



ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ СТАТЬИ FULL ARTICLES

АНТРОПОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ

ANTHROPOLOGY OF CULTURE

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ СТАТЬЯ

МИЩЕНКО Игорь Евгеньевич

кандидат педагогических наук,
докторант кафедры философии и культурологии
Челябинского государственного института культуры,
Челябинск, Российская Федерация

Igor I. MISHCHENKO

Cand. Sci. (Pedagogical Theory, Methodology
and Organization of Socio-Cultural Activities),
Doctoral Student, Chelyabinsk State Institute of Culture,
Chelyabinsk, Russian Federation,
mievg@bk.ru



УДК: [355.13:004.738.5]:316.472.4(470+571)
ГРНТИ: 13.11.27
ВАК: 24.00.01

DOI: 10.36343/SB.2022.31.3.003

**Военная культура в цифровом
пространстве: анализ контента
социальных сетей (опыт
изучения тематической группы
на платформе ВКонтакте)**

**Military Culture in the Digital Space:
Social Media Content Analysis
(Experience of Studying a Thematic
Group on the VKontakte Platform)**

В настоящей статье предпринята попытка выявить основные тематические направления контента о военной культуре в цифровом пространстве, а именно в социальных сетях. Для проведения эмпирического исследования было выбрано наиболее релевантное и репрезентативное в аспекте избранной темы пользовательское сообщество. Методологическую основу работы, помимо описательного и сравнительного методов, составили контент-анализ и корреляционный анализ. В результате в исследуемом сообществе выявлено десять тематических направлений контента, посвященного военной культуре: воспитание, культурная политика,

документы, история и подвиги, патриотические организации, праздники и памятные дни, современные герои, творчество подписчиков, традиции, учебные заведения. Проведен корреляционный анализ между выявленными количественными характеристиками публикаций в сообществе, который позволил определить наиболее привлекательный для пользователей сети контент о военной культуре.

Ключевые слова: военная культура, социальные сети, пользовательский контент, интернет-сообщества, патриотические организации, патриотизм, коммуникация, военнослужащие.

В современном мире презентация государственных институтов все чаще происходит в медиасфере, что во многом формирует у общества их образ и рецепцию. На пике популярности сегодня находятся социальные сети, где многие институты создают официальные сообщества для более оперативного распространения информации среди заинтересованных пользователей – своих подписчиков. Следует отметить, что на этих платформах существует и множество неофициальных сообществ, оказывающих не меньшее, а иногда и гораздо большее влияние на пользователей сети. Также и сам пользовательский контент становится источником того или иного воздействия.

Для проведения эмпирического исследования нам необходимо сначала обозначить терминологические рамки понятия «интернет-сообщество» и определить его основные характеристики, связанные, в первую очередь, с социологической составляющей.

Выявлению сущности рассматриваемого понятия посвящено большое количество научных трудов, в частности вопросу: могут ли данные объединения называться именно сообществом в его классическом социологическом смысле. По мнению Н. Байм, любая онлайн-группа является классическим сообществом, на что четко указывает выявленный ученым ряд характеристик [9]. С другой стороны, В. А. Сергодеев и ряд других исследователей выделяют определенные отличия интернет-сообществ от традиционных форм объединений, например, отсутствие пространственно-временной локализации, ограниченность взаимодействия участников возможностью выхода в сеть. Вместе с тем

делается вывод о том, что такие объединения пользователей одновременно являются и новым измерением традиционных социокультурных структур, и новым социокультурным пространством [6]. Вторую часть данного определения поддерживают В. И. Курбатов и Л. Ш. Крупеникова, аргументируя свое мнение тем, что интернет-сообщества обладают добровольностью, интерактивностью, самоорганизованностью, свободно формируют новые сетевые социальные объединения, где пользователи могут презентовать себя, обмениваться информацией [3].

