikáció részterületei

A NATO megközelítése alapján a stratégiai kommunikáció részterületei közé:

- a nyilvános diplomáciát (public diplomacy);
- a (civil) közkapcsolatokat (PA – public affairs);
- a katonai közkapcsolatokat (military public affairs);
- az információs műveleteket (INFO OPS – information operations);

²²⁸ Bányász Péter – Dobos László – Palla Gergely – Pollner Péter: Lélektani műveletek a közösségi médiában, In: Auer Ádám – Joó Tamás: Hálózatok a közszolgálatban. Ludovika Egyetemi Kiadó, Budapest, 2019. 111–133. o.

²²⁹ Stephane J. BAELE – Katharine A. BOYD – Travis G. COAN: ISIS Propaganda: A Full-Spectrum Extremist Message, Oxford University Press, Oxford, 2020. DOI:10.1093/oso/9780190932459.001.0001

²³⁰ Tüdős Anna: Miért ne hagyjon hidegen a mesterséges intelligencia? In: <https://www.goethe.de/ins/hu/hu/kul/sup/mia/ait/22034600.html> (A letöltés dátuma: 2021. június 05.)

²³¹ Uo.

²³² Putin: Leader in artificial intelligence will rule world (szerző nélkül). In: <https://www.cnbc.com/2017/09/04/putin-leader-in-artificial-intelligence-will-rule-world.html> (A letöltés dátuma: 2021. június 05.)

- illetve a lélektani műveleteket (PSYOPS – psychological operation) sorolhatjuk.²³³

Ugyanakkor hangsúlyoznunk kell, hogy az információs műveletek közül – jól lehet azok kapcsolódnak a stratégiai kommunikációhoz – jellegüknek fogva nem nyilvánosak az alábbiak:

- a speciális technikai műveletek (Special Technical Operations - STO);
- az elektronikai hadviselés (Electronic Warfare - EW);
- a számítógép központú műveletek (Computer Network Operations - CNO);
- a kulcsvezetők megközelítése (Key Leader Engagement - KLE);
- a profilozás katonai műveletei (Presence-Posture-Profile - PPP);
- és a katonai megtévesztés Military Deception (Mil Dec).²³⁴

6.3. Alapelvek, módszerek és viták

Bár a stratégiai kommunikáció fogalmi összetevői vitatottnak tekinthetők, napjainkra mégis kialakultak annak legfontosabb értelmezési keretei, eszközei, szervezetei és alkalmazásának szabályai.

Véleményem szerint az alapelveket kétféle megközelítésből vizsgálhatjuk: az egyik szerint a gyakorlati tapasztalatokat érdemes szemügyre vennünk, a másik szerint a már rögzített szabályokat kell áttekintenünk. Fontos különbséget tennünk és hangsúlyoznunk is kell, hogy a katonai és az üzleti jellegű stratégiai kommunikáció között jelentős különbségek vannak mind célkitűzéseiket, mind pedig az alkalmazott módszereiket és tervezésüket illetően. A téma megközelítésének sokszínűségét példázza, James P. Farwell könyve is, aki *a stratégiai kommunikáció művészetét*(sic!) annak megjelenési formáira; valamint szavakra, képekre szimbólumokra, (hős)tettekre, továbbá kampányokra osztja fel.²³⁵

²³³ NATO ACO DIRECTIVE AD 95-2 Strategic Communications, NATO, Shape, Belgium. In: <https://www.lymec.eu/wp-content/uploads/2017/09/TT-140221-NATO-STRATEGIC-COMMUNICATIONS-HANDBOOK-DRAFT-FOR-USE-2015-BI.pdf> p.6. (A letöltés dátuma: 2021. május 01.)

²³⁴ Brett BOUDREAU (Edited by: Rita LEPAGE – Linda CURIKA): “We have met the enemy and he is us” An analysis of NATO strategic communications: the International Security Assistance Force (ISAF) in Afghanistan, 2003–2014., NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2016. In: <http://www.stratcomcoe.org/we-have-met-enemy-and-he-us-analysis-nato-strategic-communications-international-security-assistance> p. 15. (A letöltés dátuma: 2021. május 01.)

²³⁵ James P. FARWELL: Persuasion and Power: The Art of Strategic Communication, Georgetown University Press, Washington DC, 2010.

Úgy gondolom, hogy a fenti felosztásból különös jelentőséggel bírnak a szimbólumok, ami a vonatkozó szakirodalom szerint a „Szimbólum” szavunk a „*sim*” – „össze-” előtagból és a „*ballein*” — „dobni” szóból alkotott görög „*simballo*” származéka. „Jelképezni”, vagyis „szimbolizálni” ezek szerint annyi, mint „összedobni” legalább két dolgot, hogy azok homogén egységet alkossanak. Az egyik dolog elvont minőség, mint például a becsület, az áldozat, az örökkévalóság vagy a szerelem; a másik konkrétum vagy képi ábrázolás. Tehát a szimbólumok esetében bizonyos érzéki összeolvadásról beszélünk.²³⁶

A nemzeti szimbólumok politikai és hatalmi, továbbá kommunikációs jelentőségét tárgyalja könyvében Tim Marshall különös tekintettel a nemzeti lobogók, továbbá a különböző zászlók megjelenési formáira és használatukra, különösen arra keresve a választ, hogy miként lehetséges az, hogy egy színes szövet vagy anyagdarab akár hatalmas meggyőző vagy befolyásoló hatással bírjon.²³⁷ Művében történelmi és földrajzi megközelítésben mutat be különböző példákat, így – álláspontom szerint – a különböző nemzeti szimbólumok is a stratégiai kommunikáció egyik lehetséges eszközének tekinthetők.

6.3.1. „Ne rúzsozzuk ki a disznót!”²³⁸

A gyakorlati megközelítés szempontjából érdemes megemlíteni James Stavridis admirális 2007-es gondolatait, aki ekkor az Egyesült Államok Déli Parancsnokságának parancsnoki tisztét töltötte be. Az admirális részletesen kifejtette a módszertani javaslatait és ajánlásait, amelyekben az üzenetek jellege; a hallgatóság megismerésének fontossága; a megfelelő időzítés; a tervezés időintervallumokra (rövid, közép, hosszú) való felosztása; az üzenetek kombinálhatósága; a dinamika alkalmazása; a kommunikációs vereség/győzelem helyes értékelése; a csapatmunka fontossága; valamint a permanens kooperáció és a hatékony együttműködési képességek szerepelnek.²³⁹

²³⁶ Bethsabée BLUMEL – Michel GUILLEMOT (ford.: Sóvágó Katalin): Szimbólumok Lexikona. Saxum Kiadó Kft., Budapest, 2009, p. 3.

²³⁷ Tim MARSHALL: A Flag Worth Dying For: The Power and Politics of National Symbols, Scribner Books Co, New York, 2018.

²³⁸ James G. STAVRIDIS: Strategic Communication and National Security. Joint Force Quarterly, 2007/III, In: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a575204.pdf> (A letöltés dátuma: 2021. május 01.)

²³⁹ Uo.

6.3.2. Rögzített alapelvek a NATO szerint

A NATO 2012-es direktíváiban a tervezési és folyamatszervezési alapelvei alatt

- az információs környezet értékelését;
- a NATO-narratíva helyes értelmezését és közvetítését;
- a politikai–katonai tervezés fontosságát;
- a megfelelő mérési módszerek kialakítását és alkalmazását érték.²⁴⁰

A stratégiai kommunikáció tulajdonképpen a védelmi szektor kapacitásai és képességei alapján értékelhető, amelyben tudnunk kell, hogy az egyes országokban politikai és katonai szinteken a területnek mi az interpretációja; milyen a (fel)használhatósága; milyen szerepet kap; mi a rá vonatkozó koncepció és folyamat (szervezet – dokumentum – definíció – interpretáció); illetve, mi a relevanciája más biztonsági/védelmi területekhez.²⁴¹ A fenti elvek ismerete nagyfokú felkészültséget igényel nemcsak a szakértők, hanem a szervezetek szempontjából is.

6.3.3. A narratíva jellemzői

Amint látható, az egyes kampányokban – így a stratégiai kommunikáció egészében is – kiemelt figyelmet kap a narratíva, amelynek lényege tulajdonképpen egy adott történet elbeszélése. A narratíva további jellemzőinek bemutatására e könyv keretei nem adnak módot, de jó szívvel ajánlom a szíves olvasó figyelmébe Manfred JAHN 2021-es publikációját, amely, bár angol nyelven, de kiváló összefoglalást ad annak jellemzőiről.²⁴²

A már korábban említett Mari K. Eder a *Leading the Narrative: The Case for Strategic Communication* című könyvében sorra veszi mindazon tényezőket, amelyek a narratíva formálásához és hatékony alkalmazáshoz elengedhetetlenül szükségesek.²⁴³

²⁴⁰ NATO ACO DIRECTIVE AD 95-2 Strategic Communications, NATO, Shape, Belgium. In: <https://www.lymec.eu/wp-content/uploads/2017/09/TT-140221-NATO-STRATEGIC-COMMUNICATIONS-HANDBOOK-DRAFT-FOR-USE-2015-BI.pdf> pp. 10–11. (A letöltés dátuma: 2021. május 01.)

²⁴¹ Mapping Communications Capacity in the Defence Structures in the Defence Structures of NATO Nations. NATO Strategic Communications Centre, Questionnaire, Riga, Latvia, 2015.

²⁴² Jahn MANFRED. 2021. Narratology 2.2: A Guide to the Theory of Narrative. English Department, University of Cologne. www.uni-koeln.de/~ame02/pppn.pdf. (A letöltés dátuma: 2021. május 03.)

²⁴³ Mari K. EDER: *Leading the Narrative: The Case for Strategic Communication*, Naval Institute Press, Annapolis, 2011.

Az elmúlt 15 évben a narratíva környezetében bekövetkezett változásokat az alábbiakban foglalta össze:

- a média töredezetté vált, és ennek lényege nem csak az, hogy sokkal több eszköz és platform áll rendelkezésre, hanem az is, hogy sokkal több a potenciális tudósító;
- a hallgatóság még inkább töredezetté vált, amelynek egyik markáns jellemzője, hogy figyelmük felkeltésére csak nagyon rövid idő áll rendelkezésre (lásd: sound bite journalism);
- a technológia állandóan fejlődik, azonban ennek kombinálása az internettel újabb hatásokat eredményez (például egy pillanat alatt lehet valaki az internet „sztárja”);
- szervezeti értelemben lényeges, hogy az egyes médiavállalkozások 7/24 ciklusokban folyamatosan képesek a híryananyagokat közvetíteni, ami egyúttal azok felépítésre, szervezeti kultúrájára is hatást gyakorol;
- a kormányzati szereplők egyre kifinomultabb módon kezelik a média felől érkező nyomást, egyúttal felhasználják ezt akár direkt üzenetek küldésére is;
- a hírek – de különösen a képi anyagok – állandó ismétlése azt az érzetet keltheti, hogy a hírfogyasztó számára az maga lesz az esemény is, holott ez nem igaz.²⁴⁴

A szerző megállapítja azt, hogy a háborús narratívában – de különösen a válságok bemutatásában – az adott történet elbeszélése nehéz, „ugyanis az gyakran negatív érzelmekkel telített, komoly nyomást gyakorló, főleg az idő faktor miatt, és gyakran kellemetlen a hajthatatlan kritikái miatt.”²⁴⁵

Carmine GALLO a *Storytelling: A történetmesélés ereje* című könyvében öt fő típusát különbözteti meg a történetmesélőknek. Szerinte voltak/vannak köztük, akik:

- fellobbantják a tüzet;
- nevelnek;
- egyszerűsítanak;
- motiválnak;
- mozgalmakat indítanak el.²⁴⁶

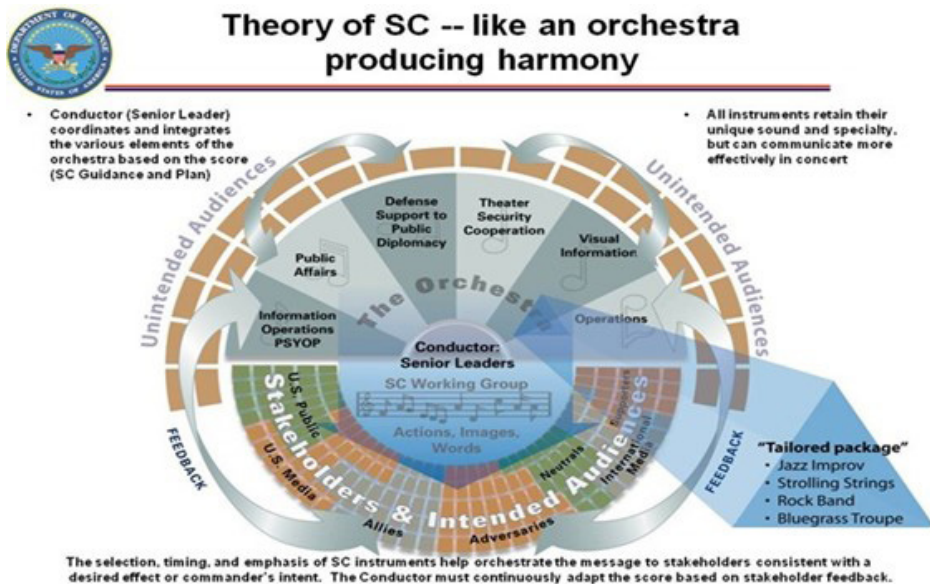
²⁴⁴ Uo. 4–7. o.

²⁴⁵ Uo. 18. o.

²⁴⁶ Carmine GALLO: *Storytelling: A történetmesélés ereje*. HVG-Könyvek Kiadó, Budapest, 2016. 6. o.

6.3.4. A szimfonikus zenekar analógia

A stratégiai kommunikáció katonai gyakorlatának bemutatására kiválóan alkalmas az ún. „szimfonikus zenekar analógia”, amelynek lényegét az alábbi ábra szemlélteti:



6. számú ábra: A katonai műveleti stratégiai kommunikáció rendszere (2008)²⁴⁷

A fenti ábra értelmezésekor érdemes példaként vennünk egy hangversenytermet, amelyben egy szimfonikus zenekar játszik. A zenekar (felső körcikk), amely tulajdonképpen a stratégiai kommunikáció egyes eszközeit jeleníti meg, akkor kel életre és harmonizál, ha azokat a karmester – azaz a parancsnok – megfelelően (hatékonyan és hatásosan) kezeli és hangolja össze. Ezek összehangolása pedig akkor lesz igazán egyedi és különleges, ha együtt, harmonikusan „koncerteznek”. A siker pedig akkor érhető el, ha azt a meghívott hallgatóság (szövetségesek, média, társadalom, támogatók), a semleges résztvevők és a nem kívánt hallgatóság (ellenség) számára küldött üzenet könnyen dekódolható (ők a kör alsó felében helyezkednek el). A sikert (a kommunikációs győzelmet vagy vereséget) pedig a hallgatóság visszajelzései (feedback) alapján értékelhetjük.

²⁴⁷ Az ábra forrása: USA Védelmi Minisztérium. In: <https://developingtomorrow.wordpress.com/2012/05/03/getting-to-know-the-us-policy-of-strategic-communication/> (A letöltés dátuma: 2021. május 03.)

6.4. Vitatott kérdések

A vonatkozó szakirodalom áttanulmányozása után megállapítható, hogy a stratégiai kommunikáció értelmezésére számos eltérő megközelítést találhatunk, ugyanakkor annak üzleti és állami szerepe megkérdőjelezhetetlen.

A szakirodalom áttanulmányozása után a vitás kérdések az alábbi csomópontokban foglalhatók össze:

- a jelentéstartalom eltérő értelmezése;
- az egyes eljárások tartalmi kérdései (például nem mindegy, hogy az üzeneteket csak sugározzuk, vagy aktív részvétel céljából kölcsönösen aktív módon cselekszünk a hallgatósággal);
- a helyes egyensúly megtalálása és alkalmazása az üzenetek és a rendelkezésre álló eszközök között, illetve azok egymáshoz való viszonyában is;
- az informálás és a befolyásolás közötti viszony jellege;
- a stratégiai kommunikáció viszonya, kapcsolata más közvetlenül kapcsolódó szakterületekhez.

6.4.1. Nyilvános diplomácia versus stratégiai kommunikáció?

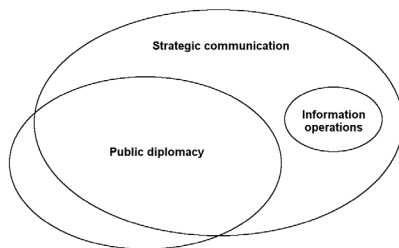
A fenti felsorolásból egy markáns példát kiemelve, szót kell ejtenünk a stratégiai kommunikáció viszonyáról az ún. nyilvános (vagy köz-)diplomáciához (public diplomacy). A két terület ugyanis a 2000-es évek közepén „kéz a kézben” mozgott, s ez nem is meglepő annak tudatában, hogy a nyilvános diplomácia történeti előzményei és alkalmazásának személyi és intézményi feltételei már jóval régebben, de legkésőbb az I. világháború utáni időszak új, a biztonságot kollektív módon felfogó – és napjainkig is tartó – érájában csíráztak ki.²⁴⁸

Simon-Nagy Lilla a Budapesti Corvinus Egyetemen 2012-ben írt *Nyilvános diplomácia* elnevezésű doktori értekezése kiválóan összefoglalja a terület történetét, eljárásait, illetve betekintés ad az államok és a nemzetközi szervezetek által folytatott vonatkozó tevékenységek jellemzőibe.²⁴⁹ Ebben megállapítja: „Az Egyesült Államokban a nyilvános diplomáciát megkülönböztetik a stratégiai kommunikációtól. A kifejezést többnyire a

²⁴⁸ Itt érdemes a Népszövetség (1919–1945), majd az Egyesült Nemzetek Szervezete (1945–) megalapítására gondolnunk.

²⁴⁹ Simon-Nagy Lilla: Nyilvános diplomácia. Doktori értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Nemzetközi Kapcsolatok Doktori Iskola, 2012. In: http://phd.lib.uni-corvinus.hu/705/1/Simon_Nagy_Lilla.pdf (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)

hadügyminisztériumban (helyesen: Védelmi Minisztérium – megjegyzés tőlem: NJL) használják, és így az ahhoz köthető programokkal azonosítják. Bár a külügyminisztérium és a hadügyminisztérium (helyesen: Védelmi Minisztérium – megjegyzés tőlem: NJL) számos kommunikációs projekten dolgozik együtt, míg a „nyilvános diplomácia” fogalmát elsősorban baráti országokban és/vagy béke esetén használják, addig a „stratégiai kommunikáció” konfliktusos, akár háborús övezetekben valósul meg, felkeltve a gyanút, hogy ez utóbbi esetében nem mindig teljesen fehér propagandáról beszélhetünk”.²⁵⁰ A szerző – más szakértő megfogalmazása alapján – az alábbiakban látja a nyilvános diplomácia fogalmát: „A nyilvános diplomácia (...) a külpolitikák kialakítása és megvalósítása érdekében a közvélemény befolyásolásával foglalkozik. A nemzetközi kapcsolatok tradicionális diplomáciát meghaladó dimenzióit tartalmazza: a kormányzatok azon erőfeszítését, hogy befolyásolják más államok közvéleményét; a civil szervezetek és érdekek államközi interakcióját; jelenti a nemzetközi kapcsolatokról, és azok a politikákra gyakorolt hatásáról való tájékoztatást (...), valamint az interkulturális kommunikáció folyamatát.”²⁵¹



7. számú ábra: A stratégiai kommunikáció (strategic communication), a nyilvános diplomácia (public diplomacy) és az információs műveletek (information operations) egymáshoz való viszonya.
(Christopher Paul ábrája²⁵² alapján szerkesztette: Németh József Lajos)

Bár a fenti megközelítés igazságtartalmával lehet vitatkozni, ez kiválóan mutatja a tárgyalt témában való eligazodás nehézségeit. Véleményem szerint a fenti megfogalmazást más szempontból világítja meg a NATO nyilvános

²⁵⁰ Uo. 74. o.

²⁵¹ Allen C. HANSEN [1984]: USIA, Public Diplomacy in the Computer Age. Praeger Publishers Division, New York Idézi: Simon-Nagy Lilla: Nyilvános diplomácia. Doktori értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Nemzetközi Kapcsolatok Doktori Iskola, 2012. In: http://phd.lib.uni-corvinus.hu/705/1/Simon_Nagy_Lilla.pdf 44.o. (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)

²⁵² Az ábra forrása: Christopher PAUL, Strategic Communication: Origins, Concepts, an Current Debates. Praeger Security International, Santa Barbara, California, 2011. p. 41.

diplomáciája, aminek értelmezésekor elsősorban fontos abból kiindulni, hogy azt egy kollektív védelmi szervezet a politikai célkitűzések támogatására alkalmazza.²⁵³

Az előző oldalon található ábrán szereplő és a könyvben a későbbiek során többször említett „információs művelet” – Rózsa Tibor fordításában – a NATO szerint az „egy olyan katonai funkció, ami tanácsot ad és koordinál a katonai információs tevékenységek vonatkozásában annak érdekében, hogy létrehozza a kívánt hatásokat az ellenség, potenciális ellenség és más Észak-atlanti Tanács által jóváhagyott csoportok akarataiban, megértésében és képességeiben a Szövetség küldetésének támogatására”.²⁵⁴

6.4.2. Mit mond a civil szakma?

2011-ben az Európai Közkapcsolatok Oktatási és Kutatási Szövetség (EUPRERA – European Public Relations Education and Research Association) és az Kommunikációs igazgatók Európai Szövetsége (EACD – European Association of Communication Director) olyan kutatást végzett világszerte 43 ország 2209 szakemberét megkérdezve, amelynek fő célkitűzése a közkapcsolatok és a stratégiai kommunikáció meglévő konnotációjának vizsgálata volt.²⁵⁵ A legfontosabb megállapítások a következők voltak:

- a vállalkozások előnyben részesítik a „testületi kommunikációt” (corporate communication), míg a nonprofit és állami szervezetek a „stratégiai kommunikációt” részesítik előnyben a „közkapcsolatok” szóösszetétel használata helyett;²⁵⁶
- a fenti kifejezések alkalmasak alternatív címke használatára (ide tartozik még az kommunikáció menedzsment – communication management is);
- a fenti kifejezések közül a „testületi kommunikáció” a legnépszerűbb, ezt követi a „stratégiai kommunikáció”;
- az olyan kifejezések, mint az „integrált kommunikáció” és a „szervezeti kommunikáció” inkább az akadémiai (oktatási–tudományos) életben használatosak, és kevésbé népszerűek az üzleti életben;

²⁵³ Lásd: NATO Committee on Public Diplomacy (CPD). In: http://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_69272.htm (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)

²⁵⁴ Rózsa Tibor: A befolyásolás művészete. Hadtudományi Szemle, 2014. 7. évf. 2. sz. 45. o.

