

На правах рукописи

САПУНОВА Маргарита Германовна

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ
ВООРУЖЕННЫХ СИЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
В МАССОВОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Специальность 22 00 04 – социальная структура, социальные
институты и процессы

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук**



003173354

Москва – 2007

Работа выполнена на кафедре государственной службы и кадровой политики Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации

Научный руководитель – доктор социологических наук, профессор **ТАВОКИН Евгений Петрович**

Официальные оппоненты – доктор социологических наук **ГОСТЕВ Александр Николаевич**, – кандидат социологических наук **ШАХОВ Игорь Владимирович**

Ведущая организация – Военная академия Генерального штаба Вооруженных Сил Российской Федерации, кафедра военно-гуманитарных наук.

Защита состоится « ____ » _____ 2007 года в ____ час на заседании диссертационного совета Д 502 006 19 в Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации по адресу 119606, Москва, пр Вернадского, д 84, корп 1, ауд ____

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации

Автореферат разослан « ____ » _____ 2007 года

Ученый секретарь
диссертационного совета

Панин И.Н.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность работы. История наглядно показала, что Россия всегда существовала как великая военная держава При этом армия была главной силой и символом государственной власти «Армия есть величайшая драгоценность народа, необходимейший орган, обеспечивающий государству жизнь Армии надлежит оберегать как святыню, заботясь всемерно о сохранении ее духа »¹

В декабре 1991 года распался Советский Союз, и Российская Федерация вступила на путь самостоятельного развития 7 мая 1992 года Указом Президента Российской Федерации № 466 было объявлено о создании Вооруженных Сил Российской Федерации (ВС РФ), которые до сих пор находятся в состоянии непрерывного реформирования При этом их качественные и количественные характеристики существенно проигрывают аналогичным показателям Советской Армии сокращается численность ВС РФ, радикально снизились объемы финансирования на оборону, значительно ухудшились социальное положение и правовые гарантии военнослужащих, неуклонно снижается престиж ВС РФ и службы в армии и т д В связи с этим проблемы армии стали одними из злободневных и находятся в центре общественного мнения

В формировании представления общества об армии большую роль играют средства массовой информации (СМИ) Именно средства массовой информации, информируя общество о положении дел в армии, привлекая внимание к наиболее значимым положительным и негативным явлениям армейской жизни, влияя на общественное сознание, чувства людей и косвенно – на механизмы принятия военно-политических решений, являются одним из важнейших информационных ресурсов функционирования ВС РФ Без поддержки средств массовой информации военно-политические итоги боевых действий могут быть неадекватно восприняты общественностью Кроме того, для морально-психологического состояния военнослужащих далеко не безразлично, какой образ армии формируется в обществе Из этого следует, что СМИ могли бы оказать значительную поддержку армии в столь трудный для нее период

Однако существующий механизм взаимодействия ВС РФ и средств массовой информации нельзя признать удовлетворительным До сих пор в массовом сознании армия предстает в негативном ракурсе Практически утеряно былое единство армии и народа и пока не наблюдается никаких тенденций к его восстановлению Очевидно, что деятельность СМИ по

¹ Меньшиков М Письма ближним – СПб 1911 С 128

формированию образа ВС РФ у населения требует серьезной корректировки

В настоящее время сложилось противоречие с одной стороны, общество заинтересовано в позитивном образе ВС РФ, с другой стороны, потенциал средств массовой информации по формированию положительного имиджа Вооруженных Сил используется явно недостаточно, многочисленные публикации о жизни и деятельности военнослужащих не всегда соответствуют действительности

Таким образом, **актуальность темы исследования обусловлена следующими обстоятельствами**

Во-первых, необходимостью выявления статуса ВС РФ в массовом сознании

Во-вторых, объективной заинтересованностью общества в совершенствовании механизма взаимодействия ВС РФ и СМИ с целью позитивного представления ВС РФ в массовом информационном пространстве

В-третьих, необходимостью социологического обоснования и осмыслиения новых форм и возможностей взаимодействия ВС РФ и средств массовой информации, отвечающих современным реалиям

В-четвертых, важностью определения потенциальных возможностей СМИ по формированию позитивного имиджа ВС РФ

Степень научной разработанности темы.

Анализ тенденций мирового развития в последние десятилетия XX века свидетельствует об отчетливом смещении центра тяжести с открытых и силовых (экономических, дипломатических, собственно военных) методов и средств борьбы к скрытным, несиловым, в том числе информационным. Они способны нанести существенный ущерб информационному ресурсу, оказать серьезное воздействие на общественное сознание, что может привести к ослаблению морально-психологического потенциала государства

Вместе с тем, как показывает практика, реализация позитивных возможностей СМИ сопряжена с рядом трудностей, вызванных как изменением их роли и места в общественно-политической жизни страны за годы реформ, так и нерешенностью вопроса о границах использования их возможностей в формировании общественного мнения. За последнее десятилетие органам государственного и военного управления пришлось в полной мере прочувствовать сложность такого положения

При работе над темой диссертации автор изучил литературу, в которой в той или иной мере обозначена проблема представления ВС РФ в массовом информационном пространстве. Проведенный анализ научных публикаций позволил автору условно сгруппировать их в пять групп

Первую группу источников составляют работы, в которых Вооруженные Силы рассматриваются как социальный институт. Положения и выводы данных работ составляют центральное место в формировании теоретического базиса диссертации. Особое место в этой группе занимают труды зарубежных авторов М Вебера, Т Веблена, Э Дюркгейма, Ч Миллса, Т Парсонса, Дж К Хоманса¹ и исследования отечественных ученых Ю П Андреева, В Ж Келле, М С Комарова, Н М Коршевской, Н Б Костиной, И И Леймана, С С Фролова и др.² К этой же группе источников можно отнести работы по вопросам военной социологии отечественных авторов В Н Веденникова, Ю И Дерюгина, А П Дмитриева, О В Золотарева, И В Образцова, А И Позднякова, В В Серебрянникова, А С Скока, С С Соловьевы, И В Шахова и других³.

Для социологического анализа такого важного социального института, каким являются Вооруженные Силы, и реализации задач диссертационного исследования большое значение имели труды ученых-специалистов в вопросах государственной службы и управления Г В Атаманчука, Л А Василенко, А И Горбачева, В Д Граждана, В С Карпичева, Т С Иларионовой, Б В Лытова, К О Магомедова, В П Мельникова, В С Нечипоренко, И Н Панина, В Л Романова, В М Соколова, В А Сулемова, А И Турчинова, которые образуют вторую группу источников⁴.

¹ Вебер М Избранные произведения – М 1990, Веблен Т Теория праздного класса – М, 1984, Дюркгейм Э Социология – М, 1995, Миллс Ч Высокая теория / Американская социологическая мысль Тексты М 1994, Парсонс Т Современное состояние и перспективы систематической теории в социологии / О структуре социального действия – М, 2001, Парсонс Т Функциональная теория изменения / О структуре социального действия – М, 2000, Хоманс Дж К Возвращение к человеку/ Американская социологическая мысль Тексты – М 1994 и другие.

