

УДК 32.019.52

Загайнов Александр Викторович, студент 3 курса  
Сибирского института управления филиала РАНХиГС  
г.Екатеринбург

## **ИМИДЖ ВООРУЖЕННЫХ СИЛ И АРМИИ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН**

Аннотация: В статье представлены особенности имиджа Вооруженных сил и армии страны как социального феномена. Приведены примеры формирования имиджа российской армии у молодежи.

*Ключевые слова: Вооруженные силы, армия, имидж, формирование, феномен.*

## **THE IMAGE OF THE ARMED FORCES AND THE ARMY AS A SOCIAL PHENOMENON**

Abstract: The article presents the features of the image of the Armed Forces and the army of the country as a social phenomenon. Examples of the formation of this image among young people are given.

*Keywords: Armed forces, army, image, formation, phenomenon.*

### **Введение**

Для любого государства вопросы, которые связаны с имиджем различных социальных институтов, имеющих отношение к государственной службе, представляются предметом активного исследования. Российская Федерация не является исключением. Для государства на сегодняшний день очень важен не только имидж государственных институтов, но и образ российской армии. Актуальность исследования определяется тем, что привлекательностью имиджа определяется уровень спроса на осуществление определенного вида

деятельности.

Целью данного исследования является изучение имиджа Вооруженных сил и армии как социального феномена.

Методы исследования: анализ, синтез, сравнение и обобщение.

Основная часть

Российские вооруженные силы как объект внимания со стороны общественности вышли на первый план с началом специальной военной операции, проводимой с февраля 2022 года Россией на территории Украины. Можно признать, что активная пропаганда со стороны украинских и зарубежных СМИ существенно повысила уровень негативного отношения к российскому воину. Однако, необходимо признать, что на сегодняшний день риторика по отношению к Вооруженными Силам Российской Федерации начинает меняться, так как были разоблачены многочисленный фейковые фотографии, репортажи, выступления населения.

Если армия государства имеет негативный образ, то она становится неконкурентоспособной не только по сравнению с другими организациями и социальными институтами, но и армиями других стран. Поэтому для современного российского общества очень важно

Формирование имиджа вооруженных сил любого государства осуществляется в социальной среде. Для этого необходимы процессы социального взаимодействия. Его направленность и формирует в обществе отношение к военной организации и служащим.

Деятельность, направленная на формирование имиджа вооруженных сил в сознании общественности является очень важной задачей. Для этого необходимо использовать возможности социологического анализа, что позволит продуктивно осмыслять конструктивные способы воздействия на население [1].

На процесс формирования имиджа Вооруженных сил Российской

Федерации очень сильно влияет ситуация СВО. Если от внимания граждан России скрывать необходимую информацию, или предоставлять ее неполной или недостоверной, закрывая общественно значимые, «острые» вопросы, то это приведет только к снижению авторитета армии, оказывая отрицательное влияние и на имидж вооруженных сил в целом. Население будет получать информацию о возникновении и обострении армейских проблем, особенно на передовой. И этот процесс затрагивает огромные группы населения, неизбежно привлекая к себе пристальное внимание со стороны общества.

Необходимо понимать, что армия всегда выступала как атрибут государства, его опора и главный фактор для изменений во внутренней и внешней политике. Такое положение сложилось со времени образования первых государств. Поддержка армией воспринималась со стороны правителей как гарантия реальной власти. Армия является социальным институтом, длительное время выполняющим функции охраны и реализации права в государстве. При этом вся деятельность армии связана с государством. И именно по этой причине представляется возможным говорить, что отношение к армии выступает как неотъемлемая часть престижа государства [4].

Можно с полной уверенностью утверждать, что армия находится в тесной взаимосвязи с основными сферами жизни общества. Процесс функционирования и развития армии не может осуществляться изолированно от уровня развития материального производства государства, состояния и показателей военно-промышленного комплекса, обеспечивающего армию техникой и вооружением. Также состояние населения и процессов его воспроизводства оказывают прямое влияние на уровень развития и функционирования армии. Состояние современной армии любого государства находится под влиянием социальной, национальной и конфессиональной структуры общества, что не может не

сказываться на личном составе армейских дружин, особенностях взаимоотношениях между военнослужащими, а также на морально-политическом единстве, которое формируется между армией и обществом.

Социальные и политические факторы постоянно находятся в тесном взаимодействии. Характер этого взаимодействия позволяет регулировать эффективность использования военного потенциала общества и боевого потенциала армии. И, в свою очередь, на армию и ее состояние оказывают воздействие степень развития духовной жизни общества, уровень развития его культуры и науки [2].