²⁵⁵ European Communication Monitor 2011, Empirical insight into strategic communication in Europe, EACD, EUPRERA, survey report, 2011. In: https://www.researchgate.net/publication/261363900_European_Communication_Monitor_2011_Empirical_Insights_into_Strategic_Communication_in_Europe_Results_of_an_Empirical_Survey_in_43_Countries, p. 4. (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)

²⁵⁶ Uo. 28. o.

- az említett alternatív koncepciók elfogadását/jóváhagyását érdemben nem befolyásolja a kommunikációs szakemberek képzettsége.²⁵⁷

6.4.3. Stratégiai versus politikai kommunikáció?

Bár a politikatudomány szorosan kapcsolódik e könyv témájához, azonban érdemes tisztáznunk a stratégiai kommunikáció és a politikai kommunikáció közötti különbségeket.

A stratégiai kommunikáció esetében viszonylag könnyű helyzetben vagyunk, hiszen a könyv első részeiben részletesen körüljártuk ezt a témát, így érdekesebb a politikai kommunikációt tisztáznunk: először is megkülönböztethetünk hagyományos és modern politikai kommunikációt. Merkovity Norbert szerint: „A politikai kommunikáció kifejezést az 1960-as évek végétől használják a kutatók annak a területnek a leírására, amelyben a politikai tevékenység kommunikatív jellemzőit vizsgálják. A kommunikáció a *communis* latin kifejezésből ered, szó szerinti fordítása „közös”. A mai értelmében azt jelenti, hogy valami közös van bennünk, olyan verbális és nonverbális jeleket használunk, amelyeket jó eséllyel mások is értenek.”²⁵⁸

A fentiekén kívül azonban érdemes hangsúlyoznom, hogy felfogásomban *az nem tekinthető stratégiai kommunikációnak, ha fontos állami vagy politikai, de akár üzleti vezetők találkoznak. Ezeket inkább stratégiai szintű kommunikációnak fogom fel.* Az természetesen nem tekinthető meglepőnek, ha az említett vezetők, találkozóiuk során „bevetik” a befolyásolás és meggyőzés különböző eljárásait. A fenti kérdésben tehát akkor járunk el helyesen, ha azt mondjuk: a két terület között kétségtelenül sok kapcsolódási pont és elem van, de a kettő nem ugyanazt jelenti. *Az, hogy a stratégiai szintű közvetlen kommunikáció mennyire jelentős lehet, mindenképp jó példázza a hidegháború egyik legsúlyosabb válságának (1962: a kubai rakétaválság) eredménye, az ún. „forró drót”.*²⁵⁹

6.4.4. Szinkronizáljunk inkább?

Katonai szempontból az értelmezési problémák egyikét jelentette az amerikai Védelmi Minisztérium közkapcsolatokért felelős államtitkár-helyettese által 2012-ben kiadott memorandum, amely szerint a harcoló

²⁵⁷ Uo. 32. o.

²⁵⁸ Merkovity Norbert: Politikai kommunikáció. In: Pál, Gábor (szerk.): Politológia: A politika világa a politikatudomány szemével. Ludovika Egyetemi Kiadó, Budapest, 2019. 277–289. o.; 277. o.

²⁵⁹ A hidegháborús forródrót története (szerző nélkül). In: https://mult-kor.hu/20030829_a_hideghaborus_forrodrot_tortenete. (A letöltés dátuma: 2021. március 21.)

parancsnokoknak a „stratégiai kommunikáció” – mint kifejezés – használatát a jövőben lehetőleg kerülniük kell, mert az zavart okozhat a vonatkozó feladatok végrehajtásában. Ennek kiváltására a kommunikációs eszközök és folyamatok szinkronizálását (communication synchronization) javasolta.²⁶⁰

Ennek ellenére bizonyos szakértői vélemények inkább szkeptikus módon álltak a kérdéshez, és inkább egy figyelemfelkeltő akciónak tartották ezt a lépést, egyúttal sürgették olyan „nemzeti kommunikációs stratégia kialakítását, ami a kormányzat céljait kombinálja oly módon, hogy annak eredményeként egy széles, belső ellentmondások nélküli és összefüggő, szervezetek közötti koordináció által valósuljon meg Amerika találkozása a külföldi hallgatósággal”.²⁶¹

Ismereteim szerint a felvetés, ilyen formában és ezen a szinten, ma már nem merül fel, ráadásul a „kommunikáció szinkronizálása” inkább műszaki tartalmú kifejezés²⁶², mint társadalomtudományi; de az a szakirodalom ismeretében megállapítható, hogy a stratégiai kommunikáció összehangolására még mindig jelentős igény mutatkozik.

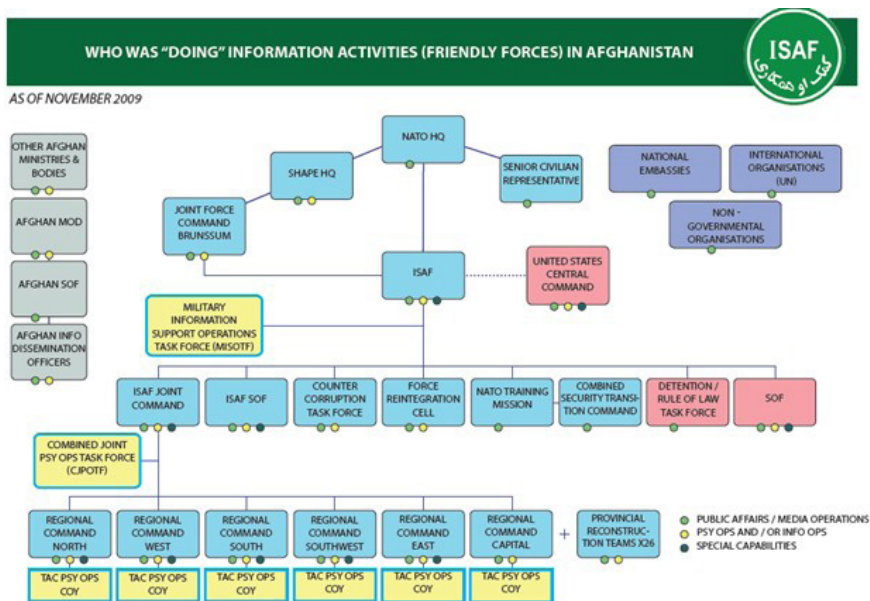
A fentiek alapján megállapítható, hogy a stratégiai kommunikáció rendkívül összetett folyamat, amelynek működtetéséhez – mind politikai és mind katonai szempontból – számos érintett szervezet összehangolt tevékenysége szükséges. Jól példázza ezt az alábbiakban feltüntetett szervezeti ábra, amelyen jól látható horizontálisan és vertikálisan is, hogy melyik szervezet a stratégiai kommunikáció mely területeiért felelt az ISAF vonatkozó műveletei során 2009-ben.²⁶³

²⁶⁰ George E. LITTLE memorandumuma „Communication synchronization – A local „coordination process” tárgyában, 2012. november 28. In: https://foreignpolicy.com/wp-content/uploads/2015/01/121206_brooksmemo.pdf (A letöltés dátuma: 2013. január 02.) Idézi: Németh József Lajos: A (stratégiai) kommunikáció és a háború kapcsolata napjainkban. Hadtudomány, 2013, 1–2. sz. 137. o.

²⁶¹ Brian CARLSON: Pentagon Abandons Strategic Communication? 2012. december 08. In: <https://eu.usatoday.com/story/news/nation/2012/12/03/pentagon-trims-strategic-communication/1743485/> (A letöltés dátuma: 2019. április 10.)

²⁶² Ezt a kijelentést a Nemzeti Közszerződési Egyetem Hadtudományi és Honvédtisztképző Kar Híradó Tanszékén eltöltött oktatói és kutatói tevékenységemre és tapasztalataimra alapozom.

²⁶³ „Az információs cselekményekben részt vevő, azokat alakító NATO-szervezetek Afganisztánban (2009)” elnevezésű szervezeti ábrát, amelynek jobb alsó részén található színek jelölik az egyes szervezetek feladatait. Forrás: Brett BOUDREAU (Edited by: Rita LEPAGE – Linda CURIKA): “We have met the enemy and he is us” An analysis of NATO strategic communications: the International Security Assistance Force (ISAF) in Afghanistan, 2003–2014., NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2016. p. 7. In: https://www.academia.edu/24109411/We_have_met_the_enemy_and_he_is_us_ISAF_Strategic_Communications



3. számú diagram: „Az információs cselekményekben résztvevő, azokat alakító NATO-szervezetek Afganisztánban” (2009)²⁶⁴

Az ábrán látható, hogy a Szövetséges Erők Európai Főparancsnoksága (SHAPE – Supreme Headquarters Allied Powers Europe) nagyon fontos szerepet tölt be a stratégiai kommunikációs erőfeszítésekben. Ennek létezik egy „virtuális közössége” (Strategic Communications Community)²⁶⁵, amelynek célját Mark Laity, a területért felelős vezető, így fogalmazta meg: „Az oldal alapításának célja az, hogy a tagok érdeklődésére alapozva lehesen információkhoz hozzá jutni, gondolatokat megosztani, új képességeket fejleszteni a stratégiai kommunikáció területén”.²⁶⁶ A szervezet logójának angol nyelvű felirata (felül) az „érzékelés valósággá válik” rendkívül kifejező, ahogy az is, hogy ehhez a Rómában található „Igazság Szája” elnevezésű domborművet rendelték hozzá, amely a monda szerint leharapja annak a kezét, aki hazudik.

²⁶⁴ Forrás: Brett BOUDREAU (Edited by: Rita LEPAGE – Linda CURIKA): “We have met the enemy and he is us” An analysis of NATO strategic communications: the International Security Assistance Force (ISAF) in Afghanistan, 2003–2014., NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2016. p. 7. In: https://www.academia.edu/24109411/We_have_met_the_enemy_and_he_is_us_ISAF_Strategic_Communications

²⁶⁵ Lásd: SHAPE Strategic Communications Community of Interest weboldala. In: <https://www.shape.nato.int/stratcom> (A letöltés dátuma: 2016. április 12.)

²⁶⁶ Mark LAITY: Welcome to the virtual community on Strategic Communications In: <https://www.shape.nato.int/stratcom> (A letöltés dátuma: 2016. április 12.)

2013-ban lettországi Rigában megalakult a – már korábban említett – Stratégiai Kommunikációs Kiválósági Központ (NATO Centre of Excellence dedicated to Strategic Communications), amely számos publikáción és rendezvényen keresztül mutatja be a terület aktuális témáit és trendjeit. Hazánk jelen pillanatban – véleményem szerint sajnálatos módon – nem tagja a fenti szervezetnek, de a kapcsolat létezik, sőt már magyar szerzők is publikáltak a szervezet weboldalán.

7. A stratégiai kommunikáció jellemzői mélyinterjúk alapján

Az alábbiakban ismertetem az elkészített mélyinterjúk egyes összetevőit, amelynek során kitérek a hipotézisekre, módszertanra, az interjúalanyokra egyúttal – kivonatos formában – közlöm azok álláspontját, véleményét a stratégiai kommunikációról.

7.1. A mélyinterjúk módszertana

Az interjúk során az alábbi szempontok (guide) alapján zajlottak a beszélgetések:

- Hol, mikor, milyen vonatkozó beosztásban/pozícióban tevékenykedett/tevékenykedik?
- Hogyan értelmezi a stratégiai kommunikációt? Miben látja ennek jelentőségét?
- Hogyan jelent meg a szövetségi narratíva a harctéren/misszióban?
- Milyen előnyei és/vagy hátrányai vannak a stratégiai kommunikációnak?
- Milyen lehetőségei és korlátai vannak a stratégiai kommunikációnak?
- Hogyan valósul(t) meg a stratégiai kommunikáció a napi parancsnoki/vezetői munka során?
- Kérem, hogy említse meg egy-egy eseményt, konkrét példát!

Természetesen, a fentiek inkább csak egy keretet jelentettek, hiszen módszertani szempontból a mélyinterjúk lényege az, hogy az interjúalany saját gondolatait, véleményét mondja el az adott téma kapcsán.²⁶⁷ A mélyinterjúk elkészítését jelentősen megnehezítette az a tény, hogy a megszólaltatott személyek rendkívül elfoglaltak meglévő vezetői feladataik miatt, továbbá az interjú megszervezése biztonsági és szervezeti szempontból jelentős kihívást jelentett. Előnynek bizonyult azonban az, hogy a közös szakmai alapok adottak voltak, illetve az, hogy a személyes ismeretség alapján adott volt a közvetlen légkör. Az beszélgetések közül négyet hangrögzítéssel, míg egyet jegyzeteléssel valósítottam meg, mivel az interjú helyszíne a Honvédelmi Minisztérium volt, ahol speciális szabályok érvényesek a kép- és hangrögzítésre.

²⁶⁷ Mélyinterjú/szakértői interjú (szerző nélkül). In: <http://medial.hu/modszerek/szakertoi-interju> (A letöltés dátuma: 2016. április 12.)

7.2. Az interjúalanyok

Az interjúalanyok kiválasztása során arra törekedtem, hogy olyan személyeket (mintát) találjak, akik rendelkeznek a szűkebb, katonai vagy a kapcsolódó hivatali területen megfelelő tapasztalattal. Azonban fontosnak tartottam azt is, hogy az üzleti szférából is meg tudjak szólaltatni legalább egy főt, amellyel az volt a célom, hogy egy civil személy álláspontja, véleménye is megjelenjen a stratégiai kommunikációról.

Az alanyok (vezetéknev szerinti ABC sorrendben, valamint jelenlegi beosztásuk feltüntetésével):

1. Balogh Péter ezredes: korábban (2016) az NKE HHK Vezérkari Tanfolyam parancsnoka, később (2016–2020 között) Brüsszelben (NATO) Magyar Honvédség Katonai Képviselő Hivatal, katonai képviselő helyettes (2019 májusában); a Magyar Honvédség Altiszti Akadémia Kiberművelési Központ Előkészítő Osztályának vezetője;
2. Dr. Boldizsár Gábor ezredes, korábban (2016) az NKE HHK dékánja, jelenleg (2021. május) a HM Oktatási és Tanfolyamszervező Főosztály főosztályvezetője;
3. Eperjesi Andrea, 2015-ben a Honvédelmi Minisztérium, Miniszteri Kabinet, Sajtóosztály, vezető főtanácsos, szakreferens; majd 2016–2020 között Mons-ban a NATO Kommunikációs és Információs Ügynökség munkatársa volt;
4. Dr. Fehér Zoltán: korábban diplomáciai beosztásban, jelenleg az Amerikai Egyesült Államokban található Tufts Egyetem doktorandusza;
5. Molnár Zsolt ezredes: korábban (2010–2017) az NKE HHK Ludovika Zászlóalj parancsnoka, jelenleg (2019. május) a Magyar Honvédség Nemzeti Összekötő Képviselő (USA, Norfolk), Szolgálatfőnök (NATO ACT), illetve USA Joint Staff J7 Allied and Partners Force Development Directorate, Foreign Liaison Officer beosztásában tevékenykedik;
6. dr. Porkoláb Imre: A Matthias Corvinus Collegium Vezetőképző Akadémiájának igazgatója.

7.3. Az interjúk

Az alábbiakban ismertetem az egyes interjúkat a megszólalók ABC-sorrendjében, és arra törekedve, hogy a téma szempontjából lényeges mondanivalókat emeljem ki. Az alábbiakban közölt szövegeket a könyv elkészítése során az interjúalanyokkal egyeztettem.

7.3.1. Balogh Péter ezredes - „...a sajtó mindenhol jelen van...”

Pályafutása során négyszer szolgált külföldi misszióban, kétszer Irakban, kétszer Afganisztánban. Ebből három beosztás kötődött a stratégiai kommunikációhoz:

- a 2005-ös a NATO összekötő tiszti beosztás Irakban;
- 2010-ben a fenti beosztáshoz hasonlót töltött be ugyancsak Irakban;
- 2008-ban az MH PRT-5-ben Pol-e Khomriban (Afganisztán) felderítő tiszti beosztást látott el;
- 2015-ben az afganisztáni Mazar-i-Sharifban egy német vezetésű parancsnokság törzsében tevékenykedett, ahol az említett ISAF-műveletet követően a *Resolute Support* elnevezésű művelet kezdődött el.

A fogalomkörrel a Zrínyi Miklós Nemzetvédelmi Egyetem folytatott tanulmányai alatt találkozott még 2001-ben, amikor a NATO művelettervezési eljárásokat tanulta. Már ekkor világossá vált számára, hogy a közkapcsolatokhoz képest a stratégiai kommunikáció tágabb értelmű.

A terület jelentőségét nemcsak az ahhoz kapcsolódó területekben látja, hanem abban is, hogy rendkívül magas szinten közelítik és kezelik azt. A stratégiai kommunikációt olyan eszköznek tartja, „*amellyel az általunk képviselt hatások elérhetőek: erősíthetőek azok az üzenetek, amiket mi szeretnénk megfogalmazni, és gyengíthetőek azok az üzenetek, amiket a szembenálló fél szeretne elmondani*”. Balogh ezredes szerint a stratégiai kommunikáció „*a parancsnok kezében úgy használható, hogy ő minél kisebb fizikai, kinetikus erőfeszítéssel, jóval nagyobb hatást érjen el a cél érdekében*”. Álláspontja szerint, míg a tömeghadseregek korában a fizikai pusztításon volt a hangsúly, addig az új hadviselési elvekben a hatásalapú műveleteken van a hangsúly, amelynek nagyon fontos területe az információs műveletek.

A szakemberekkel való közös tevékenységek kapcsán kifejtette, hogy a nemzetközi törzsben való munka során – „*magától értetődő természetességgel*” – a civil szakemberek kivették a részüket a feladatokból (például politikai, kulturális tanácsadók). Ők ugyanis hozzá tudták tenni azokat a szegmenseket, amelyeket a katonák a „*szűk látókörüségükből*” nem nagyon láttak, hiszen „*a katonának van egyfajta célja, amit a tanultak*

alapján próbál meg elérni”. Az elmúlt 10 év tapasztalati alapján állítja, hogy jobban kell figyelni *„a többi szereplőre, aki a mi oldalunkon van, és ebbe beletartoznak a civil szereplők, a nem állami szereplők, de akár mások is*”. Az együttműködés, a partneri viszony nagyon fontos Balogh ezredes szerint, aki ezt a következő példával ábrázolta: *„A katona konvencionális hadviselésre készül fel általában az iskolái, tanulmányai során. A békefenntartó műveletekhez, mivel azoknak jelentős civil aspektusai vannak, kellene azok a civil szakértők, akik például elmondják, hogy egy adott esetben netalán azért nem tud mozogni az adott alakulat azon a területen, azaz nem fogja tudni elérni a kitűzött célokat, mert többszáz ezer menekült fog vele szemben jönni azokon az útvonalakon, ahol katonai járműveknek kéne mozogniuk.*”

Külön kiemelte, hogy a *„mi viszonyunk az adott civil lakossághoz nagyon-nagyon fontos, hiszen a sajtó mindenhol jelen van, és a rólunk kialakított kép abszolút abból származik, ahogy ők látják ezt*”.

A NATO hadszíntéri narratívájának lényege az, hogy minél könnyebben érthető, és az adott kulturális környezetben jól érthető üzeneteket tudjon közvetíteni. Az üzenet pedig a következő: *„megjöttünk, itt vagyunk*”, s ez nagyon könnyen interpretálható. Ebben nem a fegyveres fellépés a lényeg, hiszen az csak önvédelem lehet, hanem az, hogy a jövetel célja a segítségnyújtás. Az üzenetek sugárzásának módja a konvencionális eszközökhöz kötődik (tv, rádió), de akár a lakossággal történő fizikai találkozó alapján is sugalmazható. Balogh ezredes szerint a verbális kommunikációnak még mindig mély gyökere van az országban, hiszen az információ döntően egy forrásból származik: *„Ez egy muszlim törzsi közösségekre épülő társadalomban úgy néz ki, hogy van törzsi vezető, törzsi vallási vezető, és az ő személyük megkerülhetetlen, bármit is akarunk elérni*”. A parancsnok szerint a központi kormányzat létezéséről az emberek hetven százalékanak fogalma sincs.

Balogh ezredes példaként említette David Petraeus tábornokot²⁶⁸, aki legutóbbi beosztásában a CIA igazgatójaként dolgozott, s akinek egy adott időszakban beosztottja volt. A tábornok 2006-ban nagyon egyszerű üzenetekkel jelentős sikereket ért el Irakban a felkelő ellenes műveletek során. Azt sugallta ugyanis – főleg a szunnita többségű területeken –, hogy *„mi, amerikaiak, szövetségeseink rosszul gondolkodtunk korábban, hiszen ti mindig is ennek a földnek a birtokosai voltatok, ennek a földnek a védelmezői voltatok, legyen ez a következőkben is így. Tudjuk, hogy vannak milíciáitok, akik az értekeiteket védik, de ezek a milíciák legyenek részei annak a fegyveres erőnek,*

²⁶⁸ David Petraeus tábornok életrajza elérhető innen: <https://www.britannica.com/biography/David-Petraeus> (A letöltés dátuma: 2020. május 03.)

amelynek kiépítésén mi munkálkodunk, és mi fogunk benneteket fizetni. Nem fogunk belépni a ti területekre, a ti fennhatóságotok alatt marad ez a dolog a saját törvényeitek alapján, ha elfogadtok valamilyen kompromisszumot, és fizetünk is érte". A program nagyon hatásos nevet kapott: „Irak fiai és Irak lányai” (Sons of Iraq and Daughters of Iraq).²⁶⁹ Ennek eredményeként a támadások száma radikálisan csökkent a többnemzeti koalíciós erők felé. Balogh ezredes szerint ehhez kellett egy jelentős felismerés, nevezetesen, hogy abban a más társadalomban a megfelelő célszemélyekhez eljuttatott stratégiai kommunikációval, az asztalra letett üzenetekkel lehet elérni a sikert.

