

POLITICAL INSTITUTIONS AND SOCIO-POLITICAL PROCESSES

Борис Філатов, к. ю. н.

*заслужений журналіст України, член Опікунської ради
Європейської асоціації українців, м. Дніпро, Україна*

ПОЛІТИКО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТА ПОЛІТИКО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ІНСТИТУАЛІЗАЦІЇ ПАТРІОТИЗМУ ПІД ЧАС ПЕРЕХОДУ ДО ДЕМОКРАТІЇ

Boris Filatov, PhD in Law

*honored journalist of Ukraine, member of the Board of Trustees
of the European Association of Ukrainians, Dnipro, Ukraine.*

POLITICAL-COMMUNICATION AND POLITICAL-TECHNOLOGICAL FACTORS OF PATRIOTISM INSTITUTIONALIZATION AT THE TIME OF TRANSITION TO DEMOCRACY

The article examines the political-communication structures and political and technological preconditions for the success of institutionalization of political patriotism in Ukraine, reveals the interpretation of the patriotic nature of political messages and political-communication interactions, and determines the impact of public support for democratic reforms on the success of democratic transition. The level of functioning of the modern political-communication structure in Ukraine in the context of the needs of institutionalization of political patriotism is assessed. The level and peculiarities of political patriotism in the development of the modern EU countries are revealed. Proposals on the deployment of political and communication strategies aimed at the further institutionalization of patriotism in Ukraine are provided.

Keywords: political communications, political technologies, political patriotism, political institutions, political media space.

Постановка проблеми

Сфера політичних комунікацій дедалі більше привертає увагу сучасних науковців. Процеси передавання політичної інформації тлумачаться як ключові елементи політичної діяльності. Вони впливають не лише на політичну поведінку громадян, але й на конфігурацію політичних відносин, розстановку політичних сил та результати політичних взаємодій у цілому. Водночас уточнення класичної схеми політико-комунікаційної діяльності потребує нових зусиль і виведення осмислення проблеми на новий рівень. Мотивацією участі громадян у процесах політичної комунікації та політичного управління пов'язано не лише з чинниками політичної культури, але також із способами й особливостями політичного медіа-простору, особливостями діяльності суб'єктів цих відносин у кожній країні. В умовах демократичного транзиту політичний політико-комунікаційні зв'язки визначаються особливим динамізмом, мінливістю та непередбачуваністю. Кожна перехідна країна, яка має на меті побудову цивілізованого демократичного суспільства, потребує власної стратегії стійкості у політико-комунікаційних процесах. Запобігання деструктивним практикам політичної маніпуляції та спотворення політичної свідомості громадян України в умовах зовнішньої агресії, потребує цілеспрямованих зусиль щодо стабілізації громадської думки, орієнтації населення

у політико-інформаційному полі, формування заходів запобігання упередженій та відверто деструктивній пропаганді. У цих умовах процеси інституалізації політичного патріотизму набувають нового значення, оскільки можуть стати основою для формування у суспільстві тих механізмів, які дозволять забезпечувати умови для раціонально-критичного мислення та сприйняття інформації. Ця проблема потребує осмислення як у контексті змісту інформації, що транслюється в існуючій політико-комунікаційній системі, так і в контексті конкретних заходів, які можуть сприяти формуванню інституційної мережі патріотичного політичного світосприйняття та політичної діяльності.

Аналіз публікацій. У сучасному науковому дискурсі проблему політичних комунікацій та їх ідейного наповнення висували такі вчені, як В. Бебик, А. Сіленко, В. Лола¹, О. Заруба², І. Казимиrowa³, Ю. Калиновський⁴, І. Колісниченко⁵, Ю. Краснокутська⁶, Т. Пашніна⁷, М. Волтон⁸, Ф. Віндек⁹. Ними були розглянуті політичні комунікації та реклама, соціокультурні комунікації в системі політичного лідерства, комунікаційна політика та комунікативна політика як категорії політичного аналізу, комунікативно-дискурсивна парадигма у сучасних політичних дослідженнях, позитивна комунікація як умова політичної патернізації, символічний та інституціональний виміри у конструюванні політичного поля, мовні аспекти політичної комунікації під час військових конфліктів, політична комунікація та трансформаційне громадянство, політична комунікація у країнах, що розвиваються. Попри широке тематичне різноманіття, комунікаційні засади політичної інституалізації патріотизму вимагають подальшого дослідження у контексті політико-технологічної парадигми.