² Андреев Ю П Коршевская Н М Костина Н Б Социальные институты: содержание, функции, контроль – Свердловск, 1989, Келле В Ж Наука как компонент системы – М, 1988, Комаров М С Введение в социологию – М, 1991, Лейман И И Наука как социальный институт – Л, 1971 Фролов С С Социология организаций Учебник – М, 2001 и другие

³ Веденников В Н Военная социология: вопросы теории, методологии, истории и практики – М 1994, Дерюгин Ю И Социология армии – М, 1996, Дмитриев А П Введение в методологию военных исследований Военно-теоретический труд – М, 1997, Золотарев О В Военно-социологические исследования (взгляд, поиск, проблемы) – Львов, 1988, Образцов И В Социальные процессы в Вооруженных силах РФ: проблемы анализа и управления / Лекции – М, 2000 Серебрянников В В Скок А С Технологические основы военно-социологического исследования – М, 1995 Соловьев С С Основы практической военной социологии – М, 1996, Соловьев С С, Образцов И В Российская армия от Афганистана до Чечни Социологический анализ – М, 1997, Шахов И В Социальные процессы в Вооруженных Силах РФ Монография – М, 2006

⁴ Атаманчук Г В Государственное управление. Организационно-функциональные вопросы М 2000, Василенко Л А Интернет в системе государственной службы – Автореф дис докт соц наук – М, 2000, Граждан В Д Государственная гражданская служба Учеб пособие – М, 2005 Гражданская служба нравственные основы, профессиональная этика Учеб пособие / Под общ ред В М Соколова и А И Турчинова – М, 2006, Иларионова Т С Информационно-аналитическая деятельность в системе государственной службы Лекция – М, 2005, Она же Комментарий к Федеральному закону «О системе государственной службы Российской Федерации» и Федеральному закону «О государственной гражданской службе» – М, 2005, Карпичев В С Специфика развития социальных систем и процессов // Синергетика, философия, культура – М, 2001, Лытов В В государственная служба как социальный институт //

Третью группу источников составляет зарубежная и отечественная литература по проблемам изучения роли информации в государственном управлении, взаимодействия государства и гражданского общества, психологии властных взаимоотношений в человеческом обществе в мирное и военное время. Эти проблемы раскрыты в трудах как западных исследователей М Вебера, Т Гоббса, М Кастельса, У Мартина, С Московичи, К Поппера, Х Ортега-и-Гассета, Э Тоффлера, К Ясперса,¹ так и отечественных В Г Афанасьева, А И Берга, Д М Гвишиани, А Д Урсула и др.² Изучение этих работ позволило автору более четко определить место информации в системе государственного управления.

В четвертую группу вошли работы, в которых представлены различные аспекты управления информационными процессами, взаимодействия органов власти, СМИ и населения. К ним относятся труды В М Горохова, И И Засурского, В С Комаровского, С В Коновченко, Ю А Нисневича, Е П Тавокина, А А Чичановского³

В последнее время информационно-коммуникативное обеспечение Российской Вооруженных Сил стало объектом исследований ряда военных ученых⁴

Государственная служба теория и организация курс лекций – Ростов-на-Дону 1998, Он же Управленческие отношения в государственной службе Учеб пособие – М, 2003 Магомедов К О, Турчинов А И Государственная служба и кадровая политика – М, 2007, Магомедов К О Социология государственной службы – М, 2007, Мельников В П, Нечипоренко В С Государственная служба в России отечественный опыт организации и современность – М, 2003, Панин И Н, Вагина Л В Реформирование государственной службы Российской Федерации Схемы и комментарии Учеб пособие – М, 2006 Романов В М Социальная самоорганизация и государственность – М, 2000, Соколов В М Российский менталитет и исторические пути Отечества Записки социолога – М, 2007 Сулемов В А Государственная кадровая политика в современной России Теория, история, новые реалии Монография – М 2006, Управление персоналом/Под ред. Турчинова А И – М, 2002 и другие

Вебер М Избранные произведения – М 1990, Гоббс Т Левиафан О человеке (психология) О государстве – СПб, 1902, Кастельс М Информационная эпоха экономика, общество и культура – М, 2000, Мартин У Информационное общество – М, 1989, Ортега-и-Гассет Х Восстание масс // Вопросы философии – 1989 №№ 3-4, Поппер К Открытое общество и его враги Т 1-2 – М, 1992, Московичи С Век толп Ист Трактат по психологии масс – М, 1998, Тоффлер Э Метаморфозы власти Знание, богатство и сила на пороге XXI века – М, 2001, Ясперс К Смысли и назначение истории – М, 1994

Афанасьев В Г Социальная информация и управление обществом – М, 1975 Он же Социальная информация – М, 1994, Берг А И, Черняк Ю И Информация и управление – М, 1966, Гвишиани Д М Организация и управление – М, 1972, Урсул А Д Отражение и информация – М, 1973 и другие

Горохов В М Средства массовой информации и власть / Политическое управление Курс лекций – М, 1996 Засурский И И СМИ власть и гражданское общество в регионе М, 2002, Комаровский В С Государственная служба и СМИ Курс лекций Воронеж 2003, Коновченко С В Общество – средства массовой информации – власть – Ростов-на-Дону 2001, Нисневич Ю А Информация и власть – М, 2000, Тавокин Е П Информационная политика системный подход / Государственная информационная политика концепции и перспективы – М, 2001, Чичановский А А Взаимодействие СМИ и властных структур в условиях модернизации российского общества (Политологический анализ) Автореф дис докт полит наук – М, 1995 и другие

Войнинский труд наука, искусство, призвание (Монография) /Под общ ред В Н Яковлева – М, 1998 Имидж армии – имидж России Монография / Под редакцией Е А Перовой – М, 2006, Костин А В Информация в системе военной политики государства Автореф дис канд полит наук – М 2003 Мрочко А В Массовые информационные процессы в Вооруженных Силах Российской Федерации Автореф дис канд филос наук – М, 1998, Ницевич В Ф Военно-информационная политика государства теория, императивы

К этой же группе источников можно отнести работы по проблемам массовой коммуникации. Это, прежде всего, исследования западных классиков Г Лассуэла, Г Маркузе, П Лазарсфельда, Р Мертона, Р О'Хара, В Шрамма, Д Мак-Куйла, Ю Хабермаса, А Монегетти, Г Шиллера,¹ и отечественных авторов Б М Березина, С В Бориснева, Ю П Буданцева, М М Назарова, Т В Науменко, Е П Тавокина, Л Н Федотовой, Ф И Шаркова и других²

Проблемы информационной деятельности нередко рассматриваются в контексте информационной безопасности государства, информационных войн. Это направление представлено в работах Д А Волкогонова, Г В Грачева, В Н Ильющенко, С Г Кара-Мурзы, В А Лисичкина, И Н Панарина, А И Позднякова, Г Г Почепцова, А Я Приходько, С П Растиоргуева, В И Тимофеева, В Д Цыганкова, Л А Шелепина и других³

Пятую группу источников составили работы, в которых нашли отражение аспекты формирования имиджа Российской Вооруженных Сил в новых социальных условиях⁴

приоритеты Монография – М 2001, Чертополох А А Актуальные проблемы информационного обеспечения в Вооруженных Силах Российской Федерации – М, 2000 и другие