Стоит отметить, что сегодня нет единого подхода к понятию «интернет-сообщество». В. И. Курбатов и Л. Ш. Крупеникова определяют интернет-сообщество как специфическую форму организации интернета. Несмотря на то что в процессе рассуждения они дополняют термин социальным компонентом, это не вносит полной ясности в содержание понятия [3]. В исследовании Д. Шакулы рассматриваемое сообщество представлено, как система пользователей тематического Интернет-ресурса, совершающих обмен информацией в своих интересах по заранее установленным правилам [8]. Таким образом, если говорить о группе в социальной сети, то в ней взаимодействуют пользователи не всей социальной сети, а структурно входящего в нее конкретного сообщества. В. А. Сергодеев дополняет предыдущее определение эмоционально коммуникативным компонентом [6]. Особенно ценным является уточнение Е. Д. Невесенко, в котором указано, что сообщества оказывают существенное влияние на подписчиков – происходит процесс некой инкультурации в

сообществе, а впоследствии и в реальной общественной среде. В своей работе она подробно описала механизм данного воздействия [4].

Результат проведенного выше теоретического анализа послужил первой причиной выбора для исследования не отдельного интернет-ресурса, а именно интернет-сообщества в социальной сети, способного оказывать воздействие на подписчиков в реальной жизни на основе эмоциональной вовлеченности в коммуникацию. Демонстрация ценностей военной культуры, проблемный профессиональный диалог и возможность самореализации во многом оказывают положительное влияние на участников сообщества [4]. Этому способствуют функции социальных сетей – информационная, коммуникационная, развлекательная, идентификационная, самоактуализирующая, социализирующая, подробно описанные в исследовании И. М. Панченко. Набор вышеперечисленных функций доказывает, что социальные сети играют существенную роль в общественной жизни [5].

В исследовании В. А. Бокарева выявлены основные особенности социальных сетей, служащие средством привлечения молодежи: открытость, перспективы личностного роста, обретение коммуникации с пользователями с внутригрупповой идентичностью, возможность оставаться анонимным, безвозмездный обмен информацией и даже театрализация. На основе этих особенностей автор выделяет положительные черты коммуникации в виртуальном пространстве, такие как поиск единомышленников, самопрезентация, конструктивная критика и др. Достоверность представленных автором положений определяется результатами проведенного им исследования на предмет выявления существующих потребностей молодежи, классифицированных по А. Маслоу, и возможностей их восполнения, предоставляемых потенциалом социальных сетей [1]. В работе Т. В. Евгеньевой и З. Р. Усмановой представленный выше список дополнен эффектом коммуникативной мобильности и возможностью доступа участников сообщества к большим базам данных, которые позволяют пользователям сети всегда оставаться в курсе последних новостей в дифференцированном потоке информации

[2]. На наш взгляд, популярность социальных сетей и сообществ в них определяется еще и высокой социальной мобильностью подписчиков: с течением времени изменяются интересы и потребности личности, и, в отличие от реального сообщества, пользователь может «нажатием кнопки» выйти из группы в социальной сети и вступить в другую без возможных неудобных ситуаций, которые могли бы возникнуть в живом общении с людьми. Это некая свобода, позволяющая человеку лавировать между большим количеством сообществ в социальной сети и легко перемещаться в пространстве возникающих сетевых связей. Таким образом, выбор конкретного сообщества основан на собственных предпочтениях пользователей и определяется их активностью, инициативностью и добровольностью. Эти факторы послужили второй причиной выбора нами сообщества в социальной сети для проведения исследования.

Военная культура представляет собой часть культуры социума, являющаяся, кроме того, комплексом связанных между собой компонентов как, позволяющим увидеть всю сложность ее структуры и связей с другими сегментами культуры гражданского общества. Интернет-сообщество становится продолжением, а часто и новой формой социальной реальности со многими свойствами, присущими традиционному сообществу. В данной статье исследовательский взгляд обращен на репрезентацию военной культуры в цифровом пространстве пользователями глобальной сети. Цель исследования состоит в выявлении основных тематических направлений контента социальных сетей, посвященного военной культуре на примере пользовательского сообщества, являющегося наиболее релевантным и репрезентативным в аспекте избранной темы. Достижение цели исследования будет способствовать приращению знаний в области выявления структурных характеристик военной культуры, улучшит понимание ее отдельных аспектов и элементов. Методологическую основу работы, помимо описательного и сравнительного методов, составили контент-анализ и корреляционный анализ. Избранные методы исследования адекватны заявленной цели.

