



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2023.3.3>

UDC 32.019.57, 316.485.26  
LBC 60.561.3, 66.2(4/8)

Submitted: 01.12.2022  
Accepted: 09.04.2023

## ARMED CONFLICT AS A MEDIA PROJECT OF THE 21<sup>st</sup> CENTURY: UKRAINIAN CASE <sup>1</sup>

**Gennady V. Kosov**

Sevastopol State University, Sevastopol, Russian Federation

**Olga V. Yarmak**

Sevastopol State University, Sevastopol, Russian Federation

**Olga M. Litvishko**

Sevastopol State University, Sevastopol, Russian Federation

**Alexandr E. Gapich**

Sevastopol State University, Sevastopol, Russian Federation

**Abstract.** *Introduction.* Modern armed confrontation has an obligatory information component and, moreover, can be a kind of media project in a situation where the confrontation is based on a contradiction between military and political goals. Based on the results obtained, the authors concluded that new media are a mechanism for implementing a media project to transform “real” reality, change the media and supra-real (cognitive, mental, or reflective) realities. *Methods and materials.* During the study, over 1900 images and videos were analyzed posted in the network communities of social media VKontakte, Odnoklassniki, and Twitter, as well as the Telegram communication messenger, from February to May 2022. *Analysis.* Modern armed confrontation is a new type of social connection since the Internet, social media, and politics form new political and communicative ties in society, which, in turn, create or destroy political forces and change political regimes and economic players for markets. *Result.* The authors propose a model connecting physical, informational, and virtual spaces, explaining network communication creation and functioning. This model influences politics, economics, resources, and territories through people’s mass consciousness. *Authors’ contribution.* G.V. Kosov developed the theoretical basis of the study and carried out the general scientific editing of the article. O.V. Yarmak analyzed the dominant trends in modern media projects and the Ukrainian case. O.M. Litvishko interpreted the results of theoretical and empirical studies characterizing the process of forming a new media project. A.E. Gapich organized studies of images and videos posted in the network communities of social media (VKontakte, Odnoklassniki, Twitter), as well as the Telegram messenger.

**Key words:** armed conflict, information war, political and communication networks, social media, big data, Ukrainianization of world politics, media project, Ukraine.

**Citation.** Kosov G.V., Yarmak O.V., Litvishko O.M., Gapich A.E. Armed Conflict as a Media Project of the 21<sup>st</sup> Century: Ukrainian Case. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 4. Istoriya. Regionovedenie. Mezhdunarodnye otnosheniya* [Science Journal of Volgograd State University. History. Area Studies. International Relations], 2023, vol. 28, no. 3, pp. 29–41. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2023.3.3>

УДК 32.019.57, 316.485.26  
ББК 60.561.3, 66.2(4/8)

Дата поступления статьи: 01.12.2022  
Дата принятия статьи: 09.04.2023

## ВООРУЖЕННЫЙ КОНФЛИКТ КАК МЕДИАПРОЕКТ XXI в.: УКРАИНСКИЙ КЕЙС <sup>1</sup>

**Геннадий Владимирович Косов**

Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, Российская Федерация

**Ольга Валерьевна Ярмак**

Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, Российская Федерация

**Ольга Михайловна Литвишко**

Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, Российская Федерация

**Александр Эрикович Гапич**

Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, Российская Федерация

**Аннотация.** *Введение.* Современное вооруженное противостояние имеет обязательную информационную составляющую и, более того, может быть своеобразным медиапроектом в ситуации, когда в основу противостояния заложено противоречие между военными и политическими целями. Основываясь на полученных результатах, авторами было зафиксировано, что новые медиа являются механизмом реализации медиапроекта по трансформации «реальной» реальности, изменению медийной и надреальной (когнитивной / ментальной / рефлексивной) реальностей. *Методы и материалы.* В ходе исследования было проанализировано свыше 1 900 изображений и роликов, размещенных в сетевых сообществах социальных медиа ВКонтакте, Одноклассники, Twitter, а также коммуникационного мессенджера Телеграм с февраля по май 2022 года. *Анализ.* Современное вооруженное противостояние – это новый тип социальной связанности, поскольку и Интернет, и социальные медиа, и политика формируют новые политико-коммуникативные связи в обществе, которые, в свою очередь, создают или уничтожают политические силы, меняют политические режимы, экономических игроков на рынках. *Результат.* Авторы на базе исследований украинского сегмента Интернета и сетевых сообществ новых российских территорий предлагают рабочую модель, в которой соединяется три пространства – физическое, информационное и виртуально-сетевое, объясняющую создание и функционирование сетевых коммуникаций, обуславливающую контроль над политикой, экономикой, ресурсами и территориями через влияние на массовое сознание людей. *Вклад авторов.* Г.В. Косов разработал теоретическую базу исследования и осуществил общее научное редактирование статьи. О.В. Ярмак проанализировала доминирующие тенденции в современных медиапроектах и украинский кейс. О.М. Литвишко интерпретировала результаты теоретических и эмпирических исследований, характеризующих процесс формирования нового медиапроекта. А.Э. Гапич организовал исследования изображений и роликов, размещенных в сетевых сообществах социальных медиа ВКонтакте, Одноклассники, Twitter, а также коммуникационного мессенджера Телеграм.

**Ключевые слова:** вооруженный конфликт, информационная война, политико-коммуникативные сети, социальные медиа, большие данные, украинизация мировой политики, медиапроект, Украина.

**Цитирование.** Косов Г. В., Ярмак О. В., Литвишко О. М., Гапич А. Э. Вооруженный конфликт как медиапроект XXI в.: украинский кейс // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения. – 2023. – Т. 28, № 3. – С. 29–41. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2023.3.3>

**Введение.** Разрастание международных акторов и, как следствие, умножение в разы их целей и интересов привело к дисфункции в работе традиционных / существующих политических / международных институтов, что, в свою очередь, породило процессы хаотизации мирового политического и экономического пространств, деградации международного правового поля. Все это неизбежно привело к борьбе мировых акторов за трансформацию мирового порядка, за формирование новых «правил игры» на международной арене.