¹ Lasswell H D The structure and function of communication in society. In: Brison, (ed.) The Communication of Ideas – N Y Harper and Brothers, 1948. O Hara R Media for the Millions – N Y Holt Rinehart and Winston, 1964. Mass Communications / Ed by W Shannan – Urbana 1960. Habermas J (ed) Mass Media and Socialization Leeds, 1976. McQuail D Mass Communication Theory – SAGE 1987 McQuail D Audience Analysis – SAGE 1997, Шиллер Г Манипуляторы сознания – М, 1980

² Березин Б М Массовая коммуникация сущность, каналы, действия – М, 2004. Бориснев С В Социология коммуникации Учеб пособие для вузов – М, 2003. Буданцев Ю П Парадигма массовой коммуникации – М 2001 Назаров М М Массовая коммуникация в современном мире – М 2002 Науменко Т В Социология массовой коммуникации – СПб, 2005 Тавокин Е П Массовая коммуникация сущность и состояние в современной России – М, 2005, Федотова Л Н Социология массовой коммуникации – М 2003, Шарков Ф И Родионов А А Социология массовой коммуникации – М, 2002 и другие

³ Волкогонов Д А Психологическая война Подрывные действия империализма в области общественного сознания – М 1983, Грачев Г В Манипулирование личностью организаций способы и технологии информационно-психологического воздействия – М 2002 Ильющенко В Н Информационная безопасность общества Учебн пособие – Томск 1998 Кара-Мурза С Г Манипуляция сознанием – М, 2002 Лисичкин В А, Шелепин Л А Третья мировая информационно-психологическая война – М, 2003, Мухин А А Информационная война в России – М 1998 Панарин И Н Информационная война и Россия – М, 2000, Поздняков А И Информационное противоборство в жизни общества и укрепление обороны страны (философско-аналитический анализ) – М, 1995, Почепцов Г Г Информационные войны – М, 2000 Приходько А Я Информационная безопасность – М, 1997 Растиоргуев С П Философия информационной войны – М, 2001, Тимофеев В И Исследование информационно-психологического противоборства в ходе контртеррористической операции на Северном Кавказе – М, 2000, Цыганков В Д, Лопатин В Н Психологическое оружие и безопасность – М, 1990

⁴ Алексеенко О М Ценности военной службы и проблемы повышения ее престижности в Вооруженных Силах Российской Федерации Автореф дис канд филос наук – М, 1996, Имидж армии – имидж России Монография / Под редакцией Е А Перовой – М, 2006 Имидж госслужбы Сборник научных трудов – М 1996 Прудников Л А Политические технологии как фактор формирования имиджа Вооруженных Сил Российской Федерации Автореф дис канд полит наук – М, 2004, Савинова Е Ю Социально-психологические аспекты управления процессами формирования имиджа политического лидера средствами печати Автореф дис канд психол наук – М 1996, Серебрянников В В Имидж армии методологические аспекты //

Как показал анализ этой группы источников, взаимодействие СМИ и ВС РФ исследовано неполно. В отечественной науке очень мало исследований, связанных с анализом возможностей формирования позитивного имиджа Вооруженных Сил как социального института, представления ВС РФ в массовом информационном пространстве. Пока отсутствуют работы, где заявленная тема решалась бы комплексно, с выходом на теоретические и практические рекомендации.

Актуальность исследуемой темы, ее многогранность и сложность, недостаточная разработанность, а также ее большая теоретическая и практическая значимость для процесса развития ВС РФ на современном этапе обусловили выбор объекта, предмета, постановку цели и задач исследования.

Объект исследования – представление ВС РФ в массовом информационном пространстве.

Предмет исследования – трансформация¹ представления Вооруженных Сил в массовом информационном пространстве.

Цель исследования – раскрыть трансформацию представления ВС РФ в массовом информационном пространстве и обосновать конструктивные формы их взаимодействия со СМИ для формирования позитивного образа армии в сознании российского общества.

Задачи исследования

1 Рассмотреть состояние и проблемы Вооруженных Сил Российской Федерации как социального института

2 Проанализировать роль СМИ в механизме представления ВС РФ в информационно-коммуникативном пространстве российского социума

3 Раскрыть роль российской прессы в трансформации имиджа ВС РФ

4 Изучить трансформацию механизма взаимодействия Вооруженных Сил Российской Федерации со СМИ

Временные рамки исследования – 1994–2007 гг. Они делятся на три периода 1994–1996 гг., 1999–2001 гг., 2002 г – по настоящее время. Такой выбор обусловлен характерными особенностями представления ВС РФ в массовом информационном пространстве.

Теоретико-методологическая основа исследования.

Теоретическую основу исследования составили положения и концепции классических, неклассических и постнеклассических работ по социологии. В диссертации нашли отражение положения и идеи теории и

Власть – М, 2005, Ужанов А Е Система «паблик рилейшнз» («связей с общественностью») в Вооруженных Силах сущность, проблемы функционирования пути формирования Автореф дис. канд социол наук – М, 1998, Шепель В М Имиджология Секреты личного обаяния – М, 1994

Прим Термин «трансформация» (от лат transformare) в контексте данного исследования понимается как «преобразование»

методологии исследования социальных институтов, теории информации (Н Винер, М Кастельс, Ф Махлуп, У Уивер, Ю Хаяши, К Шенон), современные концепции модернизации (Э Тоффлер, С Хантингтон)

Методологическую основу исследования определяет ряд подходов

Во-первых, системный подход (Л фон Берталанфи, Н Винер, Д Истон, А И Берг и др), ориентирующий исследователя на рассмотрение социально-политической сферы как системы, функционирующей на основе как внутреннего саморазвития, так и под воздействием внешних факторов

Во-вторых, структурно-функциональный подход (М Леви, Р Мerton, Т Парсонс), позволяющий рассматривать функционирование СМИ как скоординированное взаимодействие элементов, составляющих сложную структуру и обуславливающих выполнение определенных функций в рамках общественного целого

В-третьих, социологический, объясняющий социальные закономерности и процессы с точки зрения развития и взаимодействия различных социальных страт

В-четвертых, нормативный, ориентирующий на совершенствование социально-политического устройства общества, разработку принципов формирования государственной информационной политики

В-пятых, сравнительно-исторический, позволяющий анализировать социальные процессы в эволюции взаимодействий «социальные структуры – СМИ – общество», способствующий изучению явлений в их развитии, позволяющий выявлять взаимосвязи между прошлым, настоящим и будущим в общественно-политических и коммуникативных процессах

В диссертации были использованы такие методы исследования, как диалектический, дескриптивно-описательный, а также метод включенного наблюдения. Характер исследования обусловил использование специальных методов сбора и обработки первичной и вторичной социологической информации, статистических методов ее обработки. Социологический инструментарий использовался в форме анкетирования, экспертного опроса и контент-анализа документов и материалов средств массовой информации

Использование в ходе исследования указанных теоретических оснований и методов позволило автору выстроить логику настоящего диссертационного исследования и решения поставленных задач

Источниковую базу исследования составили

– законы Российской Федерации и указы Президента Российской Федерации, постановления Правительства Российской Федерации, приказы и директивы Министра обороны Российской Федерации, его

