
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ

SOCIOLOGICAL ASPECTS OF SOCIAL DEVELOPMENT

Оригинальная статья / Original article

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2022-12-2-206-218>



Военные массмедиа в условиях информационной войны

А. П. Абрамов¹ ✉

¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: abramov_ap@inbox.ru

Резюме

Актуальность. Информационная сфера в современном мире превратилась в основной системообразующий фактор всех сфер общественной жизни. В последние годы средства массовой информации подверглись значительной трансформации. Изменение роли и места России в мире обострило противостояние за получение доминирующей роли в информационном пространстве современности, в которой наша страна стала основным объектом информационных войн. В связи с этим существенно возрастает роль военных массмедиа, которые обеспечивают информационную безопасность России, формируют положительный имидж российской армии и укрепляют ее авторитет.

Цель – на основе научного анализа определить роль и место военных массмедиа в условиях нарастающего информационного противостояния заинтересованных сторон.

Задачи: концептуально обосновать использование социокультурной методологии при изучении характера и последствий информационных войн и конфликтов и наметить основные направления совершенствования российских военных массмедиа.

Методология. Социокультурная методология определяется в качестве исходной теоретической матрицы в объяснении роли военных массмедиа в информационных войнах, которые порождены конфликтами в результате институциональных, социально-политических, социально-экономических и социокультурных и технологических изменений.

Результаты. Основные результаты исследования определяются следующим образом: охарактеризован понятийный аппарат, позволяющий раскрыть роль и место военных СМИ в информационном пространстве социальных коммуникаций; представлены актуальная структура российских военных массмедиа, их задачи и функции и намечены основные пути их совершенствования в трансформационной динамике информационного пространства.

Выводы. Военные массмедиа представляют собой достаточно эффективный инструмент информационного обеспечения безопасности России. Поддержание позитивного имиджа армии и флота в интересах обеспечения безопасности России является одним из приоритетных направлений деятельности всех уровней гражданского и военного управления.

Ключевые слова: социокультурный подход; информационная безопасность; информационные войны; эвфемизация; военные массмедиа; российская армия.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных автором публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Автор декларирует отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Абрамов А. П. Военные массмедиа в условиях информационной войны // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2022. Т. 12, № 2. С. 206–218. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2022-12-2-206-218>.

Поступила в редакцию 20.01.2022

Принята к публикации 15.02.2022

Опубликована 29.04.2022

© Абрамов А. П., 2022

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2022; 12(2): 206–218

Military Massmedia in the Context of the Information War

Alexander P. Abramov¹ ✉

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: abramov_ap@inbox.ru

Abstract

Relevance. The information sphere in the modern world has become the main system-forming factor of all spheres of public life. In recent years, the media has undergone a significant transformation. The change in the role and place of Russia in the world has intensified the struggle for a dominant role in the information space of our time, in which our country has become the main object of information wars. In this regard, the role of military mass media, which ensure the information security of Russia, form a positive image of the Russian army and strengthen its authority, is significantly increasing.

The purpose is on the basis of scientific analysis to determine the role and place of military mass media in the conditions of increasing information confrontation of interested parties.

Objectives: conceptually substantiate the use of socio-cultural methodology in the study of the nature and consequences of information wars and conflicts and outline the main directions for improving the Russian military mass media.

Methodology. Socio-cultural methodology is defined as the initial theoretical matrix in explaining the role of military mass media in information wars that are generated by conflicts as a result of institutional, socio-political, socio-economic, socio-cultural and technological changes.

Results. The main results of the study are defined as follows: the conceptual apparatus is characterized, which allows to reveal the role and place of military media in the information space of social communications; the current structure of the Russian military mass media, their tasks and functions are presented and the main ways of their improvement in the transformational dynamics of the information space are outlined.

Conclusions. Military mass media is a fairly effective tool for information security of Russia. Maintaining a positive image of the army and navy in the interests of ensuring Russia's security is one of the priority areas of activity at all levels of civil and military and civil administration.

Keywords: sociocultural approach; information security; information wars; euphemization; military mass media; Russian army.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the author of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The author declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Abramov A. P. Military Massmedia in the Context of the Information War. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2022; 12(2): 206–218. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2022-12-2-206-218>.

Received 20.01.2022

Accepted 15.02.2022

Published 29.04.2022

Введение

Начало XXI в. ознаменовалось глобализацией информационных потоков, стремительным развитием и увеличением объемов влияния на все аудитории пользователей телекоммуникационных сетей. В новом информационном обществе управление этими потоками приобретает особую значимость. На протяжении последних десятилетий средства массовой информации России, в т. ч. и военные

массмедиа, подверглись значительным изменениям. Актуальной проблемой для военных СМИ становятся вопросы, связанные с объективным освещением функционирования вооруженных сил, которые призваны обеспечить потребность общества в защите от внешних военных угроз. Одной из таких угроз становится информационное пространство, которое обострило международные отношения и, превратившись в арену открито-

го противоборства ведущих мировых держав, стало основным инструментом манипуляции общественным сознанием. Этими обстоятельствами объясняется особое внимание к массмедиа со стороны органов военного управления. Вне всякого сомнения, военные СМИ влияют на морально-психологическое состояние военнослужащих армии и флота. Вести боевые действия бессмысленно без ежедневных усилий всех уровней военного управления по формированию высоких морально-волевых качеств защитников родины, без формирования в структуре личности военнослужащих духовно-нравственных и поведенческих установок.

