

Розділ 1. Проблеми теорії інформації та наукової комунікації (Part 1. Problems of information theory and scientific communication)

<https://doi.org/10.31516/2410-5333.063.01>¹

УДК 316.772+321.6/8

О. І. Романюк

доктор політичних наук, професор, професор кафедри міжнародних відносин, політичних наук і практичної філософії, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

olexromanyuk@ukr.net

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

І. П. Коваленко

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри телерепортерської майстерності, Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

irinapavlovna236@gmail.com

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

ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАСОБИ ВЕДЕННЯ ВІЙНИ

Досліджено проблему інформаційної складової війн. Висвітлено інформаційний чинник ведення війни в контексті розвитку засобів масової комунікації. Зауважено, що інформаційні засоби ведення війн з'явилися ще в стародавньому світі. Простежується, як такий первісний чинник інформаційної складової війни, як чутки, унаслідок розвитку науково-технічної революції, набув свого втілення в подальших війнах. Зазначено: виникнення друку призвело до появи пропагандистських листівок; широкого використання інформаційний чинник ведення війн набув з появою аудіовізуальних засобів масової комунікації. Висвітлюється використання документального кіно, радіо, телебачення та Інтернету в підготовці та веденні війн. Означено, що поширення інформаційного чинника ведення війн призвело до появи такого їх різновиду, як гібридні війни.

Ключові слова: *засоби масової комунікації, друк, кіно, радіо, телебачення, Інтернет, інформаційні чинники війни, масова пропаганда.*

¹ This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

O. Romaniuk

Doctor of Political Sciences, professor, professor of the Department of International Relations, Political Sciences and Practical Philosophy, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine

I. Kovalenko

Candidate of Sciences in Social Communications, assistant professor at the Department of Television Reporting Skills, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine

INFORMATION MEANS OF WARFARE

The relevance of the paper is determined by the fact that the information component plays the most important role in the hybrid war that Russia is conducting against Ukraine today. In the conditions of Russia's full-scale aggression against Ukraine, the study of the informational factor of hybrid wars is an urgent problem of both military and political sciences, as well as the social communications science.

The purpose of this article is to highlight the information factor of warfare in the context of the development of mass communication.

The methodology is based on the use of systemic, structural-functional, comparative analysis methods for the process of developing the information factor of warfare.

The conclusions. The informational component has been inherent in wars since ancient times, but its intensity, forms and methods were determined by the development of mass communication tools, which took place on the basis of scientific and technological progress. Originating as rumors spread by word of mouth in the enemy's camp, information methods of warfare were transformed into printed propaganda materials with the advent of printing. However, they reached their greatest flowering with the advent of audiovisual media and communication. During the First World War, documentary films were used for propaganda purposes, but mainly for the mobilization of the own population. Radio, having drastically broken the barriers of information dissemination, significantly strengthened the role of an information factor in the Second World War and, later, in the Cold War. The advent of satellite television relegated radio to the background, as visual illustrations of information diversions made them accessible to the mass consciousness. But the greatest opportunity for the use of mass communication in war came with the advent of the Internet, because it is less censored than other media; it can be used through various electronic devices, informational influence with its help can be carried out covertly. The development of technical means of information transmission does not mean that more advanced means completely supplant less advanced ones. The matter lies only in the priorities of their use. The spread of the information factor in the conducting of wars has led to the appearance of such a variety of them as hybrid wars, in which the information factor plays a leading role in their preparation and an overriding role in their conduct.