заместителей и начальника Генерального штаба ВС РФ, инструкции и наставления по деятельности высших органов управления ВС РФ,¹

– нормативные правовые акты, отражающие правовое положение, основные функции и возможности средств массовой информации,²

– концептуальные и доктринальные положения, раскрывающие основы государственной информационной политики,³

– руководящие документы (приказы и директивы МО РФ), определяющие и регламентирующие взаимодействия ВС РФ со средствами массовой информации⁴

Эмпирическую базу исследования составили статистические данные Росстата, ведомственные отчетные показатели, публикации в научных периодических изданиях по названной теме, конкретные социологические исследования, проведенные лично автором

– контент-анализ «Освещение военной тематики в печатных СМИ» 2002–2006 гг Проведен анализ девяти российских газет различной направленности В исследование включено 1119 статей Руководитель исследования – д с н , проф. Е П Тавокин Индекс КА–2002–2006,

– контент-анализ «Отражение чеченской войны в «Независимой газете», «Независимом военном обозрении», «Красной звезде»» В исследование включено 785 статей 1994–2003 гг Руководитель исследования – д с н , проф Е П Тавокин Индекс КА–1994–2003,

– экспертный анкетный опрос «Динамика представления ВС РФ в российских СМИ» Апрель 2007 г Всего опрошено 125 военнослужащих ВС РФ Руководитель исследования – д с н , проф Е П Тавокин Индекс ПВССМИ–2007

В качестве источника для вторичного анализа в диссертации использованы материалы социологических исследований

– Социологического центра РАГС при Президенте РФ «Опрос военнослужащих Российской Федерации» 2–7 мая 2005 г Опрошено 263 офицера–слушателя Военной академии им Фрунзе Индекс ДП–2005,

– Фонда «Общественное мнение» «Перемены в российской армии» Февраль 2007 г Опрос населения в 100 населенных пунктах 44 областей,

¹ Автор опирался на Конституцию Российской Федерации, Федеральные законы «О безопасности», «Об обороне», «Об основах государственной службы Российской Федерации», Указ Президента РФ «О совершенствовании государственного управления в области средств массовой информации и массовых коммуникаций» и др

² Федеральные законы «О средствах массовой информации», «Об информации, информатизации и защите информации» «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации», «Об участии в международном информационном обмене» и др

³ Федеральный закон «Об основах государственной политики в сфере информатизации» и др

⁴ Постановление Правительства Российской Федерации от 27.02.1999 г №232 «Об организации ежегодного мониторинга социально-экономического и правового положения военнослужащих, граждан, уволенных с военной службы и членов их семей» //Армия и общество – 1999 - №2

краев и республик России Интервью по месту жительства Всего опрошено 1500 респондентов Дополнительный опрос населения Москвы – 600 респондентов Индекс ФОМВС–07,

– Социологического центра ВС РФ «Итоги мониторинга социально-экономического положения военнослужащих и членов их семей» 1995–2006 гг Всего опрошено 7278 военнослужащих Использовалась квотная случайная выборка Руководитель исследования – к ф н Л В Певень Индекс Ракурс 1995–2006,

– Главной военной прокуратуры «Информация о происшествиях и преступлениях в ВС РФ» Январь–апрель 2007 г Индекс ГВП–2007,

– Социологического центра «Никколо М» «Армия и общество» Март 2005 г Всего опрошено 45 респондентов – представителей военных ведомств, общественности, призывники и их родители Индекс ВС–2007,

– «Проблемы Вооруженных Сил в освещении СМИ» Март 1995 г Проведен контент-анализ девяти крупнотиражных центральных изданий за период с октября 1994 г по март 1995 г Руководитель исследования – д с н Т В Образцов Индекс КАВС–1995,

– «Влияние средств массовой информации на морально-психологическое состояние военнослужащих» Январь–март 1997 г Всего опрошено 162 офицера и 256 военнослужащих срочной службы Использовалась квотная случайная выборка Руководитель исследования – д с н С П Лукницкий Индекс МПС–1997,

– «Печать и армия в период становления Российского общества» 1992–1999 гг Проведен анализ восьми центральных российских газет Руководитель исследования – д и н А А Глушаченков Индекс ИОВС–1992–1999,

– «Ценностные ориентации и мотивация служебной деятельности слушателей ВАГШ ВС РФ» 2001–2005 гг Всего опрошено 457 офицеров Руководитель исследования – к с н И В Шахов Индекс ВАГШ–01–05

Результаты, полученные лично автором, и их научная новизна заключаются в следующем

1 Доказано, что, несмотря на огромные трудности, с которыми столкнулись ВС РФ за 15 лет реформ, они сохранили за собой статус социального института, и, в целом соответствуют признакам, присущим социальному институту

В авторской трактовке положение и место ВС РФ как социального института в обществе характеризуется

во-первых, набором специфических норм и предписаний, регулирующих их функционирование (уставы, приказы, директивы и т д),

во-вторых, определенными формами интеграции в социально-политическую, идеологическую, морально-этическую и ценностную структуры общества, что позволяет легализовать формально-правовую основу их деятельности, участвовать в осуществлении социального контроля над подготовкой мобилизационных людских ресурсов,

в-третьих, наличием специализированных материально-технических средств, созданных государством условий, необходимых для выполнения ими функций по обеспечению военной безопасности страны,

в-четвертых, наличием жесткой, целостной системы правового регулирования, особым образом построенных внутриведомственных взаимоотношений, стандартов поведения,

в-пятых, специфическими способами обеспечения жизнеобеспечивающего комплекса потребностей военнослужащих

2 Выявлены три периода трансформация имиджа ВС РФ в российских СМИ *1-й период (1994–1996 гг.)* характеризуется устойчиво негативным имиджем российских Вооруженных Сил, телевизионные и радиорепортажи, газетные публикации во многом способствовали формированию крайне отрицательной реакции общественности на действия российских войск освещение проблем, освещение проблем ВС РФ имело тенденциозный характер, общественное мнение об армии было оппозиционно и пронизано пацифистскими настроениями Все это не способствовало формированию в обществе положительного имиджа армии В период ведения боевых действий подобного рода информационная политика оказала негативное воздействие на морально-психологическое состояние военнослужащих, выполнивших воинский долг на территории Чечни Имидж ВС РФ в этот период был крайне негативным

2-й период (1999–2001 гг.), благодаря грамотной политике руководства страны в отношении СМИ во время второй войны в Чечне, образ ВС РФ сменился существенно более взвешенным и адекватным их представлением В массовом информационном пространстве российские Вооруженные Силы получили «новое лицо» Образ армии в средствах массовой информации имел преимущественно позитивную трактовку Это способствовало повышению авторитета ВС РФ, действия войск объединенной группировки были поддержаны населением, популярность военной организации в стране возросла

3-й период (2002–2007 гг.) характеризуется тем, что позитивная тенденция позиционирования ВС РФ в массовом информационном пространстве не получила дальнейшего развития Имидж ВС РФ не претерпел существенных позитивных изменений

3 Раскрыта конкретная роль периодической печати в механизме трансформации представления ВС РФ в массовом информационном пространстве. На основании контент-анализа газет различной политической направленности (Российская газета, Независимая газета, Труд, Московский комсомолец и других) установлено, что политику редакций указанных газет по освещению функционирования одного из важнейших социальных институтов нельзя признать эффективной, служащей консолидации общества и утверждающей интересы граждан и государства. Освещению жизни и деятельности Вооруженных Сил, попыткам гражданского контроля над армией, в периодической печати уделяется недостаточно внимания. Количество публикаций, полностью соответствующих интересам России, оказалось в среднем около 45% «частично соответствующих», «скорее не соответствующих» и «совсем не соответствующих» интересам России – 53,52%. В целом это свидетельствует о преимущественно деструктивной роли периодической печати в позиционировании ВС РФ.

