

Научная статья

УДК 81'2

DOI: 10.18384/2949-5148-2025-4-131-139

РОЛЬ СМИ В ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ КОНФЛИКТАХ СОВРЕМЕННОСТИ

Тригубенко И. С.

Государственный университет просвещения, г. Москва, Российская Федерация

e-mail: 7272727@bk.ru

Поступила в редакцию 18.06.2025

После доработки 07.07.2025

Принята к публикации 19.07.2025

Аннотация

Цель. Определение роли средств массовой информации в формировании общественного мнения и их влияния на ход и исход военно-политических конфликтов современности с учётом исторических примеров, цифровых трансформаций и философских подходов.

Процедура и методы. Ключевым методом исследования стало использование метода контент-анализа, историко-сравнительного анализа, философского осмысления (в духе О. Шпенглера, М. Кастельса, В. Пелевина), а также кейс-метод, включающий анализ медиасопровождения конфликтов: Югославия, Ирак, Вьетнам, Чечня, Украина.

Результаты. Доказана трансформация СМИ из канала коммуникации в субъект политической и военной силы. Показана прямая зависимость между результатами военных кампаний и успешностью их информационного сопровождения. Установлены параллели между историческими примерами манипуляции общественным мнением (Гливицкая провокация, Вьетнам, Ирак) и цифровыми конфликтами XXI в. Продемонстрирована новая роль медиа как института политической мобилизации и давления, выходящего за рамки государственной юрисдикции.

Теоретическая и/или практическая значимость заключается в обосновании роли СМИ как самостоятельного политического актора в современных конфликтах, а также выявлении механизмов цифровой пропаганды, которые могут быть использованы в системе медиаграмотности, противодействия фейкам и экстремизму, а также в стратегическом планировании информационной политики.

Ключевые слова: военные конфликты, гибкая власть, информационная война, манипуляция сознанием, медиаполитика, СМИ, телекоммуникационные сети, философия информации, цифровая пропаганда

Для цитирования:

Тригубенко И. С. Роль СМИ в военно-политических конфликтах современности // Современные философские исследования. 2025. № 4. С. 131–139. <https://doi.org/10.18384/2949-5148-2025-4-131-139>.

Original research article

THE ROLE OF MASS MEDIA IN MODERN MILITARY AND POLITICAL CONFLICTS

I. Trigubenko

Federal State University of Education, Moscow, Russian Federation

e-mail: 7272727@bk.ru

Received by the editorial office 18.06.2025

Revised by the author 07.07.2025

Accepted for publication 19.07.2025

Abstract

Aim. To define role of mass media in shaping public opinion and influencing the course and outcome of modern military-political conflicts, considering historical examples, digital transformations and philosophical approaches.

Methodology. Content analysis, historical and comparative analysis, philosophical reflection (in O. Spengler's, M. Castells', and V. Pelevin's style), and case method that includes the analysis of media coverage of conflicts (Yugoslavia, Iraq, Vietnam, Chechnya, Ukraine) were used as the key methods.

Results. The transformation of the media from a communication channel into a subject of political and military power is proved. The direct relationship between the results of military campaigns and the success of their information support is shown. Parallels have been established between historical examples of manipulation of public opinion (Gliwicki provocation, Vietnam, Iraq) and digital conflicts of the 21st century. The new role of the mass media as an institution of political mobilization and pressure beyond the scope of state jurisdiction is demonstrated.

Research implications. The role of the media as an independent political actor in modern conflicts is substantiated, digital propaganda mechanisms, that can be used in the system of media literacy, countering fakes and extremism, as well as in the strategic planning of information policy, is identified.

Keywords: military conflicts, flexible power, information warfare, mind control, media policy, mass media, telecommunications networks, philosophy of information, digital propaganda

For citation:

Trigubenko, I. S. (2025). The Role of Mass Media in Modern Military and Political Conflicts. In: *Contemporary Philosophical Research*, 4, pp. 131–139. <https://doi.org/10.18384/2949-5148-2025-4-131-139>.

