

Д.С. Крутилин ОБ УКЛАДЕ ВОЕННОЙ СЛУЖБЫ ПО ПРИЗЫВУ В СОВРЕМЕННЫХ ВООРУЖЕННЫХ СИЛАХ РОССИИ

ОБ УКЛАДЕ ВОЕННОЙ СЛУЖБЫ ПО ПРИЗЫВУ В
СОВРЕМЕННЫХ ВООРУЖЕННЫХ СИЛАХ РОССИИ

КРУТИЛИН Дмитрий Сергеевич — кандидат социологических наук, научный сотрудник Научно-исследовательского центра (социологического) Вооруженных сил Российской Федерации. E-mail: krutilin_dc@mail.ru.

Аннотация. В конце 2008 – начале 2009 гг. в России стартовал очередной этап военной реформы с целью придания Вооруженным Силам нового облика. Одной из важнейших задач ставилась гуманизация военной службы по призыву. Социологическая оценка происходящей трансформации уклада военной службы была дана в ходе комплексного социологического исследования проблем военно-служебных отношений в Российской армии.

Результаты исследования позволяют утверждать, что главным основанием патриотизма военнослужащих выступает ее прошлое – исторические события, память о великих предках, уважение к отечественным традициям. В тоже время такое проявления любви к своей стране как защита Родины с оружием в руках практически не влияет на отношение военнослужащих к военной службе. Преобладающий в массовом сознании размытый образ врага, невысокий престиж профессии военного в российском обществе обуславливают то обстоятельство, что привлекательность военной службы по призыву все в большей степени предопределяется теми социальными благами, которыми она способна обеспечить молодежь.

Важным вопросом повседневной жизнедеятельности военнослужащих является создание комфортных бытовых условий прохождения службы, без которых солдаты (матросы) не могут полноценно заниматься военно-профессиональной подготовкой, а вынуждены отвлекаться на решение возникающих житейских проблем. Кроме того интенсивная

ON CONSCRIPT SERVICE IN MODERN RUSSIAN
MILITARY FORCES

KRUTILIN Dmitrii Sergeevich – PhD in Sociology, Researcher, Sociological Research Centre, Russian Armed Forces. E-mail: krutilin_dc@mail.ru..

Abstract. In late 2008 – early 2009 the next stage of the military reform to rearrange Russian military forces started in Russia. One of the major tasks was the humanization of the compulsory military service. Complex sociological research studying the problems in the Russian army provides the assessment of the transformation of the military service.

According to the results of the research, the basic thing that the patriotism is grounded upon is the past: historical events, memory about great ancestors and respect of the traditions. Such manifestation of patriotism as defending the Motherland with weapons has almost no effect on the attitudes of the military personnel towards military service.

Due to the indistinct image of the enemy prevailing in mass consciousness and low prestige of the military profession in the Russian society, the attractiveness of the military service is defined by social goods that it can give to the youth.

The urgent issue in the life of the military personnel today is providing the personnel with comfortable living conditions so that the soldiers (sailors) could be fully engaged in the military training, not being distracted to solve everyday problems. The intense training and increased moral and physical activities of the military personnel require organization of their free time and leisure; however, the analysis of the data suggests that the biggest number of the unsatisfied military personnel can be found in these spheres.

It was also revealed that the way the military service is shaped identifies the corporate identity of the military personnel. Thus, for many soldiers the public

боевая подготовка, увеличившиеся моральные и физические нагрузки для военнослужащих предполагают качественную организацию их свободного времени и досуга. Вместе с тем анализ полученных данных свидетельствует, что именно в этих сферах наблюдается наибольшее количество неудовлетворенных военнослужащих.

В ходе исследования было замечено, что уклад военной службы формирует корпоративную идентичность военнослужащих по призыву. В результате для большинства солдат (матросов) становится важным имидж Вооруженных Сил, складывающийся в гражданском обществе. Формировать позитивный имидж армии и флота военнослужащие намерены прежде всего добросовестным исполнением служебных обязанностей и уважительным отношением к гражданскому населению.

