

ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ JOURNALISM AND PUBLIC RELATIONS

УДК 070

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-2-249-260

EDN AOFFBD

Медийное сопровождение военно-политических кризисов

Балакина Ю.В.

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,

Россия, 603014, г. Нижний Новгород, Сормовское шоссе, д. 30

julianaumova@gmail.com

Аннотация. Современная информационная среда характеризуется активным вовлечением медиа в процессы формирования и трансформации общественного сознания в условиях вооруженных конфликтов, что обуславливает необходимость комплексного изучения механизмов воздействия СМИ на восприятие военных действий и разработки моделей медиатизированной войны. Цель исследования состоит в систематизации теоретических подходов к изучению роли медиа в освещении современных военных конфликтов и создании концептуальной модели медиатизированной войны, отражающей ключевые тенденции информационного взаимодействия участников конфликта. Исследование показало, что процесс медиатизации войны представляет собой многоуровневую систему циркуляции информации, включающую уровни гражданской журналистики, традиционных медиа и субъектов политического процесса, каждый из которых оказывает влияние друг на друга, формируя индивидуальные образы конфликта среди аудитории благодаря разнообразию источников и алгоритмам персонализации контента.

Ключевые слова: медиатизация, конфликт, социальные сети, СМИ, коммуникация

Для цитирования: Балакина Ю.В. 2025. Медийное сопровождение военно-политических кризисов. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(2): 249–260. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-2-249-260 EDN: AOFFBD

Media Coverage of Military and Political Crises

Yulia V. Balakina

National Research University Higher School of Economics

30 Sormovskoe shosse, Nizhny Novgorod 603014, Russian Federation

julianaumova@gmail.com

Abstract. The modern information environment is characterized by an active involvement of media in the processes of formation and transformation of public consciousness during armed conflicts, which necessitates a comprehensive study of the mechanisms of media influence on the perception of military actions and the development of mediatized warfare models. The aim of the study is to systematize theoretical approaches to the research into mass media role in the coverage of modern military conflicts and to create a conceptual model of mediatized war, reflecting the key trends of information interaction between the conflict participants. The study shows that the process of war mediatization is a multilevel system of information circulation, including the levels of citizen journalism, traditional media and subjects of the political process, each of which influences another, forming individual images of the conflict among the audience due to the diversity of sources and algorithms of content personalization.



Keywords: mediatization, conflict, social networks, media, communication

For citation: Balakina Yu.V. 2025. Media Coverage of Military and Political Crises. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(2): 249–260 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-2-249-260 EDN: AOFFBD

Введение

В современном мире существует несколько способов получения информации о военных действиях. Первый способ – это возможность принять непосредственное участие или стать очевидцем, и далее посредством, например, социальных сетей распространить информацию о происходящем «от первого лица». Если информация заслуживает внимания, то из социальных сетей она может попасть в СМИ, и через различные доступные каналы (официальные сайты изданий, каналы в социальных сетях, телевидение и другие) достичь широкого круга лиц. Другая возможность – получить информацию из СМИ, социальных сетей, где размещаются данные из институциональных источников, от очевидцев или профессиональных репортеров.

Информирование о военных операциях представляет собой фундаментальный аспект современных военных конфликтов, включающих не только непосредственные боевые действия на передовой, но и широкий спектр когнитивных и физических тактик, направленных на убеждение «противника» принять определенную точку зрения. Современная война – это в первую очередь информационная война как манипулятивная форма скрытого воздействия через распространение пропаганды или дезинформации, подрыва качества информации противостоящих сил или отказ от предоставления информации [Pietro et al., 2021]. В исследовательском поле для определения современной войны используются также такие понятия, как «гибридная война» [Bachmann et al., 2023], «цифровая война» [Hoskins, Shchelin, 2023]. Медиа в данном контексте – это не просто канал коммуникации, а фактически субъект информационной войны, целенаправленно или непреднамеренно участвующий в когнитивных операциях.

В целом «медиатизированный» конфликт — это активное вовлечение средств массовой информации в военные действия [Pannti, 2016]. Войны и конфликты не просто опосредованы медиа, а скорее зависят от СМИ и трансформировались, чтобы все больше следовать их логике [Hoskins, O'Loughlin, 2015].

Цель исследования заключается в систематизации теоретических подходов, направленных на выявление и анализ роли медиа в контексте современных военных конфликтов. В рамках исследования предполагается определить ключевые тенденции в освещении военных конфликтов и разработать концептуальную модель, описывающую феномен медиатизированной войны.

Материалы и методы исследования

Эмпирическая база для критического обзора была сформирована путем поиска по следующим ключевым словам: «медиатизированная война», «медиатизация войны», «медиатизированный военный конфликт», «информационная война», “mediatized war”, “mediatized military conflict”, “information warfare” и других на ресурсах электронной подписки НИУ ВШЭ, включающей все доступные на данный момент крупные зарубежные издательства, а также на платформах Google Scholar и Elibrary.

Всего было проанализировано 57 источников преимущественно на английском языке. Учитывая согласованность результатов отдельных исследований, а также ограниченный объем статьи, в итоговый список источников и литературы были включены 36 работ.

