

зования в зависимости от различных образовательных объектов (например, разработать отдельный закон об образовании в сельской местности, закон о специализированном образовании и др.).

Очевидно и то, что существующие противоречия и проблемы в сфере образования требуют дальнейшего изучения с опорой как на прогрессивный отечественный (китайский), так и международный опыт, поскольку качественная, эффективная и справедливая система образования — усло-

вие создания гармоничного общества и достижения общественной справедливости. Уверены, что эти задачи будут решены, учитывая, что для китайцев характерно исторически сложившееся уважение к образованию. Разрабатывая стратегию дальнейшего развития образования в Китае, правительству необходимо поставить во главу угла человека с его извечным стремлением к справедливости, оценивая при этом многонаселенность страны как мощный человеческий ресурс.

### Литература

*Россия — Китай: образовательные реформы на рубеже XX—XXI вв.: сравнительный анализ* (отв. ред. Н.Е. Боровская, В.П. Борисенков). 2007. М.

Се Вэйхэ. 2008. *Чжунго дэ цзяоюй гунпин юй цзяоюй фачжанью. 1990—2005* [Развитие образования и справедливость в сфере образования КНР. 1990—2005]. Пекин: Цзяоюй кэсюэ чубаньшэ, 370 с.

Цинь Миньхой. 2010. *Цзяоюй шэхой сюэ гайлунь* [Социология образования]. — Пекин: Бэйцзин дасюэ чубаньшэ, 277 с.

Ян Дунпин. 2010. *Чжунго цзяоюй фачжань баогао. 2009* [Доклад «О развитии образования в КНР. 2009 г.».]. Пекин: Шэхой кэсюэ вэньсянь чубаньшэ, 265 с.

### УДК 32.019.51

**ФОМИЧЕВ Анатолий Александрович** —

соискатель кафедры информационного обеспечения Военного университета МО РФ  
123001, Россия, г. Москва, ул. Б. Садовая, 14.

[jurnalist5@yandex.ru](mailto:jurnalist5@yandex.ru)

## О СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ МИНИСТЕРСТВА ОБОРОНЫ США

### ABOUT THE MODERN SYSTEM OF MASS MEDIA INFORMATION OF THE US DEPARTMENT OF DEFENSE

В начале нулевых годов система средств массовой информации министерства обороны США подверглась серьезному реформированию. Была изменена численность и структура военных изданий. Появились новые СМИ. Особенно это коснулось Интернета, на который американское военное командование возлагает сейчас большие надежды. Сегодня система военных СМИ США находится в стадии становления. Автор анализирует системные изменения в военных СМИ США и то, как это отражается на формировании позитивного облика американской армии и решении проблемы отбора кандидатов на военную службу по контракту.

**Ключевые слова:** средства массовой информации, министерство обороны США, система СМИ, военные СМИ, военная служба по контракту

*At the beginning of the 21<sup>st</sup> century the system of mass media of the US Department of Defense has undergone a great change. The quantity and structure of military issues were changed. New media were created. The Internet, to which the US military command now gives a great hope, was seriously changed. Today the system of military mass media of the USA is still inventing. The author analyzes the systemic changes in military US media and their influence on formation of the positive image of the American army and solving the problem of selection of candidates for the military service under contract.*

**Keywords:** mass media, US Department of Defense, system of mass media, military mass media, military service under contract

Средства массовой информации министерства обороны США (далее – СМИ МО США) в начале нулевых годов подверглись реформированию, главной причина которого – секвестр военного бюджета. Пентагон и в настоящее время продолжает сокращать «непрофильные» расходы, перенаправляя средства исключительно на закупку новой военной техники, перспективные разработки и боевую подготовку.

Однако, реформируя отдельные направления, американское военное руководство идет по пути повышения их эффективности – это касается в т.ч. военных СМИ. Так, в 2005 г. было рассмотрено предложение об объединении всех информационных структур МО США под единым руководством – в один департамент.