Экономические санкции и монетарная политика; экологическая повестка как элемент

неоколониализма; политизация религии и десекуляризация общества; акцентуализация социума на идее исключительности и поиск мирового антигероя; переустройство мира через формирование территорий хаоса и создание зон распада (Ирак, Ливия, Сирия. Украина и т. д.) являются технологиями формирования нового мирового порядка (поддержания существующего, старого), активно используемыми «западным» миром.

Активное использование таких детерминант внешнеполитического поведения («роли») государств, как коллективные (сформированные сознательно или возникшие стихийно) ком-

плексы – жертва, герой и т. д., – психозы, сформированные из-за несбывшихся надежд больших социумов, и геополитическое жонглирование эмоциями – страх, унижение, надежда, – раскалывает традиционно сложившиеся связи, союзы, регионы, ввергая огромные территории в состоянии коллапса. Все это так же является механизмами трансформации мира, формирования западноориентированного Мирового порядка – 2.0.

Противоборство вокруг принципов конструирования Мирового порядка – 2.0 происходит в ситуации одновременного сосуществования трех реальностей: «реальная» реальность, медийная реальность, надреальная (когнитивная / ментальная / рефлексивная) реальность (в сознании у людей), что, несомненно, утяжеляет процесс конструирования абриса новых правил, условий, пространств пересечения / непересечения / отчуждения для нового мира. Отметим, что и такое крайнее проявление борьбы за новый мировой порядок, как война, в ситуации множества реальностей порождает удивительный феномен: одномоментное существование нескольких пространств войны. «Человек эпохи хаоса» не понимает, где кончается одно пространство войны (одна реальность) и начинается другое пространство войны (другая реальность), хотя при этом он сам живет в третьем пространстве и «третьей» реальности. Подобная социальная шизофрения делает и современные общества, и государства податливыми объектами для манипуляции со стороны постсовременных государств.

Современная ситуация на Украине, на наш взгляд, является идеальным кейсом по изучению инструментов формирования нового избранно-центрического мирового порядка.

Поставим в рамках введения к нашей работе еще одну научно-практическую проблему – это «украинизация» общества мира. Представляется, что «украинизацию» необходимо рассматривать как феномен, как практику и как инструмент. Базовая идея «украинизации» общества заключается в отрицании России в юридическом, историческом, культурном, политическом смыслах; выстраивание образа, концепта «анти-Россия», где «анти-Россия» есть признак свободного, «нового» мира, есть пропуск в «светлое» будущее, есть

маркер «свой»-«чужой». Вторым моментом «украинизации» социума / мира является узаконенное беззаконие, размывание / отсутствие / хаотизация правил и принципов. Узаконенное беззаконие как механизм трансформации реальности (общества, мира, мирового сообщества, «правил» игры). Третий момент «украинизации» связан с формированием идеи не только национальной, расовой, но социальной исключительности. Четвертый момент «украинизации» связан с разрывом с традиционными ценностями. «Украинизированное» общество и мир – это носители нового стандарта ценностей, нового (новых) ценностных ядер. Представляется, что при сохранении сегодняшних тенденций можно говорить об «украинизации» Европы в течение ближайшего десятилетия: Европа – анти-Россия с европейской исключительностью, узаконенным беззаконием, столкновением новых и традиционных ценностей, фрагментацией через хаотизацию. При этом можно говорить о более глобальной тенденции ближайшего времени, об «украинизации» мира.

Стремление геополитических конкурентов реализовать свои деструктивные проекты требует от России ответных шагов. Представляется, что «сборка» и «пересборка» государственности является подобным ответом Российской Федерации на «украинизацию» мира. Подчеркнем еще раз, что «пересборка» территорий на новых принципах и правилах в настоящее время происходит в ситуации всеобщей хаотизации, дезориентации, дезорганизации. Итогом этой «пересборки» является строительство Большой России с новым социальным договором, новыми условиями общественного сожительства и сотрудничества, новой большой социальной идеей.

Вооруженные конфликты последних лет убедительно доказывают, что война в традиционном понимании как вооруженное противоборство двух или более сторон, направленное на навязывание оппоненту своей воли, уходит в прошлое, уступая место новым типам войн, активно использующим торговые, финансовые, экономические механизмы [5, с. 58–61; 7, с. 57–58]. В современных условиях значительно большим потенциалом обладают информационные войны, в рамках которых информация выступает не столько инструмен-

том познания окружающего мира или основой построения коммуникативных связей, сколько действенным всеразрушающим оружием, превосходящим, как показывает современная практика, известные виды вооружений.

Информационная война сегодня выступает самостоятельным механизмом осуществления внешней политики, задействуя целый арсенал методов, технологий и средств информационного и психологического влияния, применяемый для управления медиа- и интернет-сферой противника, его коммуникативными системами, при этом первостепенной задачей является нанесение политического и экономического ущерба.

Данный тезис также отражен в работах индо-американского специалиста в области геополитики и глобализации Параг Кханна: «Карты коммуникаций лучше отражают геополитическую динамику между сверхдержавами, городами-государствами, не имеющими гражданства компаниями, а также всякого рода виртуальными сообществами в их борьбе за ресурсы, рынки и популярность. Конкурентоспособные коммуникации – гонка вооружений двадцать первого века» [18]. Представляется, что можно говорить о формировании нового медиакратического типа управления: «Инфогосударство использует как демократию, так информацию для определения ключевых приоритетов граждан и реальности (экономической, образовательной, инфраструктурной). Государство использует комбинацию гражданина и информации для порождения политики, ее мониторинга, отслеживания обратной связи, анализа в реальном времени» [19].

Отметим, что важность доступа к информации усиливается во время войны, в первую очередь для тех, кто непосредственно вовлечен в вооруженный конфликт. Зачастую во время кризисов люди используют легкодоступные каналы связи для сбора информации, которые не всегда являются объективными и чаще всего формируются, модерируются, транслируются и управляются как медиапроект. Это позволяет людям считать, что они находятся в курсе неотложных событий, получают разнообразную информацию, что в свою очередь снижает ощущение медийной неопределенности [24], формирует и поддер-

живает сосуществование «реальной», медийной и надреальной реальности.

