

Соціокомунікаційні технології

УДК 316.772+321.6/8

Романюк Олександр, доктор політичних наук, професор, Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця, професор кафедри міжнародних відносин, політичних наук і практичної філософії.

Адреса: 61174 Харків, вул. Архітекторів, 28, кв. 74.

Телефон: +3890507473996.

E-mail: olexromanyuk@ukr.net.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8756-9018>

Коваленко Ірина, кандидат із соціальних комунікацій, доцент, Харківська державна академія культури, доцент кафедри телерепортерської майстерності.

Адреса: 61920, Харків, вул. Клочківська, 191, пом. 22.

Телефон: +380632908016.

E-mail: irinapavlovna236@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6205-263X>

АУДІОВІЗУАЛЬНІ ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПОЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Досліджується проблема використання аудіовізуальних засобів масової комунікації в політичній діяльності. Автори зосереджують увагу на перевагах, які аудіовізуальні засоби мають перед друкованими: більш легка доступність для споживачів, вплив на їх підсвідомість, значно оперативніше донесення інформаційних повідомлень до суспільного загалу. Ці особливості аудіовізуальних засобів зумовили їх широке використання в політиці, що надало політичній діяльності більшої ефективності.

Основні висновки статті полягають в тому, що аудіовізуальні засоби масової комунікації стали використовуватися в політиці невдовзі після їх виникнення. Відповідно до основних етапів розвитку аудіовізуальних засобів: кіно, телебачення, Інтернет, – відбувалося вдосконалення технологій їх використання в політичній діяльності. На етапі кіно провідну роль у використанні аудіовізуальних засобів набули антидемократичні (тоталітарні) сили, які стали використовувати їх як ефективний засіб політичної пропаганди. На етапі телебачення першість переходить до демократії, що було зумовлене плюралістичним характером демократичних систем, за яких набуття влади відбувається внаслідок вільних і конкурентних виборів. На етапі Інтернету, коли велика маса пересічних громадян одержала можливість оприлюднювати свої політичні погляди, думки, проекти в електронній мережі, простежуються дві взаємно виключні тенденції: автократичні режими обмежують доступ своїх громадян до світового інформаційного простору, але в той же час намагаються через Інтернет здійснювати деструктивний вплив на демократичний світ.

Автори підкреслюють, що дана стаття є лише першою їх спробою намітити основні напрями дослідження впливу аудіовізуальних засобів на розвиток політичної діяльності. Внаслідок лімітованого обсягу публікації, деякі аспекти проблеми не знайшли свого відображення, що планується висвітлити в подальших публікаціях.

Ключові слова: аудіовізуальні засоби масової комунікації, кіно, телебачення, Інтернет, політична діяльність, політичний режим, автократія, демократія, політична інформація, політична пропаганда.

Oleksandr Romanyuk, Doctor in Political Sciences, Professor, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Professor of International Relations, political Science and Practical Philosophy Department.

Address: Apart. 74, house 28, Arkhitektoriv street, Kharkiv, 61174, Ukraine.

Phone: +3890507473996.

E-mail: olexromanyuk@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8756-9018>

Iryna Kovalenko, Candidate of Science in Social Communication, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Associate Professor of the Television Reporting Department.

Address: Apart. 22, house 191, Klochkivska street, Kharkiv, 61020, Ukraine.

Phone: +380632908016.

E-mail: irinapavlovna236@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6205-263X>

AUDIOVISUAL MEDIA IN POLITICAL ACTIVITY

In this paper a problem of using audiovisual mass media in political activity is investigated. The authors focus on the advantages of audiovisual media over print one: easier accessibility for consumers, a impact on their subconscious, much faster delivery of information messages to the public. These features of audiovisual media have led to their widespread use in politics, which has made political activity more effective.