Поэтому перед научным сообществом возникает объективная потребность в углублении представлений о сущности информационной войны, в поиске концептуальных обоснований использования научной методологии изучения характера и последствий информационных войн и конфликтов. Кроме того, необходимо наметить основные направления совершенствования российских военных массмедиа, охарактеризовать понятийный аппарат, позволяющий раскрыть роль и место военных СМИ в информационном пространстве социальных коммуникаций.

Материалы и методы

В качестве методологической основы использован социокультурный подход, поскольку современные научные интерпретации многих авторов все более склоняются к социокультурному объяснению информационных войн, которые порождены социальным обустройством общества [1], моральными ценностями и культурным разнообразием и ментальностью народов [2].

Представляя будущий миропорядок, С. Хантингтон построил теоретическую конструкцию о роли социокультурного фактора в характере современных информационных войн и конфликтов. Он пришел к выводу, что популярность во-

оруженных сил растет пропорционально повышению степени напряженности международной обстановки. Чем выше степень беспокойства общества о собственной безопасности, тем большее значение приобретает армия в глазах населения [3].

Современная война, в т. ч. информационная, – это прежде всего культурный конфликт, в котором действия сторон направлены на уничтожение (замену) социокультурных основ, норм, ценностей целых народов [4, с. 7]. Деформации подвергаются ценностные значения, которые полностью или частично нивелируются. Социокультурность на всех этапах информационной войны создает особые зоны конфликтов не только между всеми элементами социальной структуры участников военных действий, но и всего общества в целом [5].

Состоятельность использования социокультурного подхода как универсального инструмента, позволяющего представить социальную реальность информационного пространства в различных сферах человеческой деятельности в единстве определяющих его условий и факторов, подтверждается и авторскими исследованиями [6; 7].

Систематизация, сравнение, анализ данных и другие способы сбора информации дали возможность охарактеризовать роль и место военных массмедиа в условиях информационной войны.

Результаты и их обсуждение

XXI в. характеризуется существенным прорывом в информационных технологиях. Общество перешло в информационную эпоху, где информация стала основным движущим мотиватором всех сфер человеческой деятельности.

Медийное информационное пространство современного мира создает новые достаточно автономные коммуникативные контуры всего спектра социальных взаимодействий, которые в процессе передачи информации превращаются в

самостоятельные социальные системы [8, с. 122].

Система общепринятых понятий и категорий, используемых в гуманитарных сферах, претерпела кардинальные изменения, что объективно привело к трансформации традиционных аксиологических смыслов. Человеческий разум устал от нескончаемого потока информации и постоянного бессознательного его вовлечения в информационные противостояния заинтересованных сторон [9, с. 46]. Поэтому не случайно, что информационные войны стали в последние годы одним из основных дискурсов научного сообщества и управленческих структур высшего иерархического уровня [10, с. 2-3].

М. С. Власенко и М. В. Карьянов анализируют особенности формирования и распространения в мировом медиапространстве ключевых понятий, имеющих целью объяснить генезис, функционирование и перспективы развернувшейся в современном мире так называемой информационной войны. Авторы вполне справедливо отмечают, что в обширном формате культурологических парадигм обращает на себя внимание словосочетание «информационная война», ставшее в настоящее время одним из самых распространенных феноменов [11, с. 39].

Стратегические цели и основные направления деятельности всех уровней руководства нашей страны по обеспечению информационной безопасности с учётом современных вызовов и угроз сформулированы в соответствующей Доктрине, принятой Указом Президента РФ [12].

Первая трактовка категории «информационная безопасность» была связана с определением проблемного поля, соединенного с медийным пространством Интернета, которое распространяло информацию, представляющую определенную угрозу для пользователей этих сетей [13, с. 188]. Позже американские специалисты информационную безопасность

стали трактовать как проблему, которая в первую очередь касается вопросов соблюдения правовых норм в сфере использования коммуникативных каналов и инструментов [14, с. 9]. В свою очередь российские оппоненты используют более широкую интерпретацию: информационная безопасность в зависимости от характера угроз подразделяется на информационно-социальную и кибербезопасность [15].

Как правило, информационная война сопровождается созданием стереотипных конструкций «добро» и «зло», «хорошо» и «плохо». Прошлые образы и символы замещаются новыми, которые наделяются своими характеристиками и значениями. Новые значения становятся «оружием», действенным инструментом информационного противоборства враждующих сторон [16, с. 300].

В ходе такого противоборства массмедиа не только меняют нашу социальную реальность, но и создают новую символическую конструкцию, определяют новые векторы общественного развития, меняют сложившиеся социализационные практики и формируют виртуальное пространство со своими контурами морали нравственности.

Довольно точно в этой связи Н. А. Анисимов отмечает: «...если прежде эскапизм и бегство от реальности в виртуальное пространство были характерны для людей уязвимых, с невысокой самооценкой и психологическими проблемами, то в будущем такое поведение может стать социальной нормой, и, вероятно, именно такая поведенческая модель с точки зрения ее социально-экономических характеристик будет желаемой с глобальной точки зрения» [17, с. 324].

