



The role of communication nets and communication practices in social consolidation: conclusions for Ukraine

Abstract. Means of mass communication impact all the processes which take place in society, and in particular the process of consolidation. These impacts can be different and depend upon many factors. Among them are social media policies; policies of the owners of media resources; peculiarities of a certain continent or country or region; ethnic or racial situations; interest of political elites in reaching consolidation in the society they belong to. The article deals with the examples of the Northern American, Western European and African countries. The analyses based upon three case studies of one of the main American television network CBS; British public broadcaster BBC; and Kenyan Governmental and Communal Radio and Television has proved that media initiatives can have either positive or negative impact concerning consolidation according to the content provided to their listeners and viewers. The author has defined the role of mass media managers and journalists in this process and analysed principles of media policy used by commercial, governmental, communal and public service broadcasting. The results of the research make it possible to draw useful conclusions about the role of mass media, communication nets and communication practices for consolidation of the Ukrainian society, namely the concluding remark that Ukraine should develop its own public service broadcasting bearing in mind the experience of the leading public service broadcasters, especially BBC.

Keywords: Consolidation; Society; Mass Media; Communication Nets; Journalism; USA; Great Britain; Kenya; Ukraine; BBC; CBS

JEL Classification: L82; G14

DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V161-06>

Зернецька О. В.

доктор політичних наук, професор, завідувач відділу глобальних і цивілізаційних процесів, Інститут всесвітньої історії НАН України, Київ, Україна

Роль комунікаційних мереж і практик у консолідації суспільства: висновки для України

Анотація. Засоби масової комунікації впливають на всі процеси, які відбуваються в суспільстві, зокрема і на процеси консолідації. Ці впливи бувають різними та залежать від багатьох чинників: державної політики; політики, якої дотримуються власників медіа-ресурсів; особливостей континенту, країни, регіону; етнічних та расових ситуацій; зацікавленості владних еліт у досягненні консенсусу в суспільстві тощо. У статті розглянуто приклади окремо взятих країн Північної Америки, Європи та Африки. Аналіз CBS, однієї з провідних телевізійних мереж США, британської телерадіомовної корпорації BBC та державного і комунального телерадіомовлення Кенії підтверджують, що медіа-ініціативи можуть мати як негативний, так і позитивний вплив на слухачів та глядачів залежно від контенту, який вони репрезентують, та по-різному сприяти консолідації суспільства. Результати дослідження дають змогу зробити висновки про роль мас-медіа, комунікаційних мереж і практик для консолідації українського суспільства, особливо досвід громадського телерадіомовника Британії BBC.

Ключові слова: консолідація; суспільство; мас-медіа; журналістика; комунікаційні мережі; США; Велика Британія; Кенія; Україна; CBS; BBC.

Зернецкая О. В.

доктор политических наук, профессор, заведующая отделом глобальных и цивилизационных процессов, Институт всемирной истории Национальной Академии наук Украины, Киев, Украина

Роль коммуникационных сетей и практик в консолидации общества: выводы для Украины

Аннотация. Средства массовой коммуникации влияют на все процессы, которые происходят в обществе, в частности и на процессы консолидации. Это влияние бывает разным и зависит от многих факторов: государственной политики; политики, которой придерживаются владельцы медиа ресурсов; особенностей континента, страны, региона, этнических и расовых ситуаций; заинтересованности властных элит в достижении консолидации общества. В статье рассмотрены примеры отдельно взятых стран Северной Америки, Европы и Африки. Анализ CBS, одной из ведущих телевизионных сетей США, британской телерадиовещательной корпорации BBC, государственного и коммунального телерадиовещания Кении подтверждают то, что медиа-инициативы могут иметь как негативное, так и позитивное влияние на слушателей и зрителей в зависимости от контента, который предлагается ими для того, чтобы консолидировать общество. Результаты исследования дают возможность сделать выводы о роли масс-медиа, коммуникационных сетей и коммуникационных практик для консолидации украинского общества, в частности опыт общественного телерадиовещателя Британии BBC.