Медиатизация войны: теоретические подходы

Е.Л. Вартанова, Д.В. Дунас, А.А. Гладкова [Вартанова и др., 2021, с. 6] выделяют три основных направления исследований взаимодействия медиа и конфликтов. Во-первых, это направление в русле теории социальной ответственности Маккуэйла [McQuail, 1987], согласно которой медиа информируют общество о происходящих событиях, реализуют социальную функцию. Здесь ключевыми являются принципы следования этическим нормам и профессиональным кодексам. Маккуэйл также говорит о коллаборативной роли (collaborative role) СМИ, которая реализуется в обстоятельствах, когда более широкие потребности общества имеют приоритет над прибылью или журналистскими целями и требуют сотрудничества средств массовой информации с другими внешними агентствами, иногда даже с правительством, которое в противном случае изображается как потенциальный противник. Обстоятельства, поощряющие сотрудничество, возникают во время стихийных и других бедствий и угроз, в том числе войны, в любом обществе. Во-вторых, медиа рассматриваются как субъект конфликта, способный усиливать или ослаблять его развитие. В-третьих, медиа рассматриваются как среда порождения конфликтов. Конфликт, возникший в медиасреде, может выйти за рамки виртуального поля в офлайн пространство.

Благодаря современным информационным технологиям в исследованиях наблюдается смещение акцента на проблему того, как война фреймируется и воспринимается различными субъектами – это направление интерпретивизма. В то же время постпозитивистский подход представляется значимым для исследования причин возникновения военных конфликтов, принимая во внимание тот факт, что современные информационные технологии, такие как интернет, предоставляют беспрецедентный доступ к информации о зонах боевых действий [Hauter, 2021].

Таким образом, с исследовательской точки зрения, в контексте современных войн и конфликтов особый интерес представляет, с одной стороны, изучение комплексной роли массмедиа как активных акторов конфликта, призванных не просто информировать общественность, занимая нейтральную позицию, но и посредством доступных техник, формирующих повестку дня, оказывать определенное влияние на стороны конфликта, акторов политических процессов и мировое сообщество, с другой – изучение особенностей интернет-пространства как информационной площадки конфликта.

Хоскинс и О'Лоулин предлагают историческую перспективу медиатизации войны, описывая три ее фазы [Hoskins, O'Loughlin, 2015]. Первая – “Broadcast War” (широковещательная фаза), в которую были активно вовлечены национальное телевидение и пресса. Вторая фаза – “Diffused War” (рассеянная) – началась с внедрения цифрового контента и активного вовлечения социальных сетей в процесс создания и распространения контента и привнесла ощущение хаоса, так как традиционные СМИ утратили монополию на информацию. Третья фаза – “Arrested War” (арестованная) – новая парадигма, в которой профессиональные СМИ и военные институты восстановили контроль над хаотичным распространением информации в социальных сетях и стали более эффективно использовать их в своих целях.

Однако современная война, представленная, например, военно-политическим конфликтом на Украине, внесла очередные изменения в предлагаемую парадигму. Хоскинс и Шелин [Hoskins, Shchelin, 2023] для определения нового спектра средств ведения войны, размещаемых в приложениях и на платформах обмена сообщениями, вводят понятие “the war feed” – военная лента. Данное понятие описывает то, как с помощью цифровых сетей, информационных потоков и архивов осуществляется поиск отдельных лиц в качестве объектов целенаправленного воздействия и нацеливание на них, слежка, психологические



операции, троллинг и распространение дезинформации. Здесь центральную роль играют новые технологии (в том числе и искусственный интеллект) и социальные сети [Ciuriak, 2022; Mandić, Klarić, 2023].

Военный конфликт на Украине был определен как «первая война в социальных сетях» [Suciū, 2022]. Первоначально высказывались предположения, что предоставленная возможность публиковать обновления (размещать новый пост, записи, фотографии, видеоролики или другую форму контента на странице своей либо сообщества. Термин «обновление» подразумевает, что публикуемый материал является новым или свежим контентом, дополняющим ранее опубликованное) и делиться видео в режиме реального времени «может помочь гарантировать, что правда не окажется первой жертвой этой войны» [Suciū, 2022]. Социальные сети были фактически противопоставлены официальным источникам информации, так как «они придают войне и ее последствиям человеческое лицо, свободное от эвфемизмов и заготовок правительств, академического анализа экспертов и избирательности повествований, создаваемых средствами массовой информации» [Ciuriak, 2022, p. 3]. Однако вместе с отмеченными преимуществами обнаружились явные недостатки такой модели медиатизированного конфликта, так как оказалось, что это первая война цифровой эпохи, в которой распространяемые сообщения практически невозможно контролировать. Исследователи отмечают, что «цифровые реалии, основанные на алгоритмах, а также на личном опыте, превращают войну в непрерывную информационную битву против всех, кто придерживается иного мнения» [Merrin, Hoskins 2024, с. 115]. Исследователи вводят понятие “sharded war” (сегментированная война). Это «удобная», отфильтрованная, подпитываемая алгоритмами и личным опытом репрезентация войны, которая воспринимается так, как будто это та же война, которую переживают и все остальные.

Далее, смещая фокус в сторону новых технологий, Форд и Хоскинс предлагают модель радикальной войны (Radical war) и определяют ее как «непрерывное взаимодействие технологий, людей и политики насилия» [Ford, Hoskins 2022, p. 11]. В модели радикальной войны у каждого есть возможность принимать в ней непосредственное участие путем создания и распространения военного контента. В данной модели нет сторонних наблюдателей, так как границы между аудиторией и акторами, военными и гражданскими лицами, средствами массовой информации и оружием размываются.