The main conclusions of this paper are that audiovisual media began to be used in politics shortly after their emergence. In accordance with the main stages of development of audiovisual media: cinema, television, the Internet – there was an improvement in technology for their use in politics. At the stage of cinema, anti-democratic (totalitarian) forces acquired a leading role in the use of audiovisual media, which began to use them as an effective means of political propaganda. At the stage of television, the primacy shifts to democracy, which was due to the pluralistic nature of democratic systems, in which the acquisition of power is due to free and competitive elections. At the stage of the Internet, when a large mass of ordinary citizens have the opportunity to publish their political views, opinions, projects in the electronic network, there are two mutually exclusive trends:

autocratic regimes limit their citizens' access to the world information space, but at the same time try to destructive influence on the democratic world.

The authors emphasize that this article is only their first attempt to outline the main directions of research on the impact of audiovisual media on the development of political activity. Due to the limited volume of this publication, some aspects of the problem were not reflected, which are planned to be covered in future publications.

Keywords: audiovisual media, cinema, television, Internet, political activity, political regime, autocracy, democracy, political information, political propaganda.

Поява аудіовізуальних засобів масової комунікації: кіно, телебачення, а потім і Інтернету, відіграло велику роль в поширенні політичної інформації. Сьогодні переважну масу політичної інформації громадяни одержують саме за допомогою аудіовізуальних засобів. Проте це, разом з позитивними наслідками: розширенням кола споживачів інформаційної продукції та збільшенням оперативності надходження інформації, має й негативні, оскільки можливості аудіовізуальних засобів стали активно використовувати антидемократичні сили для захоплення влади та її утримання. Внаслідок цього проблема використання аудіовізуальних засобів в політичній діяльності має велику актуальність.

Проблема використання аудіовізуальних засобів масової комунікації в політиці підіймалася в працях як зарубіжних фахівців із соціальних комунікацій, політичної науки, соціології та психології: Б. Брюса [1], Дж. Кіна [2], Р. Філдінг [3], Дж. Фіске і Дж. Гартлі [4] та ін., так і вітчизняних: Д. Видріна [5], С. Нестеренко [6], Г. Почепцова [7] та ін. Певний внесок у розробку цієї проблеми здійснили й автори цієї статті [8–10]. Проте в цих працях висвітлювалися окремі аспекти цієї проблеми (специфіка формування політичного іміджу за допомогою аудіовізуальних засобів, їх використання при розробці електоральних технологій тощо) та специфіка окремих засобів (кіно, телебачення, Інтернету). Проте серйозних праць, що

узагальнювали б застосування різних аудіовізуальних засобів у різних сферах політичної діяльності ще немає.

Не претендуючи на всебічне розкриття цієї багатоаспектної складної проблеми, у даній статті автори ставлять за мету намітити основні напрями її дослідження.

Переваги аудіовізуальних засобів перед друкованими. Головною причиною того, що аудіовізуальні засоби масової комунікації відіграють все більшу й більшу роль в політичному житті сучасного світу, є їх переваги перед друкованими виданнями та матеріалами. Ці переваги можна звести до наступного.

По-перше, аудіовізуальні засоби є значно доступнішими для пересічних громадян, ніж друковані. З появою аудіовізуальних засобів доступ до ЗМІ одержало багато неписьменних та малограмотних людей. Не дивлячись на те, що в останнє століття людством були досягнуті великі успіхи у викорененні неписьменності, однак, за даними ЮНЕСКО, сьогодні близько 781 мільйона дорослих у світі не вміють правильно читати й писати. Причому серед цієї категорії 126 мільйонів становлять молоді люди віком від 15-ти до 24-х років [11]. Окрім того, в останні роки зростає кількість людей, котрі просто лінуються читати і для яких сприйняття інформації з екрану є менш важкою працею, ніж читання газет, журналів та іншої друкованої продукції.

По-друге, аудіовізуальні засоби масової комунікації дозволяють значно оперативніше доносити інформаційні повідомлення до громадян, ніж друковані. На озвучення, монтаж та поширення аудіовізуальних інформаційних повідомлень потребується значно меншого часу, ніж на написання матеріалу для друку, його набору, власне друку та поширення.