Введение

Конец XX века ознаменован закатом индустриального, фабричного общества и переходом к качественно новой общественной формации – информационному обществу, где ключевую роль играют информация и телекоммуникационные потоки. На смену газетам и журналам пришли телевизионное вещание и интернет-коммуникации. Вся деятельность личности, общества и государства стала неразрывно связана с электронными каналами передачи информации: в настоящее время даже смена капиталов осуществляется посредством электронных коммуникаций, а влияние и корпоративные ресурсы некоторых корпораций значительно превосходят аналогичные показатели отдельных государств.

Построение и существование информационного общества в аспекте развития телекоммуникаций, военных кампаний и успешность их информационного сопровождения

Так, в марте 2025 г. рыночная капитализация компании NVIDIA составляла

2,653 трлн долл. США, что превышало ВВП почти всех стран в мире¹. Учитывая вышесказанное, особую актуальность приобретают тезисы Освальда Шпенглера. В своей работе «Закат Европы» он выдвинул гипотезу о том, что в будущем общественное мнение и массы будут подконтрольны трём-четырёх глобальным средствам массовой информации. Владельцы этих ресурсов будут активно направлять массовое сознание в выгодном им русле при поддержке бесцестного количества депутатов, журналистов, и политических активистов [1, с. 78]. Очевидно, Шпенглер умер задолго до появления первых цифровых СМИ, в противном случае его прогнозы могли быть резко скорректированы. Это неудивительно, поскольку именно развитие телекоммуникаций выступает одним из важнейших столпов построения и самого существования информационного общества.

¹ NVIDIA Corporation. Annual Report 2025 [Электронный ресурс]. URL: https://s201.q4cdn.com/141608511/files/doc_financials/2025/Rev_by_Mkt_Qtrly_Trend_Q125.pdf (дата обращения: 02.11.2025).

Это мнение вполне коррелируется с позицией современных социологов. Так, один из главных специалистов по изучению информационного общества Мануэль Кастельс в своём труде «Информационная эпоха: экономика, общество и культура» отмечает, что современные СМИ становятся главенствующим участником формирования массового сознания и общественных настроений. Кастельс утверждает, что в условиях полномасштабной мировой глобализации информационно-телекоммуникационные сети становятся местом сражения за политическую власть и влияние [2, с. 9].

Ярким тому примером служит повсеместное использование телекоммуникационных технологий, в том числе телевидения. По данным исследования компании Electronics Hub за 2023 г., в среднем люди по всему миру проводят за экранами устройств 6 часов 37 минут, что составляет почти 40% от времени бодрствования¹. Эта статистика наглядно показывает, насколько неразрывной и неделимой становится связь человечества с цифровыми носителями. Эта тенденция подтверждается иной статистикой об уровне доверия к различным средствам связи. Проведённое в 2023 г. исследование научного центра Reuters Institute демонстрировало большой разброс доверия населения к современным СМИ и привычному телевизионному вещанию: чуть меньше половины опрошенных (40%) готовы доверять информации, получаемой из мессенджеров и социальных сетей. Телевидение пользуется большим доверием, потому ему доверяет на 11% больше респондентов. При этом больше половины из опрошенных неспособны делать самостоятельные выводы об истинности полученной информации, осуществлять её перепроверку, становясь уязвимыми для политического и идеоло-

гического влияния, насаждения и навязывания чуждых им идей и убеждений².

Неспособность отличить правдивую информацию от пропаганды и информационного шума не является феноменом, характерным исключительно для постиндустриального общества. Ещё в 1939 г., успешная медиа дезинформация в Гливице сделала немецкое население, неспособное объективно оценить и проверить полученную информацию, более лояльным к Гитлеровскому правительству, выставив Польшу государством-агрессором в глазах немцев³.

Указанный выше исторический эпизод отнюдь не уникальное явление в информационном противоборстве XX в. С начала второй мировой войны: страны ОСИ активно применяли медиа пропаганду и осуществляли акции совместного воздействия в отношении противников, уделяя этому достаточно большое внимание: печально известные расовые законы, принятые в Нюрнберге, концепция реставрации новой римской империи под эгидой Муссолини, пропаганда божественного предназначения японцев как высшей нации над гайдзинами (иностранцами).