**Методы и материалы.** Стремительный рост числа публикаций двух последних десятилетий как в России, так и за рубежом, посвященных анализу воздействия информационных технологий на существующие практики ведения боевых действий и роли информационного компонента в вооруженных конфликтах свидетельствует о востребованности данной тематики не только в качестве объекта научных исследований, но, прежде всего, как действенной и эффективной стратегии ведения информационной войны. С момента успешной информационной операции США, сопровождавшей войну в Персидском заливе 1990–1991 гг., мировое сообщество стало свидетелем кардинальных изменений, затронувших как сферу военного искусства в целом, так и технологии информационного сопровождения войны в частности. Технологии ведения информационной войны получили название «оружия массовой эффективности» [25, с. 274], «мягкого оружия» [21], «стратегий не прямых действий» [4, с. 478], возрождая войну в другой форме и на другой арене. «Финансовая атака, террористическая атака, создание хаоса с использованием Интернета представляют полувойну, почти войну, суб-войну, ...зарождающуюся форму нового типа войны» [25, с. 107].

Современные информационные войны носят информационно-психологический характер, поскольку их целью выступает манипулирование сознанием и оказание психологического воздействия на противника. Воспринимаемые изначально как «разрозненные изолированные оперативные компоненты, в первую очередь предназначенные для поддержки обычных операций военного времени», стратегии ведения информационной войны детально описаны американским социальным исследователем медиасферы Д. Болтоном как совокупность операций, применяемых США в качестве информационной поддержки боевых действий, при этом «операции военной информационной поддержки» занимают центральную позицию в системе оперативных компонентов (см. рис. 1) [13].

Деятельность мультинациональных медийных корпораций, глобальных коммуника-



Рис. 1. Информационная война как система оперативных компонентов

Fig. 1. Information war as a system of operative components

тивных сетей с политически аффилированными акторами, развязывающих конфликты представителей гражданского сектора, стали составляющими стратегии информационного воздействия и «превратились в полноценный политический инструмент, который позволяет искривлять реальность в нужном направлении» [8; 17, с. 102–106; 18, с. 433–443] (рис. 1).

Если раньше информационный компонент играл второстепенную роль в вооруженном конфликте, то сегодня, по мнению российского философа и социолога А.Г. Дугина, масс-медиа становятся «мощнейшим самостоятельным геополитическим фактором, способным оказывать сильное влияние на исторические судьбы народов» [3, с. 78].

Исследователи неоднократно наблюдали, как СМИиК вообще и социальные медиа в частности изменяли и «реальную» реальность, и медийную реальность (создавали и трансформировали коммуникационное пространство), и надреальную (когнитивную / ментальную / рефлексивную) реальность. Кроме этого, социально-коммуникационные сети формируют сетевые социальные пространства, которые складываются из взаимодействия киберпространства и реальной жизни, являясь трансформационной силой для традиционных политических и социальных институтов общества [12].

Можно сделать предварительный вывод о том, что информационно-психологическое противоборство представляет собой «информационное противоборство, основанное на скрытном проникновении в сферу сознания противника с целью замены присущей ему информационной картины мира на выгодную противоположной стороне» [1, с. 72; 2, с. 11]. Исходя из предлагаемого определения становится очевидным, что противоборствующие стороны могут в своей деятельности прибегать к широкому диапазону средств и методов с использованием цифровых технологий и новых медиа, что позволяет им достичь главной цели – создание новой реальности, искажение информации, оказание воздействия на когнитивную сферу противника, манипулирование его сознанием и поведением [2, с. 26–46] (см. рис. 2).

Ряд западных и отечественных исследователей медиатехнологий рассматривают социальные сети, как эффективный инструмент ведения информационных войн и основание для манипуляции сознанием в период вооруженных конфликтов [6; 9; 10–12; 14; 15; 19; 20; 22]. По мнению аналитиков сетевых и информационных войн П. Сингера и Э. Брукинга, современный мир стал свидетелем превращения Интернета в оружие. В своей работе они сформулировали пять положений, подтверждающих тенденцию активного использова-



Рис. 2. Стратегии, методы и технологии ведения информационных войн  
 Fig. 2. Strategies, methods, and technologies of the information war

ния социальных сетей в качестве оружия: «Интернет (и социальные сети в частности) вырос из подросткового возраста, но еще не достиг зрелости, таким образом, в будущем мир столкнется с еще большей активностью пользователей сети; Интернет превратился в поле боя; Интернет меняет способы ведения войны; Интернет меняет само понятие войны; Интернет сделал всех нас участниками войны» [24, с. 21–23] (см. рис. 3).

Социальные / политические акторы, стремясь «продвигать свои проекты, защищать интересы и утверждать свои ценностные установки» [16, с. 57], активно используют социальные сети, создавая параллельную реальность в сознании населения, что в свою очередь ведет к трансформации действительной социокультурной и политической реальности [7]. Отметим, что распространение ложной реальности происходит публично, так как основным каналом продвижения / трансляции того или иного проекта выступают социальные сети, обладающие ресурсами для стремительного распространения информации, следуя четко заданному в проекте алгоритму (см. рис. 3) [23, с. 58]. В этом контексте можно рассматривать вооруженный конфликт как медиапроект, который связан с созданием не только определенного градуса поддержки / сопротивления / поражения и в обществах / государствах-участниках, и в мире в целом, но

и позволяет формировать ощущение отчужденности от «реальной» реальности с целью стабилизации и управления социальными и политическими процессами без перевода всех сегментов социума и экономики в состояние военной мобилизации. Признаками таковых медиапроектов как раз и являются стремления к изменению «реальной» реальности не только через институциональную и системно-структурную трансформацию, но и через изменение медийной и надреальной (когнитивной / ментальной / рефлексивной) реальностей.

Авторское исследование направлено на разработку и апробацию прогностической методологии, обладающей предсказательным потенциалом, в отношении влияния типов текстового и визуального контента, распространяемого в социальных сетях, на анализ процессов радикализации и политизации региональных сообществ, оказавшихся в условиях конвенционального вооруженного конфликта. Данная методология основана на констелляции традиционных социологических методов, а также алгоритмов анализа больших данных, методах глубокого обучения, машинного обучения, понимании возможностей многоуровневых нейронных сетей.

