



УДК: 32.019.52

ПРЕДМЕТНОЕ ПРОСТРАНСТВО ДИСКУССИЙ ОБ ИМИДЖЕ РОССИЙСКОЙ АРМИИ И СПОСОБАХ ЕГО КОНСТРУКТИВНОЙ ПОЛИТИЗАЦИИ

Н. С. Куфтов

Саратовский государственный университет
E-mail: Salkina_mm@mail.ru

В статье речь идет о предметном пространстве научных и общественно-политических дискуссий об имидже Российской армии и способах его конструктивной политизации. Автором рассмотрены два основных подхода к имиджевой стратегии взаимоотношений общества и армии, выявлены обозначившиеся в ходе дискуссий теоретико-методологические противоречия и предложены пути их решения.

Ключевые слова: имидж Российской армии, политизация имиджа Российской армии, теория политического имиджа, методология анализа политического имиджа, стратегии формирования политического имиджа Российской армии.

Object Field of Discussions About Russian Army's Image and Ways of its Constructive Politicization

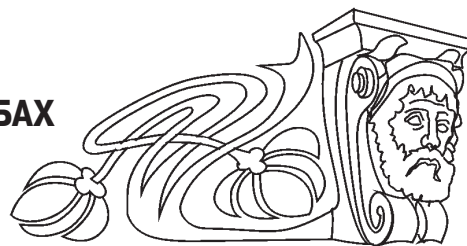
N. S. Kuflov

The article is about object area of scholarly, public, and political discussions about Russian army's image and ways of its constructive politicization. The author considers two main approaches to image strategy of interaction between society and army, discovers theoretical and methodological controversies appeared during discussions and offers ways of eliminating them.

Key words: Russian army's image, politicization of Russian army's image, theory of political image, methods of political image analysis, strategy of formation of Russian army's political image.

В последние два десятилетия тематика, связанная с изучением имиджа российского военнослужащего, приобрела значительную популярность среди политологов и социологов. «Политический имидж Российской армии» стал устойчивым элементом предметного поля исследований, в которых речь шла о перспективах гражданского общества, об оптимизации социальной политики, о правовой защищенности граждан, о патриотическом воспитании молодежи. Вместе с тем на сегодняшний день среди специалистов так и не сложилось четкого видения того, что содержательно должно быть основанием имиджа вооруженных сил в модернизирующейся России.

Соответственно, не сложилось и более или менее единого понимания специалистами той имиджевой стратегии взаимоотношений общества и армии как одного из ключевых государственных институтов, благодаря которой последняя смогла бы приобрести в глазах масс российских граждан еще и облик важнейшего со-



циального института. А без этого приобретения армией имиджа важнейшего социального института трудно в целом говорить о полноценности имиджа армии как именно политического имиджа, отражающего особенности местоположения данного института в пространстве современной российской политики. Трудно судить даже просто о каких-то устойчивых предпосылках и возможностях его конструктивной политизации.

Когда мы говорим о «конструктивной политизации», то имеем в виду достижение такого состояния имиджа института Российской армии, при котором он воспринимается другими субъектами политического процесса в качестве важного атрибута политической субъектности данного института. Иначе говоря, имидж армии признается всеми другими участниками политического взаимодействия в качестве естественного и необходимого условия включенности армии в политический процесс на равных с другими субъектами политико-культурных основаниях.

Важно понять, почему, имея в советскую эпоху имидж важнейшего социального и государственного института, Российская армия (тогда еще Советская армия) в последнее десятилетие прошлого века утратила эту «социальную» составляющую своего имиджа. Как представляется, вооруженные силы нашей страны утрачивали социальную составляющую своего имиджа по мере того, как в глазах населения статус значимого и конструктивного партнера общества по участию в политическом процессе утрачивало государство в целом. Более того, государство по ходу либеральных реформ быстро превращалось в открытый источник угроз общественному благополучию. Армия же, как один из самых ресурсозатратных государственных институтов, на уровне массового сознания приобретала имидж «черной дыры», в которую денег вбрасывается без числа, а реальной отдачи от которой (неудачная история участия СССР в афганском конфликте тут служила наиболее очевидным по тому времени аргументом) нет и, вероятно, не будет.

