

145

На правах рукописи



003453798

КОЗЛОВ Дмитрий Валерьевич

**ВОЕННЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК
ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО
СОЗНАНИЯ ВОЕННОСЛУЖАЩИХ КОНТРАКТНОЙ СЛУЖБЫ**

Специальность 23 00 02 – политические институты,
этнополитическая конфликтология, национальные и политические
процессы и технологии

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

2 1 НОЯ 2008

Москва – 2008

Диссертация выполнена на кафедре политологии
Военного университета

Научный руководитель.	доктор политических наук, профессор Костин Анатолий Викторович
Официальные оппоненты	доктор политических наук, профессор Пирогов Александр Иванович кандидат политических наук Баркова Ирина Львовна
Ведущая организация.	Общевойсковая академия Вооруженных Сил Российской Федерации

Защита состоится 19 ноября 2008 г в 15 часов на заседании диссертационного совета по политическим наукам Д 215 005 02 при Военном университете (123001, г Москва, ул Б Садовая, 14)

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Военного университета

Автореферат разослан «16» октября 2008 года

Ученый секретарь
диссертационного совета



А В Брега

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИИ

Политические процессы на рубеже XX-XXI вв существенно изменили облик Российского государства. Пожалуй, не осталось ни одной сферы общественной жизни, ни одного политического института, социальной группы, которых не коснулись бы демократические изменения. Эти изменения, безусловно, отразились на политическом сознании граждан нашей страны.

В настоящее время достаточно актуальна проблема формирования политического сознания военнослужащих Вооруженных Сил РФ, поскольку они составляют специфическую социально-профессиональную группу, деятельность которой имеет значительное политическое содержание. Поэтому внутреннему политическому миру военнослужащих следует всегда уделять повышенное внимание. Это обусловлено еще и тем, что сегодня в области военной безопасности происходит нарастание информационного противоборства, а современные политические (военно-политические) процессы характеризуются сложностью и противоречивостью.

Актуальность темы диссертационного исследования определяется следующими обстоятельствами:

во-первых, необходимостью уточнения места и роли военных СМИ в системе информационного обеспечения военной политики Российской Федерации. На протяжении последних лет средства массовой информации в России подверглись значительным изменениям. Военные СМИ также не остались в стороне от этих процессов. Они подверглись существенным трансформациям. Изменившиеся политические, экономические и другие условия обуславливают новую роль военных средств массовой информации в политическом влиянии на личный состав военной организации Российской Федерации. Поэтому возникает необходимость по-новому осмыслить их роль в современных механизмах политической социализации военнослужащих;

во-вторых, потребностью уточнить цели и задачи военных средств массовой информации в вопросах формирования политического сознания военнослужащих и особенно военнослужащих контрактной службы, так как данная социально-профессиональная группа начала складываться относительно недавно. Согласно Федеральной целевой программе по переводу Вооруженных сил РФ на контрактную службу, в ближайшие несколько лет значительная часть личного состава военной ор-

ганизации нашей страны будет переведена на контрактный принцип комплектования. Именно данная категория военнослужащих в основном будет привлекаться к выполнению задач в возможных локальных войнах и вооруженных конфликтах, миротворческих операциях и в повседневной учебно-боевой деятельности. Очевидно, что отношение к своим служебным обязанностям данной категории военнослужащих во многом обусловлено состоянием их политического сознания,

в-третьих, необходимостью анализа отечественного и зарубежного опыта в организации деятельности военных средств массовой информации по политическому и морально-психологическому обеспечению военной деятельности

Военные средства массовой информации выступают не только как каналы доставки информации, но и, как агент влияния на политическую психологию и поведение человека, создавая в его сознании определенные модели поведения и жизнедеятельности, восприятия политических процессов и явлений. В настоящее время в отечественной и зарубежной практике организации информирования военнослужащих посредством военных СМИ накоплено немало решений, положительно влияющих на процесс формирования их политического сознания. Выделение военных СМИ в особую категорию агентов политического влияния на сознание военнослужащих позволит более точно определить их место и роль в политической социализации военнослужащих контрактной службы,

в-четвертых, появлением и функционированием нового типа военных средств массовой информации – вневедомственных военных СМИ. Осмысление возможностей их политического влияния на военнослужащих контрактной службы, а также определения направлений взаимодействия вневедомственных военных средств массовой информации с органами государственной власти и военного управления требует предметного научного осмысления,

в-пятых, потребностью в дальнейшей научно-теоретической проработке вопросов эффективного функционирования военных средств массовой информации и их деятельности по позитивному воздействию на политическое сознание военнослужащих контрактной службы в современных условиях. На протяжении многих лет средства массовой информации являются предметом пристального внимания как отечественных, так и зарубежных ученых. Однако такой важный элемент структуры СМИ, как военные средства массовой информации, незаслуженно выпал из поля научного интереса исследователей. Немаловажно и то,

что на сегодняшний день именно военные средства массовой информации остались одним из немногих инструментов в руках государства для идеологической работы с личным составом военной организации

Состояние научной разработки темы. Анализ трудов отечественных и зарубежных авторов свидетельствует о том, что место и роль средств массовой информации в процессе формирования политического сознания составляет важное направление политических исследований

В виду многогранности исследований проблем, связанных с функционированием средств массовой информации и их влиянием на политическое сознание, имеющиеся публикации целесообразно разделить на следующие группы.

Первую группу образуют труды отечественных исследователей, в которых анализируются состояние, особенности и проблемы формирования политического сознания и политической культуры общества¹.