Таким образом, медиа на протяжении многих лет являются непосредственными участниками войн и конфликтов. Сначала активную роль играли традиционные медиа, затем – социальные сети. Это стало возможным благодаря мобильным устройствам, позволяющим потреблять и распространять информацию «на ходу». Алгоритмы социальных медиа как основных информационных каналов войны выбирают определенный контент для доставки пользователю. Каждое социальное медиа уникально с этой точки зрения. Соответственно, основные акторы, распространяющие информацию о войне, вынуждены адаптироваться к особенностям платформ, чтобы обеспечить присутствие в информационном поле.

Далее видится важным представить группы акторов, стремящихся к публикации военного контента в социальных медиа.

Акторы медиатизированной войны

Принимая во внимание доминирование социальных сетей в информационном поле, исследователи предлагают аналитические модели для изучения медиатизированного конфликта.

Модель «Медиа и сеть акторов конфликта в эпоху социальных сетей» [Zhang, 2020], в основе которой лежит акторно-сетевая теория, направлена на изучение связи и взаимодействия четырех основных действующих лиц медиатизированного конфликта:

(a) платформ социальных сетей; (b) контента социальных сетей или дискурса; (c) новостных организаций; и (d) пользователей интернета. Новостные платформы и пользователи взаимодействуют друг с другом в социальных сетях, что приводит к сетевому эффекту. Новостные организации апроприировали социальные сети для определения повестки и продвижения своей идеологии. С другой стороны, пользователи социальных сетей расширяют повестку дня, публикуя контент «от первого лица», а также используя инструменты, доступные на платформе. В данной аналитической модели платформы социальных сетей определяются как актанты, то есть неодушевленные субъекты. Таким образом, в рамках данной модели особое внимание уделяется происхождению, развитию, особенностям и культуре пользователей платформ.

Пользователи платформ социальных сетей представляют собой неоднородную группу. Если говорить о тех, кто активно публикует военный контент, то можно выделить группу «профессионалов социальных сетей» [Primig et al., 2023] или «военных инфлюенсеров». Представители этой группы занимают особое пространство в социальных сетях на стыке гражданской журналистики, активности «микроразнаменитостей»¹ [Senft, 2013] и создания онлайн-контента.

Истории от первого лица «гражданских журналистов» составляют существенную долю от всех новостных публикаций в социальных сетях [Ertuna, 2023], позволяя получать информацию о конфликте даже из тех районов, где нет репортеров. Новостные агентства активно используют подобный контент. В данном случае распространение информации идет «снизу вверх». Гражданские журналисты размещают контент в социальных сетях, эти данные затем проверяются, подтверждаются и публикуются традиционными новостными организациями [Zahoor, Sadiq, 2021]. Репутация традиционных СМИ как источников проверенной информации делает контент социальных сетей, распространяемый через них, приемлемым для общественности [Peterson-Salahuddin, 2023]. Таким образом, в настоящее время традиционные медиа и социальные сети дополняют друг друга.

В то же время отмечается высокая зависимость журналистов от информации, предоставляемой им крупными проправительственными информационными агентствами, а также правительственными и военными источниками, которые «исторически во время войн применяли методы пропаганды» [Udriš et al., 2023, с. 9]. Данная тенденция вызывает определенную обеспокоенность у *исследователей и аналитиков*, так как в итоге она может привести к «дальнейшему распространению предвзятой и ложной информации».

Одними из ключевых акторов медиатизированных конфликтов также являются стратегические коммуниканты. Юнгблут [Jungblut, 2020] систематизирует принятые в научном поле подходы к описанию взаимоотношений медиа и стратегических коммуникантов и формулирует результаты в форме трех моделей. Первая модель – «всемогущества СМИ». Основная ее идея заключается в том, что, поскольку мы живем в медиаобществе, стратегические коммуниканты, стремящиеся привлечь внимание СМИ, должны адаптироваться к логике СМИ, чтобы иметь хоть какой-то шанс войти в новостной дискурс. Модель «политического доминирования» подчеркивает существенное влияние политических акторов на освещение новостей. Третья модель «взаимозависимости политики и СМИ» видится наиболее оптимальной для обсуждения роли стратегических коммуникаций в производстве новостей о конфликтах. В данной модели факторами, определяющими независимость СМИ от политического влияния и потенциал стратегических коммуникаторов в формировании новостей, являются характеристики конфликта, различия в политической среде, профессиональные журналистские процедуры, характеристики медиасистемы и культурные различия.

¹ Самореклама и обращение к подписчикам как к фанатам.



Роли СМИ не являются целостными, стабильными и аналитически четкими, а реагируют на динамическую конкуренцию акторов, наделенных большей или меньшей властью, а также на конкретные конфликтные ситуации и условия [Baden, Meyer, 2018].

Таким образом, несмотря на некие общие тенденции, определяющие контекст производства, распространения и потребления информации, каждый современный военно-политический конфликт уникален в первую очередь с точки зрения участников политического процесса, зависимости СМИ от этих участников и наоборот, и от того, насколько велико влияние СМИ на принятие политических решений [Тюкаева, 2017].

Особенности освещения конфликтов

Исследователи предлагают различные подходы к освещению конфликтов в СМИ, в основе которых общественный договор, определяющий объективность освещения, а также возможности СМИ как субъекта конфликта.

Первый подход разграничивает журналистику «привязанности» и «отстраненности». В первом случае журналист обязан подчеркивать все ужасы конфликта, уделяя внимание жертвам, для того чтобы стимулировать у аудитории чувство ответственности и поиск решений. Во втором – журналист обязан сообщать только факты и представлять реальность без дополнительных коннотаций [Bell, 1998].