Более актуальный и сложный вопрос состоит в другом: почему в последние десятилетия, несмотря на реальные усилия государства доказать обществу многостороннюю практическую полезность для него армии, эту задачу так и не удалось решить в удовлетворительной степени? Несмотря на то что общество в какой-то мере вернулось к былому видению в государстве своего покровителя и помощника в решении



самых разнообразных проблем, оно перестало видеть в нем прямой источник угроз, перестало вести себя отчужденно по отношению к проблемам самих государственных институтов¹, тем не менее конструктивной политизации имиджа армии все-таки не происходит. Общество продолжает видеть в Российской армии «государеву службу», а не «гражданский долг», видит в ней существенное обременение разнообразных социальных практик (образовательных, семейных, финансово-экономических), а не благоприятную для себя возможность наладить более тесное и заинтересованное взаимодействие со своим собственным государством.

Конечно, причин того, что продолжает сохранять свое политическое значение имидж армии как, прежде всего, государственного института, далеко от интересов общества, много. Эти причины лежат и в правовой, и в экономической, и в политико-культурной (идеологической прежде всего) плоскости. В данном случае будет проанализирован тот вклад, который в «недостаточно социальный» армейский имидж и в смутное представление обществом и элитами перспектив его конструктивного возвращения в полноценное состояние политичности привносят научная аналитика и разнообразные научные дискуссии о том, что есть имидж современной Российской армии и как его поправить в лучшую сторону. Сформировавшиеся по ходу этих дискуссий подходы и ракурсы важно изучить для того, чтобы понять, в каком перспективном и продуктивном направлении аналитическая мысль может двигаться сегодня дальше в решении вопросов военной имиджелогии.

В подходах исследователей к разработке этой тематики в указанное время можно выделить два этапа, связанные с формированием двух самостоятельных, хотя и логически взаимосвязанных ракурсов анализа причин, по которым в общественном российском сознании не складывается устойчивого положительного имиджа вооруженных сил. В рамках каждого из них внимание специалистов концентрировалось на определенном спектре проблем, тогда как на все остальное, что выходило за границы этого спектра, обращалось мало внимания. Это само по себе не могло способствовать тому, чтобы сегодня сложилось целостное представление о порядке имиджетворческих действий в головах тех политиков, журналистов, военных специалистов, которые отвечают за это дело.

Первый этап, по нашему мнению, начался вместе с распадом Советской армии и продолжался до начала «сердюковского периода» военных реформ. В течение этого периода среди специалистов весьма устойчивым было мнение, что все в отношении массового сознания российских граждан к образу «защитника Отечества», в сущности, упирается в материальную составляющую, т. е. в то, что сам этот «защитник» на

общем социальном фоне выглядит недостаточно защищенным в материальном и правовом отношении. Будет полный «социальный комфорт» в положении рядового и офицерского состава, будет «кататься в масле» военнотрудовой контрактник – резко на поправку пойдет и имидж военной службы в рядах российских вооруженных сил.

Исследователи на этом этапе искали объяснение причин, по которым общество не считает интересы армии своими интересами, отчуждено от проблем военнотрудовых², прежде всего, в сфере материальных общественных отношений. Акцент делался на том, что до общественного сознания и сознания элиты не доведена (и здесь основные претензии предъявлялись СМИ) мысль о необходимости для государства и общества направить максимум ресурсов на повышение благосостояния военнотрудовых. Во главу угла ставили связь между отношением общества к проблемам военнотрудовых и поиск практических мер, которые могли бы принципиально изменить ситуацию. Важнейшей целью ставилось формирование такого внутрисоциального взаимопонимания, при котором рядовой гражданин видел бы в «человеке с ружьем» не нахлебника, не субъекта, необоснованно пользующегося различными государственными льготами³, а защитника интересов этого самого рядового гражданина; чтобы возникло в общественном сознании то отношение к воинской службе, которое побуждало бы молодых людей видеть в ней перспективу социального роста, а не впустую потраченный год или полтора жизни.

