

ЭВОЛЮЦИЯ И МИФОЛОГИЗАЦИЯ ОБРАЗА «РУССКОГО СОЛДАТА» В МЕДИА ПРОСТРАНСТВЕ С XX И ПО XXI ВЕКА

Биндас Дмитрий Валерьевич

Соискатель, Московский государственный институт
международных отношений МИД России
Dmitrij.bindas@bk.ru

THE EVOLUTION AND MYTHOLOGIZATION OF THE IMAGE OF THE 'RUSSIAN SOLDIER' IN THE MEDIA SPACE FROM THE XX TO THE XXI CENTURY

D. Bindas

Summary: In the article, the author reviews a key scientific phenomenon about the mythologization of the image of the «Russian Soldier». The text of the article presents the author's view of the concept, the development of the myth phenomenon formed in Russian and Western culture on the topic «man at war». The concept of the theory of the versatility and complexity of the image of the military has not yet been applied in the study of the ontological characteristics of the phenomenon in the era of «information war». The author's proposed consideration of the image of the «Russian Soldier» in the context of Western and domestic theories of formation allows us to identify such essential characteristics as recursiveness through aggression and retribution. The analysis of the methods of epistemology, their possible and proper application in the framework of the «information war» confirmed the relevance of the study for the formalization of complex phenomena of the surrounding world, determined the possibility of constructive generalization of knowledge obtained as a result of the complex formalization of the characteristics of the phenomena under study.

Keywords: information war, the image of the «Russian soldier», PTSD, cultural codes, mythologization, mass media, culture, society.

Аннотация: В статье автор проводит обзор ключевого научного феномена о мифологизации образа «Русского солдата». В тексте статьи представлен авторский взгляд понятия, развития феномена мифа, сформировавшегося в отечественной и западной культуре по теме «человек на войне». Концепция теории о многогранности и сложности образа военных до настоящего момента не применялась в исследовании онтологических характеристик феномена в эпоху «информационной войны». Предложенное автором рассмотрение образа «Русского солдата» в контексте западных и отечественных теорий формирования позволяет выделить такие существенные характеристики как рекурсивность через агрессию и возмездие. Проведенный анализ методов эпистемологии, их возможного и должного применения в рамках «информационной войны» подтвердил актуальность исследования для формализации сложных явлений окружающего мира, определил возможность конструктивного обобщения знания, полученного в результате комплексной формализации характеристик исследуемых явлений.

Ключевые слова: информационная война, образ «Русского солдата», ПТСР, культурные коды, мифологизация, СМИ, культура, общество.

Необходимость создания образа «Русского солдата», встала перед политическими руководителями еще со времен Крымской войны 1853-1856 гг. И политический процесс – укрепления и утверждения в народных массах патриотизма, стал актуальным еще в те далекие времена. Но это было давно, Россия успела участвовать в стольких войнах и военных конфликтах, что сегодня недостаточно просто подчеркивать и показывать положительный образ «Русского солдата», но и необходимо народным массам давать больше информации и раскрывать кулуарные или рабочие моменты из жизни настоящего военнослужащего Российской Федерации. На данный момент, обществу недостаточно агитплакатов в стиле: «я выбираю службу по контракту» или «Родина-мать зовет!», даже недостаточно снимать документальных и художественных фильмов про военных. Возможно, неправильно было бы об этом говорить во вступлении данного исследования, однако в современных условиях недостаточно строить патриотические парки или постоянно показывать в СМИ героический

образ военнослужащего. Культурологические особенности современного общества сигнализируют нам, что необходимо делать что-то большее. Патриотизм можно давать порционно, а можно дать огромной дозой, но такой, которая будет держать народные массы на протяжении ближайших 30 лет.