Подход военной и мирной журналистики (War and peace journalism) [Galtung, 2003] является одним из наиболее популярных подходов к освещению войны. По мнению Галтунга [там же], мирная журналистика не занимает чью-либо сторону, а служит интересам всех и дает право голоса всем, в то время как освещение конфликта в русле военной журналистики ориентировано на пропаганду насилия, интересы элит и на победу. Оттосен [Ottosen, 2007], в свою очередь, говорит о том, что военная журналистика – это своего рода «традиционное мейнстримное освещение войны», при котором представители СМИ часто способствуют эскалации конфликта, производя или воспроизводя пропагандистские материалы, разработанные противниками в соответствии с их медиа- и PR-стратегиями. Схожей позиции придерживается и Вольсфельд [Wolfsfeld, 2004], отмечая, что средства массовой информации имеют тенденцию использовать военную журналистику из-за фундаментального противоречия между новостной ценностью и характером мирного процесса, так как одним из основных маркеров событийной ценности являются негативные аспекты событий (конфликт, смерть, катастрофа и т. п.) [Bednarek, Carple, 2014], а также что работа средств массовой информации по умолчанию заключается в «освещении напряженности, конфликтов и насилия» [Wolfsfeld, 2004].

Однако предлагаемая бинарная модель подвергается критике со стороны исследователей. Так, например, Хуссейн с соавторами [Hussain et al., 2021] высказывают мнение, что дихотомические категории военной и мирной журналистики должны быть деконструированы на дополнительные подфреймы для более глубокого понимания военного и миротворческого потенциала СМИ, и представляют свою критическо-прагматическую модель, предполагающую анализ сценариев безопасности, сдерживающих факторов для журналистов и распределения освещения с точки зрения эскалации и деэскалации.

В контексте бесконтрольного распространения информации отдельного внимания заслуживает классификация сдерживающих факторов, влияющих на освещение конфликтов. Так, наиболее жесткие ограничения реализуются в форме патриотических и националистических проявлений в освещении событий в средствах массовой информации. В таком сценарии возникает общественный консенсус, где правительство, военные, средства массовой информации и простые граждане выступают единым фронтом против объявленного врага. В другом случае военные и политические элиты оказывают давление на средства массовой информации с целью продвижения своей точки зрения на конфликт. В этом случае журналистам запрещен доступ в зоны конфликта и свободная репортажная

деятельность. Третий уровень ограничений довольно слаб, и, следовательно, журналисты относительно свободны в освещении событий в соответствии со своим профессиональным выбором. Здесь от журналистов ждут взвешенности и беспристрастности.

Кольцова и Пашахин [Koltsova, Pashakhin, 2019], изучая новостной дискурс России и Украины, выделяют пять этапов освещения конфликтов – от латентного конфликта, через стадию политической, а затем и военной эскалации и до стадии попыток разрешения конфликта. Только два этапа конфликта – политическая и военная эскалация – предполагают повышенное внимание со стороны СМИ и максимально интенсивное освещение, что согласуется с обозначенным выше подходом «военной журналистики» в освещении конфликтов. Данный вывод подтверждается исследованием Бадена и Тененбойм-Вайнблатт [Baden, Tenenboim-Weinblatt, 2018], результаты которого показали, что значительная часть внимания мировых средств массовой информации ориентирована на освещение насилия, а не на новости, связанные с миром, и ослабевает по мере того, как стадия насилия затягивается.

Кроме того, Бартел и Бюркнер [Barthel, Bürkner, 2019] говорят о повороте от сбалансированного к предвзятому освещению конфликтов немецкими СМИ посредством «предвзятости выбора» и «предвзятости описания». Фильтрация и отбор информации в данном контексте происходит в соответствии с теорией повестки дня [McCombs, Shaw, 1972] и моделью пропаганды Хермана, Хомского [Herman, Chomsky, 2008]. Предпочтение определенным темам (выборочное освещение) может зависеть от разных причин, таких как коммерческие или партийные интересы, или от того, насколько правительство контролирует прессу и требует корректировать повестку. В результате разные СМИ (как региональные, так и мировые) предлагают разные точки зрения на конфликт и на то, как «начинается, увековечивается и прекращается насилие» путем изменения повестки, предвзятости освещения, систематического неполного освещения (сокрытия фактов) или добавления «липовой» информации о событиях или отдельных аспектах событий [Zhukov, Baum, 2016].

Результаты исследования факторов, влияющих на освещение российско-украинского конфликта в СМИ Германии, подтверждают, что, за редкими исключениями, используются оба типа предвзятости, то есть предвзятость отбора и описания, для поддержки геополитического позиционирования все более абстрактных политико-пространственных образований (ЕС и его государств-членов, «Запада») против России [Barthel & Bürkner, 2019]. Предвзятость, реализуемая посредством механизмов медиафрейминга, основанного на намеренном упрощении информации, предстает в виде дискурса демонизации и создании стереотипов персонифицированного врага и отрицании его равных прав. Рассматривая немецкие СМИ, Бартел и Бюркнер приходят к следующим выводам относительно техник упрощения. Во-первых, наблюдается упрощение репрезентации кризиса – от дифференцированного освещения разнородных агентов до построения биполярной конфронтации; во-вторых – применение моральной поляризации с заявлениями о превосходстве европейских, «западных» ценностей; в-третьих – преуменьшение геополитической роли Германии в контексте утверждений, что на карту поставлены европейские или западные интересы, а не национальные.

Алгоритмы, интегрированные в современные системы управления контентом социальных сетей, играют ключевую роль в формировании информационного пространства, в котором происходит восприятие и интерпретация конфликтных ситуаций.