Специалисты ратовали за взаимопонимание, которое позволило бы армии и институтам гражданского общества преодолеть отчуждение и увидеть в ней не только государственный институт, но и важнейший институт социальной самоорганизации, сплочения граждан вокруг национально-государственных интересов⁴. Возможно, поэтому акцент исследователями делался на анализе ситуаций, когда, например, военнотрудовой уходил в отставку и фактически пополнял ряды «социально незащищенных» групп населения нашей страны. Или же, напротив, он в соответствии с законодательством шел служить на срочной или контрактной основе в ряды вооруженных сил – и это тоже порождало целый спектр психологических, экономических, культурных (образовательных прежде всего), этноконфессиональных проблем, справиться с которыми сама армия, естественно, не могла, а общество не имело к их решению полноценного доступа.

Все это действительно так. Но каким виделось специалистам решение этой проблемы? А решение, по сути, в разных формальных вариациях предлагалось только одно: государство должно по максимуму активизировать бюджетные вложения в повышение благосостояния



отдельных категорий военнослужащих и всей военной корпорации в целом. Логика была простой: чем больше денег государство вложит в повышение уровня благосостояния российского военнослужащего, чем большим будет перечень форм и способов государственной поддержки его существования и существования его семьи, тем скорее в массовом сознании имидж армии приобретет социально-привлекательные очертания и общество «потянется» к проблемам армии, увидит в них свои проблемы и дружно возьмется за их решение. В самой структуре такого теоретического подхода легко обнаружить фундаментальные противоречия и даже простые нарушения логики.

Первое, что обращает на себя внимание, – предметное пространство дискуссий об имидже армии формировалось очень фрагментированным, как бы состоящим из множества частных и общих социальных и правовых проблем, предпосылки решения которых лежали в самых разных областях. Часто не столько в области политики (если под таковой понимать именно публичную политику, а не государственное управление), сколько в области экономики, права и культуры общественных отношений. Такое предметное поле, как его определяла мысль военных и гражданских аналитиков того относительно недавнего времени, задавало и доминирующий ракурс изучения имиджа вооруженных сил: это был такой имидж, который мог быть присущ именно объекту политики, но никак не ее полноценному субъекту. А ведь вопрос ставился, в сущности, о том, что поправка имиджа вооруженных сил есть предпосылка к успешному конструированию их новой демократической субъектности!

То, что исследователи делали свой выбор в пользу именно такого, условно говоря, «материально бытового» ракурса, было предопределено общим фактическим состоянием вооруженных сил в 90-е гг. прошлого века и в первое десятилетие XXI в. Армия, как зеркало, отражала в своем состоянии все те масштабные процессы распада отечественной социально-политической системы, которые были спровоцированы либеральными реформами, искусственно ускоренными новой антисоветски настроенной политической элитой. Ее имидж, как предмет научного анализа, естественным образом сливался с имиджем всего российского социума как такового: если в обществе рядовые граждане более всего страдали от мизерности своих «советских» по размеру зарплат и таких же по размеру и комфорту жилищ, то, в принципе, для аналитика того периода естественным было бы предположить, что и армия как часть постсоветского общества тоже должна быть больна именно этими болезнями. Плюс еще производными от них неуставными взаимоотношениями, падением морального облика и желанием служить офицерского состава и т. д.

Это был имидж структуры, в которой сконцентрировались все болячки социальной жизни. Как охарактеризовал эту ситуацию на одном из мероприятий политолог Глеб Павловский, «армия в 90-е, лишенная финансирования, стала из военного механизма – военно-хозяйственным. Она срослась с территориальными структурами и экономиками. Многие и сегодня под военной реформой понимают именно «военно-хозяйственную», а под профессионализацией армии – этаким армейским хозрасчетом»⁵.

