**Всероссийский суворовский конкурс юношеских исследовательских работ.**

 **Мадонов Антон Александрович**

 **Роль военной журналистики в сохранении**

 **военно-исторического наследия**

 **ГБОУ школа № 655**

 **Приморского района**

 **Санкт - Петербурга**

 **Научный руководитель**

 **Симоненко Н.Е.**

 **89043339975**

 **Санкт – Петербург**

 **2016**

**Роль военной журналистики в сохранении военно-исторического наследия**

 **Содержание**

1. Введение
2. Основная часть.

 2.1. Экскурс в историю

 2.2.Анализ публицистических тестов на военную тему

 2.3.Анкетирование.

1. Заключение.
2. Список использованной литературы

**1. Введение**.

**Цель работы:** Целью настоящего исследования является изучение проблемы: как военный журналист может популяризировать историю, культуру и военно-историческое наследие, воздействовать на массового читателя.

**Задачи:**

1. Изучить историю первых военных корреспонденций.
2. Определить роль и место масс-медиа в современных войнах и военных конфликтах .
3. Сделать количественно-качественный анализ лексики
* по лексико-грамматическим разрядам;
* по лексико-семантическому признаку;
* с точки зрения их экспрессивно-стилистических свойств.

 4. Выявить специфику текстов «нестроевых солдат» в периодике РФ.

**Гипотеза:**  Пресса используется в качестве высокоэффективного орудия убеждения широких масс в справедливом характере войны для своего государства и формирования благоприятного мнения среди отечественных, а впоследствии и зарубежных читателей. Возможно, полемический текст не может быть создан без активизации полемического начала.

**Методы исследования:**

В соответствии с целями и задачами основными методами исследования приняты

1. Изучение литературы по теме исследования
2. Аналитические методы обработки полученной информации
3. Общелингвистические методы описания,
4. Контекстуальный и сопоставительный анализа

**Объектом исследования** является массив текстов периодики об актуальных политических, экономических, социальных тенденциях в военной сфере.

**Предметом исследования** являются структурные и семантические характеристики исторических военных публикаций, также их хронология в истории русской газетной публицистики.

**Практическая значимость исследования**. Материалы и результаты исследования могут быть использованы в лексикографической практике при составлении статей и обзоров современной международной политики РФ.

**Актуальность исследования** определяется степенью воздействия СМИ на формирование картины мира у аудитории, с одной стороны, и активизацией полемического начала в прессе, с другой. Интенсивное вторжение в массмедиа PR-технологий, усиление элементов, эпатажности, принципа экзотики конфронтационности, - это и многое другое делает изучение военных текстов прессы на современном этапе ее развития актуальным. Сегодня, когда проявление военной агрессии находит воплощение во всех СМИ и охватывает все большую аудиторию потребителей массовой информации, несомненно, важно определить особенности воплощения специальной лексики не только в текстовых, но и в иллюстративных материалах современных центральных и региональных изданий. Стремительное увеличение числа военных корреспондентов, помноженное на безудержное техническое перевооружение средств массовой информации и постоянное совершенствование коммуникационной техники, заставляет всерьёз задуматься о роли и месте масс-медиа в современных войнах и военных конфликтах.

**2. Основная часть**

Я собираюсь выбрать профессию военного журналиста**.** Сейчас я практикуюсь в написании статей в школьной газете «Перемена». Мне нравится делать репортажи, составлять комментарии, обзоры. Не так давно я провел опрос**:**

1. Считаете ли вы, что профессиональный военный должен обладать умением успешно осуществлять речевое общение наряду со знанием военной стратегии и тактики?
2. Нужно ли в экстремальных военных условиях офицеру использовать речевой этикет?
3. Какие качества нужно развивать в себе военному журналисту?

(смелость, языковую стильность, знание грамматики, экстралингвистических факторов, языковую компетентность, коммуникативные навыки, умение анализировать политические и общественные процессы.)

 В опросе участвовало 30 респондентов.

По гендерному признаку: мужчин – 25; женщин -5.

По возрастному признаку:

15-18 лет – 15 чел.

18-30 лет – 5 чел.

30-50 лет -10 чел.

 По уровню образования:

Высшее -10 чел

Среднее – 5 чел.

Неполное среднее – 15 чел.