Balogh ezredes szerint azonban *„a túl kevés információ és a túl sok információ is probléma”*. Például a túl sok információ, és a túlságosan szofisztikált nyelven megfogalmazott információ egyszerűen a *„túltöltés”* esetét eredményezi egyébként a fogadóban, egyszerűen nem foglalkozik már vele. Ennek egyensúlyba hozásához nagyon fontosak a gyakorlatok, a feladatok pontos értelmezése és hatékony végrehajtása, valamint az eredményes együttműködés.

A folyamatos médiakampány érdekében modulokat működtetnek, amelyek alatt a már megszokott különböző sajtóorgánumokon keresztüli kommunikációt érti az ezredes. Ennek létezik egy egészséges elegye, amely a vezető beosztású személyekkel történő rendszeres kapcsolattartást jelenti, *„ehhez pedig azonosítani kell azokat a személyeket, akár egy teljesen civil szervezetten belül is, akiknek fontos véleményt formáló erejük van s velük rendszeresen kommunikálni kell”*. Balogh ezredes szerint ez több fizikai kontaktust jelent, de ennek a megszervezése, végrehajtása, az oda- és visszajutás mindig biztonsági kockázati tényezőt jelent.

A médiakampányok, amennyiben azok a helyi viszonyokra pozitív választ adó eseményekre vannak kalibrálva – például egy katasztrófavédelmi központ létesítése a földrengésektől jelentősen sújtott afganisztáni területeken –, akkor azok sokkal olcsóbbak és hatékonyabbak lehetnek, mint a katonai műveletek. A regionális információs és médiaközpontok felállításának óriási jelentősége van a sikerek elérésében.

Fontos szerepük van a kultúrák közötti eltérések áthidalására tett erőfeszítéseknek, s ebben a dedikált szakértők (például kultúrantropológusok) tudása sokféle módon felhasználhatónak bizonyult. Álláspontja szerint a stratégiai kommunikáció nem öncélú, mindig az információs műveletek

²⁶⁹ Stuart W. BOWEN, Jr.: Sons of Iraq Program: Results Are Uncertain and Financial Controls

Were Weak, Office of the Special Inspector General for Iraq Reconstruction, Arlington. In: <http://www.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a545951.pdf> (A letöltés dátuma: 2016. április 12.)

(amely része a „stratcomm” is) teljes spektrumában kell gondolkodni, amely egymást erősítő, vagy a szembeálló fél esetében az azt gyengítő hatások koncentrációját jelenti”.

Balogh ezredes szerint a kommunikáció egyedi jellege nagyon domináns, s ezt az alábbi példa jól mutatja: „2008 novemberében felrobbantottak egy német konvojt Baghlan város közelében. A magyarok mentek ki, biztosították a helyszínt, elsősegélyt nyújtottak stb. Ennek kapcsán a szembenálló fél sajtójában megjelent pl., hogy meghalt négy szövetséges katona, 12 harcjármű megsérült, óriási győzelmet aratott a tálib mozgalom. Az igazság az volt, hogy senki nem halt meg szövetséges oldalról, két szövetséges sebesültje volt – mondjuk az egyik súlyos, aki később nehezen épült fel – egy gépjármű valóban megrongálódott. De arról nem szólt a szembenálló fél, hogy 19 gyerek is megsérült a robbanásban a szétrobbanó repesztől, vértlenek voltak, és meghalt nyilvánvalóan az elkövető is...” Balogh ezredest rendkívül bántja mind a mai napig az, hogy a gyerekek sérüléséről azonban nem lehetett beszélni, mivel az újabb alkalmat adott volna az ellenfél számára negatív üzenetek megfogalmazására. Pedig, ha az ellenfél tetteit is bemutattuk volna, akkor a célközönség „a két információ diverzifikációjából azért árnyaltabb képet kapott volna”.

Végezetül Balogh Péter ezredes az alábbi gondolatokat hangsúlyozta: „ha egy adott szituációban megszólalunk, akkor hitelesnek kell lenni, igazat kell mondani, ugyanis a hitelesség elvesztése pillanatok alatt megtörténik, a bizalom kiépítése nagyon nehéz munka. Ennek oka pedig abban rejlik, hogy a kultúránk, a vallásunk különbözik, a gondolkodásunk különbözik. A bizalom kiépítése borzasztóan nehezen történik, a hitelesség elvesztése pedig egy pillanat alatt lezajlik. Így mindig igazat kell mondani, ez a lényeg, mindig hitelesnek kell lenni”.

7.3.2. Boldizsár Gábor ezredes²⁷⁰ – „...egy-egy szónak óriási jelentése lehet”

Eddigi – 29 éve tartó – katonai pályafutása alatt a következő külföldi műveletekben vett részt:

- 1993–1994-ben Mozambikban volt az ENSZ ONUMOZ missziójában katonai megfigyelő;
- 2005–06-ban Koszovóban szolgált ugyancsak ENSZ misszióban (UNMIK), mint összekötő tiszt;

²⁷⁰ Korábban (2016) az NKE HHK dékánja, jelenleg (2019 szeptember) a HM Oktatási és Tanfolyamszervező Főosztály főosztályvezetője

- 2008–2009 között a Magyar Honvédség (MH) Provincial Reconstruction Team PRT-5 parancsnokhelyettese volt Afganisztánban;
- majd 2010-ben immár az MH PRT-8 parancsnokaként tevékenykedett a fenti országban.

Tapasztalatai alapján nagyon fontosnak tartja az adott kultúra ismeretét, de ennek több modellje van, mert míg Koszovóban ez viszonylag könnyen ment a magyarságból fakadó helyzeti előnyből, addig Mozambikban és Afganisztánban már sokkal több mindent kellett elsajátítani a helyi viszonyokról. A koszovói időszak alatt tapasztalta meg azt, hogy milyen a civil és katonai komponensek közötti kapcsolattartás. Itt tapasztalta meg azt is, hogy amíg az ENSZ képviselői a stabilizálási folyamat során szívesen láttak voltak, addig a későbbiek során már az önállósodás kerékkötőit látták a helyiek bennük, s ezt anyagi károkozásban fejezték ki. Ebben az időszakban jelentősnek mondható az aktuális NATO-missziókhoz való viszony minősége is. Az ENSZ-missziók alapelvei – például semlegesség – rendkívül fontosak a hitelesség fenntartásához. A koszovói ENSZ-misszióban a stratégiai kommunikáció „helyi alkotói voltunk az egyes járásokban kifejtett tevékenységünk révén” – mondja Boldizsár ezredes, szerinte „egy-egy szóznak óriási jelentése lehet”. Az itt töltött napi munka során sajátította el a „highlights and trends” (csúcspontok és trendek) megközelítési módszertant.

Meggyőződése, hogy annak érdekében, hogy érdemben tudjunk az eseményeket befolyásolni annak alapvető feltétele az, hogy a jelenlét hosszú legyen.

Boldizsár ezredes szerint a stratégiai kommunikációt az afganisztáni műveletek során lehet legjobban értelmezni. Itt jelentős momentum az, hogy felfogásában stratégia az, ami „Magyarország szempontjából az”, különösen amiatt, mert a feladat nagysága – az ország képességei alapján – azt eleve azzá tette. Ugyanakkor a kinti feladatokat a magyar katonák a NATO ISAF hadműveleti irányítása alatt végezték.

Az ENSZ UNAMA helyi missziójával való együttműködés szinkronizálását nagyban segítették a korábbi, kiváló szakmai kapcsolatok. A szinkronizáció más szereplőkkel is működött, legyenek azok állami vagy nem állami szereplők.

Afganisztánban a stratégiai kommunikáció egyik megközelítése Baglán tartományban volt értelmezhető a magyar újjáépítési csoport tevékenysége révén, ugyanúgy, mint a NATO-direktívák okán. Az terület egyúttal az információs műveletek megjelenítésében és alkalmazásában is kiemelkedő szereppel bír, hiszen a sajtóhíreket figyelni kell annak érdekében, hogy tudjuk, mi a helyiek attitűdje. Ezekre azonban válaszolni, reagálni kell, hiszen a helyi véleményformálókat proaktív módon kell megközelíteni.

Az információs műveleteknél kimutatható egy fejlődési folyamat, hiszen idővel megjelentek olyan kommunikációs mátrixok, amelyek egyik célja kulcsfontosságú vezetőkkel való kapcsolatok kialakítására, fenntartására és formálására irányul. Ezek olyan központi iránymutatásokon alapulnak, amelyek meghatározzák azt, hogy „ki jó, ki rossz, vagy kit kell támogatni, és kit nem”. Ebbe az is beletartozik, hogy adott esetben kivel „mutatkozhatunk egy fényképen, és kivel nem”. De ha igen, akkor a tekintetnek, a nonverbális jeleknek is fontos szerepük van. Tehát tudatosan kell felépíteni a kommunikációt annak minden szintjén és minden formájában. Ebbe az is beletartozik, „amikor mi fogadunk valakit, de az is, amikor mi megyünk el helyi vezetőkhöz”, s az adott tárgyaláson ki és hol foglal helyet. Ennek tehát nemcsak az átadandó üzenet a lényege, hanem a „körítés is”. Boldizsár ezredes szerint ez csapatmunkát igényel, amely az adott csúcsvezető viselkedésében jelenik meg. Az ún. „sugárzott kép” rendkívül nagy fontossággal bír, hiszen „rólunk nem csak a jelentések, a sajtóban megjelenő interjúk kommunikálnak, hanem az is, hogy az adott helyzetben mit érzünk”. Erre számos példát lehet hozni, például Koszovó esetében is jelentős volt az a momentum, amikor 2005-ben az adott politikai vezetőt Hágába rendelték, emberiség elleni bűntettek vádjával. Ez egy sajátos és éles helyzetet teremtett a helyieknél, s erre a KFOR azonnal reagált, amely az ott tartózkodó csapatok megjelenésében (öltözet, fegyverzet, mozgás) azonnal érzékelhető volt. A lényege ennek az üzenetnek, hogy az érzékeny körülmények ellenére „rend, fegyelem, nyugalom és béke van”. Az afganisztáni tapasztalatok is azt mutatják, hogy adott üzenetek képesek felerősíteni vagy éppen gyengíteni egymást.

Boldizsár ezredes szerint a kommunikációs elemek helyes alkalmazásával lehet „nyitni a helyiek irányába, de van egy fal, amin nem lehet átmenni. Az lényegesebb, hogy közelebb tudunk kerülni”. De ez nem azt jelenti, hogy lemondunk saját biztonságunkról, hiszen azt minden körülmények között biztosítanunk kell.

Kiemelte, hogy „nagyon sokat számított az adott szó, az adott ígéret”, de még ennél is többet jelentett az adott vezető(k) akarata, döntése. Álláspontja szerint stratégiai kommunikációnak tekinthető az, hogy a cselekedetek közös akaraton nyugszanak, azok összehangolása megtörténik. De az is előfordult, hogy „úgy álltunk fel az asztaltól egy hosszú tárgyalás után, hogy nem tudtuk, miben állapodtunk meg, de a lényeg az volt, hogy véleményt tudtunk cserélni, és megismertük egymást”.

Boldizsár ezredes hangsúlyozta az ún. „nemzeti korlátozások” fontosságát, amelynek az a lényege, hogy az adott küldő nemzet meghatároz bizonyos kereteket arra vonatkozóan, hogy mit lehet, és mit nem. Itt nagyon lényeges az, hogy ne legyen ellentmondás az egyes direktívák között, valamint ez összhangban legyen a helyi viszonyokkal is.

A PRT legfőbb üzenete az ezredes szerint az volt, hogy „ez egy újjáépítő, támogató misszió, nem pedig harcolni szándékozó”, amely illeszkedik ahhoz, hogy egy „békés és jól működő Afganisztánt szeretnénk közösen létrehozni”... Nagyon fontos ugyanakkor, hogy pontosan határozzuk meg a célokat és a tematizálás is ennek megfelelően történjen. Bizonyos szabályokat pedig be kell tartani, mert ha nem tesszük, akkor „garantált a sikertelenség”. A legitim fellépés pedig a siker kulcsa lehet, de ehhez minden fél részvétele szükséges. A nem állami szervezetekkel (például segélyszervezetek) való kapcsolat nagyon fontos, azonban figyelni kell a velük való együttműködés egyedi jellegeire.

Boldizsár ezredes kiemelte, hogy a stratégiai kommunikáció szempontjából rendkívül fontos az ellenség is, mint „nem kívánt, de létező hallgatóság”. Őket – jól megfontolt kommunikációs szempontok alapján is – „Afganisztán ellenségei” névvel illették, amelynek üzenete mindenki számára egyértelmű. Összességében véve tehát egymásra épülő szintek, összekapcsolódó elemek és koordinált együttműködés valósul meg a stratégiai kommunikációban.

7.3.3. Eperjesi Andrea²⁷¹ vezető főtanácsos: „...NATO értelemben vett önálló StratCom irányelvekkel nem rendelkezünk...”

Eperjesi Andrea főtanácsos feladatai közé – többek között – a stratégiai kommunikáció szakmai koordinálása tartozik a Honvédelmi Minisztérium Kabinet Iroda Kommunikációs Osztályán.

A főtanácsos kifejtette, hogy a NATO értelemben vett stratégiai kommunikáció a Honvéd Vezérkar és az Összhaderőnemi Parancsnokság (ÖHP) együttműködésében, a műveleti tervezés szintjein jelenik meg. Ide tartoznak az egyes nemzetközi gyakorlatok is, hiszen a szövetségi direktívák alapján dolgozzák ki a Honvédelmi Minisztérium és a felelős végrehajtó szervek a vonatkozó dokumentumokat.

A stratégiai kommunikáció irányelveit tartalmazó önálló doktrínával nem rendelkezik a Honvédelmi Minisztérium, azonban annak értelmezési és végrehajtási sarokpontjai fellelhetők a pszichológiai és információs műveletek metszéspontjaiban.

A főtanácsos hozzá tette, hogy 2009-ben, amikor a NATO-ban megjelent a fogalomkör immár sokkal markánsabban, akkor az volt a cél, hogy a NATO politikai oldal (Brüsszel) és a katonai oldal stratégiai szintű kommunikációját

²⁷¹ HM Miniszteri Kabinet, jelenleg (2021 májusában) Mons-ban a NATO SHAPE (Szövetséges Fegyveres Erők Európai Legfelsőbb Parancsnoksága) Stratégiai Kommunikációs Divízió munkatársa.

össze tudják hangolni. Ez különösen az akkori afganisztáni helyzet tapasztalatai alapján vált szükségessé. Lényege az, hogy minden szinten mindenki ugyanazt kommunikálja, ugyanaz jelenjen meg, ezáltal egységes legyen a „narratíva” (azaz egyet beszéljen mindenki).

Fontos azt is hangsúlyozni, hogy a stratégiai kommunikációt a kinetikus műveletekhez (tehát a konkrét katonai csapások esetén) is hozzá kellett rendelni, különösen a tettek és a szavak összehangolása érdekében.

A legutóbbi fejlemények kapcsán elmondható, hogy a stratégiai kommunikáció katonai irányelvei a NATO Katonai Bizottság által elfogadás alatt állnak. Eddig a NATO csak politikai, valamint stratégiai parancsnoksági szinten rendelkezett Stratégiai Kommunikációs szabályzóval, az MC szintű új „policy” jelentősége abban áll, hogy ennek eredményeként az alárendelt katonai szervezetekben mind békeidőben, mind műveleti vonatkozásban konkrétan is megjelenik a szakterület.

Amennyiben párhuzamot keresünk a NATO és Magyarország kommunikációs szintjei között, úgy a NATO-központtal azonos szintű kommunikációs partner Magyarországon a Miniszterelnökség, ami a teljes vonatkozó hazai narratívát kezeli. Ebben a kontextusban a Honvédelmi Minisztérium a NATO stratégiai parancsnokságok szintjének felel meg (lásd: SHAPE). A HM Miniszteri Kabinet Kommunikációs Osztály a stratégiai szintű kommunikációt tervezi, szervezi, de nincs olyan NATO értelemben vett konkrét dokumentum, amely a stratégiai kommunikáció módszertani kérdéseivel foglalkozna. Ennek átgondolása és a felelősségi területek meghatározása azonban folyamatban van.

Eperjesi Andrea főtanácsos szerint a NATO Stratégiai Kommunikációs Kiválósági Központtal (Riga) szervezettel a Védelempolitikai Főosztály tart kapcsolatot, szakmai vonatkozású kérdésekben a HM Kommunikációs Osztállyal konzultálva.

Ez utóbbiaknál fontos megemlíteni egy példát, amely jól mutatja a NATO elkötelezettségét a nemzeti képességek fejlesztésére. A Központ ugyanis időről időre – egy kérdőív segítségével – felméri a tagállamok kulcsfontosságú kapacitásait és képességeit a stratégiai kommunikáció területén. Ennek fontos indoka az is, hogy az témakörrel kapcsolatos oktatási és kutatási tudásanyagot és a gyakorlati tapasztalatokat közelíteni kell egymáshoz. A felmérés az adott tagállam politikai, elvi, szervezeti, képzési és oktatási területeit veszi szemügyre annak érdekében, hogy az a lehető leghatékonyabban szolgálja a stratégiai kommunikációs erőfeszítéseket, mint a védelmi szektor egyik területét.

A NATO megközelítésében ugyanis a stratégiai kommunikáció hitelessége leginkább abból fakad, hogy a tagállamok autentikus módon önértékeljék – akár fejlesztésre szoruló – képességeiket és készségeiket. Az is tény, hogy

az egyes nemzetek némileg eltérő módon értelmezik annak tartalmát és módszereit, de stratégiai kommunikáció fontosságban egyet értenek, hiszen így tartható fent a Szövetség kohéziója és a hatékony narratíva kialakítása és működtetése a rivális országokkal, szervezetekkel és egyénekekkel szemben. „Az ilyen felmérések minden tagállam érdekeit szolgálják” – tette hozzá a főtanácsos.

Módszertani értelemben a felmérések a stratégiai kommunikáció – mint folyamat és gondolkodás – rendszerében meglévő problémák feltárását és megoldását is szolgálják. A gondolkodás jellemzőinek vizsgálata pedig azért rendkívül fontos, mert így lehet napjaink műveleti környezetében a stratégiai kockázatokat csökkenteni. Lényeges az is, hogy kiderüljön: a területet mennyire tartják hasznosnak és kiemelten fontosnak annak alakítói. Egyúttal fel kell tudni mérni azt is, hogy milyen erősségeket, gyengeségeket, lehetőségeket és veszélyeket látnak az adott területen a tagállamok.

A rendszerszintű megközelítésben pedig nagyon fontos szerepet játszanak a beérkező válaszok, hiszen azok jelentős mértékben hozzájárulnak a szövetségi erőfeszítések optimalizálásához.

7.3.4. dr. Fehér Zoltán, kutató, szakértő – „Stratégiai kommunikáció; nyilvános diplomácia; kreatív diplomácia”

N. J. L.: Kérem, ismertesse eddigi szakmai pályafutásának legfontosabb állomásait!

F. Z.: Tanulmányaimat Magyarországon és az Egyesült Államokban végeztem. Mesterdiplomát szereztem az ELTE-n amerikanisztikából és politikatudományból, jogi doktorként végeztem a Pázmányon, majd később a Harvard Egyetemen folytattam tanulmányokat, amelyek végén mesterdiplomát szereztem közigazgatás-kormányzás szakon. 13 évig dolgoztam magyar diplomataként. 2005 és 2009 között Magyarország washingtoni nagykövetségén szolgáltam külpolitikai elemzőként, illetve sajtó- és kulturális attaséként. 2011 és 2014 között Törökországban, az ankarai magyar nagykövetségen dolgoztam a nagykövet helyetteseként, valamint két hosszabb időszakban Magyarország első számú képviselője voltam Törökországban, ideiglenes ügyvivőként. Ezt követően a Miniszterelnökség EU Ügyek Államtitkárságán vezettem az EU koordinációs osztályt, amely összefogta Magyarországnak az EU intézményekben képviselt hivatalos álláspontjai kidolgozását. Immáron öt éve Bostonban élek, ahol a Harvard Egyetemen közigazgatás-kormányzás szakon végzett posztgraduális tanulmányaim mellett Joseph Nye asszisztenseként dolgoztam. Jelenleg a Fletcher School

of Law and Diplomacy-ban doktori disszertációmát írom, mellette pedig a Stratégiai Tanulmányok Központja tudományos főmunkatársaként és a Tufts Egyetem Politikatudományi Tanszékének vendégelőadójaként dolgozom. Az évek során tanítottam politikatudományt és nemzetközi kapcsolatokat Magyarországon az ELTE-n és a Pázmány jogi karán, itt az Egyesült Államokban pedig a Harvard Summer Schoolban és a Massachusetts Institute of Technology-n (MIT) is. Mondhatjuk úgy is, hogy eddigi karrierem első szakaszában a diplomácia gyakorlati oldalán működtem, a mostani szakaszában pedig a diplomácia elméleti-tudományos oldalán, hiszen diplomáciát, nemzetközi kapcsolatokat oktatok, és ezen a területen végzek tudományos kutatásokat.