Уже сегодня проекция будущего человечества выстраивается на основе повсеместного использования новейших информационных технологий. И это новое ежедневно и ежечасно проникает в нашу повседневность, как тайфун сметая традиционную культуру, меняя наш ценностный мир, образ мыслей и образ жизни.

ни. Все большее количество людей вовлекается в качестве активных пользователей аддикций различного рода, когда человек уже не может контролировать свои действия и попадает в прямую зависимость социальных сетей. Результатом информационного воздействия станет формирование новых субкультур, которые будут закреплять растиражированные практики вражды и ненависти одних народов к другим в отрыве от реальности. Конечная цель такой манипуляции – уничтожение государства [18, с. 13-14].

Информация подается с использованием множества инструментов, с помощью которых формируется образ мыслей и восприятие тех или иных событий. Довольно часто для подачи информации в «нужном свете» используются стилистически нейтральные категории, к которым относят эвфемизмы. Как отмечает И. Н. Никитина, эвфемизмы – это форма измененного языка, которая «трансформирует восприятие информации индивидом» [19, с. 50].

В современных массмедиа при освещении событий в различных сферах общественной жизни, как правило, эвфемизмы взяты на вооружение. Их использование в качестве барьера между правдой и ложью предполагает сокрытие достоверной информации и подавление эмоций личности [20, с. 12]. Эвфемизмы вуалируют истину. Конфликтные зоны, противоречия и военные действия предстают перед обывателями абсолютно в другом свете. Под контролем правительства и других государственных органов СМИ, включая ресурсы Интернет и печатные издания, простые пользователи воспринимают военные действия в измененном формате.

Эвфемизация публикаций военной направленности открывает возможности преуменьшения степени произошедших актов насилия, утаивания средств ведения войны, что в итоге приводит к формированию языкового кода, искажающего реальность и приводящего к разроз-

ненности мнений среди людей. Это в свою очередь заставляет задуматься о роли средств массовой коммуникации, которые, употребляя эвфемизмы, негласно сотрудничают с государством и военными [21, с. 63].

Военные эвфемизмы снижают осведомленность об уровне насилия в ходе военных действий и спецопераций, а также объективируют врагов, принижая причины и цели военных конфликтов. Особенно морально сомнительным является использование подобных эвфемизмов средствами массовой информации – ведь таким образом они потакают действиям правительства, в то время как именно средства массовой информации могли бы осведомить массы людей о творимой жестокости [22, с. 279].

В одном из интервью телеканалу «Звезда» 9 января 2022 г. министр обороны РФ С. Шойгу подчеркнул, что в успешном достижении поставленных перед Вооруженными силами задачами по обеспечению эффективной двухсторонней коммуникации между военной и гражданской общественности принадлежит информационным службам Министерства обороны РФ. Управление медийным сегментом оборонного ведомства России возложено на специальный Департамент. Достоверная и оперативная подача информации определяется в качестве основных приоритетов деятельности военных специалистов в области информационной деятельности. В круг основных задач Департамента входит не только практическая реализация информационной политики России по вопросам обороны страны, но и обеспечение постоянного информирования заинтересованной общественности о повседневной жизнедеятельности подразделений и частей армии и флота, в т. ч. и через социальные сети Интернет [23].

С. Шойгу неоднократно подчеркивал значимость правильного формирования

информационной повестки для создания благоприятного образа России и ее армии на мировой арене. «Сегодня – это не просто подача информации в том или ином виде. Это большая война. Информационная война, начиная от фейков и заканчивая просто вбросами и атаками, идет на всех фронтах, и проигрывать в этой войне мы не имеем никакого права. И к этому надо подходить не как к некоей такой услуге нашей деятельности. Прошло то время, давно прошло, и сегодня все совсем по-другому, все намного серьезнее» [24].

Глава оборонного ведомства России «дружит» с представителями СМИ, охотно дает интервью журналистам и корреспондентам печатных и интернет-изданий, ведущим телевизионных компаний. Все значимые события в повседневной жизни армии и флота становятся доступными не только целевой аудитории, интересующейся военной тематикой, но и всем другим пользователям информации.

Так, например, для освещения учений ОДКБ в 2021 г. было аккредитовано 142 журналиста из стран-участниц ОДКБ, а также таких государств, как Великобритания, Вьетнам, Германия, Китай, США, Япония и другие. На полигоне Харб-Майдон был развернут пресс-центр, в котором представители СМИ получили возможность ознакомиться со всеми этапами учений, задать вопросы его руководителям, отснять интересующие их материалы. Особенно актуально обсуждение информационной войны на фоне беспорядков в Казахстане и фейков касательно наращивания российских сил на границе с Украиной.

Военные СМИ в структуре Министерства обороны РФ представлены телерадиовещательным каналом «Звезда», центральной всероссийской газетой «Красная звезда», одноименными интернет-сайтами, журнальной и газетной периодикой военных округов и флотов.

В таблице приведен перечень журналов военных оборонных ведомств ведущих стран мира.