Анализируя развитие образа «Русского солдата», необходимо начать с антропологических корней данного общественно-политического процесса. В отечественной литературе огромное место уделяется образу «Русского солдата». Философская мысль о биполярности добра и зла не только стала ключевой в развитии сюжета, как в прозе, так и в произведениях, но и стала основным рычагом в пропаганде патриотизма. Переходя к конкретике, стоит начать с того, что это за образ и кем он является. Образ «Русского солдата» всегда был многогранен и каждый раз менял свои значения, он выступал и в образе освободителя, защитника, даже в образе старшего брата, который вступился за младшего, в образе сына

и мученика. Но если ранее это был исключительно положительный и абсолютизированный образ, то сегодня «русский солдат» демонстрируется в агрессивной форме, как человек из мира насилия который видел открытое зло и возможно прикасался к нему. Современная тема солдата уже стала нейтральной, а не доброй и положительной. И при наличии такой агрессивной среды в «Новых медиа», современный «Русский воин» воспринимается, в большинстве, в отрицательном ключе.

Пропаганда всегда возвышала этот образ, вкладывала в него важность и высокие ценности военнослужащего. Солдат выступал воином освободителем в Крымскую кампанию, в Первую Мировую популярен был образ старшего брата, который вступился за младшего. В Великую отечественную он был уже многогранен, он был и защитник и освободитель и сын Родины и мученик одновременно. Конфликт в Афганистане, полностью стер высокие идеалы солдата, который перевоплотился в воина интернационалиста. Помимо это ветераны вернулись забытыми, как солдаты Первой мировой, с посттравматическим стрессовым расстройством и социально неадаптированными. Но если после Первой мировой сразу началась гражданская война и военным быстро нашлось применение их навыков и одновременно ими двигала высокая цель, то афганцы испытывали большие социально-культурные проблемы. Пожалуй, этот феномен и можно назвать отправной точкой, которая размыла идеальный образ «Русского солдата». Операции и конфликты на Северном Кавказе, практически уничтожили остатки темы российского воина-защитника. И негативное отношение к вооружённым силам только подогрело слабые стороны образа. Более того, освещение СМИ и новых медиа неудачных операций силовых ведомств по противодействию терроризму стали трагедией не только для народа, но и для вооружённых сил в целом. На этих темных страницах истории по данной проблеме, стоит провести еще одну черту. Добровольческие операции российских солдат для урегулирование военных конфликтов на Балканах и бывших советских республик, привели тоже к интересным социальным проблемам, которые отложились как у гражданских людей, которые скептических относились и относятся к людям в форме, а также наоборот у военных, которые не видят отдачу и поддержку их работы от мирного населения.

Чтобы понять современные социально-психологические и культурно-философские проблемы, сложившиеся между военными и невоенными сообществами, необходимо проследить развитие данного феномена через военные поколения.

Первая мировая война, известна изначально, как «Великая война». Была первой и великой еще по той причине, что всё было впервые: танковые сражения, первые снайперские дуэли, первое применение газа и огнемет-

тов. Естественно, у воинов первопроходцев также впервые и появились серьезные психологические и социальные проблемы, после пережитого ими негативного опыта, которые не просто переживались ветеранами, как посттравматическое стрессовое расстройство, но и нашли отклики в культуре и литературе. Эрнест Хемингуэй, Эрих Мария Ремарк и другие авторы серии произведений, посвященных теме «Потерянного поколения», пропагандировали не просто пацифистские теории в своих книгах, но и декларировали новые социально-психологические и культурные проблемы. Помимо прочего, период «потерянного поколения» был интересным с той точки зрения, что война была в моде, как это не звучит парадоксально. В те времена считалось, что, если ты не записываешься на фронт «Великой войны», значит ты «не мужчина». И отношение в обществе было негативное к тем, кто не пошел на войну. Хорошим примером является сын Киплинга – известного деятеля литературы, которого не брали на фронт, по причине плохого зрения [1]. Возможно именно из-за такого социального давления, что каждый мужчина должен пережить все ужасы войны, старший Киплинг подключил все свои связи в адмиралтействе, чтобы его сына забрали на фронт, закрыв глаза на его проблемы со здоровьем. Этот пример заканчивается тем, что в итоге Джон Киплинг погиб в битве при Артуа, во Франции. Мифологемы, создаваемые политическими деятелями, а также суфражистками первой волны того времени о войне, также проводили акции угнетения и общественного позора с использованием «белых перьев» [2]. В то время как у русского солдата, не было такого опыта. Русский солдат, вернувшийся домой живым, был забытым из-за революции, и обществу некогда было думать о нем, поэтому ПТСР (посттравматическое стрессовое расстройство) не успело проявиться в нашей отечественной культуре, в отличие от западной, и о этой войне старались забыть. Поскольку российское общество активно решило это вспоминать в 2014 году, в годовщину этих событий, снимая и транслируя по телевидению фильмы про героев и ставя им памятники [3].