Выбор социальной сети ВКонтакте определен тем, что в настоящее время она является самой популярной среди активных пользователей в российском сегменте интернета (численные показатели общедоступны и при этом являются очевидными).

Для того чтобы провести анализ всего контента о военной культуре в социальной сети, потребуется большое количество времени, в связи с чем был осуществлен поиск сообщества с наиболее репрезентативным контентом и в результате выделены следующие группы: сообщества военных учреждений культуры (в них в основном публикуется контент творческого характера); сообщества молодежных патриотических организаций (в которых располагаются материалы, связанные с их деятельностью); группы с методическими материалами по организации культурных и военно-патриотических мероприятий; сообщества военных музеев; группы на военно-историческую тематику и др. Дальнейший анализ контента показал, что наиболее релевантными для исследования оказались интернет-сообщества «Культура и армия» и «Военная культура». Наиболее многогранно вопросы рассматриваемой темы освещены во втором интернет-сообществе, при этом отмечается стабильная публикация записей и достаточное количество подписчиков, в разы превышающее численность аудитории других подобных сообществ – все это обусловило выбор автора. При этом стоит отметить, что группа «Военная культура» не официальная, соответственно, контент, публикуемый в ней, основан на предприимчивости пользователей сети.

Как указано администраторами группы, рассматриваемое сообщество посвящено потенциалу военной культуры в решении задач патриотического воспитания защитников Родины. Сегодня существует мнение, что патриотическое воспитание – это только (!) военно-профессиональная подготовка. Между тем очевидно, что прежде всего – это формирование Любви к нашей стране на основе культурных ценностей, исторических традиций и самое важное – героических Подвигов наших предков и современников. Цель сообщества – широкое освещение вышесказанно-

го. Этот аспект военной культуры мы можем подтвердить выдержкой из Основ государственной культурной политики: важнейшая общественная миссия культуры – это «передача новым поколениям свода нравственных, моральных, этических ценностей, составляющих основу национальной самобытности» [7]. Сфера военной культуры олицетворяет собой духовно-нравственные ценности не только военнослужащих, но и гражданского населения – патриотов нашей необъятной Родины. Она является фундаментом национальной идентичности, укрепление которой – одна из важнейших задач Российской Федерации по обеспечению национальной безопасности в сфере культуры.

Основное достоинство выбранного сообщества – разносторонний охват того, что связано с военной культурой. Можно уверенно заявить, что данное сообщество (как в различной степени и многие другие) является формой периферийной связи между военной культурой гражданского общества и институциональной военной культурой.

Рассмотрим функциональные особенности интернет-сообщества «Военная культура»:

- это открытая интернет-площадка для обмена опытом пользователей со всех уголков нашей страны в области патриотического воспитания молодежи и военнослужащих; присылаемые материалы имеют широкую направленность: от продвижения собственных проектов до творческих публикаций;

- важная миссия сообщества – реализация взаимодействия людей, объединенных общими интересами и идеей воспитания подрастающего поколения и военнослужащих средствами культуры и искусства;

- публикация разнообразных материалов, имеющих теоретическую и практическую значимость: положения о воспитании средствами культуры и искусства и другие нормативные документы; наиболее актуальные новости в сфере военной культуры; творческие успехи и достижения в данной области как ведущих специалистов, так и просто неравнодушных людей; материалы, чествующие героические Подвиги наших предков и современников; наставления великих российских военачальников и современного руководства

нашей страны; мемориальное наследие и музейные экспозиции; деятельность юнармейских отрядов и др.;

- профессиональная ориентация молодежи, размещение актуальной информации о высших образовательных организациях Министерства Обороны и их контактах;

- публикация действующих нормативных документов, регламентирующих деятельность военных педагогов, культурологов, военно-политических работников и многих других специалистов Вооруженных Сил по обучению и воспитанию молодежи и военнослужащих;

- развитие сообщества на добровольных началах, без рекламы и коммерческих предложений.

