

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2026-9-13>

УДК 316.77



Attribution

cc by

**ЦИФРОВЫЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ УЧАСТНИКОВ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ:
ВОСПРИЯТИЕ МОЛОДЕЖЬЮ КУБАНИ**

Муха В.Н.

Кубанский государственный технологический университет

Аннотация. В статье представлен социологический анализ цифровых репрезентаций участников специальной военной операции и их восприятия молодежью Краснодарского края. Эмпирическую базу составили цифровой корпус открытых публикаций ($N = 1792$), анкетный опрос молодежи ($N = 476$), шесть фокус-групп ($N = 48$) и экспертный опрос ($N = 7$). В региональном медиaprостранстве наиболее заметен героико-защитный образ участника СВО, основанный на категориях защиты Родины, долга, мужества, профессионализма. Он же наиболее узнаваем молодежной аудиторией, что свидетельствует о выраженном соответствии медиapоля и молодежного восприятия на уровне доминирующих образов. Вместе с тем, оценка конкретных цифровых публикаций зависит от источника, проверяемости информации и степени ее содержательной конкретности. Более высокий уровень доверия связан с прямой речью участников СВО, личными историями, локальными сюжетами и биографическими деталями. В медиapоле такие материалы представлены реже, чем символические и событийные сообщения. Полученные результаты позволяют рассматривать биографическую конкретизацию как ресурс ее усиления: личная история делает общественно значимый образ более близким и понятным молодежной аудитории.

Ключевые слова: участники специальной военной операции, молодежь, Краснодарский край, цифровые репрезентации, медиadoверие, биографическая конкретизация, региональное медиaprостранство.

Финансирование: Исследование выполнено при финансовой поддержке Кубанского научного фонда в рамках научного проекта № Н-25.1/11 «Репрезентации участников СВО в цифровом медиaprостранстве и их восприятие молодежью Кубани».

Original article

**DIGITAL REPRESENTATIONS OF SPECIAL MILITARY OPERATION PARTICIPANTS:
PERCEPTION BY KUBAN YOUTH**

Victoria N. Mukha

Kuban State Technological University

Abstract. The article presents a sociological analysis of digital representations of participants in the Special Military Operation (SMO) and their perception by young people in Krasnodar Krai. The empirical basis includes a corpus of open digital publications ($N = 1,792$), a youth survey ($N = 476$), six focus groups ($N = 48$), and an expert survey ($N = 7$). The regional media environment is dominated by a heroic-protective image of the SMO participant built around the ideas of defending the Motherland, duty, courage, professionalism, and remembrance. The same image is the most recognizable among young respondents, indicating a pronounced correspondence between the media environment and youth perceptions at the level of dominant images. At the same time, assessments of specific digital publications depend on the source, verifiability, and substantive detail of the information. Higher trust is associated with direct speech by SMO participants, personal stories, local narratives, and biographical details. Such materials are less visible in the media corpus than symbolic and event-based messages. The findings therefore suggest that biographical concretization should be regarded as a resource for strengthening it by making a socially significant image more personal and comprehensible to young audiences.

Keywords: Special Military Operation participants, youth, Krasnodar Krai, digital representations, media trust, biographical concretization, regional media environment.

Funding: The study was carried out with financial support from the Kuban Science Foundation within the framework of scientific project No. N-25.1/11 "Reperceptions of participants in the Special Military Operation in the digital media space and their perception by young people in Kuban."

Введение.

Цифровая среда стала одним из основных пространств публичной репрезентации участников специальной военной операции (СВО). В региональном информационном поле эта тема присутствует в ма-

териалах СМИ, официальных и муниципальных ресурсах, социальных сетях, пабликах, сообществах образовательных организаций и волонтерских объединений.

Повторяющиеся способы описания задают узнаваемые образы участника СВО – защитника, ге-

роя, профессионального военнослужащего, члена семьи, ветерана, получателя мер поддержки или носителя индивидуальной жизненной истории.

Для молодежной аудитории существенны не только содержание публикации, но и ее источник, язык и степень конкретности. Российские исследования цифрового медиапотребления показывают, что границы между каналами коммуникации становятся все менее жесткими, а медиапрактики включаются в повседневную социальную активность [1; 2]. Доверие в этих условиях во многом складывается на уровне конкретного сообщения: пользователь оценивает источник, полноту информации и возможность ее проверить [3]. Исследования, проведенные среди молодежи, также фиксируют связь восприятия общественно значимых событий с особенностями медиапотребления и информационного поведения [4–6].