Keywords: *means of mass communication, printing, cinema, radio, television, Internet, informational factors of war, mass propaganda.*

Постановка проблеми. Гібридна війна, яку сьогодні веде Росія проти України та й усього цивілізованого світу, унаочнює актуальність і важливість дослідження інформаційної складової ведення війн. Хоча інформаційний чинник використовувався у війнах здавна, проте з появою та розвитком

засобів масової комунікації, особливо аудіовізуальних, він набув особливої сили.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інформаційній складовій ведення війни присвячено чимало наукових праць. Різні її аспекти набули висвітлення в публікаціях В. Дізарда (Dizard, 2004), М. Ельсви і Ф. Говарда (Elswah & Howard, 2020), М. Істоміна (Истомин, 2009, 2011, 2012), Дж. Нассетти і К. Гросс (Nassetta & Gross, 2020), Г. Почепцова і С. Чекут (Почепцов & Чекут, 2008), Д. Пристая (Пристай, 2020), Т. Попової (Попова, 2017), О. Шарікова (Шариков, 2007) та ін. Проте цілісне концептуальне розкриття проблеми застосування інформаційних засобів ведення війни ще відсутнє.

Мета статті — здійснити висвітлення інформаційного чинника ведення війни в контексті розвитку засобів масової комунікації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційні засоби ведення війни почали використовуватися ще у стародавньому світі. Першим засобом його використання були *чутки*, що за відсутності засобів масової інформації поширювалися усним шляхом. Чутки у державах, які воювали, розпускалися агентами супротивника. Олександр Македонський, Дарій, Чингізхан, Тамерлан використовували для цього дєрвїшїв, чєнцїв, купцїв, жєбракїв, якї, пронїкаючї в стан супротивнїка, поширювали думкї про нєпереможнїсть та жорстокїсть нападнїкїв. В умовах невїзначєностї, що прїтаманно стану вїйни, чуткї швїдко поширювалися, часто деморалїзуючї вїйськовїх та цивїльнє населєннє. Головнїми цїлями вїкорїстаннє чуток у вїйнї булї: вїкликати панїку у станї супротивнїка; зумовїти перехїд на сторону ворога певнї частини вїйськовїх та цивїльнїх; дезорганїзувати державнє управлїннє та оборону країнї.

Поява друку спрїчинила вїкорїстаннє для реалїзацїї цих цїлей вїйни лїстївок, якї закидалися у стан вїйськ ворога та поширювалися всерєднї країнї, яка воювала. Як зброя вїформациїної вїйни і засїб пропаганди лїстївки вперше вїдзначилися в нїмєцькїх сєлянськїх вїйнах на початку XVI ст. (Друкарнє Вольф, 2017).

Перевага пропагандистськїх лїстївок порївнєно з усним поширєннєм чуток полягала в тому, що ворожа вїформация здобула можливїсть поширюватися з меншїм ризиком для її поширювачїв (напрїклад, якщю вїдбувалися таємнє їх пїдкладаннє та розклеюваннє).

Широкого застосуваннє пропагандистськї лїстївки здобули пїд час Першї свїтової вїйни, коли їх велїчєзнїми тїражами почали закидати з повїтрянїх куль на територїї супротивнїка для деморалїзацїї особового складу ворожїх армїї і цивїльнєго населєннє. Протягом 1918 р. щодєнно 2 тїс. пропагандистськїх повїтрянїх куль скїдали у стан ворога по тїсячї

листівок. У жовтні цього ж року лише на території Німеччини союзниками було розповсюджено більше 5 млн листівок (Почепцов & Чекут, 2008).

Проте широке використання інформаційний чинник ведення війн здобув з появою аудіовізуальних засобів масової комунікації. Першим з аудіовізуальних засобів, що почав використовуватися у війні, стало кіно. Уже під час Першої світової війни противниками стала застосовуватися кінохроніка. Однак тоді вона спрямовувалась на внутрішнє споживання, оскільки мала на меті поширення патріотизму та націоналізму у своїх суспільствах. Під час Другої світової війни, окрім внутрішнього споживання, кінохроніка набула функції і зовнішнього впливу. Так, нацистська Німеччина використовувала кінохроніку на окупованих нею територіях з метою формування лояльності населення до окупаційної влади та придушення його духу спротиву (Романюк & Коваленко, 2021, с. 18). Після визволення Німеччини від нацизму союзники, маючи на меті наочну демонстрацію злочинів нацистського режиму, застосовували кінохроніку для денацифікації свідомості німецького народу.