 Были получены ответы:

1. «Да» - 28 чел. «Нет» - 2 чел.
2. «Да» - 23 чел. «Нет» - 7 чел.
3. А)« смелость» - 30

 Б) «языковую стильность» - 18 чел.

 В) «знание грамматики, экстралингвистических факторов» - 11 чел.

 Г) «языковую компетентность» - 18 чел.

 Д) «коммуникативные навыки» - 26 чел.

 Е) «умение анализировать политические и общественные процессы» - 27чел.

Таким образом, мне удалось выяснить мнения людей разного возраста, разного социального положения, и разной профессиональной принадлежности по актуальной, на мой взгляд, теме: как военный журналист может популяризировать историю, культуру и военно-историческое наследие? Ответ кроется в истории и первых, несомненно, талантливых, представителях этого рода человеческой деятельности.

**2.1. Экскурс в историю**

С древнейших времён человеческое общество проявляло неподдельный интерес к сообщениям с полей битв, известиям о расстановке сил, ходе боевых действий, исходах сражений и потерях сторон. По меткому замечанию французского историка античности Гастона Буасье, ещё древние римляне для того, чтобы "с успехом поддерживать предпринятые уже войны и подготовиться к тем, которые ещё угрожали, должны были не спускать глаз с целого мира и знать обо всём, что происходило". При этом они "интересовались не только судьбой своих легионов, сражавшихся в Испании, Африке, Греции, но находили также полезным иметь сведения о внутреннем положении подозрительных или враждебных им стран".[[1]](#footnote-1)

Мартин Лютер был одним из первых, кто оценил и весьма активно использовал "огневую мощь" типографий, позднее названных "артиллериями мысли". Людовик XIII инкогнито писал в газету о своих военных подвигах и был, по сути, первым военным журналистом. В частности, ему принадлежали многочисленные корреспонденции о походах королевских войск в 1633−1644 гг. в Лотарингию, Пикардию и Лангедок.

 Без военного фактора не обошлось также и зарождение печатной газетной периодики в России: по указу Петра I 16 декабря 1702 г. стали издаваться знаменитые "Ведомости", широкое отражение в которых получили события Северной войны (1700−1721 гг.). "Ведомости" же были призваны держать удар и противодействовать выпадам в адрес российской армии и государства. В частности, газета опровергала сообщения противной стороны о зверствах русских солдат в Лифляндии. При этом изданию запрещалось предавать огласке данные о потерях и неудачах русских войск. Неблагоприятные для русской армии факты обнародовались позднее, после того, как теряли свою политическую остроту. Уже во время освещения эпизодов Северной войны журналистами противоборствующих держав был опробован ряд публицистических приёмов:

* отбор фактов с последующими пристрастными комментариями и тенденциозной оценкой;
* дезинформация,
* ироническое отношение к противнику;
* размещение неподтверждённой информации с оговоркой о её возможной недостоверности;
* замалчивание нежелательных сюжетов и выпячивание выгодных.

Подобные манипуляции позволяли руководству враждующих сторон использовать прессу в качестве высокоэффективного орудия убеждения широких масс в справедливом характере войны для своего государства и формирования благоприятного мнения среди отечественных, а впоследствии и зарубежных читателей.

В связи с этим не приходится удивляться, что многие европейские монархи не могли устоять перед соблазном систематической эксплуатации печати в своих целях, что привело к жёсткому подчинению журналистики задачам государственным и военным. Газеты превратились в объект пристального внимания правителей, которые старались поставить их себе на службу, особенно в ходе военных кампаний. К примеру, прусский король Фридрих II, сохраняя полную анонимность, подробно описывал свои походы на страницах берлинских газет (под заглавием "Письма очевидца"). Как мне стало известно, наряду с предварительной цензурой он довольно активно практиковал распространение так называемых "газетных уток", которые успешно влияли на общественные настроения. Так, инспирировав известие о небывалом граде в провинции, погубившем весь урожай, Фридрих отвлёк общественность от откровенного недовольства новыми военными приготовлениями. Его перу принадлежит значительное число статей и заметок, в которых он «выставлял в выгодном освещении свои военные предприятия".