¹ См. *Широков Е В* Массовое политическое сознание в современной России его состояние и особенности Дис канд полит наук – М, 1996, *Искандерян М Ю* Социально-философские проблемы формирования политического сознания молодежи Дис канд филос наук – Ставрополь, 1997, *Романова М С* Влияние качества информации на политическое массовое сознание Дис канд полит наук – М, 1999, *Хлыстунов М Ю* Политическое сознание молодежи в условиях обновления российского общества Состояние и перспективы Дис канд социол наук – Саратов, 1999, *Смолина Ю В* Тоталитарное политическое сознание Дис канд полит наук – М, 1999, *Лазебный Л И* Политическое сознание Социально-философский анализ Дис д-ра филос наук – М, 1999, *Ольшанский Д В* Политическая психология – М, 2000, *Друзяк Е В* Ресурсы влияния региональной властвующей элиты на массовое политическое сознание Дис канд полит наук – Ростов, 2001, *Ибрагимов А М* Манипуляция массовым сознанием Дис канд филос наук – Ростов-на-Дону, 2001, *Яппаров А Р* Кризис идентичности и политическое сознание транзитивного общества Дис канд полит наук – Саратов, 2002, *Пеньков В Ф* Политическая культура как фактор развития политического процесса в современной России Дис канд полит наук – М, 2002, *Костин А В* Информация в системе военной политики государства Дис д-ра полит наук – М, 2003, *Елева В И* Манипулирование политическим сознанием анализ репрезентации проявлений, противоречий и технологий Дис канд полит наук – Ростов-на-Дону, 2003, *Леденева В Ю* Эволюция массового политического сознания в условиях трансформации российского общества (Социологический анализ) Дис канд социол наук – М, 2004, *Кара-Мурза С Г* Манипуляция сознанием – М, 2004, *Михайлова О В* Диспозиции политического сознания теоретико-методологические подходы и опыт эмпирического исследования в современном российском обществе Дис канд полит наук – Москва, 2005, *Бусаргин Р В* Влияние информационных

Вторую группу составляют работы, связанные с общими проблемами функционирования средств массовой информации в современном информационном пространстве¹

Третью группу представляет литература, в которой исследуется место и роль средств массовой информации и коммуникации в формировании политического сознания различных социальных и профессиональных групп и, в частности, лиц, связанных с государственной службой²

технологий на массовое сознание россиян этнополитические интенции Дис канд полит наук – Саратов, 2006 и др

¹ См *Грабелников А А* Массовая информация в России от первой газеты до информационного общества – М, 2001, *Прохоров Е П* Журналистика и демократия – М, 2001, *Засурский И И* Реконструкция России Масс-медиа и политика в 90-е годы – М, 2001, *Засурский Я Н* Система средств массовой информации России – М, 2001, *Комаровский В С* Государственная Служба и СМИ – Воронеж, 2003, *Ветров К В* Средства массовой информации постсоветской России Особый путь вдоль проторенной дороги – М, 2004, *Иванова Е А* Массовые коммуникации возможные модели развития Материалы научно-практической конференции «СМК на рубеже тысячелетий проблемы, тенденции развития» – М, РУДН 2005, *Андреев Н С* Единое информационное пространство Российского государства взаимодействие печатных и электронных СМИ Дис канд полит наук – СПб, 2005, *Байчик А В* Политическая стратегия транснациональных корпораций СМИ в процессе глобализации информационного пространства Дис . канд полит наук – СПб, 2005, *Мухин А А* Медиа-империя России – М, 2005, *Зверев А И* Взаимодействие органов государственной власти и СМИ в чрезвычайных ситуациях Дис канд социол наук – Екатеринбург, 2006, *Скачко О В* Государственная информационная политика России в сфере СМИ теоретические аспекты и современная практика Дис канд полит наук – СПб, 2006 и др

² См *Скворцов И П* Средства массовой информации в формировании политической культуры офицера Дис канд филос наук – М, 1994, *Мрочко Л В* Массовые информационные процессы в Вооруженных Силах России Дис д-ра филос наук – М, 1998, *Задорин И, Бурова Ю, Сюткина А* СМИ и массовое политическое сознание взаимовлияние и взаимозависимость // Российское общество становление демократических ценностей – М, 1999, *Прилепский В Ю* Информация как фактор формирования политического сознания военнослужащих ВС РФ Дис канд полит наук – М, 2001, *Гара А Ф* Средства массовой информации как фактор политической социализации (на примере Федеральной службы налоговой полиции РФ) Дис канд полит наук – М ВУ, 2002, *Баскаков Д О* Средства массовой информации как фактор формирования политического сознания государственных служащих Дис . канд полит наук – М, 2003, *Баркова И Л* Средства массовой коммуникации

Вместе с тем в научном осмыслении этой проблемы имеются нерешенные вопросы Среди них – относящиеся к определению роли средств массовой информации как инструмента формирования политического сознания военнослужащих, разработаны в самом общем, теоретическом плане Так, имеется ряд работ по проблемам функционирования военных печатных средств массовой информации, однако в них не рассматриваются проблемы влияния военных СМИ на политическое сознание военнослужащих

Объектом исследования является процесс формирования политического сознания военнослужащих

Предмет исследования – место и роль военных средств массовой информации в формировании политического сознания военнослужащих контрактной службы.