4 Разработан комплекс мер, способствующий более эффективному формированию положительного образа ВС РФ в массовом информационном пространстве и повышению престижа военной службы. В частности, обоснована необходимость определенного предварительного контроля информации на военную тематику для более достоверного отражения жизни и деятельности ВС РФ в СМИ, предложено изменить или скорректировать статью 3, главы 1 Федерального закона «О средствах массовой информации», доказана необходимость организации систематического мониторинга СМИ и общественного мнения о ВС РФ с целью выявления причин, условий и факторов, обуславливающих снижение престижа Вооруженных Сил, обеспечение более эффективного использования наглядной агитации и технических средств массовой информации, имеющихся в распоряжении Министерства обороны РФ, для пропаганды социальной роли Вооруженных Сил Российской Федерации в российском обществе.

5 Обоснован оптимальный механизм взаимодействия ВС РФ и СМИ, обеспечивающий формирование положительного имиджа ВС РФ. К числу важнейших элементов названного механизма относятся: постоянно действующий семинар с главными редакторами средств массовой информации под руководством Главного Управления воспитательной работы ВС РФ, использование Интернет-сайтов с целью повышения результативности взаимодействия органов военного управления, расширение практики привлечения представителей средств массовой информации к освещению процессов боевой подготовки, учебы, тренировок частей и соединений, активизация совместной деятельности

военных корреспондентов с гражданскими СМИ в освещении жизни и деятельности ВС РФ, институционализация практического участия представителей средств массовой информации в мероприятиях по боевой подготовке (в роли рядового состава и/или командиров первого звена) и т д

Достоверность и научная обоснованность результатов исследования обеспечивается применением проверенных практикой общенаучных теоретико-методологических принципов, положений и методов социологии, теории информации, научно обоснованной методики сбора социологической информации и ее комплексной интерпретации, репрезентативностью эмпирических материалов, логикой построения доказательных выводов, высокой их корреляцией с выводами других исследований подобной тематики

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы

– при разработке целостной концепции развития ВС РФ государственными и негосударственными структурами для формулирования рекомендаций теоретического характера,

– в ходе преподавания учебных дисциплин «Военное и государственное управление», «Военная социология», «Военная политология», «Информационное противоборство», «Национальная безопасность», «Военное строительство и строительство Вооруженных Сил» для подготовки военных руководителей оперативно-стратегического уровня, а также для офицеров и генералов, проходящих обучение в Военной академии ГШ ВС РФ на Высших курсах по подготовке руководящих и ответственных работников центральных органов федеральной исполнительной власти в области обороны и обеспечения военной безопасности Российской Федерации, слушателей вузов МО РФ,

– при подготовке учебно-методических материалов по проблемам государственной политики по формированию в СМИ положительного имиджа ВС РФ

Апробация диссертационной работы. Научные результаты и выводы исследования обсуждались на научно-практических конференциях «Проблемы внутренней безопасности России в XXI веке» (Москва, 2003 г), «Социология власти основы теории и развитие практики» (Москва, 2007 г), Международной научно-практической конференции «Высокие технологии, фундаментальные и прикладные исследования, образование» (Санкт-Петербург, 2005 г), заседаниях кафедр государственной службы и кадровой политики и информационной политики Российской академии государственной службы при Президенте

РФ Апробация темы исследования прошла также в ходе выступления автора с научными сообщениями в ВАГШ ВС РФ на Высших курсах по подготовке руководящих и ответственных работников центральных органов федеральной исполнительной власти в области обороны и обеспечения военной безопасности Российской Федерации в ходе проведения командно-штабной военной игры (2004 г.) Основные положения, выводы, предложения автора исследования нашли отражение в научных публикациях, статьях ведомственных СМИ, обучающих семинарах с руководителями СМИ МО РФ, подготовке справочных материалов для руководства Управления начальника связи ВС РФ (УНС ВС РФ), Военно-научного комитета УНС ВС РФ

Структура работы. Диссертация построена в соответствии с логикой раскрытия цели и задач исследования. Она состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и литературы, приложений

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, анализируется степень научной разработанности проблемы, определяются объект, предмет, цель и задачи работы, раскрываются теоретико-методологическая основа, источниковая и эмпирическая база диссертации,дается характеристика научной новизны результатов исследования и его практической значимости

В первой главе «**Теоретико-методологические основы исследования представления ВС РФ в массовом информационном пространстве**» ВС РФ рассматриваются как один из важнейших социальных институтов общества. Анализируются характер представления и место ВС РФ в информационном пространстве России

В первом параграфе «**Вооруженные Силы как социальный институт**» анализируются характеристики и содержание категории «социальный институт» и «социальная структура»

Под социальным институтом в социологии, как правило, понимается совокупность норм, предписаний и требований, связанных с определенной организационной структурой, посредством которых общество контролирует и регулирует деятельность людей в наиболее важных сферах общественной жизни

Вооруженные Силы – социальный институт, предназначенный для военной подготовки людских ресурсов, упорядочивающий социальные отношения в сфере обеспечения военной безопасности страны, удовлетворения потребностей общества в защите от внешних и

внутренних опасностей и угроз нанесения ущерба национальным интересам государства

По мнению автора, положение и место ВС РФ как социального института в обществе определяется во-первых, набором специфических норм и предписаний, регулирующих их функционирование (уставы, приказы, директивы и т д), во-вторых, определенными формами интеграции в социально-политическую, идеологическую, морально-этическую и ценностную структуры общества, что позволяет легализовать формально-правовую основу их деятельности, участвовать в осуществлении социального контроля над подготовкой мобилизационных людских ресурсов, в-третьих, наличием специализированных материально-технических средств, созданных государством условий, необходимых для выполнения ими функций по обеспечению военной безопасности страны, в-четвертых, наличием жесткой, целостной системы правового регулирования, особым образом построенных внутриведомственных взаимоотношений, стандартов поведения, в-пятых, специфическими способами обеспечения жизнеобеспечивающего комплекса потребностей военнослужащих

ВС РФ как социальный институт имеют особую внутреннюю системную структуру, отличающуюся спецификой функционирования

1 Вооруженные Силы являются относительно закрытым для социального контроля обществом социальным институтом, ориентированным на реализацию geopolитических интересов государства

2 Имея жестко структурированную иерархию системы управления, ограничивающую динамику демократических социальных преобразований, Вооруженные Силы, будучи априори консервативным институтом, очень чувствительны к любому виду общественных изменений и реформ