В октябре 2008 г. на базе информационных центров сухопутных войск, военно-морского флота, новостного агентства морской пехоты, Совместной службы новостей сухопутных войск и военно-воздушных сил «Родной город», главной военной газеты США «Звезды и полосы» был создан Департамент оборонной деятельности СМИ (*Defense Media Activity – DMA*), далее – ДОДСМИ. Сегодня эта организация отвечает за всю информационную деятельность министерства обороны США и является крупнейшим военным медиахолдингом в мире.

Главная задача ДОДСМИ – поддержка и наполнение официального сайта МО США [www.defense.gov](http://www.defense.gov). Однако сотрудники департамента курируют также еще более 650 интернет-ресурсов (!), действующих

в рамках американского оборонного ведомства<sup>1</sup>.

С помощью консолидированной системы управления контентом обеспечивается обмен информацией в рамках всего военного ведомства. Оказываемые услуги включают разработку сайтов, сетевые операции, безопасность, обучение, поддержку, интернет-анализ, консультационные услуги по работе общедоступных сайтов, блогов и социальных сетей. Специальная система управления общественной информацией американских войск (*American Forces Public Information Management System – AFPIMS*) стандартна и проста, что позволяет наполнять интернет-сайты с любого компьютера человеком без специальной подготовки. Разработчики гордятся, что эта система предотвращает дополнительные расходы, связанные с оказанием подобных услуг сторонними организациями.

Официальный сайт МО США освещает события оборонного ведомства, позицию его официальных лиц, транслирует несекретные решения военно-политического руководства страны, военные новости Белого дома, сената и конгресса США. Главный американский военный сайт перекликается с остальными электронными ресурсами оборонного ведомства. Среди них – сайты видов и родов войск, командований, национальной гвардии США, на которых есть разделы каждого подчиненного объединения,

<sup>1</sup> Интернет-поддержка, обслуживание и предоставление услуг для организаций Минобороны США. Доступ: <http://www.dma.mil/ProductsServices/DODPublicWeb.aspx> (проверено 25.05.14).

соединения и даже отдельного подразделения (армия, флот, дивизия, бригада, база – вплоть до отдельного батальона или роты), персональные электронные странички главнокомандующих видами и родами войск, сайты главных, центральных департаментов, управлений и служб министерства обороны США, интернет-ресурсы учебных заведений, научно-исследовательских центров, курсов подготовки и переобучения, медицинских клиник и госпиталей, творческих и спортивных коллективов, сайты фортов (гарнизонов и военных городков), обслуживающих военные кампании, сайты программ оборонного ведомства и др. Абсолютно все сайты имеют новостной раздел, который регулярно наполняется текстом с иллюстрациями и видеоматериалами по тематике сайта. За своевременное размещение новостей отвечают сотрудники отделов по связям с общественностью.

Что касается сайтов, посвященных исключительно воинским частям, то все они выполнены в едином оформлении и дизайне. Типичный сайт дивизии (бригады, базы) имеет новостной раздел, информацию о подчиненных подразделениях, командирах, фото-, видеоархив, информацию о прохождении военной службы, социальных льготах, возможной карьере, военном образовании, истории части, ее символике, девизе и т.д. Естественно, сайт переключается с другими электронными ресурсами военного ведомства США, призванными всесторонне развивать и информационно обеспечивать военнослужащих и членов их семей.

Новостные разделы абсолютно всех сайтов, связанных с американским оборонным ведомством, дублируются на специально созданных аккаунтах в более чем 50 популярных социальных сетях, интернет-порталах и поисковых страницах США.

Большинство сайтов военного ведомства имеют также мобильные приложения, которые можно установить на смартфон и получать новости круглосуточно. К этому, кстати, призывают американских военных: «Быть в курсе, где бы ты ни был».