По-третє, специфіка аудіовізуальних засобів як інструменту політичної комунікації полягає в пріоритеті візуального сприйняття інформації над вербальним. Підрахунки спеціалістів у галузі соціальних комунікацій свідчать, що 69 % інформації на телеекрані передається без слів [7, 65].

Внаслідок цього аудіовізуальні засоби значно більше впливають на емоційне сприйняття громадянами інформаційного матеріалу. Одна справа написати, що якийсь політик або держава зчинили якийсь злочин, зовсім інша показати на екрані якісь фрагменти щодо нього. Безумовно, в другому випадку така інформація буде більш переконливою та легше сприйнята споживачами інформаційного продукту. Більш легке сприйняття аудіовізуального інформаційного продукту зумовлюється тим, що він сприймається не тільки, а в багатьох випадках не стільки, свідомістю, але й мимоволі відкладається в підсвідомості.

Початок використання аудіовізуальних засобів в політиці. Першим з аудіовізуальних засобів, які почали використовуватися в політиці, було кіно. З появою кіно з кінця XIX століття в кінотеатрах поруч з художніми фільмами стали демонструвати й кінохроніку, що містила й політичні сюжети. У 1909 році французька кінокомпанія Пате розпочала випуск щотижневих кінохронік [3, 44-46].

Проте перші кінохроніки мали щодо політичних подій суто інформаційний характер. Суттєві зміни у їх висвітленні відбулися під час Першої світової війни, коли великі країни почали використовувати новітні на той час технології для пропаганди задля поширення патріотизму та націоналізму в своїх суспільствах. Кінохроніка стала зазнавати ретельної політичної редакції, безпосередні новинні репортажі почали підлаштовуватися під пропагандистські завдання [12; 13].

Аудіовізуальні засоби як знаряддя тоталітарних режимів. Поява наприкінці Першої світової війни, внаслідок більшовицької революції в Росії 1917 року, тоталітарного режиму дала новий поштовх політизації кінохроніки. Оскільки переважна більшість населення Росії була тоді неписьменною, використання кіно в таких умовах значно розширювало можливості агітаційної та пропагандистської роботи більшовицької партії із завоювання прихильності населення. У лютому 1922 року в бесіді з наркомом освіти Анатолієм Луначарським, провідник більшовицької

революції Володимир Ленін сказав про те, що «з усіх мистецтв для нас [більшовиків] найважливішим є кіно» і що необхідно «просунути здорове кіно в маси в місті, а ще більше того – на селі» [14, 579].

У 1919 році постановою РНК РРФСР фотографічна і кінематографічна торгівля і промисловість були передані у відання Народного комісаріату освіти. Був створений Всеросійський фотокіновідділ (ВФКО), який за роки громадянської війни випустив понад 50 «агіток». Випуск агітаційних кінофільмів продовжився й надалі. У 1925 році був заснований періодичний кіножурнал «Совкиножурнал», демонстрація якого на початку здійснювалася під керівництвом відділів агітації і пропаганди повітових і районних комітетів ВКП (б) [15], оскільки німі кадри треба було «правильно» коментувати. Цей кіножурнал тричі змінював назву (у 1931-му – на «Союзкиножурнал», у 1944-му – на «Новости дня», у 1984-му – на «Хронику наших дней»), але його проблематика залишалася незмінною – висвітлювалися в основному «досягнення» Радянського Союзу в розвитку промисловості і сільського господарства, в науці, культурі та спорті, неухильне «зростання» добробуту радянських людей, а також «успіхи» на міжнародній арені. У рубриці «За рубежом» у негативному ключі висвітлювалися події в «капіталістичному світі»: страйки, протести робітників і студентів, расова дискримінація, соціально-економічні кризи, безробіття й злидні, та в позитивному ключі надавалася інформація щодо країн соціалістичного табору. У розпал «холодної війни» в 1955 р. в Радянському Союзі для «правильної» інформації радянських громадян про те, що робиться в світі, було засновано спеціальний кіножурнал з періодичністю виходу два рази на місяць «Иностранная хроника».