Даже такого человека, как Наполеон Бонапарт с его фанатичной верой в могущество армии поражала сила газет: "Четыре враждебные газеты могут нанести более чувствительный урон, чем 100 тыс. солдат в открытом поле». [[2]](#footnote-2)

Однажды Наполеон приказал Талейрану запретить немедленно газету, арестовать редактора, арестовать автора, арестовать даже директора почт в Швейцарии за то, что тот не догадался задержать номер газеты. Эти меры наглядным образом характеризуют то, как высоко "маленький капрал" оценивал репутационный ущерб, исходящий от любого нежелательного материала в СМИ.

В ходе Отечественной войны 1812 г. походные "Известия из армии" весьма неплохо справлялись с задачей популяризации героизма русского солдата, информировали о методах и тактике партизанских действий, побуждая к патриотической самодеятельности. Они же сыграли немалую роль в сплочении населения Российской империи вокруг идеи священной, национально-освободительной, Отечественной войны. В свою очередь, "тыловая пресса", регулярно перепечатывавшая "летучие известия" с передовой, была воодушевлена тем же патриотическим чувством".

Среди факторов, способствовавших возникновению и эволюции СМИ, принято выделять как распространение грамотности, так и целый ряд социально-политических, экономических и культурных преобразований. Сверх того, в качестве одного из двигателей прогресса коммуникационных технологий называют присущее человеческой натуре чувство "новостного голода", корни которого были в своё время тонко подмечены Иваном Васильевичем Киреевским: "Человек хочет знать, что делается в мире, в судьбе ему подобных, часто без малейшего отношения к себе. Он хочет знать, чтобы только участвовать мыслью в общей жизни, сочувствовать ей изнутри своего ограниченного круга».[[3]](#footnote-3) Это охватившее широкие круги населения обострившееся желание знать, что делается "в мире и на войне", в известной степени стимулирует деятельность средств массовой информации, призванных утолить жажду алчущей новостей публики. Однако, на мой взгляд, наиболее существенной предпосылкой зарождения и развития прессы как качественно нового феномена в истории человечества явилось изобретение и совершенствование технологий фиксации и распространения социально значимых сведений. Именно поэтому основным критерием, в соответствии с которым история военной журналистики была разделена на периоды, стало появление новых технических и технологических изобретений − способов фиксации информации (книгопечатание, фотография), её доставки (пароход, паровоз, самолет), средств связи (телеграф, телефон) и новых каналов массовой коммуникации (радио, телевидение, компьютер и Интернет)

Иногда во главу угла ставится статус самого фронтового корреспондента, зачастую состоящего на службе в вооружённых силах (так называемая "журналистика в шинелях"). Противопоставляют "военной журналистике" журналистику, ориентированную на переговоры и заключение мира, Воспринимают статьи через призму намерений журналистов, ориентируясь на наличие или отсутствие у них предубеждений, склоняющих читателей к умозаключению о необходимости насильственного разрешения того или иного конфликта. Также распространены иные подходы, заостряющие внимание исключительно на присутствие военной тематики, включая армейские будни в мирное время, реформу армии и проблемы ВПК.

Информация, добытая военкорами, стала приносить немалую коммерческую прибыль основным газетам, которые увеличивали свои тиражи после каждого важного сражения. Военные со своей стороны старались пресекать назойливые попытки СМИ, ставившие под угрозу вопросы национальной безопасности. Так, еще в 1864 г., генерал-майор армии северян Уильям Шерман в своих безуспешных попытках остановить появление статей, где журналисты подробнейшим образом описывали сожжение Атланты, следующим образом оценивал деятельность представителей "пишущей братии": "Эти писаки одержимы бесстыдством сатаны. Они проникают в лагерь, снуют между бездельниками, разведывают последние лагерные сплетни и потом выдают их за реальные факты. Они − просто чума, я бы рассматривал их как шпионов, которыми, в сущности, они и являются. Если бы я их всех истребил, на следующее утро перед завтраком были бы уже свежие новости из ада" [[4]](#footnote-4)

История войн второй половины XIX в. изобилует примерами разбалтывания печатью конфиденциальной военной информации. Например, в годы франко-прусской войны (1870−1871 гг.) 3-я немецкая армия по завершении битвы при Вёрте, двигаясь на запад, разминулась на 2−3 перехода с французскими войсками, двигавшимися на восток. Однако немецкое командование направило свои войска на север и воспрепятствовало планам французов после того, как немцам попалась в руки французская газета, сообщавшая, что армия Мак-Магона находится на Реймсе. Утверждают также, что до сражения при Седане, открывшем немецким войскам дорогу на Париж, прусский главнокомандующий фон Мольтке получил из английских газет точную картину расположения французской армии. И если массовость информации − заслуга технологии автоматизации печати, то скорость передачи сообщений − плод триумфа глобальной телеграфной системы.