Актуальным становится исследование того, как общественно значимый образ участника СВО конкретизируется в цифровой коммуникации и какие характеристики сообщения делают его убедительным для молодежной аудитории. Здесь важно развести два уровня: отношение к самой фигуре участника СВО и доверие к отдельной публикации. Молодой пользователь может разделять ценностную оценку участника СВО как защитника Родины и героя и одновременно по-разному оценивать конкретные сообщения в зависимости от источника, фактической наполненности и формы подачи. Поэтому в статье сопоставляются структура регионального медиаполя, узнаваемость основных образов, критерии информационного доверия и особенности обсуждения темы молодежью. Цель статьи – определить характер соответствия между цифровыми репрезентациями участников СВО и их восприятием молодежью Краснодарского края.

Региональный уровень анализа особенно важен, поскольку именно здесь общая ценностная рамка получает локальную и биографическую конкретизацию. В медиаполе появляются истории земляков, выпускников школ и вузов, участников муниципальных мероприятий и волонтерских инициатив. Такие сюжеты позволяют увидеть, каким образом образ защитника Родины связывается для молодежи с жизнью конкретного человека и знакомым социальным контекстом. Поэтому локальность рассматривается в исследовании как один из ресурсов доверия и личной сопричастности.

Материалы и методы. Анализ медиарепрезентаций опирается на фреймовый подход, в рамках которого публичный образ рассматривается как результат отбора и акцентирования отдельных аспектов социальной реальности [7]. При анализе аудитории учитывается, что восприятие медиасообщения зависит не только от его содержания, но и от коммуникативного контекста и опыта самого пользователя [8]. Доверие понимается как многомерная оценка надежности, полноты и добросовестности информации [9]. Отдельно учитывается, что публичное комментирование

представляет собой самостоятельную коммуникативную практику и не сводится к содержанию позиции пользователя.

В исследовании сопоставлены четыре массива данных (табл.1), полученные разными методами. Общими аналитическими измерениями выступали тип репрезентации, источник сообщения, информационное доверие, биографическая конкретность и особенности обсуждения темы. Такое сопоставление позволяет рассматривать медиаполе и молодежное восприятие как связанные, но не тождественные уровни коммуникации.

Таблица 1. Эмпирические массивы и их функция в исследовании.

Массив	Объем / период	Функция в анализе
Цифровой корпус открытых публикаций	N = 1792; 01.01–26.03.2026	Структура медиаполя, типы репрезентации, тональность, активность
Анкетный опрос молодежи Краснодарского края	N = 476	Узнаваемость образов, доверие, критерии достоверности
Фокус-группы	6 групп, N = 48; май 2026 г.	Аргументация оценок, критерии доверия, особенности обсуждения
Экспертный опрос	N = 7	Сопоставление интерпретаций, оценка востребованных сюжетов

Цифровой корпус включал открытые публикации «ВКонтакте», Telegram, «Дзена» и МАХ, связанные с участниками СВО. Единицей анализа выступала отдельная публикация. Кодировались платформа, тип автора, территориальная принадлежность, тональность, доминирующий тип репрезентации, наличие комментариев и показатели пользовательской активности. Автоматизированная смысловая классификация использовалась как технический этап первичной организации массива, итоговые укрупненные категории формировались и интерпретировались исследователем.

Анкетный опрос охватил 476 молодых жителей Краснодарского края. В выборке преобладают школьники, учащиеся СПО и студенты, поэтому результаты относятся прежде всего к учащейся молодежи и не экстраполируются на всю молодежь региона. Фокус-группы проводились со школьниками 10–11 классов, учащимися СПО и студентами, для интерпретации материалов использовался тематический анализ [10]. В экспертный блок вошли представители образования, государственной службы, волонтеры, а также участники СВО. Экспертные ответы использовались для качественного уточнения интерпретаций. Для цифрового корпуса применялись частотный анализ, χ^2 , V Крамера и критерий Краскала-Уоллиса.

Результаты.

