



005045141

На правах рукописи

ВЕТРОВ Максим Николаевич

**ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
НА ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ОФИЦЕРСКОГО КОРПУСА
ВООРУЖЕННЫХ СИЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

23.00.02 – «Политические институты, процессы и технологии»

Автореферат диссертации на соискание учёной степени
кандидата политических наук

31 МАЯ 2012

Москва – 2012

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном военном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Военный университет»

Научный руководитель: Сацута Александр Ильич
кандидат философских наук, профессор

Официальные оппоненты: Петрий Пётр Владимиров
доктор философских наук, профессор
ФГБВОУ ВПО «Военный университет»,
заведующий кафедрой философии и
религиоведения,

Зелёный Владимир Васильевич
кандидат политических наук.
Военная академии МО РФ доцент кафедры
международных отношений .

Ведущая организация: ФГКОУ ВПО «Военная академия РВСН
им. Петра Великого»

Защита состоится 31 мая 2012 г. в 13.00 часов на заседании диссертационного совета по политическим наукам Д. 215.005.02 в ФГБВОУ ВПО «Военный университет» по адресу: 123001, г. Москва, ул. Б. Садовая, 14.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке «Военного университета».

Автореферат разослан 27 апреля 2012 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор политических наук, доцент



А.В. Брега

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Большая роль в выходе России из затянувшегося переходного состояния принадлежит политической модернизации, повышению эффективности функционирования политической системы общества и, прежде всего, государства как ее основного института. Особое значение в этом отводится выборам, электоральному поведению российских граждан.

Составной частью современного российского электората является офицерский корпус Вооруженных Сил Российской Федерации. Содержание и характер его электорального поведения формируются под воздействием многих факторов. Важнейшим среди них является влияние средств массовой информации. Исследование влияния средств массовой информации на электоральное поведение офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации – это сложная научная проблема политического содержания, имеющая важное теоретическое и практическое значение.

Актуальность исследования влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ определяется следующими обстоятельствами:

1. Необходимостью глубокого и всестороннего осмысления отечественной социально-гуманитарной наукой современных политических реалий в России, процедур и механизмов избирательного процесса, проблем и противоречий в его организации, определения путей повышения демократичности выборов, обеспечения их законности и честности, исключения манипуляций и подтасовок.

2. Потребностями выяснения и всестороннего анализа места и роли различных социально-политических институтов в политическом процессе современной России, механизма их влияния на электоральное поведение российских граждан, возникающих в процессе воздействия социально-политических институтов на поведение граждан в ходе избирательных кампаний противоречий и проблем, определения путей их разрешения. Как показывает мировая и отечественная политическая практика последних лет, различные политические силы широко используют электоральный процесс в своих интересах, в борьбе за власть, с помощью различных средств оказывают противоречивое и неоднозначное влияние на результаты выборов.

3. Возрастающей электоральной активностью граждан России, все более широким включением различных слоев и групп населения, в том числе офицеров Вооруженных Сил Российской Федерации как граждан страны в политический процесс. В современных условиях граждане России все более связывают свое участие в выборах с надеждами на решение имеющихся трудностей и проблем в их жизни, на формирование эффективных органов государственной власти.

4. Повышением роли СМИ в избирательных кампаниях, в формировании электоральных предпочтений и выбора офицерского корпуса Вооруженных

Сил РФ, необходимостью выяснения условий и факторов, ограничивающих использование СМИ в манипулятивных целях, как средства реализации «грязных» технологий.

5. Необходимостью поиска путей оптимизации влияния отечественных средств массовой информации на электоральное поведение социума и офицеров современной российской армии. От решения этой проблемы зависит утверждение демократических принципов в организации жизни российского общества, степень открытости и публичности российской государственной власти.

Степень научной разработанности проблемы. Всю совокупность работ по проблеме электорального поведения и смежных с ней проблемам в зависимости от содержания и характера их положений и идей в настоящее время можно условно разделить на несколько основных групп:

К первой группе следует отнести научные работы, в которых исследуются теоретико-методологические основы политического процесса, политического поведения и политической активности, выясняется их природа, сущность и структура¹.

Вторую группу составляют источники по проблеме электорального поведения в целом, а также электорального поведения отдельных социальных групп и слоёв общества².

¹ См.: *Болотин В.В.* Политическая активность советского воина как объект научного управления : дис. ... канд. филос. наук. Минск, 1991; *Жеребкин М.В.* Политический процесс в условиях трансформации российского общества: сущность, особенности, тенденции развития : дис. ... д-ра полит. наук. М., 2002; *Зубков В.И., Сушенков В.А.* Основные теоретико-методологические подходы к изучению политического участия // Социально-гуманитарные знания. 2011. № 5; *Лиханова И.В.* Дестабилизация политического процесса как угроза национальной безопасности России в контексте социальных трансформаций : дис. ... канд. полит. наук. М., 2010; Политические отношения и политический процесс в современной России : учеб. пос. / под ред. Коваленко В.И. М. : Изд-во МГУ, 2010; Политический процесс в российских регионах накануне электорального цикла 2007–2008 гг; Политический процесс: основные аспекты и способы анализа / под ред. Е.Ю. Мелешкиной. М. : издательский дом «ИНФРА-М», изд-во «Весь Мир», 2001; Современный российский политический процесс : монография / под ред. М.А. Крашенинникова. Казань, 2007; *Шамин И.В.* Технологии «прямых» и «непрямых» действий и их применение в современном международно-политическом процессе : дис. ... д-ра полит. наук. Нижний Новгород, 2011; *Плотникова Т.В.* Политическое поведение в России (социально-философский анализ) : дис. ... д-ра филос. наук. Ростов-н/Д, 2004; *Пушкарева Г.В.* Политическое поведение: теория, методология и практические возможности когнитивного подхода : дис. ... д-ра полит. наук. М., 2004; *Соина Е.С.* Политическое протестное поведение в современной России : дис. ... канд. полит. наук. Ставрополь, 2008; *Смирнова А.А.* Основные тенденции массового поведения в политических процессах современной России (1990-е годы) : дис. ... канд. полит. наук. Воронеж, 2003; *Пискулова Н.Б.* Политическая активность молодежи в постсоветский период : дис. ... канд. полит. наук. Тверь, 2002; *Мастерова Ю.И.* Политическая активность российской молодежи в условиях распространения информационных технологий : дис. ... канд. полит. наук. М., 2009 и др.