Образ солдата Великой Отечественной войны – это комплексный образ, воплотившийся и остающийся непоколебимым. Это абсолютно самый интересный образ из всех. Который не возможно и который никогда не забудут, по той причине, что все медиа, общество и политики, приложили такие массивные усилия для того, чтобы воин освободитель был вечным и был только положительным героем, в его деяниях на войне есть только чистое добро. Еще одна из причин, которая передалась и отложилась на «подкорке» в массовой культуре – закрытость. О таких проблемах военнослужащих не принято говорить и уж тем более заявлять открыто. И это заложило новые проблемы, но уже у другого военного поколения, которые сражались в Афганистане.

Тема «закрытости» военных и силовых ведомств не-

новая и продолжает существовать сегодня. Боязнь утечки государственной и военной информации в тактике и стратегии ведения войны была приоритетна для обеспечения безопасности страны. И о бытовых и психологических проблемах солдат нельзя было раскрывать, тем более, потому что это ставило под сомнение сильный и непобедимый образ солдата. Говорить о том, что защитники родины сходят с ума после войны и не могут привыкнуть к мирной жизни, означало, то что военные – простые люди, а не сильные герои, чей образ мифологизировала современная культура и общество. Поэтому даже сегодня, многие ветераны боятся признаваться в том, что у них есть какие-то психологические травмы из-за негативного опыта. Сегодня, начало появляться большее количество в «новых медиа» (Instagram, Facebook, YouTube, Вконтакте, Telegram) военного контента, где бывшие или действующие сотрудники специальных ведомств, рассказывают про спецназ то, что раньше просто скрывалось, популярные блогеры этого узкого профиля, занимаются этим как раз для разрушения стереотипов и изменения информационного поля, которое мифологизировало политическое руководство во всех странах мира.

Афганистан, Ангола, конфликты на Балканах – это интернациональные походы наших военнослужащих, и образ в СМИ, который закрепляла пропаганда звучал так: русский воин – это защитник, который важен для страны. Вдобавок, мода службы в армии, которая прививалась обществом, подталкивала записываться по собственному желанию в Афганистан, а далее после приобретенных навыков и опыта путешествовать по другим странам, выполняя добровольческие миссии по поддержанию мира, оставляя их без выбора других профессий. В итоге, весь этот сладкий образ прививаемый пропагандой превращал ветерана в такого же забытого солдата, как в западной литературе после Первой Мировой войны.

Общество из-за распада Советского союза, тяжелой экономической ситуации в стране и по многим другим социальным обстоятельствам, стожило полное безразличие к власти и государственным институтам. Пропаганда и освещение в СМИ, а также организация культурных мероприятий, посвященных образу «Русского солдата и воина» не велась. И до конфликтов на Кавказе обществу не было дело. Безразличие общественного мнения формировалось не только из-за политического шока и нестабильной ситуации в стране. Но и из-за отношения, которое формировали СМИ [4]. Существует либеральное мнение, что на тот момент они были более свободными и независимыми. Но на наш взгляд просто тогда еще не была сформирована система информационного пространства, понятие экстремизма и терроризма с юридической стороны не были закреплены. Яркими примерами несформированной системой информационного потока являются показ интервью у ключевых фи-

гур и полевых командиров террористических организаций по центральному телевидению, а также ведение переговоров между высокопоставленными чиновниками и боевиками по освобождению заложников [5]. И единственные, кто как-то декларировал образ русского солдата это были деятели культуры и искусства: режиссеры кино, музыканты и другие [6]. Причем образ этот был размытым как от простого солдата, которого призывали на войну, так и воина, который вернулся с войны, но пытающимся адаптироваться не в мирной жизни, а среди волков. Режиссер Балабанов в своих фильмах очень много работал с таким образом и ретранслировал его обществу [7].