Проведенный нами контент-анализ исследуемого сообщества позволил выявить ряд категорий, отражающих тематические направления контента о военной культуре: воспитание (27,3 %), культурная политика (1,9 %), документы (5,1 %), история и подвиги (5,1 %), патриотические организации (11,4 %), праздники и памятные дни (21,3 %), современные герои (2,9 %), творчество подписчиков (16,8 %), традиции (3,2 %), учебные заведения (3,5 %) и категория, не относящаяся к исследованию, – новые функции сообщества (1,5 %).

Если распределить данные категории по популярности среди подписчиков (расчет производился по среднему количеству отметок «нравится» на один пост), то на первом месте оказываются тематические направления «современные герои» и «учебные заведения» с незначительным перевесом в пользу первого.

Категория «современные герои» олицетворяет подвиги соотечественников в наши дни: и тех, кто выполнял поставленные Родной задачи на боевом дежурстве, и тех, кто при трагически сложившихся обстоятельствах ценой своей жизни спасал людей в мирное время – всех, кто доказал свою верность Отечеству. Популярность данной категории свидетельствует о том, что подписчики с большим уважением относятся ко всем героям России.

Следующая категория, отличающаяся по своему содержанию, но не менее популяр-

ная, – «учебные заведения». Она позволяет абитуриентам военных вузов найти наиболее важную и полезную информацию о правилах и порядке приема в высшее учебное заведение, профессиональном психологическом отборе, сдаче нормативов по физической подготовке и др. В материалах данного направления можно найти адреса и телефоны приемных комиссий военных вузов, сайты образовательных организаций. Результаты контент-анализа демонстрирует популярность военного образования среди молодежи, стремление овладеть военным делом, готовность встать на защиту Родины.

На втором месте по популярности среди подписчиков сообщества оказались такие категории, как «традиции» и «праздники и памятные дни», соответственно.

Тематическое направление «традиции» содержит высказывания великих полководцев, контент об исторически сложившихся качествах и кодексе чести русского офицера. В этой категории показано, как демонстрируются эти качества в отечественной классике кинематографа и других видах искусства. Духовные ценности, связанные с гражданственностью и патриотизмом, определяют дальнейший путь развития любого государства и являются гордостью нашего народа, именно это обстоятельство определяет высокую популярность данной категории.

Категория «праздники и памятные дни» в основном представлена поздравлениями с общегосударственными праздниками, профессиональными праздниками видов и родов Вооруженных Сил, информацией о различных памятных датах и др. Популярность такого контента среди подписчиков сообщества объясняется тем, что в последние годы существенно вырос социальный авторитет военнослужащего.

На третьем месте расположилась категория «патриотические организации», что свидетельствует о популярности довузовской военной подготовки среди молодежи. Это тематическое направление представлено информацией о мероприятиях, проводимых патриотическими организациями и клубами, предложениями сотрудничества, поздравлениями, демонстрацией достижений юных за-

щитников Родины и другим контентом, связанным с патриотическим воспитанием молодежи в довузовских объединениях, юнармии, патриотических центрах.

Следующую позицию занимают сразу три категории: «культурная политика», «история и подвиги», «документы» – со смещением в пользу первого, соответственно.

Тематическое направление «культурная политика» представлено материалами о высшем военном руководстве страны, о позиции России в вопросах национальной безопасности и роли культурной составляющей в ее обеспечении.

Важным тематическим направлением контента рассматриваемого сообщества является категория «история и подвиги», транслирующая современному поколению материалы о героическом прошлом, великой истории и традициях России: рассказы о подвигах наших предков, родственников подписчиков, мемориалах, олицетворяющих героизм советских граждан в годы Великой Отечественной войны, и др.

