

TÉZISFÜZET

Varga András

**A KATONAI PÁLYA ÉS A HONVÉDELEMHEZ
VALÓ VISZONY SZOCIOLÓGIAI KÉRDÉSEI A
KÖZÉPISKOLÁS KOROSZTÁLY KÖRÉBEN**

Című doktori (Phd) értekezés szerzői ismertetése

Témavezető: Dr. Kanyó Mária egyetemi docens

Zrínyi Miklós Nemzetvédelmi Egyetem
Kossuth Lajos Hadtudományi Kar
Hadtudományi Doktori Iskola

Budapest, 2011.

Előszó

A magyar haderő az államszervezet fontos elemét képezi, amely szoros kapcsolatban, mindennapi kölcsönhatásban áll a társadalom egészével. Az elmúlt két évtized folyamatos reformjain áteső Magyar Honvédség legfontosabb feladata, hogy hazánk biztonságpolitikai szempontból megőrizze kedvező helyzetét, és a növekvő globális fenyegetettség ellenére képes legyen az állampolgárok legnagyobb fokú biztonságát garantálni. Mindennek alapvető feltétele egy olyan hiteles, a társadalom számára elfogadott szervezet létrehozása, amely képes e feladat megoldására, és képes a folyamatosan növekvő társadalmi megbecsültségből eredő felelősség elviselésére.

A rendszerváltást követően megszületett az igény a haderő átszervezésére. A sorozáson alapuló tömeghadsereget fel kellett váltani egy, professzionálisan működő a 21. század katonai, és társadalmi követelményeinek megfelelő szervezettel.

A váltás hosszú távon a fiatal korosztályokat érinti, így ismeretük kulcskérdés lehet a jövőre nézve. A középiskolás korosztály életkori jellegzetessége miatt (is) kiemelten fontos lehet, egy hosszú távra tervezett humánstratégia esetében. A történelmi múlt katonahagyományai, a fiatalok lendülete, érdeklődése, vállalkozó szelleme garancia lehet arra, hogy kellő pályorientációval mindig lesz egy olyan réteg, akik érdeklődően fordulnak a Magyar Haderő irányába. Munkám célja kideríteni, hogy milyen megközelítések szükségesek ehhez, hogyan lehet hatékonyan megszólítani a fiatalokat, mi jellemzi az ő értékvilágukat, érdeklődési preferenciáikat amelyek mentén ki lehet alakítani egy közös nyelvet velük.

Az általam vizsgált téma interdiszciplináris megközelítést követelt. A dolgozat fogalmi kereteinek tisztázásakor felhasználtam a szakszociológiák (ifjúság- katona- empirikus szociológia) és a pszichológia- pedagógia tudományának (pályorientáció- pályaválasztás) terminusait.

1. A kutatás metodológiai kérdései

1.1. A kutatás célkitűzése

A kutatási téma kiválasztásakor azt a célt tűztem magam elé, hogy:

- Bemutassam a Magyar Haderő átalakulóban lévő toborzórendszerének merítési lehetőségeit, kiemelten a középiskolai generációk között.
- Felhívjam a figyelmet a toborzási folyamatban rejlő, eddig rejtett, vagy kevésbé kihasznált lehetőségekre.
- Ráirányítsam a figyelmet, olyan hatékony kommunikációs stratégiák kidolgozására, amelyek új eljárásokat, kommunikációs formákat feltételeznek.
- A pályatervezés, pályaorientáció, pályaválasztás elméleti megközelítéseit és módszertanát értelmezhetővé, és felhasználhatóvá tegyem a Magyar Honvédség humán erőforrás fejlesztésének részére.
- A kutatás közben új elemként jelentkezett a közoktatás és a „Katonasuli” program és a „Katonai alapismeretek” tantárgy pedagógiai relevanciáinak bemutatása.
- Felmérjem a mai középiskolai generációk honvédelmi ismereteit és az ahhoz fűződő beállítódásait.