Хоча кінохроніка відіграла свою роль в інформаційній складовій Другої світової війни, але провідне місце тут посіло бездротове радіо, яке вигідно відрізнялося тим, що радіопередачі легко долали кордони держав і містили оперативну інформацію. Виникнувши на зламі XIX та XX ст., радіо невдовзі набуло світового поширення. Наприкінці 1920-х рр. радіомовлення охопило 73 країни світу, а кількість радіоприймачів становила близько 36 млн (Шариков, 2007). Придатність радіо для підготовки нової світової війни першими зрозуміли тоталітарні та мілітаристські режими.

У 1929 р. почало іномовлення радянське «Радіо Комінтерн», метою якого було поширення комуністичної ідеології заради підготовки «світової соціалістичної революції», а фактично великої війни за знищення капіталізму. Цього ж року розпочала роботу німецька радіограма для закордонної аудиторії «Weltrundfunksender», яка після приходу до влади нацистів була перетворена на інформаційне знаряддя майбутньої агресії. У 1935 р. японська радіокорпорація NHK створила закордону службу й почала регулярне мовлення англійською та японською, яке спочатку було націлене на етнічних японців, які мешкали на Гавайях та західному узбережжі Північної Америки.

Із початком Другої світової війни радіо стало найважливішим її знаряддям. У нацистській Німеччині в 1939 р. іномовлення було перейменоване на «Deutschen Überseesender» (нім. «Німецький закордонний мовник») і значно розширило свою аудиторію. Якщо напередодні війни німецькі іншомовні передачі велися 7 мовами (Пристаї, 2020), то в 1941 р. їхня кількість зросла до 30. У Японії в листопаді 1941 р. всі інформаційні агенції були

націоналізовані Імператорською армією, яка стала координувати зусилля через Комітет з конфіденційної інформації. Закордонна служба дістала назву «Радіо Токіо», яке в 1944 р. вело іномовлення 24 мовами 33 години на день (Истомин, 2009).

На відміну від країн фашистсько-мілітаристського блоку, західні демократії не вели інформаційну підготовку до війни. У Великій Британії лише через кілька місяців після початку війни служба Імперії BBC була перейменована на Закордонну службу, а в 1941 р. її доповнили окремою Європейською службою, на яку покладалися завдання інформаційно-пропагандистської підтримки військових дій країн антигітлерівської коаліції на європейському театрі військових дій. Передачі на європейську аудиторію велися як англійською, так і німецькою, французькою, португальською, іспанською та іншими мовами народів Європи. Європейська служба BBC **активно допомагала руху Опору**, передаючи його учасникам зашифровані повідомлення. У 1940 р. в Лондонській студії BBC Вільними Французькими силами було створено радіо французького руху Опору — «Radio Londres». У першій його передачі, 18 червня 1940 р., Ш. де Голль звернувся до французів із закликком долучатися до руху Опору (Пристаї, 2020).

США на момент вступу у війну не мали національної служби міжнародного мовлення на коротких хвилях. Лише в лютому 1942 р., після 56 днів після нападу Японії на США, мовлення почала радіостанція «Голос Америки». Оскільки уряд США не мав ані медіа для закордону, ані передавачів, «Голос Америки» для Європи спочатку вийшов в ефір на орендованих у BBC середньохвильових передавачах у Британії. Усі операції «Голосу Америки» взяло на себе Управління військової інформації, що було створене в середині 1942 р. (Истомин, 2011). На кінець війни «Голос Америки» мав вже 39 передавачів, які транслювали матеріали 40 мовами (Dizard, 2004, с. 25).

