5. Розновець О.І. Можливості сучасних систем автоматизованого тестування для проведення модульного контролю знань. / О.І. Розновець, В.О. Сперанський, Л.А. Волощук // Проблеми освіти: Наук.-метод. зб. НМЦ ВО МОН України. – К., 2005. – Вип. 45: Болонський процес в Україні. Ч.1. – С. 179-183.

References:

1. Hladka L. I. Systemnyj pidkhid do otsinky iakosti znan' u formi komp'iuternoho testuvannia. [Elektronnyj resurs] / L. I. Hladka // Naukovyj visnyk Donbasu. – 2014. – № 2. – Rezhym dostupu: http://nvd.luguniv.edu.ua/archiv/NN26/9.pdf
2. Efymov E. N. Sravnytel'nyj analyz obrazovatel'nykh system testyrovanyia po kryteryiu funktsyonal'noj polnoty. [Elektronnyj resurs] / E.N. Efymov, M.Yu. Denysov, E.V. Zhylyna // Upravlenye ekonomycheskymy systemamy. – 2012. – № 4. – Rezhym dostupu: http://www.uecs.ru/instrumentalnii-metodyekonomiki/item/1236-2012-04-09-07-23-03.
3. Nakaz «Pro vprovadzhennia kredytno-modul'noi systemy orhanizatsii navchal'noho protsesu» vid 30.12.2005 r. №774.–[Elektronnyj resurs].–Rezhym dostupu: www.mon.gov.ua/images/files/osvita/Evrointehraciya/mon_812.doc
4. Nakaz «Pro zatverdzhennia Polozhennia pro orhanizatsiiu navchal'noho protsesu u vyschykh navchal'nykh zakladakh» vid 2.06.93 r. № 161. – [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0173-93
5. Roznovets' O.I. Mozhlyvosti suchasnykh system avtomatyzovanoho testuvannia dlia provedennia modul'noho kontroliu znan'. / O.I. Roznovets', V.O. Sperans'kyj, L.A. Voloschuk // Problemy osvity: Nauk.-metod. zb. NMTs VO MON Ukrainy. – K., 2005. – Vyp. 45: Bolons'kyj protses v Ukraini. Ch.1. – C.

Рецензент: Іваницька О.М., д.держ.упр., професор

УДК:351:17.022.1(004;321.7)

Руднєва В.Ю.,
аспірант кафедри інформаційної політики та технологій
Національної академії державного управління
при Президентові України

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ: ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ ТА ПЕРЕХІД ДО КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ

Анотація. На основі аналізу зарубіжного досвіду визначено роль комунікації та засобів масової інформації у становленні демократичного суспільства, значення політичної соціалізації як ознаки демократії, встановлено значення впливу глобалізації на процес формування інформаційної та комунікативної політики, розглянуто основні принципи культурної дипломатії Німеччини.

Ключові слова: засоби масової інформації, демократія, інформаційна політика, імідж держави, комунікативна політика, культурна дипломатія, інформаційний простір, глобалізація.

Руднева В.Ю.,
аспирант кафедры информационной
политики и технологий Национальной академии
государственного управления
при Президенте Украины

КУЛЬТУРНАЯ ДИПЛОМАТИЯ: УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА И ПЕРЕХОД К КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЛИТИКЕ

Аннотация. На основе анализа зарубежного опыта определены роль коммуникации и средств массовой информации в становлении демократического общества, значение политической социализации как признака демократии, установлено значение влияния глобализации на процесс формирования информационной и коммуникативной политики, рассмотрены основные принципы культурной дипломатии Германии.

Ключевые слова: средства массовой информации, демократия, информационная политика, имидж государства, коммуникативная политика, культурная дипломатия, информационное пространство, глобализация.