В современном обществе информационная война не менее важна, чем прямое физическое противостояние. Победа или поражение в военной конфронтации сегодня определяются не только на театрах боевых действий, но и в массовом сознании людей (как в рамках отдельного государства, так и на межгосударственном уровне) [3, с. 11].

Американский государственный деятель и политолог Джозеф Най в своём труде «Гибкая власть: как добиться успеха в

¹ Electronics Hub исследовали среднее экранное время в 45 странах [Электронный ресурс] // Electronics Hub [сайт]. URL: <https://timeweb.com/ru/community/articles/electronics-hub-issledovali-srednee-ekrannoe-vremya-v-45-stranah> (дата обращения: 02.12.2025).

² Новостям не доверяют всё больше [Электронный ресурс] // Коммерсант [сайт]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6044291> (дата обращения: 02.12.2025).

³ Gleiwitz Incident Explained [Электронный ресурс] // History Hit: [сайт]. URL: <https://www.historyhit.com/gleiwitz-incident-explained/> (дата обращения: 02.12.2025); The Gleiwitz Incident: Manufactured Provocation and the Outbreak of World War II [Электронный ресурс]. URL: <https://dirkdeklein.net/2025/08/31/the-gleiwitz-incident-manufactured-provocation-and-the-outbreak-of-world-war-ii> (дата обращения: 02.12.2025).

мировой политике» подтверждает это мнение, апеллируя к тому, что современные конфликты ведутся не только с помощью регулярных войск, но и через информационное влияние на массового потребителя. Он утверждал, что мягкая сила (soft power), основанная на идеологическом, политическом и информационном превосходстве, становится ключевым инструментом достижения целей [4, с. 34].

Ярким примером важности и взаимосвязанности военных и информационных конфликтов служит вьетнамская война. Негативная позиция американских средств массовой информации, отсутствие чёткой идеологической поддержки государственных сил во Вьетнаме, неспособность подавить протестные настроения приводили к десяткам акций протеста со стороны самих американцев, главной из которых, безусловно, явился «Поход на Пентагон», состоявшийся 21 октября 1967 г. Эти факторы в совокупности с помощью СССР, мужеством и героизмом Вьетнамского народа и привели к поражению США и выводу войск из Вьетнама. Это историческое событие стало переходным звеном от обычной к информационным конфронтациям. С этого момента было признано необходимым осуществление общественно-информационного сопровождения боевых действий. Работа СМИ содействовала формированию лояльного государству общественного мнения у его жителей и населения других стран. Этот результат достигался несколькими средствами, такими как количественное и качественное превосходство собственной позиции, внедрение стойких общественных стереотипов, схем, слухов, дезинформации, отвечающих целям и задачам информационной политики. В современном мире сложно недооценить роль телекоммуникационных сетей в проведении военных столкновений. Учёный и публицист Георгий Георгиевич Почепцов в своём труде «Психологические войны» писал, что в развитом государстве любому событию сопутствует его информационное сопровождение. Военные конфликты должны выглядеть в глазах жи-

телей государств-участников логически и (или) морально обоснованными, враг – бесчеловечным, а собственные войска – доблестными мужественными героями, исполняющими свой долг [5, с. 123].

Таким образом, неизбежен вывод, что современная война в какой-то степени может быть сравнима с политической демонстрацией с тем лишь, различием, что её участники являются военнослужащими со всеми вытекающими из этого обстоятельствами. Поэтому демонстративный момент в современной войне не менее важен, чем в войне настоящей. Из «четвёртой ветви власти» СМИ становятся полноправными участниками вооружённых конфликтов, значительно влияя на их ход и результаты. Известный доктор политических и социологических наук Александр Гельевич Дугин в своей работе «Поп-культура и знаки времени» отмечал, что формирование политических, идеологических взглядов у общественных масс происходит исключительно на основе информации из телекоммуникационных сетей. По его мнению, современный медийный образ события является многосложным явлением, сочетающим в себе этнические, идеологические, культурные и иные подходы. Таким образом, происходит сближение профессии журналистов, репортёров, авторов новостных сообществ в интернете и геополитиков. Массовые медиа, по мнению Дугина, становятся сильным и обособленным институтом, оказывающим огромное влияние на исторические, политические, социальные процессы в современном обществе [6, с. 32].