Тоталітарні режими та західні демократії по-різному ставилися до пропаганди супротивника. У тоталітарних країнах прослухування зарубіжного іномовлення було заборонене й суворо каралося. Передачі з ворожого стану глушилися. Натомість західні демократії не вдавалися ані до глушіння, ані до переслідувань за прослуховування радіопередач із Берліну або Токіо. Це пояснювалося двома причинами: по-перше, дією права на отримання громадянами альтернативної інформації; по-друге, неефективністю ворожої пропаганди. СРСР також не застосовував глушіння, оскільки на початку німецько-радянської війни в населення були вилучені всі радіоприймачі й повернуті лише після її закінчення.

Поразка у Другій світовій війні країн фашистсько-мілітаристського блоку не призвела до встановлення тривкого миру, оскільки в таборі переможців опинилися дві протилежні за своїм світоглядом та політичними

цілями сили: західні демократії та тоталітарний Радянський Союз. Через два роки після закінчення Другої світової війни у світі почалася Холодна війна, що тривала чотири десятиліття і яку деякі дослідники вважають «Третьою світовою». Приводом початку Холодної війни стало насадження Радянським Союзом комуністичних режимів у країнах Східної Європи, підтримка ним комуністів у громадянській війні у Греції та загарбницькі плани щодо Туреччини. На виклики Радянського Союзу західні демократії відповіли жорстким протистоянням поширенню комунізму, яке передбачало не лише політичні, економічні та військові заходи, а й інформаційний вплив на комуністичні країни.

Провідну роль в інформаційній війні з комунізмом відігравали США. У 1947 р. «Голос Америки» почав вести мовлення на Радянський Союз. У 1949 р. для інформаційного впливу на європейських сателітів СРСР була заснована радіостанція «Вільна Європа», яка позиціювала себе як міжнародна некомерційна радіомовна організація, проте яку фінансував Конгрес США. Мовлення велося на Болгарію, Польщу, Румунію, Угорщину та Чехословаччину. У березні 1953 р. було засноване радіо «Звільнення», яке почало трансляції мовами народів союзних республік СРСР, а також татарською та башкирською. У травні 1959 р. ця радіостанція змінила свою назву на Радіо «Свобода». У 1975 р. мовлення на Литву, Латвію і Естонію було передано від «Свободи» до «Вільної Європи», що мало демонструвати незнання західним світом радянської окупації країн Балтії. Протягом десятиліть ці радіостанції транслювали населенню СРСР і Східної Європи факти радянської історії, трактовані на свій лад, і сучасної дійсності, а також неправдиву інформацію про діяльність осіб й організацій, які виступали проти комуністичних режимів в СРСР і країнах Східної Європи. Окрім «Голосу Америки», «Свободи» та «Вільної Європи» аналогічні передачі на комуністичні країни активно здійснювали ВВС та «Німецька хвиля». Передачі західних радіостанцій, що мовили на СРСР та інші комуністичні країни, піддавалися глушенню. Характерно, що систематичне створення радіоперешкод, які дістали назву «глушіння», СРСР почав 1947 р., тобто на початку Холодної війни.

Радянський Союз також під час Холодної війни здійснював інформаційний вплив на країни Заходу та Третього світу. У передачах Московського радіо на закордонну аудиторію ідеалізувався соціалістичний спосіб життя, позбавлений експлуатації та інших капіталістичних негараздів; пропагувалися «небачені досягнення Радянського Союзу в галузі науки і техніки»; імперіалістичній агресивній політиці Заходу протиставлялася «миролюбна» радянська зовнішня політика. На початок 1980-х рр. передачі Московського радіо перевершували передачі західних радіостанцій, оскільки велися

75 мовами, тоді як Голосу Америки — 42 мовами, а BBC World Service— 38 (Истомин, 2012).