Целью осуществленного исследования является теоретико-методологическое обоснование механизмов влияния текстового и визуального контента, распространяемого в

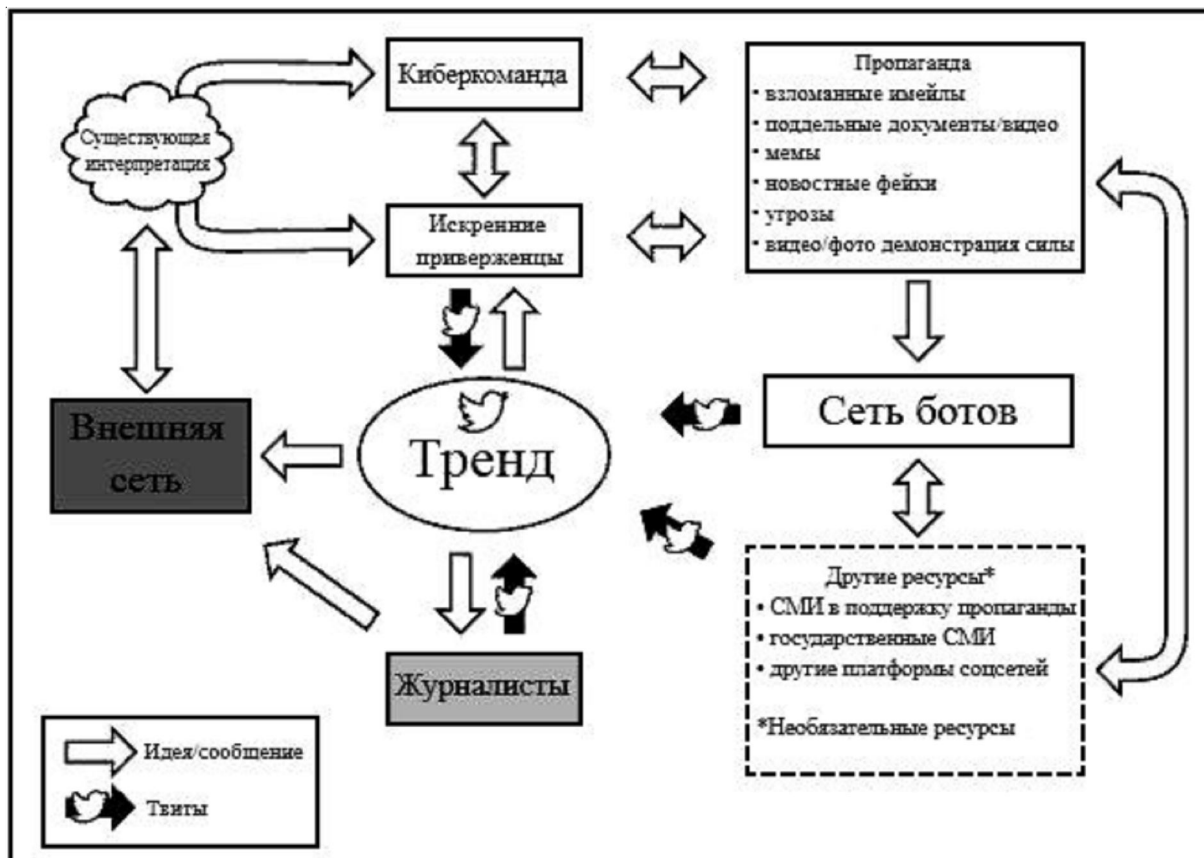


Рис. 3. Алгоритм распространения пропаганды в Интернете

Fig. 3. Algorithm of spreading propaganda in the Internet

социальных медиа, на массовое сознание населения стран и регионов в условиях специальной военной операции как части медиапроекта по трансформации «реальной» реальности, изменению медийной и надреальной (когнитивной / ментальной / рефлексивной) реальностей.

В ходе исследования было проанализировано свыше 1 900 изображений и роликов, размещенных в сетевых сообществах социальных медиа ВКонтакте, Одноклассники, Twitter, а также коммуникационного мессенджера Телеграм с февраля по май 2022 года. На первом этапе исследования была осуществлена ручная разметка 641 случайно отобранного изображения из 59 виртуальных сообществ. Проведение разметки предполагало ручную классификацию визуальных изображений из социальных медиа по следующим основаниям (см. таблицу).

На первом этапе исследования была осуществлена типологизация визуального и текстового контента на несколько категорий, а

именно: агитационный, пропагандистский, информационный, мобилизационный, дегуманизационный и диффамационный.

Следующим исследовательским этапом стала классификация изображений, выполненная с помощью API Google Vision Orange 3.25. Всего для процедуры автоматизированной классификации изображений, репрезентирующих конвенциональный вооруженный конфликт в социальных медиа, бралось 22 159 единиц. Наибольшее их число относится к коммуникационному мессенджеру Телеграм – 16 759 фотографий; в сети Одноклассники было отображено 3 257 изображений; в ВКонтакте – 2 143 изображения; в Twitter – 429 изображений, относящихся к визуальной репрезентации конвенционального вооруженного конфликта. Здесь необходимо уточнить, что 38,7 % проанализированных фотографий имеют пересекающийся характер, то есть встречаются сразу в двух или более типах социальных медиа.

В результате осуществления процедуры кластеризации изображений было сформиро-

**Классификация визуального контента социальных медиа**

**Classification of social media visual content**

Категории визуального контента	Типы визуального контента
Визуальный контент	– групповое фото; – одиночное фото
Жанр визуального контента	– событие; – портрет; – естественное фото; – постановочное фото; – коллаж; – репортажное фото
План фото	– крупный план; – средний план; – общий план (совместное фото)
Тип фото	– уличное фото; – статичное фото; – динамичное фото
Люди на фото	– нет людей на фото; – дети; – военные; – пожилые; – люди разного возраста
Характер фото	– жертвы; – разрушения; – сцены боевых действий; – сцены насилия

вано 4 кластера, различающихся по количеству фотографий. В первом кластере оказались изображения из социальной сети ВКонтакте. Большинство (82,5 %) фотографий этого кластера характеризуются изображениями, демонстрирующими групповые сцены участников боевых действий; на них отсутствует крупный план, при этом очевидно репрезентируется массовость и потенциальная возможность применения насилия.

