Виталий Викторович Волков

Военная академия материально-технического обеспечения им. А. В. Хрулёва (Санкт-Петербург)

vitaliy-volkov76@mai.ru

Особенности освещения специальной военной операции в специализированных изданиях (на примере журнала Национальной гвардии «На боевом посту»)

Выявляются особенности освещения специальной военной операции в изданиях для подготовленной целевой аудитории (военнослужащих). В качестве объекта исследования выбраны выпуски специализированного журнала Национальной гвардии РФ «На боевом посту», вышедшие в 2026 году.

Ключевые слова: специальная военная операция, СМИ, издания национальной гвардии, специализированные журналы, материалы о военных действиях.

В центре внимания специалистов в сфере медиа находятся разные аспекты презентации специальной военной операции (СВО) в универсальных СМИ [1; 2; 3]. Особый интерес для исследования представляет контент специализированных изданий, рассчитанных на подготовленную целевую аудиторию (военнослужащих). Одним из таких СМИ является основное печатное издание войск Национальной гвардии Российской Федерации – журнал «На боевом посту».

Анализ контента данного издания, опубликованного в 2026 году, показал, что специальная военная операция выступает в роли макротемы, которая освещается в трех направлениях. Первое – подробный разбор успешных военных операций, которые были реализованы сотрудниками

Национальной гвардии в условиях СВО. Материалы такого плана публикуются в двух рубриках «Спецоперации» и «Работаем».

Публикации созданы в традициях сторителлинга и погружают читателя в происходящие события за счет эффекта присутствия (репортажные элементы): «За спиной снайпера зажужжал и взмыл в небо “Мавик”. Беркет поднял дрон насколько мог высоко, под самую кромку облаков, чтобы “птичку” не срисовали. – Машины нет. Вижу одного на верху. Второй внизу, в окне маячит, – озвучил спецназовец. – Сколько времени? – Без двадцати час. – Профа вчера начал вести» (Операция «Маяк» // На боевом посту. 2026. № 2. С. 5).

В отличие от универсальных изданий, специализированные журналы не оценивают качество инфоповода с точки зрения его оперативности, поэтому в роли объекта исследования могут выступать операции четырех-пятилетней давности, что связано со спецификой рассекречивания важных тактик и стратегических решений. Так, в июльском номере журнала «На боевом посту» за 2026 год представлен разбор операции за 2022 год: «Осенью 2022 года в Донецкой Народной Республике враг сосредоточивался в зоне ответственности бригады оперативного назначения. Командиру воинской части поставили задачу провести в прилегающем районе ряд специальных мероприятий и раскрыть планы противника» (Разведка боем // На боевом посту. 2026. № 7. С. 2). Особенность презентации военной операции связана с акцентом на тактических деталях, которые могут рассматриваться специализированной целевой аудиторией как момент обучения. «Почти сразу же по разведгруппе начали работать пулемёты, прилетела пара выстрелов из РПГ. Потом начали накидывать с подствольников. Причём противник стрелял по верхушкам деревьев, чтобы осколки рикошетили вниз (Разведка боем // На боевом посту. 2026. № 7. С. 4).

Второе направление связано с упоминанием СВО в качестве смоделированного информационного повода: «Полицейские

спецподразделения постоянно совершенствуют боевую выучку. Получив солидный опыт в ходе специальной военной операции, командиры вносят коррективы в занятия. Так, в отряде мобильном особого назначения “Ратибор” Управления Росгвардии по Красноярскому краю прошло учение, где отработали штурмовые действия (Натиск «Ратибора» // На боевом посту. 2026. № 2. С. 5).

Третье направление – создание социальной рекламы, направленной на актуализацию значимости службы по контракту как одного из ключевых направлений в сфере обеспечения обороны и безопасности страны. Как правило, это социальные плакаты, на которых размещены фотографии реальных военных, занимающихся различными аспектами службы. Визуальный контент сопровождается мотивирующими слоганами («Служба – это путевка в жизнь», «Защити свою Родину» и др.).

В части материалов, направленных на популяризацию контрактной службы и ее прохождения в зоне СВО, делается акцент на возможностях личностного и профессионального роста, которые предлагает служба по контракту (публикуются истории успеха контрактников, которые благодаря службе смогли получить новые навыки, образование и улучшить свое социально-экономическое положение).

Литература

1. Зайцева А. А. Репрезентация феномена специальной военной операции в средствах массовой информации // Вестник Рос. гос. гуманитар. ун-та. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2025. № 2. С. 105–118.

2. Онуприенко К. А. Инфографика о специальной военной операции // Известия Саратов. ун-та. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2026. Т. 26. Вып. 3. С. 347–358.

3. Сидоров В. А. Историческая память в медиадискурсе о Специальной военной операции // Гуманитарный вектор. 2024. Т. 19. № 4. С. 120–131.