Соответствующим образом собственно политические аспекты имиджа оказывались нередко как бы на втором плане в сравнении с аспектами административными, правовыми, педагогическими, культурными (проблема идентичностей военнослужащих). Наглядно в относительной полноте основной спектр недостатков и противоречий этого подхода может быть представлен материалами одной из научных дискуссий, которая в формате круглого стола по проблеме «Имидж армии – имидж безопасности России» прошла в Москве в Центральном музее Вооруженных сил России 12 февраля 2005 г. На мероприятии, если судить по его стенограмме, присутствовали многие компетентные специалисты. Вместе с тем, возможно, сами того не желая, уже в формулировке названия мероприятия его организаторы допустили некорректное употребление понятия «имидж» и в самой этой некорректности обнаруживается та самая фрагментированность представлений специалистов о способах решения проблем военной политики (проблем то ли как политических, то ли как неполитических), которая отмечалась выше.

Что такое «имидж безопасности»? Согласно наиболее распространенным в научной литературе трактовкам сам по себе любой «имидж» это образ субъекта, объекта, либо процесса, который может отражать их реальные свойства на уровне массового сознания, но может их и не отражать, либо отражать превратно. На этом допущении, собственно, построено обоснование возможности использования «имиджа» в качестве политико-технологического средства. По логике формулировки, предложенной авторами, получается так, что в одинаковой степени с точки зрения будущего Российской армии неважно, будет ли ее имидж отражать ее действительную способность обеспечить безопасность страны или же Российская армия должна обладать имиджем структуры, только и способной к самопрезентации в массовом сознании при помощи создаваемых ею взамен реальной безопасности «имиджей безопасности».

Можно предположить, что организаторы мероприятия поступили не совсем удачно, механически заменив в широко известной формулировке «Армия – гарант безопасности России» понятие «гарант», на понятие «имидж». Общий контекст тех трудностей, вследствие которых



армия действительно все более превращалась из реального «гаранта безопасности» страны в «образ гаранта безопасности», позволяет даже усмотреть в такой замене некоторую мотивированность.

Однако те специалисты, которые выступали на круглом столе, со всею очевидностью руководствовались не формулами. Тем не менее они, в сущности, приходили в своих рассуждениях к очень противоречивым заключениям и рецептам исправления имиджа Российской армии. В частности, В. П. Делия, академик АИМ, доктор политических наук, профессор, в своем выступлении «Имидж армии в современных СМИ» утверждал: «Вы спросите: «Какой нужен имидж Российской армии?» В моем представлении как офицера с 25-летней военной практикой, олицетворять армию может образ интеллигентного и образованного, готового к защите Родины в любое время как от внешнего так и внутреннего врага человека в погонах. Этот человек должен занимать достойное место в обществе – вот за что нужно бороться государству. При соответствующей государственной политике образ таких личностей будет создавать новостную, информационную и культурологическую среду вокруг армии. Второе. Знаете, почему я и четыре моих брата пошли в ВС? Почему я стал офицером? Да потому, что в школе я читал книги и газеты про героев, которые в военное и мирное время защищали свое отечество»⁶.

С тем, что образование и интеллигентность не вредят ни гражданскому, ни военному человеку, вряд ли кто-то станет спорить. Но если именно так формулировать целевую установку всей политики конструктивной политизации имиджа Российской армии, то сразу возникает вопрос: чем в этом случае имидж службы в армии будет отличаться, например, от имиджа учебы в эффе́ктивно работающих и готовящих классных специалистов и хороших граждан техникуме и вузе? Почему молодой человек должен сделать свой выбор именно в пользу проявления своей образованности и интеллигентности на военной службе?

Другие участники дискуссии как бы восполняют этот пробел и пытаются рационализировать объяснение такого выбора на уровне других мотиваций. Так, один из участников дискуссии, академик АИМ, доктор философских наук, профессор В. А. Чвякин утверждал: «Сейчас трудное время для ВС, и это сознают все, кто имеет к армии прямое отношение. Приходится признавать, что это положение усугубляется не только в материальном аспекте, но и в аспекте духовности самих военнослужащих. Иногда создается ощущение, что целенаправленно искажается или ухудшается реальное состояние в армии. Армия как социальный институт, к сожалению, не укрепляется, а вообще отторгается обществом. Во многом благодаря СМИ ребята, которых призы-

вают в армию, уже ждут, что их избыток, будут унижать, издеваться, поэтому им сразу не хватает внутренней духовной силы. Этим я объясняю случаи побегов призывников из военных частей. Воспитание патриотизма будущих военнослужащих должно начинаться уже в семье»⁷.