² См.: *Айвазян Г.А.* Политическая идентичность граждан современной России в электоральных процессах : дис. ... канд. полит. наук. Ростов-н/Д, 2010; *Будаева Д.Ц.* Электоральное поведение населения в условиях реформирования российского общества :

К третьей группе источников относятся монографии, исследования, научные статьи и другие работы¹, в которых обобщается опыт участия офицерского корпуса в политическом процессе, в т.ч. избирательном процессе, исследуются особенности политического поведения социально-профессиональных групп, в том числе офицерского корпуса.

Четвертую группу образуют диссертационные исследования и прочие научные труды, раскрывающие условия и факторы, влияющие на политическое и электоральное поведение различных социальных групп, в том числе на военнослужащих современной российской армии².

дис. ... канд. полит. наук. Улан-Удэ, 2005; *Коняхин Е.Б.* Динамика электорального поведения в постсоветской России : дис. ... канд. полит. наук. Ростов-н/Д, 2005; *Королькова Ю.М.* Электоральное поведение граждан в современной России : дис. ... канд. полит. наук. Тула, 2007; *Ляхова Г.Н.* Особенности электорального поведения жителей провинциального города : дис. ... канд. социол. наук. М., 2005; *Парфенова О.В.* Электоральное поведение в условиях трансформации российского общества : дис. ... канд. полит. наук. М., 2006; *Пискун К.В.* Особенности электорального поведения в условиях изменяющейся политической системы : дис. ... канд. полит. наук. Ярославль, 2004; *Степаниченко О.В.* Политический инфантилизм как характеристика электорального поведения: на материалах Краснодарского края : дис. ... канд. полит. наук. Краснодар, 2006; *Федоров В.В.* Теоретические аспекты изучения электорального поведения россиян в период формирования современной российской государственности : дис. ... канд. полит. наук. М., 2009; *Федоров В.В.* Русский выбор. Введение в теорию электорального поведения. М.: Праксис, 2010; Электоральное пространство современной России / под ред. А.И. Соловьева. М.: РОССПЭН, 2009 и др.

См.: Армия России: состояние и перспективы. М., 1999; *Бельков О.А.* Российская армия: второе восхождение // Армия. 1993. № 8; *Бельков О.А.* Армия и выборы: о военном электорате // Власть. 1999. № 9; *Бровкин В.Н.* Россия в Гражданской войне: власть и общественные силы // Воп. ист. 1994. №5; *Воробьев К.А.* Как вывести армию из политической борьбы? // Мировая экономика и международные отношения. 1997. №3; *Вятр Е.* Социология политических отношений. М., 1979; *Гидиринский В.И.* Русская идея и армия (философско-исторический анализ). М.: ВУ, 1997; *Драпкин В.Б.* Политизация общества и ее влияние на Вооруженные Силы в современных условиях : дис... канд. филос. наук. М., 1992; *Кривко А.В.* Политическое участие военнослужащих Вооруженных Сил в условиях модернизации российского общества : дис. ... канд. полит. наук. М., 2008; *Куклина И.* Государство и армия: кто кому должен // Мировая экономика и международные отношения. 1997. №6; *Панарин А.С.* Ожидает ли нас военная диктатура? // Власть. 1995. №4; Офицерский корпус Русской армии: опыт самоопознания // Российский военный вестник. Вып. 17. М.: ВУ, Русский путь, 2000; *Панов А.И.* Офицерский корпус и политические процессы в обществе: мировой опыт и российская специфика. М.: ВУ, 2000; *Рыбников В.В., Слободин В.П.* Белое движение в годы Гражданской войны в России: сущность, эволюция и некоторые итоги. М., 1993; *Тарасиков Р.С.* Политическое участие российских офицеров в трансформации государственных и общественных институтов : дис. ... канд. полит. наук. М., 2011; *Шлыков В.В.* Российская армия и мировой опыт: сто лет одиночества // Полития. 2001. № 2 (20); *Шестопал Е.Б.* Личность и политика. Критический очерк современных западных концепций политической социализации. М., 1988 и др.

² См.: *Гасанбеков С.К.* Политические технологии в системе формирования электорального поведения офицерского корпуса Вооруженных Сил России : дис. ... канд. полит. наук. М., 2004; *Горбенко А.Н.* Информационное противоборство в политике современных государств : дис. ... канд. полит. наук. М., 2008; *Данилов А.В.* Влияние ценностных расколов на электоральное поведение : дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2006; *Касамара В.А.* Либеральные ценности и электоральное поведение российских избирателей:

Пятая группа – это источники, в которых рассматриваются место и роль различных социально-политических институтов в отечественном политическом процессе, анализируется их воздействие на политическое и электоральное поведение российских граждан, в том числе офицеров¹.

Классификация работ по исследуемой проблеме, анализ и осмысление их содержания, позволяют констатировать, что в настоящее время в этой области научного поиска накоплен определенный теоретико-методологический потенциал. Он является основой для дальнейшего углубленного исследования электорального поведения как сложного социального явления. Однако многие его аспекты в имеющихся работах рассматриваются в общем плане, изучены частично. А некоторые из них политической наукой не только не

политологический анализ : дис. ... канд. полит. наук. М., 2005; *Комоцкий Б.Б.* Идеино-политические ориентации как фактор политического поведения современного московского студенчества : дис. ... канд. полит. наук. М., 2007; *Парамонова С.К.* Политический маркетинг в России: программирование поведения электората с помощью политических методик и технологий : дис. ... канд. полит. наук. М., 2008; *Пацынко С.В.* Влияние слухов на электоральное поведение избирателей : дис. ... канд. психол. наук. М., 2007; *Урнов М.Ю.* Эмоциональная атмосфера общества и ее влияние на политические процессы : дис. ... д-ра полит. наук. М., 2008; *Хомутова А.Е.* Информационно-коммуникативные детерминанты политического поведения молодежи : дис. ... канд. полит. наук. М., 2010; *Шогина Ю.А.* Имидж выборов и средства массовой информации: социологический анализ технологий регулирования электорального поведения : дис. ... канд. социол. наук. Казань, 2005 и др.