Анализируя особенности удовлетворения информационных потребностей военнослужащими, следует заметить, что традиционные средства массовой информации – телевидение и газеты – являются наиболее популярными у военнослужащих по призыву. Однако наблюдается постепенный рост интернационализации Вооруженных Сил.

Результаты проведенного исследования помогают ориентироваться в современных тенденциях строительства Вооруженных Сил, их обусловленности и последствиях.

Ключевые слова: военная служба, уклад военной службы, военно-служебные отношения, патриотизм, вооруженные силы, имидж вооруженных сил.

image of the Armed Forces is of great importance. To form the positive image of army and fleet, the military personnel should perform their official duties conscientiously and treat the civilians with respect.

To satisfy their demand for the information, most of servicemen use traditional mass media (television and newspapers); however, many of them use the Internet.

The results of the study help better understand the modern trends in the Russian Armed Forces.

Keywords: military service structure, military relationships, patriotism, image of Armed Forces.

В конце 2008 — начале 2009 гг. в России стартовал очередной этап военной реформы. Военное ведомство весьма активно и решительно взялось за его проведение. Изменения коснулись вооружения, численности, органов управления, структуры, системы подготовки военнослужащих. В качестве важнейших задач ставились гуманизация военной службы по призыву и совершенствование системы военно-служебных отношений. Военнослужащим, проходящим военную службу по призыву (далее — военнослужащие или солдаты (матросы)), разрешили пользоваться мобильными телефонами в установленном порядке, ходить в увольнение в гражданской одежде, солдаты (матросы) получили право на тихий час в дневное время, казармы стали оборудоваться душевыми кабинами, а воинские части переходить на новый способ организации питания военнослужащих по принципу шведского стола.

Одна из целей реформы армии состояла в том, чтобы существенно изменить процесс подготовки солдат (матросов). Внедрением аутсорсинга предполагалось решить проблему отрыва личного состава от занятий по боевой подготовке. Освобожденные от

хозяйственно-бытовых работ военнослужащие теперь должны проходить гораздо более интенсивную подготовку, включающую практические и теоретические занятия. То, чему раньше обучали в течение 2-х лет, современному военнослужащему нужно освоить всего за год.

В целом руководство Минобороны предпринимает шаги, которые могли бы значительно повысить престиж срочной службы, на деле превратить ее из повинности в привилегию.

Сегодня рано подводить окончательные итоги гуманизации военно-служебных отношений, много еще предстоит сделать. Тем не менее дать социологическую оценку происходящей трансформации уклада военной службы по призыву не только можно, но и нужно для адекватного понимания последствий проводимых мероприятий.

Одним из этапов комплексного социологического исследования проблем военно-служебных отношений в Вооруженных силах России, реализованного Научно-исследовательским центром (социологическим) Вооруженных сил РФ в 2013 г., стало исследование уклада военной службы по призыву. Основу выборки составили военнослужащие Центрального, Западного, Южного и Восточного военных округов. Общий объем выборки — 440 человек (выборка трехступенчатая, на первой ступени районированная, на второй — типическая, на третьей — гнездовая). Реализуемая ошибка (при уровне доверительной вероятности 0,95) в целом по выборке не превышает 5%. Метод сбора первичной эмпирической информации — анкетный опрос.

Патриотизм и привлекательность военной службы для военнослужащих, проходящих военную службу по призыву. В настоящее время главным основанием патриотизма, гордости за свою страну для военнослужащих выступает ее прошлое: исторические события, память о великих предках, уважение к отечественным традициям. Любить Родину для большинства респондентов — это прежде всего знать и уважать историю своей страны (63%), еще для половины опрошенных (49%) это означает во всем быть преданным Отечеству. Немногим более трети респондентов (36%) любовь к Родине ассоциируют с вооруженной защитой страны и добросовестным выполнением гражданских обязанностей (36%). Реже солдаты (матросы) считают, что любовь к Родине заключается в почитании и исполнении законов государства (33%) и работе на благо страны (27%) (рис. 1).