N. J. L.: Kérem, foglalja össze jelenlegi kutatásainak/tanulmányainak legfontosabb irányait és várható eredményeit!

F. Z.: Tudományos kutatásaimban mindig a szuperhatalmak stratégiai foglalkoztattak. Legelső kutatási projektemben a NATO hidegháború utáni átalakulásával foglalkoztam.²⁷² Ennek fontos része volt az ún. keleti bővítés, amelynek első hullámában hazánk Csehországgal és Lengyelországgal együtt része lett az atlanti szövetségnek. Ezt követően figyelmem az Egyesült Államoknak a Szovjetunióval szembeni, hidegháború alatti stratégiája, a feltartóztatás és annak szellemi atyja, George Kennan felé fordult.²⁷³ Jelenlegi, doktori kutatásaim középpontjában pedig annak vizsgálata áll, hogyan alakult az Egyesült Államoknak Kínára vonatkozó stratégiája a Nixon-Kissinger-féle 1972-es nyitástól napjainkig. Különösen az érdekel, hogy miért követte Amerika a nyitás/együttműködés (engagement) stratégiáját a hidegháború elmúltával is, s mennyire igyekeztek az egymást követő amerikai kormányzatok az együttműködés mellett a kiegyensúlyozás (balancing) elemeit is beintegrálni stratégiájukba, amelyet az én álláspontom szerint a két hatalom nemzetközi rendszerben elfoglalt strukturális pozíciójának változása, a hatalmi átrendeződés (power transition) perspektívája indokolt volna.²⁷⁴ Ezt Kenneth Waltz és Robert Gilpin neorealista elmélete-

²⁷² Fehér Zoltán: NATO's New Place in the European Security Architecture. *Bard Journal of Social Sciences*. 2001. ősz, 46–63. old.

²⁷³ Fehér Zoltán: George F. K.: realista diplomata a hidegháborús amerikai stratégia alakításában. In: Frank Tibor (szerk.): *Gyarmatokból impérium*. Magyar kutatók tanulmányai az amerikai történelemről. Gondolat, 2007. 205–216. old.; Fehér Zoltán: Nekrológ: George F. Kennan. Egy realista diplomata az amerikai külpolitika alakításában. *Kül-Világ – a nemzetközi kapcsolatok folyóirata*. II. évf. 2005/2-3. szám, 83–92. old.

²⁷⁴ Fehér Zoltán: The Rise and Fall of U.S. Engagement toward China. *Elephants in the War Room Blog – Center for Strategic Studies*, 2020. augusztus 17. <https://sites.tufts.edu/css/the-rise-and-fall-of-u-s-engagement-toward-china/>

inek segítségével vizsgálom, de kutatásaim alapján egyre inkább arra jutok, hogy mindennek megértéséhez a liberális *Innenpolitik* és a konstruktivista elméletek egyes elemeire is építeni kell.²⁷⁵

N. J. L.: Álláspontja szerint milyen összefüggések ismerhetők fel/fontosak a stratégiai kommunikáció és a nyilvános diplomácia között?

F. Z.: A stratégiai kommunikáció államok vagy nemzetközi szervezetek esetén mindig magában kell foglalja a nyilvános diplomáciát. A NATO Stratégiai Kommunikációs Politikájáról szóló hivatalos állásfoglalás is úgy definiálja a stratégiai kommunikációt mint „a NATO kommunikációs tevékenységei és képességei koordinált alkalmazását”, s e kommunikációs tevékenységek és képességek körébe beleérti a katonai közkapcsolatok, az információs műveletek és a pszichológiai műveletek mellett a nyilvános diplomáciát is.²⁷⁶ A nyilvános diplomáciának tehát illeszkednie kell egy állam vagy szervezet stratégiai kommunikációjába, annak fő céljait kell szolgálnia. Ez természetesen azt feltételezi, hogy az adott állam vagy szervezet stratégiai kommunikációját annak központjában (a miniszterelnök stábjában, vagy – a NATO esetében – a főtitkár stábjában, de természetesen a tagállamok egyetértésével) megtervezik és koordinálják. Ez nem egyszerű feladat, ugyanis az államok esetében a stratégiai kommunikáció általában – ahogy fent is jeleztem – nem a diplomáciáért felelős szervezeti egységhez (Magyarország vagy az Egyesült Államok esetén a Külügyminisztériumhoz), hanem a végrehajtó hatalom feje mellett közvetlenül működő stábhoz kötődik (ez Magyarországon a miniszter által vezetett Miniszterelnöki Kabinetiroda, az Egyesült Államokban pedig a Fehér Ház kommunikációs igazgatója által vezetett csapat). A politikai kommunikáció központosításáról részletesen írtam az *A kormányzás háttérintézményei* című kétrészes tanulmányomban a Politikatudományi Szemlében, amelynek első része a végrehajtó hatalom feje háttérintézményeinek egyes nemzetközi példáit mutatja be komparatív kutatásaim alapján (részletesen tárgyalva az amerikai elnök Fehér Házi Stábját)²⁷⁷, a második része pedig a magyar Miniszterelnöki Hivatalról szól.²⁷⁸ Számos ország kormányzatában sikerült úgy kialakítani a stratégiai kommunikációt, hogy a nyilvános diplomácia is annak a céljait

²⁷⁵ Fehér Zoltán: A világtrend átalakulása, az Amerikai Egyesült Államok nagysztratégiája és Kína kihívása a 21. században. In: Ágh Attila – Káncz Csaba (szerk.): Változó világtrend. A bizonytalanság kora a nemzetközi politikában. Noran Libro Kiadó, Budapest, 2020.

²⁷⁶ NATO Strategic Communications Policy SG(2009)0794. 2009. szeptember

²⁷⁷ Fehér Zoltán: A kormányzás háttérintézményei. Amerikai és európai példák – I. rész Politikatudományi Szemle, 2002. évi 3–4. szám, 35–69. old.

²⁷⁸ Fehér Zoltán: A kormányzás háttérintézményei. A Miniszterelnöki Hivatal 1990–2003 – II. rész Politikatudományi Szemle 2003. évi 1. szám, 105–154. old.

szolgálja, a nyilvános diplomácia üzenetei össze legyenek hangolva a kormányzat stratégiai kommunikációjával. Ebben a Külügyminisztériumnak a miniszterelnök vagy elnök kommunikációs stábjával való együttműködése kulcsfontosságú. Ez szerintem Magyarországon vagy Németországban egy ideje már így működik, de az Egyesült Államokban nem minden időszakban sikerült ezt elérni. Különösen a most lezáródó elnöki ciklus alatt voltak zökkenők amiatt, hogy Trump elnök maga volt a „Communicator-in-Chief”, de a kormányzat egészen belül nem mindig sikerült koordinálni a nemzetközi tartalmú üzeneteket. Meg kell azonban jegyezni, hogy Mike Pompeo külügyministersége alatt az üzenetek egységesülése lényegesen javult, a kormányzat stratégiai kommunikációja és nyilvános diplomáciája között nagyobb összhang jött létre.

N. J. L.: Honnan ered és mi a tartalma a kreatív diplomáciának?

F. Z.: Ahogy említettem, 2005 és 2009 között Washingtonban a magyar nagykövetségen teljesítettem külszolgálatot, Simonyi András és Somogyi Ferenc nagykövetek irányítása alatt külpolitikai elemzőként, valamint sajtó- és kulturális attaséként dolgoztam. Simonyi András nagykövet vezetésével fejlesztettük ki a nagykövetség új nyilvános kommunikációs megközelítését, amelyet én kreatív diplomáciának neveztem el. A kreatív diplomácia lényege, hogy a diplomácia (és azon belül a nyilvános diplomácia) hagyományos tárházán túl új eszközöket, új médiumokat is bevonunk egy ország nemzetközi kapcsolatépítésébe, ha úgy tetszik, az országimázs-építésbe. Három új eszközt vagy területet állítottunk a nyilvános diplomácia szolgálatába: (i) a populáris médiát, (ii) a populáris kultúrát, és (iii) a digitális média világát. Az elsőre, a populáris média alkalmazására példa a magyar nagykövet szereplése az egyik legnézettebb amerikai televíziós talk-showban, a *Colbert Report*-ban 2006-ban és 2007-ben is, amelyeknek nagy sikere volt az Egyesült Államokban, de komoly visszhangja volt odahaza is. A másodikra, a populáris kultúra, mint diplomáciai médium alkalmazására példa a „rock and roll diplomácia”, Simonyi András nagykövet amerikai diplomatákból álló rockzenekarának koncertjei, szereplései, a rock and roll zenének, mint összekötő kapocsnak a használata a két ország között. Egy másik példa, amely a kezdeményezésemre jött létre, a számos hollywoodi személyiség (Lucy Liu, Andy Vajna) bevonásával létrehozott egész estés dokumentumfilmnek, „*A szabadság vihara*” washingtoni premierje 2006. novemberben az 1956-os forradalom és szabadságharc 60. évfordulójának tiszteletére. A Colin Keith Gray és Megan Raney Aaron filmrendező-operatőr testvérpáros által rendezett, nagyhatású filmnek Washington legnagyobb filmszínházában, az Uptown Theater-ben szerveztünk hollywood-i stílusú premiert (vörös szőnyeggel!), amelyen a világhírű színész nő és egyben a

film egyik producere, Lucy Liu mellett részt vettek kongresszusi képviselők és egykori '56-os szabadságharcosok is. Végül pedig a digitális médiának a diplomácia szolgálatába való állítására példa a nagykövet és a nagykövetség diplomatái által írott „Hungarian Diplomats in DC” nevű nyilvános diplomáciai blog. A mai olvasókban, különösen a fiatalabb korúakban persze felmerül, hogy mindebben mi az újdonság, hiszen ma már mindezek az eszközök (populáris média, populáris kultúra, Internet és közösségi média) részei a nyilvános diplomácia eszköztárának. Ez igaz, de ekkor, a 2000-es évek második felében még nem voltak azok, ebben mi magyar diplomaták úttörő jellegű munkát végeztünk. Hadd meséljek el ennek alátámasztására egy anekdotát. A „Hungarian Diplomats in DC” blog 2006-ban indult, és én 2007 nyarán felkerestem az amerikai Külügyminisztérium akkor még csak rövid ideje működő e-Diplomacy igazgatóságát. Az ottani amerikai diplomaták elmondták nekem, hogy egy ideje diplomáciai blogot indítottak, de az csak az amerikai nagykövetségek és konzulátusok diplomatái számára elérhető. Amikor meséltem nekik a magyar nagykövetség blogjáról, akkor ők mondták ki: a „Hungarian Diplomats in DC” a világ első nyilvános diplomáciai blogja volt. Az, hogy mindezek az eszközök, sőt különösen a digitális térből a Facebook és a Twitter azóta a diplomáciai kommunikáció fontos részeivé váltak, számomra nagy öröm, hiszen olyan folyamatnak voltunk az előfutárai, amely gyakorlatilag forradalmasította a diplomácia eszköztárát.

N. J. L.: Hogyan látja a jövő nemzetközi viszonyait a meggyőzés és befolyásolás szempontjából?

F. Z.: Mentorom, Joseph Nye 1990-ben megalkotta a „soft power” koncepcióját, mivel *Bound to Lead* című könyvében szerette volna az egyes államok hatalmának, erejének (power) mérését valamilyen tudományos alapra helyezni.²⁷⁹ A katonai erő és a gazdasági erő mérésével nem voltak gondjai, de úgy látta: ezek nem fedik le egy ország erejének összességét. Van minden országnak olyan ereje, erőforrása, amely elsősorban az adott állam presztízseiből, politikai rendszerének vagy kultúrájának vonzerejéből fakad. A katonai és gazdasági erő „kemény” erőforrásai (hard power) mellé, amelyre a neorealisták kizárólagosan hagyatkoztak az államok erejének megbecsülésénél, Nye megalkotta a „soft power” koncepcióját, amely az egyes országok reputációs és kulturális erejét, kisugárzó hatását foglalta egybe. Nye koncepciója azóta világszerte elfogadott lett, és alkalmazzák a nemzetközi kapcsolatok elméletében ugyanúgy, mint annak gyakorlatában, de én azt gondolom, hogy a „soft power” jelentősége a mai világunkban tovább növekszik.

²⁷⁹ Joseph NYE: *Bound to Lead. The Changing Nature of American Power*. Basic Books, 1990.

A nyilvános diplomácia – és így a kreatív diplomácia is – elengedhetetlen része a „soft power”-nek. A meggyőzés és befolyásolás szempontjából a „soft power” és a „hard power” egyszerre játszik szerepet, hiszen más országok nézőpontjából az egyes országok hitelessége befolyásoló tényező, de ilyen tényező lehet az adott állam katonai erejének elrettentő hatása (deterrence) is. Nye a kétféle erő hatékony együttes alkalmazását „smart power”-nek nevezi. Azt is fontos elmondani, hogy az ún. dezinformációs műveletek és az információs hadviselés nem tartoznak a „soft power” kategóriájába alá, azok részei a katonai erő alkalmazásának. Úgy látom, a 21. század diplomáciájában az az állam lehet sikeres, amely sokféle erőforrását „smart power”-ként tudja összegezni, és a nemzeti érdek szolgálatába állítani.

N. J. L.: Miben látja az állam és haderő szerepét/jelentőségét a jövő nemzetközi kapcsolatait illetően?

F. Z.: A nemzetközi kapcsolatok elméletében két domináns irányzatot láthatunk az elmúlt 40-50 évben az államok közötti kapcsolatok természetének alakulását illetően. Az egyik a realizusból kinőtt neorealista iskola, amelynek követői – Kenneth Waltztól John Mearsheimeren át Stephen Waltig – alapvetően úgy látják, az állam központi szerepe a nemzetközi politikában megmarad, ahogy továbbra is meghatározó szerepe van és lesz a haderőnek, mint az állam legfontosabb erőforrásának.²⁸⁰ A neorealistákkal élesen szemben áll a Joseph Nye, Robert Keohane és Richard Rosecrance által fémjelzett elméleti iskola, amelyet a neorealizmussal való kontrasztja miatt neoliberalizmusnak neveztek el. Nye és Keohane elméletének lényege, hogy az államok és a katonai erő központi szerepét megváltoztatja a globalizáció révén felélénkült világgazdaság, létrejön a vezető államok között (akár egymással szembenálló hatalmak között is) egy nagyfokú kölcsönös függőség (interdependencia), megnő a nem állami szereplők (pl. a transznacionális vállalatok) szerepe, és bizonyos szituációkban már a gazdasági erő és a gazdasági érdekek kezdenek dominálni a katonai erő és a biztonsági érdek felett.²⁸¹ Rosecrance ezzel egybevágó elméletének lényege pedig, hogy az ún. katonai–politikai és területi államok logikáját az ún. kereskedő államok logikája váltja fel, a katonai erő és a területi expanzió háttérbe szorul a gazdasági erő és a gazdasági expanzió javára.²⁸² Én abban a szerencsés helyzetben vagyok, hogy a Harvard Egyetemen tanulhattam

²⁸⁰ Kenneth N. WALTZ: *Theory of International Politics*. Waveland Press, 1979, 2010.

²⁸¹ Robert KEOHANE – Joseph NYE: *Power and Interdependence: World Politics in Transition*. Longman, 1977, 2001.

²⁸² Richard ROSECRANCE, *The rise of the Trading State: Commerce and Conquest in the Modern World*. Basic Books, 1986.

mind Stephen Walttól, mint Joseph Nye-től és Richard Rosecrance-tól, ráadásul a karrierem során tanúja lehettem annak, ahogy a hidegháború után a nemzetközi politikában háttérbe szorult a területi expanzió, és előtérbe került a globalizáció és a kereskedelem, majd az elmúlt másfél-két évtizedben újra kiújult a nagyhatalmak versengése, és ismét fontossá vált a katonai területi expanziós politika. Külszolgálataim alatt is megtapasztalhattam mindezt, hiszen washingtoni éveim alatt még dominált a gazdasági terjeszkedés célja és a nyilvános diplomácia eszköztára, miközben már dúltak az újabb háborúk, majd törökországi diplomáciai szolgálatom alatt a „szomszédból” követhetem a szíriai háborút és a Krím-félsziget orosz annektálását is. Úgy látom, a globalizáció, az interdependencia és a világkereskedelem kiszélesedése révén eljutottunk egy olyan történelmi érába, amelyben a két elméleti irányzat által fókuszba helyezett két világ (nevezük Rosecrance nyomán a területi államok világának és a kereskedő államok világának) egyszerre van jelen, egyfajta hibrid nemzetközi politikai univerzumot hozva létre. Visszatérve saját kutatási témámhoz, ha korunk legfontosabb nagyhatalmi versengését, az Egyesült Államok és Kína rivalizálását vesszük górcső alá, akkor azt láthatjuk, hogy miközben a két nagyhatalom gazdasága 1980 óta gyakorlatilag összefonódott, összenőtt, Kína gazdasági felemelkedése természetesen hozta el katonai és politikai ambícióinak növekedését, amely viszont legfőbb gazdasági partnerével, az Egyesült Államokkal állítja Kínát szembe. Kapcsolatukban jelen van a kereskedő államok együttműködése és a katonai területi államok versengése is, utóbbi egyre növekvő mértékben. Az elmúlt évtizedben bekövetkezett változások – a nagyhatalmak versengésének kiújulása, a nemzeti alapú politikák előretörése, valamint a COVID-19 világjárvány gyakorlatilag teljes mértékben nemzetállami szintű kezelése²⁸³ (a szakirodalom meg is alkotta az „oltás-nacionalizmus” kifejezést) – mind-mind rámutatnak arra, hogy a nemzetállam központi szerepe a nemzetközi politikában megmarad, sőt a nemzetközi együttműködések rovására még nőhet is. Másrészt viszont a mai nemzetállamoknak egy olyan időszakban kell nemzeti érdekeiket képviselniük a globális porondon, amikor a nemzetgazdaságok egymással összenőttek, és a világ egyik pontján történő események sokkal közvetlenebb hatással vannak a világ akár legtávolabbi másik pontján élő emberek életére, mint bármikor a világtörténelem során. Mindennek megértéséhez az állam, a nemzeti érdek és a katonai erő központi szerepére építő realizmus, a nem állami szereplők és a nemzetközi intézmények jelentőségét, továbbá a kereskedelem és az interdependencia fontosságát hangsúlyozó

²⁸³ Fehér Zoltán: „Realpolitik and Cooperation in the Age of COVID-19: How Can the World Escape Captivity?” *Global Security Review*, 2020. május 26.

liberalizmus, végül pedig az ideák, ideológiák, eszmék nemzetközi politikát formáló szerepét hangsúlyozó konstruktivizmus elméleti koncepcióira egyaránt szükség lesz a 21. század további évtizedeiben.

7.3.5. Molnár Zsolt ezredes²⁸⁴ – „...nem elég jónak lenni, annak is kell látszani”

A téma szempontjából releváns beosztások:

- 2000-ben Cipruson alegység parancsnok egy sajátos ütközőzónában;
- 2002-ben Szarajevóban alegységparancsnok egy katonai rendfenntartó kontingens kötelékében;
- 2004-ben Irakban szolgált, ahol a Magyar Szállító Zászlóaljnál volt szállítmány kísérő századparancsok;
- 2005–06 ismét Irakban szolgált törzs- és kiképzőtisztként a NATO egy tréningmissziójában;
- 2009-ben Afganisztánban a magyar–amerikai OMLT-1 parancsnoka volt zászlóalj szintű tanácsadóként;
- 2013-ban ismét Afganisztánban dolgozott amerikai partnerekkel, de már egy dandár szintű szervezetet kellett mentorálnia.

Első jelentős tapasztalata az iraki időszakban történt, amikor egy improvizált robbanó eszköz általi támadásban életét vesztette Nagy Richárd posztumusz hadnagy. Ekkor ugyanis rendkívül fontossá lépett elő az ún. válságkommunikáció.

A 2009-es afganisztáni időszakban kiemelte, hogy a kommunikációt számos különböző szereplő felé kellett megvalósítani. Ebben nagy kihívást jelentett az, hogy a partnerek külön-külön is rendelkeztek saját stratégiai elképzelésekkel. Az afgán katonák kiképzése után részt vett azokkal különböző műveletekben, s ekkor szembesült azzal, hogy *„az afgán fél is rendelkezett stratégiai kommunikációval”*. Ugyanis az adott műveletet követően azonnal (fél órán belül!!!) odahívták a helyi televíziót, akinek az adott katona rögtön interjút adott a helyzetről és bemutatták a „győzelmet”.

A 2013-as misszióban is kihívás volt az együttműködés az egyes partnerekkel, különösen amiatt, hogy ekkor az északi régió egyik afgán parancsnokával állt közvetlen kapcsolatban, aki tagja volt az ún. „Big Five-nak”

²⁸⁴ Korábban (2010–2017) az NKE HHK Ludovika Zászlóalj parancsnoka, jelenleg a Magyar Honvédség Nemzeti Összekötő Képviselő (USA, Norfolk), Szolgáltatfőnök (NATO ACT), illetve USA Joint Staff J7 Allied and Partners Force Development Directorate, Foreign Liaison Officer.

(rendőr, politikai vezető, határőr, csendőr, elhárítás) az északi régió afgán vezetési struktúrájában. A „*partnerek eltérő kondíciói hatást gyakorolnak az együttműködés jellegére*”.

Molnár ezredes szerint a stratégiai kommunikáció jelentősége a felkészítésben, illetve a külső és belső kommunikációban egyaránt megnyilvánult. Sajátos elemnek tartja, hogy az egyes médiamegjelenés megvalósult az Amerikai Egyesült Államokban is. Nagyon meg kellett fontolni azt, hogy „*milyen módon kommunikálunk, de azt különösen, hogy kivel, mit közlünk*”. Nem csak amiatt, hogy az adott információ minősített volt-e vagy sem, hanem amiatt is, mert nem tudtuk, hogy egy nyilvános dolog, esemény „*hogyan lesz tálalva*”.

A stratégiai kommunikáció számára azt jelenti, hogy „*egy adott esemény milyen módon jelenik meg adott közösség, csoport felfogásában*”. Ebben kiemelt jelentőséggel bír az időzítés és az adott információ tartalma is. Álláspontja szerint könnyen előfordulhat az, hogy egy helyi szinten megjelenő információ stratégiai szintűvé fog válni. Ennek felismerésében nagyon jelentős szerepet játszik a felkészítés minősége, de az is, hogy az adott parancsnoknak mi a kritikus információigénye, és annak mi a jellege. Az adott információ mennyisége több tényezőtől függött, amelyben az adott környezet, a biztonsági megfontolások játszottak szerepet, de az is, hogy milyen szinten mekkora a szükséges információ mennyisége. „*Nagyon szűk lehet azoknak az embereknek a köre, akik mindenről tudhatnak.*” A köztük való viszony jellege megfogalmazásában „*több, mint bajtársi és rendkívül bizalmi*”, ugyanis ez kulcsfontosságú a hatékony együttműködéshez.