Ко второму кластеру (17,3 % изображений) относятся одиночные фотографии, на которых чаще всего репрезентируются жертвы вооруженного конфликта. В третьем, самом немногочисленном по количеству изображений кластере (9,4 % фотографий), оказались фотографии, содержащие изображения с надписями. Чаще всего это демотиваторы, коллажи, инфографика, ироничные фото или изображения, характеризующие «троллинг» над политическими лидерами противоборствующих сторон. Четвертый кластер (58,4 % от общего объема проанализированных изображений) – это контент, дегуманизирующий образ противоборствующей стороны вооруженного конфликта (изображения разрушений, жертв и потерь боевой техники).

На следующем этапе исследования вручную были отобраны образцы визуального контента, соответствующие определенным ранее критериям и показателям. Далее эти образцы были помещены в обучающую выборку, на которой проходило обучение нейронной сети с целью дальнейшей характеристики всего объема выборочной совокупности согласно критериям и показателям анализа визуального контента конвенционального конфликта.

Влияние визуального контента на процессы патриотической мобилизации пользователей социальных медиа проанализировано с помощью методов ретроспективного анализа и методологии social network analysis. В данном случае использовалось сопоставление наиболее популярных образов, характеризующих конвенциональный вооруженный конфликт с коммуникационными одобрениями (лайки) и обсуждениями (комментарии) этих образов в различных сетевых сообществах.

В процессе контент-анализа дискуссий в социальных медиа были рассмотрены комментарии к постам сетей ВКонтакте и Телеграм о вооруженном конфликте на украинской территории. Была осуществлена класси-



фикация и кластеризация текстовой информации, оставляемой пользователями социальных медиа (комментарии и тексты постов). Согласно разработанной авторской методике была использована средняя длина слова для измерения языковой сложности комментария текстового сообщения. В результате было определено, что средняя длина слова увеличивается с возрастом автора поста и коррелирует с социальным статусом пользователя в реальной жизни.

Далее для классификации текстов пользователей социальных медиа был создан словарь позитивных и негативных выражений для обучения нейронной сети.

**Анализ.** События, происходящие в настоящее время как на территории Украины и пост-украинских, ныне российских территорий, так в других странах постсоветского пространства, показывают, что детерминирующую роль в радикализации общества в условиях конвенционального вооруженного конфликта играют социальные медиа. Отметим, что средний возраст пользователей сообществ, генерирующих визуальный контент, отражающий динамику военной операции, составляет 37 лет, и это в основном мужская аудитория.

Анализ массива информации, полученной в ходе авторского исследования, позволяет говорить о том, что визуальные изображения, характеризующиеся репрезентацией боевых действий, разрушений и жертв конфликта, встречались в 68,4 % проанализированных случаев. Следующим по частоте встречаемости на фото стал пропагандистский контент. Визуальные изображения, характеризующие данный тип контента, встречаются в социальных медиа в 17,9 % случаев. Фотографий,

относящихся к информационным сообщениям в выборочной совокупности, оказалось всего 9,9 %. Наименее часто в социальных сетях встречались изображения, репрезентирующие агитационный контент (рис. 4).

Репортажные изображения составляют треть (28,6 %) от всех анализируемых фотографий, из которых 42 % имеют характер откровенно провокационных, содержащих сцены насилия, угроз или расправы.

Большая часть людей на снимках представлена людьми в возрасте до 45 лет. Немногим более четверти всех проанализированных фотографий (28,1 %) содержат изображения детей и подростков, на половине снимков (45 %) представлены люди среднего возраста, старшее поколение присутствует на 27 % изображений (см. рис. 5). Здесь необходимо добавить, что четверть снимков репрезентирует изображения людей разного возраста. Эти фотографии были принудительно исключены из данной части анализа.

Сцены разрушений содержатся на 51 % фотографий. Непосредственно сцены активной фазы вооруженного противостояния отмечены на трети (27,1 %) проанализированных изображений. Образы жертв и пострадавших от конфликта присутствуют на 21,6 % изображений (см. рис. 6).

Отличительными признаками визуальных изображений, детерминирующих мобилизацию пользователей социальных медиа в период активной фазы специальной военной информации являются: резкое увеличение количества визуального контента в сообществах различного типа; появление большого количества контента, характеризующего ситуацию конфликта; преобладание ярких, преимуще-

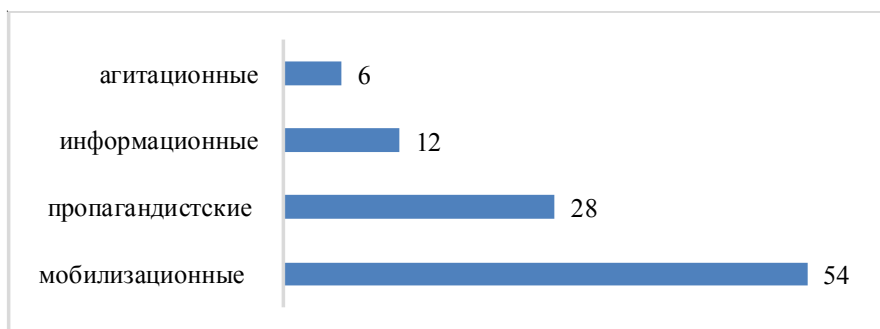


Рис. 4. Соотношение визуальных изображений (в % от общего числа изображений)

Fig. 4. Correlation of visual images (in % of the total number of images)

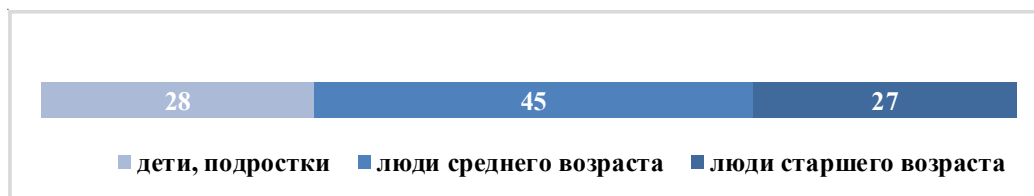


Рис. 5. Типы визуального контента категории «люди на фото» (в % от общего числа изображений)  
 Fig. 5. Types of visual content of the category “people in the photo” (in % of the total number of images)