¹ *См.: Багиров Р.З.* Политическая коммуникация в обеспечении военной безопасности Российской Федерации : дис. ... канд. полит. наук. М., 2009; *Бурковский И.В.* Информационные ресурсы политической власти: содержание и современные технологии применения : дис. ... канд. полит. наук. М., 2011; *Гара А.Ф.* Средства массовой информации как фактор политической социализации: на примере Федеральной службы налоговой полиции Российской Федерации : дис. ... канд. полит. наук. М., 2002; *Гришина М.В., Головин А.Г.* Средства массовой информации и выборы: вопросы и ответы. М. : РЦОИТ, 2011; *Задорин И.* СМИ и информационные ресурсы выборных кампаний : матер. науч. конф. факультета журналистики МГУ, 2004; *Козлов Д.В.* Военные средства массовой информации как инструмент формирования политического сознания военнослужащих контрактной службы : дис. ... канд. полит. наук. М., 2008; *Ластовенко Н.С.* Имидж Вооруженных Сил как фактор безопасности Российской Федерации : дис. ... канд. полит. наук. М., 2011; *Малькевич А.А.* Средства массовой коммуникации в избирательном процессе современной России: состояние, система, механизмы взаимодействия : дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2003; *Маркарян В.Р.* Влияние средств массовой коммуникации на электоральное поведение граждан в современной России : дис. ... канд. полит. наук. М., 2006; *Очур А.М.* Воздействие региональных средств массовой информации на мотивацию электорального поведения : дис. ... канд. полит. наук. М., 2005; *Паликова А.М.* Влияние средств массовой информации на формирование электоральных предпочтений российских избирателей : дис. канд. полит. наук. М., 2011; *Плющ А.Н.* Об информационном влиянии политических субъектов на электорат // Социологические исследования. 2010. № 1; *Прилепский В.Ю.* Информация как фактор формирования политического сознания военнослужащих Вооруженных Сил Российской Федерации : дис. ... канд. полит. наук. М., 2001; *Прудников Д.П.* Государственная информационная политика Российской Федерации в области обороны : дис. ... канд. полит. наук. М., 2008; *Прудников Л.А.* Политические технологии как фактор формирования имиджа Вооруженных Сил Российской Федерации : дис. ... канд. полит. наук. М., 2004 и др.

разрабатывались, но даже и не ставились, в частности, влияние средств массовой информации на электоральное поведение офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации.

Актуальность проблемы влияния средств массовой информации на электоральное поведение офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации, её теоретическая и практическая значимость в современных условиях, а также недостаточная степень научной разработки обусловили объект и предмет диссертационного исследования, его цель и задачи.

Объект исследования – СМИ как фактор влияния на электоральное поведение офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации.

Предмет исследования – механизм влияния средств массовой информации на электоральное поведение офицеров российской армии, пути его оптимизации в современных условиях.

Цель исследования – анализ содержания и особенностей электорального поведения офицерского корпуса ВС РФ; определение места и роли СМИ в воздействии на электоральное поведение офицеров современной российской армии, механизм этого воздействия и основные пути его оптимизации.

Объект, предмет и цель исследования предопределили постановку и решение следующих конкретных исследовательских задач:

- на основе анализа и систематизации теоретико-методологических подходов к исследованию электорального поведения определить содержание электорального поведения офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации;

- выявить основные факторы современного социально-политического развития России, влияющие на электоральное поведение российских офицеров, с учетом этого определить его особенности;

- рассмотреть место и роль средств массовой информации в воздействии на электоральное поведение офицеров Вооруженных Сил Российской Федерации;

- выяснить механизм влияния средств массовой информации на электоральное поведение офицеров Вооруженных Сил Российской Федерации и дать характеристику его элементам;

- определить и обосновать основные пути оптимизации механизма влияния средств массовой информации на электоральное поведение офицерского корпуса российской армии.

Методологическую основу исследования составляют общепринятые философско-социологические методы и подходы, а также методы количественного, качественного анализа, закономерности, категории и методы политической науки. При проведении исследования использовались известные общенаучные и прикладные приёмы и методы.

Теоретическую и источниковедческую основу диссертационного исследования составляют труды отечественных и зарубежных ученых, политических деятелей, материалы научных конференций и другие работы. Используются теоретико-методологические подходы к выяснению и

характеристике природы и сущности электорального поведения, теоретические положения о месте и роли средств массовой информации в современном российском политическом процессе, о содержании и характере их воздействия на офицерский корпус. Диссертант опирался на законодательство РФ, международное право, регламентирующее функционирование СМИ, электоральные отношения. Использовались информация из периодической печати, Интернет-публикаций.

Эмпирическую основу исследования составляют: результаты мониторинга социально-экономического и правового положения военнослужащих и членов их семей, ведущегося Научно-исследовательским (социологическим) центром Вооруженных Сил РФ; результаты социологических исследований и опросов военнослужащих, проводимых ведущими российскими социологическими центрами (ВЦИОМ, ФОМ, РОМИР); результаты социологического исследования «Канал» и «Выбор», проведенного Научно-исследовательским (социологическим) центром Вооруженных Сил РФ при непосредственном участии автора диссертационного исследования. Используются статистические данные, информация с официальных сайтов Федерального Собрания Российской Федерации (www.duma.gov.ru; www.gov.ru), а также Центральной избирательной комиссии Российской Федерации (www.cikrf.ru).

II. СТРУКТУРА И ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Диссертационное исследование включает: введение, три раздела, заключение, библиографический список литературы и приложения.

Во введении обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, показывается степень её научной разработанности, определяются объект, предмет, цель и задачи исследования, его теоретико-методологические и эмпирические основы. Формулируется научная новизна работы, положения, выносимые на защиту, раскрывается теоретическая и практическая значимость исследования, формы и способы апробации его результатов.

В первом разделе «Электоральное поведение офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации: содержание и особенности» систематизируются и обобщаются теоретико-методологические подходы к объяснению и раскрытию природы и сущности политического участия как социального явления. Рассматривается соотношение политического участия с такими явлениями, как политическое поведение и политическая деятельность. Определяются различные формы и типы политического участия.

В результате анализа понятий «электорат», «электоральные предпочтения», «электоральный выбор», «политическое поведение» определяется понятие «электоральное поведение». Выясняется и раскрывается сущность электорального поведения как типа политического участия. По различным основаниям выделяются разновидности

электорального поведения и среди них – электоральное поведение офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации как особой социально-профессиональной группы. Дается определение понятия «электоральное поведение офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации». Раскрывается содержание, выделяются и характеризуются особенности электорального поведения офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации, формирующихся под влиянием различных условий и факторов.