Rudneva V.Y.,
graduate student of Information Policy and Technology of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine

CULTURAL DIPLOMACY: IMPROVING INFORMATION POLICY AND TRANSITION TO COMMUNICATION POLICY

Annotation. On a base of analysis of domestic and foreign experience was defined a role of communication and media in a democratic society, the importance of political socialization as a sign of democracy, defined the impact of globalization on the development of information and communication policy, the basic principles of cultural diplomacy in Germany.

This article is aimed to research topical state administration issues, in particular – determintaion of the role of cultural diplomacy during the process of state information policy implementation and its transformation to communicative policy. On the ground of analysis of foreign experience there were determined the following: the role of communication and mass media in creating of democratic society, the meaning of political socialization as signs of democracy, the meaning of globalization influence on forming informational and communicative policy process, main principles of cultural diplomacy of German were also examined.

To achieve the aim the author considers the German practice in determination of communication and mass media role in creating of democratic society, the meaning of political socialization as signs of democracy, the meaning of globalization influence on forming informational and communicative policy process, main principles of cultural diplomacy of German.

In this article the issues of such global processes as transcultural communication influence on process forming and state information policy realization are considered at sufficient analytical level. In the opinion of Rudneva V. Y., transcultural communicational "cultural diplomacy" technology takes into account the global tendency.

Accounting the following, there is a growing need in making corrections in national view of global informational space, and overview necessity of attitude toward the national informational space. The author is assured that these two factors are determined the need to conception reissue of cultural diplomacy using within the frame of image state forming.

In its turn, it ought to be noted, that this topic needs the following consideration in order to research all aspects of cultural diplomacy using as state image forming technology and its adaptation to new trends of informational society development.

The results of this research could be used in methods determinations which are necessary for positive image forming of Ukraine.

Keywords: media, democracy, information policy, state image, communications policy, cultural diplomacy, information space, globalization.

Постановка проблеми. Формування позитивного іміджу держави – це завдання державної інформаційної політики. Остання, у свою чергу, зважаючи на перехід до інформаційного суспільства, поступово трансформується у комунікативну політику.

Враховуючи основні риси кожного етапу розвитку інформаційного суспільства, ключовим принципом, який відрізняє нижчий рівень від вищого, є ступінь забезпечення інтерактивності. Тобто, рівень залучення громадян до процесу прийняття рішень на державному рівні.

Найвищий ступінь включення громадськості досягається за проактивної моделі. Вона передбачає взаємодію з громадськістю у режимі онлайн через спеціальні онлайн-сервіси, що відноситься до області вивчення масової комунікації.

Як зазначалося вище, стрижневим принципом комунікативної політики є залучення громадськості до процесу прийняття рішень на загальнонаціональному рівні. З метою дотримання цього принципу, ефективним шляхом стимулювання уваги громадськості до подій державного значення та підтримки активної громадської позиції в Україні залишається інформаційна та просвітницька робота через засоби масової інформації.

Враховуючи процес глобалізації інформаційного простору, інформаційна політика, а далі – і комунікативна, повинні враховувати необхідність взаємодіяти не тільки із цільовими аудиторіями у рамках однієї країни, а й із світовим співтовариством, зокрема, діаспорами, партнерськими організаціями, міста-побратимами та країнами із спільними культурними надбаннями. Саме ці фактори враховує культурна дипломатія.

Аналіз основних досліджень і публікацій. В основу статті покладено наукові праці зарубіжних дослідників у галузі політології, комунікативістики та іміджелогії. Зокрема, враховано висновки щодо ролі комунікації та засобів масової інформації у становленні демократичного суспільства (Р. Маркус, П. Бурдье, Н. Луманн, Б. Томасс), значення політичної соціалізації як ознаки демократії (Г. Штромайер, Р. Маркус), вплив глобалізації на процес реалізації інформаційної та комунікативної політики (А. Хепп, Х. Ласуелл), принципів реалізації культурної дипломатії Німеччини (К.-Ю. Масс, Г. Шютте, О. Зінгер, У. Россбах).

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Однією із держав, яка успішно впроваджує одну з таких технологій, – культурну дипломатію, – є Німеччина. Тому німецький досвід у цьому питанні є цінним та потребує вивчення.