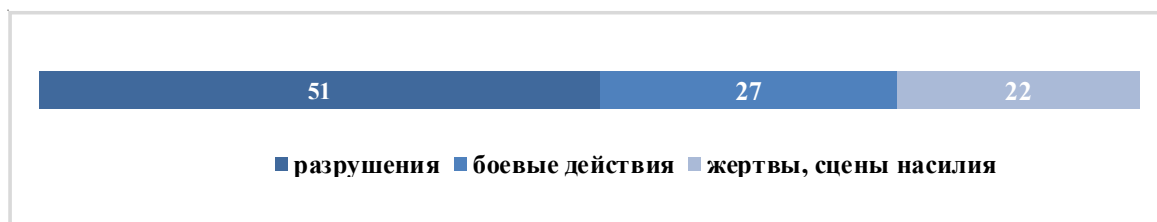


Рис. 6. Типы визуального контента категории «характер фото» (в % от общего числа изображений)  
 Fig. 6. Types of visual content of the category “kind of the photo” (in % of the total number of images)

ственно темно-красных (имеющих кровавый фон или с использованием изображений крови) тонов на изображениях; увеличение количества контента, формирующего и одновременно дегуманизирующего образ врага; превалирование фотографий, изображающих большие массы людей, а также лидеров общественного мнения.

Можно сделать вывод о том, что на активной фазе вооруженного противостояния для всех типов социальных медиа характерны схожие образы визуальной репрезентации.

**Результаты.** Было установлено, что патриотической мобилизации способствует обмен видео- и фотоконтентом, особенно это проявляется в социальных сетях. В сетевых сообществах Телеграмм и ВКонтакте, где визуальный контент, репрезентирующий противостояние территориальных сообществ, пользуется особенной популярностью. На повышение уровня патриотической мобилизации пользователей социальных медиа наибольшее влияние оказывают масштабные изображения сцен и пострадавших в результате вооруженного противостояния.

Применение метода сетевого анализа позволило установить «изображения-хабы» – фотографии, пользующиеся наибольшей популярностью во всех типах социальных медиа. Они отличаются высокой четкостью и качеством изображения, демонстрацией узнаваемых лиц или лидеров общественного мнения в ситуациях вооруженного противостояния и

боевых действиях. На таких изображениях также содержится какой-либо слоган, призывающий к конкретным действиям.

Проанализированные текстовые сообщения в виде комментариев выделились в три крупных тематических кластера: помощь беженцам, раненым и гуманитарные акции нуждающимся; военные преступления; вопросы социально-экономического развития после окончания активной фазы вооруженного противостояния.

Установлено, что в ситуации нарастания напряженности и в период открытого вооруженного противостояния усиливается перераспределение социальных контактов в виртуальной среде. Результаты исследования показали, что детерминантами подобного перераспределения являются возраст пользователей социальных медиа, тип и сфера их занятости, а также наличие родственных связей на противоположной стороне.

Социальные медиа представляются определяющими для формирования дегуманизованного образа врага в регионах, оказавшихся на территории конвенционального противостояния, трансформируя тем самым медийную и надреальную (когнитивную / ментальную / рефлексивную) реальности. Сообщения, распространяемые в социальных сетях, являются основным источником о событиях и динамике вооруженного конфликта. Именно таким сообщениям население, оказав-

шеся по разные стороны вооруженного конфликта, доверяет больше всего.

**Заключение.** Основываясь на полученных результатах, авторами было зафиксировано, что новые медиа являются механизмом реализации медиапроекта по трансформации «реальной» реальности, изменению медийной и надреальной (когнитивной / ментальной / рефлексивной) реальностей.

Современное вооруженное противостояние имеет обязательную информационную составляющую и, более того, может быть своеобразным медиапроектом в ситуации, когда в основу противостояния заложено противоречие между военными и политическими целями. В частности, в СВО четко фиксируется подобного рода противоречие, при этом политические цели в нем выступают скорее политико-коммуникативными. С нашей точки зрения, современное вооруженное противостояние – это новый тип социальной связанности, поскольку и Интернет, и социальные медиа, и политика формируют новые политико-коммуникативные связи в обществе, которые, в свою очередь, создают или уничтожают политические силы, меняют политические режимы, экономических игроков на рынках.

По сути, речь идет о некоей модели, где соединяется три пространства – физическое, информационное и виртуально-сетевое, которая создает сетевые коммуникации, обуславливающие контроль над политикой, экономикой, ресурсами и территориями через влияние на массовое сознание людей.

#### ПРИМЕЧАНИЕ

<sup>1</sup> Исследование выполнено при поддержке программы Приоритет-2030 ФГАОУ ВО «Северный федеральный государственный университет» (стратегический проект № 5).

The study was supported by the Priority-2030 program of the Sevastopol State University (strategic project No. 5).

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бугусов А. В. Социальные сети как инструмент политического противоборства и информационных войн // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. 2018. № 13 (4). С. 71–75.

2. Воронова О. Е. Современные информационные войны: типология и технологии. Рязань: Изд-во РГУ, 2018. 188 с.

3. Дугин А. Г. Основы геополитики. Геополитическое будущее России. М.: Арктогея, 1997. Ч. 1. 451 с.

4. Лиддел Г. Б. Стратегия непрямых действий. – М.: Астрель, 2012. 508 с.

5. Литвишко О. М. Трансграничное сотрудничество как механизм обеспечения национальных интересов современной России в Каспийском регионе: дис. ... канд. полит. наук. Пятигорск, 2015. 237 с.

6. Орлов И. Б. От какого наследства мы отказываемся? (Сущность и механизмы пропаганды) // Вопросы правопедания. 2009. № 1. С. 57–66.

7. Толстых В. В. Нормативно-правовое закрепление понятия «война» в российском и международном праве // Academy. 2017. № 3 (18). С. 57–63.