Метою статі є встановлення значення політико-комунікаційних і політико-технологічних аспектів у процесах формування інституцій політичного патріотизму у перехідному суспільстві. Завданням статті є виявлення механізмів агрегування патріотичного змісту у повідомленнях політико-комунікаційної системи в умовах демократичного транзиту.

Основний зміст статті

Процеси політичної комунікації у перехідному суспільстві є досить різноманітними та мають специфіку, яка пов'язана із нестійкістю каналів передавання політичної інформації, аудиторії та суб'єктів. На відміну від суспільств сталої демократії, політична комунікація в умовах трансформації є владо-центрованою. Це означає, що передусім посадовці державної влади виступають основними мовниками, організаторами, дійовими особами політичної комунікації. Процес перетворення політичної комунікації на диверсифіковану та багатоскладову займає багато часу, оскільки нові громадські мовники мають набути певної кваліфікації й сформувати якісний смисловий контент. Інституалізація політичного патріотизму набуває сприятливих комунікаційних умов, які визначаються потребами у поширенні політичної інформації певного спрямування. Переконавання у доцільності просування патріотичних цінностей та збільшення кількості інституцій, які транслюють повідомлення, які мають патріотичний контент, підтверджується

¹ Бебик, В., Сіленко, А., Лола, В. (2007). Медіамаркетинг-2007: політичні комунікації та реклама. *Актуальні питання масової комунікації*, вип. 8, 71 – 75.

² Заруба, О.Г. (2010). Соціокультурні комунікації в системі політичного лідерства. *Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони*, 1, 97.

³ Казимиrowa, І.А. (2011). Комунікаційна політика – комунікативна політика. *Термінологічний вісник*, вип. 1. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/terv_2011_1_26>.

⁴ Калиновський, Ю.Ю. (2012). Комунікативно-дискурсивна парадигма у сучасних політичних дослідженнях. *Сучасне суспільство*, вип. 2, 12 – 18.

⁵ Колісниченко, І.В. (2013). Позитивна комунікація як умова політичної патернізації. *Актуальні проблеми політики*, вип. 50, 46 – 52.

⁶ Краснокутська, Ю.С. (2012). Засоби масової комунікації у конструюванні політичного поля: символічний та інституціональний виміри. *Сучасне суспільство*, вип. 2, 19-24.

⁷ Пашніна, Т.М. (2013). Мовні аспекти політичної комунікації під час військових конфліктів (на основі аналізу промов Президента США Джорджа Буша). *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки*, 14(1), 277 – 282.

⁸ Walton, M.J. Political Communication and Transformative Citizenship in Myanmar. <<https://teacircleoxford.com/2017/09/07/political-communication-and-transformative-citizenship-in-myanmar-part-ii/>>.

⁹ Windeck, F. Political communication in Sub-Saharan Africa and the role of new media. <http://www.kas.de/wf/doc/kas_19703-544-2-30.pdf?100526130209>.

досвідом багатьох країн Центральної та Східної Європи, де неформальна політична комунікація забезпечила повалення комуністичного режиму та встановлення демократичних прав і свобод. Згідно з думкою Т. Гранчак, «політична комунікація є проявом політико-владних відносин. Водночас видається певним обмеженням поширювати це поняття на діяльність виключно політичних партій та органів влади. Адже при визначальному впливі на зміст і характер політичної комунікації політичних структур різного рівня не можна виключати з цього процесу і соціальні і структури, громадські, культурно-просвітницькі організації, і навіть окремих індивідів»¹. Це вказує на можливість участі у політико-комунікаційних процесах різноманітних суб'єктів, які стають самодостатніми акторами політико-комунікаційних процесів.

Інституалізація політичного патріотизму в кожній конкретній країні має відбуватися на різних рівнях суспільної структури. Політичні еліти, які мають доступ до управлінських рішень, перебувають у виключному становищі стосовно решти суспільних акторів політичної комунікації трансформаційного суспільства. Вказане дає змогу зрозуміти, що політико-адміністративна еліта має широкі можливості для впровадження патріотичних цінностей, не лише через трансляцію певних меседжів, але й через ухвалення певних рішень. Як вважає Т. Гранчак, «на рівні влади – суспільство комунікація має переважно опосередкований характер і здійснюється або через ЗМІ (в першу чергу офіційні), або через політичні та суспільні організації (через участь їх представників у владних структурах), рідше – через неформальні канали»². Інституалізація політичного патріотизму політико-комунікаційними засобами може здійснюватися як рух від влади до суспільства, так і у зворотному напрямку.