«Военно-исторический журнал», «Военно-медицинский журнал», «Вооружение и экономика» и «Морской сборник» рецензируются Высшей аттестационной комиссией (ВАК), что дает возможность и научному сообществу принять участие в обсуждении проблем армии и флота.

В свою очередь в системе средств массовой информации Пентагона важнейшим каналом идеологического воздействия как на военнослужащих, так и на гражданское население является военная пресса. В США выходит наибольшее количество печатных изданий под эгидой военного ведомства (всего около двух тысяч, из которых военных журналов – около 400). Значительная часть гражданских газет в США на своих полосах печатает определенный объем информации, посвященный военной тематике. Американское оборонное ведомство постоянно представляет свои рекламные материалы почти в две тысячи гражданских печатных изданий. Военные СМИ представлены не только профессиональными военными репортерами, но и социологами, и лингвистами, и психологами. Профессионалы Пентагона в области ПР-технологий занимаются продвижением имиджа американской армии, как у себя в стране, так и по всему миру. Кроме военных газет и журналов, к категории «военная периодика» относятся также многочисленные пресс-релизы, информационные бюллетени и брошюры и т. п., которые издаются периодически, предназначены не для массовой аудитории, а в первую очередь для политической ориентации высшего командного состава, офицеров информации, занимающихся непосредственной идеологической работой [26].

Таблица. Периодические издания (военные журналы) в системе средств массовой информации некоторых стран мира на 1 января 2022 г. [25]

Страна	Кол-во	Название журнала
Россия	11	«Армейский сборник» «Военно-исторический журнал» «Военно-медицинский журнал» «Военные комиссариаты России» «Воин России» «Вооружение и экономика» «Записки по гидрографии» «Зарубежное военное обозрение» «Материально-техническое обеспечение ВС РФ» «Морской сборник» «Российское военное обозрение»
Франция	3	Terre Information Magazine Cols Bleus Air Actualités
Великобритания	3	Navy News Desider Soldier Magazine
Италия	3	Panorama Difesa Rivista Militare Notiziario della Marina
Канада	2	Canadian Military Journal The Royal Canadian Air Force Journal
Германия	1	Y- Magazin
Япония	1	Japan Defense Focus

Китайская военная сеть (中国军网, Чжунго цзюньван) – военный новостной портал Китая, единственный официальный интернет-ресурс Народной освободительной армии Китая (НОАК). Основание этого портала было одобрено Центральным военным советом Коммунистической партии Китая. Сайт начал функционировать еще в октябре 1999 г., в 2003 г. появился его аналог на английском языке, свой современный облик портал приобрел в 2014 г. Издание публикует статьи про военные учения, новые виды вооружения, новости, касающиеся обороны, военной стратегии государства и другие. На портале можно найти заметки про историю китайских вооруженных сил, воспоминания ветеранов. На сайте есть специальные разделы для разных родов войск, о военнослужащих-женщинах, о спортивных и культурных мероприятиях, которые организует НО-

АК. Для привлечения большей аудитории портал также публикует заметки о внутриполитических и международных событиях, не связанных военной службой [27].

Как и в России, в КНР издается несколько десятков печатных изданий, в т. ч. ежедневная центральная газета «Цзефанцзюнь бао», в которой отражаются статьи и репортажи о боевой учебе китайской армии, спорте и досуге военнослужащих. Телевизионный канал ССТУ-7 вещает новостные программы, демонстрирует документальные и художественные фильмы о жизнедеятельности армии и флота КНР. Кроме центральных военных СМИ, каждый вид вооруженных сил НОАК выпускает свою периодику социальной, военно-исторической и идеологической направленности. В качестве основных пользователей выступают военнослужащие и члены их семей. Для обеспечения доступа к военным СМИ

семьям военных предоставляется в пользование телевизионное и спутниковое оборудование, для личного состава в казармах, общежитиях, в досуговых центрах оборудуются точки доступа к сети Интернет. Тем самым НОАК по уровню информационного обеспечения вышла на должный уровень, как и другие армии ведущих стран мира [28].

Нетрудно обнаружить, что ведущие страны мира: Россия, США и Китай – уделяют огромное внимание информационной поддержке деятельности своих вооруженных сил, тем самым поддерживая их высокий имидж. Трудно представить себе военный конфликт, имевший место за последние годы, который бы не нахлестнул отражение в военных СМИ.

Вне всякого сомнения, деятельность военных массмедиа ведущих стран мира представляет собой целенаправленную, системную работу, которая требует от управленцев и специалистов в области информационной безопасности системности, координации и контроля.

Поддержание позитивного образа российской армии и флота представляется важнейшим направлением деятельности руководства государства и оборонного ведомства в условиях информационной войны, поскольку от этого зависит безопасность нашей страны.

Бренд «Армия России» в последнее время стал весьма заметен, не только визуально с пристани Фрунзенской набережной, где располагается основной комплекс зданий Министерства обороны РФ, но и на предметах одежды и аксессуарах в стиле милитари. Популяризация этого бренда в массмедиа повышает престиж службы в Вооруженных силах РФ, а также способствует продвижению здорового образа жизни и закрепляет в общественном мнении гордость граждан за свою страну и армию [29].