Исследование, проведенное NewsGuard, показало, что код TikTok может отдавать приоритет ложному и вводящему в заблуждение контенту о войне [Hern, 2022]. Результаты исследования Примига с соавторами [Primig et al., 2023] показывают, что изображение материальных последствий российско-украинской войны, а не ее человеческих жертв преобладают на платформе и тем самым искажают образ войны в TikTok, показывая, что война на самом деле не опасна, а лишь оказывает влияние на материальную сторону жизни.

Наиболее заметными образами войны на платформе оказались изображения обстрелянных зданий, городов и транспортных средств.

Баден и Мейер [Baden, Meyer, 2018] подробно описывают процесс формирования восприятия конфликта, конструируемого средствами массовой информации. Аудитория воспринимает новости о конфликте как некие доказательные утверждения, информирующие аудиторию о нынешних, прошлых или будущих реалиях конфликта. Для того чтобы придать таким доказательным утверждениям значимость, информация определенным образом фреймируется, включаясь в контекст предыстории, общих мифов и общих ценностей, и таким образом средства массовой информации способствуют структурированию знаний и понимания аудиторией проблем, связанных с конфликтом, и влияют на ее оценочное отношение к ним. Кроме того, новости часто содержат явные или неявные программы действий – директивные заявления, которые указывают, что можно или нужно сделать в сложившейся ситуации. Такие программы действий потенциально способны мотивировать, ориентировать и координировать индивидуальное, политическое и коллективное поведение аудитории средств массовой информации в отношении конфликта, возможно, изменяя дальнейший ход событий.

Заключение

Современные конфликты происходят в среде, где процессы производства и потребления новостей смешались. Аудитория информационных ресурсов участвует в создании исторического нарратива посредством предоставления новостных материалов, дополнительных данных и комментариев. С другой стороны, несмотря на растущее влияние социальных сетей, традиционные медиа как акторы политического процесса, а также правительства и военные как субъекты медийной коммуникации все ещё играют решающую роль в конструировании образа войны в медийном поле.

В целом процесс медиатизации современной войны можно представить в виде нескольких взаимозависимых уровней. На нижней ступени располагается информация, распространяемая с помощью социальных сетей и создаваемая в рамках «гражданской журналистики». Здесь мы имеем дело с непрерывным потоком неконтролируемого контента, создаваемого всеми и для всех. Тем не менее потребление такого контента ограничено пользователями определенных каналов и групп и имеет достаточно низкий уровень доверия со стороны аудитории. Именно этот уровень производства контента ответствен за подавляющее большинство распространяемой дезинформации. На следующем уровне находятся традиционные медиа. Здесь наблюдается своя иерархия: региональные, национальные и глобальные медиа. Повестка традиционных СМИ контролируема (по крайней мере частично), и доверие к публикуемым материалам оценивается как высокое. Данные субъекты могут использовать часть информации, размещаемой в социальных сетях, после верификации, а также имеют свои проверенные источники. Круг потребителей производимого контента может быть более широким и вовлеченным, чем в социальных сетях. На самом верхнем уровне находятся субъекты политических процессов, непосредственно или косвенно вовлеченные в конфликт, – правительства, военные. Информация на данном уровне полностью подконтрольна тем, кто ее производит, и с этого уровня она спускается вниз в традиционные СМИ и социальные сети. В то же самое время информация, публикуемая в социальных сетях, также может иметь определенное воздействие на верхнюю ступень иерархии, когда требуется, например, опровержение дискредитирующей информации из социальных сетей. Таким образом, подтверждается вывод о цикличности производства и распространения информации.

Разнообразие акторов, распространяющих информацию, а также алгоритмы социальных сетей и технологии дезинформации позволяют аудитории извлекать из информационного потока «удобный» образ войны, для каждого свой.

Список источников

- Ciuriak D. 2022. The role of social media in Russia's war on Ukraine. SSRN, April 8, 2022. DOI: [10.2139/ssrn.4078863Di](https://doi.org/10.2139/ssrn.4078863Di)
- Hern A. 2022. TikTok Algorithm Directs Users to Fake News about Ukraine War, Study Says. The Guardian, March 21, 2022. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2022/mar/21/tiktok-algorithm-directs-users-to-fake-news-about-ukraine-war-study-says> (accessed: March 31, 2024)
- Suciu P. 2022. Is Russia's invasion of Ukraine the first social media war? Forbes, March 1, 2022. URL: <https://www.forbes.com/sites/petersuciu/2022/03/01/is-russias-invasion-of-ukrainethe-first-social-media-war/?sh=f2328531c5cd> (accessed: April 15, 2024).