Существенное развитие в последнее время получил телеканал министерства обороны США «Канал Пентагона» (*The Pentagon channel – TPC*), транслирующий военные новости, интервью с руководителями военного ведомства и государственных структур – всего 18 различных телепрограмм и шоу. «Канал Пентагона» вещает круглосуточно и доступен на территории всей страны через кабельное и спутниковое телевидение, а в воинских частях и на зарубежных базах американской армии – с помощью прямого эфира, доступного на интернет-сайте канала, а также через спутники «Сети американских войск».

В 2011 г. в министерство обороны США отказалось от печатных версий журналов, предпочитая создавать полноценные интернет-порталы изданий с материалами, фотографиями и видео. Последние печатные издания видов и родов войск ВС США вышли в свет в октябре 2011 г. Основанием для этого послужили, во-первых, тенденция к экономии Пентагоном денежных средств, а во-вторых, широким распространением среди американских военнослужащих смартфонов, планшетных компьютеров и ноутбуков, пользование которыми разрешается вне режимных помещений, что и обеспечивает доступ к изданиям в любой точке мира благодаря беспроводному Интернету воинских частей США.

Сухопутные войска, военно-воздушные силы, военно-морской флот и морская пехота США имеют свои интернет-издания – «Солдаты» (*The Soldiers*), «Летчик» (*The Airman*), «На все руки» (*All Hands*), «Морские пехотинцы» (*The Marines*). Их сайты стали наследниками журнальных изданий.

Следует отметить, что каждый портал имеет свой новостной раздел с актуальными материалами самых разных жанров: заметки, отчеты, интервью, аналитические статьи. Все они непременно сопровождаются фоторепортажами, а иногда имеют и видеoversию. Указанные видеoversии входят в еженедельные выпуски новостей – это некая форма тележурнала, также выпускаемая редакциями сайтов и транслируемая в воинских частях.

Так, интернет-журнал ВМФ имеет свою одноименную ежедневную телевизионную версию, которая демонстрируется на кораблях. Особенно актуальной она становится во время пребывания их в походе. Также работает радио «На все руки» и еженедельный телеобзор новостей флота «Неделя американского флота» (*US Navy Week in Review*).

В 2003 году редакция журнала перевела в электронный вид весь архив издания с 1922 г.(!). На сайте издания отмечается, что цель этого проекта — сделать историю ВМС США доступной для всех<sup>1</sup>. Сейчас по этому же пути идут интернет-издания сухопутных войск, ВВС и морской пехоты.

В настоящее время ведущим печатным изданием министерства обороны США остается газета «Звезды и полосы» (*The Stars and Stripes*). Она выходит 5 раз в неделю и состоит из 40–64 полос. Материалы издания включают публикации по актуальным вопросам собственно американской и международной жизни, внутренней, внешней и военной политики правительства, новости культуры, науки, спорта, компьютерного мира, а также криминальную хронику не только по стране, но и по министерству обороны США.

В газете есть разделы для женщин, гороскопы, объявления, колонка советов для трудных жизненных ситуаций и даже комиксы для детей, причем не обязательно на военную тему. Треть газеты — рекламные материалы, посвященные специальным предложениям военнослужащим от бизнес-компаний, а также различным социальным предложениям для членов семей военных и ветеранов.

Газета имеет свой интернет-сайт, где все опубликованные материалы дублируются по рубрикам с возможностью их комментирования читателями, есть богатый архив фотографий и видео, которые репортеры газеты поставляют со всего мира. Портал газеты перекликается с огромным числом интернет-ресурсов государственных, ведомственных и част-

ных структур, взаимодействующих с военными по социальным вопросам. Интернет-сайт имеет версию для мобильных телефонов, смартфонов и планшетных компьютеров.

К региональным печатным изданиям министерства обороны США можно отнести газеты фортов (закрытых военных городков). Крупнейшие соединения и воинские части американских войск, дислоцированные в фортах, имеют свои отделы по связям с общественностью (пресс-службы). Пресс-служба отвечает за информационное наполнение сайта воинской части, однако на основе ее новостных и аналитических материалов также ведется сайт форта, издается газета и работает местное радио. Сайт, газета и радио не состоят в штате воинских частей, однако функционируют по договорам между частью и их редакциями.