Структура цифрового медиаполя характеризуется заметной платформенной асимметрией: 88,6% публикаций размещены во «ВКонтакте», 8,2% – в Telegram, 1,7% – в «Дзен», 1,5% – в MAX. Эти значения описывают собранный открытый корпус и не являются оценкой популярности платформ среди молодежи. По формальному типу подачи 61,6% публикаций были отнесены к нейтральным. Отдельно оценивалась эмоционально-ценностная маркированность текста: позитивные маркеры – лексика уважения, памяти, благодарности и поддержки – присутствовали в 76,7% публикаций. Таким образом, формально информационная подача нередко сочеталась с положительной ценностной окраской.

В структуре репрезентаций доминирует героико-защитный режим – 41,1% публикаций (табл. 2). Его основу составляют темы защиты Родины, выполнения долга, мужества и общественного признания. Далее следуют профессионально-боевые, административно-правовые, мемориальные и адаптационные сюжеты. Биографически-свидетельская репрезентация составляет 0,8% корпуса, то есть индивидуальная жизненная история остается одним из наименее представленных типов материалов.

Таблица 2. Основные режимы репрезентации участников СВО.

Режим репрезентации	Доля, %	Основной смысл
Героико-защитный	41,1	Защита, долг, подвиг, благодарность
Профессионально-боевой	15,5	Компетентность, военная специальность, выполнение задачи
Административно-правовой / поддержка	9,9	Льготы, помощь, правовой статус
Мемориально-жертвенный	9,0	Память, скорбь
Ветеранско-адаптационный	7,6	Возвращение, реабилитация, занятость, образование
Семейно-волонтерский	5,0	Семья, помощь, локальная солидарность
Биографически-свидетельский	0,8	Прямая речь, повседневность, индивидуальная история

Источник: расчеты автора по цифровому корпусу, N = 1792.

Комментарии технически присутствовали примерно в четверти публикаций – в 24,8% случаев, всего в корпусе зафиксировано 3437 комментариев. При этом содержательно связанные с публикацией пользовательские реакции встречались значительно реже, поэтому комментарии не рассматривались как

самостоятельный репрезентативный массив общественного мнения. Пользовательская реакция лишь в небольшой степени зависит от платформы размещения. Хотя наличие комментариев статистически связано с площадкой публикации ($\chi^2 = 28,203$; $p < 0,001$), сила этой связи невелика (V Крамера = 0,125). Связь между комментируемостью и формальной тональностью публикации еще слабее ($V = 0,064$). Различия в уровне вовлеченности между платформами также статистически значимы ($H = 50,778$; $p < 0,001$), однако, с учетом неравномерного распределения публикаций по площадкам их следует трактовать осторожно. Полученные результаты показывают, что ни платформа, ни тональность сами по себе не являются сильными факторами пользовательской активности.

Материалы фокус-групп дополняют эту картину. Отсутствие комментария под публикацией не следует автоматическим образом трактовать как отсутствие интереса или сформированной позиции. В ходе групповых обсуждений молодежь демонстрировала разные способы включения в тему: участники формулировали собственное отношение, сопоставляли сведения из разных источников, обращали внимание на практические аспекты происходящего, говорили о защите Родины, мужестве, долге и поддержке участников СВО. В ряде случаев ответы становились краткими, особенно при переходе к эмоционально насыщенным сюжетам. Это характеризует скорее особенности публичного обсуждения значимой темы, чем содержание ценностной позиции участников.

В опросе наиболее узнаваемыми оказались образы «защитника Родины» (60,6%) и «героя / человека подвига» (53,1%). Далее следуют профессиональный военный или специалист (28,8%), член семьи – отец, сын, муж, брат (28,4%) и погибший герой, память о котором следует сохранять (24,9%). Значительно реже в число первых ассоциаций входят образы, связанные с повседневной жизнью участника СВО, его возвращением к мирной жизни и необходимостью социальной поддержки.

Таким образом, героико-защитная рамка остается центральной и в медиаполе, и в молодежном восприятии.

Показатели доверия к цифровому контенту описывают другой уровень восприятия – оценку конкретных сообщений как источника информации. Полностью или скорее доверяют такому контенту 23,5% опрошенных, 45,4% выбрали позицию «частично доверяю, частично нет», 19,5% скорее или совсем не доверяют. Эти ответы не являются показателем отношения к СВО или к ее участникам: речь идет именно о доверии к конкретным цифровым публикациям.