Целью исследования является политологический анализ места, роли и возможностей военных средств массовой информации в процессе формирования политического сознания военнослужащих контрактной службы, а также вопросы повышения эффективности военных СМИ

Для достижения поставленной цели автором определены следующие задачи

– охарактеризовать особенности политического сознания военнослужащих контрактной службы Российской Федерации в современных условиях,

как фактор формирования политической культуры военнослужащих (на примере войск гражданской обороны) Дис канд полит наук – М., 2004, *Замай Н Н* Художественная культура как фактор формирования политического сознания военнослужащих Вооруженных Сил Российской Федерации Дис канд полит наук – М., 2004, *Меркулова О В* Средства массовой информации как политический инструмент формирования общественного мнения в современной России Дис канд полит наук – М., 2004, *Исаева Л Г* Средства массовой информации как фактор формирования духовной культуры российского общества Дис канд филос наук – Уфа, 2005, *Маркарян В Р* Влияние средств массовой коммуникации на электоральное поведение граждан в современной России Дис канд полит наук – М., 2006; *Абрамеева В В* Средства массовой информации в процессе формирования общественного мнения в современной России. Дис канд социол. наук – Саратов, 2006, *Солодовник Л В* Российские СМИ в системе формирующегося гражданского общества институциональный аспект Дис канд социол наук – Краснодар, 2006, *Панура Т А* Формирование политического сознания сотрудников органов внутренних дел как фактор становления правового государства в России Дис канд полит наук – Ставрополь, 2006 и др

– исследовать роль российских военных средств массовой информации в формировании политического сознания военнослужащих контрактной службы,

– выявить специфику воздействия военных средств массовой информации на политическое сознание военнослужащих,

– рассмотреть иностранный опыт организации функционирования военных средств массовой информации, его отрицательные и положительные стороны в политической работе с военнослужащими,

– обосновать основные направления повышения эффективности деятельности военных средств массовой информации и сформулировать практические рекомендации органам государственной власти и военного управления по совершенствованию функционирования военных средств массовой информации и повышению их роли в политической социализации военнослужащих контрактной службы

Теоретико-методологическую базу исследования составили концептуальные идеи и положения политической и социологической наук по вопросам политических коммуникаций, технологий влияния на политическое сознание, а также труды, посвященные функционированию военных средств массовой информации. Исследование проводилось на основе сочетания теоретических и эмпирических методов. При разработке диссертации использовались сравнительный, системно-функциональный и деятельностный подходы.

Эмпирическую базу исследования составляют нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность средств массовой информации, открытые служебные документы государственных организаций, ведомств, в том числе Министерства обороны РФ, Министерства внутренних дел РФ, Федеральной службы безопасности РФ, Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий по организации информационно-массовой работы, результаты социологических исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), социологические исследования военно-социологического центра МО РФ, материалы отечественной и зарубежной печати, а также публикации в Глобальной информационной сети «Интернет», отражающие различные аспекты формирования политического сознания военнослужащих; результаты включенного наблюдения автора за работой средств массовой информации Министерства обороны РФ по политическому просвещению военнослужащих.

Структура диссертации обусловлена избранной автором логикой, целью и задачами исследования и включает в себя введение, три раздела, заключение, список источников и литературы

II. НАУЧНАЯ НОВИЗНА ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБОСНОВАНИЕ ПОЛОЖЕНИЙ, ВЫНОСИМЫХ НА ЗАЩИТУ

Научная новизна диссертационной работы заключается

- в определении специфики политического сознания военнослужащих контрактной службы, анализе его качественных характеристик в современных условиях,
- в выявлении положительных и негативных сторон деятельности российских военных средств массовой информации в формировании политического сознания военнослужащих контрактной службы,
- в обобщении опыта иностранных военных средств массовой информации в формировании политического сознания военнослужащих контрактной службы,
- в обосновании основных направлений повышения эффективности деятельности военных средств массовой информации в формировании политического сознания военнослужащих контрактной службы

Обоснование положений, выносимых на защиту:

1. Отличительные черты политического сознания военнослужащих контрактной службы.

Переход к комплектованию воинских должностей преимущественно военнослужащими, проходящими военную службу по контракту, – одно из приоритетных направлений строительства российских Вооруженных Сил. Служба по контракту – явление относительно новое, что накладывает особенный отпечаток на все сферы жизнедеятельности войск, в том числе и на политическую социализацию военнослужащих по контракту.

Очевидно, что анализ процесса формирования политического сознания военнослужащих контрактной службы должен начинаться с определения его характерных свойств (в частности, особенностей образовательного уровня, социального происхождения, возраста, интересов, мотиваций и др.) При этом важно учитывать, что военнослужащий – это не только потребитель информации, а одновременно ее носитель и ка-

нал распространения. Ведь в обыденной жизнедеятельности военнослужащие постоянно обмениваются мнениями, взглядами и чувствами о социальной (а равно и политической) действительности.

В настоящее время стремительное увеличение доли военнослужащих контрактной службы в Вооруженных Силах России остро ставит на повестку дня не только вопросы их профессионализма и материального обеспечения, но и вопросы, связанные с моральными качествами, важное место среди которых занимает и политическая составляющая. Ведь принадлежность армии к государству требует не только безусловного выполнения служебных обязанностей, но и понимания политического смысла решений государственной власти. Отсюда деятельность военнослужащего контрактной службы имманентно включает в себя профессиональную и политическую составляющие, которые достаточно тесно взаимосвязаны. Другими словами, профессиональная направленность воинского труда практически всегда имеет под собой политический подтекст. В этой связи особый интерес представляет специфика политического сознания рядового и сержантского состава военнослужащих контрактной службы. Его анализ позволяет лучше понять мотивацию их служения Отечеству, статусное позиционирование среди социальных страт, отношение к власти и политике, а также политические детерминанты профессиональной деятельности. Понимание этого, в свою очередь, служит важной основой определения места и роли военных СМИ в формировании политического сознания рассматриваемой категории военнослужащих.