В сложившихся технологических условиях самостоятельность военных журналистов, их страсть к сенсационности вкупе с непониманием стратегических целей становились фактором риска для высших военных и политических руководителей того времени. Чтобы добиться своей цели, военкорам приходилось идти на множество ухищрений и уловок. Джозеф Пулитцер, владелец "The New York World", подстрекающе призывал к войне, публикуя провокационные материалы, рассказывающие о зверствах испанцев над местным кубинским населением: "Кровь на улицах, кровь на полях, кровь на лестницах домов, кровь, кровь, кровь!.. Есть ли на белом свете такая благоразумная и бесстрашная нация, которая бы помогла этой стране выбраться из кровопролития?" [[5]](#footnote-5) В итоге США, помогая Кубе завоевать независимость, начали войну против Испании, где роль первой скрипки играли СМИ.

Необходимо было извлекать уроки. В условиях формирования принципиально новых социальных и коммуникационных реалий военные и политические деятели, движимые идеей обеспечения национальной безопасности, стали строго следить за недопущением СМИ к военной информации. В свою очередь, некоторые страны выработали соответствующие инструкции по взаимодействию с журналистами в период вооружённых конфликтов. Принятый германским рейхстагом в 1874 г. имперский "закон о печати", который отменил предварительную цензуру и содержал в себе зачатки свободы прессы, тем не менее, закреплял за рейхсканцлером право "воспретить опубликование сведений относительно передвижения войск и средств".[[6]](#footnote-6) Впрочем, первой реальной попыткой хоть как-то урегулировать правовое положение СМИ в зонах боевых действий стала Гаагская конвенция по правилам поведения в военное время, принятая в 1891 г. Согласно этой конвенции аккредитованные и зарегистрированные журналисты получили статус "нестроевых солдат" в рядах армий.

Пожалуй, красноречивее и убедительнее всего о растущей активности СМИ в освещении вооружённых конфликтов последних двух десятилетий свидетельствуют данные о присутствии военных корреспондентов на театрах военных действий. Так, если в 1991 г. войну в Персидском заливе освещали почти 1,5 тыс. журналистов, то в 1999 г. изложением событий Косовского кризиса трудилось около 3,8 тыс. представителей "четвёртой власти", а пятью годами позже в Багдаде было аккредитовано более 6 тыс. "служителей пера". По данным Министерства печати и массовых коммуникаций, за все годы грузино-югоосетинского конфликта в Южной Осетии побывало более 2 тыс. журналистов. [[7]](#footnote-7) Ряд исследователей, указывая на беспрецедентный рост влияния СМИ на формирование международного общественного мнения, считают журналистику средством, способным воздействовать на исход не только отдельных сражений, но и войн в целом.

**2.2. Анализ публицистических тестов на военную тему**

Ключевой задачей обучения русскому языку будущего журналиста является обучение языку профессии. Важность обусловлена приоритетами знаний по общевоенным темам для последующего обучения в военном вузе. Важной составляющей являются также представления об актуальных политических, экономических, социальных тенденциях.

Проанализированные материалы за 2014–2015 годы позволяют говорить о следующих особенностях современной публицистики на военную тему:

• Анализ текстов 2015 года показывает увеличение объема информационного поля по сравнению с 2014 годом, что связано с расширением публицистической проблематики. Мною выделено 13 тематических групп текстов в рамках материалов за 2015 год, что на три группы больше, чем в 2014 году. Новыми стали темы:

-“*Воздушно-космические силы”,*

*- “Освоение Арктики”,*

*- “Парад Победы-2015*»

 Также в 2015 году актуальны были темы:

-“*Политическая обстановка в мире”,*

*-“Великая Отечественная война”,*

*-“Обеспечение Вооруженных сил РФ новой техникой”,*

*-“Результаты военных учений”* и др.

Объектами текстов становятся факты, имеющие важное социальное значение.

• Характерной чертой публицистических текстов, конечно, остается неразрывное единство информативной и воздействующей функций. Однако проанализированный материал позволяет говорить о том, что наблюдается тенденция к большей достоверности, фактологичности. Усиление информативности проявляется и в уменьшении официальности передачи информации, снижении императивности.