A stratégiai kommunikáció tervezésekor figyelni kellett arra, hogy egymás után milyen lépések következtek, és csak akkor léptek tovább, ha az adott lépés megvalósult a partnerekkel. Kijelentette, hogy: „*Hiábavaló ígérettel nem mentünk volna semmire, az alapvetően rontotta volna a hitelességünket*”. Véleménye szerint a kommunikációs stratégiában 90%-os sikert könyvelhet el eddigi missziós tevékenysége során.

A stratégiai kommunikáció sikeres lebonyolításához nemcsak a megfelelő felkészítés fontos, hanem a politikai és szakmai vezetés iránymutatása, és egyfajta előrelátási képesség is. Kulcsfontosságú az adott vezető körül tevékenykedő kommunikációs szakemberek megfelelő kiválasztása is.

A mai műveleti körülmények között nagyon fontos elem a katonai vezetők hatékony kommunikációs felkészítése. A civilekkel való együttműködés ma már nem opcionális a katonák számára, s ennek oka a megváltozott műveleti környezetben keresendő.

A stratégiai kommunikációban „*döntő tényező az időfaktor, ez pedig a siker kulcsa csakúgy lehet, mint a kudarcé*”.

Molnár Zsolt ezredes szerint a stratégiai kommunikáció megértése komoly kihívást jelent a katonák számára, mivel azok – felkészítésük miatt – a katonai döntéshozatalra és a feladatvégrehajtásra koncentrálnak. Ezeknek a mennyisége és minősége szintenként változik, ahogy a hozzá kapcsolódó kommunikációs tréning jellege is.

Az egyik legfontosabb terület, ahol további képzésre van szükség, az a korábban már említett válságkommunikáció, különösen amiatt, hogy az eddigi tapasztalatok, „minták” csekély számúak. Ennek egyik oldalról örülni lehet, de egy éles helyzetben erre is kell tudni reagálni, mert ha ez nem működik, akkor rendszerszintű problémákat okozhat. A válságkommunikáció az ezredes felfogásában a stratégiai kommunikáció részét kell, hogy képezze. Ennek oka pedig az, hogy az stratégiai szinten éreztetheti hatását, és akár vereséghez, bukáshoz is vezethet.

Molnár Zsolt ezredes szerint az afganisztáni helyzetet sokan félreértik, és különösen fontos a kommunikációs eszközök szempontjából, hogy „*a helyiek a modern infokommunikációs eszközök mellett rendelkeznek a régi, analóg vagy mechanikai megoldásokkal is*”. Ezek használata azonban a területi adottságoktól függ. Fontos eszköz a szórólap, a rádió, és aki ezeket az eszközöket birtokolta, annak óriási hatalma, befolyása volt az adott csoportban. Az adott területen mindig volt egy ember, aki megjelent kamerával, és rögzítette az adott művelet eredményeit, és a megfelelő kapcsolaton keresztül eljuttatta azokat az adott helyre, további felhasználás céljából. „*Az adott vezetők pontosan tisztában vannak a kommunikáció jelentőségével, és ki is használják ezt, különösen hatalmi helyzetük megtartása, erősítése céljából.*”

A tudatos felkészülés alapvető ahhoz, hogy a műveletek sikeresek legyenek. Ez igaz a kommunikációra is, amit részletesen meg kell tervezni, s ebben egy „checklist” nagyon hasznos lehet. „*Külön kell választani a kommunikációban azokat, akiket tájékoztatni kell és azokat, akiket célszerű.*” Az adott eljáráson, szabályzokon kívül nagyon fontosak az erkölcsi elvek is.

Adott helyzetben komoly nehézséget jelenthet az információéhség, amelynek megfogalmazói sokféle csoport, szervezet, de akár egyének is lehetnek.

Molnár ezredes végül hangsúlyozta, hogy „*a kommunikációs képességek és készségek sokszor segítették át az adott szituáción, kihíváson, és ennek szerepe volt a sikerek elérésében*”. Épp ezért a megfelelő és célirányos képzést kulcsfontosságúnak tartja a vezetők számára.

7.3.6. Interjú dr. Porkoláb Imrével, a Matthias Corvinus Collegium Vezetőképző Akadémiájának igazgatójával²⁸⁵

Az interjúalany hivatásos katonaként sok időt töltött a különleges műveleti képesség kiépítésével, ahol meg kellett tanulnia az ellenfél fejével is gondolkodni, a gerilla-hadviselés ugyanis, bizonyos tekintetben, az innováció bölcsője. A különlegeseknél ezen felül nagyon sokat tanult egy újfajta vezetői szemléletmódról, hiszen az irreguláris hadviselő felekkel szemben a hagyományostól eltérő vezetői megközelítést kell alkalmazni. Innen indulva a vezetőfejlesztés és az innovatív gondolkodásmód áthatotta a karrierjét. Az innováció különösen akkor vált fontossá, amikor hét évet szolgált az Egyesült Államokban a NATO Stratégiai Transzformációs Parancsnokságon, majd – a NATO Szövetséges Transzformációs Parancsnokság parancsnokának (SACT) képviselőjeként – a Pentagonban dolgozott. (Első magyar katonaként, a NATO képviselőként az amerikai egyesített vezérkarral, a Védelmi Minisztériummal, illetve a Washingtonba települt kiemelt kutatóintézetekkel tartotta a kapcsolatot). Ekkor lett védelmi miniszter Ashton Carter, aki az üzleti életből érkezett, és olyan innovációs szemléletet hozott magával a védelmi iparba, amelynek az eredményei most kezdenek igazán látszani. Három évvel ezelőtti hazaérkezése után a védelmi fejlesztésekért felelős kormánybiztosi hivatalban kutatásfejlesztési és innovációs helyettes lett a kormánybiztos úrnak, ahol egy hazai védelmi innovációs ökoszisztéma alapjainak lerakása volt a fő feladata. 2020 októberétől az A Matthias Corvinus Collegiumban tevékenykedik.²⁸⁶

N. J. L.: Mikor találkozott először a stratégiai kommunikáció (továbbiakban esetenként „stratkomm”) fogalmával?

Amivel mostanában nagyon sokat foglalkoztam, az az innováció, de ennek is van azért stratkomm része, és ezt a kettőt összekapcsolva használjuk. Én idén nagyon sokat fogok erről cikkezni, írni. Amit én hangsúlyozok: a modernizáció versus innováció. Modernizáció: megvesszük a legmodernebb eszközöket, amik nagyon jó, nagyon kiváló platformok, de ehhez mindenféleképpen szükség lenne innovációra és az én olvasatomban ez konkrétan

²⁸⁵ Németh József Lajos: Stratégiai kommunikáció; haderő és innováció – Interjú dr. Porkoláb Imrével, A Matthias Corvinus Collegium Vezetőképző Akadémiájának igazgatójával. In: <https://biztonsagpolitika.hu/egyeb/strategiai-kommunikacio-hadero-es-innovacio-interju-dr-porkolab-imrevel-a-matthias-corvinus-collegium-vezetokepzo-akademiajanak-igazgatojaval> 2021. (A letöltés dátuma: 2021. május 04.)

²⁸⁶ Forrás: Somkuti Bálint: Az új korszak új típusú vezetőket kíván. In: https://index.hu/techtud/2020/12/30/az_uj_korszak_uj_tipusu_vezeteket_kivan_-_interju/ (A letöltés dátuma: 2021. március 14.)

azt jelenti, hogy egyrészt rá kell fejleszteni ezekre a most rendkívül modern platformokra, mert tudjuk, hogy öt-nyolc év múlva már nem a legmodernebb fegyverzettechnológia lesz; másrészt pedig szervezeti innovációt kell végrehajtani, ugyanis nincs annyi időnk rendszeresíteni ezeket az eszközöket, hiszen korábban is láttuk, hogy nincs hét-nyolc évünk arra hogy bevezessük, kialakítsuk a feltételeket, doktrínákat, átalakítsuk a kiképzési oktatási rendszert. A stratégiai szerepe pedig az, hogyha a modernizáció során a forgalomban most meglévő nagy cégekkel letárgyalt eszközöket megveszünk, és saját magunk is fejlesztünk, innentől ezek a fejlesztések pedig két irányba mehetnek el. Az egyik az, hogy ha nem kommunikáljuk, hogy mi történt, akkor stratégiai meglepetéseket okozhatunk vele: például abban a pillanatban, amikor az ellenfél támadó tevékenységbe kezd, akkor előhúzzuk a kalapból, és egy nagyon komoly, döntő tényező lehet a hadviselés során; a másik pedig az, hogy ha kommunikáljuk, akkor viszont stratégiai elrettentésre tehetünk szert. Az, hogyha azt mondjuk, hogy Magyarország kifejlesztett egy olyan drónrajt, amivel mondjuk egy harckocsi zászlóalját egy-két perc alatt meg tudunk semmisíteni, akkor az egy stratégiai elrettentés, és itt látom a stratkomm szerepét. A másik oldalon pedig szintén van stratkomm kapcsolódás, hiszen fel kell hívni a figyelmét a Magyar Honvédség összes alakulatának, illetve minden vezetési szervének arra, hogy felpörgött körülöttünk a világ. De addig, amíg egy transzformációs folyamatot korábban le lehetett vezényelnünk 15 év alatt, addig arra most 4-5 évünk van, és ezt nem lehet csak a régi módszerekkel megközelíteni. Én úgy gondolom, hogy ez is egy stratégiai kommunikációs feladat. Gyakorlatilag én azt gondolom, hogy így a stratkomm az állam és a haderő kontextusát is érintheti az innováció és az elrettentés kapcsán.

N. J. L.: A stratégiai kommunikáció a meggyőzésről, befolyásolásról szól. Az én értelmezésemben ez azt jelenti, hogy a fentiek révén kéne azt elérni, hogy úgy viselkedjen az adott célcsoport (hallgatóság), ahogyan az a számunkra kedvező. Vajon a katonai vezető képzésben ez mennyire jeleníthető meg? Ezzel kissé összecseng, hogy azt említetted, hogy a régi gondolkodástól meg kell, hogy szabaduljunk, vagy át kell alakítanunk.

P. I.: Azt azért tisztáznám, hogy én nem teljesen azt mondom, hogy szabaduljunk meg a régi gondolkodásmódtól, inkább azt, hogy ki kell egészíteni ezeket a módszertanokat, amik vannak, újszerű módszertanokkal, hiszen a jövő vezetőinek arra van szüksége, hogy egy picit szélesebb palettából tudjanak válogatni. Ha egy sátorépítő kalapács van nálam, és minden problémát azzal akarok megoldani, akkor az nem biztos, hogy sikerre fog vezetni.

Azzal egyet értek, hogy a jelenlegi helyzetben kétirányú haszna lehet a struktúrnak abban, hogy miként tudjuk valakinek a viselkedését befolyásolni vagy módosítani.

Az innovációhoz visszatérve: a cél nem az, hogy a Magyar Honvédség belül innovatív legyen, mert ez egy hosszú folyamat, gyakorlatilag az egy teljes szervezeti kultúra átalakítási folyamat, ami reálisan tekintve nem négy éven belül fog megvalósulni, és ezt parancsra nem fogja senki csinálni. Egy hosszabb átalakulás lesz, amíg eljutunk odáig, és óriási szerepe van abban, hogy modern technológiával fegyverezzük fel a magyar haderőt, de önmagában ez nem üdvözítő. Szerintem ez csak akkor működhet, hogyha behozzuk a külső szereplőket.

Az elmúlt két évben én sokat beszéltem az úgynevezett védelmi innovációs ökoszisztémáról, amibe beletartoznak az egyetemi kutató hálózatok, valamint az egyéb kutatóintézetek, de a KKV-kon kívül a startup vállalkozások is, akik nem nagyon tudnak a nagy bürokratikus szervezetekkel mit kezdeni. Nem csak a HM-mel, de úgy általában egyikkel sem, hiszen a döntéshozatali folyamatok sokkal lassabbak ezekben a szervezetekben, mintsem, hogy ezeket támogatni tudják; tehát egy startupnak általában két-három hónapig tudnia kell működni, míg még nem kap valami tőkeinjekciót vagy kötnek vele szerződést. Nem túl valószínű, hogy ennyi idő alatt kötnek szerződést egy startuppal a HM-ben. Márpedig ezt valahogy meg kell oldani, hiszen ez pont, hogy egy stratégiai kommunikációs felület, és ugye itt jön az, hogy kétféle irányba indulhatsz el. Az egyik, amit te mondtál, a meggyőzés: vagyis kommunikálok, hogy igen, nekem ilyen képességekre van szükség, ezekben a témákban várnám a jelentkezést. Egyébként itt van mondjuk az MH Modernizációs Intézet, illetve tervbe van véve a VIKI. Tehát „ott kopogtassatok, és akkor beszélgetsetek az emberekkel, és ők meg fogják oldani a problémákat, vagy mondjuk három hónapon belül valamilyen választ fogtok kapni”.

A kommunikáció másik oldala, az energizálás vagy motiválás, amikor kiválasztunk néhány embert, akikre tudjuk jól, hogy szükségünk van, és befektetéseket eszközölünk: hozzákapcsolunk mondjuk egy HM-céget, behozzuk egy nagyobb védelmi fejlesztési projektbe, és a sikereket megint csak a kommunikáció részévé tesszük. Ugyanezt alakulatoknál is csinálhatjuk, ugyanis, ha valakinek van jó, hasznos ötlete, akkor meghirdetünk egy ötletversenyt, aztán kiválogatunk tíz embert, akiről úgy gondolom, hogy leginkább szolgálják mondjuk a szárazföldi haderőnek a fejlődését. De ez lehet bármelyik, a légierő vagy a különlegesek, amikor egy inkubátorban összekötjük a fejlesztőket, és a jól felkészült mérnökök meg a munkások elkészítik a prototípusokat. És ha sikerül, egyébként miért ne lehetne ebben az ötlet kitalálóinak valami szellemi tulajdon szabadalmi jogot formálni, ha

te feltaláltál valami újszerű dolgot, akkor jót tettél a seregnek. Ráadásul egy olyan embert segítettünk hozzá egy lehetőséghez, aki belsős, és akkor ez az úgynevezett Interpreneur képzés valósul meg; és ebben is óriási szerepe van a kommunikációnak, hogy meghirdetjük ezt, hogy fogadókészség van egy szervezetben. Erre majd utána azokat az embereket, akiknek sikerült, azokat megint piedesztálra emeljük, és körbehurcoljuk, és körbemutogatjuk azt, hogy igen: ezt a fajta viselkedést várjuk el mindenkitől. Gondolkozzatok emberek, ne várjátok, hogy megmondják nektek, vagy parancsba adják, hogy mit csináltok, hanem hogyha láttok valamit, amin javítani lehet, jobban lehetne tenni azt az ügyet, amit mindannyian együtt közösen szolgálunk, akkor osszátok meg az ötleteiteket velünk. De csak akkor fogják megcsinálni, hogyha látják, hogy van esély arra, hogy egyébként ebből lesz is valami, mert hogyha bejön az ötletverseny – és egyébként így egy év múlva még mindig semmi nincs – akkor valószínűleg az emberek elkönnyvelik, hogy hát jó, hát akkor fölöslegesen raktam bele az energiát.

Megint két oldalról kell nézni, az egyik, hogy a vezető képzésben egyszerűen egy picit így szemléletmódot kell váltani a vezetőknek. Én úgy gondolom, hogy katonai berkekben túlságosan sokáig kvázi begombolkoztunk arra való hivatkozással, hogy itt minden titkos, de van egy olyan csomó dolog – valljuk be őszintén – ami kettős hasznosítású technológia, ráadásul elmegy a világ mellettünk. A kis startupokban, KKV-kben föltalálnak nap mint nap olyan dolgokat, hogy tudomásunk sincs róla, és így már megszületett az a válasz. Éppen ezért a vezetőképzésbe szerintem igenis be kell iktatni azt, hogyan lehet ökoszisztémákban gondolkodni.

Az azt jelenti az én olvasatomban, hogy a saját kis szervezeteden kívül, hogy tudsz kinyúlni. És nemcsak a HM meg az MH berkeiben kapcsolókat építeni, hanem feltérképezni, hogy mi folyik a nagyvilágban, és esetleg más területekről is, de behozni azt a tudást, azt a Know-how-t, ami segíti a honvédelem ügyét.

Ezen felül pontosan azért kell a vezető képzésben módszereket is oktatni, mert fogalmuk nincs a „design thinking”-ről a katonáknak. A szemlélők – véleményem szerint – nagyon nyitottak erre, és a tisztképzésbe is be lehetne ilyen elemeket emelni, aminek nem is az a célja, hogy bármit megdizájnoljunk, hanem az a célja, hogy ezt a fajta iterációkon alapuló, a tervezéstől, a lineáris gondolkodásmódtól eltérő módszereket elsajátítsák, megismerjék. Sajnos, a seregben dizájnerekkel nagyon gyengén állunk. És ez nem vagy-vagy, egyik sem rosszabb a másiknál, csak a probléma, hogy mi nem nagyon építünk hidat a két gondolkodásmód (tervezés és design) között. Az egyik ugye az, hogy nagyon széles spektrumból nézi meg, és utána szűkít vissza, a tervező pedig egyfajta csőlátással megy előre, vasúti síneket rak le, és éppen ezért a terv a legtöbb esetben rugalmatlan.

Ezt a kettőt kellene a képzésben összehozni, és erről beszélek akkor, amikor azt mondom, hogy szemléletmód-váltást kell végrehajtani. Meg kell mutatni azokat a módszereket a vezetőknek, hogy hogyan működik egy business projekt a valóságban. Mert érteniük kell annak érdekében, hogy fel tudják majd venni a tempót. Meg egyáltalán beszédbe tudjanak elegegyedni azokkal az emberekkel, akik szeretnék a honvédelem ügyét szolgálni, de nem feltétlenül Ócsára akarnak kimenni. És ez is egy stratkomm feladat. Nagyon sok emberrel beszélgetek, akik szívesen áldoznak időt arra, hogy szolgáljanak: Például kódolni tud, egy CNC-esztergagépet kiválóan kezel, és mondjuk jó lenne egy ilyen folyamatban. De őt nem érdekli az, hogy megtanítsák a fegyverkezelésre meg a löelemekre, de az idejéből valamenynyit szívesen áldozna a honvédelem ügyének.

NJL: Ezzel teljesen egyetértek egyébként, ezt én érzem, nekem is sok ilyen barátom van, akik azt mondják: „én nem fogok ott egy fegyverrel rohagálni, meg kúszni a sárban, amikor mást is csinálhatnék, hogy miért nem találtok olyat nekem, ami valóban érdekel engem, vajon ez miért lehetetlen a hadseregben”?

Az interjúalany által ajánlott további irodalom:

- Col. Imre Porkoláb and Ben Zweibelson: Designing a NATO that Thinks Differently for 21st Century Complex Challenges In: Applied Social Sciences, DR 2018/1 pp. 196–212
<https://kiadvany.magyarhonvedseg.hu/index.php/honvszemle/article/view/235/227>
(A letöltés dátuma: 2021. július 20.)
- Porkoláb Imre ezredes – Nyitrai Mihály alezredes: Top Gun: A szervezeti tanulási folyamatok megújítása és a tapasztalatfeldolgozó rendszer újragondolása. In: Honvédségi Szemle, 2019/6. sz. 3–21. o.
<https://kiadvany.magyarhonvedseg.hu/index.php/honvszemle/article/view/206/198>
(A letöltés dátuma: 2021. július 20.)
- Porkoláb Imre ezredes – Hannel Sándor őrnagy – Hegedűs Ernő alezredes:
Modernizáció és innováció (1.): A megnövekedett sebességű haditechnikai kutatás-fejlesztés erősödő szerepe a modern katonai stratégiában egy amerikai példa alapján. In: Honvédségi Szemle, 2016/2. sz. 14–26. o.

<https://kiadvany.magyarhonvedseg.hu/index.php/honvszemle/article/view/436/418>

(A letöltés dátuma: 2021. július 20.)

7.4. Az interjúk alapján megállapítható azonosságok és különbségek

Véleményem szerint a fentiek alapján az azonosságok közül

- az együttműködés fontosságát;
- a hiteles és (amennyire csak lehet) őszinte kommunikációt;
- az egyes szereplőkkel való és szintenként lehetőleg azonos kapcsolat-tartást;
- a rendelkezésre álló eszközök helyes megválasztását és szinkronizálását;
- az időfaktort;
- a megfelelő felkészítést;
- a rendelkezésre álló információk mennyiségi és minőségi összetevőit;
- a dedikált szakemberekkel való együttműködést;
- a szereplők egymásra utaltságát (függőségét) emelhetjük ki.

A különbségeket általában abban látom, hogy

- az interjúalanyok milyen eltérő tapasztalatokkal rendelkeznek;
- hogyan ítélik meg a stratégiai kommunikáció konkrét tartalmát és alkalmazandó módszereit;
- az adott helyzetben miként használták fel a kínálózó kommunikációs lehetőségeket.

7.5. A SWOT-analízis

Az áttanulmányozott irodalom és az elvégzett mélyinterjúk alapján olyan trendeket és csomópontokat állapíthatunk meg, amelyek lényegi elemeit egy SWOT-analízis²⁸⁷ formájában foglalhatjuk össze:

ERŐSSÉGEK <ul style="list-style-type: none">• rendelkezünk vonatkozó tapasztalatokkal;• rendelkezünk együttműködési képességgel;• széles az eszköztár, amelynek már kialakultak az eljárási módoszatai;• számos kombinációs lehetőség áll rendelkezésre;• az infokommunikációs eszközök képességeinek kiaknázása.	GYENGESÉGEK <ul style="list-style-type: none">• nem egyértelmű a stratégiai kommunikáció helye, szerepe és tartalma;• a politikai irányelvektől való függés;• eltérő kondíciók;• nehéz meghatározni az elérendő hatást, s ez időt vesz igénybe;• az adott terület korlátozott kommunikációs eszközei
LEHETŐSÉGEK <ul style="list-style-type: none">• a vezetők felkészítésében alkalmazható;• dedikált szakemberek alkalmazása;• új látásmódot eredményezhet;• növelheti az adott szervezet hatékonyságát.	VESZÉLYEK <ul style="list-style-type: none">• a nem egyértelmű politikai cél;• az adott műveleti/piaci környezet ismeretlen területei;• a bizalom elvesztése;• kommunikációs vereség;• az információ hiányból/túlterhelésből fakadó veszélyek;• meglévő területek duplikálása.