Во втором разделе «Место и роль средств массовой информации в избирательном процессе и механизм их влияния на электоральное поведение офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации» дается определение и характеристика СМИ как субъекту избирательного процесса в Российской Федерации. Рассматривается структура современных российских СМИ, их место и роль в современном избирательном процессе в России. Определяются возможности и характер влияния современных российских средств массовой информации на электоральное поведение офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации.

Определяется механизм влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации. Дается характеристика отдельным элементам этого механизма. Системно и комплексно рассматривается функционирование механизма воздействия СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации.

В третьем разделе «Основные пути оптимизации механизма влияния средств массовой информации на электоральное поведение офицерского корпуса современной российской армии» с учётом общепринятой структуры механизма влияния субъекта на объект современной общественно-политической обстановки в России, особенностей и проблем последних избирательных кампаний в России выделяются пути оптимизации механизма влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации. Каждый из выделенных путей обосновывается и аргументируется теоретическими идеями и положениями, ссылками на нормативно-правовые акты, результатами различных социологических исследований, примерами и фактами. На основе выделенных путей формируются некоторые практические рекомендации по усилению и повышению эффективности влияния средств массовой информации на электоральное поведение офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации.

В заключении обобщаются результаты исследования, формулируются общие теоретические выводы, даются практические рекомендации.

III. НАУЧНАЯ НОВИЗНА, ОСНОВНЫЕ ИДЕИ И ВЫВОДЫ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Научная новизна исследования заключается:

- в раскрытии содержания электорального поведения офицерского корпуса ВС РФ;

- в выяснении особенностей электорального поведения офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации, обусловленных условиями развития современной России;

- в определении и анализе места и роли средств массовой информации в воздействии на электоральное поведение офицеров современной российской армии;

- в определении и характеристике основных элементов механизма воздействия средств массовой информации на электоральное поведение офицеров российской армии в современных условиях;

- в обосновании основных путей оптимизации механизма влияния средств массовой информации на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ в современных условиях и выработке на этой основе практических рекомендаций.

В соответствии с научной новизной на защиту выносятся следующие положения:

1. Авторское определение понятия «электоральное поведение офицерского корпуса Вооружённых Сил РФ».

Электоральное поведение офицерского корпуса Вооружённых Сил Российской Федерации – это совокупность действий офицеров по реализации их конституционных прав, как граждан России, на участие в выборах и референдумах, основанных на присущих им политических предпочтениях и ценностях.

Определение электорального поведения офицерского корпуса Вооруженных Сил РФ основано на выделении, анализе и характеристике таких понятий как «электорат», «электоральные предпочтения», «электоральные ориентации», «электоральная активность», «электоральная культура», содержания и сущности электорального поведения как социального явления, типа политического участия. Этимология понятия «электорат» восходит к латинскому «elector», что означает «избиратель», «выбирающий». В настоящее время в отечественной научной, учебной и публицистической литературе, нормативно-правовых актах эта категория употребляется в различном смысловом значении. В диссертационном исследовании в соответствии с различными подходами рассматриваются имеющиеся определения понятия «электорат», его признаки, классификация и сегментирование как социального образования.

«Электорат» как совокупность избирателей рассматривается в качестве базисного ядра социальной поддержки определенной политической партии или ее кандидата на выборах. Часть исследователей трактуют категорию «электорат» в более широком смысле, понимая его как совокупность людей,

юридически обладающих правом голоса и зарегистрировавшихся на избирательных участках; то есть к электорату относятся лица, юридически обладающие правом избирать и прошедшие предварительную регистрацию¹.

Наиболее распространенной в современных отечественных исследованиях и публицистике является трактовка понятия «электорат», основанная на закрепленном в ст. 60 Конституции РФ возрастном цензе, определяющем возможность гражданам РФ самостоятельно, в полном объеме осуществлять конституционные права и обязанности, в том числе и право участвовать в выборах. В этом случае электорат определяется как совокупность граждан страны, достигших 18 лет и обладающих избирательным правом². По мнению автора, такое определение понятия «электорат», во-первых, закрепляет гражданство как основной признак признания индивида частью электората, во-вторых, позволяет уяснить такие категории, как «национальный» электорат, «региональный электорат», «военный электорат» и т.п., обозначающих территориальную, социальную принадлежность избирателей, другие их признаки без учета политико-идеологических предпочтений участников избирательного процесса.

Военный электорат – это совокупность военнослужащих, обладающих специфичным политико-правовым статусом и имеющих право участвовать в выборах. Военный электорат представляет собой социально-профессиональное образование, включающее граждан страны, проходящих военную службу в силовых и других структурах государства, где законом предусмотрена военная служба. Составной частью российского военного электората является офицерский корпус ВС РФ.

Действия электората как субъекта выборов, их содержание и характер определяются его электоральными предпочтениями. Предпочтения понимаются как преимущественное внимание, уважение, одобрение кому-, чему-нибудь сравнительно с кем-, чем-нибудь³. Понятие «электоральные предпочтения» определяется как совокупность социально-политических ценностей и представлений индивидов о государственной власти, о кандидатах во власть, о политических партиях и пропагандируемых ими идеологиях, о функционирующей модели политического устройства общества⁴.

Исходя из этого, электоральные предпочтения следует рассматривать как преимущественное намерение избирателей отдать свой голос на выборах за того или иного кандидата, политическую партию. Электоральные предпочтения неразрывно связаны с политическими предпочтениями, индивидуальными, либо социально-групповыми. Политические предпочтения являются более широкими, а электоральные предпочтения субъектов выборов, выражающиеся

¹ См.: *Сергеева Е.Я.* Российский электорат: проблема выбора и участия. М., 1996. С. 136.

² См.: *Зарубин В.Г.* Российский избиратель: опыт социологического анализа электорального действия. СПб., 1997. С. 6–7.

³ См.: Толковый словарь русского языка : в 4 т. / под ред. Д.Н. Ушакова. М. : Советская энциклопедия; ОГИЗ, 1935–1940. Т. 4 С. 376.

