



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Vidékfejlesztési és Fenntartható Gazdasági Intézet
Humántudományi és Szakképzési Tanszék

Dolgozat címe: A Magyar Honvédség társadalmi szerepe napjainkban

A vizuális kommunikáció hatása a Magyar Honvédség toborzási tevékenységében

A dolgozatot készítő hallgató neve: Szilasi Zoltán Szabolcs

Szak, képzési szint és munkarend megnevezése: Emberi erőforrás tanácsadó; mesterképzés (MA/MSc), MA levelező tagozat

Intézet/tanszék (ahol a dolgozat készült) megnevezése: Vidékfejlesztési és Fenntartható Gazdasági Intézet, Humántudományi és Szakképzési Tanszék

Belső témavezető: (név, beosztás, munkahely megnevezése): **Dr. Suhajda Csilla Judit**

egyetemi docens, Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet, [Nemzetközi-szabályozási és Gazdasági Jogi Tanszék](#)

Külső témavezető: (név, beosztás, munkahely megnevezése): **Dr. Hegedűs János ezredes,** Magyar Honvédség, Légierő Parancsnokság, Humánerőforrás-tervező Főnökség, mb. Főnök

Dolgozatomban a Magyar Honvédség társadalmi megítélését vizsgáltam, illetve bemutattam, hogy a társadalmi megítélés egy összetett és változó téma. A vélemények és az érzelmek kialakulására számos tényező hat, így az egyének, csoportok és a társadalom egésze különböző módon értékelheti a honvédség szerepét és tevékenységét. Bemutattam néhány olyan tényezőt, amelyek befolyásolhatják a társadalmi megítélést. A szakirodalmi feldolgozás során kitértem a katonai életpályaválasztásra és a szervezeti karrierdöntésre vonatkozó lehetőségekre, illetve a Magyar Honvédség és a katonai szolgálat jogi sajátosságaira. Ismertettem, hogy jelenleg milyen haderőfejlesztési programok zajlanak a Magyar Honvédségben.

A következő fejezetben rávilágítottam arra, hogy a társadalom tudása és a szervezetről alkotott véleménye nagyban összefügg a Magyar Honvédség kommunikációjával és tevékenységével. A Magyar Honvédségbe való toborzás során használt vizuális kommunikációs eszközök nagy hatással vannak a pályaválasztásra és a karrierdöntésre. Az aktuális toborzókampányok nagyon nagy számban eljutnak az emberekhez, melyeket feldolgoznak és a pályaválasztás során alapul vesznek.

A feldolgozott kérdőívek során és a reklámanyagok elemzése rávilágítottak arra, hogy a különböző fórumokon megjelenő toborzó anyagokat (szórólapok, prospektusok, videók, reklámfilmek) hirdetések, kampányreklámokat a társadalom nagyon hitelesnek tartja és az emberek figyelmét és érdeklődését nagyon felkelti. A fiatalokat nagyban segíti a pályaválasztás során.

A felállított hipotéziseim nagyrészen bizonyítást nyertek. A kutatási módszerekkel bebizonyítottam, hogy a társadalom többségét érdekli a honvédségben jelenleg zajló haderőfejlesztés, illetve a napi tevékenysége, így a toborzókampányok a célzott közönséghez eljutnak. A Magyar Honvédség toborzása során nagy hangsúlyt fektet a vizuális kommunikációra. A katonai pályát választók számára hitelesen, informatívan próbálja bemutatni a magyar haderőt, segítséget adva a karrierdöntésük során.

A kutatásaim eredményei alapján a jelentkezők számának emelésére javaslatokat fogalmaztam meg. A katonai szolgálat vállalásakor, ahogy a toborzó kampányok elemzése során ez bizonyítást nyert a pályaválasztás során az anyagi tényezők kiemelt motivációs szerepet játszanak.

A legfontosabb cél az lenne, hogy a Magyar Honvédség a bemutatott toborzó és reklámkampányaival pontos és vonzó képet mutasson a katonai szolgálatról, és ösztönözze a fiatalokat a jelentkezésre.