Напередодні Другої світової війни з'являється телебачення, яке в нацистській Німеччині стало використовуватися для підготовки війни. Нацистське телебачення розпочало свою роботу 22 березня 1935 р. (Історична правда, 2011). Алгоритм його діяльності був сформульований міністром освіти і пропаганди Третього рейху Йозефом Геббельсом: 75 % — розважальні програми, 25 % — пропаганда (Історична правда, 2010). Домашні приймачі мали лише партійні бонзи та привілейовані журналісти, проте були організовані «телевізійні кімнати» для масового безоплатного перегляду телепередач. У роки війни телеприймачі розміщувалися в армійських казармах, 40 приймачів було встановлено в госпіталях.

Проте телебачення не відіграло важливої ролі в інформаційній складовій Другої світової війни. У Німеччині було випущено замало телеприймачів — близько 700 (Історична правда, 2011). По-друге, у Великій Британії, де 2 листопада 1936 р. BBC почала транслювати загальнодоступне регулярне телебачення й на початок війни малося 15 000 телеприймачів, телетрансляції були припинені 1 вересня 1939 р., оскільки вони могли використовуватися як радіомаяки для ворожих літаків, і поновлені тільки після завершення війни 7 червня 1946 р. (Graham, 2005).

Однак головною причиною невеликої ролі телебачення як в роки Другої світової війни, так і під час Холодної війни, було те, що прийом телепередач був пов'язаний з розбудовою мережі ретрансляторів, а це робило телебачення продуктом переважно внутрішнього вжитку. Хоча в другій половині ХХ ст. телебачення зробило величезний крок вперед як щодо поширення телеприймачів серед населення, так і щодо потужності телевізійних студій, але до появи супутникового телебачення телепрограми могли прийматися на досить обмеженій закордонній території. У роки Холодної війни «ворожі» телепередачі могли ловити лише мешканці прикордоння країн, які межували з країнами НАТО, або навпаки — країнами Варшавського договору. Проте завдяки потужним ретрансляторам Західного Берліну, населення НДР мало можливість дивитися телепрограми ФРН, хоча в публічних місцях, як-от студентські гуртожитки, телеприймачі були забезпечені пристроями, що блокували таку можливість.

Поява супутникового телебачення в 1960-ті рр. створила нові можливості для використання телебачення в інформаційній війні. Проте намір США через свої супутники транслювати свої телепередачі на територію СРСР викликав зворотну реакцію, яка полягала в погрозі збиття таких супутників.

Здавалося, поразка комуністичного світу в Холодній війні проти вільного, що унаочнилося в лавинному краху комуністичних режимів та розпаді Радянського Союзу, має привести до закінчення й інформаційного протистояння між Сходом та Заходом. Проте через десятиліття після розпаду Радянського Союзу в Росії, яка оголосила себе правонаступницею СРСР, президентську владу здобув виходець із радянського КДБ В. Путін, за якого російський політичний режим став набувати тоталітарних та реваншистських властивостей (Романюк, 2014). Це зумовило відновлення не лише агресивної зовнішньої політики Росії, а й її інформаційного протистояння із Заходом.

Найважливішими знаряддями російського впливу на закордонну аудиторію став міжнародний телеканал Russia Today, створений у 2005 р. До 2009 р. канал мав назву Russia Today, але після російської агресії проти Грузії було вирішено втаємничити його державну належність за абrevіатурою RT (Nassetta & Gross, 2020). Через свої структури RT America, RTUK, RT Arabic, RT enEspañol, RT DE, RT France та RT Documentary канал цілодобово веде свої передачі англійською, арабською, іспанською, німецькою та французькою мовами й має за тиждень приблизно 100 млн переглядів. Мірою зростання агресивності російської зовнішньої політики канал перетворювався в знаряддя гібридної війни Росії проти Заходу. Головний редактор RT М. Симоньян прямо порівнює канал із Мінобороною Росії (EUvsDisinfo, 2018). Основними напрямками інформаційної активності каналу є виправдання путінського режиму та його агресивної зовнішньої політики, критика діяльності демократичних урядів та натомість підтримка авторитарних режимів рухів, а також радикальних та сепаратистських рухів антизахідної орієнтації. Основні методи — поширення дезінформації, продукування різних інсинуацій та фейків. У своєму дослідженні науковці Оксфордського університету М. Ельсва та Ф. Говард зауважують, що RT став однією з найважливіших, найбільше фінансованих та добре укомплектованих організацій у світі, що виробляє, поширює й просуває новини на службі Кремля, є каналом дезінформації, який використовується як інструмент державної політики для втручання в політику інших держав (Elswhah & Howard, 2020).