С Дугиным в оценках солидарен и Эндрю Хейвуд – британский автор учебников по политике и политологии. В своей работе «Политология» он признавал становление медиа как мощного информационного оружия и обосновывал необходимость контроля над информационными потоками для манипуляции общественным сознанием и формирования своей политической реальности [7, с. 93].

Благодаря вышесказанному становится очевидно, что непосредственной военной

конфронтации предшествует долгое и тщательное информационное сопровождение с целью дискредитации политического руководства государства-противника, компрометации его элит и активной работы с населением государства, являющегося объектом информационного воздействия. Ярким тому подтверждением служат военные конфликты конца XX – начала XXI вв., такие как кризис в Югославии и акт агрессии США против Ирака. Обе выбранные военные конфронтации невозможно представить без предварительной информационной войны, инициатором которой выступила Америка. Сами США освещали данные конфликты как борьбу с воплощенным злом и вынужденное применение насилия как с целью пресечения геноцида мирного населения (применительно Югославии), так и для масштабной операции по противодействию мировому терроризму в лице режима Саддама Хусейна.

Наряду с этим демонстрировались преимущества американского оружия, искусственно приуменьшалась статистика раненых и убитых военнослужащих армии США, преувеличивался характер и масштаб успехов американских вооруженных сил. Огромную роль в этом информационном сопровождении сыграли медицентры, финансируемые американским правительством и пентагоном, и как следствие действующие в их интересах Потомакский институт политических исследований (Potomac Institute for Policy Studies), RAND и Американский институт предпринимательства (American Enterprise Institute (AEI)). Главной задачей данных субъектов информационной войны стало формирование и закрепление в общественном сознании выгодных для США стереотипов.

Так, применимо к Албано-Сербскому конфликту важнейшим центром пропаганды против интересов союзной республики Югославии стала английская компания ITN. Именно их репортаж стал отправной точкой политики Б. Клинтона, ссылающегося на него в своих предвыборных речах. Кадры ITN демонстрировали Сербский концентрационный лагерь, огороженный

колючей проволокой. Как показали последующие события, весь видеофрагмент был искусной манипуляцией, т. к. никакой колючей проволоки и лагерь в действительности не было, а огорожен был только один жилой дом, из которого и был снят репортаж про ужасные условия содержания албанцев сербами, – негласное сопоставление этих лагерей лагерям смерти. Подобное медийное освещение позволило успешно закрепить в умах европейского населения идеи о необходимости вмешательства в события, происходящие на территории Югославии, о помощи притесняемым и становящимся жертвами геноцида сербов албанцам. Сообщения о военных преступлениях албанцев, транслирующихся по сербскому телевидению, активно игнорировались западным сообществом [8, р. 89].

Акция агрессии США против Ирака не стала исключением из данного правила. Одним из ярких примеров использования СМИ с целью дискредитации и компрометации противника являются показания кувейтской девушки Наира ас-Сабах, выступавшей в конгрессе осенью 1990 года. Она красочно и в подробностях рассказывала о действиях солдат армии Ирака: мародерстве, грабежах, пытках, сексуальном насилии и убийствах гражданского населения. Подобная речь не могла не вызвать эмоционального отклика у общественных масс, потрясенных зверствами режима Хусейна. Однако спустя короткое время появилось довольно много неувязок и несостыковок в монологе самой Наире ас-Сабах, которая физически не могла увидеть ужасов и зверств войны. Документы самой больницы, где она оказывала добровольную помощь раненым, не содержали информацию о Наире как о волонтере, а никто из врачей медучреждения не подтвердил её слова. Впоследствии окажется, что её выступление – не более чем драматичный спектакль для оправдания действий Америки по вторжению в Ирак и повышения поддержки населением Америки политики Джорджа Буша-старшего. Резюмируя примеры информационных мероприятий выше, можно сказать, что

во всех вооруженных компаниях, проводимых США, в целом можно выделить два основных устремления: оперативное информирование массового потребителя посредством СМИ в выгодном для США ключе, жёсткая борьба с контрпропагандой и субъектами, её осуществляющими.