Наиболее высокий уровень доверия получают сами участники СВО, ветераны, волонтеры и семьи участников: полностью или скорее доверяют информации от них 73,5% респондентов (табл. 3). В открытых ответах и качественных материалах среди признаков убедительности чаще всего называются конкретные факты, фото- и видеоматериалы, понятное авторство, прямая речь и биографические детали.

Таблица 3. Сопоставление медиапрезентаций и молодежного восприятия.

Измерение	Цифровой корпус	Молодежное восприятие	Интерпретация
Героико-защитная рамка	41,1% публикаций	Защитник – 60,6%; герой – 53,1%	Выраженное соответствие на уровне доминирующих образов
Семейное измерение	5,0%	Член семьи – 28,4%	Семейная конкретизация заметна в молодежном восприятии
Биографическая конкретизация	0,8%	54,0% считают необходимым больше живых личных историй	Личные истории обладают значительным коммуникативным потенциалом
Возвращение и адаптация	7,6%	27,3% считают необходимыми истории о возвращении ветеранов к мирной жизни	Постслужебная биография востребована как направление коммуникации
Доверие	Позитивная окраска – 76,7%	Доверяют – 23,5%; частично доверяют – 45,4%	Тональность медиаполя и информационное доверие относятся к разным уровням восприятия

Источник: сопоставление массивов данных; проценты относятся к различным вопросам и не являются метрически эквивалентными. Сопоставление используется для характеристики относительной выраженности разных компонентов образа и запроса на их представление.

Результаты экспертных ответов подтверждают устойчивость героико-защитного ядра. Участник СВО описывается через категории защиты Родины, мужества, долга, патриотизма и профессионализма. Вместе с этим, эксперты обращают внимание на сравнительно небольшое число сюжетов о возвращении к мирной жизни, трудоустройстве, образовании, семейных отношениях, наставничестве и повседневности. Речь идет не о пересмотре героической рамки, а о ее дополнении социальной биографией, позволяющей показать за общественно значимым статусом конкретного человека и его жизненный путь.

Снижение убедительности отдельных публикаций эксперты связывают прежде всего с формой подачи: общими формулировками, повторяемостью сюжетов и недостатком конкретных деталей. Наиболее убедительными они называют личные истории, встречи, диалоговые форматы, волонтерские проекты и прямую речь участников. Эти оценки совпадают с ответами молодежи. История земляка, знакомого, выпускника школы или участника очной встречи делает общий образ социально близким и тем самым усиливает доверие к конкретному сообщению.

Обсуждение.

Сопоставление массивов показывает выраженное соответствие медиапредставления и молодежного восприятия на уровне центральных образов. Доминирующий в медиаполе героико-защитный образ воспроизводится и в ответах молодых респондентов. Различия возникают преимущественно при оценке конкретных сообщений, когда значение приобретают источник информации, ее проверяемость и содержательная конкретность. Иными словами, ценностное отношение к фигуре участника СВО и информационное доверие к отдельной публикации относятся к разным уровням восприятия.

Основной результат состоит в устойчивости героико-защитного смыслового ядра. Региональное медиаполе последовательно воспроизводит значения служения Родине, выполнения воинского долга, мужества, профессионализма и сохранения памяти. Эти характеристики соответствуют официально закрепляемой ценностной рамке и в целом находят отражение в представлениях молодежи: именно образы защитника Родины и героя получили наибольшую долю выборов в опросе.

В то же время, символическая насыщенность образа не всегда сопровождается биографической конкретностью. Значительно реже публикации показывают повседневную жизнь участников СВО, их семейные роли, возвращение к учебе и работе, участие в общественной жизни после завершения службы. Исследования репрезентаций ветеранов показывают, что героические, профессиональные и адаптационные образы могут сосуществовать и дополнять друг друга [11]. Поэтому в рассматриваемом материале речь идет не о противопоставлении героического и биографического образов, а о возможности их более тесного соединения.

Высокая доля позитивно окрашенных сообщений (76,7%) и распределение ответов о доверии характеризуют разные стороны коммуникации. Первый показатель описывает тональность медиаполя, второй – оценку достоверности конкретной цифровой публикации. Преобладание ответа «частично доверяю, частично нет» скорее показывает привычку молодых пользователей соотносить сообщение с его источником, фактами и доступными подтверждениями. Такая информационная избирательность не противоречит поддержке базовой ценностной рамки, напротив, она показывает, какие характеристики делают сообщение более убедительным для аудитории.