Ключевые слова: консолидация; общество; масс-медиа; журналистика; коммуникационные сети; США; Великобритания; Кения; Украина; CBS; BBC.

1. Постановка проблеми

У різних країнах світу процеси консолідації суспільства реалізуються різними засобами. Зокрема, велику роль у таких процесах відіграють комунікаційні мережі та практики. Це відбувається з різною ефективністю із задіянням традиційних (радіо, телебачення) та нових

(Інтернет і соціальні медіа тощо) інструментів. На процеси консолідації суспільства впливають неоднакові фактори, починаючи від кількості охопленої засобами масової комунікації аудиторії, якості самого комунікаційного процесу, й закінчуючи довірою слухачів і глядачів. Ми проаналізували досвід кількох країн щодо використання

ними мас-медіа для консолідації суспільства. У процесі дослідження постала проблема понятійного різноманіття, яке властиве англійській мові стосовно усталеного в українській мові словосполучення «консолідація суспільства».

2. Аналіз останніх досліджень і публікацій

У науковій літературі та життєвій практиці поняття «консолідація» (consolidation) використовується передусім в економіці, потім у природничих науках і медицині й зрідка у соціальних науках. Підтвердження цьому можна знайти не тільки в таких словниках, як Оксфордський, Кембриджський, Мерріам-Уебстер, але й у наукових публікаціях [1–4]. Для позначення консолідації в тому розумінні, в якому це поняття вживається в сучасній українській соціально-політичній науковій думці, тобто «зміцнення єдності суспільства», в англійській мові маємо такі відповідники: «consensus», «strengthening», «stabilisation», «integration» («консенсус», «зміцнення», «стабілізація», «інтеграція»), а також словосполучення «forging a consensus», «consensus-building», «peaceful coexistence», «peace-keeping» («формування консенсусу», «побудова консенсусу», «мирне співіснування», «підтримка миру»). Процес інтеграції в суспільстві та його складових, вживаючи саме такі слова та словосполучення, висвітлювали американські та британські науковці А. Коулсон (Coulson) [5], П. Скеррі (Skerry) [6], В. Л. Волл (Wall, 2008) [7], Е. Гіббонс (Gibbons) [8], Р. Л. Россінов (Rossinov, 2008) [9], Л. Саскінд (Susskind) [10], М. Т. Вотерс та М. Дж. Піно (Waters, Pineau, 2015) [11]. Цю ж термінологію можна бачити й у документах провідних американських вищих навчальних закладів, зокрема Массачусетського технологічного інституту [12], громадських організацій [13] та міжнародних організацій під егідою ООН [14]. Ми дослідили західний і східний погляди на поняття «мирне співіснування». Приблизником західного погляду є американський вчений Дж. Кеннан (Kennan) [15], а східного – представники ряду країн Азії та Африки. Це й науковці С. Креко (Cresco, 2012) [16], Б. К. Малаквен (Malakwen, 2014) [17], і перші особи держав, наприклад, прем'єр-міністр КНР Сі Дзиньпін (Jinping) [18] та міністр оборони Індії Прахад Мукерджи (Mukherjee) [19]. Зарубіжних наукових праць, які б були повністю або частково присвячені ролі традиційних і нових медіа у процесі консолідації суспільства, виявилось небагато [16–17; 20].

3. Мета дослідження полягає у виявленні того, якою мірою засоби масової комунікації можуть сприяти консолідації суспільства на початку 21-го століття й дослідження того, який вплив (позитивний чи негативний) мають комунікаційні мережі та практики на процеси консолідації.