Мы подошли к важному моменту это культурные коды. На каждой войне формировались свои культурные коды, которые легким нарративом закреплялись в общественном сознании. Эти культурные коды и формировали пропагандистский образ русского солдата в любом конфликте. В Первую Мировую войну пыла песня «Прощание Славянки», которую впоследствии перепел ансамбль имени Александрова уже в Великую Отечественную войну. И эта песня была формированием образа военного, который должен идти на войну «за Царя и Отечество». Если говорить про ВОВ, то эта песня «Священная война», которая призывала солдата идти в бой для победы над общей угрозой – Фашизмом. Введение войск в Афганистан не закрепляло сильных культурных кодов, как в предыдущих войнах, но среди ветеранов, и в литературе можно найти множество примеров: песни А. Розенбаума, группы «Голубые береты». Новой отправной точкой современных мифологов служат «Вежливые люди» или «Зеленые человечки». Именно так, «государственной машиной» сегодня показан спецназовец, который держит в руке и оружие и кота. Присоединение Крыма в 2014 году стало новым этапом в развитии этого эвфемизма. Более того Министерство обороны закрепило за собой этот образ как фирменный знак, обратившись в Роспатент [8]. Вежливым людям ставят памятники как в воинских частях, так и в Симферополе. Рекламные пиар акции, конференции и выставки вооруженных сил проходят под лозунгом «Вежливость – города берет!» [9].

В начале своей работы, мы отметили, что формируется агрессивный образ, который неположительный и неотрицательный и к данному персонажу много негативных вопросов на Западе. Спецназовец современной России демонстрируется, как тот, кто чит подвиги поколений (на его бронезилете прикреплен георгиевская лента), как человек с душой и добрым сердцем (у которого в руках домашнее животное) и как тот, кто без единого выстрела берет города, которые принадлежат ему по праву. И в любом уголке света, где бы ему не приходилось выполнять свой воинский долг, он представляется обществу еще и как военный, который охраняет памятники культуры, например разрушенный храм Баала в

Пальмире, Сирия [10]. По своей структуре это достаточно полный образ, поддерживаемый идею и мысль, как со стороны государства и военных, так и общества.

Однако, на наш взгляд, формат подачи в медиа, задается не тот. Ведь есть и другая идея, для чего необходимо заниматься формированием подобных образов? Патриотизм — это важная задача, но еще упор должен делаться на противника. А современный противник «Вежливого человека» или спецназовца это террористы. И образ должен представлять еще и угрозу для них. Наше исследование плавное перетекает и к тому, какой создается образ террориста. Это неновая тема, что идея терроризма построена на страхе и запугивании. Но с появлением «новых СМИ» и развитием интернет-пространства, теория распространения терроризма начинает еще больше набирать обороты из-за своих роликов, фильмов и литературы, с которыми и современный мир ведет информационную войну, блокируя и запрещая их. Основные задачи по формированию джихадистских каналов, провозглашению всемирного Халифата и другие пиар акции и пропагандистские идеи лежат на известном деятеле Аз-Заркави, его считают отцом основателем ИГИЛ – запрещенная организация на территории Российской Федерации [11]. Сегодня пропаганда террора, для привлечения на свою сторону сторонников старается отходить от старых теорий, построенных на страхе. Хотя от части и подается, как запугивание Западных государств. Их философская идея интерпретировалась в то, что моджахед – это не просто воин, который жертвует собой ради идеи о всемирном Халифате, это демонстрация того, что в мире, все братья мусульмане, должны объединиться и убивать неверных, потому что это правильно. Их идеологическая пирамида строится на принципе: «я, мы, дело». Представим, что есть радикально настроенный мусульманин, который пока не представляет опасности и не совершивший на данный момент ничего плохого, с ним общаются такие же радикально настроенные люди и они все могут находиться в разных уголках планеты. Просмотр ими запрещенных экстремистских материалов приводит к формированию в них агрессии, на основе которых радикал идет совершать террористический акт – так строится основа пирамиды – «я». Другие радикалисты, смотрят на подвиги их брата-смертника и понимают, что надо делать тоже самое – так формируется второй основной фундамент – «мы». И на основании двух ступеней террора появляется конечный этап – «дело». И чем агрессивнее представлен для западного человека образ террориста, тем лучше для общей идеи о провозглашении войны [12]. Арест и заключение террористов в тюрьмы приводит к другой проблеме, они создают свои ячейки там, выходя из которых превращаются в полевых командиров, которые уже управляют другими террористами. Яркими примерами таких эволюций являются, Бен Ладен, Аз-Заркави и Абу Бакр аль-Багдади. Поэтому мы переходим к балансу сил. А именно насилие на насилие.