Опять же, с тем, что семья играет важную роль в формировании гражданина, нельзя не согласиться. Но она играет такую роль в жизни любого гражданина. В чем, собственно, в данном случае та специфика подхода к проблеме, которая позволила бы решить задачу выведения имиджа армии на передовые конкурентные позиции в ряду других имиджей, других жизненных стратегий гражданина, благодаря чему этот гражданин предпочел бы службу в армии как форму реализации своей гражданской позиции другим формам самореализации?

Если именно семья как ячейка общества является решающим фактором конструктивной политизации имиджа армии, то где гарантия, что на выходе мы не будем иметь ту самую «ячеистую» структуру этого имиджа, которую уже имеем сегодня, когда одни родители говорят детям «Иди и служи!», а другие – «Найди способ не служить»? Когда в одном случае одна семья видит в службе сына «школу жизни», а другая семья отправляет его в армию на жертву неуставным отношениям? Семьи разные, и на таком абстрактном основании, как роль «семьи вообще», очень трудно сформировать какую-либо устойчивую базовую стратегию формирования имиджа армии. В лучшем случае это может быть лишь одним из решений в комплексе мер.

Естественная логика, казалось бы, должна была побудить специалистов посмотреть на проблему шире. С той, в частности, позиции, что сколько ни пропагандируй в семье и обществе преимущества военной службы, сколько ни напирай в работе с молодежью на духовность и материальную защищенность, без качественной профессиональной подготовки и хорошей технической оснащенности военной службы «средствами производства» вся эта пропаганда лишена смысла. Это в лучшем смысле. А в худшем – можно спрогнозировать ситуацию, когда под влиянием семьи, посулов материальных благ молодой человек поступит на военную службу, увидит полный развал военной структуры и вместо патриотического настроения, вместо понимания, что он занял определенное важное место в социально-политической системе, его гражданскую позицию будет определять бытовая цинизм.

На основании анализа текстов, осуществленного нами, можно придти к выводу, что за последние два десятилетия в предметном поле дискуссий об имидже армии произошли некоторые подвижки. Но подвижки явно недостаточные для того, чтобы можно было считать вопрос решенным, чтобы можно было сказать, что экспертное сообщество начало вносить существен-



ный вклад в конструктивную политизацию проблемы имиджа российских вооруженных сил. В научных публикациях стало проявляться понимание авторами того, что изменить имидж армии только пропагандой социальных льгот, предоставляемых военнослужащим, популяризацией опыта борьбы с «дедовщиной» и созданием дополнительных каналов коммуникации между военными структурами и структурами гражданского общества (вроде комитетов солдатских матерей и уполномоченных от национальных диаспор) невозможно. Это в любом случае будет всего лишь приспособлением конструируемого имиджа армии к тому естественным путем сложившемуся по ходу либеральных реформ имиджу, благодаря которому армия практически перестала восприниматься в обществе как политический субъект. Пришло понимание, что эту логику имиджа надо радикально менять. И даже были предложены и проговорены элементы в стратегиях таких изменений. В дискуссиях стали выделять, прежде всего, те аспекты, которые связаны именно с политическими вызовами и рисками, как внутренними, так и внешними. Имидж и военная реформа. Имидж и геополитическая ситуация. В том, что касается политики внешней, то тут нагляднее всего реальное место наших вооруженных сил в продвижении и защите интересов нашего государства и общества на арене большой политики показал «украинский кризис», резко изменивший расстановку сил и интересов различных государств в европейской и мировой политике начиная с февраля 2014 г.