4. Результати дослідження

Мас-медіа – могутнє знаряддя комунікації членів суспільства. Колись цілий етап розвитку масової комунікаційної науки був присвячений вивченню ефектів медіа. Це відбувалося у 1960–1970-их роках. Ця теорія набула особливого поширення у Сполучених Штатах Америки. Потім на зміну їй прийшли інші теорії, у яких доводилося те, що ефекти медіа може й існують, але вони не є всеосяжними та прямими. Було зроблено висновки, що не кожен американець, який подивився по телебаченню декілька кривавих бойовиків упродовж одного тижня, наступного тижня вийде на вулицю зі зброєю в руках і почне стріляти. Але комунікаційна наука, яка зародилася у 1920-х роках, ще дуже молода. Досі ніхто не вивчав довготривалих ефектів медіа, не встановлював, у який спосіб усе побачене на екранах потягом років і десятиріч відкладається і трансформується у свідомості та підсвідомості людини. Можна припустити, що існують і пролонговані ефекти медіа, результати дії яких можуть активізуватися за особливих обставин. Наприклад, коли ментальні картини, які відкладені у пам'яті особистості, збігаються із соціальною реальністю, яка оточує людину. Треба обережно та вдумливо поширювати контент через засоби масової комунікації та комунікаційні мережі. Жахи й насилля, які протягом десятиліть впливають на підсвідомість глядачів, можуть дати страшні й неочіку-

вані ефекти в той момент, коли соціальна ситуація в суспільстві стає більш напруженою, неоднозначною, контроверсійною. Тут можуть бути задіяні різні фактори: економічні (реcesія і безробіття), соціальні (напруга та розбрат у суспільстві), природні (спека, пожежі, торнадо, повені тощо). Збіг декількох факторів тільки збільшує ймовірність прояву негативних явищ у житті соціуму та окремого індивідуума, що може вплинути на життя громадян.

Наведемо приклад безвідповідального ставлення керівництва CBS, одного з національних телевізійних каналів США, до випуску в ефір контенту, що міг стати поштовхом до розпалення загальнонаціональної міжрасової ворожнечі.

З 2000 року на американському національному каналі CBS демонструвалося реаліті-шоу з назвою «Той, хто залишився живим» (Survivor). На теренах СНД майже в той самий час протягом декількох сезонів показували клон цього шоу під назвою «Останній герой». Нагадаємо, що відібрані учасники шоу поділялися на племена, які виборювали, долаючи різні перешкоди, головний приз, який становив велику суму грошей. Нагороду отримував останній гравець, який «вижив і переміг» у цьому шоу.

На той час шоу було дуже популярним, мало високі рейтинги. Для того, щоб протриматись на такому рівні, продюсери кожен сезон вносили в сюжет нові «родзинки». Тож вони вирішили, що в сезоні 2006 року в програмі «Той, хто залишився живим: острови Кука» племена будуть сформовані за расовими та етнічними принципами. Новий формат цього реаліті-шоу зазнав критики з боку політиків і лідерів міста Нью-Йорк, де розташована компанія CBS. Національний мультикультурний інститут (National Multicultural Institute – NMCII) додав свій голос до всезростаючого числа організацій, які засуджували наміри випустити в ефір програму «Той, хто залишився живим: острови Кука», оскільки він мав великі побоювання щодо соціального впливу цього шоу. Проте керівництво CBS дало «зелене світло» продюсеру Марку Бернетту нацьковувати афроамериканців, американців азіяського походження, білих американців та латиноамериканців один на одного. Бернетт назвав це «соціальним експериментом». У відповідь на спробу виправдання шоу Бернеттом і CBS, виконавчий директор NMCII Вендалін К. Крайдер заявила таке: «Соціальний експеримент, який проводиться нині, через десятиріччя після зречення сегрегації, оформленого спеціальним законом, впливає на життя мільйонів у Сполучених Штатах і в усьому світі. У час, коли світ просякнутий расовими, етнічними та релігійними конфліктами, ця програма піднімає на поверхню стереотипи й упередженості. Неприпустимо, що компанія CBS звернулася до них почуттів, сприяючи та роздмухуючи протистояння «ми» та «вони», роблячи це заради розваги. Програма тільки посилить расові й етнічне напруження в суспільстві. Випустивши в ефір цю серію, CBS продемонструє, що вона не відповідає тим професійним стандартам, які повинна мати компанія, що отримала у свою власність публічне надбання – ефір, а тому має продукувати гідні програми, які відповідають вимогам якості та різноманіття» [20].