Список литературы

- Вартанова Е.Л., Дунас Д.В., Гладкова А.А. 2021. Медиа и конфликты: исследование взаимовлияния в актуальном академическом дискурсе. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 4: 3–32. DOI: [10.30547/vestnik.journ.4.2021.332](https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2021.332)
- Тюкаева Т.И. 2017. Мировполитическое влияние глобальных сми в современном мире: конструктивистский подход. *Вестник МГИМО-Университета*, 4(55): 242–271. DOI: [10.24833/2071-8160-2017-4-55-242-271](https://doi.org/10.24833/2071-8160-2017-4-55-242-271)
- Baden C., Meyer C.O. 2018. Dissecting media roles in conflict: A transactionist process model of conflict news production, dissemination and influence. In: *Media in War and Armed Conflict: Dynamics of Conflict News Production and Dissemination*. Ed. R. Fröhlich. New York, Routledge: 23–48. DOI: [10.4324/9781315168241-2](https://doi.org/10.4324/9781315168241-2)
- Baden C., Tenenboim-Weinblatt K. 2018. The search for common ground in conflict news research: Comparing the coverage of six current conflicts in domestic and international media over time. *Media, War & Conflict*, 11(1): 22–45. DOI: [10.1177/1750635217702071](https://doi.org/10.1177/1750635217702071)
- Bachmann S.D., Putter D., Duczynski G. 2023. Hybrid warfare and disinformation: A Ukraine war perspective. *Global Policy*, 14(23): 858–869. DOI: [10.1111/1758-5899.13257](https://doi.org/10.1111/1758-5899.13257)
- Barthel M., Bürkner H-J. 2019. Ukraine and the Big Moral Divide: What Biased Media Coverage Means to East European Borders. *Geopolitics*, 25(4): 633–657. DOI: [10.1080/14650045.2018.1561437](https://doi.org/10.1080/14650045.2018.1561437)
- Bednarek M., Caple H. 2014. Why do news values matter? Towards a new methodological framework for analyzing news discourse in critical discourse analysis and beyond. *Discourse & Society*, 25(2): 135–158. DOI: [10.1177/0957926513516041](https://doi.org/10.1177/0957926513516041)
- Bell M. 1998. The truth is our currency. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 3(1): 102–109. DOI: [10.1177/1081180X98003001008](https://doi.org/10.1177/1081180X98003001008)
- Ertuna C. 2023. “TikTokisation” of the War: How the War in Ukraine Was Covered on the Social Media Entertainment Platform. In: *Mapping Lies in the Global Media Sphere*. Eds. T. Erbaysal-Filibeli, M. Öneren-Özbek. Taylor and Francis: 75–92. DOI: [10.4324/9781003403203-8](https://doi.org/10.4324/9781003403203-8)
- Ford M., Hoskins A. 2022. Radical war: Data, attention and control in the twenty-first century. Hurst/Oxford University Press, 376 p. DOI: [10.1093/oso/9780197656549.001.0001](https://doi.org/10.1093/oso/9780197656549.001.0001)
- Galtung J. 2003. Peace Journalism. *Media Asia*, 30(3): 177–180. DOI: [10.1080/01296612.2003.11726720](https://doi.org/10.1080/01296612.2003.11726720)
- Hauter J. 2021. Forensic conflict studies: Making sense of war in the social media age. *Media, War & Conflict*: 1–20. DOI: [10.1177/17506352211037325](https://doi.org/10.1177/17506352211037325)
- Herman E.S., Chomsky N. 2008. *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. London, Bodley Head, 582 p.
- Hoskins A., O'Loughlin B. 2015. Arrested war: the third phase of mediatization. *Information, Communication & Society*, 18(11): 1320–1338. DOI: [10.1080/1369118X.2015.1068350](https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1068350)
- Hoskins A., Shchelin P. 2023. The War Feed: Digital War in Plain Sight. *American Behavioral Scientist*, 67(3): 449–463. DOI: [10.1177/00027642221144848](https://doi.org/10.1177/00027642221144848)
- Hussain S., Siraj S.A., Mahmood T. 2021. Evaluating war and peace potential of Pakistani news media: Advancing a peace journalism model. *Information Development*, 37(1): 105–121. DOI: [10.1177/0266666919893416](https://doi.org/10.1177/0266666919893416)
- Jungblut M. 2020. The relationship between strategic communication and news coverage: The Politics-Media-Politics cycle. In: *Jungblut M. Strategic Communication and its Role in Conflict News*. Springer VS, Wiesbaden: 11–18. DOI: [10.1007/978-3-658-29122-8_2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-29122-8_2)