3 В функционировании социальной системы Вооруженных Сил отражаются общее состояние, динамика и противоречия социальной структуры общества В Вооруженных Силах, как части общественной системы, имеют место все ее социальные и иные проблемы. Таким образом, качественные характеристики социальной структуры Вооруженных Сил, безусловно, зависят от уровня развития социокультурного, социально-экономического и иного развития общества. Факт значительного снижения уровня боеготовности ВС РФ, их дисфункциональности, снижения престижа военной службы в общественном мнении подтверждается статистическими данными, характеризующими качество призыва людского ресурса

Так, результаты исследования показывают, в 2006 году 37% граждан призывного возраста до призыва в ряды российских Вооруженных Сил обучались в общеобразовательных учреждениях 21% – работали в промышленности, 4% – в сельском хозяйстве Нигде не учились и не работали – 38,6% Это самый высокий показатель за последние годы, что свидетельствует о резком снижении качества призывного контингента¹

В настоящее время, в связи с разрушением системы допризывной подготовки молодежи в учебных заведениях Российской Федерации, ситуация еще более усложнилась В частности, каждый десятый новобранец неграмотен, а среди новобранцев из сельской местности доля неграмотных достигает 25%² Как показывает исследование, в армию идут представители наименее социально защищенных слоев общества

В российские Вооруженные Силы по-прежнему попадает около 3% молодых людей, состоявших на учете в милиции за антиобщественные действия, а также около 6% лиц со снятой или погашенной судимостью³ (См таблицу 1)

Таблица 1 Качественный состав призывного людского ресурса ВС РФ (2002 г и 2006 г)⁴

	2002 (%)	2006 (%)	Δ
Имели ограничения по здоровью	53,2	54,5	+1,3
Нигде не работали и не учились	39,5	38,6	-0,9
Имели основное общее и начальное образование	20,6	37,0	+16,4
Воспитывались одним из родителей и без родителей	20,0	22,5	+2,5
Снятая или погашенная судимость	5,2	6	+0,8
Состояли на учете в ОВД	2,7	3	+0,3

4 В связи с уходом из ВС РФ значительной части квалифицированных кадров неуклонно снижается качественный и количественный состав военнослужащих российских Вооруженных Сил В качестве проблемы автор отмечает снижение социального статуса, физического и интеллектуального уровня военнослужащих

5 Автором обосновано положение о необходимости открытости для общества определенных аспектов функционирования ВС РФ, включения их в систему общественных связей и отношений, создания условий для

¹ Индекс Ракурс 1996–2006

² Македонский А. Ликвидация неграмотности среди советских допризывников (1920–1930-е годы) // Государственная служба – М., РАГС, 2007 № 1 С 111

³ Индекс Ракурс 1995–2006

⁴ Индекс Ракурс 1995–2006

проявления прогрессивных качеств этого социального института Ввиду того, что данное положение нарушается, журналистам приходится довольствоваться недостоверными источниками информации Закрытость российских Вооруженных Сил приводит к искажению информации об армии в массовом информационном пространстве

Автор делает вывод, что закрытость не должна касаться системы отношений в ВС РФ. Она может получить позитивную тенденцию развития только тогда, когда ВС РФ будут находиться под пристальным вниманием общественных организаций. Закрытой может быть только та информация, которая является основополагающей для сохранения государственной, военной безопасности. Чтобы не было искажения информации о ВС РФ, должны быть каналы по выбросу как позитивной, так и негативной информации. Для успешного поступательного развития института Вооруженных Сил в России как никогда необходима оперативная и объективная информация о военной службе. Эта информация должна отражать реальную направленность преобразований в армии, настроения среди личного состава и в обществе, изменения социальных установок, назревающие в базовых элементах военной организации – военнослужащих и призывников.

Во втором параграфе «**Роль СМИ в механизме представления Вооруженных Сил в информационно-коммуникативном пространстве российского социума**» анализируется роль средств массовой информации в формировании образа ВС РФ в общественном сознании.

Вооруженные Силы являются достаточно изолированной структурой, и форм их непосредственного соприкосновения с обществом немного. Выявлено, что основная сфера коммуникации между ВС РФ и обществом – это массовое информационное пространство. Взаимоотношение ВС РФ и общества строится как напрямую, так и опосредовано – через СМИ, которые являются ключевым фактором формирования информационного пространства. Именно они создают базовую составляющую общественного сознания по самому широкому кругу проблем и оказывают решающее влияние на формирование позитивного или негативного отношения к ВС РФ в общественном сознании, на повышение или понижение авторитета армии в обществе. Автор обосновывает тезис о том, что отношения средств массовой информации и органов военного управления малоэффективны. В связи с этим автор подробно исследует организацию взаимодействия вооруженных сил США и СМИ на примере войны в Персидском заливе (1991 г.). В диссертации осуществлен сравнительный анализ взаимодействия ВС РФ и общества. Делается вывод, что их

непосредственное общение крайне ограничено. Более того, позиция армии в информационном поле пассивна – армия не является активным субъектом формирования информационного пространства. Так, лишь 4% информации о ВС РФ на телевидении и в прессе оценивается экспертами как вполне достоверная. Больше половины (56,8%) экспертов не удовлетворены позицией российских СМИ в целом по отношению к ВС РФ.¹ Обосновывается вывод, что деятельность средств массовой информации по формированию образа ВС РФ в массовом сознании требует серьезной корректировки. При этом корректировка должна быть дифференцированной, учитывющей исходный уровень их позиций по отношению к ВС РФ. Относительно печатных изданий этот уровень отражен в таблице 2.

Таблица 2. Оценка направленности публикаций по проблемам ВС РФ в центральных периодических изданиях (% по строке)²

Наименование газет	Позитивный	Пейтральный	Негативный	Смешанный
1. Правда	83,33	0,00	9,52	7,14
2. Советская Россия	63,93	6,56	8,20	21,31
3. Труд	61,88	5,00	18,13	15,00
4. Известия	50,00	4,71	18,82	25,29
5. Российской газета	46,22	10,08	15,97	26,47
6. Комсомольская правда	45,86	2,26	8,27	42,11
7. Коммерсант	41,57	1,12	20,22	37,08
8. Московский комсомолец	36,27	4,90	30,39	27,45
9. Независимая газета	35,48	1,61	31,45	30,65

В диссертации подробно исследуется структура взаимодействия Вооруженных Сил и общества, анализируются ее достоинства и недостатки. Выявлено, что в сознании человека целостный имидж Вооруженных Сил формируется на эмоциональном, рациональном и виртуально-стереотипном уровнях восприятия. При формировании общественного мнения и продвижении благоприятного имиджа Вооруженных Сил имиджевая коммуникация направляется на обеспечение взаимодействия субъектов и объектов имиджмейкинга, в ходе которого осуществляется передача информации о ВС РФ. Цель такого взаимодействия – сформировать у людей определенные чувства, оценки, которые и выкристаллизовываются в совокупности в некий образ ВС РФ в восприятии конкретного человека.

¹ Илдекс: ПВССМИ-2007.

² Там же.