Результативность деятельности военных массмедиа в последнем десятилетии иллюстрируют данные Фонда «Общественное мнение» (ФОМ). Так, по

данным опроса 2019 г. (7 апреля 2019 г., n = 1500), 56% респондентов дают высокую оценку престижу профессии военного и хотят видеть своих детей и родственников офицерами армии и флота; около 15% признают его низким; более половины полагают, что в российском обществе этот показатель будет возрастать; в обратном уверены, что престиж военной службы будет падать, уверены около менее 10% [30].

Мнения опрошенных по результатам исследований ФОМ в динамике с 2005 по 2021 гг. представлены на рисунке.

По итогам другого исследования ФОМ (12-14 февраля 2021 г, n = 1500 18 лет и старше, телефонное интервью) две трети респондентов, в первую очередь из числа людей старшего поколения, признают, что армия для них была хорошей жизненной школой; каждый пятый из числа молодых людей с высшим образованием отмечает, что армия – зря потраченное время. Около 60% твердо убеждены, что все молодые люди должны служить в армии. Вместе с тем более лояльной позиции, которая предполагает свободный собственный выбор, придерживаются около 40% опрошенных [31].

Как видим, положительная тенденция сохраняется. Проблемы армии и флота остаются в поле внимания социологических исследовательских структур. Военная проблематика продолжают оставаться востребованной и актуальной, как в информационном медиапространстве, так и в научном сообществе.

Вместе с тем исторический опыт многих стран мира, в т. ч. и России, иллюстрирует, что основной причиной распада Российской империи стал явный проигрыш в информационной войне. Тотальная антиимперская информационная война привела в крах старого царского режима, а затем и к буржуазной и социалистической революциям. США потерпели фиаско в войне со Вьетнамом, когда половина мира и треть самих американцев, постоянно выходивших на акции протеста,

назвали эту войну «грязной» против маленького свободолюбивого и многострадального вьетнамского народа. Поражение СССР в информационной войне привело к выводу советских войск из Афга-

нистана, в конечном итоге к распаду многонациональной державы и социалистического лагеря в Европе, а Советский Союз в глазах мировой общественности превратился в империю зла.

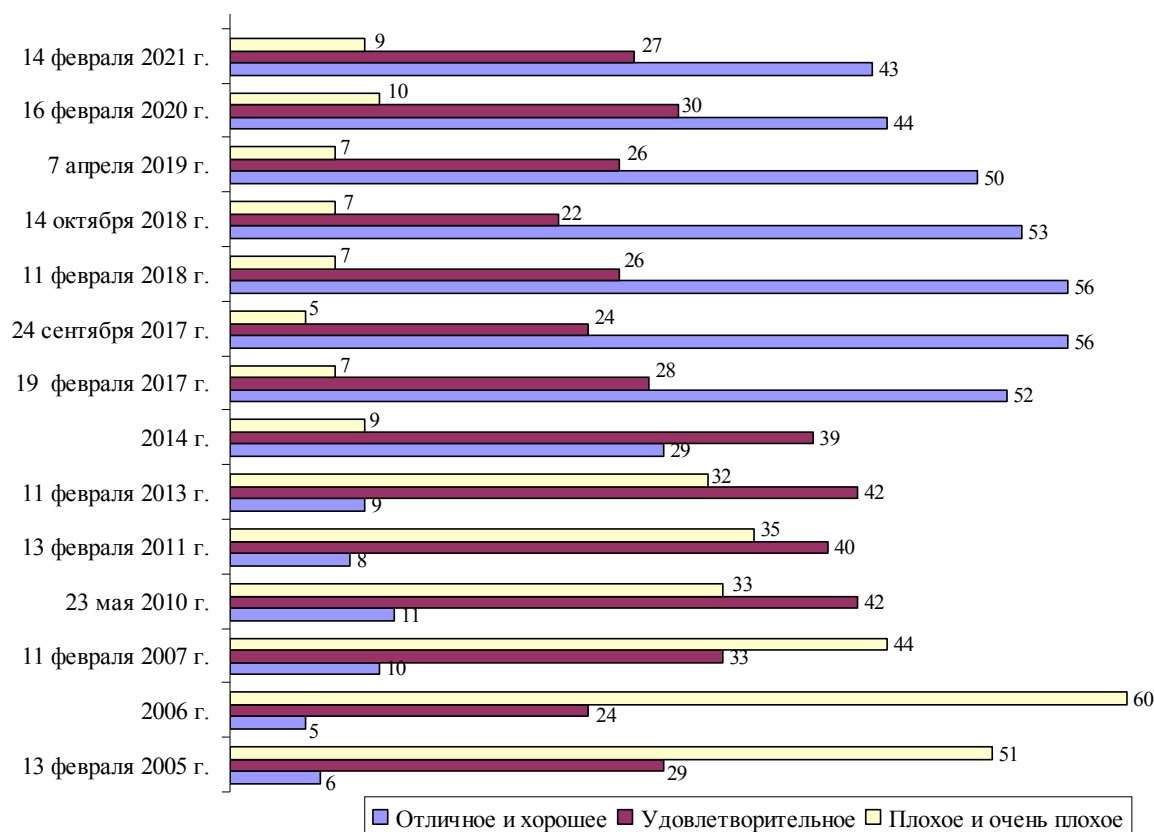


Рис. Распределение ответов на вопрос: «Как вы оцениваете положение дел в российской армии?», % от опрошенных

Что можно отнести к оружию информационной войны?