Кризис показал в том числе, насколько важной стороной государственной внешней политики является умелое манипулирование официальными институтами и СМИ имиджем армии, сложившимся в головах как друзей, так и противников нашей страны. Комплекс причин, по которым новые киевские власти и их союзники из НАТО не сочли для себя возможным оказать силовое сопротивление присоединению Крыма к РФ, конечно, достаточно широк. Но, как представляется, свой вклад в сдерживание активности антироссийской коалиции, сложившейся в мире по ходу разрастания «украинского кризиса», внес и позитивный имидж Российской армии как института, хорошо оснащенного для решения стратегических задач, хорошо управляемого и пользующегося доверием и поддержкой со стороны политических элит и большинства рядовых граждан.

Информации об ускоренном и качественном перевооружении частей в западных округах и проведении ряда учений, наглядно продемонстрировавших уровень боевой подготовки личного состава, о реальной способности воинских частей оперативно выполнить любой (вплоть до десантирования на Северный полюс!), даже внезапно отданный приказ Президента РФ как Верховного Главнокомандующего, такой инфор-

мации оказалось достаточно, чтобы вселить в противников нашего государства понимание невозможности говорить с ним на языке военных угроз. Альтернативой стал достаточно путаный язык экономических санкций, последствия которых для нашей страны при любом, самом неблагоприятном раскладе, все-таки несопоставимы с просчитываемыми последствиями военной агрессии со стороны НАТО в том случае, если бы России не было бы чем ответить на агрессию.

Вместе с тем нельзя сказать, что все то новое и важное, что обнаружилось в дискуссиях, проанализированных нами, сложилось в какую-то систему, в новую оптимальную стратегию именно политического решения проблемы имиджа армии. Экономические и социальные проблемы никуда не ушли из жизни современной России, и это естественным образом делает тот дискурс анализа проблем Российской армии, который сформировался на первом этапе дискуссий и был ориентирован на «хозяйственно-социальное» понимание их природы, все еще достаточно конкурентоспособным по отношению к научному дискурсу, ориентированному на связи этих проблем с состоянием политического процесса в России. Тенденция, однако, наметилась, и тенденция достаточно агрессивная, связанная с готовностью ее проводников из числа членов российского экспертного сообщества прямо апеллировать к высшим политическим ценностям, к стратегическим вызовам и рискам для нашей страны во внешней и внутренней политике. Можно предположить, что в принципиальном смысле больше не будет возврата к ситуации, когда эксперты фактически рекомендовали Российской армии занять позицию просителя, уговаривающего государство и общество поделиться с ним материальными благами «на бедность».

Примечания

- 1 См.: *Вилков А. А., Казаков А. А.* Политические технологии формирования имиджей России и США в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия (на материалах «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» 2007–2008 гг.). Саратов : Изд. центр «Наука», 2010.
- 2 См.: *Давыдов Д. Г.* Социально-психологические особенности имиджа Вооруженных Сил России в молодежной среде : дис. ... канд. психол. наук. М., 2005. URL: <http://med-books.info/pedagogika-psihologiya-voennaya/sotsialno-psihologicheskie-osobennosti-imidja.html> (дата обращения: 17.02.2014); *Он же.* Имидж Вооруженных сил Российской Федерации в молодежной среде как предмет социально-психологического исследования. URL: http://armyrus.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=725&Itemid=2139 (дата обращения: 02.05.2014).
- 3 См.: *Бочаров А. Н.* Некоторые проблемы реализации права на отдых военнослужащими, проходящими военную службу по контракту // *Военное право.* 2006.



Опубликовано: 1adminad1, 7 мая, 2006. URL: <http://www.voennopravo.ru/node/350> (дата обращения: 03.02.2014).

- 4 См.: Стенограмма круглого стола «Имидж армии – имидж безопасности России». Центральный музей Вооруженных сил России, Москва, 12 февраля 2005 г. URL: http://www.academim.org/news/vs_rf/stenogramma.html (дата обращения: 03.05.2014).
- 5 «Российская армия – политика и общество». 13.09.2009.

Круглый стол в газете «Красная Звезда» (полный текст). URL: <http://konservatizm.org/konservatizm/books/130909060204.xhtml> (дата обращения: 18.04.2014).