Дана стаття є спробою аргументувати ключові елементи, що повинні бути враховані при застосуванні технології „культурна дипломатія". Осмислення кожного етапу у межах конкретної країни надасть змогу у подальшому розробити чіткий план заходів із формування іміджу держави як у межах самої країни, так і у глобальному інформаційному просторі.

Мета статті – визначити роль культурної дипломатії у процесі провадження державної інформаційної політики та її трансформації у комунікативну політику.

Виклад основного матеріалу. Ще за античних форм демократії зв'язки з громадськістю були складовою політичного дискурсу. За сучасних демократій в умовах політичної відкритості посередницьку роль між політиками та громадськістю взяли на себе засоби масової комунікації. Відповідно до твердження Р. Маркуса, комунікація – це центральний структурний елемент демократичної системи. Особливість її ролі автор аргументує твердженням: все, що ми знаємо про політику, ми здебільшого дізнаємося виключно із засобів масової інформації [1, с. 13].

Досліджуючи питання політичної комунікації та роль засобів масової інформації у вирішенні цих питань, Р. Маркус зосереджує свою увагу на функціях та впливах мас-медіа на правлячі кола та громадськість у процесі дискусії між ними. Цю взаємозалежність він охарактеризував шляхом опису особливостей засобів масової інформації та характеру їх впливу на аудиторію, а саме на політичних акторів шляхом відстоювання принципу відкритості.

„Не применшуючи значення інформаційної складової повідомлення, яке створюється заради донесення інформації, в той же час важливо звертати увагу на комунікативну складову… як компонент, який сприяє, по-перше, сприйняттю інформації реципієнтами, (представляючи її в системі спільних цінностей), і, по-друге, організовуючи й налаштовуючи розуміння цих цінностей" [2].

Як для індивіда, так і для суспільства загалом засоби масової інформації виконують цілу низку функцій. Поряд з інформуванням, мас-медіа виконують функцію соціалізації, орієнтування, інтеграції та дотримання принципу відкритості, що є ознаками демократичності. При цьому мас-медіа впливають як на окремого індивіда, так і на суспільство в цілому. Але ефект цього впливу залишається індивідуальним, оскільки він залежить від того, який орган державної влади приймає участь у цій взаємодії, репрезентативності цільової аудиторії та часові межі [1, с. 46].

Г. Штромайер також стверджує, що однією з ознак демократії є політична соціалізація. За його словами, політична соціалізація та інтеграція через засоби масової інформації є важливими для країн із плюралістичною демократією, оскільки таким чином передаються їх специфічні цінності та норми, і стає можливим безперешкодне

співіснування демократичних суспільств. У цьому відношенні особливо сприяє толерантності.

Засоби масової інформації поширюють плюралістичні демократичні цінності і правила двома способами: шляхом безпосередньої тематизації та шляхом опосередкованого подання. Пряма передача плюралістичних демократичних цінностей та правил відбувається шляхом безпосередньої тематизації відповідних норм, тоді як непряма передача плюралістичних демократичних цінностей і правил відбувається шляхом „переміщення" цих норм. Передача плюралістичних демократичних цінностей і правил через ЗМІ часто відбувається опосередковано. Так, засоби масової інформації передають, наприклад, через свою свободу слова саме ці цінності як складову плюралістичної демократії [3, с. 75].

Засоби масової інформації у різних країнах проходять власний шлях до плюралізму у своїй діяльності. За словами П. Бурдье, у 50-ті роки телебачення майже не було представлено у журналістському полі. Коли мова йшла про журналістику, мало хто згадував про телебачення. Телевізійники перебували у стані подвійного підпорядкування. З одного боку їх завжди підозрювали у залежності від політики, тому над ними домінували з точки зору престижу, символічної та культурної точки зору. З іншого боку, вони перебували також в економічному підпорядкуванні, оскільки залежали від фінансової допомоги держави і, отже, були менш ефективні і могутні.