Понятие «армия» является не столь однозначным, как это представляется большинству населения. Так, на современном этапе выделяются три значения данного термина. Первое значение указывает, что армией называется часть вооруженных сил государства с учетом исключения военно-морского флота (например, в США к армии относят только сухопутные войска) [7]. Во втором значении армия представляет из себя «оперативное объединение, включающее дивизии, бригады и аналогичные части более низкого уровня» [2]. В третьем значении армия представляется вооруженной организацией, которая состоит из социальных групп, цель которых состоит в защите интересов государства [1]. Последний вариант указывает, что армия – это совокупность всех вооруженных формирований. Так, в Российской Федерации она будет включать в себя не только Вооружённые силы РФ, но и внутренние войска МВД РФ, пограничные войска ФСБ, войска Гражданской оборон т.п. Главной целью деятельности данного формирования – это осуществление военной политики, которая реализуется государством. С этой точки зрения армия – это основной элемент военной организации, которая реализует свою деятельность в интересах государства. Также, данное определение позволяет утверждать, что армия является социальным институтом.

На рисунке 1 представлены особенности армии с точки зрения

третьего варианта определения.

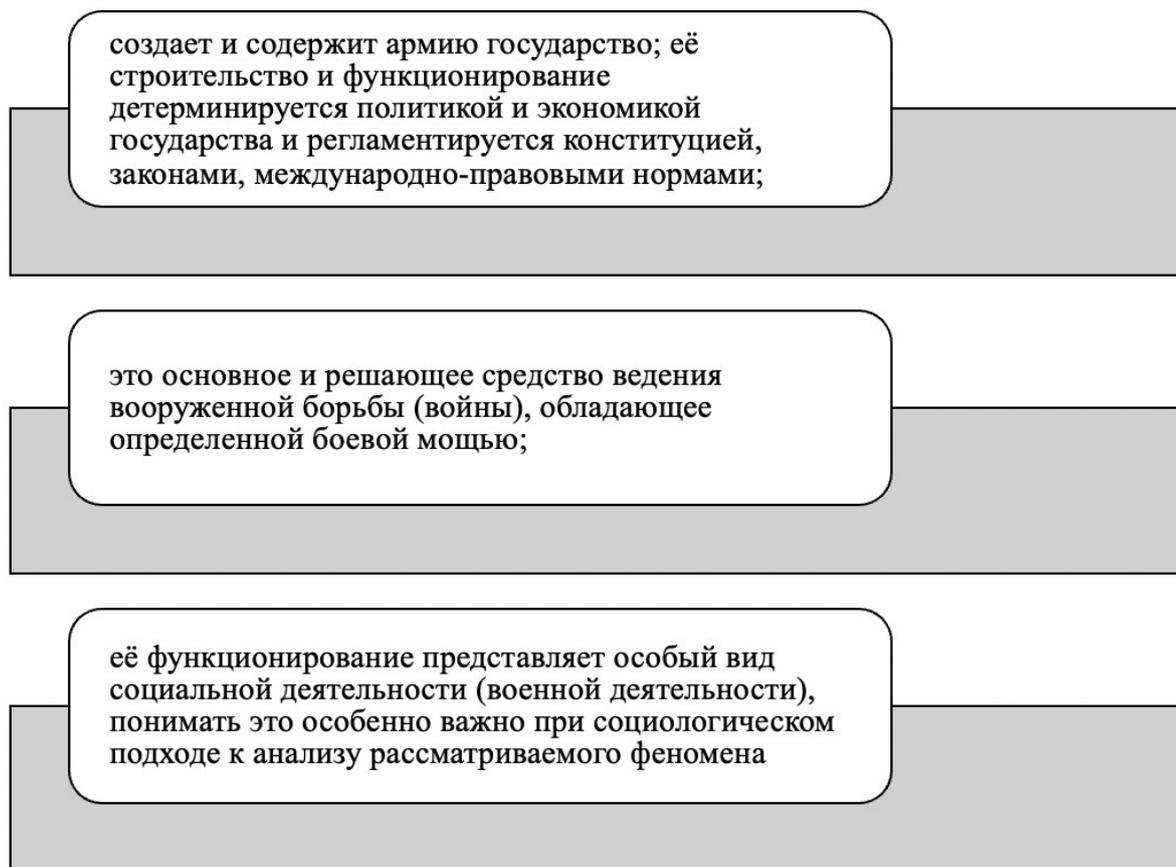


Рисунок 1 – Основные характеристики армии [4]

Современные разработки указывают, что возможна трансформация имиджа любого объекта. Армия в этой ситуации не исключение. Причем конструирование имиджа может происходить и целенаправленно, и непроизвольно. В первом случае осуществляется специальная деятельность в данном направлении, а во втором – трансформация осуществляется как побочный продукт выполнения определенных действий.