Підсумком стало ігнорування як продюсером цього реаліті-шоу, так і компанією CBS, протестів громадськості, науковців, представників міської мерії, політиків та церковних ієрархів. Можна припустити, що керівництво CBS навіть розраховувало на підвищення й без того високих рейтингів шоу, оскільки напередодні його показу відбулися суспільні протести. Американський журнал «Advertising Age» («Ера реклами») зазначив, що ціни на рекламу, яка розміщувалась у реаліті-шоу, була серед найвищих на американському телебаченні. Так, у попередньому сезоні 30 секунд реклами в шоу «Той, хто залишився живим: Гватемала» було оцінено у 351 тис. доларів США. Щодо рекламодавців, чії продукти вдало інтегровані у шоу, то ті зазвичай сплачують набагато більше грошей, порівняно із наведеною сумою [21].

Більше того, у створеній в Голівуді комедійній програмі «Mad TV» (назву можна перекласти як «Божевільне телебачення»), дистрибутором якої виступала компанія Warner Brothers, і яка демонструвалася телевізійною мережею Fox [23] у вересні того ж 2006 року, тобто паралельно з виходом в ефір реаліті-шоу «Той, хто залишився живим: острови Кука», у першому ж епізоді було зроблено пародію на це реаліті-шоу. До пародії включено моменти, коли білим учасникам змагання умови значно полегшуються. Наприклад, коли йде змагання з плавання, білим учасникам дозволяють користуватися каное. Коли ж треба розвести вогонь, білі учасники мають спорядження, яке складається з бензину та DVD про те, як розпалити багаття, натомість латиноамериканські учасники отримують кремений, учасники азійського походження отримують сірник, тоді як афроамериканським учасникам дають (!) склянку води [22].

З роками цей прикрий інцидент повинен був канути в Лету. Проте в грудні 2012-го року реаліті-шоу «Той, хто залишився живим: острови Кука» вийшло на DVD, яке можна придбати винятково через Amazon.com. Кому потрібно реанімувати та поширювати старе реаліті-шоу з расистськими мотивами? Невже до цього спонукала тільки гонитва за прибутком? Може, й так. Проте в липні 2016 року в США відбулися серії вбивств, у яких чітко простежується мотив протистояння між білими американськими поліцейськими та афроамериканцями. 5-го липня 2016 року в місті Батон-Руж поліцейськими був смертельно поранений 37-мирічний Елтон Стерлінг, наслідком чого стали акції протесту по всій території США. 8-го липня 2016 року під час маніфестації на захист прав афроамериканців у Далласі американський резервист Мік Джонсон застрелив п'ятьох і поранив сімох поліцейських. За версією слідства, він хотів помститися за агресію білих проти афроамериканців. Напруження в США зростає. Тому президент Барак Обама у своєму щотижневому зверненні до нації під назвою «Будьмо разом, аби знайти рішення» від 16-го липня 2016 р. зазначив, що «потрібно зосередитися на словах і справах, які об'єднують нашу країну, а не посилюють розбрат», «неухильно просуваються до консенсусу» та підкреслив, що «закон розповсюджується на кожного однаковою мірою» [23]. Чи надало негативного імпульсу реаліті-шоу «Той, хто залишився живим: острови Кука» кривавим расовим зіткненням у Сполучених Штатах Америки влітку 2016-го року, достеменно не відповість ніхто. Але те, що ця програма впливала на свідомість і підсвідомість громадян США, збуджувала расистські настрої — безсумнівно.

Громадське телерадіомовлення Великої Британії, яке уособлює BBC (British Broadcasting Corporation), може бути взірцем того, як втілюються ідеї демократії в засобах масової комунікації, які мають на меті служити своєму народові. Корпорація BBC була заснована у 1922 році як перше в світі громадське радіомовлення. З 1937 року ця корпорація пропонує телевізійне мовлення. BBC існує на кошти від ліцензійної плати, отримані від усіх власників радіо та телеприймачів у Сполученому Королівстві. Ця плата є чітко унормованою. Так, відповідно до останньої Хартії BBC, вона залишалася незмінною впродовж 2007—2016 років. «Усі британці впевнені, що BBC — це громадське добро, громадське благо й громадське надбання. Ось чому плюралістичність, якість та різноманітність повинні бути підтримані й в еру цифрових технологій», — про це заявила нова громадська організація Великої Британії — Citizens' Coalition for Public Service Broadcasting (Коаліція громадян за громадське телерадіомовлення), заснована в 2010 р.