З роками становище змінюється з точністю до навпаки, і телебачення прагне до економічного та символічного панування у журналістському полі. Це помітно, зокрема, по кризі газет. Деякі друковані видання припинили своє існування, іншим – постійно доводилося задаватися питанням власного існування, завоювання і утримання читачів. У найважчому становищі, принаймні у Франції, виявилися ті з них, що пропонували своїм читачам, головним чином, хроніку подій та спортивні новини, і яким нічого було протиставити телебаченню. Телебачення, у свою чергу, все рідше звертається до подібного роду сюжетів, оскільки воно не потрапило під панування журналістики. Телебачення розміщувало і розміщує на передньому плані, на першій сторінці новини міжнародної політики і політичний аналіз, відводячи хроніці подій і спортивним новинам розумне місце.

Велике значення має відносна вага різних засобів масової інформації. Будь-яка газета може залишатися абсолютно такою самою, як і раніше, не втрачаючи свого читача. У той же час, трансформуючись, вона підвищує свою вагу в інформаційному просторі. Так, та чи інша газета втрачає свою вагу в інформаційному просторі, якщо слабшає політична сила, яка її підтримує. Таким чином, дана газета втрачає можливість задавати тон в інформаційному просторі, формувати порядок денний. Наприклад, таким журналом був „Монд". Історики твердять, що між тими

виданнями, які пропонують новини або точки зору, „Монд" був досить могутнім, оскільки для авторитету він мав у своєму розпорядженні достатній символічний капітал. З іншого боку, завдяки політичній підтримці, від задавав тон у інформаційному просторі [4].

Якщо це явище порівняти з українським реаліями, то ми можемо спостерігати траскультурний перехід даного явища. Вже давно не секрет, що найбільші видання, а й навіть медіа-групи знаходяться у безперечній залежності від обох вищезазначених факторів. Як і у Франції 50-хх років, в Україні поки що можна лише говорити про перспективи незалежності ЗМІ від політичного та економічного факторів.

Що стосується глобальних тенденцій розвитку засобів масової інформації, то процес поглинання віртуальним світовим співтовариством регіональних соціальних систем робить свій акцент у глобальних інформаційних мережах. І до цього часу не визначено, які наслідки спричиняє цей процес по відношенню до еволюції та самовизначення світового співтовариства, які нові форми влади виникають в умовах зростаючої залежності суспільства від медіа-технологій, та як змінюються принципи функціонування системи. З відповідями на ці питання навряд чи допоможуть традиційні соціологія та політологія [5, с. 18].

Разом із фрагментацією сучасних суспільств зростає значення функції політичної соціалізації та інтеграції мас-медіа. У зв'язку із високим і постійно зростаючим ступенем диференціації сучасних суспільств, що призводить до невизначеності, виникнення субкультур, соціальних регресій, в цілому дезінтеграційних тенденцій, засоби масової комунікації набувають дедалі більшого значення як інтеграційного чинника [3, с. 76].

Розвиваючи дискурс щодо значення сучасних ЗМІ, особливо телебачення, для такої політичної системи, як демократія, Н. Луманн розкриває політичний аспект даної взаємодії. Він зазначає, що з одного боку, засоби масової інформації використовуються політиками під час виборів, оскільки мас-медіа забезпечують легкий доступ виборцям до інформації. З іншого боку, легкий доступ політиків до мас-медіа викликає байдужість громадськості до самих виборів. Виборці втрачають інтерес, оскільки інформаційний простір перенасичується обіцянками, які спрямовані задовольнити потреби лише певних цільових груп, а не всього суспільства в цілому. Н. Луманн зазначає, що ці питання активно обговорюються науковцями. Зі свого боку він робить припущення, що гнучкість та ефективність будь-якої політичної системи може бути досягнута шляхом функціонального симбіозу громадської думки та багатопартійної демократії [5, с. 19–34].