Подібні тенденції розвитку аудіовізуальних засобів масової комунікації були притаманні не тільки лівим (комуністичним) тоталітарним режимам, але й правим (фашистським). Усвідомлюючи потенціальні можливості аудіовізуальних засобів, провідник італійських фашистів Беніто Муссоліні сказав: «Дозвольте мені здійснювати кінохроніку, і я зможу правити світом»

[11, 107]. За фашистської влади в Італії в 1926 році був прийнятий закон, який вимагав, щоб пропагандистська кінохроніка показувалася в кінотеатрах перед демонстрацією *всіх* художніх фільмів. [16, 107]. Практика італійських фашистів була потім використана німецькими нацистами для завоювання ними влади. Напередодні виборів 1933 року нацистські пропагандисти виготовляли озвучені ролики, що нав'язувалися власникам кінотеатрів як вступ до основних фільмів. «Досвідченість і винахідливість цих людей, котрі першими [на виборах у Німеччині] застосували сучасні технічні засоби, надали їм величезну перевагу над суперниками» – зауважує німецький журналіст і історик Й. Фест [17, 177]. Після приходу нацистів до влади керівництво всією кінематографією Німеччини стало здійснювати Міністерство народної освіти і пропаганди, яке очолював Й. Гебельс. Розуміючи значення аудіовізуальних засобів для пропаганди нацистської ідеології, він велику увагу приділяв кінохроніці. На початку Другої світової війни чотири компанії, що виробляли кінохроніку, були злиті в одну і почався випуск пропагандистського кіножурналу «Die Deutsche Wochenschau». Цей журнал демонструвався не тільки в Німеччині, але й на окупованих та приєднаних до Рейху територіях. На інших окупованих територіях з метою формування лояльності населення до окупаційної влади демонструвався кіножурнал «Auslandstonwoche». На території України в перші місяці німецької окупації розпочалася організація мережі німецьких кінотеатрів. Станом на листопад 1942 року. у межах рейхскомісаріату Україна діяло майже 300 німецьких кінотеатрів [18].

Аудіовізуальні засоби в політиці в умовах демократії.
Аудіовізуальні засоби використовуються в політиці й в умовах демократії,. Проте їх застосування за демократичних режимів значно відрізняється, ніж за тоталітарних. Ця різниця зумовлена наступними взаємопов'язаними обставинами.

По-перше, тоталітарні режими – то режими суцільного монополізму, за яких монополія партійної держави існує в усіх сферах суспільного життя:

політиці, економіці та культурі. Натомість демократія ґрунтується на політичному, економічному та культурному плюралізмі [19, 64-84].

По-друге, в умовах тоталітаризму використання ЗМІ повністю монополізується партійною державою. В умовах демократії, де абсолютна більшість ЗМІ перебуває в приватній власності, використання ЗМІ на користь тієї чи іншої політичної сили або того чи іншого кандидата, залежить від політичних уподобань їх власників, редакторів, окремих журналістів або прибутку, якій одержує видання від публікації на політичну тематику.

По-третє, головною метою політичних публікацій в умовах тоталітаризму є пропаганда, в умовах демократії – політична реклама, яка активізувалася в період проведення виборчих кампаній.

Політична реклама через аудіовізуальні засоби масової інформації стала використовуватися ще в епоху кіно, коли в кінохроніці стали демонструвати кандидатів, які брали участь у виборчих перегонах. Поява кандидатів на екрані сприяла посиленню уваги до зовнішнього вигляду політиків, що сприяло становленню політичного іміджмейкерства діяльності, що займається розробкою та використанням технологій формування політичного іміджу.