Висока якість програм BBC — один із засобів для підтримки демократичної, різноманітної та інклюзивної культури. Ось чому Коаліція громадян за громадське телерадіомовлення підтримує націленість BBC на ідею «Якість насамперед» (Putting Quality First), що реалізується за такими цільовими секторами:

- краща в світі журналістика;
- надихаючі знання, музика й культура;
- амбітні британські драми й комедії;
- найліпший контент для дітей;
- події, які згуртовують спільноти та всю націю.

У контексті нашої розвідки особливо важливим є останній сектор. Коаліція громадян за громадське телерадіомовлення в Великобританії зазначає: «Ми думаємо, що BBC повинно регулярно переглядати своє розуміння значення подій національної ваги, національного значення, беручи до уваги різноманітність британських культур, і, відповідно, особливі інтереси глядачів Шотландії, Уельсу та Північної Ірландії, так само, як і різних англійських регіонів» [24]. Слід наголосити, що й для України не менш важливо використовувати засоби телерадіомовлення, якими можна консолідувати націю, адже це питання надзвичайної соціально-політичної ваги.

Маємо підстави відзначити, що громадське телерадіомовлення Великої Британії є взірцем. Воно дає про високу якість своїх програм і їх поширення на різноманітних платформах, використовуючи різні форми та практики для консолідації британського суспільства, як це зазначено в стратегії BBC «Якість на першому місці» [25].

Проте далеко не в усіх країнах світу ситуація подібна до британської. Розглядаючи приклад Африки, ми бачимо, що там багато держав перебувають у кризовому стані, а в деяких із них точаться воєнні конфлікти. У цих країнах засоби масової комунікації використовуються передусім для того, щоб висвітлювати проблематику. Окрім цього, ЗМІ на африканському континенті не є настільки розвиненими, як у тих країнах, про які йшлося вище. Радіо й телебачення, наприклад, у Кенії, часто використовується для нагнітання й загострення конфліктних ситуацій, даючи незбалансовану, суб'єктивну інформацію, яка відбиває інтереси тільки однієї з ворогуючих сторін.

Як пише кенійський дослідник Б. К. Малаквен, «в ідеалі від медіа очікують переважання збалансованості над упередженістю та спілкування над конфронтацією, особливо в такому мультиетнічному, мультирелігійному, гетерогенному суспільстві, як Кенія» [17]. Б. К. Малаквен упевнений, що, висвітлюючи конфлікти в медіа, журналісти повинні подавати їх такими, якими вони є. Це їхній обов'язок, оскільки висвітлювати конфлікти у повному обсязі — це один із шляхів спонукати націю осягнути, скільки ще слабких сторін існує в суспільстві та яких зусиль треба докласти для виходу із такої ситуації. Спираючись на своє розуміння висвітлення конфліктів, дослідник обстоє думку, що жодна із сторін конфлікту не може бути прихована. Для цього журналісти повинні добре знати ситуацію в Кенії, розуміти багато факторів, які впливають на публічний дискурс у цій країні. Це й дискримінація, яка може давати знати про себе через трайбалізм та політику, й централізація влади, яка в свою чергу робить малоефективним процес побудови миру засобами медіа. Інший фактор — це слабкі місцеві уряди, які викликають невдоволення більшості сільського населення. Ще одним фактором є безробіття та хибний розподіл багатства. Тому під час різних діалогів у засобах масової комунікації на тему етнічних взаємин журналісти повинні бути уважними, щоб не стати прибічниками однієї зі сторін діалогу. Медіа повинні попереджати й перешкоджати циркуляції упереджених чуток, «гасити» їх медійними за способами [17]. Медіа, як зауважує К. Редді, «повинні тримати пальці на пульсі народу, тому що вони мають обов'язок не піддавати небезпеці й не шкодити процвітанню суспільства» [26]. В інтонації дослідника відчувається гіркота, коли він зазначає: «Конфлікти добре продаються; спільна робота чи процес вирішення конфлікту — ні». [26].