Рисунок 1 — Распределение ответов военнослужащих на вопрос: «Как вы считаете, любить Родину — это...?», в % от числа опрошенных (сумма ответов)

превышает 100%, поскольку респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответов)

Интересно, что для современной молодежи такое проявления любви к своей стране, как защита Родины с оружием в руках, практически не влияет на их отношение к военной службе. В условиях отсутствия реальной военной угрозы со стороны других стран оценки привлекательности воинского труда остаются невысокими¹.

Позитивно оценивают привлекательность военной службы 42% военнослужащих, а практически каждый пятый опрошенный (18%), напротив, считает ее в той или иной степени непривлекательной. Треть респондентов (33%) в своих оценках заняли нейтральную позицию, отмечая как привлекательный, так и непривлекательный аспекты службы в армии и на (флоте), а 7% затруднились высказаться по данному вопросу (рис. 2).



Рисунок 2 — Оценка привлекательности военной службы по призыву, % от числа опрошенных

Размытый образ врага и невысокий престиж профессии военного в российском обществе обуславливают, что привлекательность военной службы по призыву все в большей степени предопределяется ее полезностью, теми социальными благами, которыми она способна обеспечить молодежь. Так, большинство опрошенных (57%) считают, что прохождение военной службы в дальнейшем гарантирует преимущества при устройстве на работу. Каждый второй респондент (51%) обращает внимание на формирование важных черт характера в процессе прохождения службы. Еще для 47% военнослужащих служба в армии (на флоте) — это возможность овладеть вооружением и военной техникой.

¹ По данным ВЦИОМ, только 11% россиян считают, что сегодня возможны военные конфликты с иностранными государствами: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114302>. Согласно данным ФОМ, лишь 12% молодых людей в возрасте 18–30 лет полагают, что молодые люди сегодня хотят служить в армии, а 78% придерживаются противоположной точки зрения: <http://fom.ru/Bezopasnost-i-pravo/10829>.

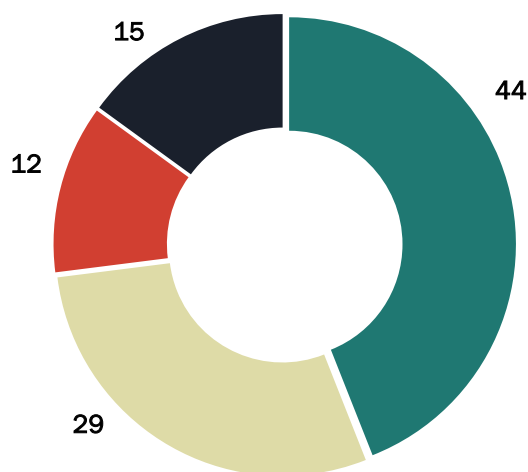
Меньше тех, кто видит в военной службе источник знаний, необходимых на «гражданке» (26%), и только каждый пятый военнослужащий (22%) указал на преимущества, которые дает прохождение военной службы по призыву в сфере образования.

Особое внимание следует обратить на тех, кто уверен, что прохождение военной службы по призыву позволяет получить общественное одобрение и похвалу (13%), а также гарантирует молодому человеку авторитет среди сверстников (8%). Еще 7% респондентов убеждены в бесполезности службы в армии (на флоте), характеризуя это время как зря потерянное (рис. 3).



Рисунок 3 — Что в настоящее время дает молодому человеку прохождение военной службы по призыву, в % от числа опрошенных (сумма ответов превышает 100%, поскольку респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответов)

Примечательно, что свои представления о военной службе большая часть респондентов (44%) после пребывания в воинской части изменила в лучшую сторону, указав на то, что обстановка в армии (на флоте) лучше, чем они ожидали до призыва. О том, что их ожидания по отношению к условиям службы полностью совпали с реальной ситуацией, высказались 29% респондентов. Каждый десятый опрошенный (12%) ожидал более благоприятных условий воинского труда, чем таких, в которых оказался (рис. 4).