Главная тема публикаций сайта форта и газеты, а также радиопередач — боевая подготовка военнослужащих, их служба, достижения, новости дивизии. При этом почти треть материалов посвящена сугубо гражданским проблемам форта: семейному досугу, новостям сообщества форта. В газете форта также публикуется много рекламы. Примерами изданий фортов могут служить газеты «Горн» (Форт Блисс, 1-я бронетанковая дивизия, Техас), «Часовой» (Форт Худ 1-я разведывательная дивизия, Техас), «Скалолаз» (Форт Драм, 10-я горная дивизия, Нью-Йорк), «Линия фронта» (Форт Стюарт, 3-я пехотная дивизия, Джорджия), «Почта Аляски», (Форт Вэйнайт) — всего около 20 еженедельников. Это цветные иллюстрированные издания от 8 до 34 полос, выходящие тиражом от 8 до 30 тыс. экземпляров. Также выходят печатные издания для зарубежных контингентов американских войск в Афганистане, Ираке, Косово, Японии, Южной Корее и др. Всего в настоящее время в США под эгидой министерства обороны издается около 100 газет, журналов, бюллетеней и ежегодников.

Одна из интересных особенностей, связанных с военной печатью, — издание путеводителей по воинским частям. Практически каждое круп-

<sup>1</sup> Архив журнала ВМФ «На все руки». Доступ: [http://www.navy.mil/ah\\_online/department\\_arch.html#Ukbz19172fV](http://www.navy.mil/ah_online/department_arch.html#Ukbz19172fV) (проверено 25.05.14).

ное соединение, воинская часть или гарнизон имеют свой путеводитель в виде печатного хорошо иллюстрированного журнала на 200–300 страницах, рассказывающего об истории соединения, его предназначении, героях, командирах, повседневном быте, боевой подготовке, социальном обеспечении военнослужащих. Такие гиды содержат обращения командования части, мнения солдат и офицеров, их семей, а также справочную информацию: телефоны, адреса, карты, и, конечно же, огромное количество рекламы. Путеводители обновляются ежегодно. Подобные издания находятся в открытом доступе и опубликованы на специальном сайте. Сейчас на нем зарегистрировано более 120 изданий<sup>1</sup>.

Однако, помимо издания значительного числа газет и журналов, подготовки телепрограмм и радиопередач, американское военное командование уделяет особое внимание вопросам доставки этих информационных продуктов до войск, находящихся в т.ч. вне США — за границей или же в море.

Для качественной передачи информации, распространения военных новостей и изданий существуют специальные организации. Например, работающая с 2004 г. Система распространения оборонных видеоматериалов и изображений (*Digital Video & Imagery Distribution System – DVIDS*) предоставляет американским и мировым СМИ фото- и видеоматериалы о военнослужащих США, выполняющих обязанности в составе зарубежных контингентов войск. При этом используются современные вещательные технологии, сеть портативных спутниковых передатчиков, транслирующих информацию в специальный центр в Атланте (штат Джорджия). Система распространения в режиме реального времени транслирует качественное видео, фотоснимки и печатную продукцию<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Гиды военных фортов США. Доступ: <http://www.mybaseguide.com/Military-Relocation-Guides/> (проверено 25.05.2014).

<sup>2</sup> Система распространения оборонных видео и изображений. Доступ: [http://www.dvidshub.net/about#.U0Aa-vl\\_vh4](http://www.dvidshub.net/about#.U0Aa-vl_vh4) (проверено 25.05.14).