Данные социологических исследований,¹ проведенных в 2005-2006 гг., дают социальный портрет воина-контрактника, который в своем обобщенном виде выглядит следующим образом:

- возраст – 26 – 32 года,
- образование – основная масса военнослужащих имеет полное (36%), неполное среднее (26%) и среднее профессиональное образование (21%). Каждый десятый имеет лишь начальное образование,
- социальное происхождение – значительная часть контрактников выходцы из семей рабочих (65%), далее из семей служащих (22%) и крестьян (4%). Большинство желающих заключить контракт с Мини-

¹ Оборский А Ю Социальный портрет потенциального контрактника
<http://www.mil.ru/>

стерством обороны РФ проживают в небольших городах и сельской местности,

- основная социальная база контрактной службы представлена малообеспеченными слоями населения. Так, большинство опрошенных граждан, заключивших контракт после окончания срочной службы (62,6%), отметили, что их доход на одного члена семьи составляет не более 3500 рублей¹

Даже эти наиболее общие характеристики военнослужащих контрактной службы позволяют сделать вывод, что это вполне сложившиеся молодые люди, обладающие политическими воззрениями. Соответственно, в силу как объективных, так и субъективных причин нельзя исключать противоречия между сложившимся политическим сознанием в период первичной социализации и теми требованиями, которые предъявляет государство к тому, какими политическими установками и убеждениями должны обладать военнослужащие Вооруженных Сил РФ

Как показывают исследования, политическое сознание военнослужащих контрактной службы в целом имеет те же черты, что и политическое сознание среднего обывателя в возрасте 20-30 лет

Однако имеется ряд особенностей, характеризующих отношение к политике представителей данной военно-профессиональной группы

– утилитарная сторона жизнедеятельности имеет если не первостепенное, то достаточно большое значение по сравнению с военнокорпоративными и военно-профессиональными интересами,

– приверженность к поддержке авторитарных методов осуществления государственной власти и консерватизмом в оценке явлений политической жизни,

– относительно повышенный уровень абсентеизма к участию в политической жизни общества,

– более радикальные взгляды на использование вооруженного насилия в достижении политических целей. Известно что, именно в условиях боевых действий многие контрактники могут существенно улучшить свое материальное положение

Нельзя не отметить, что под давлением трудностей и социальных проблем современной военной службы, привлекательность статуса во-

¹ Военная служба по контракту основные направления патриотического воспитания военнослужащих – М Социологический центр ВС РФ, 2005 – С 26-27

енного человека, высокие нравственные мотивы и романтика военной службы (являвшиеся ранее основной причиной добровольного вступления в ряды Вооруженных Сил) отступают на второй план перед утилитарными ценностями. Разумеется, такое положение дел отражается на осознании того, что служение Отечеству перестает восприниматься как священный долг и важнейшая политическая задача. Соответственно существует реальная опасность, что духовная, патриотическая компонента военной деятельности может окончательно уступить сугубо меркантильным расчетам, трансформировав, таким образом, сознание военнослужащего-контрактника до уровня наемника, который, как известно, не отличается высокими морально-боевыми качествами и готовностью к самопожертвованию ради защиты Отечества.

Важность проблемы формирования политического сознания в настоящее время обусловлена еще и тем, что в Вооруженных Силах РФ проходят службу военнослужащие по контракту, которые являются иностранными гражданами.

На сегодняшний день это преимущественно граждане бывших республик СССР (стран СНГ), основной целью которых является получение гражданства Российской Федерации. Однако важно учитывать, что их политическое сознание формировалось под воздействием других условий и факторов (в том числе информационных), нежели у граждан России. Очевидно, что иная среда формирования политического сознания предопределяет некий диссонанс между политическими установками и ценностями иностранных граждан и требованиями к политическим ценностям, культивируемым в Вооруженных Силах РФ.

Безусловно, с увеличением количества иностранных граждан, проходящих военную службу в рядах военной организации России, особое значение будет приобретать процесс политической ресоциализации. Полагается, что целью этого процесса является усвоение необходимых политических знаний, ценностей и норм, позволяющих им не только стать полноправными участниками политической жизни российского общества, но и, прежде всего, воспитать патриотов Российской Федерации. Другими словами, речь идет о «переформатировании» политического сознания граждан других государств, целью которого является военнослужащий-патриот России.

Автор полагает, что процесс политической ресоциализации данной категории военнослужащих призван решать следующие основные задачи: внедрение политических ценностей, традиционных для российского

общества, и формирование политических установок, способствующих высокому уровню лояльности к осуществляемой военной политике России

Таким образом, вопросы политического сознания военнослужащих-контрактников занимают важное место в жизнедеятельности ВС РФ. Очевидно, что основные усилия политической социализации военнослужащих-контрактников (а равно и в формировании политического сознания) должны быть направлены на привитие чувства гордости за Россию и ее Вооруженные Силы, воспитание на отечественной истории и долге перед российским народом и боевых традициях его армии, формирование «полкового духа», вовлечение их в массовые мероприятия военно-патриотического характера, проводимые органами власти, военного управления и общественными организациями

2. Характеристика роли военных средств массовой информации в механизме формирования политического сознания военнослужащих контрактной службы.