- Обстановка здесь лучше, чем я ожидал
- Здесь всё так, как я ожидал
- Здесь обстановка хуже, чем я ожидал
- Затруднились ответить

Рисунок 4 — Сравнение представлений о военной службе до и после призыва в армию (на флот) (в % от числа опрошенных)

Приведенные данные свидетельствуют о распространенности среди молодого поколения негативных предубеждений по отношению к условиям прохождения службы в современной российской армии. Это, в свою очередь, обуславливает необходимость рекламы военной службы по призыву, уклада армейской службы.

Несмотря на различие в оценках воинского труда, его привлекательности и полезности для молодежи, подавляющее большинство военнослужащих (80%) объединяет гордость за принадлежность к вооруженным силам. Заметим, что во многих семьях респондентов отмечаются так называемые ведомственные профессиональные праздники (табл. 1).

Таблица 1 Ведомственные праздники, отмечаемые в семьях военнослужащих по призыву, %

Название праздников	Количество военнослужащих
23 февраля	92
День ВМФ	18
День ВДВ	15
День ВВС	8
Другие (День РВСН, День инженерных войск и т.п.)	5
Не отмечают	7

Сумма превышает 100%, поскольку респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответов.

Гордость за службу в армии (на флоте) неразрывно связана с чувством уважения воинской символики, способствующей росту патриотического сознания, укреплению морального и боевого духа военнослужащих. Наиболее уважаемыми символами армии и флота 47% военнослужащих считают герб, 46% — знамя вооруженных сил. Меньше тех, для кого главными символами выступают форма одежды (32%) и символика воинской части (26%).

Среди опрошенных оказались и те, кто не гордится своей принадлежностью к российской армии (8%), не уважает воинские символы (7%), не отмечает ведомственные праздники (7%). В основном это респонденты, считающие военную службу зря потерянным временем.

Удовлетворенность военнослужащих по призыву условиями прохождения военной службы.

Военнослужащие отмечают высокую военно-профессиональную подготовленность руководителей занятий — 81% опрошенных в основном удовлетворены уровнем их профессионализма. Однако каждый десятый респондент (10%) предъявляет более высокие требования к ним и не удовлетворен уровнем их профессионализма.

Достаточное количество проводимых занятий по боевой подготовке отмечают 84% респондентов. Меньше тех, кто удовлетворен современностью вооружения и военной техники (65% удовлетворенных против 15% неудовлетворенных), а также количеством полигонов (стрельбищ) — 63 против 19% соответственно.

Важным вопросом повседневной жизнедеятельности военнослужащих является создание комфортных бытовых условий прохождения военной службы, без которых солдаты (матросы) и сержанты (старшины) не могут полноценно заниматься военно-профессиональной подготовкой, а вынуждены отвлекаться на решение возникающих житейских проблем. Например, оценивая состояние казарменного фонда, только 58% респондентов удовлетворены числом оборудованных душевых кабин, а 28% опрошенным их количества явно недостаточно.

Остается нерешенным вопрос стабильного горячего водоснабжения казарменных помещений. 60% военнослужащих по призыву не сталкивались с проблемой частого отсутствия горячей воды, но 29% респондентов указали на несистематическую ее подачу или даже постоянное отсутствие.

По оценкам военнослужащих, лучше обстоят дела с санитарно-гигиеническими условиями в казармах, удовлетворены которыми 78% опрошенных. Тем не менее каждый десятый респондент не удовлетворен чистотой в спальнях, туалетах и других комнатах общего пользования.

Состоянием комнат бытового обслуживания и оборудованностью комнат досуга удовлетворены 85% военнослужащих по призыву, отоплением спальных помещений — 81%.