Стабілізація демократичного політичного розвитку у період політичної трансформації можлива за умови спільної політики та розбудови структур відкритого доступу до інформації. У такий спосіб громадяни зможуть забезпечувати поширення патріотичних цінностей і позицій не лише на основі заздалегідь спланованих стратегій, але також у межах самоорганізованої громадської активності у важливих процесах освіти і наукових досліджень. Про це, зокрема, свідчить досвід післявоєнної Японії. Як стверджує Т. Гранчак, «після поразки Японії у Другій світовій війні до окупованої Японії прибула комісія від Бібліотеки Конгресу США та Асоціації бібліотек США, які зайнялися створенням парламентської бібліотеки за американським зразком. Передбачалося, що нова Національна парламентська бібліотека Японії стане бібліотекою для нелише японських депута тів, а й простих громадян. Вона мусила збирати, опрацьовувати й зберігати всі наявні в Японії книги й періодичні видання, а її директор прирівнювався за статусом до державного міністра»³. Таким чином, політико-комунікаційна стратегія держави у контексті інституалізації політичного патріотизму має включати комплексні заходи, спрямовані на охоплення всього суспільства.

Інформаційно-комунікаційна революція у світі дає можливості безпрецедентного поширення політичних комунікацій та забезпечення різноманіття їх форм. Соціальні мережі та соціальні медіа полегшують доступ до інформації та дають змогу включати у політичні обговорення тих громадян, які раніше формально не були у них задіяні. Отже, основним вектором інституалізації політичного патріотизму стає принцип формування добровільних інформаційно-комунікаційних мереж. Як зауважує Л. Іващук, «соціальні мережі – інтерактивні багатокористувацькі веб-сайти, контент яких наповнюється самими учасниками мережі»⁴. Привабливість мережних структур пов'язана з високою продуктивністю інформаційного наповнення, пов'язана із ініціативністю громадян, яка не вимагає за діяння додаткових ресурсів.

Слід усвідомлювати, що поширення патріотичного політичного контенту має здійснюватися на основі значної експертної підтримки. Участь транзитивної держави у реалізації політико-комунікаційних стратегій залежить великою мірою від адекватності розуміння державними

¹ Гранчак, Т. (2010). Місце і роль інформаційно-аналітичних структур у системі політичної комунікації. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*, вип. 26, 29.

² Гранчак, Т. (2010). Місце і роль інформаційно-аналітичних структур у системі політичної комунікації. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*, вип. 26, 31.

³ Гранчак, Т. (2010). Місце і роль інформаційно-аналітичних структур у системі політичної комунікації. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*, вип. 26, 44.

⁴ Іващук, Л. (2011). Соціальні мережі Інтернету в сучасній політичній комунікації. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського*, вип. 32. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/nbnbuimviv_2011_32_6>.

посадовцями ключових завдань державного будівництва та специфіки розвитку на кожному етапі. Саме за умови якісного планування інституалізація політичного патріотизму як підґрунтя демократичних реформ та захисту національних інтересів може здійснюватися більш успішно. Як відзначають вітчизняні науковці, зокрема В. Степанов, «держава є центром тяжіння і перетину різних політичних комунікацій. При цьому інформаційні трансформації політичного простору змінили і значну кількість сутнісних ознак самої держави, її засоби й методи організації політичної влади, управління й контролю»¹. Саме тому поширення патріотичних цінностей і мотивацій політичної поведінки у найбільш дієвий спосіб здійснюється державно-владними інституціями. Однак, досвід перехідних держав свідчить, що в умовах транзиту значні перешкоди встановленню демократичної політичної ситуації створюють загальний кризовий стан та наслідки трансформації у соціальній та економічній сферах.

Політична система надає імпульси тим інститутам, які не мають відповідного рівня функціональності. На прикладі сучасної України, очевидно, що дисфункційність партійної системи, а також системи групового представництва негативно впливає на темпи політичної модернізації. Зазначене вказує на багаторівневість викликів системі викликів політичної комунікації.