8. Широков Д. «Мы должны вовремя отвечать». Соцсети могут стать реальным оружием и причиной войны. Как Россия борется с ложной информацией? // Интернет-газета Lenta.ru. 18.06.2020. URL: [https://lenta.ru/articles/2020/06/18/fact\\_checking/](https://lenta.ru/articles/2020/06/18/fact_checking/)

9. Ярмак О. В., Большакова М. Г., Шкайдерова Т. В., Маранчак А. Г. Социальные парадоксы коммуникации в постконфликтных обществах // Вестник Института социологии РАН. 2021. Т. 12, № 1. С. 136–152. DOI: <https://doi.org/10.19181/vis.2021.12.1.703>

10. Albrecht T. L., Adelman M. B. Communicating Social Support: A Theoretical Perspective // Communicating Social Support / ed. by T. L. Albrecht, M. B. Adelman. Newbury Park, CA: Sage, 1987. P. 18–39.

11. Aro J. The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools // European View. 2016. Vol. 15, № 1. P. 121–132. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12290-016-0395-5>

12. Bebbler R. J. Treating Information as a Strategic Resource to Win the “Information War” // Orbis. 2017. Vol. 61, № 3. P. 394–403. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.orbis.2017.05.007>

13. Bolton D. Targeting Ontological Security: information warfare in the modern age // Political Psychology. 2020. № 42 (1). P. 1–16. DOI: <https://doi.org/10.1111/pops.12691>

14. Boyte K. J. An Analysis of the Social Media Technology, Tactics, and Narratives Used to Control Perception in the Propaganda War over Ukraine // Journal of Information Warfare. 2017. Vol. 16, № 1. P. 88–111.

15. Cambron R. J. World War Web: Rethinking “Aiding and Abetting” in the Social Media Age // Case Western Reserve Journal of International Law. 2019. Vol. 51, № 1. P. 293–325.

16. Castells M. Communication Power. Oxford: Oxford University Press, 2009. 571 p.

17. Górniewicz M. A., Szczurek T. Social Media Wars. The R-Evolution Has Just Begun. Warsaw: Wojkowska Akademia Techniczna, 2018. 148 p.

18. Khanna P. *Connectography. Mapping the Global Network Revolution*. Hachette, UK: W&N, 2016. 496 p.

19. Khanna P. How Megacities Are Changing the Map of the World // TED (Conference). February 1, 2016. URL: [https://www.ted.com/talks/parag\\_khanna\\_how\\_megacities\\_are\\_changing\\_the\\_map\\_of\\_the\\_world](https://www.ted.com/talks/parag_khanna_how_megacities_are_changing_the_map_of_the_world)

20. Kirton A. Online Engagements: War and Social Media // *The Palgrave Handbook of Criminology and War* / eds.: R. McGarry, S. Walklate. London: Palgrave Macmillan, 2016. P. 402–424. DOI: [https://doi.org/10.1057/978-1-137-43170-7\\_22](https://doi.org/10.1057/978-1-137-43170-7_22)

21. Nye J. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. N. Y.: Public Affairs, 2004. 191 p.

22. Prier J. *Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare // Information Warfare in the Age of Cyber Conflict* / eds. Ch. Whyte, A. T. Thrall, B. M. Mazanec. London: Routledge, 2020. P. 88–113. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780429470509>

23. Singer P. W., Brooking E. T. *LikeWar. The Weaponization of Social Media*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2018. 406 p.

24. Stiegler B. *The Decadence of Industrial Democracies: Disbelief and Discredit*. Cambridge: Polity Press, 2011. 200 p. URL: <https://www.cejiss.org/the-decadence-of-industrial-democracies-disbelief-and-discredit>

25. Ventre D. *Information Warfare*. N. J.: Wiley&Sons, Hoboken, 2016. 352 p.

## REFERENCES

1. Butusov A.V. *Soczialnye seti kak instrument politicheskogo protivoborstva i informacionnykh vojn [Social Networks as a Tool of Political Confrontation and Information Wars]*. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Obshhestvennye nauki* [Bulletin of the Tambov University. Series: Social Sciences], 2018, no. 13 (4), pp. 71-75.

2. Voronova O.E. *Sovremennye informacionnye vojny: tipologiya i tekhnologii [Modern Information Wars: Typology and Technologies]*. Ryazan, Izd-vo RGU, 2018. 188 p.

3. Dugin A.G. *Osnovy geopolitiki. Geopoliticheskoe budushhee Rossii [Fundamentals of Geopolitics. The Geopolitical Future of Russia]*. Moscow, Arktogetya Publ., 1997, pt. 1. 451 p.

4. Liddel G.B. *Strategiya nepryamykh dejstvij [Strategy of Indirect Actions]*. Moscow, Astrel Publ., 2012. 508 p.

5. Litvishko O.M. *Transgranichnoe sotrudnichestvo kak mekhanizm obespecheniya naczionalnykh interesov sovremennoj Rossii v Kaspijskom regione: dis. ... kand. polit. nauk [Cross-Border Cooperation as a Mechanism for Ensuring*

*National Interests of Modern Russia in the Caspian Region. Cand. polit. sci. diss.]*. Pyatigorsk, 2015. 237 p.

6. Orlov I.B. *Ot kakogo nasledstva my otazyvaemysya? (Sushhnost i mekhanizmy propagandy) [What Inheritance is Mine Refusing? (The Essence and Mechanisms of Propaganda)]*. *Voprosy pravovedeniya [Questions of Jurisprudence]*, 2009, no. 1, pp. 57-66.

7. Tolstykh V.V. *Normativno-pravovoe zakreplenie ponyatiya «voyna» v rossijskom i mezhdunarodnom prave [Normative-Legal Consolidation of the Concept of “War” in Russian and International Law]*. *Academy*, 2017, no. 3 (18), pp. 57-63.

8. Shirokov D. «My dolzhny vovremya otvechat». *Soczseti mogut stat realnym oruzhiem i prichinoy vojny. Kak Rossiya boretsya s lozhnoj informaciej? [“My Duty Is to Answer in Time.” Social Networks Can Become a Real Weapon and Cause of War. How Does Russia Fight False Information?]*. *Internet-gazeta Lenta.ru [Internet Newspaper Lenta.ru.]*, 18.06.2020. URL: [https://lenta.ru/articles/2020/06/18/fact\\_checking/](https://lenta.ru/articles/2020/06/18/fact_checking/)

9. Yarmak O.V., Bolshakova M.G., Shkayderova T.V., Maranchak A.G. *Soczialnye paradoksy kommunikaczii v postkonfliktnykh obshhestvakh [Social Communication Paradoxes in Post-Conflict Societies]*. *Vestnik Instituta sociologii RAN [Bulletin of the Institute of Sociology]*, 2021, vol. 12, no. 1, pp. 136-152. DOI: <https://doi.org/10.19181/vis.2021.12.1.703>

10. Albrecht T.L., Adelman M.B. *Communicating Social Support: A Theoretical Perspective. Communicating Social Support*. Newbury Park, CA, Sage, 1987, pp. 18-39.

