



рует жертвенную роль на окружающий его мир. Информацию он воспринимает как технологию разрушения этого мира либо как технологию созидания нового мира, но не того, который ему мил и который он считает своей Родиной.

В этом смысле негативное и позитивное отношение человека к росту в геометрической прогрессии информационных потоков в условиях глобализации как раз и создает тот масштабный вызов традициям национально-государственного и культурного суверенитета, о котором много говорят и пишут, но не связывают его напрямую с ростом информационных потоков. Тот, кому этот рост нравится, и тот, кому он не нравится, под воздействием нарастающего информационного давления оказываются в роли носителей обостренного патриотического чувства.

Это объясняет, почему глобализация вызывает негативное отношение у обществ, которые действительно от нее проигрывают, и у тех обществ, которые, очевидно, могли бы выиграть от нее. Глобализация создает системный вызов патриотизму как технологии увязывания политических практик с неполитическими, поскольку она лишает эти связи той гибкости, которые прежде придавали ей разнообразные и редко повторяющиеся традиции, в том числе политические. С другой стороны, именно патриотические чувства сегодня становятся тем фактором, который гарантирует, что связи политического и неполитического не дойдут до состояния хрупкости, не начнется на региональном или государственном уровне выделение политики в автономную область политических отношений, за чем неизбежно последует нарастание авторитарных тенденций в политике и протестных настроений в обществе.

УДК 32.019.52

ОСОБЕННОСТИ МЕТОДОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ ИМИДЖА АРМИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Н. С. Куфтов

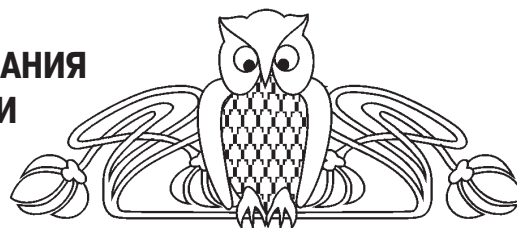
Саратовский государственный университет
E-mail: bmkkpn@gmail.com

В статье критически рассмотрен основной универсальный подход к анализу институционального имиджа Российской армии и предложен авторский вариант методологии, основанный не на исключительности статуса института армии в политической системе, а на органической включенности в эту систему. Такой подход позволяет отследить проблему имиджа Вооруженных сил в динамике на основе многофакторной причинной обусловленности.

Ключевые слова: политический имидж, институциональная имиджелогия, имидж Российской армии, методология анализа политического имиджа.

Примечания

- ¹ См.: *Вилков А. А., Данилов М. В., Шестов Н. И.* Общественное мнение в преддверии избирательного цикла: глубинные основания и конъюнктурные проявления // *Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология.* 2007. Т. 7, вып. 2. С. 79.
- ² См.: *Валуев В. Г.* Пути формирования патриотизма в современной России // *Вестн. ПАГС.* 2008. № 3 (16). С. 45–49; *Вырицков А. Н., Кузмарцев М. Б.* Патриотическое воспитание молодежи в современном российском обществе. Волгоград: НП ИПД «Авторское перо», 2006; *Гаврилюк В.* Гражданственность и патриотизм в системе ценностей современной молодежи // *Евразийское сообщество.* 2007. № 2 (58). С. 149–155; *Дорофеев В. И.* Патриотизм как важнейшая часть политической культуры общества // *Проблемы политологии и политической истории: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 13.* Саратов: Изд-во Саратов. ун-та. 2004. С. 128–136; *Жаде З. А.* Патриотизм как фактор укрепления российской идентичности // *Патриотизм и интернационализм как источники победы советского народа в годы Великой Отечественной войны: Всерос. науч.-практ. конф. 27–29 ноября 2008 г.* СПб.; Майкоп, 2008; *Иванова С. Ю., Лутвинов В. И.* Современный российский патриотизм. Ростов н/Д, 2008; *Леваиш В. К.* Патриотизм в контексте современных социально-политических реалий // *Социс.* 2006. № 8. С. 67–76; *Наумов С. Ю., Чернышук Н. Я.* Гражданское и патриотическое воспитание молодежи: учеб. пособие / предисл. Ю. И. Тарского. Саратов: Изд-во Поволжской академии гос. службы им. П. А. Столыпина, 2007; и др.
- ³ См.: *Леваиш В. К.* Глобализация и патриотизм. Опыт социологического исследования. М.: РИД ИСПИ РАН, 2006.



Specialties of Methodology of Exploration of the Army Image in Modern Russia

N. S. Kuftov

This article critically considers the main universal approach to analysis of an institutional image of the Russian army. The author offers his own variant of methodology based not on exceptional nature of army status in political system but on organic involvement in this system. Such an approach allows observing the problem of armed forces' image in dynamic and on the basis of multifactor causal dependence.



Key words: political image, institutional science of image, image of the Russian army, methodology of political regime's analysis.