Значний поштовх використанню аудіовізуальних засобів в політиці дала поява телебачення, яке почало відігравати активну роль у політичному житті сталих демократій, насамперед США, у 1950-х роках. Значною подією, що переконливо продемонструвала можливість телебачення як інструменту впливу на політичний вибір громадян, були перші телевізійні дебати між основними кандидатами у президенти США Річардом Ніксоном від Республіканської партії та Джоном Кеннеді від Демократичної, які відбулися напередодні виборів 1960-го. Хоча напередодні більшість фахівців з політичної прогнозики надавали перевагу Ніксону, Кеннеді, вигравши дебати, став президентом. За результатами соціологічних опитувань, що були проведені невдовзі після виборів, теледебати так чи інакше вплинули на рішення 49 % виборців [20, 342], а 3 мільйони з числа опитаних відверто

заявили, що остаточно визначились саме після перегляду цих телепередач [21, 67]. У політичну історію США Кеннеді увійшов як перший «телевізійний президент». Завдяки телебаченню він не тільки одержав перемогу у президентських змаганнях, але й, добре усвідомлюючи, які можливості має телебачення для формування політичного іміджу, першим із державних лідерів пішов на прямі телетрансляції своїх прес-конференцій [22, 107].

Інтернет і політика. Роль аудіовізуальних засобів в політичному процесі ще більше посилив прихід Інтернету, завдяки чому величезна кількість людей, не тільки політиків, але й пересічних громадян, одержала можливість оприлюднювати свої політичні погляди, думки, проекти в електронній мережі. Сьогодні в світі до Інтернету під'єднанні 4,1 млрд людей, що становить більше половини усього населення планети [23]. У політиці Інтернет став не тільки важливим інформаційним джерелом, але й засобом мобілізації громадян на акції масового протесту проти зловживань влади, порушення нею політичних прав і громадянських свобод, згортання демократії, про що засвідчили «кольорові революції», що прокотилися низькою країн Східної Європи, Азії та Африки у перше двадцятиріччя XXI століття [24].

Інтернет в недемократичних країнах завдав великої шкоди політичній цензурі, оскільки завдяки йому громадяни одержали широку можливість легко одержувати інформацію з зарубіжних джерел. Диктатури відповіли на це блокуванням доступу до «небажаних», а то і до всіх іноземних сайтів. Така практика існує в Північній Кореї, мешканці якої можуть користатися лише національною комп'ютерною мережею «Кванмйон», через яку поширюються політичні матеріали лише комуністично-пропагандистського змісту [25]. У вересні 2012 року із Всесвітнього павутиння вийшов фундаменталістський Іран. У комуністичному Китаї діє так звана «Велика китайська інформаційна стіна», яка блокує IP-адреси вебсайтів «сумнівного змісту» [26]. Відповідно до Федерального закону Російської Федерації від 1 травня 2019 р. весь російський веб-трафік повинен направлятися через

пункти, що контролюються урядом; Федеральна служба з нагляду в сфері зв'язку, інформаційних технологій і масових комунікацій реалізує обмеження доступу до заборонених в Росії сайтів, створюється національна система доменних імен [27].

Проте антидемократичні режими, що докладають зусиль для заборони проникнення в їх країни «небажаної» інформації, намагаються через Інтернет впливати на міжнародне співтовариство задля формування свого політичного іміджу. При цьому в істотно спотвореному вигляді подаються, як ситуація всередині автократичного держави, так і відносини з іншими країнами. Відповіддю на це з боку демократій стали обмеження на використання Інтернету автократичними силами для руйнування демократичних цінностей, підтримку деструктивних рухів та дестабілізації демократичних країн.

Висновки. Аудіовізуальні засоби масової комунікації стали використовуватися в політиці невдовзі після їх виникнення. Відповідно основних етапів їх розвитку: кіно, телебачення, Інтернет, – відбувалося вдосконалення технологій політичної діяльності. На етапі кіно провідну роль у використанні аудіовізуальних засобів набули антидемократичні (тоталітарні) сили, які стали використовувати їх як ефективний засіб політичної пропаганди. На етапі телебачення першість переходить до демократії, що було зумовлене плюралістичним характером демократичних систем, за яких набуття влади відбувається внаслідок вільних і конкурентних виборів. На етапі Інтернету, коли велика маса пересічних громадян одержала можливість оприлюднювати свої політичні погляди, думки, проекти в електронній мережі, простежуються дві взаємно виключні тенденції: автократичні режими обмежують доступ своїх громадян до світового інформаційного простору, але в той же час намагаються через Інтернет здійснювати деструктивний вплив на демократичний світ.