Розвиток самодостатності та функційності політико-комунікаційної структури визначає необхідність формування всіх її складових. Крім суто організаційних аспектів формування (зокрема, суб'єктів, об'єктів та каналів комунікації) необхідним є забезпечення якісного наповнення політико-комунікаційних процесів. Вітчизняні вчені пропонують варіанти забезпечення у складових політико-комунікаційної системи на основі нормативних змін. Згідно з В. Степановим, «Україна потребує державної ідеології, що має бути закріплена в Конституції, яка б мала високий соціально-функціональний потенціал, була здатна згуртувати й мобілізувати суспільство для завершення модернізації країни»². Зазначені заходи, покликані сформувати законодавче поле для забезпечення національного інформаційного простору.

Такі заходи мають бути доповнені широкою громадською підтримкою в умовах кризових політичних протистоянь. У межах переходу до демократії важливою є концентрація зусиль на провідних напрямках. Перетворення політико-комунікаційної структури на політичні технології, які здійснюють це завдання, мають бути залучення до політичної комунікації тих сфер, які раніше були від неї ізольованими. Зокрема, йдеться про силові відомства держави та оборонну сферу. Для України, в умовах конфлікту на Сході, важливим є якісне перетворення політичної комунікації з односпрямованої та вибіркової на всезагальну та децентралізовану. Саме в цьому контексті роль громадськості є вирішальною. Перетворення оборонної сфери України за стандартами НАТО може стати одним з провідних способів просування демократичних цінностей та медіа-контенту в українському суспільстві. Важко не погодитися з У. Ільницькою, яка підкреслює проблему налагодження ефективної взаємодії з громадськістю, створення позитивного іміджу армії, формування довіри до структури є надзвичайно актуальною проблемою для українських Збройних Сил, яка вимагає розв'язання на державному рівні. Крім того, результативність значною мірою залежить від професіоналізму в застосуванні сучасних PR-технологій, зокрема у використанні «перформансної комунікації» – надзвичайно дієвої PR-технології у процесі формування позитивного іміджу»³. Саме технології концентрації на найважливіших суспільних проблемах виступають основою для формування дієвої та функціональної системи політичної комунікації.

Крім того, в умовах демократичного транзиту потрібні досить значні зусилля для утримання свого національного інформаційного поля за межами перетворювальних та деструктивних зовнішніх впливів. Через розширення можливостей політичних комунікацій в інформаційно-кібернетичній сфері, існування окремого національного комунікаційного простору дедалі частіше ставиться під сумнів. Тому просування державотворчих меседжів та мотивацій політико-патріотичного спрямування, потребує задоволення вимог якості контенту, оскільки в основі інтерактивного сприйняття інформації буде покладено поведінка споживача інформаційних продуктів. Як вказує

¹ Степанов, В.Ю. (2011). Держава як основний суб'єкт системи масових політичних комунікацій. *Вісник Харківської державної академії культури*, вип. 32. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2011_32_10>.

² Степанов, В.Ю. (2011). Держава як основний суб'єкт системи масових політичних комунікацій. *Вісник Харківської державної академії культури*, вип. 32, 94-101. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2011_32_10>.

³ Ільницька, У.В. (2009). Перформансна комунікація як політична технологія та складова іміджевої PR-стратегії збройних сил. *Військово-науковий вісник*, вип. 12, 190.

О. Радченко, «у сучасному світі відбувається розширення сфери впливу комунікацій, можна говорити про те, що новітній комунікативний простір утворює зразки політичної поведінки та загальноприйняті стереотипи, поле можливих ідентифікацій, змінює наше розуміння політичної, соціальної, економічної реальності»¹. Отже, патріотичні смисли у межах політичної комунікації мають нести зміст, здатний витримувати конкуренцію у медіа-просторі.

Забезпечення адекватного та придатного до сучасних реалій інформаційного контенту, спрямованого на захист національних інтересів і розбудови державності, в умовах політичних трансформацій має здійснюватися на основі діяльності якісних засобів масової інформації, які за своїм потенціалом наближаються до соціальних медіа і соціальних мереж. В усьому світі відбувається комбінація традиційних джерел та інноваційних засобів мовлення й поширення інформації. Це вимагає певних ініціатив з боку держави та громадських організацій щодо створення якісної та модерної медіа-структури, здатної реалізовувати політичні завдання. Зокрема, у формулюванні патріотичного контенту це визначає поведінку і світосприйняття громадян.