A kutatások szükségszerűségét és aktualitását alátámasztja az a tény, hogy a hazai katonaszociológiai kutatások fő érdeklődési körébe nem került be ennek a korosztálynak a vizsgálata. Pedig fontos kérdéseket kell feltenni. Vannak-e valós ismereteik a mai katonapolitikai helyzetről, mit gondolnak ma a katonai hivatásról, és a szervezetről kialakított elképzeléseiket milyen fórumok segítségével alakítják ki? Közbeszéd tárgyát képezi-e egyáltalán a honvédelem kérdése a mai fiatalok közt, amennyiben igen, ez milyen formában történik meg? Kerültek-e valaha személyes kapcsolatba katonai múlttal rendelkező állampolgárral? Milyen bejövő információkkal rendelkeznek napjaink honvédelmi kihívásait illetően, azokat milyen médiák, közvetítő közegek segítségével ismerik meg? Tisztában vannak-e azzal, hogy milyen összetett, és bonyolult feladatokat kell megoldania egy jól kiképzett katonának?

További kutatási motivációként mindenképp meg kell említeni azt is, hogy a diákok pályaválasztási bizonytalanságában számos kiaknázatlan lehetőség rejlik, amely csak akkor lehet hatékony, ha ismert, és jól feltérképezettek ennek a korosztálynak az attitűdjei, a Magyar Honvédség irányában érzett pozitív, vagy negatív érzései. A megváltozott oktatási struktúrában a fiatalok sokkal hamarabb kényszerülnek olyan tudatos elhatározásra jutni, amely a középiskolai éveiket és ezzel a későbbi életmenetüket is nagyban befolyásolja.

A honvédelmi érdekek, ismeretek elterjesztése ismét éledezőben van, de még a folyamat elején járunk. Véleményem szerint ezek azok a korosztályok, akiket először meg lehet célozni, s mint ilyenek, a rekrutáció szempontjából *elsődleges korosztályi célcsoportnak* is nevezhetőek. Az érintett generációk megismerés esetén egy hatékony pályaaorientációs folyamatot lehet kialakítani annak érdekében, hogy minőségileg és mennyiségileg is nagyobb utánpótlásbázis jöjjön létre.

Az új típusú haderő személyi feltételrendszere is folyamatos változásokon megy keresztül. A munkavégzést és annak hatékonyságát biztosítani kell a mennyiségi és minőségi munkaerő-állomány megteremtésével, illetve megtartásával. Fel kell térképezni, hogy egy adott munkakör betöltése milyen személyi, illetve szakmai kompetenciákat igényel, milyen általános, illetve speciális személyiségjegyek, készségek- képességek szükségesek az adott tevékenység eredményes ellátásához. Ennek ismeretében csökkenhetnek az alul, illetve felülképzettségből eredő személyes és személyközi konfliktusok, ami hosszú távon egy hatékonyabb humánpolitikai stratégia kidolgozását teszi lehetővé.

1.2. A probléma megfogalmazása és a kutatás hipotézise

A Magyar Honvédség az önkéntes haderő- szervezetre áttérve kilépett a munkaerőpiacra. Személyi állományának biztosítása miatt rákényszerül, hogy a kezdeti, szinte csak toborzó irodákra épülő utánpótlás megoldását más technikákkal egészítse ki. Életkori sajátosságukból eredően ezt közvetlenül a középiskolás korosztállyal kezdhetik.

Ennek alapján az alábbi hipotéziseket fogalmazom meg:

1. *Hipotézisem, hogy a mai középiskolás diákok egy része érdeklődően fordul a Magyar Honvédség irányába.*

Ennek háttérében különböző okok húzódnak meg. Egyeseket a hazaszeretet, a fegyelmezettség, néhányukat a biztos munka, míg másokat a fegyverek szeretete, többeket a külföldi munkavállalás lehetősége motivál arra, hogy elgondolkozzon azon, érdemes a Magyar Haderőben munkát vállalnia.

2. *Hipotézisem, hogy a fiatalok nem rendelkeznek reális, és kielégítő ismerettel a mai védelmi szféra szervezetéről, és képviselőiről.*

Okait elsősorban haderő és a társadalom között kialakult távolságban, a katonákkal való személyes találkozások hiányában, az egyre kevesebb és távolabbi családi kötődésben, a presztízsvesztésben, hagyományos értékek erodálódásában látom.

3. *Hipotézisem, hogy a fiatalok döntő része rendelkezik magas szintű digitális kompetenciákkal, így a toborzási folyamat fontos kiegészítői lehetnek a közösségi oldalak, illetve a számítógépes katonai játékok.*

A mai fiatalok akiket Y- Z nemzedék gyerekeinek is neveznek, szinte készségi szinten használják a különböző multimédiás lehetőségeket. Mindezt napi rendszerességgel teszik, így nyilvánvaló, hogy megszólításuk ezeken a csatornákon keresztül lehet hatékony és sikeres.