²⁸⁷ A SWOT-elemzés egy széles körben ismert stratégiai tervező eszköz. Segít megérteni és azonosítani a vállalkozás erősségeit, gyengeségeit, a kínálgató lehetőségeket és a fennálló veszélyeket egy adott szituációban.”, Varga Daniella: SWOT-elemzés készítése és használata a gyakorlatban. In: <https://daniellavarga.hu/swot-elemzes/> (A letöltés dátuma: 2021. május 29.)

8. A stratégiai kommunikáció tervezése

Könyvem előszavában már említettem, hogy igyekszem – a hadtudományi szempontok szem előtt tartásával – a polgári, továbbá az üzleti és kommunikációtudományi szakemberek számára is használható, konkrét megoldásokat is bemutatni. Az előbbieket alapján merül fel tehát a kérdés: *tervezhető-e a stratégiai kommunikáció?* Amennyiben rövid és velős választ kívánunk adni erre a kérdésre, akkor azt kell mondjuk, hogy igen, és ezt akár azzal is indokolhatnánk, hogy *mivel stratégiáról beszélünk, ezért annak értelemszerűen tervezhetőnek kell(ene) lennie.* A korábban említett alapelvek és módszerek is igazolják ezt, azonban kutatásaim során arra jutottam, hogy – bár léteznek hasonlóságok a katonai és üzleti megközelítés között, mégis vannak olyan meghatározó különbségek (ilyen például az eltérő működési környezet, a kitűzött célok, az eltérő célcsoportok, és az alkalmazott módszerek), amelyek a fent említett két terület közötti eltérő tervezés bemutatását indokolják. Értelmezésemben ez egyáltalán nem azt jelenti, hogy a katonai és az üzleti területet élesen el kell választanunk e tekintetben, sőt ez – az átfedések miatt – lehetetlen is lenne, így az alábbiakban az említett területi tervezések lehetséges kiindulási pontjait mutatom be.

8.1. A stratégiai kommunikáció tervezése katonai szempontból

Úgy gondolom, hogy a katonai szempontból történő tervezés alapvető kiindulópontjaiként az eddig lezajlott és dokumentált fegyveres összecsapások szolgálnak. A vonatkozó tapasztalatok feldolgozása azonban olyan hozzáértő szakembereket igényel, akik nem csak a katonai műveletek egyes szintjeinek jellegzetességeiben rendelkeznek elméleti tudással, hanem műveleti tapasztalattal is bírnak. Szövetségi (NATO) szempontból már rendelkezünk irányelvekkel és más, a tervezést elősegítő szabályzókcal, azonban ezek összehangolása a megszerzett műveleti tapasztalatokkal – ahogy azt a korábbi interjúk is bizonyítják – elengedhetetlenül szükséges. A katonai tervezésnél feltétlenül figyelembe kell vennünk és megvizsgálunk azt a kérdést, hogy az adott műveletnél szükséges-e az ilyen jellegű tervezés? Ugyanezt a kérdést érdemes feltennünk a haderő egyes adminisztratív feladatokat ellátó szervezetei kapcsán is. A hazai viszonyokat jól ismerve úgy gondolom, hogy jelenleg a stratégiai kommunikáció katonai jellegű tervezésének a kiberműveletekben, továbbá a professzionális haderő toborzási és megtartó képességének fejlesztésében lehet komoly szerepe, amennyiben ehhez a szükséges személyi és anyagi feltételek adottak.

8.2. A stratégiai kommunikáció tervezése üzleti szempontból

Kutatásaim alapján arra az eredményre jutottam, hogy az üzleti tervezés abból a szempontból mutat hasonlóságot a katonai jellegűvel, hogy bizonyos elméleti alapokkal rendelkezünk, amikhez gyakorlati tapasztalatok is köthetők. A konkrét tervezéshez azonban viszonylag kevés írott forrás áll rendelkezésre, ami talán az üzleti titoktartásnak tudható be. Gyorsan hozzá teszem, hogy a tervezés egyes katonai vagy állami módszerei is minősítettnek tekinthetők, és valljuk be, nincs ebben alapvetően semmi meglepő.

Természetesen léteznek az üzleti stratégiai kommunikáció tervezésére szakosodott szakemberek és vállalkozások is, így ezek adott esetben igénybe vehetők. Szeretném elkerülni a legkisebb látszatát is annak, hogy reklámoznék bárkit vagy bármilyen vállalkozást, így a rendelkezésre álló szakirodalom alapján három lehetséges tervezési módszert mutatok be. A könyv 3.3.1.1-es alfejezetében megjelölt magyar nyelvű és igencsak vaskos forrásnak mondható kiadvány a vállalati jellegű tervezést tárgyalja²⁸⁸, a második forrást egy angol nyelvű kiadvány szolgáltatja, amelynek szerzője szerint a stratégiai kommunikáció tervezése régóta inkább művészetnek tekintendő, mint tudománynak.²⁸⁹ Ezzel a megállapítással annyiban egyet tudok érteni, hogy az eredményes és hatékony stratégiai kommunikációhoz valóban szükséges egy olyan művészi látásmód és kreativitási képesség, amelynek révén a részletek egészévé állhatnak össze, és ami lehetővé teszi a lényeges kiemelését és elválasztását a lényegtelentől. A szerző megállapítja azt is, hogy a stratégiai tervezésnél még napjainkban is az ún. SWOT-analízis²⁹⁰ módszertana mérvadó, azonban csak ennek a kizárólagos használata nem feltétlenül vezet el egy működőképes stratégiai kommunikáció kialakításához, és megvalósításához. Épp ezért tervezési módszertanát egy olyan rugalmas sablonként tárja eléünk, amelynek vannak olyan meghatározó elemei, amiknek „illik” szerepelniük egy stratégiai kommunikációs tervben:

- i. Vezetői összefoglaló (Tulajdonképpen a terv szinopszisa.)
- ii. Cél (A kialakított terv konkrét célját írja le röviden és lényegre törően.)
- iii. Indoklás (Azoknak a kihívásoknak és körülményeknek az összefoglalása, amik a tervezést szükségessé teszik.)

²⁸⁸ Stefan KASSAY (szerk.): Vállalat és vállalkozás. III. kötet: Stratégiai kommunikáció: A társadalmi fejlődés, a piac és a kommunikáció változásainak kontextusai (ford.: Lajos P. János). Gondolat Kiadó, Budapest, 2015.

²⁸⁹ John A. MACARTHUR: Planning for strategic communication. Lexington KY, USA, 2017. p. 1.

²⁹⁰ Lásd a 288. lábjegyzetet!

- iv. Analízis (Annak az elméleti keretnek (kiindulópontnak) a bemutatása, amely az adott szervezethez legjobban illeszkedik. Itt több is bemutatható, így ez a rész képezi várhatóan a legnagyobb területi elemét az adott tervnek)
- v. Piaci hatások (Ez a rész az egyes kommunikációs típusokat; az adott területen található más „versengő” kommunikációs módszereket; illetve a kommunikációs hálózatokat, csatornákat vagy útvonalakat írja le.)
- vi. Javasolt stratégia (Itt írja le a javaslattevő az általa legjobbnak vélt tervet, és egyúttal érinti az adott szervezet jövőbeni státuszát is).
- vii. Konklúzió (Itt tüntethetők fel olyan reális és kreatív ötletek, amelyek a döntéshozók számára egy sikeres és lehetséges stratégiai kommunikációs terven való gondolkodást segítik elő.)
- viii. Mellékletek (grafikonok, források, végjegyzetek, statisztikák, esettanulmányok stb.)²⁹¹

Fontos továbbá megjegyezni, hogy a szerző szerint a tervnek az adott szervezet igényeihez kell alkalmazkodnia, és ez nemcsak a tartalmat foglalja magában, hanem a terv megjelenését, továbbá előadását is. Ennél a szerzőnél maradva érdemes áttekintenünk a lehetséges elméleti kiindulópontokat is, hiszen tulajdonképpen ezek képezhetik a tervezés keretét és bizonyos tartalmi elemeit is. Ezek a következők lehetnek:

- narratív elemzés
- tőkeelemzés
- történeti elemzés
- szerkezeti elemzés
- benyomás/percepció elemzés
- diskurzuselemzés
- szocioanalízis
- a legitimitási igények elemzése

A fenti felsorolás részletes kifejtése jelenleg nem áll módomban, de fontos kiindulópontját képezheti a további szakmai diskurzusnak és tárgyalt témánk bővítésének.

A *harmadik* lehetséges tervezési példát a stratégiai kommunikáció üzleti szempontú megközelítésére a hatékony közkapcsolatok és marketing szempontjából tartom fontosnak bemutatni, hiszen a fent említett területek nemcsak a haderő szempontjából fontosak, de átszövik az eredményes államműködés szinte minden területét. Ennek egyik hazai letéteményese és szakmai formálója részben

²⁹¹ John A. MACARTHUR: Planning for strategic communication. Lexington KY, USA, 2017. pp. 8–11.

a Nemzeti Közszerológálati Egyetem, ami az ún. Jó Állam fogalomrendszerén és az e koncepcióhoz kapcsolódó jelentések²⁹² révén kapcsolódhat a stratégiai kommunikáció fenti típusú tervezéséhez, hiszen a kommunikációs és marketingszemponokat alapulva ki más lehet a legfőbb célcsoport, mint maga az állampolgár?

Ez a megközelítés egyúttal arra is rámutat, hogy tárgyalt témánk multi- és interdiszciplináris alapokra történő helyezése elengedhetetlen.

Ami a konkrétumokat illeti, egy olyan amerikai szerzőpáros dolgozta ki ezt a tervezési megközelítésrendszert, akik több évtizede ezeken a területen dolgoznak.²⁹³ Azért beszélhetünk tervezési rendszerről, mert az egyes tervezési elemek további alrendszerekre bonthatók, s ezeket mintegy összeillesztve juthatunk el egy teljes tervezéshez. Az egyes fejezetek jól mutatják az egyes tervezési csomópontokat, amelyek a következők:

1. A bizalom és a kapcsolatépítés megközelítése a kommunikációban
2. Nyilvános tájékoztatás és meggyőző kommunikáció
3. Kommunikációs kutatási módszerek
4. Kutatás felhasználása a kommunikáció hatékony tervezéséhez
5. Célok és célkitűzések
6. Kulcsfontosságú nyilvánosság és üzenetterv
7. Stratégiák és taktikák kialakítása üzenetek küldésére
8. Ütemezés(idő) és költségvetés-tervezés
9. Megvalósítás és kommunikációmenedzsment
10. Hatékony kommunikáció mérése és értékelése
11. Vezetői összefoglalók és üzleti prezentációk
12. Etika és szakmaiság
13. Esettanulmányok

Hangsúlyoznom kell, hogy a fenti felsorolás csupán az említett szerzők által legfontosabbnak tartott csomópontokat jelzi, azok további részelemek-re bonthatók.

A tervezésre vonatkozóan konkrét esettanulmányként érdemes az ISIS tervezési módszerét is megemlítenünk, amely inkább az egyes stratégiai eszközök, formák és módszerek szinkronizálására fókuszál(t) oly módon, hogy azok egymást kiegészítve szolgálják a terrorszervezet célkitűzéseit.²⁹⁴

²⁹² JÓ ÁLLAM JELENTÉS. In: <https://joallamjelentes.uni-nke.hu/jo-allam-osszefoglalo/> (A letöltés dátuma 2021. május 31.)

²⁹³ Joseph OGDEN – Laurie J. WILSON: Strategic Communications: Planning for Public Relations and Marketing. Ötödik Kiadás. Kendall/Hunt Publishing Company, Dubuque Iowa, USA, 2008.

²⁹⁴ Stephane J. BAELE – Katharine A. BOYD – Travis G. COAN (edited by): ISIS Propaganda: A Full-Spectrum Extremist Message, Oxford University Press, Oxford, 2020. DOI:10.1093/oso/9780190932459.001.0001

Összegzés

A szakirodalmi kutatás során feltártam, hogy a stratégiai kommunikáció számos területhez kapcsolódik, azonban ezek többsége a hadviselésben, a katonai hivatásban jelenik meg. A stratégiai kommunikáció értelmezésekor azt tartom járható és helyes útnak, ha a „legkisebb közös többszörös” elvét alkalmazva próbáljuk meg a közös jellemzőket meghatározni, és erre építve kialakítani a szereplők számára megfelelő kereteket.

Az egyes történelmi példák (például haditengerészet) látszólag azt bizonyítják, hogy a stratégiai kommunikáció már korábban is létezett, azonban óvatosságra int az a tény, hogy az adott történelmi időszakban még rendkívül korlátozott mértékben léteztek azok a fékek és egyensúlyok, amelyek napjainkban a szövetséges műveletek során alapkövetelménynek számítanak.

Az alapelvek és eljárások vizsgálata alapján kijelenthető, hogy a katonai (döntően NATO-) megközelítés elemei és alapjai napjainkra már kialakultak, azonban az eddigi tapasztalatok és szakmai igények további pontosításokat tesznek szükségessé, amelyben a világos politikai iránymutatás alapkövetelmény.

Megállapítható az is, hogy a tárgykör az üzleti életben is egyre jelentősebb szerepet kap, de azt párhuzamosan használják a „testületi kommunikációval”, esetenként ki is váltja azt.

Véleményem szerint napjainkban már nem az a kérdés, hogy „Mi az a stratégiai kommunikáció?”, hanem sokkal inkább az, hogy annak hatékony megvalósításhoz milyen feltételek szükségesek. Ezek pedig nemcsak személyi és anyagi szempontból vizsgálandók, hanem különösen abból a megközelítésből, hogy milyen készségek és képességek szükségesek egy átfogó gondolkodás megvalósításához. Alapkövetelmény a megfelelő időzítés csakúgy, mint a rendkívül pontos üzenetek meghatározása és kalibrálása a kiválasztott hallgatóság számára.

A mélyinterjúk számos azonosságot és különbséget hoztak felszínre a témakör kapcsán, azonban a legfontosabb eredményt abban látom, hogy *a stratégiai kommunikáció alapkövei a világos, érthető és a bizalmat előtérbe helyező kommunikációs eljárások*. Ez pedig kapcsolódik ahhoz a felismeréshez, ami a NATO afganisztáni műveleteinek (ISAF 2003–2014) egyik legnagyobb tanulsága: *az alapvető emberi igények, vágyak – amelyek közé például a biztonságot, az őszinteséget, az élet szeretetét sorolhatjuk –, mindenkinben ott vannak, legyen az adott személy a nyugati civilizáció képviselője, vagy az afgán törzsek egyikének tagja.*

Meggyőződésem, hogy a stratégiai kommunikáció olyan rendszerszintű és összehangolt erőfeszítéseket jelent, amelyek elsősorban – hazai megközelítésben – a nemzeti biztonsági stratégiában²⁹⁵ és a nemzeti katonai stratégiában²⁹⁶ megfogalmazott célkitűzéseket kell, hogy támogassák. Ennek indoka pedig az, hogy az említett dokumentumokban található meg azok az alapelvek, eljárások és eszközök, amelyekhez a stratégiai kommunikáció – szigorúan támogató karakterrel – hozzáilleszhető.

Azonban mielőtt kialakítanánk ennek teljes rendszerét, mérleget juttatunk az, hogy mi az, amit nyerünk vele, mi az, amit nem? Ezt a vizsgálatot amiatt is el kell végeznünk, mert a stratégiai kommunikáció jelentős része a már korábban kialakult és kiforrott kommunikációs elveken és eljárásokon nyugszik. A Magyar Honvédség Összhaderőnemi Parancsnokságán (MH ÖHP) 2016. február 03-án megrendezett *Korszerű hadviselés, korszerű vezetői felfogás* című tudományos konferencián elhangzottak alapján a 2030-ra várható legfontosabb trendek közé a stratégiai kommunikációt is besorolták. Ez pedig olyan további kérdéseket vet fel, hogy van-e/lesz-e új a nap alatt, létezik-e olyan új elem a stratégiai kommunikációban, amit eddig nem tártunk fel vagy nem használtunk? Logikus válasz, hogy igen létezik, azonban ennek meghatározása nem csak stratégiai szinten követelmény, hanem azoktól is, akik napi szinten alkalmazzák azt.

Meggyőződésem, hogy a stratégiai kommunikáció számos területen alkalmazható és ennek fejlesztése, alkalmazása még – katonai értelemben – olyan méretében erősen korlátozott képességű ország esetében is lehetséges, mint Magyarország. Ennek oka pedig abban rejlik, hogy a stratégiai kommunikációval kapcsolatos gondolkodás személyi, anyagi és technikai összetevői nálunk is rendelkezésre állnak.

Végezetül, de nem utolsó sorban külön hangsúlyozom, hogy a stratégiai kommunikáció ismeretének, a megértésére való törekvésnek kiemelt szerepet kell kapnia a katonai vezetők képzésében csakúgy, mint a polgári szakemberek oktatásában.

Érdekes és sajátos keretet ad e műnek az a tény, hogy 2021. augusztus közepén a nyugati elgondolásokon nyugvó stratégiai kommunikáció egyik fő cél- és alkalmazási területének számító Afganisztánban – csaknem 20 évvel az amerikai csapatok megjelenése után – a tálibok gyakorlatilag újra átvették a hatalmat, amelynek hatására az amerikai diplomáciai személyzet azt az utasítást kapta, hogy semmisítenek meg mindent (ide értve az Amerikára

²⁹⁵ 1163/2020. (IV. 21.) Korm. határozat Magyarország Nemzeti Biztonsági Stratégiájáról. In: <https://njt.hu/jogszabaly/2020-1163-30-22.2> (A letöltés dátuma: 2020. május 04.)

²⁹⁶ Magyarország Nemzeti Katonai Stratégiája, 2012. In: https://2015-2019.kormany.hu/download/a/40/00000/nemzeti_katonai_strategia.pdf (A letöltés dátuma: 2020. május 04.)

utaló szimbólumokat és zászlókat) annak érdekében, hogy azokat a tálibok ne tudják propaganda célokra használni.²⁹⁷ Az újbóli tálib hatalomátvétel pedig arra készítet minket, hogy újraértékeljük és átgondoljuk a stratégiai kommunikáció rendszerét, egyúttal ismét a térségre irányítja figyelmünket, és lehetőséget ad a tálibok által alkalmazott és alkalmazandó stratégiai kommunikációs módszerek és eszközök tanulmányozására. A tanulság: amennyiben rosszul határozzuk meg a kiinduló ideákat és módszereket, és ezeket hiteltelen módon alkalmazzuk, úgy nem leszünk képesek elérni a tervezett hatást.

²⁹⁷ Natalie COLAROSSO: U.S. Embassy Staffer Saves American Flag From Being Destroyed During Afghanistan Evacuation. In: <https://www.newsweek.com/us-embassy-staffer-saves-american-flag-being-destroyed-during-afghanistan-evacuation-1619480> (A letöltés dátuma: 2021. augusztus 16.)

Felhasznált irodalom

1. 1163/2020. (IV. 21.) Korm. határozat Magyarország Nemzeti Biztonsági Stratégiájáról. In: <https://njt.hu/jogszabaly/2020-1163-30-22.2> (A letöltés dátuma: 2020. május 04.)
2. 40 éve ért véget a vietnami háború (szerző nélkül). In: http://mult-kor.hu/20130127_40_eve_ert_veget_a_vietnami_haboru (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)
3. A hidegháborús forródrót története (szerző nélkül). In: https://mult-kor.hu/20030829_a_hideghaborus_forrodrot_tortenete. (A letöltés dátuma: 2021. március 21.)
4. A Kormány 1163/2020. (IV. 21.) Korm. határozata Magyarország Nemzeti Biztonsági Stratégiájáról. Magyar Közlöny, 2020/81. sz.
5. A Magyar Honvédség Civil-katonai Együttműködési és Lélektani Műveleti Központ honlapja. In: <https://honvedelem.hu/alakulat/mh-civil-katonai-egyuttmukodesi-es-lelektani-muveleti-kozpont.html> (A letöltés dátuma: 2021. március 17.)
6. A Nagy Fehér Flotta útvonala 1907–1909 között (térkép) In: http://freepages.rootsweb.com/~camorris/military/gwfleet/gwf_route.html (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)
7. A NATO beavatkozása hozta el a délszláv háború végét (szerző nélkül). In: <http://mult-kor.hu/a-nato-beavatkozasa-hozta-el-a-delszlav-haboru-veget-20150830> (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)
8. Asusai menyegző. In: https://web.archive.org/web/20100830150045/http://hellenizmus.repet.hu/a_susai_menyegzo (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)
9. A Theory of Strategic Communication: ‘like an orchestra producing harmony’ (published by: Matt ARMSTRONG) In: https://mountainrunner.us/2008/09/sc_is_like_an_orchestra/ (A letöltés dátuma: 2021. március 20.)
10. Arcanum Digitális Tudománytár. In: <https://adtplus.arcanum.hu/hu/> (A letöltés dátuma: 2019. március 31.)
11. Az óceánok és tengerek alatt húzódó kommunikációs összeköttetést biztosító kábelek 1901-ben (térkép) In: <https://blogthinkbig.com/cables-submarinos-historia/cables-submarinos-mundiales-1901> (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)

12. B. Bernát István – Pais Károlyné – Rétfalvi Györgyi – Szilágyi Erzsébet – TURI László: Média, kultúra, kommunikáció, Libri Könyvkiadó Kft., 2012.
13. BAELE, Stephane J. – BOYD, Katharine A. – COAN, Travis G. (edited by): ISIS Propaganda: A Full-Spectrum Extremist Message, Oxford University Press, Oxford, 2020. DOI:10.1093/oso/9780190932459.001.0001
14. Bene Sándor: A hír és a közvélemény koncepciójának formálódása Zrínyi Miklós műveiben. Irodalomtörténeti Közlemények, 1996/4. sz.
15. Bene Sándor: A költő Zrínyi Miklós In: Hausner Gábor (szerk.): Zrínyi-Album. HM HIM–Zrínyi Kiadó, Budapest, 2016.
16. Bene Sándor: A Zrínyi-próza In: Hausner Gábor (szerk.): Zrínyi-Album. HM HIM–Zrínyi Kiadó, Budapest, 2016.
17. Bene Sándor: Susreti dviju kultura: Obitelj Zrinski u hrvatskoj i mađarskoj povijesti. (2012)
18. Bene Sándor: Zrínyi-levelek 1664-ből. Irodalomtörténeti Közlemények, 1992/2. sz.
19. BERCOVOCI, Jeff: Who Coined ‚Social Media‘? WebPioneers Compete for Credit. In: <https://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2010/12/09/who-coined-social-media-web-pioneers-compete-for-credit/?sh=3050f12051d5> Forbes Magazin, 2010. (A letöltés dátuma: 2021. május 21.)
20. Berkáné Danesch, Marianna – M. Szabó Miklós – Mező András (szerk.): Katonai Terminológiai Értelmező Szótár, HM Zrínyi Non-profit Kft. – Zrínyi Kiadó, Budapest, 2015.
21. Biden will Withdraw all U.S. Forces from Afghanistan by Sept. 11, 2021 (szerző nélkül), The Washington Post online. In: https://www.washingtonpost.com/national-security/biden-us-troop-withdrawal-afghanistan/2021/04/13/918c3cae-9beb-11eb-8a83-3bc1fa69c2e8_story.html (A letöltés dátuma: 2021. május 11.)
22. BLUMEL, Bethsabée – GUILLEMOT, Michel (ford.: Sóvágó Katalin): Szimbólumok Lexikona. Saxum Kiadó Kft., Budapest, 2009.