Можливості концентрувати увагу аудиторії на важливих питаннях суспільного розвитку змінюють баланс сил та підходи до політичної діяльності загалом. Політичні інтеракції стають медіа-центрованими, політична діяльність поза межами медіа втрачає актуальність. У зв'язку з цим, підвищення рівня патріотичного осмислення політичної дійсності в Україні має набути поширення та постійно перебувати у порядку денного суспільства. Зазначене пов'язане із розумінням технологічної роботи ЗМІ та в цілому природи медійного простору політики. Як стверджує О. Радченко, «...вплив мас-медіа пов'язаний не стільки з їхнім умінням умовляти та переконувати, скільки з їхньою здатністю залучати громадську увагу і формувати критерії, що лежать в основі оцінки та прийняття рішення. Тобто мас-медіа визначають не те, як людина думає, а те, про що вона думає»². Організаційні засоби формування змісту медіа послання дають змогу варіювати зусилля та організувати кампанії з різними векторами спрямування.

Поряд з цим, схема медіа-висвітлення подій в політиці має включати та враховувати ініціативність громадян та їх інтереси. Якщо інтереси суспільства не є врахованими у медійному порядку денному та в організаційній структурі політичної комунікації, відбуваються зміни політико-культурного підґрунтя інституційних трансформацій політичної системи. Тому політичний патріотизм має посісти належне місце у міжкультурній комунікації суспільства. Як відомо, політико-демографічна структура соціуму визначає диверсифіковане ставлення до певних культурних зразків в умовах демократичного відкритого середовища. Ці розбіжності мають нівелюватися на основі співпраці та консенсусу. Оскільки, як відзначає вітчизняний фахівець Н. Ларіна, «у результаті міжкультурної комунікації виробляється «третя культура» («третій етос»), що стає платформою порозуміння між учасниками комунікативного акту. На якісний рівень «третьої культури» («третього етосу») впливає міжкультурна комунікативна компетентність (здатність здійснення ефективної комунікації в міжкультурних контекстах)»³. Зазначені аспекти формують фундаментальні засади політичного вибору та поведінки громадян, які не перебувають на безпосередньому порядку денному політичної діяльності.

Рівень міжкультурної комунікації розкриває неформальні політико-комунікаційні зв'язки, які існують поза світом медіа. Надання міжкультурним контактам патріотичного спрямування є одним з найважливіших завдань розвитку системи політичної комунікації в Україні. В інституційній площині це завдання має вирішуватися збільшенням активності громадських політико-комунікаційних акторів та посиленням їх координації з метою перетворення позитивного контактного поля між етнічними спільнотами та основними соціальними групами. Як зауважує Н. Ларіна, «міжкультурна комунікація сьогодні акумулювала інформацію про процеси комунікації між різними культурними уявленнями, поглядами, орієнтаціями, логіками, тлумаченнями, розуміннями в цьому соціумі, зокрема в контексті сприймання іншої «чужої» культури, що в цілому зумовлює рівень загальної культури цього суспільства, від якого залежать соціальні зв'язки та

¹ Радченко, О.В. (2012). Еволюція комунікативних мереж у процесі розвитку політичної взаємодії. *Політологічні записки*, 6. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2012_6_33>.

² Радченко, О.В. (2012). Еволюція комунікативних мереж у процесі розвитку політичної взаємодії. *Політологічні записки*, 6. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2012_6_33>.

³ Ларіна, Н.Б. (2013). Міжкультурна комунікація як феномен впливу на відносини суб'єктів владних повноважень державно-адміністративної та політичної діяльності. *Право та державне управління*, 2, 93.

відносини різних соціальних суб'єктів(окремих особистостей, малих і великих соціальних груп)»¹. Таким чином, політико-комунікаційні та політико-технологічні чинники інституалізації патріотизму в суспільстві трансформації формують актуальність цього явища у кожній конкретній країні.