Имидж вооруженных сил должен оказывать эмоционально-психологическое воздействие на население. Цель такого воздействия – своеобразная популяризация. Армия является той сферой, которая тесно взаимодействует с обществом.

Социально-политическое положение государство, контексты современности оказывают влияние на имидж вооруженных сил. Необходимо понимать, что различные исторические периоды демонстрируют как положительный, так и отрицательный имидж армии. Также необходимо указать на такое понятие, как «текущий имидж», который складывается на основании возникновения определенной реальной ситуации в обществе (в частности, Специальная военная операция существенно изменила отношение к Вооруженным силам Российской Федерации). При этом текущий имидж не всегда в полной мере отражает действительное отношение населения к армии. Однако, любой имидж должен стремиться к идеальному, который отражает в себе предпочтительные и желательные черты для некой идеальной модели. Именно в идеальном имидже представлен тот пример, какими должны быть вооруженные силы государства.

#### Заключение

Таким образом, можно говорить о важности имиджа Вооруженных сил Российской Федерации среди общественности, так как данный социальный институт находится в тесном взаимодействии с другими сферами деятельности государства. Для формирования положительного имиджа необходимо использовать все формы и методы, существующие в социологии и маркетинге. При этом необходимо постоянно помнить, что армия – это не только боевые машины и снаряды, но прежде всего – это бойцы, которые несут в себе все положительные и отрицательные установки, имеющиеся у современного общества.

#### Использованные источники

1. Великая Н.М., Зайцева А.А. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ В ПЕЧАТНЫХ СМИ В КОНТЕКСТЕ КОНСОЛИДАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА //

Caucasian Science Bridge. 2022. №4 (18). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reprezentatsiya-spetsialnoy-voennoy-operatsii-v-pechatnyh-smi-v-kontekste-konsolidatsii-rossiyskogo-obschestva> (дата обращения: 15.10.2024).

2. Лавров А. Армия Укрепление позиции: как изменится российская армия с учетом опыта СВО [Электронный ресурс] Режим доступа:

<https://iz.ru/1473786/anton-lavrov-aleksei-ramm-roman-kretcul/ukreplenie-pozitsii-kak-izmenitsia-rossiiskaia-armiia-s-uchetom-opyta-svo> (дата обращения: 15.10.2024).

3. Карасов И.Д. Личностно ориентированная парадигма формирования имиджа военнослужащего // Вестник ЮУрГГПУ. 2016. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lichnostno-orientirovannaya-paradigma-formirovaniya-imidzha-voennosluzhaschego> (дата обращения: 15.10.2024).

4. Карасов, И. Д. Имидж и лидерство в системе эмоционально-поведенческих качеств личности военнослужащего /И. Д. Карасов// III Международная научно-практическая конференция «Вопросы современной педагогики и психологии: свежий взгляд и новые решения». — Екатеринбург: Инновационный центр развития науки и образования, 2016.- С. 114–116.

5. Кислова Е.А. Трансформация имиджа российской армии: опыт и проблемы [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.postsovietarea.com/jour/article/view/110> (дата обращения: 15.10.2024).

6. Карасов, И. Д. Ресурсы, механизмы и показатели профессионально-личностного имиджа военнослужащего /И. Д. Карасов // Современная наука: тенденции развития: Материалы XI Международной научно-практической конференции. 25 декабря 2015 г.: Сборник научных трудов. — Краснодар, 2015. — С. 34–43.

7. Панасюк, А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники/А. Ю. Панасюк. –М.: Изд-во «Омега-Л», 2018.-266с.

8. Карасов, И. Д. Эмпирические и теоретические методы исследования имиджа военнослужащего / И. Д. Карасов. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 8 (142). — С. 331-335. — URL: <https://moluch.ru/archive/142/40022/> (дата обращения: 15.10.2024).

9. Скворцов А. СВО: ВС России вызывают восхищение [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://webkamerton.ru/2023/08/svo-vs-rossii-vyzyvayut-voskhischenie>(дата обращения: 15.10.2024).