23. BOLT, Neville – HAIDEN, Leonie: Strategic Communications Universe, In: Improving NATO Strategic Communications Terminology, <https://stratcomcoe.org/publications/improving-nato-strategic-communications-terminology/80>. NATO STRATCOMM COE, 2019, Riga (A letöltés dátuma: 2021. február 12.)
24. BOTAN, Carl: Ethics in Strategic Communication Campaigns: The Case for a New Approach to Public Relations, Journal of Business Communication, April 1997, In: https://www.researchgate.net/publication/247762001_Ethics_in_Strategic_Communication_Campaigns_The_Case_for_a_New_Approach_to_Public_Relations (A letöltés dátuma: 2019. december 31.) doi: <http://dx.doi.org/10.1177/002194369703400205>
25. Both V. (szerk.: Csermely Á.): Stratégiai kommunikáció és szervezeti vakság – amikor nem látjuk a fától az erdőt. In: Konvergencián innen és túl – digitális jövőképek: [írások az internet és a média világából] Prime Rate Kft., 2004.
26. BOUDREAU, Brett (Edited by: LEPAGE, Rita – CURIKA, Linda): “We have met the enemy and he is us” An analysis of NATO strategic communications: the International Security Assistance Force (ISAF) in Afghanistan, 2003–2014., NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2016. In: https://www.academia.edu/24109411/We_have_met_the_enemy_and_he_is_us_ISAF_Strategic_Communications (A letöltés dátuma: 2021. május 01. Fordította és kiegészítette: Németh József Lajos)
27. BOWEN, Stuart W. Jr.: Sons of Iraq Program: Results Are Uncertain and Financial Controls Were Weak, Office of the Special Inspector General for Iraq Reconstruction, Arlington. In: <http://www.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a545951.pdf> (A letöltés dátuma: 2016. április 12.)
28. CARLSON, Brian: Pentagon Abandons Strategic Communication? 2012. december 08. In: <https://eu.usatoday.com/story/news/nation/2012/12/03/pentagon-trims-strategic-communication/1743485/> (A letöltés dátuma: 2019. április 10.)
29. China’s Great Wall Found to Measure More Than 20,000 Kilometers. In: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2012-06-05/china-s-great-wall-found-to-measure-more-than-20-000-kilometers> (A letöltés dátuma: 2020. december 01.)
30. CIALDINI, Robert B.: Hatás. A befolyásolás pszichológiája. HVG Kiadó Zrt., Budapest, 2009.

31. Clausewitz Károly: A háborúról. Athenaeum Irodalmi és Nyomdai R. – T., Budapest, 1917. In: https://mek.oszk.hu/13200/13240/pdf/13240_1.pdf (A letöltés dátuma: 2021. május 20.)
32. COLAROSSO, Natalie: U.S. Embassy Staffer Saves American Flag From Being Destroyed During Afghanistan Evacuation. In: <https://www.newsweek.com/us-embassy-staffer-saves-american-flag-being-destroyed-during-afghanistan-evacuation-1619480> (A letöltés dátuma: 2021. augusztus 16.)
33. Counterinsurgency, FM 3-24, *MCWP 3-33.5 Headquarters, Department of the Army, Washington, DC, 15 December 2006 In: https://www.marines.mil/Portals/1/MCWP%203-33.5_Part1.pdf (A letöltés dátuma: 2021. május 29.)
34. CRONK, Terri Moon: Biden Announces Full U.S. Troop Withdrawal From Afghanistan by Sept. 11 <https://www.defense.gov/Explore/News/Article/Article/2573268/biden-announces-full-us-troop-withdrawal-from-afghanistan-by-sept-11/>, (A letöltés dátuma: 2021. június 07.)
35. Császi Lajos: Médiakutatás a kulturális fordulat után, Médiakutató, 2008. ősz. In: http://mediakutato.hu/cikk/2008_03_osz/07_mediakutatas_forradalom/?q=cs%El%20szi+lajos#cs%20szi+lajos (A letöltés dátuma: 2021. január 14.)
36. Csizmadia S.: Ideológia, kommunikáció, terrorizmus. Valóság, 1987/1. sz.
37. David Petraeus tábornok életrajza. In: <https://www.britannica.com/biography/David-Petraeus> (A letöltés dátuma: 2020. május 03.)
38. Department of the Navy: Fleet Marine Force Reference Publication, FMFRP 12-15, Small Wars Manual, Headquarters United States Marine Corps, Washington, D.C. 20380-0001, 22 December 1990.
39. Dudás Anikó: Az interdiszciplinaritás vonzásában: a társadalom-tudományi könyvtárak tudományterületi határainak alakzatai Könyvtári Figyelő, 2013/1.sz., In: <http://ki2.oszk.hu/kf/2013/04/az-interdiszciplinaritas-vonzasaban-a-tarsadalom-tudomanyi-konyvtarak-tudomanyteruleti-hatarainak-alakzatai/> (A letöltés dátuma: 2021. március 19.)
40. Dudás Attila: Biztonságiasítás – Securitisation, in: <http://old.biztonsagpolitika.hu/?id=16&aid=1039&title=biztonsagiasitas-securitisation> (A letöltés dátuma: 2019. február 01.)

41. EDER, Mari K.: *Leading the Narrative: The Case for Strategic Communication*, Naval Institute Press, Annapolis, 2011.
42. Elizabeth LOSH: *VirtualPolitik: An Electronic History of Government Media-Making in a Time of War, Scandal, Disaster, Miscommunication, and Mistakes*. The MIT Press Ltd., England, 2009.
43. Említett konferencia programja. In: <https://cdn.ymaws.com/www.icahdq.org/resource/resmgr/Conference/2017/PC29-program.pdf>, (A letöltés dátuma: 2019. február 01.)
44. *European Communication Monitor 2011, Empirical insight into strategic communication in Europe*, EACD, EUPRERA, survey report, 2011. In: https://www.researchgate.net/publication/261363900_European_Communication_Monitor_2011_Empirical_Insights_into_Strategic_Communication_in_Europe_Results_of_an_Empirical_Survey_in_43_Countries, (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)
45. Famous „Daisy” Attack Ad from 1964 Presidential Election In: <https://www.youtube.com/watch?v=dDTBnsqxZ3k> (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)
46. FARWELL, James P.: *Persuasion and Power: The Art of Strategic Communication*, Georgetown University Press, Washington DC, 2010.
47. FARWELL, James P.: *Persuasion and Power: The Art of Strategic Communication*, Georgetown University Press, Washington DC, 2012.
48. Fehér Zoltán: „Realpolitik and Cooperation in the Age of COVID-19: How Can the World Escape Captivity?” *Global Security Review*, 2020. május 26.
49. Fehér Zoltán: A kormányzás háttérintézményei. A Miniszterelnöki Hivatal 1990–2003 – II. rész Politikatudományi Szemle 2003. évi 1. szám
50. Fehér Zoltán: A kormányzás háttérintézményei. Amerikai és európai példák – I. rész Politikatudományi Szemle, 2002. évi 3-4. szám
51. Fehér Zoltán: A világrend átalakulása, az Amerikai Egyesült Államok nagysztratégiája és Kína kihívása a 21. században. In: Ágh Attila – Káncz Csaba (szerk.): *Változó világrend. A bizonytalanság kora a nemzetközi politikában*. Noran Libro Kiadó, Budapest, 2020.

52. Fehér Zoltán: George F. Kennan: realista diplomata a hidegháborús amerikai stratégia alakításában. In: Frank Tibor (szerk.): Gyarmatokból impérium. Magyar kutatók tanulmányai az amerikai történelemről. Gondolat, 2007.
53. Fehér Zoltán: NATO's New Place in the European Security Architecture. Bard Journal of Social Sciences. 2001. ősz.
54. Fehér Zoltán: Nekrológ: George F. Kennan. Egy realista diplomata az amerikai külpolitika alakításában. Kül-Világ – a nemzetközi kapcsolatok folyóirata. II. évf. 2005/2-3. szám
55. Fehér Zoltán: The Rise and Fall of U.S. Engagement toward China. Elephants in the War Room Blog – Center for Strategic Studies, 2020. augusztus 17. <https://sites.tufts.edu/css/the-rise-and-fall-of-u-s-engagement-toward-china/>
56. FISHSTEIN, Paul – WILDER, Andrew: Winning Hearts and Minds? Examining the Relationship between Aid and Security in Afghanistan. (Reports) Feinstein International Center, Tufts University, Boston, 2012.
57. FORD, Allen S.: The Small War Manual and marine Corps Military Operations Other Than War Doctrine, thesis, B.A. Auburn University, Auburn, Alabama, 1989. In: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.451.7693&rep=rep1&type=pdf> (A letöltés dátuma: 2021. május 31.)
58. Forgács József: Az érzelem és a stratégiai kommunikáció: az érzelem hatása a szóbeli kérések megfogalmazására és értelmezésére. Magyar Pszichológiai Szemle, 2000. 55. évf. 2–3. sz. DOI: <https://doi.org/10.1556/MPSzle.55.2000.2-3.1>
59. Framework for Future Alliance Operations, NATO, 2015. In: <http://www.act.nato.int/images/stories/media/doclibrary/ffao-2015.pdf> (A letöltés dátuma: 2021. március 17.)
60. Francesco Petrarca. In: <http://www.vizski.sulinet.hu/tananyagtar/irodalom/sziladi/fp.pdf> (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)
61. G. Etényi Nóra: Hadszintér és nyilvánosság. A magyarországi török háború hírei a 17. századi német újságokban. Balassi Kiadó, Budapest, 2003.
62. GALLO, Carmine: Storytelling: A történetmesélés ereje. HVG-Könyvek Kiadó, Budapest, 2016.

63. Görög István – Padányi József: Az IFOR-SFOR Magyar Műszaki Kontingens 1996–2002. Budapest, Zrínyi Kiadó, 2005.
64. Gróf Zrínyi Miklós válogatott munkái (szerk.: Radó Antal): Remekírók Képes Könyvtára. Lampel Róbert Könyvkereskedése – Wodianer F. és Fiai Részvénytársaság, Budapest, 1910.
65. Haig Zsolt: Információs műveletek a kibertérben. Dialóg Campus Kiadó, Budapest, 2018.
66. HAND, Lindsay: The Interdisciplinary Nature of Communication Studies, in: <https://apuedge.com/the-interdisciplinary-nature-of-communication-studies/> (A letöltés dátuma: 2019. február 01.)
67. HANSEN, Allen C.: [1984]: USIA, Public Diplomacy in the Computer Age. Praeger Publishers Division, New York Idézi: Simon-Nagy Lilla: Nyilvános diplomácia. Doktori értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Nemzetközi Kapcsolatok Doktori Iskola, 2012. In: http://phd.lib.uni-corvinus.hu/705/1/Simon_Nagy_Lilla.pdf (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)
68. Hausner Gábor – Négyesi Lajos – Padányi József: Novi Zrin u svjetlu izvora i istrazivanja terena.
69. Hausner Gábor – Németh András (szerk.): Zrínyi-Újvár. Ludovika Egyetemi Kiadó, Budapest, 2019.
70. Hérodotosz: A görög–perzsa háború /Részletek/, Gondolat Kiadó, Budapest, 1967.
71. HOLTZHAUSEN, Derina – ZERFASS, Ansgar (szerk.): The Routledge Handbook of Strategic Communication. Routledge, New York, London, 2015.
72. Idegen Szavak Gyűjteménye In: <https://idegen-szavak.hu/interdiszciplina/C3/A1/iris> (A letöltés dátuma: 2019. február 01.)
73. INNIS, H. A.: Empire and Communications. Oxford University Press, Oxford, 1950.
74. Irak CIMIC-kézikönyve. In: <http://docplayer.hu/6076526-Irak-cimic-kezikonyve-masodik-atdolgozott-kiadas-magyar-honvedseg-civil-katonai-egyuttmukodesi-es-lelektani-muveleti-kozpont.html> (A letöltés dátuma: 2021. március 17.)

75. ISAF's Mission in Afghanistan (2001–2014) (Archived) ; (Szerző nélkül). In: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_69366.htm (A letöltés dátuma: 2021. május 11.)
76. Iulius CAESAR feljegyzései: A gall háborúról (ford.: Szepessy Tibor); A polgárháborúról (ford.: Ürögdi György). In: <https://mek.oszk.hu/05000/05020/05020.htm> (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)
77. James G. STAVRIDIS: Strategic Communication and National Security. Joint Force Quarterly, 2007/III, In: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a575204.pdf> (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)
78. JÓ ÁLLAM JELENTÉS. In: <https://joallamjelentes.uni-nke.hu/jo-allam-osszefoglalo/> (A letöltés dátuma 2021. május 31.)
79. JOVETT, Garth S. – O'DONELL, Victoria: Propaganda & Persuasion, SAGE Publications Inc., Kindle Edition, London, 2019.
80. KASSAY, Stefan (szerk.): Vállalat és vállalkozás. III. kötet: Stratégiai kommunikáció: A társadalmi fejlődés, a piac és a kommunikáció változásainak kontextusai (ford.: Lajos P. János). Gondolat Kiadó, Budapest, 2015.
81. Katolikus Lexikon. In: <http://lexikon.katolikus.hu/K/Kereszt%C3%A9ny%20Liga.html> (A letöltés dátuma: 2021. február 12.)
82. KATZ, Andrew Z.: Public Opinion and Foreign Policy: The Nixon Administration and the Pursuit of Peace with Honor in Vietnam, Presidential Studies Quarterly, 1997, Vol. 27, No. 3
83. KEOHANE, Robert – NYE, Joseph: Power and Interdependence: World Politics in Transition. Longman, 1977, 2001.
84. KIRK, Grayson: Strategic communications in the Middle East. In: Foreign Affairs, July 1942, Vol. 20, No. 4
85. Kiss Álmos Péter: A negyedik generációs konfliktusok jellemzői és tapasztalatai. Zrínyi Miklós Nemzetvédelmi Egyetem, Hadtudományi Doktori Iskola, PhD-értekezés, Budapest, 2011.
86. Kiss J. László: 9/11 újragondolása – a változás percepciója vagy a percepció megváltozása? Nemzet és biztonság, 2011. szeptember. In: http://www.nemzetesbiztonsag.hu/cikkek/kiss_j_laszlo-9_11_ujragondolasa_a_valtozas_percepcioja_vagy_a_percepcio_megvaltozasa_.pdf (A letöltés dátuma: 2016. április 14.)

87. Kladek András – Kuti Ferenc (szerk.): Közigazgatási szakvizsga. Kül- és biztonságpolitikai ágazat. Jegyzet. NKE Szolgáltató Non-profit Kft., Budapest, 2015.
88. KOVARIK, B.: Revolutions in Communication. Bloomsbury Publishing Inc., London, Oxford, New York, 2017.
89. KOVARIK, Bill: Revolutions in Communication: Media History from Gutenberg to the Digital Age. Bloomsbury Publishing Inc., 2017.
90. LAITY, Mark: NATO and Strategic Communications In: http://www.jwc.nato.int/images/stories/threeswords/NATO_STRATCOM_2018.pdf, (A letöltés dátuma: 2019. február 01.)
91. LAITY, Mark: Welcome to the virtual community on Strategic Communications In: <https://www.shape.nato.int/stratcom> (A letöltés dátuma: 2016. április 12.)
92. Láng Elemér: Hidakról, Földrajzi-történeti áttekintés. I. rész: Óskor és a nagy birodalmak kultúrái. In: http://www.fataj.hu/2011/03/087/LangElemer_Hidakrol_1.PDF (A letöltés dátuma: 2020. december 27.)
93. LIM, Young Joon: Theorizing Strategic Communication in Parsimony from the U.S. government perspective, KOMÉ – An International Journal of Pure Communication Inquiry. (2015) 3 (1).
94. LITTLE, George E. memoranduma „Communication synchronization – A local „coordination process” tárgyában, 2012. november 28. In: https://foreignpolicy.com/wp-content/uploads/2015/01/121206_brooksmemo.pdf (A letöltés dátuma: 2013. január 02.) Idézi: Németh József Lajos: A (stratégiai) kommunikáció és a háború kapcsolata napjainkban. Hadtudomány, 2013, 1–2. sz.
95. MACARTHUR, Brian (szerk.): A XX. század nagy beszédei. Agave Könyvek Kiadó Kft., 2006.
96. MACARTHUR, John A.: Planning for strategic communication. Lexington KY, USA 2017.
97. Magyar Közlöny, 2021/119. sz.
98. Magyarország Nemzeti Katonai Stratégiája, 2012. In: https://2015-2019.kormany.hu/download/a/40/00000/nemzeti_katonai_strategia.pdf (A letöltés dátuma: 2020. május 04.)

99. MANHEIM, Jarol B.: Strategy in Information and Influence Campaigns. Routledge, New York and London, 2010.
100. MANHEIM, Jarol B.: Strategy in Information and Influence Campaigns. Routledge, New York and London, 2011.
101. Mapping Communications Capacity in the Defence Structures in the Defence Structures of NATO Nations. NATO Strategic Communications Centre, Questionnaire, Riga, Latvia, 2015.
102. MARCIA, Forest Rain: A Marketer's Perspective: ISIS Propaganda and why it Works. The Counter Terrorist, 2016. Apr–May
103. MARSHALL, Tim: A Flag Worth Dying For: The Power and Politics of National Symbols, Scribner Books Co, New York, 2018.
104. MCKINLEY, Mark: Cruise of the Great White Fleet. In: <https://www.history.navy.mil/research/library/online-reading-room/title-list-alphabetically/c/cruise-great-white-fleet-mckinley.html> (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)
105. MCLUHAN, Marshall: The Mechanical Bride Folklore of Industrial Man. Beacon Press, Boston, 1967.
106. MCMASTER, H. R.: On War: Lessons to be Learned, Survival, 2008, February–March
107. Mélyinterjú/szakértői interjú (szerző nélkül). In: <http://mediaq.hu/modszerek/szakertoi-interju> (A letöltés dátuma: 2016. április 12.)
108. Merkovity Norbert: Politikai kommunikáció. In: Pál, Gábor (szerk.): Politológia: A politika világa a politikatudomány szemével. Ludovika Egyetemi Kiadó, Budapest, 2019.
109. Mészáros Kálmán (szerk.): Magyarország hadtörténete II. – Az oszmán hódítás kora, 1526–1718. Zrínyi Kiadó, Budapest, 2020.
110. Modern távközlési technika segítette Napóleont (szerző nélkül), In: https://mult-kor.hu/20130621_modern_tavkozlesi_technika_segitette_napoleont (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)
111. Molnár József: Az Eszék és Dárda közötti cölöphíd. In: Műemlékvédelem, 1981. 25. évf., 1–4. sz; 3. sz.
112. Myat Kornél: Médiaelméletek és a késő modern médiakörnyezet, Média kutató, 2010. nyár In: http://www.mediakutato.hu/cikk/2010_02_nyar/04_mediaelmelet (A letöltés dátuma: 2021. január 14.)

113. NATO ACO DIRECTIVE AD 95-2 Strategic Communications, NATO, Shape, Belgium. In: <https://www.lymec.eu/wp-content/uploads/2017/09/TT-140221-NATO-STRATEGIC-COMMUNICATIONS-HANDBOOK-DRAFT-FOR-USE-2015-BI.pdf> p. 6. (A letöltés dátuma: 2021. május 01.)
114. NATO Committee on Public Diplomacy (CPD). In: http://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_69272.htm (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)
115. NATO Stratégiai Kommunikáció Kiválósági Központját (NATO Strategic Communications Centre of Excellence - <https://www.stratcomcoe.org/>) (A letöltés dátuma: 2021. február 27.), amit 2014-ben hoztak létre a letterszági Rigában, vagy az EU által 2015-ben létrehozott úgynevezett Kelet Stratégiai Kommunikáció Munkacsoportot (EU East StratCom Task Force) – https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/2116/-questions-and-answers-about-the-east-stratcom-task-force_en (A letöltés dátuma: 2021. február 27.)
116. NATO Strategic Communications Policy SG(2009)0794. 2009. szeptember
117. Németh András – Pápics Patrik: Mini UAV-rajok alkalmazásának lehetőségei, különös tekintettel a katonai célú igénybevételre. III. rész. Haditechnika, 2020. 54. évf. 1. sz. <http://doi.org/10.23713/HT.54.1.02>
118. Németh József Lajos: 2001. szeptember 11. - Egy vizsgálat anatómiája, Hadtudomány, 2006/3. sz. In: https://www.mhtt.eu/hadtudomany/2006/3/2006_3_9.html (A letöltés dátuma: 2021. május 29.)
119. Németh József Lajos: A (stratégiai) kommunikáció és a háború kapcsolata napjaikban. Hadtudomány. 2013./1-2. sz.
120. Németh József Lajos: A költő és hadvezér Zrínyi Miklós (1620–1664) stratégiai kommunikációja, Hadtudomány, 2021. május 24.
121. Németh József Lajos: A stratégiai kommunikáció (hadi)technikai vonatkozásai I. rész. Haditechnika, 2020. 54/4. sz., illetve: Németh József Lajos: A stratégiai kommunikáció (hadi)technikai vonatkozásai II. rész. Haditechnika, 2020. 5/5. sz.
122. Németh József Lajos: A stratégiai kommunikáció interdiszciplináris megközelítésben, Hadtudományi Szemle, 2019. XII. évf., 1. sz.