Отдельного учета требует и комментарная активность. Количество комментариев не может служить прямым индикатором отношения к теме, поскольку публичное комментирование представляет собой самостоятельную коммуникативную практику и зависит от ситуации общения. Фокус-группы показывают, что участник может иметь вполне определенную позицию, но не стремиться выражать ее в комментариях или подробно обсуждать эмоционально насыщенный сюжет. Поэтому цифровую активность целесообразно интерпретировать вместе с данными опроса и качественными материалами.

На этом фоне биографическая конкретность выступает важным коммуникативным ресурсом. Личная история не меняет символический статус участника СВО, а делает его более предметным: за категориями долга, мужества и служения появляется конкретная жизненная траектория. Для молодежной аудитории такая конкретизация сокращает социальную дистанцию и позволяет соотносить общественно значимый образ с понятным повседневным опытом.

Практическое значение результатов связано с расширением способов раскрытия уже сложившейся героико-защитной рамки. В региональной коммуникации ее целесообразно дополнять личными историями, рассказами о семье, возвращении к учебе и работе, реабилитации, наставничестве, спорте и волонтерской деятельности. Для образовательных организаций и СМИ особенно значимы форматы прямой речи и личной встречи, для органов власти – конкретное и понят-

ное описание мер поддержки и маршрутов их получения. Такие форматы позволяют соединить общественное признание с биографией конкретного человека.

Заключение.

Результаты проведенного исследования показывают, что героико-защитная репрезентация остается центральной как в региональном медиаполе, так и в представлениях молодежи Кубани. Образы защитника Родины и героя наиболее заметны в цифровом корпусе и наиболее узнаваемы среди молодых респондентов.

Таким образом, на уровне центральных смысловых характеристик наблюдается выраженное соответствие: и в региональном медиаполе, и в молодежном восприятии ведущее место занимает героико-защитный образ участника СВО.

При этом информационное доверие к конкретной публикации зависит от источника, проверяемости и степени жизненной конкретности сообщения. Наиболее убедительными для молодежи оказываются прямая речь участников СВО, личные истории, конкретные факты и локальные сюжеты. Поэтому дальнейшее развитие информационной и воспитательной работы целесообразно связывать с сохранением героико-защитной рамки и ее более последовательным дополнением биографическими сюжетами. Такая конкретизация позволяет раскрывать ценности долга, служения Родине, мужества и профессионализма через жизненный путь конкретного человека и тем самым усиливать содержательную убедительность региональной коммуникации.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Список источников:

1. Вартамова Е. Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Меди@льманах. 2022. № 2 (109). С. 8-14. DOI: 10.30547/medialmanah.2.2022.814 EDN: YRZXDZ
2. Полуэктова И. А. Медиапотребление в цифровой среде: к вопросу о методологии исследований // Знание. Понимание. Умение. 2022. № 3. С. 206-218. DOI: 10.17805/zpu.2022.3.19 EDN: RHCEWX
3. Вырковский А. В., Шамсутдинова Ю. Ф. Категория доверия к массмедиа в условиях информационной турбулентности: время обновлять концепции? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 6. С. 182-203. DOI: 10.14515/monitoring.2024.6.2529 EDN: USCQIO
4. Бараиш Р. Э., Тюрина И. О. Студенческая молодежь: психоэмоциональный и социальный автопортрет (по результатам фокус-групп) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2024. Т. 24. № 2. С. 430-444. DOI: 10.22363/2313-2272-2024-24-2-430-444 EDN: QZYNLW
5. Казаков А. А. Три года СВО: динамика изменения отношения молодежи (в контексте влияния медиа) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2025. Т. 25. Вып. 3. С. 303-313. DOI: 10.18500/1818-9601-2025-25-3-303-313 EDN: КМЕHNO