4. *Meglátásom szerint a „Katonasuli program” és „Katonai alapismeretek” tantárgy nagyban hozzájárulhatnak ahhoz, hogy (a katonai pályához és a honvédelem kérdéseikhez kapcsolódó ismeretek szintje) akár a közeljövőben is dinamikusan emelkedjen.*

Mindkét program viszonylag új kezdeményezés, ezért előfordulhatnak nehézségek. Ennek ellenére a saját és tanítványaim tapasztalatából azt gondolom, hogy ezekkel a lehetőségekkel sikerülhet csökkenteni a társadalmi távolságot a haderő, illetve a fiatalok csoportjai között.

1.3. A kutatás résztvevői

A fiatal korosztályok katonasággal, haderővel szembeni általános és konkrét vélekedéseit, esetleges munkavállalási hajlandóságukat két empirikus kutatás segítségével vizsgáltam. A 2008-as mintában szereplő diákok száma 99 fő. A válaszolók 74,7 %-a lány (74 fő), 25,3 %-a fiú (25 fő). A második adatfelvételre közel egy év múlva, 2009. november második hetében került sor, a kutatásban résztvevők létszáma 372 fő, korosztálya 15-20 év, a nemek összetétele hasonlóan alakult az előző évihez, 71,7 % lány, 28,3% fiú.

1.4. A kutatás menete és módszerei

Dolgozatom második fejezetében témám szempontjából lényeges elméleti megközelítéseket részletezem.

A téma *konceptualizálásához* feldolgoztam a szociológiai szakirodalom vonatkozó anyagát, különös tekintettel az ifjúságszociológia legújabb eredményeire. Miután a téma feldolgozása multidiszciplináris megközelítést igényel, ezért a katonai- és szociálpszichológiai szakirodalomból is merítettem. A különböző elméleti modellek tanulmányozása és adaptálása mellett az elméletek ellenőrzését szolgáló empirikus hazai feltérképeztem, és tapasztalatait hasznosítottam munkámban. Munkám során számos esetben támaszkodtam az internetre, mint a fiatalok mindennapjait alapvetően meghatározó területre.

A kérdőívek összeállításánál törekedtem arra, hogy változatos, többféle mérési szintű változó (nominális, ordinális, intervallum, arányskálák), álljon rendelkezésemre az elemzés során. Ennek megfelelően találhatóak feleletválaszoló kérdések, feltételes kérdések, táblázatos (mátrix) kérdések, és Likert-típusú skálák is.

A fenti módszertani lehetőségek alkalmazása mellett felhasználtam a pedagógusi pályán eddig eltöltött időszak felhalmozódott szakmai tapasztalatát, tanítási gyakorlatát, osztályfőnöki- pedagógusi látásmódot is.

A kérdőívek összeállításánál célként vezérelt, hogy választ kapjak azokra a kérdésekre, amelyek közelebb visznek a korosztály megértéséhez, általános értékrendszerükben rejlő lehetőségekhez, a katonai pályával, a katonasággal kapcsolatos érzéseikhez. Ennek feltérképezése érdekében vizsgáltam a szabadidős tevékenységük szerkezetét (számítógépes játékok, internet felhasználás, televízió nézés), a továbbtanulási hajlandóságukat, annak irányát. Konkrét és általános kérdésekkel vizsgáltam az értékvilágukat (mennyire ragaszkodnak a posztmateriális (haza- nemzet- vallás) értékekhez, és milyen mértékben meghatározóak számukra a materiális (pénz, munkahely, siker) értékek. A kérdések többi része a haderővel kapcsolatos ismereteiket, tájékozottságukat mérte, valamint azt, hogy melyek azok a tényezők, amelyek alapján munkát vállalnának a szervezetben.

Az adatfelvételek értelmezése regionális szinten egy iskola diákjainak válaszaként lehetséges, ugyanakkor ennek a kutatásnak a tapasztalatai lehetővé teszik, hogy a jövőben egy reprezentatív kiválasztott minta alapján történő országos populáción végzett kérdőívezés sikeres legyen.