• Происходят изменения в оценках, очень аккуратно налагающихся на факты и информацию. Одно и то же событие показывается с разных сторон, что способствует его объемному представлению (например, *информация о технике на платформе “Армата*”). Эмоциональная тональность текстов разнообразна. Факты подаются интенсивно, но без агрессии.

Как показывает изученный в периодике материал, публицистические тексты на военную тематику содержат большие возможности для изучения языковых единиц, обладают познавательной ценностью, служат стимулом для развития речевых умений. Следует отметить влияние языка средств массовой информации на языковые нормы, стилистические вкусы, языковую структуру в целом. В публицистических текстах рождаются новые метафоры, эвфемизмы, аббревиатуры и т.д. Наблюдается “разлад контекстного и словарного значений языковых средств” Использование современных публицистических текстов в качестве образцов приводит к выводам:

Во-первых, материалы СМИ содержат дискуссионные вопросы, которые побуждают к обсуждению, мотивируют формулирование и выражение собственного мнения. Появляется возможность обратить внимание на фигуры речи и способы аргументации.

Во-вторых, публикации СМИ содержат не только большое количество лексических единиц по военной тематике, но и определенные клише, новые лексические сочетания, точно выражающие достаточно сложные понятия. Моделируются соответствующие общественные настроения, отношение к армии, формируется положительный образ современных военнослужащих.

Например, новое словосочетание “*вежливые люди*” с положительной коннотацией довольно быстро вошло в речь. Есть предположения, что в ближайшем будущем Министерство обороны РФ планирует выпустить правила воинского речевого этикета под таким заглавием. Изучение профессиональных клише и устойчивых лексических сочетаний, оборотов речи имеет особое значение для будущего журналиста: *транспортно-дорожная система, трубопроводные войска, полевая кухня, база комплексного хранения* и многие другие часто встречаются в професси-ональных публицистических текстах.

Чтобы ускорить и упростить чтение и понимание публицистических текстов, в них употребляются повторяющиеся слова и словосочетания. Характерной особенностью лексики является большое количество общественно-политических терминов. Они составляют своего рода терминологию пу-

блицистических текстов на военную тему и способны быстро вызывать у читателя нужные ассоциации (*стратегия национальной безопасности, повестка дня, гонка вооружений, террористическая активность, внутренний конфликт, политическое урегулирование* и др.). Немаловажным является частое употребление интернациональных слов и неологизмов (*НАТО, ООН, геополитика* и др.).

В текстах используется большое количество фразеологических и идиoматических выражений или их фрагментов. Отображаемая таким образом информация о фактах, событиях значима и сама по себе, и как средство проведения определенной идеологии (*задний двор США, статус мировой ма-*

*стерской, держать порох сухим, тактика “под шумок*” и др.).

Наконец, в-третьих, информация в рамках текстов на темы “Сотрудничество между странами-партнерами”, “События в горячих точках”, “Военные контакты” помогают пониманию общей политики РФ, формированию отношения к той или иной проблеме. Публицистические тексты позволяют развенчать некоторые мифы, например, об агрессивности политики РФ (“*ШОС парирует вызовы”, “Россия примет ответные меры на неограниченное развитие ЕвроПРО”, “Мы не торгуем своим суверенитетом*”). Среди прилагательных, характеризующих действия РФ на международной арене и внутри страны, часто используются: *совместный, единый, правильный, продуманный, выверенный, уравновешенный, согласованный, непротиворечивый* и т.п.). Частотны словосочетания: *устойчивая работа, взаимовыгодные партнерские отношения, системные меры.* Составление текстов на военную тематику помогают практически овладевать военным языком, осуществлять речевое общение в реальных ситуациях в соответствии с воинским речевым этикетом, нормами, принятыми в данном сообществе

Риторический практикум в газете позволяет проводить ролевые игры (пресс-конференция, интервью и др.). Лексический материал осваивается на фоне возможности обсуждать текущие, современные проблемы, пути их решения, показывать тенденции развития Вооруженных Сил РФ.