Саме завдяки такому підходу місцеві та міжнародні медіа мають явну або приховану тенденцію до драматизації конфліктів, концентруючи увагу на несумисності сторін конфлікту; на жорстоких та загрозливих актах та результатах конфліктів у форматі «виграв або програв». Більше того, у значній кількості новинних медіа

тільки тоді звертають увагу на конфлікти, коли вони знаходяться у стадії високого публічного інтересу. Це такі фази, як драматична ескалація конфліктів, надзвичайно жорсткі інциденти, підписання мирних договорів та інші події, які вважаються особливо важливими для новин. Більшість західних журналістів скептично дивиться на рекомендації щодо висвітлення передконфліктних ситуацій або намагання діяти так, аби конфлікт вщух. Тут можуть прийти на допомогу неурядові медіа-організації та медиатори, наприклад, Internews; Center for Conflict Resolution in South Kenya; Search for Common Ground, які намагаються довести західним журналістам і представникам медійних організацій, що висвітлення доконфліктної напруженості також може бути концептом і товаром, який знайде свій попит на інформаційному ринку.

5. Висновки

Можна зробити такі висновки для України щодо ролі комунікаційних мереж і практик у консолідації суспільства:

1. Традиційні й нові засоби масової комунікації є сильними та дієвими засобами впливу на життя суспільства, причому впливу як позитивного, так і негативного.

2. В Україні виконання законів і регулятивних норм є слабким, що не консолідує українське суспільство. Не виконуються, наприклад, заборона на рекламу спиртних напоїв, не враховуються закони щодо української мови та програм, виробниками яких є українські творці.

3. На медіа-систему кожної держави впливає загальна соціально-політична ситуація в суспільстві. Як зазна-

чалося у випадку з Кенією, корупція, конфлікти між окремими регіонами, безробіття, слабка місцева влада, міжетнічні суперечки негативно впливають як на підтримання миру в країні, так і на консолідацію суспільства. Соціально-політичний клімат у державі великою мірою або сприяє його консолідації, або зводить нанівець більшість миротворчих і консолідуючих заходів, до яких вдаються національні мас-медіа.

4. Громадське телерадіомовлення з якісним контентом і новими мультимедійними додатками сприяє консолідації суспільства. Також, це єдиний тип медіа-власності, де теза про консолідацію суспільства записана серед найважливіших завдань та неухильно виконується (як це було розглянуто нами на прикладі ВВС). У комерційному ж та державному телерадіомовленні переважають інші пріоритети: партійна або урядова залежність, комерційний зиск (приклад CBS, Warner Brothers та Fox), залежність від власника, не кажучи вже про те, що вони не завжди дослухаються до голосу громад, суспільної думки, часто подають новини однобічно, висвітлюють події суб'єктивно, працюють не для всіх верств населення, виділяючи окрему вікову або соціальну категорію, що не сприяє консенсусу в суспільстві (приклад ЗМІ Кенії).

7. Все це підводить до висновку, що в Україні потрібно ефективно розвивати громадське (або як його назвали – суспільне) телерадіомовлення, спираючись на досвід провідних громадських телерадіомовних корпорацій світу, і насамперед громадського телерадіомовника Британії ВВС.