У свою чергу Р. Маркус, прогнозуючи можливий розвиток засобів масової інформації, зосереджує свою увагу на питанні інтегрування у сучасний медіа-простір та легітимності цього інтегрування. Зокрема, автор

зазначає, що зв'язки з громадськістю – це і основа інтеграції, і самоконтроль суспільства. А засоби масової інформації у цих процесах виступають агентами соціалізації. Поряд із такими традиційними агентами соціалізації, як сім'я, школа, церква, засоби масової інформації здебільшого виступають джерелом шаблонів мислення та прикладів поведінки, формування статусу та іміджу [1, с. 231].

Виходячи з вищезазначеного, Б. Томасс намагається також внести свій вклад у дослідження масової комунікації. Зокрема, до сфери комунікативної політики відноситься питання розбудови медіа-системи держави. Автор наголошує, що саме комунікативної політики, а не інформаційної політики, оскільки комунікативна політика є більш ширшим поняттям та охоплює також і масову комунікацію. Комунікативна політика спрямована на структуру, процес та зміст взаємодії з громадськістю [6, с. 42].

За останні роки дослідження у сфері медіа та комунікацій змінили акцент за рахунок актуалізації теми глобалізації. Національні медіа-системи також зазнали впливу глобальних явищ. Тому численні дослідження медіа-систем окремих країн та регіонів відходять на другий план, а домінувати починають компаративні дослідження медіа-систем різних країн та розвиток уявлення про глобальну медіа-систему [6, с. 37–38].

Елементи медіа-систем піддаються впливу різних факторів: зовнішнє середовище (ключове слово „глобалізація"), досягнення у розвитку техніки (ключове слово „діджіталізація"), зміни акторів (ключове слово „недержавні актори") та зміна цілі і мети (ключове слово „економізація"). Ці зміни у структурі медіа-систем окремих держав спричиняють ланцюгову реакцію змін і у глобальній медіа-системі. Тому невирішеним залишаються питання, чи змінюватиметься регіональна медіа-система, якщо розвиватиметься глобальна медіа-система, та чи змінюватиметься загальний хід розвитку глобальної медіа-системи із зміною регіональної [6, с. 334–336].

У 90-ті роки зароджується науковий дискурс щодо теми глобалізації. Однією з центральних цілей глобалізації науковці виокремлюють медіа-комунікацію. Конкретним доказом того, що медіа-комунікація посідає одне з центральних місць у процесі глобалізації, – це її значення для глобальних фінансових ринків. Їх функціонування напряму залежить від комунікаційних мереж із світовим покриттям. І мова йде не тільки про проведення трансфертних платежів, а й про забезпечення необхідною інформацією, зміст якої може вплинути на процес прийняття фінансового рішення.

За останні десятиліття комунікація між державами та культурами інтенсифікувалася. Цей процес А. Хепп визначив як глобалізація медіа-комунікації. Говорячи про глобалізацію медіа-комунікації, автор наголошує на зростаючій ролі комунікаційних відносин, реалізація яких забезпечуються за допомогою технічного обладнання [7, с. 65].

Для дослідження глобалізації медіа-комунікації автор використовує комунікаційний аналіз. Він включає чотири сфери дослідження: міжнародну, міжкультурну, транскультурну комунікації та комунікацію перехідного періоду.

Міжнародна комунікація – це найстаріша з чотирьох форм комунікативного аналізу. Вона охоплює всі процеси масової комунікації, які відбуваються між державами. До ранніх досліджень міжнародної комунікації можна віднести роботи Х. Ласуелла, які автор присвятив пропаганді, чотирьом теоріям преси, інформаційним потокам між державами та компаративному аналізу медіа-систем різних держав [7, с. 22–35].

Комунікація перехідного періоду – це комунікація у період трансформацій суспільства. Автор наводить приклад деколонізованих земель, які здобули свою незалежність від метрополій після Другої світової війни. У даному випадку досліджується внесок засобів масової інформації у процес розвитку екс-колоній під час трансформаційних перетворень [7, с. 35–49].