- Koltsova O., Pashakhin, S. 2019. Agenda divergence in a developing conflict: Quantitative evidence from Ukrainian and Russian TV newsfeeds. *Media, War & Conflict*: 1–21. DOI: [10.1177/1750635219829876](https://doi.org/10.1177/1750635219829876)
- Mandić J., Klarić D. 2023. Case study of the Russian disinformation campaign during the war in Ukraine—propaganda narratives, goals, and impacts. *National security and the future*, 24(2): 97–139. DOI: [10.37458/nstf.24.2.5](https://doi.org/10.37458/nstf.24.2.5)
- Merrin W., Hoskins A. 2024. Sharded War: seeing, not sharing. *Digital War*, 5: 115–118. DOI: [10.1057/s42984-023-00086-5](https://doi.org/10.1057/s42984-023-00086-5)
- McCombs M., Shaw D. 1972. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2): 176–187. DOI: [10.1086/267990](https://doi.org/10.1086/267990)
- McQuail D. 1987. Mass Communication Theory: An Introduction. Sage Publications, 352 p.
- Ottosen R. 2007. Emphasising images in peace journalism: Theory and practice in the case of Norway's biggest newspaper. *Conflict & communication online*, 6(1): 1–18. URL: <https://kurl.ru/wdVVK> (accessed: May 1, 2024).
- Pantti M.K. 2016. Media and the Ukraine Crisis: Hybrid Media Practices and Narratives of Conflict (Global Crises and the Media). Peter Lang Inc., International Academic Publishers, 193 p.
- Peterson-Salahuddin C. 2023. News for (Me and) You: Exploring the Reporting Practices of Citizen Journalists on TikTok. *Journalism Studies*, 25(1): 1–19. DOI: [10.1080/1461670X.2023.2293829](https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2293829)
- Pietro R., Raponi S., Caprolu M., Cresci S. 2021. New dimensions of information warfare. Springer Cham, 251 p. DOI: [10.1007/978-3-030-60618-3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-60618-3)
- Primig F., Szabó H. D., Lacasa P. 2023. Remixing war: An analysis of the reimagination of the Russian–Ukraine war on TikTok. *Frontiers in Political Science*, 5: 1085149. DOI: [10.3389/fpos.2023.1085149](https://doi.org/10.3389/fpos.2023.1085149)
- Senft T.M. 2013. Microcelebrity and the Branded Self. In: A Companion to New Media Dynamics. Eds. J. Hartley, J. Burgess and A. Bruns. Somerset, GB, Wiley-Blackwell: 346–354. DOI: [10.1002/9781118321607.ch22](https://doi.org/10.1002/9781118321607.ch22)
- Udris L., Vogler D., Weston M., Eisenegger M. 2023. Sourcing practices of online news media in Switzerland during the war in Ukraine. *Frontiers in Political Science*, 5: 1089994. DOI: [10.3389/fpos.2023.1089994](https://doi.org/10.3389/fpos.2023.1089994)
- Wolfsfeld G. 2004. Media and the Path to Peace. Cambridge, Cambridge University Press, 271 p.
- Zahoor M., Sadiq N. 2021. Media and Armed Conflicts: An Overview. *NUST Journal of International Peace & Stability*, 4(1): 70–80. DOI: [10.37540/njips.v4i1.80](https://doi.org/10.37540/njips.v4i1.80)
- Zhang S.I. 2020. Introduction: Media and Conflict Studies in the Social Media Age. In: Zhang S.I. Media and Conflict in the Social Media Era in China. Palgrave Macmillan Singapore: 1–20. DOI: [10.1007/978-981-15-7635-5_1](https://doi.org/10.1007/978-981-15-7635-5_1)
- Zhukov Y.M., Baum M.A. 2016. How Selective Reporting Shapes Inferences about Conflict. Unpublished working paper. URL: https://zhukovyuri.github.io/files/2017_ZB.pdf (accessed: May 1, 2024)

References

- Vartanova E.L., Dunas D.D., Gladkova A.A. 2021. Media and Conflicts: a Study of Their Mutual Interaction in Current Academic Discourse. *Lomonosov Journalism Journal*, 4: 3–32 (in Russia). DOI: [10.30547/vestnik.journ.4.2021.332](https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2021.332)
- Tyukaeva T.I. 2017. Global Media Influence on Modern World Political Processes: A Constructivist Approach. *MGIMO Review of International Relations*, 4(55): 242–271. DOI: [10.24833/2071-8160-2017-4-55-242-271](https://doi.org/10.24833/2071-8160-2017-4-55-242-271)
- Baden C., Meyer C.O. 2018. Dissecting media roles in conflict: A transactionist process model of conflict news production, dissemination and influence. In: Media in War and Armed Conflict: Dynamics of Conflict News Production and Dissemination. Ed. R. Fröhlich. New York, Routledge: 23–48. DOI: [10.4324/9781315168241-2](https://doi.org/10.4324/9781315168241-2)
- Baden C., Tenenboim-Weinblatt K. 2018. The search for common ground in conflict news research: Comparing the coverage of six current conflicts in domestic and international media over time. *Media, War & Conflict*, 11(1): 22–45. DOI: [10.1177/1750635217702071](https://doi.org/10.1177/1750635217702071)
- Bachmann S.D., Putter D., Duczynski G. 2023. Hybrid warfare and disinformation: A Ukraine war perspective. *Global Policy*, 14(23): 858–869. DOI: [10.1111/1758-5899.13257](https://doi.org/10.1111/1758-5899.13257)

