

**Федорів Т.В.,**

доктор наук з державного управління,

доцент кафедри державного управління і менеджменту НАДУ

## **Проблеми комунікації виконавчої влади із суспільством**

У статті подано теоретико-методологічне обґрунтування державно-управлінського аспекту діалогової взаємодії органів виконавчої влади із громадянами на основі моделі симетричної комунікації; досліджено основні проблеми цієї взаємодії та шляхи їх розв'язання.

*Ключові слова:* органи виконавчої влади, публічна сфера, деліберація, діалог, консенсус, симетрична комунікація, маркетинг взаємин.

### **Fedoriv T.V. The Problems of Communication of Public Authorities and the Society**

The abstract presents the theoretical and methodological basis of public-management aspects of public authorities and citizens dialogue interaction based on symmetrical communication model, explores the main problems of this interaction and the ways of its solution.

*Key words:* public authorities, public sphere, deliberation, dialogue, consensus, symmetrical model of communication, relationship marketing.

### **Федорив Т.В. Проблемы коммуникации исполнительной власти и общества**

В статье представлено теоретико-методологическое обоснование государственно-управленческого аспекта диалогового взаимодействия органов исполнительной власти с гражданами на основе модели симметричной коммуникации; исследованы основные проблемы этого взаимодействия и пути их решения.

*Ключевые слова:* органы исполнительной власти, публичная сфера, делиберация, диалог, консенсус, симметричная коммуникация, маркетинг отношений.

*Постановка проблеми.* Розв'язання проблем, пов'язаних із комунікацією виконавчої влади і суспільства, забезпечується гармонійним поєднанням реалізації політичного, правового та організаційного механізмів управління цим процесом. Діалогові форми взаємодії органів виконавчої влади із суспільством проводяться і у формі публічного громадського обговорення (конференції, форуми, громадські слухання, круглі столи, збори, зустрічі з громадськістю; теле- або радіодебати, інтернет-конференції, електронні консультації, тобто у безпосередній формі), і через вивчення та аналіз громадської думки. Якщо в нормативній площині, яка стосується вдосконалення існуючих стандартів і процедур, на основі яких органи виконавчої влади будують комунікативну взаємодію, гарантована чинним законодавством [9–13], то політичний механізм, який мав би формувати готовність держави та громадян нести взаємну відповідальність за підготовку та втілення державно-управлінських рішень все ж вимагає пошуку шляхів його вдосконалення.

Проблемні питання є і в комунікативній площині. Так, з одного боку, органи виконавчої влади демонструють незацікавленість у діалозі та консультуванні з громадянами, підходять до цього формально; часто в органах виконавчої влади бракує фахівців для організації процесу комунікації. З другого боку, інституції громадянського суспільства та окремі громадяни мають низьку поінформованість про діяльність органів виконавчої влади та про свій власний вплив на рішення, що ними розробляються. Аналіз практики звітування органів виконавчої влади про проведені консультації з громадськістю свідчить, що значну частину з цих заходів становлять прес-конференції та заходи, які не передбачають отримання зворотного зв'язку з громадськістю. Найменш поширеними методами здійснення консультацій із

громадськістю і на центральному, і на регіональному рівнях є вивчення громадської думки – лише 2 та 4% випадків відповідно [20].

Отже, найскладнішою та найсуперечливішою є ситуація з розумінням органами виконавчої влади та громадянами своєї взаємозалежності, а відтак – необхідності спільної роботи над формуванням та реалізацією державної політики, що й зумовлює **актуальність** статті. Тому компетентною відповіддю на потребу вдосконалити процес комунікації виконавчої влади із суспільством є методологічні можливості надбань комунікативної філософії та теорії комунікації, спрямованої на зміну парадигми мислення – від монологічної до діалогової та побудову публічного деліберативного процесу.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Якщо звернутись до “матриці” праць з проблем комунікації виконавчої влади з громадянами: цінності–судження–технології, то стає очевидним, що природа цих досліджень є міждисциплінарною і лежить на перетині політичної філософії, соціології, теорії комунікації та державного управління. Першими вітчизняними дослідженнями основних понять та принципів сучасної філософії комунікації стали праці Л.Ситниченко [23; 24] та А.Єрмоленка [7; 8]. Слід також відзначити праці А.Колодій, присвячені дослідженням громадянського суспільства та процесу деліберації [15; 16] та О.Крутій, яка провела аналіз філософських і соціально-філософських засад діалогу як методологічної основи діалогової взаємодії влади і суспільства [17], а також праці Н.Дніпренко щодо технологій стратегічного інформування виконавчої влади [6], Н.Діденко [5] та ін.