Не менее примечательно рассмотрение и информационного сопровождения, осуществляемого США в ходе Югославского кризиса. Осуществляя активную поддержку албанцев в ходе гражданской войны, США проводило информационно-пропагандистские мероприятия по очернению облика президента Сербии как фюрера Сербии, сопоставляя его с Адольфом Гитлером, которого необходимо остановить прежде, чем он не смог устроить геноцид албанского населения на своей территории. Албанцев же превозносили как борцов за свободу и независимость, сражающихся в справедливой войне. США в этом конфликте примеряло на себя роль страны-полицейского, вынужденного оказывать силовые действия против Сербии. Под этим предлогом США проводила бомбардировки Югославии, удары по транспортной инфраструктуре Сербии, результатом которых становилось скорее уничтожение инфраструктуры государства, чем урегулирование конфликта.

Рассматривая оперативное информационное сопровождение военных действий, нельзя не упомянуть и о вторжении боевиков в Дагестан летом 1999 г. Удугов Мовлади Саидарбиевич, глава службы информации террористической организации «Имарат Кавказ» (Кавказ-центр), сделал для ичкерийских боевиков не меньше, чем полевые командиры. На сайтах подконтрольного ему информационно центра распространялась ложная информация о действиях российских военных в Дагестане и проводились идеологические диверсии, направленные на создание образа России как исторического оккупанта и обеления самих боевиков как мучеников и борцов против сионистов и русской агрессии. Ими распространялся миф о многовековой и непрекращающейся войне кавказских на-

родов с Россией. Действия сепаратистов оправдывались с помощью искажения исторических фактов. Неудивительно, что большой акцент российские силовики делали именно на блокирование и пресечение работы информационных ресурсов «Чеченского Геббельса», таких как «Кавказ-центр». Так, война на Кавказе плавно перетекала и в информационное противоборство. Обе стороны понимали, что победителя информационного сражения назовут и победителем конфликта соответственно. К счастью, Россия смогла сделать надлежащие выводы из информационных неудач первой чеченской кампании и смогла взять информационное поле под свой контроль. Шаг за шагом, буква за буквой лояльные СМИ превращали заявленную террористами священную войну в операцию по уничтожению бандформирований. С отходом от религиозной точки вопроса удалось сильно подорвать имидж боевиков, поскольку новая информационная повестка рассматривала их как наёмников и преступников, заявляя, что исповедание Ислама является лишь прикрытием для их противоправных действий. Именно выведение конфликта из религиозной тематики в информационное поле борьбы с преступностью и терроризмом помогли России одержать победу.

Нельзя не упомянуть и то, что в современных государствах информационное противоборство уже давно существует не только в контексте внешней, но и внутренней политической борьбы. Это даёт основания полагать, что в будущем возможна ситуация, при которой политические объединения и движения будут заменены информационными агентствами и лидерами общественного мнения. Глобализация информационного общества приводит к уходу информационной гегемонии государств и переходу к информационному превосходству частных медиа-площадок. Именно они будут принимать активное участие в создании и доведении инфоповодов до массового потребителя, определять его отношение к произошедшим событиям, поддержку или критику поли-