Несмотря на переход воинских частей (соединений) на новый способ организации питания по принципу шведского стола, существуют негативные моменты в продовольственном обеспечении военнослужащих. Каждый пятый опрошенный считает, что необходимо обратить внимание на разнообразие пищи в солдатских столовых, 19% — на вкусовые качества пищи, по 17% — на сбалансированность рациона и качество приготовления пищи. Сервировкой столов и оборудованием столовых в целом не удовлетворены 11% респондентов.

Интенсивная боевая подготовка, увеличившиеся моральные и физические нагрузки для военнослужащих предполагают качественную организацию их свободного времени и досуга. Вместе с тем именно в этой сфере наблюдается наибольшее количество неудовлетворенных военнослужащих. Так, 39% опрошенных отмечают недостаточное количество либо вообще отсутствие увольнений в город, организуемых в выходные дни. Еще 34% респондентов неудовлетворены доступностью солдатских чайных (буфетов), где бы они могли компенсировать свои энергозатраты в связи с возросшими служебными нагрузками. Каждый третий военнослужащий отмечает недоступность для него церкви (храма) и испытывает потребность в совершении богослужений и религиозных обрядов.

Подобное положение дел негативно сказывается на морально-психологическом состоянии личного состава воинских частей (кораблей), на его удовлетворенности условиями прохождения военной службы. Распределение времени в воинской части должно осуществляться не только в интересах обеспечения боевой готовности подразделений и создания условий для ведения организованной учебы личного состава, но и в интересах повышения культурного уровня, своевременного и качественного отдыха военнослужащих.

Соблюдение социально-правовых гарантий военнослужащих по призыву. Важным условием поддержания высокого морально-психологического состояния личного состава воинских частей и подразделений является неукоснительное соблюдение конституционных прав и социальных гарантий военнослужащих. Между тем только 78% военнослужащих по призыву заявили о том, что их права никто не нарушал. Если права нарушались, чаще всего это были право на отдых (16%), право на личную неприкосновенность (7%), право на охрану здоровья (6%), право на обжалование неправомочных действий командиров (начальников) и сослуживцев (4%).

Среди тех, кто, по мнению военнослужащих, нарушал их права, были представители органов государственной власти различных уровней (3%), командиры рот (4%), сержантский состав (3%), военнослужащие по контракту (3%), офицеры органов по работе с личным составом (2%), военнослужащие старших призывов (2%).

Не решена и проблема неуставных взаимоотношений в воинских коллективах. Сегодня 21% солдат (матросов) и сержантов (старшин) подтверждают в своих воинских частях (на кораблях) случаи неуставных взаимоотношений, причем 5% из них наблюдают их проявления довольно часто.

Исходя из ответов респондентов самой распространенной формой проявления неуставных взаимоотношений являются оскорбление и унижение личного достоинства военнослужащих (15%). Другими видами нарушений правил служебных взаимоотношений между военнослужащими респонденты назвали превышение должностных полномочий командирами (начальниками) — 7%, вымогательство денег, ценных вещей — 2%, насильственные действия — 1%.

Важнейшую роль в поддержании правопорядка и воинской дисциплины играют командиры воинских подразделений, во многом являющиеся для подчиненных примером для подражания. В целом военнослужащие позитивно характеризуют управленческий потенциал командиров подразделений (табл. 2).

Таблица 2 Индекс выраженности управленческих качеств² командиров подразделений, балл

Качества командиров	Значение индекса
Работа по укреплению воинской дисциплины	5,83
Управленческие навыки	5,75
Лидерские качества	5,73
Авторитет в воинском коллективе	5,7
Способность эффективно разрешать конфликты	5,67
Организаторские качества	5,67
Профессиональная компетентность	5,66
Личная забота о подчиненных	5,52
Справедливое отношение к подчиненным	5,51
Демократичность	5,35

По оценкам респондентов, командный состав отличается хорошими управленческими навыками ($I_{vk}=5,75$) и эффективно работает по укреплению воинской дисциплины ($I_{vk}=5,83$). Многие командиры не только управляют подразделениями благодаря должностному положению, но и обладают лидерскими качествами ($I_{vk}=5,73$), пользуются заслуженным авторитетом в воинских коллективах ($I_{vk}=5,7$).