6. Маршак А. Л., Дубина А. Ш. Восприятие специальной военной операции в студенческой среде // Гуманитарий Юга России. 2025. Т. 14. № 4. С. 28-37. DOI: 10.18522/2227-8656.2025.4.2 EDN: GTDCPK
7. Entman R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // *Journal of Communication*. 1993. Vol. 43. No. 4. P. 51-58. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x EDN: HIJMFH
8. Hall S. Encoding/Decoding // *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79* / eds. S. Hall et al. London: Hutchinson, 1980. P. 128-138.
9. Kohring M., Matthes J. Trust in News Media: Development and Validation of a Multidimensional Scale // *Communication Research*. 2007. Vol. 34. No. 2. P. 231-252. DOI: 10.1177/0093650206298071 EDN: JSBYRF
10. Braun V., Clarke V. Using Thematic Analysis in Psychology // *Qualitative Research in Psychology*. 2006. Vol. 3. No. 2. P. 77-101. DOI: 10.1191/1478088706qp063oa
11. Parrott S., Albright D. L., Eckhart N., Laha-Walsh K. Mental Representations of Military Veterans: The Pictures and Words in Our Heads // *Journal of Veterans Studies*. 2020. Vol. 6. No. 3. P. 61-71. DOI: 10.21061/jvs.v6i3.207 EDN: OBHBGC

References:

1. Vartanova E. L. On the issue of the consequences of the digital transformation of the media environment // *Medialmanah*. 2022. No. 2 (109). Pp. 8-14. DOI: 10.30547/mediaalmanah.2.2022.814 EDN: YRZXDZ
2. Poluekhova I. A. Media consumption in the digital environment: on the issue of research methodology // *Znanie. Understanding. Ability*. 2022. No. 3. Pp. 206-218. DOI: 10.17805/zpu.2022.3.19 EDN: RHCEWX
3. Vyrkovsky A. V., Shamsutdinova Yu. F. The category of trust in the media in conditions of information turbulence: is it time to update the concepts? // *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2024. No. 6. Pp. 182-203. DOI: 10.14515/monitoring.2024.6.2529 EDN: USCQIO
4. Barash R. E., Tyurina I. O. Student youth: psychoemotional and social self-portrait (based on the results of focus groups) // *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Sociology*. 2024. Vol. 24. No. 2. Pp. 430-444. DOI: 10.22363/2313-2272-2024-24-2-430-444 EDN: QZYNLW
5. Kazakov A. A. Three Years of SVO: Dynamics of Changes in Young People's Attitudes (in the Context of Media Influence) // *Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Sociology. Political Science*. 2025. Vol. 25. Issue 3. Pp. 303-313. DOI: 10.18500/1818-9601-2025-25-3-303-313 EDN: KMEHNO
6. Marshak A. L., Dubina A. Sh. Perception of a special military operation in the student environment // *The Humanitarian of the South of Russia*. 2025. Vol. 14. No. 4. Pp. 28-37. DOI: 10.18522/2227-8656.2025.4.2 EDN: GTDCPK
7. Entman R. M. Framing: Toward Clarifying a Contradictory Paradigm // *Journal of Communication*. 1993. Vol. 43. No. 4. Pp. 51-58. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x EDN: HIJMFH
8. Hall S. Encoding/Decoding // *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979* / edited by S. Hall et al. London: Hutchinson, 1980. Pp. 128-138.
9. Koring M., Mattes J. Trust in news media: development and validation of a multidimensional scale // *Communication Research*. 2007. Vol. 34. No. 2. Pp. 231-252. DOI: 10.1177/0093650206298071 EDN: JSBYRF
10. Braun V., Clarke V. Using thematic analysis in psychology // *Qualitative Research in Psychology*. 2006. Vol. 3. No. 2. Pp. 77-101. DOI: 10.1191/1478088706qp063oa
11. Parrott S., Albright D. L., Eckhart N., Laha-Walsh C. Mental Representations of Combat Veterans: Images and Words in Our Heads // *Journal of Veterans Studies*. 2020. Vol. 6. No. 3. Pp. 61-71. DOI: 10.21061/jvs.v6i3.207 EDN: OBHBGC

Информация об авторе:

Муха Виктория Николаевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Кубанский государственный технологический университет. E-mail: v.mukha@bk.ru ORCID0000-0003-4975-0438

Viktoriya N. Mukha, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology, Kuban State Technological University.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 20.08.2026;

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 14.09.2026;

Принята к публикации / Accepted for publication 20.09.2026.

Автором окончательный вариант рукописи одобрен.