Количественно-качественный анализ лексики проанализированных текстов выявил большой процент собственных имен (топонимов, антропонимов, названий учреждений и организаций и т.д.). Часть из них являются неологизмами, их понимание может вызывать трудности, некоторые аббревиатуры еще не нашли отражения в словарях, поскольку новые понятия возникают прежде всего в связи с быстротечностью политических событий, развитием военной науки и техники. Появляются новые политические организации, новые виды современного оружия. Их названия претерпевают сокращение (*ВКС — воздушно-космические силы, ШОС, БРИКС, КСОР — коллективные силы опережающего реагирования, ОДКБ — Организация Договора о коллективной безопасности*). Сокращения, давно вошедшие в употребление, не объясняются в тексте; новые аббревиатуры расшифровываются.

В некоторых неологизмах наблюдается четкая повторяемость одного компонента, которая дает возможность проследить зависимость между значением части слова и общим значением слова на материале профессиональной лексики. Часто можно прогнозировать значение (или область распространения значения) каждого нового, образованного по данной модели слова (*квадроцикл, квартал, квартет).*

**2.3. Анкетирование**

Анкетирование позволяет мне развивать коммуникативные умения, наращивая при этом профессиональный лексический запас и расширяя представления о профессиональном общении.

1. Язык для данной профессии – средство общения или язык обучения?
2. Должен ли журналист использовать языковые единицы адекватно задачам: (числительные, отглагольные существительные, однородные члены, риторические вопросы, неполные синтаксические конструкции, причастные и деепричастные обороты).

 В опросе участвовало 20 респондентов.

По гендерному признаку:

Мужчин – 10

Женщин -10

По возрастному признаку:

15-18 лет – 2 чел.

18-30 лет – 5 чел.

30-50 лет -13чел.

 По уровню образования:

Высшее -12 чел

Среднее – 6 чел.

Неполное среднее – 2 чел.

 Были получены ответы:

 1. “Средство общения” - 18 чел.: «язык обучения» - 3 чел.

 2. А) ”числительные”- 19 чел.

 Б) ”отглагольные существительные”, 15 чел.

 В) ”однородные члены” - 15 чел.

 Г) ”риторические вопросы” - 12 чел.

 Д) “неполные синтаксические конструкции” -15 чел

 Е) “причастные и деепричастные обороты” - 8 чел

Язык публицистических текстов, безусловно, обладает спецификой, отличающей его от языка других функциональных стилей, художественной литературы, от бытовой разговорной речи. Это является следствием отбора языковых средств, наиболее соответствующих тому назначению, которое выполняют тексты. Это в полной мере относится и к текстам на военную тематику. Среди характерных для современной военной публицистики языковых и речевых явлений можно назвать следующие:

•высокий по сравнению с другими стилями процент числительных и вообще слов, относящихся к лексико-грамматическому полю множественности, обилие дат;

•название реалий, свойственных нашей стране, для понимания которых необходимо знание экстралингвистических факторов, например Арктика, арктическая зона;

•высокая частотность отглагольных существительных;

•ряды однородных членов;

•неполные синтаксические конструкции;

•риторические вопросы и др.

Таким образом, военно-публицистические тексты знакомят с актуальной профессиональной информацией, процессами, происходящими в обществе. Использую их в качестве материала не только для изучения, но и для развития коммуникативных навыков и формирования профессиональной языковой компетенции. Уже пришел к пониманию, что успешность профессионального общения журналиста во многом зависит от способностей общающихся использовать речевые единицы адекватно задачам. Процесс коммуникации, позволяющий активно применять полученные знания, выходит на первый план. Поскольку, на мой взгляд, это как раз тот случай, когда история, будучи "отголоском прошедшего", может стать вместе с тем и "зеркалом настоящего».

**3.Заключение**

1. По мере совершенствования технологии печати, постепенной автоматизации наборных процессов социально-политическая жизнь стала острее испытывать возрастающее воздействие зафиксированного слова.

2. Борьба за умы и благорасположение общественности становятся неотъемлемой частью войны пушек. Ударная сила и огневая мощь слова порой затмевается расширяющимся потенциалом «артиллерии мысли».

3. Эффективность военно-публицистического текста в процессе его прагматической реализации напрямую зависит от адресата, который сегодня уже не является пассивным потребителем, принимая активное участие в формировании информационного продукта.

4. Владение характерными языковыми единицами, способность моделировать собственные тексты оптимизирует творческие возможности автора, усиливая тем самым эффект воздействия газетного номера на аудиторию.