2. Eredmények

2.1. Az eredmények értelmezése

A kutatás első részében *megvizsgáltam* a fiatal korosztályok általános jellemzőit (értékorientáció). *Feltártam*, hogy ezek milyen lehetséges hatással lehetnek a továbbtanulási, munkába állási döntéshozataluknál (továbbtanulás). Szabadidős tevékenységszerkezetük jellegzetességeit *leírtam*, ezzel *kialakítottam* egy közös kommunikációs színtér létrehozásának lehetőségét (internet, közösségi oldalak).

A fiatal nemzedékek társadalmi integrációs, szocializációs folyamata sokat változott az elmúlt néhány évben is. Általában növekedett az inaktivitás, nagyobb arányban jelentkeznek beilleszkedési zavarok, a társas kapcsolatok intenzitása csökkent. A mintában szereplő fiatalok társadalmi aktivitása, a politika iránti érdeklődés szintje továbbra is igen alacsony, mindössze 5 %-uk néz naponta politikai műsorokat.

Általában alacsony szintű a hírműsorok iránti érdeklődés és információik többségét nem a közszolgálati médiákból, és nem az országos napilapokból szerzik. A döntő többség azokat csak elvétve fogyasztja. Az írott sajtóban a heti vagy havi (bulvár) megjelenésű kiadványok a jellemzőbbek, de azok olvasása sem rendszeres. Ki kell emelni ugyanakkor, hogy növekszik az internetes hírfogyasztás. Ez utóbbi szinte már csaknem monopolhelyzetet vívott ki magának.

A szabadidőben végzett elfoglaltság jórészt egyéni aktivitást tükröz, a társaság és a közösség hiánya látszódik. Vizsgálatom egyik tisztázatlan pontja, hogy ez a kapcsolat személyközi, vagy interneten keresztül tartják-e fenn a fiatalok. Véleményem szerint – legalább részben – eltűnt az igényes beszédcselekvés tereihez köthető kommunikáció. A fiatalok közel egyötöde „elvan” magával, szabadidejét passzív módon tölti el sok esetben részben, vagy egészben virtuális kapcsolatokkal (90 %-uk naponta internetezi).

Az Internet napi használata mára megkérdőjelezhetetlen, az Internet-penetrancia magas szintű (92%), a felhasználás módja azonban jellemzően nem a tanulást segíti, sokkal inkább a kapcsolattartást, a szórakozási igényeket elégíti ki.

A diákok tevékenységstruktúrájának központi eleme a számítógép, a számítógépes játékok használata megosztja a diákokat, (32 %uk játszik naponta, vagy heti több alkalommal)

de aki rendszeresen játszik, kivétel nélkül kipróbált már valamilyen katonai jellegű játékot. Ennél is hangsúlyosabb szerep jut a közösségi oldalaknak, amelyek mára csaknem minden funkciót betöltenek a fiatalok életében. Lehet rajtuk keresztül tájékozódni, kapcsolatot tartani, közösségeket létrehozni, minősíteni eseményeket, információkat szerezni, szórakozni, játszani

A globalizációs folyamatok több szempontból is kedvezőtlen társadalmi folyamatokat indukálnak a személyi állomány kialakítása szempontjából. Az individualista egyéniségképek előtérbe kerülése, a nyugati fogyasztási minták követése, és a közösségi szellem degradálódása együttesen eredményezik a katonai hivatás szempontjából fontos értékek háttérbeszorulását. A kulturális homogenitás a tradicionális, és új értékrendek összemosódása a nemzetközi és hazai kulturális minták azonosulása olyan társadalomképet vizionálnak, amelyben a haderőnek, mint önálló, hazai nemzeti értéknek a szerepe meglehetősen csekély.

Munkám második részében a Magyar Haderőről kialakított nézeteik feltárására vállalkoztam. A mai haderővel kapcsolatban érintettem a létjogosultság, a társadalmi, anyagi megbecsültség, a NATO, a képzettség kérdésköreit, külön kitérve, hogy melyek azok a tényezők, amelyek miatt a fiatalok vállalnák a katonai szolgálatot.