Одна из подчиненных организаций ДОДСМИ — «Сеть американских войск» (*The AFN American Forces Network*). Эта компания специализируется на круглосуточной передаче популярных американских теле-, радиопрограмм для военнослужащих США, находящихся за пределами страны. Специалисты компании анализируют предпочтения солдат и офицеров в США и передают наиболее понравившиеся программы для их зарубежных коллег. Сигнал компании, расположенной в Калифорнии, передается по спутниковым каналам на все зарубежные американские военные базы и корабли военно-морского флота<sup>3</sup>. «Сеть американских войск» обслуживает более миллиона военнослужащих и членов их семей на зарубежных базах, а также американских граждан, работающих в посольствах и консульствах США в более чем 177 странах мира<sup>4</sup>.

В рамках оборонной деятельности СМИ работает Совместная служба новостей «Родной город» (*Joint Hometown News Service – JHNS*). Она действует с начала 1970-х гг. и, пройдя реформу 2005 г., объединила в себе новостную службу сухопутных войск и военно-воздушных сил. Основная цель работы этого новостного агентства — распространение в федеральных и региональных гражданских СМИ США информации (пресс-релизы, фотографии, видео, аналитические отчеты) об американских военнослужащих. По заказу любой городской газеты агентство высылает материалы об уроженцах определенного города или штата, а также о военнослужащих воинской части, дислоцирующейся в указанном населенном пункте. Сегодня на новостную рассылку Совместной службы новостей подписано более 14 тыс. гражданских газет, радиостанций и телеканалов США<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> Сеть американских войск. Доступ: <http://myafn.dodmedia.osd.mil/Services.aspx> (проверено 25.05.14).

<sup>4</sup> Обслуживание организаций Минобороны США «Сетью американских войск». Доступ: <http://myafn.dodmedia.osd.mil/Services.aspx?b=1> (проверено 25.05.14).

<sup>5</sup> Новостная рассылка Совместной службы новостей «Родной город». Доступ: <http://jhns.dma.mil/> (проверено 25.05.14).

Практика ДОДСМИ по информированию национальной и международной общественности в ходе военных операций заключается в организации ежедневных пресс-конференций, брифингов, подготовке пресс-релизов и интервью с представителями командования, а также посещениях журналистами воинских частей с предоставлением сотрудникам СМИ транспортных средств и охраны для обеспечения личной безопасности.

В ходе военных операций в Ираке и Афганистане использовалось так называемое «вживание» журналистов. Известные публике журналисты интегрировались в подразделения, участвующие в боевых операциях. В общей сложности 662 журналиста были прикреплены к американской армии и 95 – к Вооруженным силам Великобритании. Каждый из крупнейших американских телеканалов – *ABC, NBC, CBS, CNN, Fox* – был представлен в войсках 26 журналистами. Солидным печатным изданиям, таким как *The Washington Post, The New York Times, The Time, Newsweek* и др., была предоставлена возможность направить в войска

по 10 журналистов [Газетов, Ветров 2014: 4].

Реформирование военных СМИ в армии США проходило в течение нескольких лет. За это время была выстроена мощная система средств массовой информации, представленная ныне на телевидении, радио и в печати как на международном, так и на федеральном и региональном уровнях. Особых успехов военные журналисты США добились в Интернете. Простая и доступная форма сайтов, высокое качество подготовки материалов и их оперативность позволяют военным СМИ достойно конкурировать с гражданскими коллегами, проводить информационную политику министерства обороны США, работать в воспитательном, в частности военно-патриотическом, направлении. Но с помощью системы военных СМИ достигается главная задача – привлечение молодых людей на военную службу по контракту и их отбор. Несомненно, опыт построения системы военных СМИ в США пригодился бы и в России, где аналогичная система только начинает свое становление.

### Литература

Газетов В., Ветров М. 2014. Когда журналист сильнее солдата. – *Независимое военное обозрение*, 04.04. Доступ: [http://nvo.ng.ru/nvo/2014-04-04/8\\_journalist.html](http://nvo.ng.ru/nvo/2014-04-04/8_journalist.html) (проверено 25.05.2014).