123. Németh József Lajos: A stratégiai kommunikáció napjaink kis háborúi tükrében. Szakdolgozat, Budapesti Metropolitan Egyetem, Budapest, 2016.
124. Németh József Lajos: Stratégiai kommunikáció – szakirodalmi áttekintés Hadmérnök, 2019, 14 évf. 3. sz.
125. Németh József Lajos: Stratégiai kommunikáció: fókuszban az állam és a haderő, Hadtudományi Szemle, 2021/2. sz.
126. Németh József Lajos: Stratégiai kommunikáció; haderő és innováció – Interjú dr. Porkoláb Imrével, A Matthias Corvinus Collegium Vezetőképző Akadémiájának igazgatójával. In: <https://biztonsagpolitika.hu/egyeb/strategiai-kommunikacio-hadero-es-innovacio-interju-dr-porkolab-imrevel-a-matthias-corvinus-collegium-vezetokepzo-akademianak-igazgatojaval> 2021. (A letöltés dátuma: 2021. május 04.)
127. Nemzeti Közszerológiai Egyetem, Egyetemi Központi Könyvtár és Levéltár elektronikus katalógusa. In: www.uni-nke.hu/konyvtar/katalogus, (A letöltés dátuma: 2019. március 31.)
128. NOTHHAFT, Howard – SCHÖLZEL, Hagen: (Re-)Reading Clausewitz: The Strategy Discourse and its Implications for Strategic Communication. In: Derina HOLTZHAUSEN – Ansgar ZERFASS (szerk.): The Routledge Handbook of Strategic Communication. Routledge, New York, London, 2015.
129. Novák V.: Gyanús viszonyok: Megengedett és tiltott kommunikáció a középkor végi Franciaországban. Aetas, 2002/17. évf. 4. sz.
130. NYE, Joseph: Bound to Lead. The Changing Nature of American Power. Basic Books, 1990.
131. O'MALLEY, Peter: Strategic Communications Planning. In: <https://hu.pinterest.com/pin/250723904230303608/> (A letöltés dátuma: 2021. május 15.), idézi: Németh József Lajos: A (stratégiai) kommunikáció és a háború kapcsolata napjainkban. Hadtudomány, 2013, 1-2. sz.
132. OGDEN, Joseph – WILSON, Laurie J.: Strategic Communications: Planning for Public Relations and Marketing. Ötödik Kiadás. Kendall/Hunt Publishing Company, Dubuque Iowa, USA, 2008.
133. OSGOOD, Kenneth – FRANK, Andrew K. (edited by): Selling war in a Media Age. University Press of Florida, Gainesville, 2011.

134. Palik Mátyás – Nagy Máté: Brief history of UAV development, Repüléstudományi Közlemények. 2019. 31. évf. 1. sz. <https://doi.org/10.32560/rk.2019.1.13>
135. PAUL, Christopher: Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates. Praeger Security International, Santa Barbara, California, 2011.
136. Perjés Géza: Zrínyi Miklós hadtudományi munkái. Zrínyi Kiadó, Budapest, 1976.
137. PETTEGREE, Andrew: The Invention of News: How the World Came to Know About Itself. Yale University Press, New Haven, Connecticut, 2014.
138. Platón: Állam. Hetedik könyv. In: http://mmi.elte.hu/szabadbolcseszett/mmi.elte.hu/szabadbolcseszett/mediatar/bevezetes_a_gorog_bolcseletbe/platon_barlanghasonlat.html (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)
139. Platoon ending scene - Chris Taylor's speech In: <https://www.youtube.com/watch?v=p25bS4VXYq8> (A letöltés dátuma: 2021. május 01.)
140. Porkoláb Imre: A hibrid hadviselés elleni stratégia. Honvédségi Szemle, 2015. 143. évf. 4. sz.
141. Putin: Leader in artificial intelligence will rule world (szerző nélkül) In: <https://www.cnbc.com/2017/09/04/putin-leader-in-artificial-intelligence-will-rule-world.html> (A letöltés dátuma: 2021. június 05.)
142. Resperger István – Kiss Álmos Péter – Somkuti Bálint: Gerillaharc a betondzsungelben. Hadtudomány online, 2013. 1. elektronikus szám In: http://mhht.eu/hadtudomany/2013/2013_elektronikus/2013_e_Resperger_Kiss_Somkuti.pdf (A letöltés dátuma: 2021. január 14.)
143. RID, Thomas: Small Wars and Telecommunication. In: The Ashgate Research Companion to Modern Warfare, Ashgate, United Kingdom, 2010.
144. ROSECRANCE, Richard: The rise of the Trading State: Commerce and Conquest in the Modern World. Basic Books, 1986.
145. Rózsa Tibor: A befolyásolás művészete, Hadtudományi Szemle, 2014. 7. évf. 2. sz.

146. Sáringer János (szerk.): Iratok a magyar Külügyminisztérium történetéhez 1985–1993 I. Balassi Kiadó, Budapest, 2014.
147. SELLERS, P.: Cycles of Spin: Strategic Communication in the U. S. Congress. Cambridge University Press, New York, 2009.
148. SHAPE Strategic Communications Community of Interest weboldala. In: <https://www.shape.nato.int/stratcom> (A letöltés dátuma: 2016. április 12.)
149. Simon-Nagy Lilla: Nyilvános diplomácia. Doktori értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Nemzetközi Kapcsolatok Doktori Iskola, 2012. In: http://phd.lib.uni-corvinus.hu/705/1/Simon_Nagy_Lilla.pdf (A letöltés dátuma: 2021. március 18.)
150. Somkuti Bálint: A negyedik generációs hadviselés – az érdekérvényesítés új lehetőségei. Doktori (PhD-) értekezés, Nemzeti Közszolgálati Egyetem, Hadtudományi és Honvédtisztképző Kar, Hadtudományi Doktori Iskola, 2012.
151. Somkuti Bálint: Az új korszak új típusú vezetőket kíván. In: https://index.hu/techtud/2020/12/30/az_uj_korszak_uj_tipusu_vezeteket_kivan_-_interju/ (A letöltés dátuma: 2021. március 14.)
152. Sunzi: A hadviselés törvényei: (ókínai nyelvű eredetiből fordította: Tokaji Zsolt). In: A kínai Hadtudomány klasszikusai (szerk: Tokaji Zsolt és P. Szabó Sándor). Dialóg Campus Kiadó, Budapest, 2018.
153. Szabó László: A békefenntartás új értelmezése. Nemzet és biztonság, 2009. június
154. Szem Géza – Hausner Gábor: Zrínyi-Újvár kutatásának története.
155. Szenes Zoltán: Konceptióváltás a magyar békefenntartásban? Nemzet és biztonság, 2008. április
156. Szilágyi Á.: A magyar felsőoktatási intézmények stratégiai kommunikációja napjainkban, BCE KIK Kommunikációs Tanszék, Budapest, 2010.
157. Szinonima Szótár. In: <https://szinonimaszotar.hu/> (A letöltés dátuma: 2021. március 11.)

158. Takács Péter: Az állam fogalma. In: Smuk Péter (szerk.): Alkotmányjog. I. Alkotmányos fogalmak és eljárások Universitas Győr, <http://real.mtak.hu/80661/2/Az%20%C3%A1llam%20fogalma%202014%20Gy%C5%91r%20.pdf> (A letöltés dátuma: 2021. január 22., 28.)
159. TAYLOR, Bryan C. – BEAN, Hamilton (edited by): The Handbook of Communication and Security, Routledge, New York, 2019. <https://doi.org/10.4324/9781351180962>
160. Tevan Andor: A könyv évezredes útja. In: <https://mek.oszk.hu/01600/01650/html/fejez11.htm> (A letöltés dátuma: 2020. április 01.)
161. The U.S. War in Afghanistan 1999 – 2020 In: <https://www.cfr.org/timeline/us-war-afghanistan> (A letöltés dátuma: 2020. december 27.)
162. Tóth Sándor – Liptai Ervin – Borus József (szerk.): Magyarország hadtörténete I. Zrínyi Katonai Kiadó, Budapest, 1985.
163. TOWNSHEND, Charles (edited by): The Oxford Illustrated History of Modern War. Oxford University Press, Oxford–New York, 1997.
164. TOYNBEE, Arnold: A study of history, Oxford University Press and Thames and Hudson Ltd. London, 1972.
165. Tüdös Anna: Miért ne hagyjon hidegen a mesterséges intelligencia? In: <https://www.goethe.de/ins/hu/hu/kul/sup/mia/ait/22034600.html> (A letöltés dátuma: 2021. június 05.)
166. Tyerestyéni Tamás: Kommunikációelmélet: A testbeszédtől az internetig. Typotex Kiadó, Budapest, 2006.
167. United Nations, „Strategic Communications” United Nations, In: <https://www.un.org/en/departement-global-communications/strategic-communications> (A letöltés dátuma: 2019. március 31.)
168. USA Védelmi Minisztérium. In: <https://developingtomorrow.wordpress.com/2012/05/03/getting-to-know-the-us-policy-of-strategic-communication/> (A letöltés dátuma: 2021. május 03.)
169. Vajda Barnabás: Egy szabad hang Kelet-Európában: A Szabad Európa Rádió tevékenységéről a hidegháború alatt. Nap Kiadó, Duna-szerdahely, 2011.

170. Varga Daniella: SWOT-elemzés készítése és használata a gyakorlatban. In: <https://daniellavarga.hu/swot-elemzes/> (A letöltés dátuma: 2021. május 29.)
171. Veress Károly: Az interdiszciplinaritás problémája In: https://eda.eme.ro/bitstream/handle/10598/29502/EME_EM_2015-1_013_VeressKaroly_InterdiszciplinaritasProblemaja.pdf?sequence=1&isAllowed=y Erdélyi Múzeum Egyesület(eMe) (A letöltés dátuma: 2019. február 01.)
172. Virányi Péter: A propaganda természete. Jel-Kép, 2019. 3. sz. DOI: 10.20520/JEL-KEP.2019.3.3.
173. WALTZ, Kenneth N.: Theory of International Politics. Waveland Press, 1979, 2010.
174. War Propaganda (szerző nélkül). In: [https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-2-what-is-propaganda-\(1944\)/war-propaganda](https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-2-what-is-propaganda-(1944)/war-propaganda) (A letöltés dátuma: 2021. március 17.)
175. WILSON, L. J. – OGDEN, J. D.: Strategic Communications: Planning for effective Public Relations & Marketing. Kendall/Hunt Publishing Company, Dubuque, Iowa, USA, 2008.
176. WINKLER, J. R.: Nexus. Strategic Communications and American Security in World War I. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 2008. <https://doi.org/10.1080/09592290903109785>
177. WINTER, Charlie: Fishing and ultraviolence: So-called Islamic State is known for its brutality. But it's also hooking people in far subtler ways. In: <https://www.bbc.co.uk/news/resources/idt-88492697-b674-4c69-8426-3edd17b7daed> (A letöltés dátuma: 2021. május 23.)
178. ZAHARNA, R. S.: Battles to Bridges, Palgrave Macmillan UK, 2010
179. ZAHARNA, R.: Battles to Bridges: US Strategic Communication and Public Diplomacy After 9/11. Palgrave Macmillan, UK, 2010.

180. ZELIN, Aaron Y.: The War between ISIS and al-Qaeda for Supremacy of the Global Jihadist Movement, Research Notes, The Washington Institute for Near East Policy, 2014, No. 20, June. In: <https://www.washingtoninstitute.org/media/2714?disposition=attachment> (A letöltés dátuma: 2021 január 10.)

Rövidítések jegyzéke

AI - Artificial Intelligence/mesterséges intelligencia
CNO - Computer Network Operations/számítógép-hálózati műveletek
COIN - Counter Insurgency/a felkelés ellenes műveletek mozaikszava
EACD - European Association of Communication Director/Kommunikációs Igazgatók Európai Szövetsége
EBESZ - Európai Biztonsági és Együttműködési Szervezet (OSCE)
ENSZ - Egyesült Nemzetek Szervezete
EU - Európai Unió/European Union
EUPRERA - European Public Relations Education and Research Association/
Európai Közkapcsolatok Oktatási és Kutatási Szövetsége
EW - Electronic Warfare/elektronikai hadviselés
FFAO - Framework for Future Alliance Operations/a jövő szövetséges műveletei keretei
MI - Military Implications/katonai következmények
HM - Honvédelmi Minisztérium
INFO OPS - information operations/információs műveletek
ISIS - Iszlám Állam Kalifátusa
ISAF - International Security Assistance Force/a NATO afganisztáni katonai segítségnyújtási művelete
KFOR - Kosovo Force (NATO)
KLE - Key Leader Engagement/kulcsvezetők megszólítása
Mil Dec - Military Deception /katonai megtévesztés
NBS - Nemzeti Biztonsági Stratégia
NATO - North Atlantic Treaty Alliance/Észak-atlanti Szerződés Szervezete
NATO MC- NATO Military Committee/NATO Katonai Bizottság
NATO STRATCOMM COED - NATO Strategic Communication Center of Excellence/NATO Stratégiai Kommunikáció Kiválósági Központ
NKE HHK Nemzeti Közszolgálati Egyetem Hadtudományi és Honvédtisztképző Kar
OMLT - Operational Mentoring and Liaison Teams/Műveleti Mentor és Összekötő Csapat
OORI- Országos Orvosi Rehabilitációs Intézet
OSCE - Organization for Security and Co-operation in Europe
ÖHP - Összhaderőnemi Parancsnokság
PA - public affairs/közkapcsolatok
PM- public media/ közösségi média
PPP - Presence-Posture-Profile/a profilozás katonai műveletei
PSYOPS - psychological operation/lélektani műveletek
RMA - Revolution in Military Affairs/forradalom a hadviselésben
STO - Special Technical Operations/speciális technikai műveletek

STEPS - Steps Budapest Center for Robotic Rehabilitation/”Lépések”
Robottechnikai Rehabilitációs Központ Budapest
UN - United Nations/Egyesült Nemzetek Szervezete

Név- és tárgymutató

A

Afganisztán 98
alapelvek 86, 128
Amerikai Egyesült Államokban 72, 114

B

Balogh Péter ezredes
Balogh ezredes 97, 98, 101
befolyásolás 30, 89
biztonsági dimenziók 66
Boldizsár Gábor ezredes
Boldizsár ezredes 97

C

Carl Botan 29
Christopher Paul 30, 90

D

„Daisy” reklám 65
David Petraeus tábornok 99

E

Egyesült Nemzetek Szervezete
ENSZ, UN 89, 150, 151
eljárások 30, 31, 72, 89, 127, 128
ENSZ 150
Eperjesi Andrea 97
Európai Biztonsági és Együttműködési
Szervezet
OSCE 150
Európai Közkapcsolatok Oktatási és Kutatási Szövetség 91
Európai Unió
EU 150

É

Észak-atlanti Szerződés Szervezete
NATO 150

F

felkelésellenes műveletek 72

H

háború 30, 65, 66, 72, 73, 75, 93
hallgatóság 85, 87, 88
hibrid 73
hibrid médiában
hibrid média 73
hidegháború 72, 75

I

információs kampány 80
információs műveletek 80, 84, 90, 98, 150
Irak 67, 100
irányelvek 31, 78
ISAF 76, 78, 79, 80, 84, 93, 94, 98, 127, 150

J

James Stavridis 85
Joe Biden 18

K

katonai közkapcsolatok 83
kis háború
kis háborúk 74, 75
kis háborúk 65, 74, 75
Kiss J. László 72

M

Magyar Honvédség 67
Magyarország 128
médiakampány 100
meggyőzés 30
mélyinterjú 96
„Mercy” kórházhajó 76
misszió 76, 78

Molnár Zsolt ezredes 113, 115
Molnár ezredes 97

N

narratíva 31, 65, 72, 86, 87, 96
NATO 15, 31, 32, 66, 76, 78, 79, 80, 83,
84, 86, 90, 91, 93, 94, 95, 98, 99,
127, 150
nemzetközi terrorizmus 75
Nicoló Machiavellit 63
nyilvános diplomácia 31, 89, 90

O

Oroszország 73, 75, 80

P

Peter O'Malley 29

S

Simon-Nagy Lilla 89
stratégiai kommunikáció 15, 29, 30, 31,
74, 76, 78, 83, 84, 86, 88, 89, 90, 91,
93, 94, 96, 98, 114, 115, 127, 128
Sun Tzu 63
SWOT-analízis 122

Sz

Szövetség
NATO 31, 32, 78, 91
Szövetséges Erők Európai Főparancsnok-
sága 94

T

technológiák 72, 73
testületi kommunikációt 91

Ü

üzenet 88, 99
üzleti
üzleti szféra 29, 89, 91, 97, 127

V

Védelmi Minisztérium 88, 90, 92

A könyvben szereplő képek, diagramok, ábrák és táblázatok jegyzéke

	Ábra,diagram, kép, táblázat, térkép	Oldal
1.	1. számú kép: 2001. szeptember 11-én, helyi idő szerint 9:03-kor a United Airlines 175-ös járata, egy Boeing 767–222, becsapódott a Világkereskedelmi Központ déli tornyába.	10
2.	2. számú kép: A washingtoni törvényhozás ellen intézett tüntetői roham 2021. január 6-án.	11
3.	1. számú diagram: a Nemzeti Közszerológálati Egyetem Egyetemi Központi Könyvtár online, Ebsco’s International Security & Counter Terrorism Reference Center adatbázisának eredményei a „strategic communication” kifejezésre. A találatok száma (függőleges tengely, illetve az 0940-től eltelt időintervallum (vízszintes tengely) alapján a 2021. április 19-i adatok alapján (Szerkesztette: Németh József Lajos)	16
4.	1. számú táblázat: a „meggyőzés”, „befolyásolás” lehetséges szinonimái. Szerkesztette: Németh József Lajos	18
5.	2. számú diagram: A tudománymetriai vizsgálat eredményei(A függőleges tengelyen az egyes kapcsolódó területek angol nyelvű elnevezései, míg a vízszintes tengelyen az azokhoz társítható találatok száma.)	23
6.	1. számú ábra: A stratégiai kommunikáció eredet-vizualizációja (2015) Magyarázat: média – azt a közvetítő közeget értjük alatta, aminek segítségével az adott üzeneteket eljuttathatjuk a hallgatóságához; government – a kormányzati megközelítésre utal; NGO – non-governmental organizations (nem kormányzati szervezetek); business – üzleti szféra; academics – akadémiai szféra (oktatás, kutatás)	33
7.	2. számú ábra: A stratégiai kommunikáció „univerzuma” 2019-ben	34
8.	3. számú ábra: A stratégiai kommunikáció lényegi jegyei” (Szerkesztette: Németh József Lajos)	35
9.	3. számú kép: A kínai nagy fal Pekingtől északra található részletei 2016-ban. A fotón jól megfigyelhető, hogy az erődítményrendszer szinte leküzdhetetlen földrajzi akadályok közt épült.	37
10.	4. számú ábra: Julius Caesar hídja, Leoni (i. sz. 1742) ábrázolásában	40
11.	1. számú térkép: A hosszú háború hadjáratai (1593-1606)	43
12.	4. számú kép: A híres észéki híd 8565 láb hosszú, 17 láb széles (G. Rossi, J684)	49

	Ábra,diagram, kép, táblázat, térkép	Oldal
13.	2. számú táblázat: A Zrínyi Miklós által említett magatartásformák és az ezekkel kapcsolatos álláspontja (Szerkesztette: Németh József Lajos)	51
14.	5. számú ábra: Zrínyi Miklós stratégiai kommunikáció „zenekar-harmóniája” (Szerkesztette: Németh József Lajos)	52
15.	5. számú kép: szemafor jelzéseket megfigyelő személyek és még létező szemaforállomás fotója	54
16.	2. számú térkép: A szemafor hálózat térképe	55
17.	6. számú kép: A Nagy Fehér Flotta útjára indul 1907-ben	56
18.	3. számú térkép: A Nagy Fehér Flotta útvonala 1907–1909 között	56
19.	4. számú térkép: Az óceánok és tengerek alatt húzódó kommunikációs összeköttetést biztosító kábelek 1901-ben	57
20.	7. számú kép: George W. Bush bejelenti a nagy méretű katonai műveletek végét	62
21.	8. számú kép: A stratégiai kommunikáció két haditengerészeti példája(A fotókat egybeszerkesztette: Németh József Lajos)	77
22.	3. számú táblázat: A NATO balkáni és afganisztáni misszióinak <i>összevetése kommunikációs szempontok alapján</i>	80
23.	6. számú ábra: A katonai műveleti stratégiai kommunikáció rendszere (2008)	88
24.	7. számú ábra: A stratégiai kommunikáció (strategic communication), a nyilvános diplomácia (public diplomacy) és az információs műveletek (information operations) egymáshoz való viszonya. (Christopher Paul ábrája alapján szerkesztette: Németh József Lajos)	90
25.	3. számú diagram: „Az információs cselekményekben résztvevő, azokat alakító NATO-szervezetek Afganisztánban” (2009)	94