Современная политология стремится к унификации общего набора тех методов, при помощи которых она изучает политические процессы, институты, механизмы и технологии и их восприятие в массовом сознании. Это естественным образом отражает стремление большинства отечественных политологов оказать содействие процессу становления той или иной отрасли своей науки. Однако оборотной стороной этого стремления становятся проблемы адекватности методологии предмету исследования. Рассмотрим данную проблему на примере институционального имиджа Российской армии.

Предмет исследования у любой науки чаще всего стремится к расширению и разнообразию. Не является исключением и институциональная политическая имиджелогия, практическое значение которой обусловлено тем, что «развитие избирательных технологий основывалось в значительной степени именно на целенаправленном конструировании и внедрении в массовое сознание тех образов политиков, которые бы находили наибольший отклик у избирателей»¹.

Эта проблема хорошо видна на примере современных исследований имиджа Российской армии. Авторы таких работ, а их немало появилось за последнее десятилетие², достоинством своих исследований представляют именно то, что им удалось для изучения имиджа армии использовать тот же комплекс методов и подходов, который наработан в рамках современной социологии и психологии. Это делает возможным для исследователя при решении проблемы имиджа Вооруженных сил прямо апеллировать к сведениям о структуре групповых и индивидуальных идентичностей³, к возрастной психологии⁴ той части российской молодежи, которая стремится в ряды армии (а также к той, которая не стремится туда); к данным о результативности патриотического воспитания молодежи и т. д. Исследователи же могут сформировать достаточно тривиальный единый подход к политологическому анализу проблем имиджа армии. Суть его в утрированном виде состоит в следующем: данный имидж будет обладать тем большей привлекательностью, чем большее число людей уверится в том, что служить в армии – это хорошо, а не служить – плохо.

Действительно, армия – это ключевой и жизненно значимый институт государства. И если продолжить логику этого методологического подхода, то можно сказать, что Российское государство в глазах своих граждан будет обладать тем большей привлекательностью, чем большее число граждан уверится, что жить в государстве – это хорошо, а жить без государства – это плохо. Но проблема заключается в том, что такой линейной зависимости не наблюдается. Чаще всего нормально функционирующее государство является

объектом постоянной критики со стороны нормально функционирующего общества. И граждане, за редким исключением случаев эмиграции по политическим и иным мотивам, не проводят прямой связи между своим желанием бранить свое государство и готовностью покинуть его и стать гражданами другого государства или жить в какой-то родоплеменной общности.

Этот подход можно применить и к изучению имиджа армии. Почему, собственно, готовность человека служить или не служить в армии должна определяться мерой того, насколько армейская служба и быт ему нравятся или не нравятся? Нормальный гражданин соотносит себя с армией примерно так же, как он соотносит себя со своим государством в целом. Он ругает чиновников за воровство, некомпетентность, государственные институты за их многочисленность и обременительность для кошелька налогоплательщика, но он не отворачивается от нужд своего государства, не отказывается (в большинстве случаев) подчиняться его законам. Он не отвергает даже прошлого своего государства и в этом очень и очень проблемном прошлом находит мотивы для своего патриотического настроения и для своих представлений, что при определенных усилиях со стороны других граждан и его собственных «его государство» может стать лучше, чем было.

Точно так же можно поставить вопрос: правомерно ли при анализе состояния имиджа современной Российской армии в качестве чуть ли не ключевых факторов снижения этого имиджа рассматривать те же факты коррупции в военном руководстве страны и в воинских частях, неуставных отношений между военнослужащими, просчеты в военном планировании, при проведении военной реформы, включая техническое перевооружение Вооруженных сил? Это, безусловно, влиятельные факторы, но ключевые ли?

Если обратиться к прошлому, то воровали и в царской армии, и в советской. Были те же самые неуставные отношения и организационно-технические просчеты, многие из которых становились достоянием гласности в результате военных конфликтов, в которых участвовала наша страна, и в результате мер, предпринимаемых самим руководством страны по наведению порядка в армии. Но линейной зависимости между этими фактами и имиджем армии в нашем сознании не возникает. Сегодня имидж царской армии стал чуть ли не образцом для подражания. Имидж Советской армии тоже на высоте. Притом сами же исследователи нередко отмечают, что многие проблемы современной Российской армии и военной политики возникли не сегодня, они копились многие десятилетия советской и постсоветской истории.

Это дает основание предположить, что в методологии исследования проблем имиджа современной Российской армии, как и проблем имиджа Вооруженных сил во все времена отечественной истории, надо исходить не из негласного призна-



ния особенности их места в системе государственных институтов, а как раз наоборот, из факта их органической включенности в эту систему. Иначе говоря, целесообразной в методологическом плане выглядит исследовательская позиция, которая подразумевает, что имидж армии есть своеобразный «слепок» с имиджа нашего государства, со всех его достоинств и недостатков, которые фиксируются массовым сознанием и трансформируются в нем в те имиджевые характеристики, которые затем выявляются средствами политического и социологического анализа.