В самых общих чертах механизм формирования политического сознания данной социально-профессиональной группы может быть представлен следующим образом: субъект (государство), объект (военнослужащие контрактной службы), методы (воспитание, обучение, пропаганда и т.д.), инструмент (военные средства массовой информации) воздействия

Важно отметить, что в этом механизме государство выступает заказчиком на производство информации, способствующей внедрению в сознание военнослужащих требуемых политических установок, а средства массовой информации – инструментом ее распространения. При этом автор считает, что средства массовой информации не являются самостоятельным актором политической социализации, а выполняют определенный социальный заказ на транслирование информации в чьих-либо интересах. Соответственно, военные средства массовой информации являются инструментом (прежде всего государства), с помощью которого осуществляется идеологическая и пропагандистская работа по формированию определенных социально-политических качеств военнослужащих. В этой связи нельзя не акцентировать внимание на реальных и потенциальных возможностях военных средств массовой

информации в деле формирования политического сознания военнослужащих контрактной службы

Военные средства массовой информации России представляют собой совокупность печатных и электронных СМИ (телевидение, радио), их интернет-версии, учредителями и издателями которых являются военно-силовые ведомства (Министерство обороны РФ, Федеральная служба безопасности РФ, Министерство внутренних дел РФ, Министерство РФ по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий), а также вневедомственные СМИ, специализирующиеся на военной тематике

Автор считает, что основной целью военных СМИ в механизме формирования политического сознания военнослужащих контрактной службы является создание информационной среды, которая направляет их политическое поведение на более качественное исполнение служебных обязанностей. Соответственно, задачами, решаемыми военными СМИ, в этом механизме являются

- внедрение установок политического поведения, обеспечивающих высокую идейность, убежденность, духовную стойкость, нацеленность на совершенствование боевого мастерства, морально-психологическую готовность к вооруженной защите Отечества,

- противодействие негативному информационному воздействию на военнослужащих, способствующему неадекватной оценке ими политической ситуации (которая, безусловно, отражается на их политическом поведении),

- систематическое и целенаправленное воздействие на политическую психологию, социальное и политическое поведение в интересах защиты Отечества

Важно отметить, что при выполнении перечисленных задач военными СМИ не должно быть жесткого и формализованного «транслирования» политических установок на уровне безапелляционной пропаганды. В первую очередь это касается военных СМИ, принадлежащих государству, которые занимают значительный сегмент среди военных СМИ

На сегодняшний день ведомственные военные средства массовой информации выступают достаточно действенным инструментом формирования политического сознания. Отметим обстоятельства, способствующие этому

во-первых, ведомственные военные СМИ имеют четко заданную направленность, обусловленную наличием «своей» аудитории и верти-

кальной структурой (например, в Министерстве обороны РФ от «Красной звезды» до многотиражной газеты),

во-вторых, ведомственные военные СМИ встроены в систему военного управления, что позволяет направлять их на обслуживание ее интересов и задач, в том числе и на формирование политического сознания,

в-третьих, их воздействие на сознание военнослужащих может принимать «тотальный» характер, заключающийся в возможности информационной индокринации тех или иных политических установок всеми военными СМИ одновременно. Постоянное повторение и отсутствие в них противоречивой и опровергающей информации в конечном итоге приводит к «кумулятивному» эффекту, выражающемуся в воздействии на сознание не через разрозненные информационные сообщения, а через его многократное, системное воздействие из разных источников информации,

в-четвертых, данные военные СМИ большую часть информации получают из источников своего же ведомства. Отсутствие промежуточных звеньев, вроде «достоверных источников» или «надежных источников», делает информацию, с одной стороны, действительно надежной и достоверной, а с другой – чрезмерно «сухой» и официальной,

в-пятых, в ведомственных военных СМИ связь между редакцией и аудиторией более тесная, поскольку редакция военного СМИ является частью той социально-профессиональной группы, которая представляет ее аудиторию. Это позволяет иметь более глубокое представление об ее социальных потребностях, о методах и способах воздействия на ее политическое сознание,

в-шестых, деятельность ведомственных военных СМИ строго регламентирована внутриведомственными нормативно-правовыми актами, что в некоторой степени ограничивает их возможности в распространении информации, особенно в условиях военных действий,

в-седьмых, определенная закрытость Вооруженных Сил, в том числе информационной, создает более удобные условия для распространения информации ведомственными СМИ (прежде всего печатными) в воинских коллективах (Зачастую в условиях боевого применения войск и сил военные средства массовой информации остаются единственным источником политической информации для военнослужащих)

В диссертации обращается внимание на то, что в последнее десятилетие военные СМИ претерпели значительные изменения. Так, если

ранее традиционно к ним было принято относить ведомственные военные СМИ (речь о которых шла выше), то в настоящее время уже сформировался новый тип – вневедомственные военные СМИ, которые, как известно, более самостоятельны как в коммерческом отношении, так и в интерпретации происходящих социально-политических событий. Основными критериями, определяющими отношение изданий к категории военных средств массовой информации, являются их тематическая направленность и читательская аудитория.

Без сомнения, в национальном медиапространстве военные вневедомственные СМИ являются конкурентами СМИ Министерства обороны и других силовых ведомств. Однако это не означает автоматического бескомпромиссного соперничества между ними. В таких странах, как США, Великобритания, ФРГ, Франция, Япония, газеты союзов ветеранов армии и флота, независимые (негосударственные) военные СМИ, освещающие проблемы вооруженных сил, существуют уже много лет. При этом многие из этих «независимых» СМИ финансируются за счет государственных средств. Российские же вневедомственные военные СМИ финансово и организационно не поддерживаются государством и, как правило, издаются на средства общественных организаций и коммерческих структур.