Западная теория создания образа спецназовца не основывается на положительном и красивом «вежливом» персонаже. Зарубежные медиа и культурные деятели прошли по другому пути, они формируют свой образ исходя из того, что террористы действуют жестко, как в информационном поле, так и на войне, поэтому идею нужно строить на такой же основе. В своих роликах, книгах, музыке, и что не мало важно в «новых медиа», они создают своих спецназовцев, как угрозу терроризму, такого же жесткого человека, который готов нести возмездие на боевиков за их удары по мирному населению. В своей книге «Американский снайпер», которую написал морской котик армии США, Крис Кайл есть цитата: «В апреле 2009 года сомалийские пираты захватили грузовое судно и угрожали убить его капитана. Снайпер из отряда SEAL, находившейся на борту подошедшего к месту происшествия эсминца, перебил пиратов. Корреспондент одного из местных изданий спросил Райана, что он думает по этому поводу. «Несмотря на то, что ваша мама утверждает обратное, - пошутил он, - насилие решает проблемы»» [13].

Западный образ спецназовца, строится на идеи показа образа без прикрас, тем самым демонстрируя реальный характер человека из мира насилия, который на откровенные акты зла отвечает агрессией. Формирование в культуре и поколении данного феномена имеет свои отрицательные и положительные стороны. Отрицательная сторона – заключается в том, что из-за агрессивности, воспитывается враждебное поколение, которое не будет преследовать гуманные идеи по отношению к противнику. Положительной стороной – является то, что показывается настоящий, немифический образ воина. И если кто-то из новобранцев или будущих защитников своей Родины захочет посвятить жизнь службе, то он приходит в войска уже со сформированной позицией, которая разрушает романтический шаблон о войне и солдата на ней. Тем самым, отсеивая молодых людей, которые воодушевились стереотипами, основанные на мифах о лирических героях, закладываемых ранее в искусстве и культуре.

В добавок к вышесказанному, в западной модели закладывается мысль о том, что быть воином – это тяжелая работа, которая несет под собой большие психологические проблемы, которые начинают закладываться с раннего формирования мужчины. Норвежец, бывший солдат батальона Telemark, который воевал в Афганистане. А потом вступил добровольцем в курдский отряд Peshmerga, сражающийся против боевиков ИГИЛ, в своей книге написал следующее: «Лично мне наплевать на день ветеранов (в Норвегии) и мне неудобно, когда кто-то меня благодарит за мою службу. Признание ветеранов важно, но я думаю большинство так называемых ветеранов не заслуживает этого, а некоторые так и вовсе используют это в своих целях. Я не собирался сражаться

с талибами или террористами, потому что «Бог, страна» и тому подобная чушь. Честно говоря... Я просто хотел охотиться на плохих парней и все. Я как-то прочитал, что есть три типа мужчин. Любовники, бойцы и убийцы. Я определенно убийца и не думаю, что заслуживаю похвалу за это. Я отказываюсь верить, что я один такой. Мое поколение выросло, смотря боевики с Шварцнеггером и Сталлоне, мы убивали террористов в Counter-Strike и Call of Duty. А когда выросли, то смогли попасть в армию и получили возможность делать по-настоящему то, что раньше только видели. Может наши намерения не настолько уж благородные? Не обманывайте себя. Мир нуждается в таких людях как мы, наша безопасность и образ жизни зависят от этого. Сохраняйте свое уважение и помощь для тех ветеранов, которые не вернулись домой целыми физически или психологически... Я же просто военный наркоман и чувствую себя мошенником, когда кто-то благодарит меня за службу» [14].