- 6 Делия В. П. Имидж армии в современных СМИ. URL: http://www.academim.org/news/vs_rf/stenogramma.html (дата обращения: 19.04.2014).
- 7 Чвякин В. А. Имидж армии и его государственный смысл. URL: http://www.academim.org/news/vs_rf/stenogramma.html (дата обращения: 19.04.2014).

УДК 323.3

ПОЛИТИЧЕСКИЕ И ИДЕОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КАДРОВОЙ ВОЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СОВЕТСКИЙ ПЕРИОД

О. В. Ливерко

Саратовский государственный университет
E-mail: Oleg.liverko@yandex.ru

В статье рассмотрены кадровый и идеологический аспекты военной политики советского времени в контексте значения этого опыта для реформирования современной российской армии. Обосновано, что теоретический опыт, который был накоплен в послевоенную советскую эпоху, дает возможность извлечь некоторые уроки на основе представления о трудностях и противоречиях выработки идеологии военной политики в условиях, когда не определена идеология политического развития страны в целом.

Ключевые слова: военная политика, кадровая политика, военная реформа, идеологический аспект военной политики,

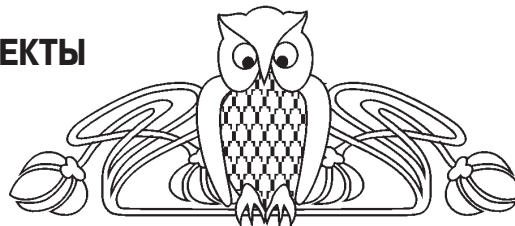
Political and Ideological Aspects of Personnel Military Policy in Soviet Period

O. V. Liverko

The article examines personnel and ideological aspects of military policy in Soviet period within the framework of significance of that experience for reforming contemporary Russian army. The author proves that theoretical experience accumulated during post-war Soviet epoch provides an opportunity to draw the moral on the basis of difficulties and controversies of elaborating ideology of military policy when ideology of political development in general is not defined.

Key words: military policy, personnel policy, military reform, ideological aspect of military policy.

Современные аналитики, пишущие о проблемах реформирования Российской армии, достаточно единодушны в своих критических оценках как замысла реформ, так и их хода и первичных результатов¹. Методология такой критики универсальна: современные процессы, идущие в сфере военной политики, их результаты сопоставляются с тем, что было в советское время. Советский опыт формирования воинской культуры, идеологических мотиваций, подготовки офицерских кадров и воспитательной работы с сержантским и рядовым составом в этой связи



приобретает очертания эталона. Нельзя сказать, что нынешние критики военной реформы идеализируют советский опыт. Скорее, они берут его в качестве некоей условной твердой точки отсчета, от которой удобно двигаться в представлении читателю процессов и результатов разрушения всей системы военной политики. Значит, чтобы понять, насколько основательна современная критика военных реформ, надо как минимум понять, насколько прочным является то основание, от которого она отталкивается, насколько полно (по структуре и по содержанию) мы сегодня представляем себе то, что можем назвать «советским опытом военной политики».

Начнем с того, что в выяснении нуждается само определение этого опыта как опыта политического. По крайней мере, не в объективном его состоянии (объективно нет сомнений в наличии в советское время последовательной военной политики), а в том виде, в каком он обычно предстает перед нами в разного рода научных и публицистических текстах, печатных и электронных. Тех, которые для современного аналитика как раз и являются той «точкой отсчета», о которой упоминалось выше. Тут обнаруживается, что, в сущности, этот самый советский опыт мы представляем достаточно неоднородно, неуравновешенно в отношении разных его элементов.

Один уровень такой неоднородности связан с тем, как в исследованиях разных периодов в формировании советского опыта военной политики складывается баланс исследовательского внимания к институциональным и процедурным моментам военного строительства и к идеологическому наполнению этих институтов и процедур. Для анализа удобно будет взять материалы, представленные на различных интернет-сайтах. По самой насыщенности выборки, сделанной поисковой системой, можно судить о том, как распределяется этот баланс. Выборка дает абсолютно доминирующий массив научных, публи-