В начале XX века – это преимущественно газеты, листовки и брошюры.

Затем эффективным оружием стали радио, кинематограф и телевидение, сейчас – Интернет. Кто смотрит телевизор, слушает радио, читает журналы и газеты? Пожалуй, основные пользователи этих массмедиа – люди старшего и преклонного возраста. Другое дело – Интернет.

На арену информационной войны во втором десятилетии XXI в. вышли «киберополченцы», блогеры: студенты и домохозяйки, пенсионеры и школьники, поли-

цейские и военные. Если в первой половине XX в. перо журналиста приравнивали к штыку, сейчас самым эффективным оружием информационной войны стало киберпространство Интернета, а блогер превратился в одного из самых активных информационных ополченцев. Поэтому именно на этот ресурс необходимо обратить особое внимание и военному, и гражданскому руководству.

Выводы

На современном этапе военные массмедиа представляют собой достаточно эффективный инструмент информационного обеспечения безопасности

России. При этом поддержание позитивного имиджа армии и флота в интересах обеспечения безопасности России является одним из приоритетных направлений деятельности оборонного военного ведомства.

Военные СМИ в информационном пространстве социальных коммуникаций занимают особое место. В основу изучения повседневной деятельности военных массмедиа может быть положена социокультурная методологическая основа.

Список литературы

1. Завьялова Л. В. Антропологические и социокультурные детерминанты войны: проблемы дефиниций и типологий // Труды молодых ученых Алтайского государственного университета. 2014. № 11. С. 242–246.
2. Розин В. М. Война как форма социальной жизни // Vox. Философский журнал. 2015. № 18. С. 17–32.
3. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М.: АСТ, 2003. 603 с.
4. Волочкова М. Культурная война и ее участники // Суть времени. 2012. № 1. С. 7.
5. Абрамов А. П. Социокультурная природа современных войн // Традиционные и новые социальные конфликты в XXI веке: сборник материалов XIV Международной научной конференции «Сорокинские чтения – 2020». М.: МАКС Пресс, 2020. С. 190–193.
6. Абрамов А. П. Макроуровень профессиональной социализации будущих офицеров и его воспроизводство в отношениях армии, военного образования и общества // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2014. № 4 (55). С. 81–90.
7. Абрамов А. П. Отечественный и зарубежный опыт формирования личности в условиях военного образования: монография / Курский государственный технический университет. Курск, 2010. 186 с.
8. Леушкин Р. В. Информационное противостояние в контексте информатизации и виртуализации общества: социально-коммуникативный подход // Социодинамика. 2018. № 12. С. 122–134.
9. Сламбекова М., Ишанова А. Информация как инструмент информационных войн // International Independent Scientific Journal. 2021. № 34-2. С. 45–46.
10. Макаров А. Д., Шангутов А. О. Информационные войны. Перспективы, реалии, тенденции // Информационные войны. 2021. № 3 (59). С. 2–3.
11. Власенко М. С., Карьянов М. В. Информационная война: искажения реальности. М.: ИД «Канцлер», 2011. 196 с.
12. Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации: Указ Президента Российской Федерации от 05.12.2016 г. № 646. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201612060002> (дата обращения: 12.01.2022).
13. Попов И. М. Война будущего: взгляд из-за океана. М.: Издательский дом «АСТ-Астрель», 2004. 444 с.
14. Libicki M. What Is Information Warfare? Washington: National Defense University Press, 1995.
15. Гриняев С. Н. Информационная война: история, день сегодняшний и перспектива. URL: <http://www.agentura.ru/equipment/psih/info/war> (дата обращения: 15.01.2022).
16. Пономарев П. А., Паскарелов С. И. Влияние информационных войн на общество // Аллея науки. 2019. № 1 (28). С. 298–301.
17. Анисимов Н. А. К вопросу о генезисе и перспективах завершения информационной войны нашего времени: публицистический аспект // Культура в фокусе научных парадигм. 2021. № 12-13. С. 319–325.
18. Пичугин В. Г., Годунова Л. А. Концепция информационной войны будущего // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2021. № 3. С. 3–15.
19. Никитина И. Н. Эвфемия в зарубежной и отечественной лингвистике: история вопроса и перспектива исследования // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2009. № 1. С. 49–64.