Меньше тех командиров подразделений, которые отличаются демократичным отношением к подчиненному личному составу ($I_{vk}=5,35$), руководствуются принципом социальной справедливости ($I_{vk}=5,51$), заботятся о быте своих подчиненных и вникают в их нужды ($I_{vk}=5,52$).

Значимым средством воспитания военнослужащих и укрепления воинской дисциплины являются поощрения. Подавляющее большинство респондентов (88%) указали на важность оценки их воинского труда со стороны командования. Однако 10% военнослужащих отмечают, что их достижения в службе командирами игнорируются. Столько же опрошенных (10%) поощряются от случая к случаю.

Наиболее значимые виды поощрения для военнослужащих по призыву:

- присвоение воинского звания — 63%;
- благодарность командира части — 45%;
- награждение нагрудным знаком отличника — 40%;
- благодарность министра обороны — 27%;
- денежное поощрение — 21%;
- грамота — 15%;
- ценный подарок — 12%;
- ведомственная награда — 8%.

Характеристика имиджа Вооруженных сил Российской Федерации и его значимость для военнослужащих по призыву. Лишь каждый десятый респондент считает, что мнение широкой общественности об армии и флоте для него не значимо. Еще двоим из десяти

² Индекс выраженности управленческих качеств (I_{vk}) показывает, насколько у командиров подразделений выражены управленческие качества, он рассчитывается как среднее арифметическое взвешенное оценок, данных военнослужащими по призыву. Чем больше значение индекса, тем выше респонденты оценивают управленческий потенциал командиров. Значение индекса может колебаться в диапазоне от 1 до 7.

опрошенных (20%) мнение граждан страны важно только отчасти. Гораздо больше тех, кто придает большое значение имиджу вооруженных сил в российском обществе (68%).

Показательно, что формировать позитивный имидж вооруженных сил военнослужащие намерены прежде всего добросовестным исполнением служебных обязанностей (63%). Половина респондентов (50%) уверена, что завоевать положительное отношение к армии и флоту можно в основном через уважительное отношение военнослужащих к гражданскому населению. Третьим по популярности средством формирования образа военной организации государства среди опрошенных является демонстрация умелого владения вооружением и военной техникой (42%). Еще 34% солдат (матросов) считают, что имидж российской армии зависит в том числе от опрятного внешнего вида военнослужащих.

Реже респонденты говорили о том, что вклад военнослужащих в формирование позитивного отношения гражданского общества к вооруженным силам заключается в готовности пожертвовать жизнью ради Отечества (28%). Примерно каждый пятый опрошенный (19%) уверен, что имидж армии и флота формируется при освещении положительных аспектов военной службы в разговорах с друзьями и родственниками.

Основываясь на мнении военнослужащих по призыву, имидж современных вооруженных сил можно представить следующими положительными характеристиками:

- прививают стремление к здоровому образу жизни (46%);
- имеют высокопрофессиональный командный состав (41%);
- присущ высокий боевой дух подразделений (37%);
- гарантирована безопасность прохождения военной службы (35%);
- имеют современную надежную технику (32%).

Негативный имидж российской армии у военнослужащих формируется в результате восприятия ими следующих наблюдаемых в период прохождения службы явлений:

- много времени уделяется бесполезной работе (38%);
- техническая отсталость (31%);
- низкий уровень боевой подготовленности солдат (15%);
- низкий уровень подготовленности командного состава (10%);
- морально разложенный личный состав (8%);
- тяжелые бытовые условия (6%);
- высокий риск для жизни и здоровья военнослужащих (3%).

Особенности удовлетворения информационных потребностей военнослужащими по призыву. В настоящее время информационные потребности военнослужащих в большинстве случаев реализуются в ходе проведения командирами (начальниками) информирования и занятий по общественно-государственной подготовке (49%), а также посредством просмотра телевидения (80%) и чтения газет (48%) (рис. 6).