тических и социальных явлений. В этой связи нельзя не вспомнить художественные произведения, проецирующие перед читателем образ тоталитарного государства: «Мы» Евгения Замятина, «О дивный новый мир» Олдоса Хаксли, «Атлант расправил плечи» Айн Рэнд. Все эти романы-антиутопии описывают тоталитарные политические режимы, осуществляющие полный контроль в сфере информации силовым путём или косвенно, экономически лоббируя свои интересы в якобы незаинтересованных и прогрессивных СМИ. Впрочем, современные писатели имеют иное мнение по данному вопросу. Так, альтернативный подход к трактовке роли СМИ предлагает Виктор Пелевин в своём произведении «Generation П» (1999 г.). В книге демонстрируется, что телевидение является самостоятельным общественным институтом, и уже оно управляет политикой как инструментом достижения целей. Следует также отдельно отметить, в каких условиях и при каких обстоятельствах был написан данный роман: после крушения СССР и упразднения роли государства как единственной организации контроля над поступающей в общество информации инициативу по воспитанию массового сознания перехватили молодые и независимые средства массовой информации новообразованной России. Именно этим первопроходцам обязан своему медийному проигрышу баллотировавшийся в президенты Геннадий Зюганов, чью кандидатуру освещали в ретроспективе возврата к старым порядкам, диктатуре, всеобщей уравниловке и репрессиям [9]. Будучи серьёзной и реальной оппозицией кандидата от демократического лагеря Бориса Ельцина, он не смог выиграть развязанную против него медиавойну. Что касается его соперника, то успехи Бориса Николаевича и его избрание на пост президента были неразрывно связаны с поддержкой медиасферы и грамотной информационной борьбой, насаждением в массах демократического лагеря с ним во главе как единственного пути выхода из той сложной политической и социальной

обстановки, в которой находилась Россия в те времена. Впоследствии медиа конфронтации только усилились уже в связи со следующими президентскими выборами, где наряду с образом ужасного советского прошлого подчёркивались заслуги отдельных кандидатов на пост президента в успешном решении чеченского кризиса, социальной напряжённости, вывода страны из экономической ямы. Все эти тезисы и их грамотное насаждение молодому российскому обществу привели к избранию нового, до этого не сильно медийно известного для страны кандидата Владимира Владимировича Путина¹.

Понимание важности и значимости СМИ как института формирования общественного сознания появились не только у государства, но и его противников – политических экстремистов. Валерия Ильинична Новодворская, с телеэкранов призывающая к свержению действующего режима и свержению действующего конституционного строя, национал-большевик Эдуард Лимонов, считавший, что манипуляция общественным сознанием и массами является ключом к успешному достижению политических целей и задач НБП. Огромное значение отводится СМИ и в дальнейшем: искусственно сгущать краски, предоставляя шокирующую информацию обществу, вовлекать в вооружённую борьбу сомневающихся. В конце своих рассуждений Э. Лимонов приходит к следующему умозаключению: нельзя начинать вооружённые конфронтации в регионе, где будет невозможно их информационное сопровождение. СМИ с его точки зрения значат гораздо больше в настоящий момент, чем административные здания, вокзалы и железнодорожные пути во время октябрьской революции [10, с. 154].

Всё вышесказанное даёт основания полагать, что именно средства массовой информации станут главной целью для любых террористических, экстремистских организаций, организованных преступных

¹ Выборы Президента Российской Федерации. 1996: Электоральная статистика. М.: Весь Мир, 1997. С. 145.

групп. Если раньше терроризм не нес опасности обществу как целой системе, то новый информационный терроризм вполне может повлечь за собой кризис государственности стран с развитой инфраструктурой.

В современном массовом сознании даже фигура борца за свободу начала изображаться с учётом общественного уклона в информатизацию и цифровизацию. Радикалы представляются уже не в качестве ярых и непримиримых борцов за свободу, но в роли хладнокровных и грамотных политических технологов и специалистов информационной войны. С одной стороны, такие злодеи обеспечивают себе информационное освещение своих действий с помощью виртуальных дискуссий и купленных за деньги комментариев в его поддержку, с другой – руководит своими побратимами из удаленного места, а не на линии боестолкновения.

Подводя итог вышеизложенному, мы неизбежно приходим к выводу о том, что в настоящее время медиа-площадки играют огромную роль в формировании и доведении общественной повестки до современного потребителя. Эпоха государственного контроля за СМИ плавно сменяется эпохой самостоятельности телекоммуникационных сетей, формированием среди них лидеров общественных мнений, обладающих большими ресурсами, позволяющими воздействовать на массовое сознание миллионов людей. Если современные развитые и развивающиеся страны не смогут составить новой медийной силе адекватную

конкуренцию, то их государственный суверенитет и территориальная целостность могут оказаться под большим сомнением.