⁴ См.: *Пищулин Н.П.* Политическое лидерство и электоральный процесс // Полис. 1998. № 5. С. 56.

в голосовании избирателей за ту или иную политическую партию или кандидата, являются их проявлением.

На электоральное поведение, по мнению диссертанта, наряду с политическими предпочтениями, позициями и установками, оказывают влияние электоральные ориентации, активность и электоральная культура. В диссертационном исследовании даются (представлены) дефиниции этих понятий. Анализ их содержания позволяет сделать вывод о том, что электоральное поведение социальных субъектов фиксирует их связь со сферой политики, демонстрирует включенность в избирательный процесс.

В политической науке электоральное поведение рассматривается как разновидность политического поведения и характеризуется с точки зрения политического участия. По сути, электоральное поведение следует рассматривать как тип политического участия, так как оно является нерегулярным и эпизодическим, что в целом характеризует политическое участие, отличающее его от политической деятельности, являющимися разновидностями политического поведения. Политическое участие связано «с делегированием властных полномочий, передачей политическому субъекту (лидеру) воли граждан, форма выражения их предпочтений и интересов, участия в управлении государством»¹.

По мнению автора, сущность электорального поведения индивида, социальных групп и образований заключается в субъективно мотивированных социальных ролях, поступках, намерениях, взаимосвязанных реакциях (действиях или бездействиях), выполняемых ими в ранге актора избирательного процесса. В электоральном поведении реализуется совокупность субъективных характеристик (мышление, восприятие, суждение, установка, убеждение, позиция, выбор) индивида, социальных групп и образований, которые проявляются в осуществляемых ими внешне наблюдаемых актах (например, голосование на выборах или уклонение от него), с целью оказания влияния на институты власти, государственную политику, на выбор политических лидеров на любом уровне политической власти. В диссертационном исследовании проведена классификация типов электорального поведения.

Одним из оснований выделения типа электорального поведения является принадлежность избирателей к той или иной социальной группе, образованию. В соответствии с этим различают: электоральное поведение молодежи, электоральное поведение жителей города (деревни), электоральное поведение женщин и т.п. В связи с социально-профессиональной принадлежностью и спецификой труда выделяют такую разновидность электорального поведения, как электоральное поведение военнослужащих в целом и в частности электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ.

2. Авторское понимание особенностей электорального поведения офицерского корпуса российской армии в современных условиях.

¹ Пищулин Н.П. Политическое лидерство и электоральный процесс // Полис. 1998. № 5. С.145.

К основным особенностям электорального поведения офицеров Вооруженных Сил Российской Федерации относятся: 1) высокий интерес к программам политических партий, участвующих в выборах, кандидатов в выборные государственные органы, предлагающих свои пути решения «военных» вопросов; 2) относительная приверженность к поддержке политических партий, участвующих в выборах и кандидатов в органы государственной власти, декларирующих подходы к реформированию российских Вооруженных Сил, направленному на повышение их статуса в обществе, к решению социальных и профессиональных проблем, реализации жизненно важных интересов офицеров и членов их семей; 3) достаточно высокая активность и организованность на выборах и референдумах; 4) определенная ограниченность форм и способов участия в избирательном процессе по сравнению с другими социальными группами российского общества; 5) существенные различия в способах и характере электорального поведения в процессе выборов на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Эти особенности обусловлены следующими обстоятельствами:

Во-первых, несмотря на то, что многие бывшие офицеры Вооруженных Сил являются членами Совета Федерации и депутатами Государственной Думы, региональных законодательных органов единого органа (лоббизма), отстаивающего интересы военнослужащих в российском парламенте, нет. Именно это подталкивает офицеров в ходе очередной избирательной кампании возлагать свои надежды на появление такой политической силы, которая сформулирует и выдвинет в качестве одной из основополагающих программных целей конкретное намерение решать многочисленные «военные» проблемы.

Во-вторых, офицеры, специфика подготовки и деятельности которых способствует их высокой организованности и активности, выражают свою приверженность и поддержку, прежде всего, тем политическим партиям, которые предлагают здравые, а не популистские подходы к реформированию Вооруженных Сил, направленному на повышение их статуса в обществе, к решению социальных и профессиональных проблем, реализации жизненно важных интересов офицеров и членов их семей. Отмеченная организованность и ответственность проявляется и в ходе избирательных кампаний разного уровня. Это, дало основание автору сделать вывод о том, что в ряде регионов России, на территориях отдельных избирательных участков, где доля военных избирателей высока, результаты выборов во-многом определяются электоральными предпочтениями военнослужащих и, прежде всего, офицерского корпуса как костяка военного электората.

В-третьих, определенная ограниченность форм и способов участия офицерского корпуса в избирательном процессе по сравнению с другими социальными группами российского общества определяется тем, что:

– российским законодательством военнослужащим запрещено членство в тех или иных политических партиях. Они могут состоять и участвовать в

деятельности лишь тех общественных организаций, которые не преследуют политические цели;

– офицеры, находящиеся на командных должностях в воинских частях, военных организациях и учреждениях, не могут быть назначены членами избирательных комиссий;

– офицерам, при исполнении ими своих служебных обязанностей, запрещается распространять любые политико-агитационные материалы, в том числе, проводить предвыборную агитацию.

В четвертых, электоральное поведение российских офицеров во многом зависит от содержания и характера профессиональной деятельности офицерского корпуса, иерархического распределения его служебных полномочий и ролей, объема решаемых офицерами задач. Кроме того, профессиональная деятельность офицерского состава организована на принципе единоначалия и беспрекословного повиновения. Такая жесткая регламентация военно-служебных отношений требует от них строгого соблюдения таких принципов, как персональная ответственность, организационная целесообразность, делегирование полномочий, контроль и доверие. Все это может сказываться на различиях в способах и характере электорального поведения офицерского корпуса российской армии на выборах разного уровня.

Вместе с тем, необходимо отметить, что особенности электорального поведения российского офицерского корпуса подвижны, изменчивы и во многом детерминированы динамикой социально-политической и экономической ситуации в стране, уровнем их жизни, социальным статусом, политическими симпатиями и антипатиями, личными взглядами и убеждениями, подсознательными стереотипами и привычками.

3. Результаты анализа места и роли средств массовой информации в воздействии на электоральное поведение офицеров Вооруженных Сил РФ.