Як вже зазначалося, політичні комунікації в умовах демократичного транзиту мають неусталений характер і неповною мірою відповідають вимогам функціонального призначення і спрямування повідомлень в межах певної аудиторії. Політико-технологічні засади інституалізації політичного патріотизму тісно пов'язані із рівнем апробації тих чи інших технологій управління політико-комунікаційними процесами, а також із загальним станом політичної медіа-сфери. Успішність інституалізації політичного патріотизму залежить від злагодженої співпраці державно-владних гравців політико-комунікаційного простору та громадського середовища. При цьому технологічний компонент просування патріотичного контенту має виключати примус та пропагандистське навіювання й обирати новітні креативні форми представлення меседжів.

Висновки

Таким чином, процеси політичної комунікації в умовах переходу до демократії відзначаються зміною практик формування політичних повідомлень, зміною каналів та змісту політичних повідомлень і самих результатів комунікаційних інтеракцій. На відміну від тоталітарних і авторитарних суспільств, змінюється кількість суб'єктів політичного інформування. Сама логіка політичної комунікації переходить від монологічної до діалогічної та навіть поліфонічної. Як свідчить досвід сучасної України, просування патріотичної політичної позиції в засобах масової інформації та у неформальних практиках політичної комунікації ускладнювалося особливостями соціальної структури перехідного суспільства. Консолідація патріотичних політичних сил відбувалася переважно у період гострих політичних криз, зокрема у період проголошення Незалежності, Помаранчевої Революції та Євромайдану. У цих умовах основним політико-комунікаційним процесом була заявка на реформи і трансляція програмних вимог для всього суспільства. Однак, подальша підтримка реформ та здійснення глибинних змін у суспільстві не здійснювалися. У зв'язку з цим, інституалізація політичного патріотизму в Україні потребує диверсифікації джерел політичної інформації, розвитку каналів просування патріотичного світогляду через соціальні мережі та соціальні медіа на основі самоорганізації та ініціативи громадян. Політико-технологічними підходами до розбудови інститутів політичного патріотизму мають стати реалізація нестандартних сценаріїв політичної комунікації на основі нових, раніше не задіяних, комунікаційних каналів, формування нових інтернет- та медіа-платформ як дискусійних майданчиків. Через них має просуватися до медійного й комунікаційного порядку денного патріотичні цінності та зразки конструктивної патріотичної поведінки громадян. Комунікаційна інституалізація політичного патріотизму в Україні має носити неформальний характер та спиратися на широку мережу громадських активістів. Останні мають будуть діяти узгоджено та постійно наповнювати інформаційний простір повідомленнями, спрямованими на захист національних інтересів, демократичні реформи та захист національної державності. Перспективами подальшої розробки теми, порушеної в даній статті є вивчення динаміки еволюції інституційних форм політичного патріотизму в сучасній Україні.

References:

1. Bebyk, V., Silenko, A., Lola, V. (2007). *Mediamarketynh-2007: politychni komunikatsiyi ta reklama* [Media Marketing 2007: Political Communications and Advertising]. *Aktualni pytannya masovoyi komunikatsiyi* [Actual issues of mass communication], vol. 8, 71-75.
2. Hrachak, T. (2011). *Vzayemodiya bibliotek iz vladnymy strukturamy u sferi politychnoyi komunikatsiyi* [Interaction of libraries with power structures in the field of political communication]. *Naukovi pratsi Natsional'noyi biblioteky Ukrayiny im. V. I. Vernads'koho* [Scientific works of the National Library of Ukraine named after. V.I. Vernadsky], 32, 36-55. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2011_32>.
3. Hrachak T., (2010) *Mistse i rol' informatsiyno-analitychnykh struktur u systemi politychnoyi komunikatsiyi* [The place and role of information and analytical structures in the system of political communication]. *Naukovi pratsi Natsional'noyi biblioteky Ukrayiny im. V. I. Vernads'koho* [Scientific works of the National Library of Ukraine named after. V.I. Vernadsky], 26, 29-44, <http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2010_26_4>.

¹ Ларіна, Н.Б. (2013). Міжкультурна комунікація як феномен впливу на відносини суб'єктів владних повноважень державно-адміністративної та політичної діяльності. *Право та державне управління*, 2, 93.