Міжкультурна комунікація – це комунікація між щонайменше двома особами, або щонайменше двома об'єднаннями осіб, які є представниками різних культур. Дослідження у цій сфері включають компаративний аналіз комунікативних кліше та шаблонів у різних культурах [7, с. 50–62].

Транскультурна комунікація – це новітня форма розвитку комунікації між культурами. Транскультурна комунікація, особливо за посередництва мас-медіа, – це, на думку А. Хеппа, перспективний напрямок розвитку наук про комунікацію та медіа. На противагу інтеркультурній комунікації, яка являє собою комунікацію між людьми або групами людей, які є носіями різних культур, транскультурна комунікація являє собою комунікаційні процеси, які відбуваються у різних культурах. Одним з наслідків транскультурної комунікації є зникнення кордонів між культурами, асиміляція культур та зародження світової культури. Широку дискусію з цього явища підтримує ЮНЕСКО, яка наголошує на необхідності підтримувати культурне різноманіття та культурну ідентичність.

З огляду вищезазначене, дослідник наголошує, що одним із способів отримання влади є продукування та поширення специфічних знань про культуру. Тобто, для того, щоб мати владу над іншою культурою або державою, необхідно поширювати знання про свою власну державу, її культуру. Таким чином створюється у міжнародної спільноти формується уявлення про нашу культуру, тобто, про імідж нашої держави [7, с. 63–73].

На сьогоднішній день Німеччина є однією з активних учасників формування власного державного іміджу, використовуючи національну культурну спадщину.

За словами К.-Ю. Масса, нині, як ніколи Німеччина розуміє важливість поєднання культури та зовнішньої політики. І навіть більше, німецька культура стала частиною німецької зовнішньої політики. Це явище дістало назву зовнішньої культурної політики. У свою чергу,

аналізуючи іншу літературу, слід відмітити, що це явище повністю збігається з поняттям культурної дипломатії. Остання відноситься до поняття „м'якої сили" Дж. Ная [8, с. 23–27].

Агентами зовнішньо-культурної політики дослідники визначають державні та недержавні установи і організації, які роблять внесок у популяризацію німецької культури за кордоном. До них вони віднесли федеральні міністерства, уряди федеральних земель, комуни, посередницькі організації, фонди, громадські організації, німецькі підприємства та окремі визначні персони. Так Г. Шютте у своїй статті відзначив внесок німецької вищої освіти у популяризацію німецької культури за кордоном. У. Россбах наголосив на важливості підготовки та розповсюдження якісних інформаційних матеріалів про Німеччину. О. Зінгер та К.-Ю. Масс дослідили роль органів державної влади у регулюванні зовнішньої культурної політики [8, с. 85–280].

К.-Ю. Масс вважає, що культура має бути фундаментом зовнішньої політики держави. На прикладі Німеччини 90-х рр. він розкриває принципи впровадження культури як частини зовнішньої політики. Перш за все, йде мова про допомогу трудовим мігрантам тих часів адаптуватися до культурного середовища Німеччини. За наших же часів культурна дипломатія відіграє роль інтеграції нових членів Європейського Союзу до європейської культури [8, с. 241–280].

Висновки. Рушійними силами теоретизування у сфері масової комунікації були і залишаються пошуки відповідей на кардинальні питання про потенційних переваги і недоліки медіатехнологій, форми їх контролю або регулювання, що дозволяють найкращим чином реалізувати їх і звести до мінімуму недоліки, а також про те, як засоби масової інформації можуть служити демократичному і мультикультурному суспільству. Ці проблеми виявлялися причиною постійних дебатів і розбіжностей протягом минулого сторіччя.