11. Aro J. *The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools*. *European View*, 2016, vol. 15, no. 1, pp. 121-132. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12290-016-0395-5>

12. Bebbler R.J. *Treating Information as a Strategic Resource to Win the “Information War”*. *Orbis*, 2017, vol. 61, no. 3, pp. 394-403. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.orbis.2017.05.007>

13. Bolton D. *Targeting Ontological Security: Information Warfare in the Modern Age*. *Political Psychology*, 2020, no. 42 (1), pp. 1-16. DOI: <https://doi.org/10.1111/pops.12691>

14. Boyte K.J. *An Analysis of the Social Media Technology, Tactics, and Narratives Used to Control Perception in the Propaganda War over Ukraine*. *Journal of Information Warfare*, 2017, vol. 16, no. 1, pp. 88-111.

15. Cambron R.J. *World War Web: Rethinking “Aiding and Abetting” in the Social Media Age*. *Case Western Reserve Journal of International Law*, 2019, vol. 51, no. 1, pp. 293-325.

16. Castells M. *Communication Power*. Oxford, Oxford University Press, 2009. 571 p.

17. Górnikiewicz M.A., Szczurek T. *Social Media Wars. The R-Evolution Has Just Begun*. Warsaw, Wojskowa Akademia Techniczna, 2018. 148 p.

18. Khanna P. *Connectography. Mapping the Global Network Revolution*. Hachette, UK, W&N, 2016. 496 p.

19. Khanna P. How Megacities Are Changing the Map of the World. *TED (Conference)*. February 1, 2016. URL: [https://www.ted.com/talks/parag\\_khanna\\_how\\_megacities\\_are\\_changing\\_the\\_map\\_of\\_the\\_world](https://www.ted.com/talks/parag_khanna_how_megacities_are_changing_the_map_of_the_world)

20. Kirton A. Online Engagements: War and Social Media. McGarry R., Walklate S., eds. *The Palgrave Handbook of Criminology and War*. London, Palgrave Macmillan, 2016, pp. 402-424. DOI: [https://doi.org/10.1057/978-1-137-43170-7\\_22](https://doi.org/10.1057/978-1-137-43170-7_22)

21. Nye J. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York, Public Affairs, 2004. 191 p.

22. Prier J. Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare. Whyte Ch., Thrall A.T., Mazanec B.M., eds. *Information Warfare in the Age of Cyber Conflict*. London, Routledge, 2020, pp. 88-113. DOI: <https://doi.org/10/4324/9780429470509>

23. Singer P.W., Brooking E.T. *LikeWar. The Weaponization of Social Media*. Boston, Houghton Mifflin Harcourt, 2018. 406 p.

24. Stiegler B. *The Decadence of Industrial Democracies: Disbelief and Discredit*. Cambridge, Polity Press, 2011. 200 p. URL: <https://www.cejiss.org/the-decadence-of-industrial-democracies-disbelief-and-discredit>

25. Ventre D. *Information Warfare*. New Jersey, Wiley&Sons, Hoboken, 2016. 352 p.

### Information About the Authors

**Gennady V. Kosov**, Doctor of Sciences (Politics), Professor, Head of the Department of Oriental and African Studies, Sevastopol State University, Universitetskaya St, 33, 299053 Sevastopol, Russian Federation, [kossov1@yandex.ru](mailto:kossov1@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-1422-895X>

**Olga V. Yarmak**, Candidate of Sciences (Sociology), Head, Research and Education Center “International Political Studies of the Greater Mediterranean”, Sevastopol State University, Universitetskaya St, 33, 299053 Sevastopol, Russian Federation, [sociocentre@sevsu.ru](mailto:sociocentre@sevsu.ru), <https://orcid.org/0000-0001-5760-4786>

**Olga M. Litvishko**, Candidate of Sciences (Politics), Senior Researcher, Research and Education Center “International Political Studies of the Greater Mediterranean”, Sevastopol State University, Universitetskaya St, 33, 299053 Sevastopol, Russian Federation, [olitivishko@yandex.ru](mailto:olitivishko@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0001-8430-8501>

**Alexandr E. Gapich**, Candidate of Sciences (Sociology), Senior Researcher, Research and Education Center “International Political Studies of the Greater Mediterranean”, Sevastopol State University, Universitetskaya St, 33, 299053 Sevastopol, Russian Federation, [eversor@mail.ru](mailto:eversor@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-9987-8600>

### Информация об авторах

**Геннадий Владимирович Косов**, доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой востоковедения и африканистики, Севастопольский государственный университет, ул. Университетская, 33, 299053 г. Севастополь, Российская Федерация, [kossov1@yandex.ru](mailto:kossov1@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-1422-895X>

**Ольга Валерьевна Ярмак**, кандидат социологических наук, руководитель, Научно-образовательный центр «Международные политические исследования Большого Средиземноморья», Севастопольский государственный университет, ул. Университетская, 33, 299053 г. Севастополь, Российская Федерация, [sociocentre@sevsu.ru](mailto:sociocentre@sevsu.ru), <https://orcid.org/0000-0001-5760-4786>

**Ольга Михайловна Литвишко**, кандидат политических наук, старший научный сотрудник, Научно-образовательный центр «Международные политические исследования Большого Средиземноморья», Севастопольский государственный университет, ул. Университетская, 33, 299053 г. Севастополь, Российская Федерация, [olitivishko@yandex.ru](mailto:olitivishko@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0001-8430-8501>

**Александр Эрикович Гапич**, кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Научно-образовательный центр «Международные политические исследования Большого Средиземноморья», Севастопольский государственный университет, ул. Университетская, 33, 299053 г. Севастополь, Российская Федерация, [eversor@mail.ru](mailto:eversor@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-9987-8600>