Ключевое преимущество такой методологии, как представляется, в том, что она позволяет отследить проблему имиджа Вооруженных сил в динамике. Когда имидж, его состояние выводится из зафиксированных социологами и политологами реакций массового сознания на случаи воровства и некомпетентности в жизни армии, то таким образом фиксируется конкретная ситуация на конкретный момент времени. И закономерно возникает вопрос: а до этих вскрывшихся негативных фактов имидж армии был принципиально другим, он станет сразу лучше, как только в армии выведут всех казнокрадов?

Достаточно самого общего знакомства с данными социологических опросов по армейской проблематике за последний десяток лет⁵, чтобы понять, что в это десятилетие отношение массы российских граждан к Российской армии, конечно, менялось, но не настолько резко, как это могло бы произойти в случае непосредственных реакций массового сознания на скрывавшиеся негативные моменты. Изменения носили более плавный характер. И если плавность этих изменений с чем-то синхронизируется, то, скорее, именно с изменением общего отношения российских граждан к своему государству, его состоянию, его потенциалу силы. В своей дальнейшей работе мы намереваемся реализовать этот подход и попытаться представить динамику имиджа Российской армии в связи с общей динамикой имиджа российской политики, государственной в первую очередь.

Естественно, что у такого подхода есть свои изъяны. Учтя, что армия – не простой государственный институт, а такой, по состоянию которого можно точно определить состояние государственного суверенитета точно так же, как по состоянию сердечной деятельности можно определить, жив ли человек, можно утверждать, что армия обладает уникальностью. Эта уникальность, как иногда можно наблюдать в современном третьем мире (события в Египте в июле 2013 г. – наглядный тому пример) и даже в некоторых европейских (балканских особенно) странах, имеет способность возрастать в периоды политических кризисов. Она достигает степени, когда власть армии становится для массового сознания

более предпочтительной, чем власть институтов гражданского общества и правового государства. Для таких случаев, вероятно, не подойдет и критикуемая нами методология выявления причин массовой «любви» и «нелюбви» к армейской службе. Тут надо искать особые подходы. Но для случаев, когда армия занимает в системе государственного механизма то самое место, которое ей определено Конституцией, когда граждане не видят в армии ничего, кроме олицетворения государственного порядка и политического суверенитета нации, для анализа таких состояний наши предложения по корректировке методологии представляются допустимыми и целесообразными.

Примечания

- ¹ *Вилков А. А., Вилков С. В.* Специфика институционального имиджа в российской политической имиджелогии // Научная мысль Кавказа. Приложение № 12 (96). 2006. С. 90.
- ² См.: *Веремчук В. И., Крутилин Д. С.* Имидж военного руководителя как фактор эффективности управления воинским коллективом : социологический анализ // Социология в системе научного управления обществом : материалы IV Всерос. социол. конгресса. М., 2012. С. 1835–1836 ; *Крутилин Д. С.* О социологическом исследовании имиджа офицеров на современном этапе модернизации Российской армии // Там же. С. 1841–1842 ; *Новик В. К., Передня Д. Г.* Имидж современной Российской армии глазами молодежи // Социс. 2006. № 11. С. 101–107 ; и др.
- ³ См.: *Бурда С. М.* Престиж военной службы // Социс. 1999. № 2. С. 63–69 ; *Клементьев Р. П., Николаева И. А.* Призыв на военную службу // Социс. 2000. № 10. С. 72–76 ; *Смирнов А. И.* Факторы формирования доверия к Российской армии // Социс. 2009. № 12. С. 100–108 ; *Шевцов В. В.* Отношение школьников и студентов к военной службе // Социс. 2006. № 6. С. 111–113 ; и др.
- ⁴ См.: *Давыдов Д. Г.* Социально-психологические особенности имиджа Вооруженных Сил России в молодежной среде : дис. ... канд. психол. наук. М., 2005 ; *Евенко С. Л.* Социально-психологические типы ситуаций совершения отклонений в поведении военнослужащих ВС РФ // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер. Психологические науки. 2009. № 2. С. 150–158 ; *Кондратьев М. Ю., Мешков И. А.* Социально-психологические особенности субъективного отношения представителей различных категорий современной отечественной молодежи к Российской армии // Социальная психология и общество. 2012. № 2. С. 97–114 ; *Филатов Г. К.* Психофизиологические и психологические особенности юношей-призывников с различным отношением к военной службе : дис. ... канд. психол. наук. Ростов н/Д. 1998 ; и др.
- ⁵ См.: *Новик В. К., Передня Д. Г.* Указ. соч. ; *Смирнов А. И.* Указ. соч. ; *Шевцов В. В.* Указ. соч.