Проте в сучасних умовах головним інформаційним знаряддям гібридної війни є не телебачення, а Інтернет, яким сьогодні у світі користується більше 4 млрд людей. Роль Інтернету в інформаційній війні зумовлюється тим, що, по-перше, він значно менше ніж інші засоби масової комунікації піддається цензурі; по-друге, користуватися ним можна за допомогою різних електронних пристроїв (стаціонарні комп'ютери, ноутбуки, планшети, смартфони та YouTube на телевізорі); по-третє, інформаційний вплив часто здійснюється приховано (Попова, 2017).

У 2013 р. в Росії було створене Агентство інтернет-досліджень, яке почало використовувати платформи Facebook, Twitter та YouTube для поширення дезінформації за допомогою каналів соціальних мереж. За допомогою своїх веббригад та ботів ця структура здійснювала інформаційний вплив на користь Д. Трампа під час президентських виборів 2016 р. в США; налаштовувала мешканців Великої Британії на вихід країни з Європейського Союзу під час референдуму 2016 р.; сприяла каталонським сепаратистам, які у 2017 р. проголосили про незалежність Каталонії від Іспанії; провокувала дестабілізацію політичної ситуації у Франції у 2018 р., підтримуючи Рух жовтих жилетів. Але головним об'єктом інформаційних атак в Інтернеті стала Україна. З метою дестабілізації ситуації в Україні та формування до неї негативного ставлення інших країн, російські веббригади та боти поширювали путінські наративи про штучність української державності, про те, що росіяни й українці є єдиним народом, про київську «хунту», яка незаконно узурпувала владу, про нацистську суть українського політичного режиму, про загрозу національній безпеці Росії від України тощо. Ці інформаційні атаки стали важливим знаряддям підготовки до повномасштабної війни Росії проти України та значно посилювалися під час неї.

На жаль, демократії, керуючись принципом свободи слова, тривалий час заплющували очі на інформаційні диверсії Росії. Навіть в Україні трансляція російських телеканалів була заборонена лише в серпні 2014 р., після анексії Криму та окупації частини Донецької та Луганської областей. У червні-липні 2020 р. трансляція російських телеканалів була заборонена в Литві та Латвії. Європейський Союз, Велика Британія та Канада ухвалили рішення про припинення трансляції програм RT та Sputnik вже після початку широкомасштабної війни, у березні 2022 р.

Висновки. Інформаційна складова була притаманна війнам, починаючи з глибокої давнини, проте її інтенсивність, форми та методи зумовлював розвиток засобів масової комунікації, що відбувався на ґрунті науково-технічного прогресу. Виникнувши як чутки, що поширювалися усним шляхом в таборі супротивника, інформаційні методи ведення війни з появою друку трансформувалися в друковані пропагандистські матеріали. Проте найбільшого розквіту вони досягли з появою аудіовізуальних засобів масової інформації та комунікації. У роки Першої світової війни в пропагандистських цілях почали використовувати документальне кіно, але переважно для мобілізації власного населення. Радіо, кардинально зламавши бар'єри поширення інформації, значно посилює роль інформаційного чинника у Другій світовій та, потім, Холодній війні. Поява супутникового телебачення відсунула радіо на другий план, позаяк візуальні ілюстрації інформаційних диверсій уможливили їх сприйняття масовою свідомістю. Але найбільші можливості для використання засобів масової комунікації у війні були

створені з появою Інтернету, оскільки він менше ніж інші засоби піддається цензурі; користуватися ним можна за допомогою різних електронних пристроїв, інформаційний вплив за допомогою нього може здійснюється приховано. Розвиток технічних засобів передачі інформації не означає, що досконаліші засоби повністю витісняють менш ефективні, йдеться лише про пріоритети їх використання.