 5. "Пока СМИ не объявило о победе, победы нет". Изучение и измерение силы воздействия на аудиторию "печатного слова" или "телевизионной картинки" делают целесообразным распространения информации в период кризисных ситуаций в интересах национальной безопасности.

**Список использованной литературы**.

1.Волковский Н. Л. Журналистика в информационных войнах: Исторические истоки и современные тенденции : Дис. … д-ра филол. наук : 10.01.10 / Волковский Н. Л. СПб, 2003. С. 1.

 2. Белогуров С. Б. Военная периодическая печать в России начала XX в. / С. Б. Белогуров // Военно-исторический журнал. 1997. № 6. С. 80−85;

3. Газетов В. И. Служба PR в вооружённых силах/ В. И. Газетов // Власть. 2009. № 7. С. 147.

 4. Журналистика и историографическая традиция в России 30−70-х гг. XIX в. М. : РГГУ, 1999. С. 89−110;

5. Киреевский И. В. Обозрение современного состояния литературы / И. В. Киреевский // Полн. собр. соч. : в 2 т. М. : Путь, 1911. Т. 1. С. 122.

6. Коновалов И. Военная тележурналистика: Особенности жанра / И. Коновалов // Современная российская военная журналистика: опыт, проблемы, перспективы / ред.-сост. М. [ [12]:

 7. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики., 2005,196 с.

8. Коткова Ю. В. Становление и развитие социально-культурных функций информационных изданий Вооружённых сил России : Дис. … канд. пед. наук : / Коткова Ю. В. СПб, 2004.

9. Кузьминский К. Очерк развития военной журналистики в России / К. Кузьминский // Война и мир. 1906. № 7. С. 114−115;

10. Макартур С. Когда к штыку приравняли перо. Деятельность СМИ по освещению Боснийского кризиса (1992−1995 гг.) / Сара Макартур ; отв. ред. К. В. Никифоров ; Ин-т славяноведения РАН.

11. Мальцев Р. В. Особенности деятельности военно-периодической печати по военно-патриотическому воспитанию личного состава армии и флота в 1967−1991 гг. / Руслан Мальцев // Власть. 2011. № 2. С. 88−91;

12. Мохначева М. П. Журналистика и историческая наука : в 2 кн. / М. П. Мохначева ; отв. ред. С. О. Шмидт ; РАН, Археологическая комиссия ; Рос. гос. гуманитар. ун-т ; Историко-архивный ин-т.

13. Панарин И. Н. Информационная война и дипломатия / И. Н. Панарин. М. : Городец, 2004. 526 с

14. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. М. : Рефл-бук, 2000. 573 с.;

15.Туган-Барановский Д. М. "Лошадь, которую я пытался обуздать". Печать при Наполеоне / Д. М.

16. Туган-Барановский // Новая и новейшая история. 1995. № 3. С. 158−179..

17. Шмидт ; РАН, Археологическая комиссия ; Рос. гос. гуманитар. ун-т ; Историко-архивный ин-т. Кн. 2

1. Волковский Н. Л. Журналистика в информационных войнах: Исторические истоки и современные тенденции : Дис. … д-ра филол. наук : 10.01.10 / Волковский Н. Л. СПб., 2003. С. 124 [↑](#footnote-ref-1)
2. Кузьминский К. Очерк развития военной журналистики в России / К. Кузьминский // Война и мир. 1906. № 7. С. 114−115; [↑](#footnote-ref-2)
3. 5. Киреевский И. В. Обозрение современного состояния литературы / И. В. Киреевский // Полн. собр. соч. : в 2 т. М. : Путь, 1911. Т. 1. С. 122. [↑](#footnote-ref-3)
4. 15.Туган-Барановский Д. М. "Лошадь, которую я пытался обуздать". Печать при Наполеоне / Д. М. [↑](#footnote-ref-4)
5. . Туган-Барановский // Новая и новейшая история. 1995. № 3. С. 158−179 [↑](#footnote-ref-5)
6. . Мохначева М. П. Журналистика и историческая наука : в 2 кн. / М. П. Мохначева ; отв. ред. С. О. Шмидт ; РАН, Археологическая комиссия ; Рос. гос. гуманитар. ун-т ; Историко-архивный ин-т. [↑](#footnote-ref-6)
7. Панарин И. Н. Информационная война и дипломатия / И. Н. Панарин. М. : Городец, 2004. 526 с [↑](#footnote-ref-7)