- Barthel M., Bürkner H.-J. 2019. Ukraine and the Big Moral Divide: What Biased Media Coverage Means to East European Borders. *Geopolitics*, 25(4): 633–657. DOI: [10.1080/14650045.2018.1561437](https://doi.org/10.1080/14650045.2018.1561437)
- Bednarek M., Caple H. 2014. Why do news values matter? Towards a new methodological framework for analyzing news discourse in critical discourse analysis and beyond. *Discourse & Society*, 25(2): 135–158. DOI: [10.1177/0957926513516041](https://doi.org/10.1177/0957926513516041)
- Bell M. 1998. The truth is our currency. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 3(1): 102–109. DOI: [10.1177/1081180X98003001008](https://doi.org/10.1177/1081180X98003001008)
- Ertuna C. 2023. “TikTokisation” of the War: How the War in Ukraine Was Covered on the Social Media Entertainment Platform. In: *Mapping Lies in the Global Media Sphere*. Eds. T. Erbaysal-Filibeli, M. Öneren-Özbek. Taylor and Francis: 75–92. DOI: [10.4324/9781003403203-8](https://doi.org/10.4324/9781003403203-8)
- Ford M., Hoskins A. 2022. *Radical war: Data, attention and control in the twenty-first century*. Hurst/Oxford University Press, 376 p. DOI: [10.1093/oso/9780197656549.001.0001](https://doi.org/10.1093/oso/9780197656549.001.0001)
- Galtung J. 2003. Peace Journalism. *Media Asia*, 30(3): 177–180. DOI: [10.1080/01296612.2003.11726720](https://doi.org/10.1080/01296612.2003.11726720)
- Hauter J. 2021. Forensic conflict studies: Making sense of war in the social media age. *Media, War & Conflict*: 1–20. DOI: [10.1177/17506352211037325](https://doi.org/10.1177/17506352211037325)
- Herman E.S., Chomsky N. 2008. *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. London, Bodley Head, 582 p.
- Hoskins A., O’Loughlin B. 2015. Arrested war: the third phase of mediatization. *Information, Communication & Society*, 18(11): 1320–1338. DOI: [10.1080/1369118X.2015.1068350](https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1068350)
- Hoskins A., Shchelin P. 2023. The War Feed: Digital War in Plain Sight. *American Behavioral Scientist*, 67(3): 449–463. DOI: [10.1177/00027642221144848](https://doi.org/10.1177/00027642221144848)
- Hussain S., Siraj S.A., Mahmood T. 2021. Evaluating war and peace potential of Pakistani news media: Advancing a peace journalism model. *Information Development*, 37(1): 105–121. DOI: [10.1177/0266666919893416](https://doi.org/10.1177/0266666919893416)
- Jungblut M. 2020. The relationship between strategic communication and news coverage: The Politics-Media-Politics cycle. In: *Jungblut M. Strategic Communication and its Role in Conflict News*. Springer VS, Wiesbaden: 11–18. DOI: [10.1007/978-3-658-29122-8_2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-29122-8_2)
- Koltsova O., Pashakhin, S. 2019. Agenda divergence in a developing conflict: Quantitative evidence from Ukrainian and Russian TV newsfeeds. *Media, War & Conflict*: 1–21. DOI: [10.1177/1750635219829876](https://doi.org/10.1177/1750635219829876)
- Mandić J., Klarić D. 2023. Case study of the Russian disinformation campaign during the war in Ukraine—propaganda narratives, goals, and impacts. *National security and the future*, 24(2): 97–139. DOI: [10.37458/nstf.24.2.5](https://doi.org/10.37458/nstf.24.2.5)
- Merrin W., Hoskins A. 2024. Sharded War: seeing, not sharing. *Digital War*, 5: 115–118. DOI: [10.1057/s42984-023-00086-5](https://doi.org/10.1057/s42984-023-00086-5)
- McCombs M., Shaw D. 1972. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2): 176–187. DOI: [10.1086/267990](https://doi.org/10.1086/267990)
- McQuail D. 1987. *Mass Communication Theory: An Introduction*. Sage Publications, 352 p.
- Ottosen R. 2007. Emphasising images in peace journalism: Theory and practice in the case of Norway’s biggest newspaper. *Conflict & communication online*, 6(1): 1–18. URL: <https://kurl.ru/wdVdK> (accessed: May 1, 2024).
- Pantti M.K. 2016. *Media and the Ukraine Crisis: Hybrid Media Practices and Narratives of Conflict (Global Crises and the Media)*. Peter Lang Inc., International Academic Publishers, 193 p.
- Peterson-Salahuddin C. 2023. News for (Me and) You: Exploring the Reporting Practices of Citizen Journalists on TikTok. *Journalism Studies*, 25(1): 1–19. DOI: [10.1080/1461670X.2023.2293829](https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2293829)
- Pietro R., Raponi S., Caprolu M., Cresci S. 2021. *New dimensions of information warfare*. Springer Cham, 251 p. DOI: [10.1007/978-3-030-60618-3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-60618-3)
- Primig F., Szabó H. D., Lacasa P. 2023. Remixing war: An analysis of the reimagination of the Russian – Ukraine war on TikTok. *Frontiers in Political Science*, 5: 1085149. DOI: [10.3389/fpos.2023.1085149](https://doi.org/10.3389/fpos.2023.1085149)
- Senft T.M. 2013. Microcelebrity and the Branded Self. In: *A Companion to New Media Dynamics*. Eds. J. Hartley, J. Burgess and A. Bruns. Somerset, GB, Wiley-Blackwell: 346–354. DOI: [10.1002/9781118321607.ch22](https://doi.org/10.1002/9781118321607.ch22)
- Udris L., Vogler D., Weston M., Eisenegger M. 2023. Sourcing practices of online news media in Switzerland during the war in Ukraine. *Frontiers in Political Science*, 5: 1089994. DOI: [10.3389/fpos.2023.1089994](https://doi.org/10.3389/fpos.2023.1089994)



- Wolfsfeld G. 2004. *Media and the Path to Peace*. Cambridge, Cambridge University Press, 271 p.
- Zahoor M., Sadiq N. 2021. Media and Armed Conflicts: An Overview. *NUST Journal of International Peace & Stability*, 4(1): 70–80. DOI: [10.37540/njips.v4i1.80](https://doi.org/10.37540/njips.v4i1.80)
- Zhang S.I. 2020. Introduction: Media and Conflict Studies in the Social Media Age. In: Zhang S.I. *Media and Conflict in the Social Media Era in China*. Palgrave Macmillan Singapore: 1–20. DOI: [10.1007/978-981-15-7635-5_1](https://doi.org/10.1007/978-981-15-7635-5_1)
- Zhukov Y.M., Baum M.A. 2016. How Selective Reporting Shapes Inferences about Conflict. Unpublished working paper. URL: https://zhukovyuri.github.io/files/2017_ZB.pdf (accessed: May 1, 2024)

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 15.05.2024

Received May 15, 2024

Поступила после рецензирования 16.05.2025

Revised May 16, 2025

Принята к публикации 10.06.2025

Accepted June 10, 2025

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Балакина Юлия Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, доцент департамента фундаментальной и прикладной лингвистики, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Нижний Новгород, Россия.

Yulia V. Balakina, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Fundamental and Applied Linguistics, National Research University Higher School of Economics, Nizhny Novgorod, Russia.