Категория «документы» включает в себя справочную информацию о нормативных актах, регламентирующих различные сферы военной службы и культурной политики: от уставного порядка до военно-патриотической работы с гражданской молодежью и культурно-досуговой работы с военнослужащими.

Стоит отметить, что объективность транслируемого контента в рассмотренных категориях подтверждается ссылками на официальные документы и другие авторитетные источники информации.

Ниже в рейтинге находятся категории «творчество подписчиков» и «воспитание». Первую из них формируют сами подписчики, вторая имеет самый большой объем публикаций.

Тематическое направление «творчество подписчиков» включает в себя песни, стихотворения, поэмы, видеоролики, то есть позволяет участникам интернет-сообщества презентовать себя и свое творчество широкой публике. Под каждой публикацией находится ссылка на автора записи.

В самом крупном по объему направлении «воспитание» представлен контент о нормах

поведения военнослужащих и взаимоотношениях между ними (в том числе в гражданском обществе), о воспитании подрастающего поколения посредством культуры и искусства, гуманитарных и социальных наук, также размещены методические материалы для реализации воспитательной деятельности, информация о музейных экспозициях и др. Ответ на вопрос, почему же данная категория является самой крупной, на наш взгляд, лежит в описании сообщества.

Замыкающую позицию занимает категория «новые функции сообщества» (в том числе по количеству контента в сообществе), которая не относится к исследованию. В ней указаны новые, добавленные в группу возможности для пользователей.

В исследовании был проведен корреляционный анализ (коэффициент корреляции Пирсона (r)) количественных характеристик всех публикаций в сообществе. Степень тесноты связи определялась между реакциями пользователей (отметками) на записи. Результаты расчета представлены следующим образом: между отметками «нравится» и «поделиться» ($r_{\text{нр/под}} = 0.73$), «нравится» и «комментарии» ($r_{\text{нр/комм}} = 0.52$), «нравится» и «переходы» ($r_{\text{нр/перех}} = 0.65$), а также между «нравится» и «полный охват» ($r_{\text{нр/п.охв}} = 0.92$).

На основе такого рода расчетов можно определить особенности контента, наиболее привлекательного для пользователей. Так, если коэффициент корреляции между отметками «нравится» и «поделиться» или между отметками «нравится» и «полный охват» в каждой из категорий, выделенных нами, демонстрирует достаточно крепкую связь (например, в категории «воспитание» $r_{\text{нр/под}} = 0.62$, $r_{\text{нр/п.охв}} = 0.74$, в категории «культурная политика» $r_{\text{нр/под}} = 0.95$, $r_{\text{нр/п.охв}} = 0.99$), то тот же коэффициент между отметками «нравится» и «комментарии» имеет очень неустойчивую, а иногда и противоположную связь (в категории «творчество подписчиков» $r_{\text{нр/комм}} = 0.14$, в категории «традиции» $r_{\text{нр/комм}} = -0.51$, в категории «праздники и памятные дни» $r_{\text{нр/комм}} = 0.45$). Но если обратить внимание на значение коэффициента корреляции между отметками «нравится» и «переходы», то практически во всех категориях он,

как правило, близок к значению 0.1 в положительной или отрицательной направленности (категория «воспитание» $r_{\text{нр/перех}} = 0.32$), что в своей сути означает полное отсутствие связи. Однако в категории «учебные заведения» значение коэффициента корреляции $r_{\text{нр/перех}} = 0.94$.

Таким образом, мы можем утверждать, что подписчиков, в том числе молодежь, наиболее привлекает контент с полезной информацией о порядке и правилах поступления в военный вуз. На основании проведенного расчета объективно можно заключить, что данное направление при незначительном количестве публикаций является самым популярным в сообществе «Военная культура», а активность подписчиков напрямую зависит от полезности размещаемой информации.