20. Бурас М. Жизнь и судьба гипотезы лингвистической относительности // Наука и жизнь. 2011. № 8. С. 11–17.
21. Москвин В. П. Эвфемизмы: системные связи, функции и способы образования // Вопросы языкознания. 2001. № 3. С. 58–69.
22. Шалимов Ф. В., Дубова М. Е. Эвфемизация военно-политических статей в американской прессе (на материале текстов «Нью-Йорк таймс» о конфликтах с участием вооружённых сил США) // Актуальные научные исследования в современном мире. 2021. № 10-13 (78). С. 276–279.
23. Департамент информации и массовых коммуникаций Министерства обороны Российской Федерации. URL: https://structure.mil.ru/structure/ministry_of_defence/details.htm?id=9581@egOrganization (дата обращения: 12.01.2022).
24. Оперативность и достоверность: Шойгу рассказал о месте Департамента информации в эпохе возрождения армии. URL: <https://tvzvezda.ru/news/20221991-IhLlLz.html> (дата обращения: 12.01.2022).
25. Журналы ВС стран мира. URL: <http://factmil.com/load/zhurnaly/13> (дата обращения: 12.01.2022).
26. Военная пресса США. URL: <http://zvo.su/voennye-problemy/voennaya-pressa-ssha.html> (дата обращения: 13.01.2022).
27. Чжунго цзюньван. URL: https://inosmi.ru/81_cn/ (дата обращения: 13.01.2022).
28. Идеино-политическое воспитание военнослужащих. URL: http://factmil.com/publ/strana-kitaj/idejno_politicheskoe_vospitanie_voennosluzhashhikh_noak_2014/59-1-0-447 (дата обращения: 13.01.2022).
29. Бренд «Армия России». URL: <https://armiyarossii.ru/> (дата обращения: 13.01.2022).
30. Служба в армии и престиж профессии военного. URL: <https://fom.ru/Bezopasnost-i-pravo/14199> (дата обращения: 15.01.2022).
31. Положение дел в армии. Срочная служба. URL: <https://fom.ru/Bezopasnost-i-pravo/14545> (дата обращения: 12.01.2022).

References

1. Zavyalova L. V. Antropologicheskiye i sotsiokul'turnyye determinanty voyny: problemy definitsiy i tipologii [Anthropological and socio-cultural determinants of war: problems of definitions and typologies]. *Trudy molodykh uchenykh Altayskogo gosudarstvennogo universiteta = Proceedings of Young Scientists of the Altai State University*, 2014, no. 11, pp. 242–246.
2. Rozin V. M. Voyna kak forma sotsial'noy zhizni [War as a form of social life]. *Vox. Filosofskiy zhurnal = Vox. Philosophical Journal*, 2015, no. 18, pp. 17–32.
3. Huntington S. Stolknoveniye tsivilizatsiy [Clash of Civilizations]. Moscow, AST Publishing House LLC, 2003. 603 p.
4. Volochkova M. Kul'turnaya voyna i yeye uchastniki [Cultural war and its participants]. *Sut' vremeni = Essence of Time*, 2012, no. 1, p. 7.
5. Abramov A. P. [Sociocultural nature of modern wars]. *Traditsionnyye i novyye sotsial'nyye konflikty v XXI veke. Sbornik materialov XIV Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii "Sorokinskiye chteniya – 2020"* [Traditional and new social conflicts in the XXI century. Collection of materials of the XIV International Scientific Conference "Sorokin Readings – 2020"]. Moscow, MAKSS Press Publ., 2020, pp. 190–193. (In Russ.)
6. Abramov A. P. Makrouroven' professional'noy sotsializatsii budushchikh ofitserov i yego vosproizvodstvo v otnosheniyakh armii, voyennogo obrazovaniya i obshchestva [The macro level of professional socialization of future officers and its reproduction in the relations of the army, military education and society]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika, Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2014, no. 4 (55), pp. 81–90.
7. Abramov A. P. Otechestvennyy i zarubezhnyy opyt formirovaniya lichnosti v usloviyakh voyennogo obrazovaniya [Domestic and foreign experience of personality formation in the conditions of military education]. Kursk, Kursk State Technical University Publ., 2010. 186 p.