Дана стаття є лише першою спробою авторів намітити основні напрями дослідження впливу аудіовізуальних засобів на розвиток політичної діяльності. Внаслідок лімітованого обсягу публікації, низка аспектів

проблеми не знайшли свого відображення, що планується висвітлити в подальших публікаціях.

Література

1. Bruce B. Images of Power. How the Image – Makers Shape Our Leaders. – London : Kogan Page, 1992. – 225 p.
2. Keane J. Media and Democracy – Cambridge (UK): Polity Press, 1991. – xiii, 216 p.
3. Fielding, R. The American Newsreel A Complete History, 1911-1967, 2nd ed. – Jefferson, N.C :McFarland & Company, 2015. – 250 p.
4. Fiske J &. Hartley, J. Reading Television (New Accents). 2-nd ed.– London, New York : Routledge, 2003. – xx, 176 p.
5. Выдрин Д. И. Политика: история, технология, экзистенция – Киев: Лыбидь, 2001. – 432 с.
6. Нестеренко С. Як надати виборчому процесу сексуальності. Українці зазнали впливу новітніх технологій // Політика і культура. – 1999. – № 30. – С. 14–17.
7. Почепцов Г. Имидж-мейкер. Паблик релейшнз для политиков и бизнесменов. – Киев: Рекламное агентство Губерникова, 1995. – 235 с.
8. Романюк О. І. Телебачення як засіб формування політичного іміджу // Культура України. – Харків : ХДАК, 2001. – Вип. 8. – С. 78–85.
9. Коваленко І. П. Роль тележурналістики в електоральному процесі // Вісник Харківської державної академії культури: зб. наук. пр. – Харків : ХДАК, 2012. – Вип. 37. – С. 211–215.
10. Коваленко І. П., Романюк О. І. Формування електорального іміджу через тележурналістику // Вісник Харківської державної академії культури. Серія: Соціальні комунікації : зб. наук. праць. – Харків: ХДАК, 2016. – Вип. 48. – С. 170–180.
11. Івашина А. Грамотність у сучасному світі: цифри і географія // UAPOST.US. – 2017, 15 листопада [*Електронний ресурс*]. – Режим доступу: <https://uapost.us/blog/gramotnistj-u-suchasnomu-sviti-cyfry-i-geografiya/>
12. Véray, L. 1914–1918, the first media war of the twentieth century: The example of French newsreels // Film History: An International Journal. – Vol. 22. – 2010. – No. 4. – Pp. 408-425.
13. Miihl-Benninghaus, W. Newsreel Images of the Military and War, 1914-1918 // A Second Life: German Cinema's First Decades / ed. by Thomas Elsaesser. Amsterdam: Amsterdam University Press, 1996. – Pp. 175- 184.