Между тем многие из вневедомственных военных СМИ выходят в свет не один год, представляя достаточно интересный для военнослужащих материал, который не только актуален и содержателен, но и хорошо иллюстрирован. Поэтому данные СМИ имеют свою устойчивую читательскую аудиторию, в том числе и среди военнослужащих контрактной службы¹. Соответственно информация, исходящая из вневедомственных СМИ, способна эффективно влиять на политическое восприятие действительности военнослужащими. При этом информационные материалы данных СМИ не всегда совпадают с государственной (официальной) точкой зрения на трактовку тех или иных событий в социально-политической жизни в стране и мире. Это означает, что нельзя исключить ситуации, когда военнослужащие контрактной службы будут более доверять информации, исходящей не из официальных источников. В результате может происходить дезориентация военнослужа-

¹ Концова Е.Н. Популярность военных печатных средств массовой информации // Военно-социологические исследования. Сборник статей – М: ГУВР ВС РФ. Социологический Центр Вооруженных Сил РФ. 2005 – № 3(11). С. 46.

ших, а неадекватная оценка (относительно точки зрения государства) ими реально складывающейся политической ситуации может отразиться на их политической лояльности к существующей государственной власти. Поэтому в настоящее время актуализируется проблема налаживания партнерских отношений между ведомственными и вневедомственными военными СМИ.

Таким образом, в процессе формирования политического сознания военнослужащих контрактной службы военные средства массовой информации обеспечивают разностороннее и комплексное информационное влияние. Они являются важнейшим агентом формирования политического сознания военнослужащих-контрактников, поскольку, как показывает практика, данная группа военнослужащих достаточно интенсивно потребляет политическую информацию¹ и периодически становится участником политических (выборы, политические конфликты) и военно-политических (военные конфликты, миротворческие операции, военные акции и т.п.) событий.

3. Результаты обобщения опыта деятельности военных средств массовой информации иностранных государств по формированию политического сознания военнослужащих контрактной службы.

Для более глубокого понимания места, роли и возможностей военных средств массовой информации в формировании политического сознания военнослужащих автор считает необходимым обратиться к опыту организации деятельности военных СМИ в государствах, активно использующих их в политической социализации военнослужащих.

В Народно-освободительной армии Китая военные СМИ играют существенную роль в политическом воспитании, и в целом их функционирование во многом схоже с задачами военных СМИ СССР. К примеру, центральная военная газета органа Центрального военного совета — «Цзефанцзюнь бао» прочно занимает позиции одного из главных «рупоров» правящей партии и имеет огромную аудиторию. На страницах газеты значительное внимание уделяется идеологическим аспектам повышения престижа военной службы и патриотическому воспитанию резерва армии. Более того, данное издание является фактически перво-

¹ См. Лушников В.П., Папазов А.В. Освещение событий военной прессой <http://ayaxy2.mil.ru/849/13812/13805/index.shtml>

источником политической интерпретации событий для других (нижестоящих) военных печатных СМИ. По сути, вопросы формирования патриотического сознания военнослужащих военными средствами массовой информации Китая представляют собой важнейшую задачу идеологической работы коммунистической партии в войсках. Другими словами, военные СМИ Китая призваны не просто информировать, а убеждать своих читателей в правильности политического курса правящей партии.

В странах Запада ситуация несколько иная. Там нет столь крупных централизованных, как в КНР, военных изданий. Сказываются демократические традиции, а также устоявшееся общественное мнение, что в информационном отражении вопросов военной политики и внутренней жизни вооруженных сил должны активно использоваться гражданские СМИ. Считается, что данные СМИ обладают большей независимостью, а потому способны более объективно и непредвзято освещать процессы, происходящие в военной сфере. Поэтому военным ведомствам приходится постоянно налаживать партнерские отношения с гражданскими СМИ. Однако, затраты на оплату многочисленных публикаций таковы, что на них можно было бы содержать собственные печатные органы. При этом зачастую военные ведомства остаются не удовлетворенными содержанием публикаций на армейскую тематику. Поскольку в силу непрофессионализма, ангажированности, а зачастую нацеленности гражданских СМИ на поиск сенсации (причем в ее негативном аспекте) допускаются грубые ошибки и искажение фактов. В этой связи не случайно в последнее время в странах Запада вновь активно развиваются военные средства массовой информации. Так, вооруженные силы США существенно увеличили расходы на финансирование собственной прессы, именуемой за масштабы деятельности «газетно-журнальной империей Пентагона». В настоящее время она, особенно под влиянием событий происходящих в Ираке и Афганистане, все больше превращается не только в мощное средство информационного воздействия на своих военнослужащих, но и становится средством политической пропаганды и инструментом психологической войны в отношении других государств. Думается, что опыт военных СМИ США в формировании политического сознания военнослужащих представляется весьма интересным, поскольку добровольный принцип комплектования армии США — «контрактниками» начался еще в 1973 году.

В настоящий момент военным ведомством США издается около тысячи изданий (непосредственно им самим или через привлекаемые для этих целей фирмы), в том числе около 200 ежедневных (еженедельных) газет, 300 журналов и бюллетеней¹. Эти издания можно разделить на три группы.