A kiinduló hipotéziseimet alátámasztva úgy vélem, a diákok katonai szolgálattal szembeni beállítódása különbözik. Legtöbben azok képviseltették magukat, akik nem képesek dönteni, de minden ötödik diák pozitívan közelít a hadsereg irányába. A diákok inkább érzik biztosnak az ország pozícióját biztonságpolitikai szempontból (38 %), nem tartanak lényeges terrorfenyegetettségűtől. Nem érzik instabillnak az ország biztonságpolitikai helyzetét, a NATO csatlakozást pedig inkább előnyként élik meg, bár egyre többen érzik úgy, hogy hazánk biztonságát a saját haderőnk is képes szavatolni (2008-ban a diákok egynegyede, egy év múlva már közel egyharmada).

A középiskolás korosztály általam vizsgált képviselői között vannak olyan diákok, akiket egyértelműen vonz a katonai pálya, a 2008-as kérdésfeltevés idején 15 %, egy év múlva már 20 %.

A diákok jövőbeni munkavállalása szempontjából némi hangsúlyeltolódás figyelhető meg a két felvétel között. 2008-ban első helyre a kihívás került, másodikra a jó anyagi lehetőségek. Ez a sorrend 1 év múlva megcserélődött. A válaszadók csaknem harmadánál fontos tényező a hazaszeretet, amely arra a nem könnyű problémára irányítja rá a figyelmet, hogy a nemzetközi katonai szervezet tagjaként hogyan, és milyen mértékben vagyunk képesek megőrizni nemzeti identitásunkat. A külföldi karrier lehetősége is előkelő helyen van,

de korántsem veszélyezteti az első helyeket. A lista hátsó részében nem meglepő módon meg lehet találni a fegyelmet, illetve a hatalomvágyat, 2 olyan tényezőt, ami nem annyira tartozik erős motiváló tényezőként a válaszolóknál a munkavállalás szempontjából. A válaszalternatívák felcserélődése, a „jó anyagiak” első helyre kerülése, a fiatalok értékrendjének alakulására is utal, ami tükrözi a társadalmi értékrend változását.

Az egyes számú hipotézisemet bizonyítottnak tekintem.

Kutatásomban **feltártam** és **bizonyítottam**, hogy a fiatalok egy része érdeklődő a Magyar Haderő vonatkozásában. Ezek a diákok abban az esetben lehetnek potenciálisan megszólítható munkavállalók, ha az eddigi egyoldalú toborzási technikát kiegészíti egy hosszú távra tervezett pályairányítási, pályatervezési folyamat. Mindehhez szükségesnek tartom, hogy a társadalom és haderő közötti bizalom, és kommunikáció helyreálljon, erősödjön. Az erre irányuló folyamatok elkezdődtek, eredményük a következő korosztályoknál lesz igazán észrevehető. A pályaorientációs tevékenységnél figyelembe kell venni a fiatalok szokásait, tájékozódási, kommunikációs gyakorlatait és ez alapján az Internet alapú tájékoztatás felé kell elmozdulni.

A kettes számú hipotézisemet bizonyítottnak tekintem

Az eredmények és személyes beszélgetések alapján **megállapítom**, a diákok katonai szolgálatról alkotott ismereteik általában nem reálisak, pontatlanok.

A fiatalok tájékozatlanságának több oka is van, egyrészt saját érdeklődési körük nem feltétlenül egyezik meg ezen kérdésekkel, másrészt nem jutnak el hozzájuk az ilyen jellegű információk. Előtanulmányaik sem teszik őket befogadóvá az ilyen jellegű ismeretek előtt, hiszen történelmi tájékozatlanságuk sok mindenre választ adhat. A személyes kapcsolatok hiánya, a társadalom és honvédelem eltávolodása ezeknél a korosztályokban egyértelműen kimutatható. Jórészt ennek tudható be, hogy a fiatalok társadalmi aktivitása, a politika iránti érdeklődés szintje továbbra is igen alacsony. Többségüket nem, vagy egyáltalán nem érdekli a politika, amely a demokráciában való tudatos részvételt nagyban megkérdőjelezi. Mindez eredményezi közvetve azt is, hogy napjaink honvédelmi kérdéseivel sincsenek tisztában. Egyes időszakokban, kampány jelleggel felmerül a kérdés – iszapkatasztrófa, missziós veszteség- de hosszú távon megállapítható hogy általánosságban tájékozatlanok, nem érdeklődők.

