

mgr Łukasz Ryba

STRESZCZENIE ROZPRAWY DOKTORSKIEJ
Działania promocyjne Resortu Obrony Narodowej
a postawy młodzieży wobec sił zbrojnych

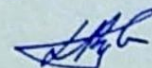
Zapewnienie bezpieczeństwa jest pierwszym i niezbywalnym warunkiem rozwoju państwa, dlatego też poznanie postaw młodych ludzi wobec sił zbrojnych oraz procesu ich kształtowania pozwoli na uzyskanie pełniejszego obrazu jednostki w odniesieniu do otaczającej ją rzeczywistości społecznej. Aktualnie zarówno działalność promocyjna w Resorcie Obrony Narodowej, jak i poszukiwanie zależności między nią a postawami młodych ludzi wobec sił zbrojnych, nie doczekało się jeszcze badań i publikacji, a istniejący dorobek naukowy w tym zakresie oparty jest głównie na materiałach prasowych.

Mając na uwadze powyższe, celem rozprawy doktorskiej jest próba ustalenia zależności pomiędzy działaniami promocyjnymi Resortu Obrony Narodowej a postawami młodzieży wobec sił zbrojnych.

W przeprowadzonych badaniach wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego, ponieważ ma on swoje zastosowanie w badaniu populacji wyodrębnionych na podstawie cechy demograficznej lub geograficznej oraz zbiorowości wyodrębnionych ze względu na określony typ zachowania lub rodzaj przebytych doświadczeń. Sondaż został przeprowadzony z wykorzystaniem techniki ankiety, wywiadu oraz badania dokumentów. Jako narzędzie badawcze użyto m.in. kwestionariusza ankiety z wykorzystaniem kafeterii odpowiedzi skali Likerta, zaadaptowaną skalę dystansu społecznego Emory Bogardusa, i kwestionariusz dyferencjału semantycznego.

Praca składa się z sześciu rozdziałów. Dwa pierwsze stanowią część teoretyczną rozprawy. Całokształt rozważań, analizy teorii postaw, ich genezy, cechy, klasyfikacje, kształtowania i zmiany zaprezentowano w rozdziale pierwszym. Celem tego rozdziału było ukazanie wybranych teorii postaw nawiązujących do tradycji behawiorystycznej, do koncepcji socjologicznej, teorii poznawczych w psychologii. Wskazano na komponenty postaw i wzajemne relacje między nimi. Zaprezentowano problematykę nabywania i zmiany postaw społecznych oraz czynniki mające wpływ na ich kształtowanie.

W rozdziale drugim podjęto próbę analizy znaczenia działań promocyjnych i reklamowych w budowaniu wizerunku organizacji. Punktem wyjścia jest tu samo określenie przedsiębiorstwa, organizacji, pojęcia sił zbrojnych i ich elementów (jednostek wojskowych, instytucji). W dalszej jego części dokonano analizy działalności promocyjnej w Resorcie



Obrony Narodowej w kontekście unormowań prawnych zawartych w decyzji Ministra Obrony Narodowej z 29 kwietnia 2008 roku o działalności promocyjnej w Resorcie Obrony Narodowej (decyzja nr 212/MON, 2008).

Trzeci rozdział skupia się na prezentacji założeń metodologicznych badań własnych. Przeprowadzone badania miały charakter weryfikacyjny, gdyż znane są determinanty zmiany postaw młodzieży (działania promocyjne na rzecz sił zbrojnych), a nie są znane skutki prowadzenia tych działań. Ponadto spełniają one cel wyjaśniający, ponieważ dotyczą wielu zmiennych, badają ich wzajemne relacje pod więcej niż jednym kątem i umożliwiają poszerzenie i uzupełnienie dotychczasowej wiedzy. W rozdziale tym sformułowano problem główny i pytania szczegółowe. Przyjęto metody badawcze, techniki i narzędzia, określono harmonogram badań.

W rozdziale czwartym poddano analizie kontakt badanej młodzieży z działaniami promocyjnymi podejmowanymi z wykorzystaniem poszczególnych mediów, materiałów poligraficznych, innych elementów wskazanych w decyzji dotyczącej działalności promocyjnej wobec sił zbrojnych. Analizę przeprowadzono na podstawie danych z kwestionariusza ankiety oraz odniesiono do czynników społeczno-demograficznych badanej młodzieży.

Rozdział piąty zawiera kompleksową analizę postawy młodzieży wobec sił zbrojnych opartą na analizie wyników badania komponentu poznawczego, behawioralnego i emocjonalnego. Wyniki dla komponentu poznawczego pozwoliły na określenie poziomu wiedzy z zakresu sił zbrojnych, bezpieczeństwa i obronności. W przypadku komponentu behawioralnego pozwoliły wskazać stopień skłonności badanej młodzieży do utrzymywania zróżnicowanych, co do stopnia bliskości, stosunków społecznych z żołnierzami. Natomiast dla komponentu emocjonalnego umożliwiły określenie uczuć towarzyszących respondentom wobec sił zbrojnych. Analizie poddano również wpływ czynników społeczno-demograficznych badanej młodzieży na poszczególne komponenty postawy.

W szóstym rozdziale dokonano analizy zależności pomiędzy działaniami promocyjnymi podejmowanymi przez Ministerstwo Obrony Narodowej a komponentami: poznawczym, behawioralnym oraz emocjonalnym. Wynik przeprowadzonej analizy stanowi podstawę do potwierdzenia hipotez przyjętych w niniejszej dysertacji.

Pracę dopełnia zakończenie, w którym dokonano podsumowania przeprowadzonych analiz oraz sformułowano wnioski do pracy dydaktyczno-wychowawczej i edukacyjnej. Praca zawiera ponadto bibliografię i spis załączników.