4. Zaruba O. H., (2010). Sotsiokul'turni komunikatsiyi v systemi politychnoho liderstva [Socio-cultural communications in the system of political leadership]. *Suchasni informatsiyi tekhnolohiyi u sferi bezpeky ta oborony* [Modern information technologies in the field of security and defense] 1, 97.
5. Ivashchuk L., (2011). Sotsial'ni merezhi Internetu v suchasniy politychniy komunikatsiyi [Social networking of Internet in modern political communication]. *Naukovi pratsi Natsional'noyi biblioteky Ukrayiny im. V. I. Vernads'koho*. [Scientific works of the National Library of Ukraine named after. V.I. Vernadsky], 32, 63-70, <http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2011_32_6>.
6. Il'nyts'ka U. V., (2009). Performansna komunikatsiya yak politychna tekhnolohiya ta skladova imidzhevoyi PR-stratehiyi zbroynykh syl [The Performance communication as a political technology and component of the image PR-strategy of the armed forces]. *Viys'kovo-naukovyy visnyk* [Military Scientific Herald], 12, 189-200, <http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnv_2009_12_16>.
7. Kazymyrova I. A., (2011). Komunikatsiyina polityka – komunikatyvna polityka [Communication politics is a communicative politics]. *Terminolohichnyy visnyk* [Terminological Bulletin], 1, <http://nbuv.gov.ua/UJRN/terv_2011_1_26>.
8. Kalynovs'ky Yu. Yu., (2012). Komunikatyvno-dyskursyvna paradyhma u suchasnykh politychnykh doslidzhennyakh [Communicative-discursive paradigm in contemporary political research]. *Suchasne suspil'stvo* [Modern society], 2, 12-18.
9. Kolisnychenko I. V., (2013). Pozytyvna komunikatsiya yak umova politychnoyi paternizatsiyi [Positive communication as a condition of political patterning]. *Aktual'ni problemy polityky* [Actual problems of politics], 50, 46-52, <http://nbuv.gov.ua/UJRN/appol_2013_50_6>.
10. Krasnokuts'ka Yu. S., (2012). Zasoby masovoyi komunikatsiyi u konstruyuvanni politychnoho polya: symvolichnyy ta instyutsional'nyy vymiry [Mass media in the construction of a political field: symbolic and institutional dimensions]. *Suchasne suspil'stvo* [Modern society], 2, 19 – 24.
11. Larina N. B., (2013). Mizhkul'turna komunikatsiya yak fenomen vplyvu na vidnosyny sub"yektiv vladnykh povnovazhen' derzhavno-administratyvnoyi ta politychnoyi diyal'nosti [Intercultural Communication as a Phenomenon of Influence on the Relations of the Subjects of the Authorities of State-Administrative and Political Activities]. *Pravo ta derzhavne upravlinnya* [Law and public administration], 2, 93 – 97, <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ptdu_2013_2_19>.
12. Pashnina T. M., (2013). Movni aspekty politychnoyi komunikatsiyi pid chas viys'kovykh konfliktiv (na osnovi analizu promov Prezydenta SShA Dzhordzha Busha) [Language Aspects of Political Communication during Armed Conflict (based on the analysis of speeches by US President George W. Bush)]. *Visnyk Luhans'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Filolohichni nauky* [The Herald of Taras Shevchenko National University of Lugansk. Philological Sciences], 14(1), 277-282.
13. Radchenko O. V., (2012). Evolyutsiya komunikatyvnykh merezh u protsesi rozvytku politychnoyi vzayemodiyi [Evolution of communication networks in the process of developing of political interaction]. *Politolohichni zapysky* [Political Science Notes], 6, <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2012_6_33>.
14. Stepanov V. Yu., (2011). Derzhava yak osnovnyy sub"yekt systemy masovykh politychnykh komunikatsiy [The state as the main subject of the system of mass political communications]. *Visnyk Kharkivs'koyi derzhavnoyi akademiyi kul'tury* [The Bulletin of the Kharkiv State Academy of Culture], 32, 94-101, <http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2011_32_10>.
15. Walton, Matthew J Political Communication and Transformative Citizenship in Myanmar. <<https://teacircleoxford.com/2017/09/07/political-communication-and-transformative-citizenship-in-myanmar-part-ii/>>.
16. Windeck, Frank Political communication in Sub-Saharan Africa and the role of new media. <http://www.kas.de/wf/doc/kas_19703-544-2-30.pdf?100526130209>.