Тема PTSD (Post-traumatic stress disorder) или ПТСР (посттравматическое стрессовое расстройство) наиболее известная как тема «военного синдрома» достаточно популярная на Западе. О ней открыто говорят по центральному телевидению, проводятся международные научные конференции. В то время, как, основной ошибкой в агитации и пропаганде образа русского воина, является то, что в ней нет места для рассказа о сложных перипетиях судьбы и стрессе, которые пережил и продолжает переживать военнослужащий. И если говорить о культурных кодах, которые закладывают западные коллеги в своего героя-спецназовца, который действует жестко, агрессивно и без сожаления к противнику. То помимо сильных образов, заложенных в СМИ, культуре, искусстве, есть еще и исторические корни. И на это очень важно обратить внимание в данном исследовании. Многие военные специалисты носят на своих рукавах шевроны, имеющие особое значение и антропологические корни. Часто у военнослужащих войск специального назначения можно увидеть самый распространенный шеврон, на котором надпись на греческом «Molon Labe», в переводе с греческого: «Приди и возьми». Эта же фраза оставлена царем Леонидом и его спартамцами в битве при Фермопилах. Если копаться в истории, по это были первые спецназовцы. Когда 300 отборных воинов Греции бросили вызов огромному персидскому войску. Любопытным фактом остается, то, что фраза «Приди и возьми» не просто закрепилась в истории, но и еще в настоящее время служит слоганом и фирменным знаком спецназа разных стран. Подобные моменты встречаются довольно часто и в других войсковых соединениях специального назначения. В 2010 году шведская утренняя газета-таблоид «Dagbladet» опубликовало видео, где командир роты батальона «Telemark» в Афганистане Руне Веннеберг, перед штурмом позиций Талибана, поднимает дух солдат с призывами: «Til Vallhall!» (Идем в Вальхаллу!), где на его клич целая рота добавляла на норвеж-

ском «Dere re rovdyret, Taliban er byttet. Til Vallhall!» (пер. «Талибан будет добычей. В Вальхаллу!») [15]. Это видео «в новых медиа» набрало такую популярность, что образ викинга, идущего к раю для воина, закрепилось не только для военнослужащих норвежского батальона, но и стало популярным флэш-мобом в военной среде. Такие акции военных, довольно часто закрепляются в обществе и их предельно много, даже во время Второй Мировой войны, есть знаменитое фото, где десантники армии США, перед высадкой в Нормандии, на лица нанесли индейский боевой грим, а головы их лысы побриты под прическу ирокез, которую носили коренные народы Америки как символ войны.

В 2016 году боевики, называющие себя рекрутами «Исламского государства», напали на Магомеда Нурбагандова – лейтенанта полиции, который со своей семьей отдыхал в лесу. Боевики выложили в сеть экстремистский ролик со связанным сотрудником силового ведомства, призывая его сделать публичное заявление. В нем говорилось: «Скажи своим братьям, чтобы они не работали!». Последними словами Магомеда были: «Работайте братья!», после чего, его убили. За свой подвиг, он был награжден золотой звездой героя Российской Федерации (посмертно). Этот резонансная новость запустила целые пиар акции поддержки героя среди общества и военных организаций. Печатались наклейки и носились шевроны в память подвига героя со словами «Работаем, брат!» [16]. 3 февраля 2018 года, российский пилот штурмовика Су-25, подорвал себя гранатой, когда его сбили над территории провинции Идлиб, Сирия. В российские СМИ, Министерство вооруженных сил представила расшифровку радиозаписи за несколько минут до смерти пилота, в которой его последними словами перед падением были: «Это вам за пацанов!» [17]. Позже, эту фразу писали на бомбах самолетов, перед боевым вылетом российских ВКС в Сирии, которые транслировались по центральному телевидению – как символ скорби и мести за террор.