A hármas számú hipotézisemet bizonyítottnak tekintem

Az Internet napi használata mára megkérdőjelezhetetlen, az Internet-penetrancia az iskola diákjai között magas szintű (92%), a felhasználás módja azonban jellemzően nem a tanulást segíti, sokkal inkább a kapcsolattartást, a szórakozási igényeket elégíti ki.

A közösségi kapcsolatok, - amennyiben egyáltalán kialakultak- észrevétlenül elsorvadnak, helyüket átveszik a világháló személytelen, a realitástól sok esetben elrugaszkodott on- line személyiségei, csoportjai. A „cyber- gyerekek” korosztályában így érthető, miért is van egyre nagyobb szükség az Internetes reklámokra, akciókra, figyelemfelkeltő honlapokra, és aktív jelenlétre.

A diákok tevékenységstruktúrájának központi eleme a számítógép, az internet. Ennek ismeretében kutatásom lényeges pontja, hogy **feltérképeztem** azokat a csatornákat, mechanizmusokat, amelyeken keresztül a fiatalok elérhetőek, megszólíthatóak. Egyre hangsúlyosabb szerep jut a *közösségi oldalaknak*, amelyek mára csaknem minden funkciót betöltenek a fiatalok életében (IWIW, Facebook). Lehet rajtuk keresztül tájékozódni, kapcsolatot tartani, közösségeket létrehozni, minősíteni eseményeket, információkat szerezni, szórakozni, játszani. Egy ilyen felületen való megjelenés mindenképp indokolt a Magyar Haderő számára is, ennek magyarázata felesleges.

A négyes számú hipotézisemet bizonyítottnak tekintem

A felmérések időpontjában még nem volt országos jelentőségű a „Katonasuli program”, ezért csak személyes pedagógusi tapasztalataimra hagyatkozhatok. Az érdeklődés és az igény is óriási a diákok felől. Mindezt alátámasztják, a katonákkal való személyes találkozások igénye, az ilyen jellegű programok sikeressége, és az elindult „Katonai alapismeretek” tantárgy iránti fogékonyság.

2.2. Véleményem, javaslataim

Az új haderő személyi állományának kialakításában nagy szerepet fognak játszani azok a marketing stratégiák, eszközök, amelyek ismét a megfelelő helyet fogják biztosítani a védelmi szektor dolgozóinak a társadalom egészén belül. A katonai marketingnek vonzó, erős magyar hadsereget kell kialakítani a társadalmi tudatban, ahol a szolgálat, és a haza védelme megtisztelő, felelősséggel járó professzionális, tudás alapú tevékenység. Az Internet

használata az információs társadalomban szükségszerű, és sok esetben nagy tartalékokat rejtegethet magában.

A középiskolai tanulók az első olyan korosztály, akik a Magyar Honvédség rekrutációs kérdéseit részben megoldhatják. Ez ugyanúgy igaz a szerződéses állományra, mint a tisztképzés jövőjére. A katonai kollégiumok megszűnése miatt fokozottan szükség van e korosztály, a katonasággal kapcsolatos attitűdjeinek ismeretére. Ezek ismerete egy sikerebb, hatékonyabb marketingmunka előkészítését is lehetővé teszi, aminek *elsődleges célcsoportja* a középiskolákban tanuló diákok lehetnének.

1) A kutatás során **felhívtam** a figyelmet, hogy árnyaltabb képre van szükség a középiskolás korosztály pályaválasztási, azon belül katonai pályaválasztási motivációival, indokaival kapcsolatban.

A Magyar Honvédség átalakuló társadalmi feltételei és megváltozott biztonságpolitikai helyzete együttesen megkövetelik a professzionális haderő kialakítását. Ebben a folyamatban kiemelt szerepet kell biztosítani a fiatal, 14-19 éves korosztály számára. A személyi állomány minőségi utánpótlása biztosítása miatt lényeges tényező a hatékony kommunikáció. Kiinduló elképzelésem, mely szerint az eddigi kommunikációs csatornák változtatásra szorulnak, igaznak bizonyultak, hiszen a diákok döntő része az internet, televízió segítségével tájékozódik. Ez a hagyományos eszközök mellett egyre inkább feltételezi az Internet alapú toborzási technikák bevezetését.