В результате проведенного анализа автор делает вывод, что имидж ВС РФ должен отражать ожидания больших социальных групп – тогда он будет устойчивым и привлекательным. С целью создания позитивного имиджа ВС РФ необходима организация систематического мониторинга общественного мнения в СМИ и массовых коммуникациях. Это является важнейшей технологической компонентой формирования положительного образа российских Вооруженных Сил. Среди методов формирования позитивного имиджа ВС РФ автор выделяет следующие

- пропаганда героического прошлого нашей армии, а также информирование общественности о подвигах современных героев,
- доведение до широких масс общественности необходимости повышения финансирования ВС РФ, в том числе оплаты труда личного состава ВС РФ,
- реклама военной службы, военного дела, ВС РФ как государственного института,
- повышение степени открытости ВС РФ перед обществом и государством в политических, финансовых и информационных вопросах,
- распространение интервью, выступлений, печатных публикаций авторитетных политиков и общественных деятелей по военным вопросам,
- распространение информации о позитивной деятельности ВС РФ,
- формирование военно-патриотических качеств у молодого поколения россиян в рамках системы образования, начиная с дошкольного и включая вузовское,
- создание государственных телепрограмм о ВС РФ, дальнейшее совершенствование и насыщение новой, интересной и познавательной информацией Интернет-сайта МО РФ

Во второй главе «Трансформация представления Вооруженных Сил в информационном пространстве современной России» исследуются роль печатных СМИ в формировании восприятия ВС РФ российским обществом

В первом параграфе «Роль российской прессы в трансформации имиджа ВС РФ» исследуется роль СМИ в формировании имиджа Вооруженных Сил в период участия ВС РФ в боевых действиях в Чечне в 1994–2002 годах. Анализ материалов исследований¹ позволил автору проследить хронологическую последовательность и специфику содеряжательных изменений в поведении СМИ в процессе развития военно-политической обстановки на Северном Кавказе. В частности, автором были сделаны следующие выводы

1 В период первой чеченской войны (1994–1996 гг.) отечественные средства массовой информации повели себя по-разному. Некоторые из

¹ Индексы КА-1994-2003 и КА-2002-06

них открыто формировали такое общественное мнение, которое выгодно не российскому обществу, не государству в целом, а тем политическим силам, которые хотели бы видеть Россию слабой, беспомощной, распавшейся на многочисленные суверенные государства

2 Реакция российских СМИ на введение войск в республику была неадекватной практически вся пресса объявила своеобразную «войну войне» и возродила давний тезис о поражении своего правительства С декабря 1994 года в печатных средствах массовой информации нарастал поток сообщений антивоенной, пораженческой направленности, критиковавших ВС РФ

3 Ввод войск в Чечню (декабрь 1994 г) осуществлялся без предварительной подготовки общественного мнения через СМИ Средства массовой информации умалчивали, что на данной части российской территории конституционные права и свободы российских граждан оказались вне закона ВС РФ, выполнявшие в этот период задачи по разграничению конфликтующих сторон, разоружению боевиков, подверглись в обществе широкомасштабной дискредитации Подавляющее большинство средств массовой информации развернуло невиданную травлю собственных Вооруженных Сил, получивших задачу восстановить в Чечне конституционный порядок По существу, это редкий в мировой истории случай, когда в большинстве своем пресса оказалась на стороне воюющего противника В конечном итоге средствами массовой информации было сформировано устойчивое негативное общественное мнение по поводу ВС РФ

4 Сформировавшееся таким образом отношение российского общества к первой чеченской войне 1994–1996 гг можно в целом охарактеризовать как весьма негативное Фактически власть и ВС РФ не получили должной общественной поддержки своих действий, что во многом и обусловило печальные для России итоги конфликта Неоперативное, некачественное, порой сумбурное информирование общественности в ходе первой чеченской войны сегодня практически возведено в ранг хрестоматийного примера порочной работы силовых ведомств с прессой

5 Закономерным итогом такой беспомощности и неспособности органов государственного и военного управления организовать деятельность СМИ с точки зрения государственных интересов России стало поражение в информационной войне

Одним из главных событий российской жизни на рубеже столетий стала контртеррористическая операция на Северном Кавказе в 1999 году, получившая в общественном сознании название – «вторая чеченская война» Автором проанализирована редакционная политика печатных

СМИ в ходе подготовки и проведения данной операции Сделан, в частности, вывод, что при ее проведении во многом были учтены недостатки информационного обеспечения первой чеченской войны в 1994–1996 годах. В обществе появилось осознание того, что сила государства – в силе армии, а также то, что чеченская война играет большую роль в контексте восприятия обществом Вооруженных Сил. При этом боевые действия ВС РФ в информационном плане должна обеспечивать мощная и мобильная структура государственных и частных средств массовой информации.

Конкретные выводы автора о политике ряда газет во время второй чеченской войны состоят в следующем:

1 Перед началом второй чеченской войны СМИ сместили акценты, принятые во время первой чеченской войны, и изменили имидж армии. С октября 1999 большинство газетных материалов (62%) были целиком посвящены событиям в Чечне. Во всех изданиях этой теме уделялось значительное внимание.¹ Лидирующая роль в позитивном представлении ВС РФ в исследуемый период принадлежит газетам «Красная звезда» (20,5% от общего объема публикаций) и «Комсомольская правда» (17,8%). В среднем на публикации о развитии событий вокруг Чечни с октября 1999 года было отведено в «Независимом военном обозрении» – 13,2%, в «Независимой газете» – 9,6%.² Редакционную политику печатных СМИ в исследуемый период можно охарактеризовать как политику беспристрастия, очень тонко направлявшую читателей к мысли о том, что вооруженное столкновение неизбежно.

2 Нейтральное и беспристрастное освещение второй чеченской войны в СМИ способствовало росту доверия к Вооруженным Силам ВС РФ на страницах исследуемых изданий представлялись в позитивных тонах. Все исследуемые средства массовой информации единогласно приходят к выводу, что ВС РФ предстали совсем в ином облике, чем это было в период первой чеченской войны. В этот период ВС РФ действительно получили «новое лицо». До лета 2000 года ежедневно большая часть первых полос (51%)³ всех исследуемых газет отводилась под материалы, касающиеся тем, в которых ВС РФ представлялись в позитивном ракурсе.

Накануне второй чеченской войны (май–июнь 1999 года) ВС РФ в целом доверяло 64,5% респондентов. Через год после ее начала осенью 2000 г. уровень доверия возрос до 78,4% (октябрь 2000 года).⁴

¹ Индекс КА-1994-2003

² Индекс КА-1994-2003

³ Индекс КА-1994-2003

⁴ Там же

3 Наиболее существенным достижением в области информационной поддержки действий органов государственного и военного управления можно считать достигнутый перелом в восприятии и освещении СМИ военно-политической обстановки на Северном Кавказе, практической деятельности ВС РФ в данном регионе. В обществе наметились устойчивые положительные тенденции в отношении к военнослужащим как защитникам Отечества, понимание их достойного места в обществе. Так, в 1994 году полностью не поддерживали силовые меры в отношении Чечни 58% россиян, в 1999 году таких оказалось 10,9%¹. Это в целом способствовало повышению авторитета российских Вооруженных Сил, который пошатнулся в обществе после десятилетия реформ, приведших к резкому снижению боеспособности ВС РФ.