- газеты и журналы Минобороны США, включая видов вооруженных сил (сухопутных войск, ВВС и ВМС), их главных штабов, главных и центральных управлений,

- издания объединений, военно-учебных заведений, гарнизонов и военных баз (как в США, так и на зарубежных театрах военных действий),

- газеты и журналы, издаваемые различными так называемыми «милитаристскими» организациями, объединениями ветеранов, научно-исследовательскими и другими организациями

Одним из изданий, считающихся официозом Пентагона, является бюллетень «Armed forces journal» Это ежемесячный иллюстрированный журнал тиражом до 50 тысяч экземпляров². Основу его составляют официальные документы – директивы и распоряжения министерства обороны, приказы по кадрам, сообщения о научно-исследовательских работах и новинках боевой техники. В то же время на страницах бюллетеня регулярно публикуются материалы пропагандистского и военно-политического характера. Непосредственно же целям прямого идеологического воздействия на солдат и сержантов служит военно-политический журнал «Soldiers Magazine Publication» Главный штаб ВВС курирует ежемесячный журнал «Airman Magazine» – для рядового и сержантского состава. Для личного состава ВМС издаются журналы «Air Navy» (для моряков) и «Marine Corps Gazette» (для морских пехотинцев)

Военные журналы играют ведущую роль в идеологической работе с личным составом армии, ВВС и ВМС США. Они имеют значительные тиражи, весьма разнообразны по тематике. У военного читателя, как и в целом по стране, газеты менее популярны. Тем не менее, военное ведомство США издает несколько центральных газет, а также большое количество войсковых изданий газетного типа, главным образом много-

¹ Подсчитано автором по материалам информационно-справочного сайта <http://www.mondotimes.com/>

² Официальный сайт издания <http://www.afj1.com/>

тиражных газет и периодических «листок новостей», печатающихся ограниченными тиражами

В Великобритании, где Королевские вооруженные силы также комплектуются контрактниками, ведущим печатным органом министерства обороны является журнал «Soldier» (тираж 90 тысяч экземпляров) Он широко распространяется не только среди военнослужащих, но и среди гражданского населения Этот журнал считается официальным изданием военного ведомства В нем публикуется значительное количество материалов политической и военно-политической направленности

Вышеуказанные примеры свидетельствуют о серьезном внимании государства к формированию политической картины мира в сознании военнослужащих-контрактников при помощи средств массовой информации, где военная их часть играет довольно существенную роль Упущения в этих вопросах могут привести к нежелательным последствиям Так, в качестве негативного опыта можно привести пример польского военного ведомства, где была предпринята попытка перевести на коммерческую основу все печатные военные СМИ С этой целью была создана компания «Издательский дом «Bellona», которая занимается издательством журналов и книг на военно-патриотическую тематику Среди самых крупных изданий – еженедельник министерства обороны «Polska Zbrojna» (тираж – 50 тыс экз) Большая часть тиража закупается военным ведомством для бесплатного распространения среди военнослужащих Однако такая «независимость» привела к тому, что в силу повышенных финансовых затрат, трудностей в осуществлении редакционной политики (поскольку стали постоянно возникать противоречия между руководством издания и военным ведомством относительно содержания наполнения журнала), а также снижения оперативности реагирования на события, происходящие в области обороны, эту попытку успешной специалисты не считают¹ И главное, в издании подача политической информации слабо учитывает специфику политической ментальности военнослужащих Поэтому планируется возвращение еженедельника «Polska Zbrojna» в структуру военного ведомства

Исходя из проведенного анализа, можно сделать следующие выводы использование военных средств массовой информации в качестве инструмента формирования политического сознания военнослужащих

¹ См. Маркушин В. Издатель – военное ведомство // Красная звезда – 2004 – 10 апреля

является устойчивой практикой в передовых в военном отношении странах, военные СМИ выступают важнейшим элементом системы политического информирования военнослужащих, дифференциация источников информации для различных категорий военнослужащих позволяет более эффективно воздействовать на их политическое сознание

4. Обоснование основных направлений повышения эффективности деятельности военных СМИ в формировании политического сознания военнослужащих контрактной службы.

Вследствие многочисленных проблем, возникающих в процессе использования военных СМИ в качестве инструмента формирования политического сознания, объективно существует насущная потребность обоснованного и комплексного подхода к повышению эффективности этой деятельности. Автором определен ряд направлений более эффективного использования военных СМИ в формировании политического сознания военнослужащих, проходящих военную службу по контракту

Первое направление – восстановление материально-технической базы государственных военных средств массовой информации. Жесткая конкуренция на российском рынке масс-медиа на сегодняшний день требует от военных СМИ более качественного информационного продукта, совершенствования полиграфического качества печатных изданий, средств доставки теле- и радиосигнала и т.д.

В конце 90-х г. прошлого века в России произошло снижение количества изданий и тиражей военной печати, оперативности их доставки в соединения и части, а также сокращение многих изданий. Это, в свою очередь, привело к снижению информационных возможностей воздействия военных СМИ на сознание военнослужащих. Особенно остро данная проблема обозначилась в ходе проведения контртеррористических операций на Северном Кавказе, где конкурентоспособность в борьбе за общественное мнение военных СМИ была достаточно низкой не только из-за содержательного наполнения, но и подчас из-за невозможности воспроизводить и тиражировать требуемые материалы. Думается, что восстановление материально-технической базы военных СМИ позволит улучшить их возможности в формировании политического сознания военнослужащих-контрактников, особенно в период боевого применения войск и сил.

Таким образом, необходимо повышать возможности военных СМИ в транслировании «заданной» заказчиком (в нашем случае государством) политически значимой информации военнослужащим вне зависимости от места выполнения ими своих обязанностей в местах боевого дежурства и морских походов, в местах проведения контртеррористических операций, локальных войн и военных конфликтов, миротворческих операций, в том числе и за пределами Российской Федерации. По мнению автора, целевая государственная поддержка развития военных средств массовой информации может обеспечить их конкурентоспособность на рынке российских СМИ и усилить влияние публикуемой ими информации на сознание всех категорий военнослужащих.