Поширення інформаційного чинника ведення війн призвело до появи такого їх різновиду, як гібридні війни, за яких інформаційний чинник відіграє провідну роль в їх підготовці та надважливу роль в їх проведенні. Нині, в умовах повномасштабної агресії Росії проти України, дослідження інформаційного чинника гібридних війн є актуальною проблемою як військової та політичної наук, так і науки із соціальних комунікацій. Найважливішим напрямом подальшого дослідження цієї проблеми уявляється використання інформаційно-психологічних спеціальних операцій (ІПСО) в розв'язанні та веденні сучасних війн.

Список посилань

- Друкарня Вольф (2017, Травень 05). Листівка — зброя пролетаріату або сучасний вид реклами?! *Wolf.ua*. <https://wolf.ua/uk/blog/listovka--oruzhie-proletariata-ili-sovremennyu-vid-reklamy/>
- Истомин, М. (2009). Краткая история иновещания из Японии и «Радио Токио» — японское вещание на границу в годы второй мировой войны. *Portalostanah*, 04.09. <https://portalostanah.ru/view.php?id=79>
- Истомин, М. (2011). Иновещание США до «Голоса Америки». *Portalostanah*, 22.02. <https://portalostanah.ru/view.php?id=157>
- Истомин, М. (2012). Голос России: история отечественного иновещания. *CNews*, 1 июня. https://www.cnews.ru/articles/golos_rossii_istoriya_otechestvennogo
- Исторична правда (2010, Листопад 29). *Формула успішного телебачення від Геббельса: 75% — розважайлівка, 25% — пропаганда*. <https://www.istpravda.com.ua/digest/2010/11/29/6706/>
- Исторична правда (2011, Березень 25). *1935: гітлерівське телебачення — вар'єте і пропаганда*. <https://www.istpravda.com.ua/videos/2011/03/22/32847/>
- Попова, Т. (2017). Соціальні мережі, кібератаки та гібридні війни. *Радіо свобода*. <https://www.radiosvoboda.org/a/28598299.html>
- Почепцов, Г. Г., & Чекут, С. А. (2008). *Інформаційна політика*. Знання.
- Пристай, Д. (2020). Як працювало радіо під час Другої світової війни. *Суспільне. Відеоновини*. <https://suspilne.media/32189-ak-pracuvalo-radio-pid-cas-drugoi-svitovoi-vijni-suspilne-videonovini/>
- Романюк, О. І. (2014). Про характер сучасного політичного режиму Росії. *Вісник Національного університету «Юридична академія України ім. Ярослава Мудрого»: серія філософія, філософія права, політологія, соціологія*, 4, 152–159.

- Романюк, О. І., & Коваленко, І. П. (2021). Аудіовізуальні засоби масової комунікації в політичній діяльності. *Вісник книжкової палати*, 10, 17–21.
- Шарииков, А. (2007). Политическое радио через призму истории. *Радиожурналист и политика*. <https://studfile.net/preview/3605585/>
- Dizard, W. P. Jr. (2004). *Inventing Public Diplomacy: The Story of the U.S. Information Agency*. Lynne Rienner Publishers.
- Elsawah, M., & Howard, P. N. (2020). “Anything that Causes Chaos”: The Organizational Behavior of Russia Today (RT). *Journal of Communication*, 5, 623–645.
- Eu vs Disinfo (2018, January 15). *Chief Editor: RT is Like “A Defence Ministry”*. <https://euvsdisinfo.eu/chief-editor-rt-is-like-a-defence-ministry/>
- Graham, R. J. (2005). The Edit that Rewrote History. *Way Back Machine*. <http://www.transdiffusion.org/emc/baird/tvoff/index.htm>
- Nassetta, J., & Gross, K. (2020). State media warning labels can counteract the effects of foreign misinformation. *Misinformation Review*. <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/state-media-warning-labels-can-counteract-the-effects-of-foreign-misinformation/>