8. Leushkin R. V. Informatsionnoye protivostoyaniye v kontekste informatizatsii i virtualizatsii obshchestva: sotsial'no-kommunikativnyy podkhod [Information confrontation in the context of informatization and virtualization of society: social and communicative approach]. *Sotsiodinamika = Sociodynamics*, 2018, no. 12, pp. 122–134.
9. Slambekova M., Ishanova A. Informatsiya kak instrument informatsionnykh voyn [Information as a tool of information wars]. *International Independent Scientific Journal*, 2021, no. 34–2, pp. 45–46.
10. Makarov A. D., Shangutov A. O. Informatsionnyye voyny. Perspektivy, realii, tendentsii [Information wars. Prospects, realities, trends]. *Informatsionnyye voyny = Information Wars*, 2021, no. 3 (59), pp. 2–3.
11. Vlasenko M. S., Karyanov M. V. Informatsionnaya voyna: iskazheniya real'nosti [Information war: distortions of reality]. Moscow, Publishing House "Kantsler", 2011. 196 p.
12. Ob utverzhdenii Doktriny informatsionnoy bezopasnosti Rossiyskoy Federatsii [On Approval of the Information Security Doctrine of the Russian Federation]. Decree of the President of the Russian Federation of December 05, 2016 № 646. Available at: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201612060002>. (accessed 12.01.2022)
13. Popov I. M. Voyna budushchego: vzglyad iz-za okeana [War of the future: a view from across the ocean]. Moscow, Publishing House "AST-Astrel", 2004. 444 p.
14. Libicki M. What Is Information Warfare? Washington, National Defense University Press, 1995.
15. Grinyaev S. N. Informatsionnaya voyna: istoriya, den' segodnyashniy i perspektiva [Information warfare: history, today and perspective]. Available at: <http://www.agentura.ru/equipment/psih/info/war>. (accessed 15.01.2022)
16. Ponomarev P. A., Paskarelov S. I. Vliyaniye informatsionnykh voyn na obshchestvo [Influence of information wars on society]. *Alleya nauki = Alley of Science*, 2019, no. 1 (28), pp. 298–301.
17. Anisimov N. A. K voprosu o genezise i perspektivakh zaversheniya informatsionnoy voyny nashego vremeni: publitsisticheskiy aspekt [On the issue of the genesis and prospects for the completion of the information war of our time: a journalistic aspect]. *Kul'tura v fokuse nauchnykh paradigm = Culture in the Focus of Scientific Paradigms*, 2021, no. 12-13, pp. 319–325.
18. Pichugin V. G., Godunova L. A. Kontseptsiya informatsionnoy voyny budushchego [The concept of information warfare of the future]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnyye nauki = Bulletin of the Tula State University. Humanitarian Sciences*, 2021, no. 3, pp. 3–15.
19. Nikitina I. N. Evfemiya v zarubezhnoy i otechestvennoy lingvistike: istoriya voprosa i perspektiva issledovaniya [Euphemism in foreign and domestic linguistics: background and research perspective]. *Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V. N. Tatishcheva = Bulletin of the V. N. Tatishchev Volga State University*, 2009, no. 1, pp. 49–64.
20. Buras M. Zhizn' i sud'ba gipotezy lingvisticheskoy otnositel'nosti [Life and fate of the hypothesis of linguistic relativity]. *Nauka i zhizn' = Science and Life*, 2011, no. 8, pp. 11–17.
21. Moskvina V. P. Evfemizmy: sistemnyye svyazi, funktsii i sposoby obrazovaniya [Euphemisms: systemic connections, functions and methods of education]. *Voprosy yazykoznanija = Problems of Linguistics*, 2001, no. 3, pp. 58–69.
22. Shalimov F. V., Dubova M. E. Evfemizatsiya voyenno-politicheskikh statey v amerikanskoj presse (na materiale tekstov "N'yu-York tayms" o konfliktakh s uchastiyem vooruzhonnykh sil SSHA) [Euphemization of military-political articles in the American press (based on the New York Times texts about conflicts involving the US armed forces)]. *Aktual'nyye nauchnyye issledovaniya v sovremennom mire = Actual Scientific Research in the Modern World*, 2021, no. 10–13 (78), pp. 276–279.
23. Departament informatsii i massovykh kommunikatsiy Ministerstva oborony Rossiyskoy Federatsii [Department of Information and Mass Communications of the Ministry of Defense of the Russian Federation]. Available at: https://structure.mil.ru/structure/ministry_of_defence/details.htm?id=9581@egOrganization. (accessed 12.01.2022)

24. Operativnost' i dostovernost': Shoygu rasskazal o meste Departamenta informatsii v epokhe vrozozhdeniya armii [Efficiency and reliability: Shoigu spoke about the place of the Department of Information in the era of the revival of the army]. Available at: <https://tvzvezda.ru/news/20221991-IhLlz.html>. (accessed 12.01.2022)
25. Zhurnaly VS stran mira [Journals of the Armed Forces of the countries of the world]. Available at: <http://factmil.com/load/zhurnaly/13>. (accessed 12.01.2022)
26. Voyennaya pressa SSHA [US military press]. Available at: <http://zvo.su/voennye-problemy/voennaya-pressa-ssha.html>. (accessed 13.01.2022)
27. 中國軍網. Available at: https://inosmi.ru/81_cn/. (accessed 13.01.2022)
28. Ideyno-politicheskoye vospitaniye voyennosluzhashchikh [Ideological and political education of military personnel]. Available at: http://factmil.com/publ/strana/kitaj/idejno_politicheskoe_vospitanie_voennosluzhashchikh_noak_2014/59-1-0-447. (accessed 13.01.2022)
29. Brend "Armiya Rossii" [Brand "Army of Russia"]. Available at: <https://armiyarossii.ru/>. (accessed 13.01.2022)
30. Polozheniye del v armii. Srochnaya sluzhba [Service in the army and the prestige of the military profession]. Available at: <https://fom.ru/Bezopasnost-i-pravo/14199>. (accessed 15.01.2022)
31. Polozheniye del v armii. Srochnaya sluzhba [The state of affairs in the army. Emergency service]. Available at: <https://fom.ru/Bezopasnost-i-pravo/14545>. (accessed 12.01.2022)

Информация об авторе / Information about the Author

Абрамов Александр Петрович, доктор социологических наук, профессор кафедры философии и социологии, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: abramov_ap@inbox.ru,
ORCID: 0000-0001-9913-2449

Alexander P. Abramov, Dr. of Sci. (Sociological), Professor of the Department of Philosophy and Sociology, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: abramov_ap@inbox.ru,
ORCID: 0000-0001-9913-2449