Незважаючи на дискурс, який відбувається навколо комунікативних технологій, німецький досвід впровадження культурної дипломатії свідчить про ефективність даного інструменту. Оскільки одним із етапів її впровадження є вивчення громадської думки (що можливо за існування двостороннього зв'язку з цільовою аудиторією, тобто за комунікації, а не одностороннього інформування), беззаперечним є те твердження, що продукування та поширення специфічних знань про культуру може стати ефективною стратегією реалізації інформаційної політики держави, а також її трансформації у комунікативну політику. Зокрема, це може слугувати додатковою підтримкою провадження реформ та формування позитивного іміджу нашої держави як на національному, так і на міжнародному рівнях. Крім того, імплементуючи принципи культурної дипломатії, стає можливим трансформувати інформаційну політику держави у комунікативну. Таким чином, політика держави у

міжнародному інформаційному просторі враховуватиме наслідки такого глобального явища, як транскультурна комунікація.

Перспективи подальших досліджень вбачаються у вивчення всіх аспектів застосування культурної дипломатії як технології формування іміджу та їх адаптації до нових трендів розвитку інформаційного суспільства з метою розробки відповідних методик для запровадження у практичну діяльність органів державної влади.

Використані джерела інформації:

1. Rhomberg, M. Politische Kommunikation: eine Einführung für Politikwissenschaftler [Text] / Markus Rhomberg. – Paderborn: Fink, 2009. – p.267
2. Соловйов, С. Г. Інформаційна й комунікативна складові повідомлення в державно-управлінській комунікації [Електронний ресурс] // Публічне адміністрування: теорія та практика. – Електронний збірник наукових праць. – Вип. 2 (10), 2013. – Режим доступу: http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2013-02(10)/5.pdf
3. Stromeier, G. Politik und Massenmedien [Text] / Gerd Stromeier. – Baden-Baden: Nomos, 2004. – p.304
4. Die Entdeckung der kommunikativen Welt: Studien zur kulturvergleichenden Mediengeschichte [Text] / Michael Giesecke. – Frankfurt am Main, 2006. – p.534
5. Kommunikation, Medien, Macht [Text] / hrsg. von Rudolf Maresch und Niels Werber. – Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2000. – p.450
6. Mediensysteme im internationalen Vergleich [Text] / hrsg. von Barbara Thomaß. – Konstanz: UVK, 2007. – p.368
7. Hepp, A. Transkulturelle Kommunikation [Text] / Andreas Hepp. – Konstanz, 2006. – p.341
8. Maaß, K.-J. Kultur und Aussenpolitik [Text] / Kurt-Jürgen Maaß. – Baden-Baden, 2005. – p.375

References:

1. Rhomberg, M. Politische Kommunikation: eine Einführung für Politikwissenschaftler [Text] / Markus Rhomberg. – Paderborn: Fink, 2009. – p.267
2. Solovjov, P. H. Informatsijna j komunikatyvna skladovi povidomlennia v derzhavno-upravlins'kij komunikatsii [Elektronnyj resurs] // Publichne administruvannia: teoriia ta praktyka. – Elektronnyj zbirnyk naukovykh prats'. – Vyp. 2 (10), 2013. – Rezhym dostupu: http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2013-02(10)/5.pdf
3. Stromeier, G. Politik und Massenmedien [Text] / Gerd Stromeier. – Baden-Baden: Nomos, 2004. – p.304
4. Die Entdeckung der kommunikativen Welt: Studien zur kulturvergleichenden Mediengeschichte [Text] / Michael Giesecke. – Frankfurt am Main, 2006. – 534 p.
5. Kommunikation, Medien, Macht [Text] / hrsg. von Rudolf Maresch und Niels Werber. – Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2000. – p.450
6. Mediensysteme im internationalen Vergleich [Text] / hrsg. von Barbara Thomaß. – Konstanz: UVK, 2007. – p.368
7. Hepp, A. Transkulturelle Kommunikation [Text] / Andreas Hepp. – Konstanz, 2006. – p.341
8. Maaß, K.-J. Kultur und Aussenpolitik [Text] / Kurt-Jürgen Maaß. – Baden-Baden, 2005. – p.375

Рецензент: Соловйов С.Г., к.соц.ком., доцент