В результате проведенного исследования мы выявили десять тематических направлений контента в социальных сетях, посвященных военной культуре: воспитание, культурная политика, документы, история и подвиги, патриотические организации, праздники и памятные дни, современные герои,

творчество подписчиков, традиции, учебные заведения. Эти категории были определены на основе контент-анализа интернет-сообщества, посвященного военной культуре, в наиболее популярной социальной сети ВКонтакте. Количество тематических направлений может быть дополнено при анализе многочисленных интернет-групп, в которых так или иначе освещаются аспекты военной культуры. Однако это уже будет отдельное масштабное исследование.

Сообщества в социальных сетях способны оказывать воздействие на подписчиков в реальной жизни, формировать определенные модели поведения, вместе с тем предоставляя пользователям свободу выбора места в социальной структуре сети. Популярность контента напрямую зависит от полезности размещаемой информации.

Освещение военной культуры в цифровом пространстве позволяет расширять профессиональную коммуникацию между работниками культуры и искусства военной сферы, делиться опытом, презентовать свои достижения, пропагандировать нормы и ценности гражданина-патриота.

Igor I. MISHCHENKO

Cand. Sci. (Pedagogical Theory, Methodology and Organization of Socio-Cultural Activities),
Doctoral Student, Chelyabinsk State Institute of Culture,
Chelyabinsk, Russian Federation,
mievg@bk.ru

***Military Culture in the Digital Space: Social Media Content Analysis
(Experience of Studying a Thematic Group on the VKontakte Platform)***

Abstract. The article identifies the main thematic areas of social media content dedicated to military culture using the example of the user community, which is the most relevant and representative in terms of the chosen topic. The totality of the research materials was made up of the publications of the Military Culture community, which unites several thousand users of the Russian social network Vkontakte; the conclusions and generalizations reflected in Russian researchers' works analyzing self-organizing Internet communities had a certain theoretical significance. The methodological basis of the work, in addition to descriptive and comparative methods, was content analysis and correlation analysis. The author proceeds from the fact that any Internet community is a continuation, and often a new form, of social reality, which has many of the properties inherent in a real community. Communities in social networks are able to influence subscribers in real life, form certain behavior patterns, at the same time giving users the freedom to choose their position in the social structure of the network. In the course of the study, the content of the Military Culture network community (the most popular community of the

Vkontakte social network associated with the topic under consideration) was studied; based on content analysis, the set of publications was structured depending on their thematic timing. Ten thematic areas (categories) of content posted in the community were identified (for example, education, cultural policy, documents, history and exploits, patriotic organizations, holidays and memorable days, etc.), each area was described in detail. The author notes that the set of these areas can be supplemented, since there are a large number of groups covering aspects of military culture in one way or another. The identified categories were ranked by popularity, the most popular thematic aspects related to the problems of military culture were identified. A correlation analysis was carried out between some quantitative characteristics of posts in the community, which showed that community members (including young people) are mainly attracted by content with useful information about the procedure and rules for entering military universities. The author concludes that the coverage of military culture in the digital space allows expanding professional communication between cultural and art workers engaged in the military sphere, sharing experience, presenting their achievements, and promoting the values of citizenship and patriotism.

Keywords: military culture, social networks, user-generated content, online communities, patriotic organizations, patriotism, communication, military personnel.

Использованная литература:

1. Бокарев В. А. Виртуальные социальные сети как пространство для удовлетворения потребностей современной молодежи // Вопросы культурологии. 2009. № 8. С. 56–59.
2. Евгеньева Т. В., Усманова З. Р. Особенности влияния цифровых коммуникаций на профессиональную культуру и адаптацию студентов социально-политических специальностей // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2018. Т. 8. № 6 (36). С. 12–18.
3. Курбатов В. И., Крупеникова Л. Ш. Ракурсы социологического исследования сетевых сообществ Интернета // Гуманитарий Юга России. 2016. Т. 19. № 3. С. 50–58.
4. Невесенко Е. Д. Воздействие интернет-сообществ на социальную деятельность пользователей // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2013. № 160. С. 174–181.
5. Панченко И. М. Социальные сети как новая форма коммуникации: польза или опасность для общества? // Социология науки и технологий. 2018. Т. 9. № 2. С. 86–94.
6. Сергодеев В. А. Сетевые интернет-сообщества: сущность и социокультурные характеристики // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2013. № 1 (113). С. 132–137.
7. Указ Президента Российской Федерации от 24.12.2014 г. № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики» [Электронный ресурс] // Президент Российской Федерации. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/39208> (дата обращения: 06.05.2022).
8. Шакула Д. Интернет-сообщества как субъекты, формирующие глобальную информационную