По результатам анализа места роли СМИ в воздействии на электоральное поведение офицерского корпуса ВС Российской Федерации автор пришел к следующим выводам:

1. СМИ относятся к числу ведущих и наиболее эффективных субъектов формирования электорального поведения офицерского корпуса ВС РФ. Объектом воздействия СМИ преимущественно является субъективная мотивация электорального поведения офицеров, т.е. их электоральные предпочтения, ценности, установки.

2. СМИ обеспечивают всеохватывающее воздействие на офицерский корпус как электорат.

3. Воздействие СМИ на электоральные предпочтения, ценности и установки не прямолинейно и носит неоднозначный и противоречивый характер.

4. СМИ обладают кумулятивным характером воздействия на электоральное поведение, эффект их воздействия зачастую проявляется не сразу, одномоментно, а в процессе накапливания поступающей информации.

5. СМИ обладают широким разнообразием технологий, приемов и методов воздействия на электоральное поведение, их влияние на объект является постоянным и непрерывным.

Средства массовой информации представляют собой сложную систему источников сообщений и их получателей, связанных между собой каналами движения информации. Их эффективность, особенно общественно-политическая, определяется не только целью и задачами воздействия на адресатов, но и тем, насколько их содержание и формы соответствуют текущим информационным нуждам населения или отдельных групп общества. СМИ с полной уверенностью можно отнести к одному из основных и действенных субъектов современной политики, с помощью которых осуществляется управление обществом. Они обеспечивают сбор, обработку, распространение информации; формирование общественного мнения, политического сознания и политической культуры, способствуют легитимации политических структур; выступают важным атрибутом оппозиционной политической деятельности; могут стать источником стабильности или нестабильности общества.

Средства массовой информации занимают исключительное положение и в избирательном процессе – они являются ведущим каналом распространения информации о выборах, обмена ею между субъектами выборов. Благодаря СМИ избиратели формируют свои представления о ходе избирательной кампании, кандидатах и политических партиях, участвующих в выборах. Деятельность СМИ по созданию и распространению информации, связанной с выборами, включает два основных направления – информирование избирателей и предвыборную агитацию.

Информирование избирателей осуществляется через освещение в средствах массовой информации избирательной кампании, разъяснение избирательного законодательства, распространение информации о сроках и порядке голосования, сообщения сведений о кандидатах и партиях, а также об итогах голосования и результатах выборов. Предвыборная агитация посредством СМИ осуществляется кандидатами и политическими партиями с целью побудить избирателей участвовать в выборах и голосовать за определенных кандидатов (политические партии) или против них.

Особую роль в воздействии на электоральное поведение офицерского корпуса играют военные средства массовой информации – «периодические печатные издания, учредителями которых являются Министерство обороны РФ и Генеральный штаб Вооруженных Сил РФ, а также редакционно-издательские организации, редакции теле- и радиовещания Вооруженных Сил РФ, которые готовят и издают теле-, видео-, кинохроникальные программы и иные формы периодического распространения массовой информации»¹.

В целом влияние СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса можно оценить довольно высоким уровнем доверия, которое оказывают офицеры средствам массовой информации. Это подтверждается результатами

¹ О мерах по совершенствованию информационного обеспечения Вооруженных Сил РФ : приказ министра обороны РФ № 166 от 7 апреля 2000 г.

исследования, проведенного Научно-исследовательским центром (социологическим) Вооруженных Сил РФ, в ходе которого определялись основные каналы получения информации различными категориями военнослужащих и выявлялись их информационные предпочтения¹. Согласно им, основными источниками получения информации о событиях в стране и мире старшие офицеры считают: передачи телевидения – 85%, Интернет – 54%, газеты – 53%, журналы – 22%, друзья и радио – 20%, командование части и служебные источники – 13%, родственники – 2%. Младшие офицеры к таковым относят: передачи телевидения – 80%, Интернет – 70%, газеты – 53%, командование части – 27%, друзья – 25%, радио – 24%, журналы – 22%, служебные источники – 18%, родственники – 10%. Таким образом, главными информационными ресурсами СМИ для офицеров являются телевидение, Интернет и газеты. Вместе с тем, опрос показал, что 24% старших офицеров и 30% младших офицеров вообще никогда не посещали официального сайта Министерства обороны. Другая же часть – 36% старших офицеров и 32% младших офицеров – оценила качество его информационного наполнения как «удовлетворительное».

Таким образом, место и роль средств массовой информации в избирательном процессе интерпретируется в широком диапазоне – от полного отрицания воздействия на мотивацию электората до его абсолютизации и определяющего характера. Анализ российской электоральной практики показывает, что при одних обстоятельствах влияние СМИ может быть сильным, при других – пренебрежимо слабым. Известны и случаи массового голосования, игнорирующего информационно-агитационное воздействие, а то и прямого протеста больших социальных групп избирателей против применения медийных ресурсов одной из политических сил.

4. Характеристика механизма влияния СМИ на электоральное поведение офицеров российской армии в современных условиях.

Механизм влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса это – сложная система находящихся во взаимосвязи и взаимодействии элементов, выполняющих в ней определенные роли по отношению друг к другу и обеспечивающих функционирование системы как единого целого. Он обеспечивает передачу информации от СМИ, относящейся к выборам, к ее потребителю (офицерскому корпусу) и его обратную связь с учредителями СМИ. Функционирование механизма влияния средств массовой информации на электоральное поведение офицерского корпуса обеспечивает те или иные его изменения и определенную динамику в ходе избирательных кампаний.

С учетом применяемых в современной отечественной социально-гуманитарной науке подходов к определению структуры механизма информационного воздействия на общественные явления, процессы и объекты, к числу элементов структуры механизма влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса в работе относятся: субъект, объект, нормативно-правовые и организационные основы, цели и содержание влияния,

¹ См.: Опросы // http://mil.ru/science/sociological_center (дата обращения: 20.05.2011).

технологии воздействия СМИ, инструментарий (средства, методы, формы) воздействия.

Субъект механизма влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ представляет собой всю совокупность видов отечественных СМИ, функционирующих сегодня в информационном пространстве Российской Федерации. Как субъект информационного воздействия они являются социальным институтом, представляющим собой формализованное объединение людей, члены которого находятся в определенных субординационно-координационных отношениях между собой и используют различные средства, приемы и способы для сбора, обработки и передачи информации в ходе избирательных кампаний к офицерскому корпусу для достижения определенной цели. Среди СМИ как субъектов влияния на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ особая роль принадлежит военным СМИ.