В своем исследовании, мы проследили эволюцию и мифологизацию образа русского солдата на протяжении столетнего опыта войн. Параллельно сравнивая его с западными методами формирования. Нами были проанализированы пиар акции и основные положения в популяризации военных по средствам медиа. Критика западных и отечественных подходов является ключевой в данном исследовании. Однако, не стоит забывать и о разнице систем СМИ. Цели и задачи позиционирования, закрепления в социальной и общественной сфере образа военного играет важную роль, формируя патриотические идеалы и военно-культурные ценности.

Освоение информационного пространства, противодействия экстремизму в СМИ, а также развитие новых медиа – Instagram, Facebook, YouTube, Вконтакте,

Telegram, раскрыли новые рамки для волны эволюции образа военнослужащих. Концептуальные подходы в освещении и предоставлении обществу информации о закрытой «касте» силовых ведомств стали доступны по всему миру. Утверждение и отпечаток на культуре, становятся очевидным. И если ранее герой на войне имел романтический образ, то сегодня он трансформируется и подается в агрессивной манере. В персонаж закладывается больше смысла, и он подается обществу как возмездие за террор. Для философских восточных теорий, он кажется деструктивным. И принцип «око за око», с появлением агрессии в СМИ все больше утверждается. Военные – это люди из мира насилия, сила и антигуманность по отношению к современному противнику подается через старое крылатое латинское выражение: «In hostem omnia licita» (По отношению к врагу все дозволено). Глубина этой фразы раскрывает тему современно человека на войне, но не показывает другую часть айсберга. Ранее закрепившиеся мифы о военных постепенно размываются из-за развития нового информационно-го поля и в эпоху сформированного антинаучного тезиса о ведении «информационной войны».

На основании изложенного нам представляется возможным сделать следующие выводы.

Во-первых, нам представляется обоснованным, проследить интерпретацию абсолютизированного и положительного образа человека на войне, который на современном этапе полностью поменялся, и стал нейтральным.

Во-вторых, внутреннее содержание образа оставляет свои отпечатки на современной культуре по средствам СМИ и новых медиа систем. В результате чего, имеет как негативные, так и положительные стороны формирования и закрепления новых проблематик и тем в обществе, посвященных целому комплексу военно-политических аспектов.

В-третьих, дальнейшая мифологизация и эволюция образа солдата, приводит нас к созданию агрессивной среды через отечественные и западные методики (несмотря на их различия между собой) позиционирования нового этапа развития с применением культурных кодов.

ЛИТЕРАТУРА

1. https://ru.wikipedia.org/wiki/Киплинг,_Джон
2. https://ru.wikipedia.org/wiki/Белое_перо
3. <http://kremlin.ru/events/president/news/46385>
4. <https://openuni.io/course/2/lesson/12/material/252/>
5. <https://www.kp.ru/daily/25782.4/2765006/>
6. https://www.vokrug.tv/person/show/aleksei_balabanov/
7. <https://meduza.io/feature/2017/06/17/brat-20>
8. https://ru.wikipedia.org/wiki/Вежливые_люди
9. <https://www.mk.ru/economics/article/2014/04/17/1015873-vezhlivost-goroda-beret-internetmem-vezhliyvie-lyudi-stanet-brendom.html>
10. https://aif.ru/politics/world/varvary_protiv_istorii_v_sirii_unichtozhen_odin_iz_hramov_antichnoy_palmiry
11. <https://avidreaders.ru/read-book/islamskoe-gosudarstvo-armiya-terrora.html?p=9>
12. <https://avidreaders.ru/read-book/islamskoe-gosudarstvo-armiya-terrora.html?p=43>
13. К. Кайл «Американский снайпер», стр. 136
14. <https://peshmerganor.com/>
15. <https://www.dagbladet.no/nyheter/dere-er-rovdyret-taliban-er-byttet-til-valhall/64663514>
16. https://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/201609231348-bn0p.htm
17. <https://www.mk.ru/politics/2018/02/05/eto-vam-za-pacanov-vosstanovleny-poslednie-minuty-zhizni-pogibshego-letchika.html>

© Биндас Дмитрий Валерьевич (Dmitrij.bindas@bk.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»