2) Munkámban **bebizonyítottam**, az interneten, a számítógépes játékokban, a közösségi oldalakon a jelenlét elengedhetetlen. Ezek és az iskolákban is széles körben alkalmazható multimédiás technikák használatának bevezetése nélkül nem érhető el a fiataloknál, hogy értékrendszerük oly módon alakuljon, amelyben hangsúlyosabb helyet kap a hazaszeretet, a nemzetért való tenni akarás érzése. Ezek közül kiemelt jelentőségűek a látványosabb tartalmi elemeket tartalmazó marketingpolitika az interneten, magyar kötődésű számítógépes játékok bevezetése, magyar történelmi- katonai múltat bemutató filmek, dokumentumfilmek gyártása.

3) **Rámutattam** arra a tényre, hogy a diákok meggyőzése nem könnyű, és nem gyors sikerrel kecsegtető folyamat. Ebben nagy szükség van, - és első lépésként talán ez a legfontosabb -, a szülők nemzedékének elérésére, és meggyőzésére. Ennek a nemzedéknek a tagjai közül sokan nem rendelkeznek katonamúltsal, személyes tapasztalattal, amelyeket át tudnának adni fiaiknak, lányaiknak. Ugyanakkor rendelkezhetnek egy sztereotip katonaság képpel, ennek megváltoztatása lényeges eleme a stratégiának.

4) **Kiemeltem**, hogy a jelenlegi toborzó rendszert ki kell egészíteni egy pályorientációs folyamattal. A toborzó rendszer az aktuális igényeket elégíti ki, több esetben nem kellően megalapozott hivatástudattal rendelkező munkavállalók kerülnek a haderő személyi állományába. Ezt elkerülendő, szükséges egy hosszú távú pályorientációs tevékenység, amely a foglalkozás jellegét felcseréli a hivatásjellegre, és nem megélhetési munkavállalást eredményez.

5) **Terveztem** egy modellt, amely egyrészt vertikálisan, másrészt horizontálisan közelíti meg azokat a tevékenységformákat, amelyek a honvédelmi szemlélet kialakításához elengedhetetlenül szükségesek.

6) A **vertikális modell** lényege, hogy a honvédelmi ismeretek oktatása már egészen kicsi korban, az általános iskolákban elkezdődhet, hiszen a pályaszocializáció folyamatában ez nagyon kívánatos lenne. A középiskolákra hárulna az a szerep, hogy egyértelművé tegye a diákok számára, mivel jár a katonai hivatás, felkészültek-e erre, át tudják-e érezni a haza szolgálatának fontosságát, tudják-e vállalni az ebből eredő kötelezettségeket?

7) A **horizontális modell** egy iskolai tanévet követ végig, abból a szempontból, hogyan lehet felépíteni, tudatosan alkalmazni, és biztosítani az évről- évre megújuló utánpótlást, hogyan lehet biztosítani a fiatalok részéről az állandó érdeklődést. A tanév szakaszai a munka fázisainak megfelelően több részre oszlanak: figyelemfelhívás-tudatosítás- elmélyítés-konkretizálás. E mellett természetesen szükség van olyan technikák alkalmazására is, amelyek egész évben jelen vannak az iskola életében, és amelyek nemcsak a diákok, hanem a szülők megszólítására is alkalmasak.

Eddigi kutatási eredményeimre támaszkodva **megállapítom**, hogy az eredményes és hatékony humánstratégia érdekében szükség van egy *rövidtávú* és egy *hosszú távú* cselekvési terv kidolgozására, és véghezvitelére. Rövidtávon fontosnak tartom egy olyan partnerségi hálózat kialakítását, melyekben a középiskolákat is – nagyobb mértékben- bevonják, és rajtuk keresztül szólítják meg a diákokat „*Katonasuli program*”. Tovább kell fejleszteni a katonai tartalmú Internetes felületeket, sokoldalú, szórakoztató tartalommal kell megtölteni azokat. Hosszú távú programként létre kell hozni egy több pilléren nyugvó pályorientációs rendszert, mely a fiatalok figyelemfelkeltésétől a hivatástudat kialakulásáig kíséri a diákokat, amelynek részét képezi egy olyan pályamodell kialakítása, amelynek elemei (figyelemfelkeltés, motiváció, kötődés, hivatástudat) egymásra épülnek, és a Magyar Honvédségben történő munkavállalás felé mutatnak (*Vertikális- horizontális modell* alkalmazása).