Заключение

Рассмотренные примеры доказывают, что информационное противоборство давно перестало быть вспомогательным элементом реальной политики и стало её неотъемлемым ядром. От атак на легитимность власти до полной симуляции общественного мнения – медиа становятся ареной для идеологических и политических столкновений, а телекоммуникационные платформы – инфраструктурой для глобальных конфликтов нового типа. Манипуляция, подмена понятий, фрагментация истины и создание управляемых образов происходящего – всё это превращает СМИ в полноценный инструмент стратегического влияния.

Сегодняшние конфликты редко развязываются без предварительной информационной подготовки. Именно способность навязать обществу выгодную трактовку событий становится решающим фактором успеха. В этом контексте ключевая угроза заключается в потере способности общества к критическому мышлению, перепроверки фактов и сопротивления когнитивному вторжению. Без создания собственной системы информационного иммунитета современные государства рискуют утратить суверенитет не через военное поражение, а через цифровую оккупацию массового сознания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шпенглер О. Закат Европы. М.: Эксмо, 2023. 672 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: Высшая школа экономики, 2000. 608 с.
3. Корнилова О. В. Операция «консервы», инцидент в Гляйвице и Бромбергское кровавое воскресенье: из истории нацистской стратегии «отрицание и обман» при развязывании Второй мировой войны в Европе (август-сентябрь 1939 г.) // Наука. Общество. Оборона. 2024. Т. 12. № 2 (39). С. 11. DOI: 10.24412/2311-1763-2024-2-11-11.
4. Най Дж. С. Гибкая власть: как добиться успеха в мировой политике. М.: Тренд, 2006. 288 с.
5. Почепцов Г. Г. Психологические войны. М.: Рефл-бук; Ваклер, 2000. 529 с.
6. Дугин А. Г. Поп-культура и знаки времени. М.: Амфора, 2005. 495 с.
7. Хейвуд Э. Политология / пер. с англ. под ред. Г. Г. Володарова. 2-е изд. М.: Юнити-Дана, 2005. 544 с.

8. Hammond P. Framing Post-Cold War Conflicts: The Media and International Intervention. New York: Manchester University Press, 1964. 262 p.
9. Зыгарь М. Все свободны: История о том, как в 1996 году Россию спасла пропаганда. М.: Альпина Паблшер, 2021. 422 с.
10. Лимонов Э. В. Дисциплинарный санаторий. СПб.: Амфора, 2002. 248 с.

REFERENCES

1. Spengler, O. (2023). *The Decline of the West*. Moscow: Eksmo publ. (in Russ.).
2. Castells, M. (2000). *The Information Age: Economy, Society, and Culture*. Moscow: Higher School of Economics publ. (in Russ.).
3. Kornilova, O. V. (2024). Operation Konserve, the Incident in Gleiwitz and the Bromberg Bloody Sunday: from the History of the Nazi Strategy “Denial and deception” at the Outbreak of the World War II in Europe (August – September 1939). In: *Science. Society. Defense*, 12 (2), 11. DOI: 10.24412/2311-1763-2024-2-11-11 (in Russ.).
4. Nye, J. S. (2006). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Moscow: Trend publ. (in Russ.).
5. Pocheptsov, G. G. (2000). *Psychological Wars*. Moscow: Refl-book publ., Vakler publ. (in Russ.).
6. Dugin, A. G. *Pop Culture and Signs of the Times*. Moscow: Amphora publ. (in Russ.).
7. Heywood, E. (2005). *Politics*. Moscow: Unity-Dana publ. (in Russ.).
8. Hammond, P. (1964). *Framing Post-Cold War Conflicts: The Media and International Intervention*. New York: Manchester University Press publ.
9. Zygar, M. (2021). *All Are Free: The Story of How Propaganda Saved Russia in 1996*. Moscow: Alpina publ. (in Russ.).
10. Limonov, E. V. (2002). *Disciplinary Sanatorium*. St. Petersburg: Amphora publ. (in Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Тригубенко Игорь Сергеевич (г. Москва) – независимый исследователь;
e-mail: 7272727@bk.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Igor S. Trigubenko (Moscow) – Independent Researcher;
e-mail: 7272727@bk.ru