Второе – дифференциация источников массовой информации, обращенной к военнослужащим контрактной службы. Она заключается в разработке и поддержке органами военного управления различных изданий, ориентированных на данную категорию военнослужащих. По мнению автора, в них должно быть уделено внимание политическим аспектам узконаправленной профессиональной деятельности военного профессионала в выполнении им своих служебных обязанностей; общественно-политической информации, способствующей более глубокому пониманию политических процессов, происходящих как внутри страны, так и за ее пределами, развлекательной (рекреативной) информации – отвечающей повседневной необходимости военнослужащих контрактной службы.

Третье – повышение роли военных электронных средств массовой информации в формировании политического сознания военнослужащих контрактной службы. Как известно, телевидение, радио и Интернет обладают наиболее действенным информационным влиянием на политическое сознание индивидов. В связи с этим особую значимость на сегодняшний день приобретают военные аудиовизуальные СМИ. Специалисты в области массовых коммуникаций единодушны, что по масштабности аудитории и возможности оперативно передавать политическую информацию на первое место среди других каналов массовой информации в современных условиях выдвинулось телевидение. В числе его специфических черт обычно выделяются доступность использования в качестве источника информации, так как оно не требует особого образовательного уровня потребителя информации, доступность восприятия сообщения, одновременность события и его отображения, наглядность,

возможность активного общения в ходе просмотра телепередач, сиюминутность и др

Автор предлагает создать специальные теле-, радиопроекты, целевой аудиторией которых будут военнослужащие контрактной службы, прежде всего на телеканале «Звезда». Кроме того, учитывая бурное развитие всемирной сети Интернет, следует создать сайт, тематика которого была бы ориентирована на рассматриваемую категорию военнослужащих

Четвертое – налаживание более тесного взаимодействия между органами государственной власти и военного управления с вневедомственными военными средствами массовой информации, повышение их заинтересованности в объективном освещении процессов, происходящих в военной организации государства. Одним из путей организации такого взаимодействия могло бы стать создание и проведение через органы законодательной и исполнительной власти государственной программы, предусматривающей поддержку развития вневедомственных военных СМИ. В частности, государство посредством грандов и постоянной материальной поддержки могло бы способствовать повышению эффективности их деятельности в формировании политического сознания военнослужащих контрактной службы.

В диссертации подробно раскрывается содержание указанных направлений. Показывается значение их реализации для формирования требуемых качеств политического сознания, формирования патриотизма военнослужащих контрактной службы, их лояльного отношения к российской государственной власти и политическому режиму.

III. ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ И АПРОБАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Практическая значимость исследования состоит в дальнейшем углублении и расширении научного анализа проблем влияния военных СМИ на политическое сознание военнослужащих контрактной службы. В целом, она определяется совокупностью сформулированных в заключении работы практических рекомендаций, которые подразделяются на две группы: 1) органам государственного управления, 2) органам военного управления. Результаты исследования и сформулированные по его итогам рекомендации, во-первых, обогащают теоретический потенциал военно-гуманитарных наук, во-вторых, ориентируют на совершенство-

вание информационной деятельности, направленной на повышение политической компетентности военных кадров, в-третьих, акцентируют внимание органов военного управления на необходимости более полного использования возможностей военных СМИ в политической социализации военнослужащих контрактной службы, в-четвертых, предъявляют определенные требования к организации деятельности военных средств массовой информации в России

Теоретические выводы и практические рекомендации, изложенные в диссертации, могут быть использованы в преподавании социально-гуманитарных дисциплин в Военном университете, в других вузах МО РФ, а также в воспитательной работе с военнослужащими контрактной службы. Положения исследования ориентированы на совершенствование деятельности военных средств массовой информации, являющихся действенным инструментом политической социализации военнослужащих. Материалы диссертации могут стать основой дальнейших исследований различных аспектов формирования политического сознания военнослужащих, а также выявления основных путей совершенствования информационно-психологической защиты военных кадров от негативного информационного воздействия.

Апробация диссертационного исследования

Основные теоретические положения, выводы и рекомендации диссертации использовались автором в выступлениях перед профессорско-преподавательским составом кафедр журналистики и политологии Военного университета, а также на Международной научной конференции «Цивилизация знаний: инновационный переход к обществу высоких технологий» (г. Москва, Российский Новый университет, Институт научной информации по общественным наукам, 2008 г.)

Кроме того, положения и выводы диссертации на различных стадиях ее разработки обсуждались на заседаниях кружков военно-научного общества Военного университета, использовались при проведении занятий с курсантами по учебным дисциплинам «Теория и практика военной периодической печати», «Современные зарубежные СМИ» и слушателями факультета переподготовки и повышения квалификации по дисциплине «Организация информационного обеспечения ВС РФ» и «Основы государственной информационной политики».

Основные положения диссертации изложены в публикациях:

В ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных Высшей аттестационной комиссией

1 Козлов Д В Современные российские военные СМИ как социально-политическое явление // Власть – 2008 – № 2 – С 22-25 (0,7 п л)

Другие публикации по теме исследования

2 Козлов Д В Проблемы формирования политического сознания личного состава силовых ведомств России военными СМИ Сборник статей адъюнктов Военного университета – М ВУ, 2007 – Ч 2 – С 116-129 (0,8 п л)

Общий объем публикаций по теме – более 1,5 п л



Д Козлов

Подписано в печать 15.10 2008 г Заказ № 421
Формат 60х84/16 Объем 1,5 п л Тираж 80
Типография Военного университета