- 14 Ленин В. И. Полное собрание сочинений, изд. 5-е. Москва: Издательство политической литературы, 1970. – Т. 44. – 725 с.
15. Из истории советского кино 1920-х – 1930-х гг. / ЦГАКО. – 2017, 17 января [*Электронный ресурс*]. – Режим доступа: <http://gaspiko.ru/4236>
16. Pauley, V. F. Hitler, Stalin, and Mussolini: Totalitarianism in the Twentieth Century. 2nd ed. – Wheeling: Harlan Davidson, 2003. – xxii, 313 p.
17. Фест И. К. Гитлер: биография (в 3-х томах). – Пермь: Культурный центр «Алтейа», 1993. – Т. 2. – 480 с.
18. Стельникович С. В. Кінофільми та кінохроніка у системі нацистської пропаганди на території генерального округу Житомир // Матеріали Третьої всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Актуальні проблеми соціально-гуманітарних наук». Ч. II, (Дніпропетровськ, 20 грудня 2013 р.). — Дніпропетровськ: ТОВ «Інновація», 2013. – С. 111–114.
19. Романюк О. І. Від тоталітаризму до демократії та національної державності: системний аналіз посткомуністичних трансформацій: монографія. – Харків: ХДАК, 2011. – 376 с.
20. Иवानян Э. А. Белый дом: президенты и политика. – Москва: Политиздат, 1975. – 432 с.
21. Громыко А. А. 1036 дней президента Кеннеди. – Москва: Политиздат, 1968. – 279 с.
22. Цуладзе А. Политические манипуляции, или покорение толпы. – Москва Книжный дом «Университет», 1999. – 144 с.
23. Гулеватая Т. (2019) ООН: Более половины жителей Земли пользуется интернетом // *Telegraf*, 6 ноября [*Электронный ресурс*]. – Режим доступа: <https://telegraf.com.ua/ukraina/obshhestvo/5221218-oon-bolee-polovinyi-zhiteley-zemli-polzuetsya-internetom.html>
24. Чак А. Феномен «кольорової революції» як політичного явища сучасності // *Міжнародні відносини*. – 2018. - № 1. – С. – 35-42.
- 25 Варивода Ст. Северная Корея: «красный» Интернет с душком капитализма // *Русский журнал*. – 2003, 12 февраля [*Электронный ресурс*]. – Режим доступа: <http://old.russ.ru/netcult/globus/20030212.html>
26. Каспрук В. Чи в інтересах Китаю вибудовування Великої інформаційної стіни? // *Media Sapiens*. – 2015, 9 лютого {*Электронный ресурс*}. – Режим доступа: <https://ms.detector.media/media-i-vlada/post/12529/2015-02-09-chy-v-interesakh-kytayu-vybudovuvannya-velykoi-informatsiynoi-stiny/>
27. Федеральный закон от 1 мая 2019 г. N 90-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О связи" и Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" [*Электронный ресурс*]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2019/05/07/fz90-dok.html>

References

1. Bruce B. (1992). *Images of Power. How the Image – Makers Shape Our Leaders*. London : Kogan Page, 225 p. (in English).
2. Keane J. (1991). *Media and Democracy*. Cambridge (UK): Polity Press, xiii, 216 p. (in English).
3. Fielding, R. (2015). *The American Newsreel A Complete History, 1911-1967*, (2nd ed). Jefferson (N.C): McFarland & Company, 250 p. (in English).
4. Fiske, J & Hartley, J. (2003). *Reading Television (New Accents)* (2-nd ed.) London, New York : Routledge, xx, 176 p. (in English).
5. Vydrin, D. I. (2001). *Politika: istoriya, tekhnologiya, ekzistentsiya*. Kyiv: Lybid, 432 p. (in Russian).
6. Nesterenko, S. (1999) Yak nadaty vyborchomu protsesu seksual'nosti. Ukrayintsi zaznaly vplyvu novitnikh tekhnolohiy. *Polityka i kul'tura*, 30, 14–17 (in Ukrainian).
7. Pocheptsov, G. (1995). *Imidzh-meyker. Pablik relelyshnz dlya politikov i biznesmenov*. Kyiv: Gubernikov Advertising Agency, 235 p. (in Russian).
8. Romanyuk, O I. (2001) Telebachennya yak zasib formuvannya politychnoho imidzhu. *Kul'tura Ukrayiny*, 8,78–85 (in Ukrainian).
9. Kovalenko, I. P. :(2012). Rol' telezhurnalistyky v elektoral'nomu protsesi. *Visnyk Kharkivs'koyi derzhavnoyi akademiyi kul'tury*, 37, 211–215 (in Ukrainian).
10. Kovalenko I. P. & Romanyuk, O. I. Formuvannya elektoral'noho imidzhu cherez telezhurnalistyku // *Visnyk Kharkivs'koyi derzhanoyi akademiyi kul'tury. Seriya: Sotsial'ni komunikatsiyi*, 48, 170–180 (in Ukrainian).
11. Ivashyna, A. (2017), Hramotnist' u suchasnomu sviti: tsyfry i heohrafiya. *UAPOST.US*, November 15. URL: <https://uapost.us/blog/gramotnistj-u-suchasnomu-sviti-cyfry-i-geografiya/> (in Ukrainian).
12. Véray, L. (2010). 1914–1918, the first media war of the twentieth century: The example of French newsreels. *Film History: An International Journal*, 22 (4), 408-425. (in English).
13. Miihl-Benninghaus, W. (1996). Newsreel Images of the Military and War, 1914-1918. T. Elsaesser (ed). *A Second Life: German Cinema's First Decades*. Amsterdam University Press, 175- 184. ((in English).
14. Lenin, V. I. (1970). *Polnoye sobraniye sochineniy* (5th ed). Moscow: Publishing house of political literature, vol.44, 725 p. (in Russian).
15. Iz istorii sovetskogo kino 1920-kh – 1930-kh gg. (2017). *Central State Archives of the Kirov Region*, January 17. URL: <http://gaspiko.ru/4236> (in Russian).