References:

1. Bokarev, V.A. (2009) Virtual'nye sotsial'nye seti kak prostranstvo dlya udovletvoreniya potrebnostey sovremennoy molodezhi [Virtual Social Networks as a Space to Meet the Needs of Modern Youth]. *Voprosy kul'turologii*. 8. pp. 56–59.
2. Evgen'eva, T.V. & Usmanova, Z.R. (2018) Features of the Impact of Digital Communications on Professional Culture and Adaptation of Students of Social and Political Specialities. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta – Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 8 (6). pp. 12–18. (In Russian). DOI: 10.26794/2226-7867-2018-8-6-12-18
3. Kurbatov, V.I. & Krupenikova, L.Sh. (2016) The Foreshortenings of Sociological Research of Net-Communities in the Internet. *Gumanitarniy Yuga Rossii – Humanities of the South of Russia*. 19 (3). pp. 50–58. (In Russian).
4. Nevesenko, E.D. (2013) Online Community Influence on Users' Social Activities. *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gertsena*. 160. pp. 174–181. (In Russian).
5. Panchenko, I.M. (2018) Sotsial'nye seti kak novaya forma kommunikatsii: pol'za ili opasnost' dlya obshchestva? [Social Networks as a New Form of Communication: Benefit or Danger to Society?]. *Sotsiologiya nauki i tekhnologii – Sociology of Science & Technology*. 9 (2). pp. 86–94.
6. Sergodeev, V.A. (2013) Network Internet Communities: Essence and Sociocultural Characteristics. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 1: Regionovedenie: filosofiya, istoriya, sotsiologiya, yurisprudentsiya, politologiya, kul'turologiya*. 1 (113). pp. 132–137. (In Russian).
7. Kremlin.ru. (2014) Decree of the President of the Russian Federation of December 24, 2014, No. 808 On Approval of the Fundamentals of State Cultural Policy. [Online] Available from: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/39208> (Accessed: 06.05.2022).

среду: понятие, происхождение, типы [Электронный ресурс] // RELGA. 2006. № 10 (132). URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1055&> (дата обращения: 06.05.2022).

9. Baym N. K. *Personal connections in the digital age*. 2nd ed. Malden, MA: Polity Press, 2015. P. 85–101.

8. Shakula, D. (2006) *Internet-soobshchestva kak sub"ekty, formiruyushchie global'nyuyu informatsionnyuyu sredu: ponyatie, proiskhozhdenie, tipy* [Internet Communities as Subjects That Form the Global Information Environment: Concept, Origin, Types]. *RELGA*. 10 (132). [Online] Available from: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1055&> (Accessed: 06.05.2022).

9. Baym, N.K. (2015) *Personal Connections in the Digital Age*. 2nd ed. Malden, MA: Polity Press. pp. 85–101.

Полная библиографическая ссылка на статью:

Мищенко, И. Е. Военная культура в цифровом пространстве: анализ контента социальных сетей (опыт изучения тематической группы на платформе ВКонтакте) / И. Е. Мищенко // *Наследие веков*. – 2022. – № 3. – С. 63–71. DOI: 10.36343/SB.2022.31.3.004

Full bibliographic reference to the article:

Mishchenko, I.E. (2022) *Military Culture in the Digital Space: Social Media Content Analysis (Experience of Studying a Thematic Group on the VKontakte Platform)*. *Nasledie vekov – Heritage of Centuries*. 3. pp. 63–71. (In Russian). DOI: 10.36343/SB.2022.31.3.004