Рисунок 6 — Основные источники информации о событиях в стране и мире, %
(сумма ответов превышает 100%, поскольку респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответов)

Несмотря на то что из источников информации телевидение и газеты являются самыми популярными, востребованность военных средств массовой информации невысока. Только 18% респондентов практически ежедневно читают газету «Красная звезда», каждый четвертый респондент уделяет время на ее чтение 2–3 раза в неделю. Совсем не интересна газета 29% военнослужащих. Примерно с такой же периодичностью военнослужащие по призыву просматривают передачи по телеканалу «Звезда»: 18% делают это ежедневно, 22% — несколько раз в неделю, 20% — раз в неделю, а 40% — вовсе не смотрят.

Небольшая аудитория военных СМИ обусловлена наличием недостатков в их содержательной части. Наименьшую оценку получили такие характеристики освещаемой информации, как актуальность и современность. Кроме того, по мнению военнослужащих, газету «Красная звезда» отличает недостаточная полнота изложения материала, а телеканал «Звезда» — достоверность предлагаемой информации. Более высокой оценки респондентов заслужила доступность изложения информации.

Оценивая содержание военных журналов, большинство опрошенных (44%) считают, что необходима их специализация и не следует писать обо всем в одном номере. Противниками такой позиции выступили 30% респондентов. Еще 26% затруднились ответить, скорее всего, из-за того, что не читают данные периодические издания.

Другой важной особенностью получения военнослужащими по призыву интересующей информации является обращение к Интернету, причем доля пользователей сети среди солдат (матросов) и сержантов (старшин) продолжает расти: если в 2011 г. их было 27%, то сейчас — 41%.

Популярным типом использования ресурсов Интернета военнослужащими является общение с другими пользователями с помощью социальных сетей, которые с разной периодичностью посещали 84% опрошенных. Только 13% сообщили, что не пользуются социальными сетями, еще 3% затруднились ответить.

Самая популярная социальная сеть среди опрошенных — «ВКонтакте», ее посещает восемь из десяти (80%) респондентов. На втором месте — «Одноклассники» (45%). Что касается остальных социальных сетей, то ими пользуются в меньшей степени: Facebook — 14%, Twitter — 10%.

Таким образом, наблюдается постепенный рост интернатизации вооруженных сил. Интернет как средство информации в российской армии пока не может конкурировать с традиционными СМИ, но имеет в этом отношении большие перспективы и сможет в дальнейшем выступать наравне с другими информационными ресурсами.

По итогам исследования можно сделать следующие **выводы**:

- 1 Для военнослужащих по призыву вооруженные силы все больше играют роль «социального лифта», а значимость прохождения военной службы в меньшей степени зависит от патриотических настроений, а не от предпочтений, которыми она обеспечивает молодежь на время ее прохождения и после ее завершения.
- 2 Проблемным фоном повседневной жизнедеятельности военнослужащих по призыву являются недостатки в организации их свободного времени и бытовых условий прохождения военной службы.
- 3 Укладом военной службы предусмотрено соблюдение законных прав каждого военнослужащего. Однако дисциплинарная практика отдельных командиров подразделений, недостаточно вникающих в нужды и проблемы подчиненных, приводит к нарушению прав военнослужащих по призыву в сфере отдыха и охраны здоровья.
- 4 Уклад военной службы формирует корпоративную идентичность военнослужащих по призыву. В результате для большинства солдат (матросов) и сержантов (старшин) становится важным имидж вооруженных сил, складывающийся в гражданском обществе.
- 5 Традиционные средства массовой информации — телевидение и газеты — наиболее популярны у военнослужащих по призыву. Однако интерес солдат (матросов) и сержантов (старшин) к военным СМИ остается невысоким.

Результаты проведенного исследования помогают ориентироваться в современных тенденциях строительства вооруженных сил, их обусловленности и результатах. Не учитывать социальные последствия преобразований в армии и на флоте — значит заранее поставить под удар военную реформу в целом.