References

- Wolf printing house (May 05, 2017). Is the leaflet a weapon of the proletariat or a modern form of advertising?! *Wolf.ua*. <https://wolf.ua/uk/blog/listovka-oruzhie-proletariata-ili-sovremennyy-vid-reklamy/>. [In Ukrainian].
- Istomin, M. (2009). A brief history of foreign broadcasting from Japan and “Radio Tokyo” — Japanese broadcasting to foreign countries during World War II. *Portalostanah*, 04.09. <https://portalostranah.ru/view.php?id=79>. [In Russian].
- Istomin, M. (2011). U.S. foreign broadcasting before the Voice of America. *Portalostanah*, 22.02. <https://portalostranah.ru/view.php?id=157>. [In Russian].
- Istomin, M. (2012). Voice of Russia: the history of domestic foreign broadcasting. *CNews*, June 1. https://www.cnews.ru/articles/golos_rossii_istoriya_otechestvennogo. [In Russian].
- Istorychna pravda (November 29, 2010). *Goebbels' formula for successful television: 75% entertainment, 25% propaganda*. <https://www.istpravda.com.ua/digest/2010/11/29/6706/>. [In Ukrainian].
- Istorychna pravda (2011, March 25). *1935: Hitler's television — variety shows and propaganda*. <https://www.istpravda.com.ua/videos/2011/03/22/32847/>. [In Ukrainian].
- Popova, T. (2017). *Social networks, cyberattacks and hybrid wars*. [In Ukrainian].
- Pocheptsov, H. H., & Chekut, S. A. (2008). *Information policy*. Znannia. [In Ukrainian].
- Prystai, D. (2020). How radio worked during the Second World War. *Suspilne. Videonovyny*. <https://suspilne.media/32189-ak-pracuvalo-radio-pid-cas-drugoi-svitovoi-vijni-suspilne-videonovini/>. [In Ukrainian].
- Romaniuk, O. I. (2014). On the nature of the modern political regime of Russia. *Visnyk Natsionalnoho universytetu “Iurydychna akademiia Ukrainy im. Yaroslava*

- Mudroho*”: *seriia filosofii, filosofii prava, politolohiia, sotsiolohiia*, 4, 152–159. [In Ukrainian].
- Romaniuk, O. I., & Kovalenko, I. P. (2021). Audiovisual media in political activity. *Visnyk knyzhkovoï palaty*, 10, 17–21. [In Ukrainian].
- Sharikov, A. (2007). Political radio through the prism of history. *Radiozhurnalist i politika*. <https://studfile.net/preview/3605585/>. [In Russian].
- Dizard, W. P. Jr. (2004). *Inventing Public Diplomacy: The Story of the U.S. Information Agency*. Lynne Rienner Publishers. [In English].
- Elsawah, M., & Howard, P. N. (2020). “Anything that Causes Chaos”: The Organizational Behavior of Russia Today (RT). *Journal of Communication*, 5, 623–645. [In English].
- Eu vs Disinfo (2018, January 15). *Chief Editor: RT is Like “A Defence Ministry”*. <https://euvsdisinfo.eu/chief-editor-rt-is-like-a-defence-ministry/>. [In English].
- Graham, R. J. (2005). The Edit that Rewrote History. *Way Back Machine*. <http://www.transdiffusion.org/emc/baird/tvoff/index.htm>. [In English].
- Nassetta, J., & Gross, K. (2020). State media warning labels can counteract the effects of foreign misinformation. *Misinformation Review*. <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/state-media-warning-labels-can-counteract-the-effects-of-foreign-misinformation/>. [In English].

Надійшла до редколегії 10.03.2023