Однако наметившаяся позитивная тенденция не получила дальнейшего развития. Для проведения всестороннего анализа реального освещения вопросов жизнедеятельности ВС РФ автором был проведен контент-анализ статей, посвященных ВС РФ, в 2002–2006 гг.². Итоги контент-анализа статей показали, что

1 Из 638 статей за этот период 2002–2004 гг только 58 статей было посвящено проблеме призыва в Вооруженные Силы, 13 статей – социальной защищенности военнослужащих, проблеме финансирования ВС РФ – 23 статьи³. Тематический анализ статей показал, что определенный уровень позитивного освещения военной темы достигался за счет материалов о Великой Отечественной войне и некоторых других выигрышных темах (история Российской армии, ее традиции) – 147 статей⁴.

2 В исследуемой прессе крайне слабо прослеживалась тенденция позитивного информирования о настоящем дне Вооруженных Сил и задачах, которые они выполняют. Преобладающая тенденция представления военной тематики прессой в 2002–2004 гг продолжала оставаться преимущественно негативной. Отрицательный вектор в освещении российских Вооруженных Сил в данный период был значительно выше позитивного. Более 50%⁵ публикаций содержали материалы негативного и смешанного характера.

3 В 2006 году, отражая изменение вектора отношения к Вооруженным Силам органов государственной власти, редакции газет существенно изменили характер публикаций. Произошел более чем двукратный рост общей численности статей, посвященных военной

¹ Индекс КА-1994-2003

² Индекс КА-2002-2006

³ Индекс КА-2002-2006

⁴ Индекс КА-2002-2006

⁵ Индекс КА-2002-2006

проблематике (с 213 в среднем за три предшествовавших года до 481 в 2006 году) При этом прослеживалась тенденция снижения негативного освещения ВС РФ в печатных СМИ (с 28,56% в 2002–2004 гг до 5% в 2006 г) Заметно возрос интерес прессы к проблемам призыва в армию (с 19 статей до 58) Увеличилось количество статей о финансировании ВС РФ (с 23 до 44 статей), проблемам, связанным с неуставными взаимоотношениями (с 9 статей до 25), жилищной проблеме (с 12 до 13 статей) и по другим актуальным проблемам Заметно снизилось число публикаций о преступности в ВС РФ (с 31 до 11 статей) Все это и другие акции в СМИ (например, социальная реклама «Есть такая профессия – Родину защищать!») способствовало позитивному повороту общественного мнения в сторону армии¹

Во втором параграфе «Трансформация механизма взаимодействия Вооруженных Сил Российской Федерации со СМИ» автором определены конкретные направления и формы дальнейшего развития позитивных процессов в представлении российских Вооруженных Сил в СМИ С этой целью автором был проведен экспертный опрос военнослужащих² По итогам анализа результатов исследования было определено, что

1 Наиболее эффективными формами доведения информации о ВС РФ эксперты считают репортаж, новостные передачи в прям-тайм, аналитические статьи, специализированные Интернет-сайты и интервью Самой результативной формой взаимодействия средств массовой информации и ВС РФ была названа пресс-конференция (45,6%)³

2 Одной из самых действенных мер для формирования положительного образа ВС РФ и военной службы с помощью СМИ, по мнению опрошенных, – увеличение финансирования денежного довольствия военнослужащих и боевой подготовки

3 Наиболее предпочтительная тематика, которую целесообразно шире освещать в СМИ социальная защищенность военнослужащих (48,8%), ход реформы ВС РФ (40%), история Вооруженных Сил, их традиции (37,6%), жилищная проблема военнослужащих (36%), финансирование ВС РФ (29,6%)⁴

4 Важнейшим средством повышения объективности информации о российских Вооруженных Силах, по мнению экспертов, является правдивое отражение проблем ВС РФ в средствах массовой информации

¹ Индекс ПВССМИ-2007

² Индекс ПВССМИ-2007

³ Там же

⁴ Индекс ПВССМИ-2007

(17,3%) У части экспертов (25,5%) есть мнение и такого плана «введение цензуры любой информации о ВС РФ»¹

Материалы диссертационного исследования показывают, что если проводить анализ по таким условным временным отрезкам как первая, вторая чеченские войны и настоящее время, можно констатировать наличие в прессе позитивной динамики ВС РФ. Эта динамика имеет хотя и небольшой, но устойчивый положительный тренд. Так, по данным ФОМ, в 2007 году положение дел в ВС РФ оценивают как «отличное и хорошее» 10% населения России (в 2005 году этот показатель был равен 6%). Наблюдается заметное снижение уровня негативного отношения к ВС РФ с 49% – в феврале 2005 года до 41% – в 2007 года. При этом треть респондентов (31%) считают, что сегодня ситуация в ВС РФ улучшается (в 2005 – 19%), и почти втрое меньшая доля (11%) свидетельствуют о ее ухудшении (в мае 2005 г соответствующая доля составляла – 28%)².

В **заключении** подводятся итоги проведенного диссертационного исследования, излагаются выводы и формируются основные положения и проблемы, которые требуют дальнейшего изучения, даются рекомендации по формированию позитивного образа ВС РФ в обществе в целом и с помощью средств массовой информации, в частности

По теме диссертации автором опубликованы следующие работы. В *издании, рекомендованном ВАК* 1 Сапунова М Г Вооруженные Силы как социальный институт // Государственная служба – М РАГС, 2007 № 4. – 0,8 п л В *других изданиях* 2 Сапунова М Г Чеченская кампания 1999–2002 годов в редакционной политике газет // Материалы второй научно-практической конференции «Проблемы внутренней и внешней безопасности» – М ЗАО «ЭДАС–ПЛЮС», РОО «Центр политической информации», 2003 – 0,9 п л, 3 Сапунова М Г Динамика образа Вооруженных Сил в российской прессе // Материалы первой Международной научно-практической конференции «Высокие технологии, фундаментальные и прикладные исследования, образование» – СПб Питер, 2005 – 0,2 п л, 4 Сапунова М Г Динамика образа Вооруженных Сил в российской прессе // Массовая коммуникация в структуре социальной информациологии – М РАГС, 2005 – 0,7 п л, 5 Сапунова М Г Проблемы трансформации ВС РФ / Материалы VII межвузовской научно-практической конференции аспирантов и молодых ученых «Социология власти основы теории и развитие практики» – М РАГС, 2007 – 0,6 п л

¹ Индекс ПВССМИ-2007
² Индекс ФОМВС – 2007

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Сапуновой Маргариты Германовны

Тема диссертационного исследования

«Трансформация представления
Вооруженных Сил Российской Федерации
в массовом информационном пространстве»

Научный руководитель

Тавокин Евгений Петрович,
доктор социологических наук, профессор

Изготовление оригинал-макета
Сапунова М Г

Подписано в печать 04 10 Тираж 80 экз
Усл п л 1,5

Российская академия государственной службы
при Президенте Российской Федерации

Отпечатано ОПМТ РАГС Заказ № 448

119606 Москва, пр-т Вернадского, 84