References

- Cambridge Dictionary (2016). *Consolidation*. Retrieved from <http://www.dictionary.cambridge.org>
- Oxford Dictionary (2016). *Consolidation*. Retrieved from <http://www.oxforddictionaries.com>
- Merriam-Webster Dictionary (2016). *Consolidation*. Retrieved from <http://www.merriam-webster.com>
- Deans, G. K., Kroeger, F., & Zeisel, S. (2012). *The Consolidation Curve*. Harvard Business Review.
- Coulson, A. (2007). *School District Consolidation, Size and Spending: an Evaluation*. Michigan, Midland: by the Mackinac Center for Public Policy. Retrieved from <http://www.mackinac.org/8530>
- Skerry, P. (2013). *Forging Consensus on Immigration*. Progressive Policy Institute. Retrieved from http://www.progressivepolicy.org/wp-content/uploads/2013/03/03.2013_Skerry_Forging-Congensus-on-Immigration.pdf
- Wall, W. L. (2008). *Inventing the «American Way»: The Politics of Consensus from the New Deal to the Civil Rights Movement*. Oxford: Oxford University Press.
- Gibbons, E. F. (1992). *Forging Consensus: The Western Alliance and the Invasion of Kuwait*. Washington: Pew Charitable Trusts. Retrieved from <http://isd-georgetown-university.myshopify.com/products/forging-consensus-the-western-alliance-and-the-invasion-of-kuwait>
- Rossinov, D. (2008). *Forging Consensus*. *Reviews in American History*, 36(3), 439- 445. Retrieved from https://www.jstor.org/stable/40210946?seq=1#page_scan_tab_contents
- Susskind, L. (2009). *The Consensus Building Approach*. Massachusetts Institute of Technology. Retrieved from <https://lawrencesusskind.mit.edu/consensus-building-approach-cba>
- Waters, M. C., & Pineau, M. G. (2015). *The Integration of Immigrants into American Society*. New York : National Research Council.
- Massachusetts Institute of Technology (2016). *A Short guide of Consensus Building*. Retrieved from http://web.mit.edu/publicdisputes/practice/cbh_ch1.html
- CPPI (2016). *It's About Strengthening Families*. Retrieved from <http://www.cpqi.org>
- UNDP in Iraq (2015). *Stabilization*. Retrieved from <http://www.iq.undp.org/content/iraq/en/home/ourwork/Stabilization.html>
- Kennan, G. (1960). Peaceful Coexistence. A Western View. *Foreign Affairs* 38(2) 171-190. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/20029411>
- Creco, C. (2012). *Building a Culture of Peace in Kenya*. Nairobi: Myner Logistics.
- Malakwen, B. K. (2014). Media Initiatives and the Promotion of Peaceful Coexistence among Communities in Kenya. *International Journal of Humanities and Social Science*, 4(11), 101-111. Retrieved from <http://www.ijhssnet.com/journal/index/2776>
- Jinping, Xi (2014). *Carry Forward the Five Principles of Peaceful Coexistence to Build a Better World through Win-Win Cooperation*. Retrieved from http://www.china.org.cn/world/2014-07/07/content_32876905.htm
- Mukherjee, P. (2006). *India is a Model of Peaceful Co-existence*. Retrieved from <http://www.rediff.com/news/2006/sep/25pranab.htm>
- US Newswire (2006, September 11). *The National Multicultural Institute Denounces CBS's Refusal to Cancel «Survivor: Cook Islands»*. Retrieved from <http://www.wdrb.com/story/5392138/the-national-multicultural-institute-denounces-cbs-refusal-to-cancel-survivor-cook-islands>
- Lawrence, R. P. (2006, September 11). *Advertisers Vote to Get Off «Survivor» After Racial-Split Ploy*. San Diego Union Tribune.
- Mad TV* (2006). Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Mad_TV
- B. Obama (2016, July 16). *President's Weekly Address: Coming Together to Find Solution*. YouTube. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=DLJOf_TO5us
- Citizens' Coalition for Public Service Broadcasting* (2016). Retrieved from <http://publicservicebroadcasting.net>
- The BBC's Strategy (2010). *Putting Quality First*. Retrieved from http://www.bbc.co.uk/bbctrust/our_work/strategy/putting_quality_first.html
- Reddy, K. J. (2002, April 6). *Present Turmoil Godhra and After: Role of Media*. Inaugural Function of Indian First Foundation.

Стаття надійшла до редакції 31.08.2016

Шановні колеги!
Публікація статей у науковому журналі
«Економічний часопис-XXI» – це вихід у міжнародний
науковий простір і перспектива
Вашого кар'єрного росту!
<http://soskin.info/ea/>