Объектом механизма влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ является личность российского офицера в совокупности всех присущих ей социально-психологических и политико-идеологических качеств, в т.ч. субъективно-духовных характеристик. В духовно-идеологическом воздействии СМИ на личность российского офицера особое значение имеют такие характеристики ее сознания, как мышление, восприятие, представления, установки, предпочтения, знания, убеждения, ценности, идеалы.

Нормативно-правовые и организационные основы как элемент механизма влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ составляют нормы права и принципы, определяющие функционирование и деятельность СМИ в целом и в ходе избирательных кампаний, регламентирующие политическое поведение офицерского корпуса российской армии. Это, прежде всего, статьи Конституции РФ, федеральных законов РФ «О средствах массовой информации», «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдумах граждан Российской Федерации», «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации», «О выборах Президента Российской Федерации», «Об обороне», «О воинской обязанности и военной службе», «О статусе военнослужащих» и других федеральных законов и нормативно-правовых актов. Организационными основами функционирования и деятельности СМИ, в т.ч. их влияния на электоральное поведение офицерского корпуса, являются принципы гуманизма, демократизма, массовости, объективности, правдивости, оперативности.

Цели и содержание в механизме воздействия СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ задают характер и направленность влияния СМИ, ориентируют на достижение определенного результата их воздействия. Цель влияния определяется учредителем СМИ с учетом его политико-идеологических ценностей и установок. В связи с этим, в современных условиях, как свидетельствуют результаты социологических исследований, воздействие СМИ на электоральное поведение офицерского

корпуса российской армии является противоречивым. В диссертационном исследовании представлены выводы по результатам анализа различных статистических данных и фактического материала о характере и результативности воздействия различных СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса. Содержание влияния СМИ на электоральное поведение офицеров зависит от его целей и составляет совокупность идей, фактов, положений, мифов, стереотипов и т.д., которые доводятся до сознания офицера.

Технологии воздействия СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ составляют совокупность последовательно применяемых процедур и приемов, направленных на наиболее оптимальную и эффективную реализацию цели воздействия и достижение необходимого результата. В процессе избирательных кампаний наиболее широко используются СМИ технологии воздействия на сознание офицерского корпуса, основанные на принципах организации психологического воздействия на личность, учитывающие психологические основы восприятия и оценки информации.

Инструментарий влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ составляют средства, приемы и формы информационного воздействия на сознание личности офицера. Основными средствами влияния являются операциональные, методические и технические. К методам воздействия СМИ на сознание личности офицера относятся убеждение, внушение, подражание, поощрение. Формами информационного воздействия СМИ являются политическая реклама, предвыборная агитация и пропаганда, «паблик рилейшенз» или PR.

Механизм влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ представляет систему взаимосвязанных элементов, дополняющих друг друга, функционирующих согласованно и скоординировано. В диссертационном исследовании делается вывод о том, что в новых условиях под влиянием их динамики и изменений он нуждается в совершенствовании и оптимизации.

5. Обоснование основных путей оптимизации механизма влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса современной российской армии.

В диссертационном исследовании выделяются следующие основные пути оптимизации механизма влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ: совершенствование нормативно-правовой основы деятельности СМИ в избирательном процессе; оптимизация структуры и улучшение технической оснащенности российских СМИ; создание условий для предотвращения использования СМИ в реализации «грязных» избирательных технологий, распространении фальсификаций в ходе избирательных кампаний; приоритетное использование в процессе избирательных кампаний наиболее востребованных в офицерской среде СМИ; повышение эффективности технологий воздействия СМИ на электоральные предпочтения и электоральный выбор офицеров российской армии; развитие и совершенствование политической культуры офицерского корпуса ВС РФ.

Определение основных путей оптимизации механизма влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ в диссертационном исследовании осуществляется с учетом содержания этого механизма, оценки эффективности его функционирования в современных условиях. А их обоснование на основе результатов анализа и осмысления проблем и недостатков в организации и проведении избирательных кампаний в России последних лет, в деятельности СМИ как субъекта избирательного процесса и участия офицеров в выборах. Для выявления и обоснования основных путей оптимизации механизма влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ используются результаты конкретно-социологических исследований, выводы и оценки ЦИК России, органов военного управления, аналитические материалы исследовательских центров, публикации в периодической печати по итогам выборов в 2010 – 2012 гг.

Совершенствование нормативно-правовой основы деятельности СМИ в избирательном процессе. В диссертационном исследовании аргументируется необходимость принятия ряда мер по совершенствованию нормативно-правовой основы деятельности СМИ в избирательных кампаниях. Среди них: установление правовой нормы об ответственности СМИ за распространение недостоверной информации о кандидатах в органы государственной власти и местного самоуправления, политических партиях, объединениях и блоках, участвующих в выборах; обеспечение правовых гарантий кандидатам в органы государственной власти и местного самоуправления, политическим партиям, объединениям и блокам, участвующим в выборах, равного доступа к различным СМИ на выборах разного уровня; законодательное закрепление обязанности военных средств массовой информации информировать военный электорат о предвыборных программах и платформах кандидатов в органы государственной власти и местного самоуправления, политических партий, объединений и блоков, участвующих в выборах, в голосовании за которых данный электорат будет участвовать.

Оптимизация структуры и улучшение технической оснащенности российских СМИ. Оптимизация структуры СМИ в современных условиях может быть достигнута за счет формирования различных видов общественных СМИ, развития сети региональных и местных СМИ, кабельного телевидения и радиовещания, Интернета, ликвидации не востребуемых и не пользующихся популярностью у большинства населения страны СМИ. Очевидно, что требуется расширение сети военных СМИ как печатных, так и аудио и видео, особенно в военных округах и соединениях. Улучшение технической оснащенности отечественных СМИ может быть обеспечено, прежде всего, путем внедрения компьютерных средств обработки, оформления и передачи информации, улучшения средств ее приема и восприятия, например, перевод телевидения на цифровое вещание. В России сегодня необходима продуманная и целенаправленная государственная информационная политика.