16. Pauley, B. F. (2003). *Hitler, Stalin, and Mussolini: Totalitarianism in the Twentieth Century*. (2nd ed). Wheeling: Harlan Davidson, xxii, 313 p. (in English).
17. Fest, I. K. *Hitler: biografiya* (in 3 volumes). Perm: "Aleteya" Cultural Center, 2, 480 (in Russian).
18. Stel'nykovich, S V. (2013). Kinofil'my ta kinokhronika u systemi natsyst·s'koyi propahandy na terytoriyi heneral'noho okruhu Zhytomyr. *Proceedings of the Third All-Ukrainian Scientific and Practical Conference with International Participation "Actual Problems of Social Sciences and Humanities, (Dnipropetrovsk, December 20, 2013)*. Dnipropetrovsk: LLC "Innovation", 2, 111-114 (in Ukrainian)
19. Romanyuk, O. I. (2011). *Vid totalitaryzmu do demokratiyi ta natsional'noyi derzhavnosti: systemnyy analiz postkomunistychnykh transformatsiy: monohrafiya*. Kharkiv: KhDAK, 376 p. (in Ukrainian).
20. Ivanyan, E. A. (1975). *Belyy dom: prezidenty i politika*. Moscow: Politizdat, 432 p. (in Russian).
21. Gromyko A.A. (1968). *1036 dney prezidenta Kennedi*. Moscow: Politizdat, 279 p. (in Russian).
22. Tsuladze, A. (1999). *Politicheskkiye manipulyatsii, ili pokoreniye tolpy*. Moscow: "University" Book House, 144 p. (in Russian).
23. Gulevataya, T. (2019) OON: Boleye poloviny zhiteley Zemli pol'zuyetsya internetom. *Telegraf*, November 6. URL: <https://telegraf.com.ua/ukraina/obshhestvo/5221218-oon-bolee-polovinyi-zhiteley-zemli-polzuetsya-internetom.html> (in Russian).
24. Chak, A. (2018). Fenomen «kol'orovoyi revolyutsiyi» yak politychnoho yavlyshcha suchasnosti. *Mizhnarodni vidnosyny*, 1 (3), 35-42. (in Ukrainian).
25. Varivod, St. (2003). Severnaya Koreya: «krasnyy» Internet s dushkom kapitalizma. *Russian Journal*, February 12. URL <http://old.russ.ru/netcult/globus/20030212.html> (in Russian).
26. Kaspruk, V. (2015). Chy v interesakh Kytayu vybudovuvannya Velykoyi informatsiynoyi stiny? // *Media Sapiens*, February 9: URL: <https://ms.detector.media/media-i-vlada/post/12529/2015-02-09-chy-v-interesakh-> (in Ukrainian).
27. Federal Law of the Russian Federation (2019) dated May 1, N 90-FZ "O vnesenii izmeneniy v Federal'nyy zakon "O svyazi" i Federal'nyy zakon "Ob informatsii, informatsionnykh tekhnologiyakh i o zashchite informatsii": URL: <https://rg.ru/2019/05/07/fz90-dok.html> (in Russian).