Создание условий для предотвращения использования СМИ в реализации «грязных» избирательных технологий, распространении фальсификаций в ходе избирательных кампаний. Для предотвращения использования СМИ в

реализации «грязных» избирательных технологий, распространении фальсификаций в ходе избирательных кампаний требуется совокупность организационных, правовых, экономических, морально-нравственных и других условий. В качестве таких условий могут выступать формирование механизмов гражданского контроля за деятельностью СМИ, создание при СМИ общественных советов и института наблюдателей, утверждение в обществе атмосферы общественного осуждения, как заказчиков, так и исполнителей и распространителей «грязных» технологий и фальсификаций. Особое значение имеет принятие правовых норм, призванных пресечь применение участниками избирательного процесса манипуляций и «грязных» технологий, усиление контроля со стороны государственных органов, избирательных комиссий за деятельностью СМИ в период избирательных кампаний. Необходимо повышение правовой культуры всех участников избирательного процесса.

Приоритетное использование в процессе избирательных кампаний наиболее востребованных в офицерской среде СМИ. По результатам социологических исследований информационных предпочтений и основных каналов потребления информации различными категориями военнослужащих выявлено, что наиболее востребованными в современных условиях СМИ, которым доверяют офицеры, являются: телеканалы – «Первый канал», «Россия – 1», НТВ, «Звезда», «Вести 24», REN-TV, «5 канал», ТНТ, СТС, «Культура»; периодические печатные издания – «Российская газета», «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Красная звезда», «Армейский сборник», «Ориентир». С учетом этого представляется целесообразным в ходе избирательных кампаний использовать их в качестве основных источников передачи и доведения до офицерского корпуса ВС РФ предвыборной информации, повысить объективность, аналитическую составляющую и оперативность их информационных материалов. Необходимо также повысить привлекательность официального сайта Министерства обороны в Интернете, активизировать деятельность ведомственных радиовещательных станций, радиопузлов военных гарнизонов.

Повышение эффективности технологий воздействия СМИ на электоральные предпочтения и электоральный выбор офицеров российской армии. Повышение эффективности технологий воздействия СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ предполагает, прежде всего, комплексное применение различных видов СМИ в ходе избирательных кампаний в воздействии на электоральные предпочтения и электоральный выбор офицеров, использовании, наряду с традиционными СМИ, таких средств доведения до них информации, как кино- и видео средства, лазерные и DVD диски, кабельное телевидение, мобильные средства связи, обычная и электронная почта. Эффективность воздействия СМИ на личность офицера, его электоральное поведение может быть достигнута также за счет актуальности и глубины информационных материалов, распространяемых в ходе избирательных кампаний, их яркости и образности, ориентированности на идеологические и психологические компоненты сознания.

Развитие и совершенствование политической культуры офицерского корпуса ВС РФ. Политическая культура офицера является важнейшим условием его политической, в т.ч. электоральной активности. Представляя собой сложное социальное образование, включающее политическое сознание и политическое поведение в совокупности составляющих их элементов, она задает ценностные ориентиры электорального поведения, определяет его формы и способы. Уровень развития политической культуры определяет степень осознанного приобщения офицера к различным источникам информации, целенаправленность потребления информации, формирования на этой основе его определенных электоральных предпочтений и установок. Развитие и совершенствование политической культуры офицерского корпуса ВС РФ в современных условиях достигается усвоением им политических и правовых знаний, осознанием и принятием системы демократических ценностей и идеалов, включением, с учетом правовых ограничений, предусмотренных законодательством Российской Федерации, в политический процесс, в том числе участием в избирательных кампаниях.

Наряду с выделенными основными путями оптимизации механизма влияния СМИ на электоральное поведение офицерского корпуса ВС РФ существуют и другие.

IV. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ РЕЗУЛЬТАТОВ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ И ЕГО АПРОБАЦИЯ

Научно-практическая значимость диссертационного исследования определяется тем, что в нем выделяются и характеризуются, системно и комплексно осмысливаются содержание и особенности поведения офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации, различные аспекты влияния средств массовой информации на электоральное поведение офицеров российской армии в современных условиях. Общетеоретические выводы и обобщения, практические рекомендации, содержащиеся в исследовании, расширяют границы научного познания в области электорального поведения, определяют ориентиры оптимизации электорального поведения офицерского корпуса Вооруженных Сил Российской Федерации в условиях политической модернизации российского общества, реформирования российской армии. Результаты исследования, его идеи, положения, обобщения и выводы могут быть использованы:

1. Для дальнейшего углубления теоретических представлений о структуре и содержании политического процесса, в частности, о его субъектах и их политическом поведении.
2. Для разработки относительно самостоятельного направления прикладных политических исследований – теории электорального поведения.
3. Научно-педагогическими кадрами в преподавании отдельных тем и спецкурсов по общей и военной политологии в высших учебных заведениях, осуществляющих подготовку специалистов в области государственного,

политического и военного управления, а также при разработке учебных пособий и в научно-исследовательской работе.

4. Органами законодательной власти в целях дальнейшего совершенствования нормативно-правового регулирования избирательного и электорального процессов.

5. В организации деятельности отечественных СМИ в период избирательных кампаний.

Основные теоретические положения и практические выводы диссертационного исследования излагались автором в выступлении на международной научно-практической конференции «Комплексная безопасность. Новые горизонты» (ноябрь 2011 г.), в выступлениях и научных сообщениях на заседаниях кафедр политологии и социально-культурной деятельности Военного университета. Положения, идеи и выводы работы использовались при проведении занятий со слушателями и курсантами, раскрыты в публикациях автора, общий объем которых составил 2 п.л.

Статьи в рецензируемых научных журналах и изданиях, входящих в перечень ВАК:

1. Ветров М.Н. Детерминация электорального поведения военнослужащих в современных условиях // Вестник Военного университета. 2011. № 2 (26). С. 99–103 (0,5 п.л.).

В других изданиях:

1. Ветров М.Н. Электоральное поведение: сущность, типы, условия и факторы влияния в Вооружённых Силах РФ // Сборник научных статей адъюнктов. М. : Военный университет. 2011. №19. Ч. 1. С. 22–37 (1 п.л.).

2. Ветров М.Н. Электоральные предпочтения офицерского корпуса МЧС современной России // Комплексная безопасность. Новые горизонты : материалы международной научно-практической конференции (25.11.2011 г.). Химки : ФГБОУ ВПО «АГЗ МЧС России», 2011. С. 29–34 (0,5 п.л.).