Філософські засади процесу деліберації, передовсім, пов'язані з іменем німецького філософа Юргена Габермаса. Завдяки його працям [2; 3] сформувалась ціла низка теоретичних підходів у галузі публічного управління, що пов'язані з відносинами органів державної влади і суспільства. З огляду на дослідження проблеми формування соціокультурної компетентності державних службовців, значущими є його ідеї про так зване дискурсне спілкування, яке він характеризує як вільне і консенсусне. Продуктивну силу комунікації Ю.Габермас бачить в ідеальній комунікативній моделі, яка здійснюється у разі дотримання таких умов: участь у дискурсі відкрита для будь-якого здатного до комунікації суб'єкта за його повної рівноправності з усіма іншими учасниками; у процесі комунікації заборонено здійснювати будь-який примус з метою досягнення згоди; учасники діалогу мають право діяти лише на підставах досягнення кооперативної й аргументованої згоди; учасники діалогу визнають взаємні домагання; під час комунікації сторони піддають свої позиції взаємній інтерпретації, критиці, уточнюють, приймають або відкидають їх. На думку Ю.Габермаса, дотримуватись цих правил можливо за умови переходу суспільства від ліберально-ринкової політичної практики до політики іншого типу – “деліберативної політики”. Зміст її у формуванні нової комунікативної моделі, притаманної громадянському суспільству, яке всі проблеми розв'язує методом відкритої публічної дискусії, спрямованої на досягнення згоди. Для практики громадянського самовизначення, на його погляд, концептуальним має стати не ринок, а діалог. Сучасний стан публічної сфери Ю.Габермас називає “рефеодалізацією”, де знову немає чіткої межі між публічним і приватним. Публічна сфера все більше стає схожою на політичний театр, де глядачам пропонують наперед зважені й зручні для осмислення варіанти дійсності. Громадяни при цьому є не більше, ніж споживачами, а політики стають зірками шоу-бізнесу.

Попри те, що багато теоретичних позицій з наукової спадщини Ю.Габермаса з позицій практики є утопічними, саме Габермасова етика дискурсу та теорія комунікативної дії справила значний вплив на подальші розробки, пов'язані з діалоговою комунікацією. Так, за Дж.Кіном, публічна сфера – це та “галузь соціального життя, у якій формується громадська думка, що виконує функцію критики і контролю щодо держави” [14].

У пізніших працях було визнано, що зниження соціальної довіри призводить до нестабільності публічної сфери, отже – виникає потреба в альтернативних публічних сферах. За Ч.Тейлором, публічна сфера – одна з ключових соціальних уявних реальностей (*social imaginaries*), тобто таких колективних форм розуміння соціальної дійсності, яка міститься в побутовій свідомості людей [34]. Ці уявні реальності мають велику силу, оскільки їх поділяють великі соціальні групи, вони визначають соціальні норми і практики та мають “соціальну легітимність”. Водночас зростання комунікативної складової суспільного життя змінює “політику впливу” на “політику деліберації”.

Найбільш очевидною альтернативною публічною сферою стають засоби масової комунікації. Так, Д.Макквейл визначає її як “концептуальний “простір”, що існує в суспільстві за межами безпосереднього кола приватного життя, стін інститутів і організацій, що входять до неї та мають свої (хоча іноді й суспільні) цілі. У цьому просторі існує можливість для громадського об'єднання та обговорення ... Медіа нині, імовірно, є ключовим інститутом публічної сфери, і її “якість” залежить від якості ЗМК” [30]. Таким чином, лише залучення суспільства до політичної дискусії, його рівноправність у деліберативному процесі може протистояти дисбалансу як з боку органів влади, так і з боку громадськості.

*Невирішені раніше частини загальної проблеми.* Публічний політичний простір є одним із фундаментальних соціальних механізмів у сучасних суспільствах, що створює величезні можливості для різних медіумів, які спрямовують суспільну дискусію в те чи інше річище. Діалогова комунікація, що спрямована на пошук інтересів різних соціальних груп та досягнення консенсусу, визначає якість соціальних відносин. Проблеми комунікації органів виконавчої влади із суспільством, по суті, лежать у площині подолання вже звичного маніпулятивного процесу, який лише формує між владою і громадянами взаємні упередження та міфи, та переходу до ціннісної комунікації, покликаної артикулювати творення суспільних цінностей. Як вважає російський філософ О.Назарчук, “концепція деліберативної політики ґрунтується на інтуїції публічності, де на противагу ліберальній доктрині, метою і сенсом *politicum* є не задоволення інтересів всіх і кожного, а модель, орієнтована на “форум”, де через спільність роздумів громадян виробляються уявлення про те, що саме становить благо для усіх” [19]. Таким чином, нормативна модель деліберативної політики як практична настанова є своєрідним полем дискусії про те, як нам жити разом, тоді як ліберальна доктрина тяжіє до інструментальності.

Механізмом реалізації цієї моделі є концепція Ю.Габермаса, яка описує процедуру таких “переговорів” та встановлює внутрішній зв'язок між переговорами, дискурсами саморозуміння і справедливості, обґрунтовує припущення, що за таких умов досягаються розумні й відтак чесні результати” [2]. Якщо йти вслід за Ю.Габермасом, деліберативна політика (від англ. *deliberate* – обговорювати, дискутувати) є ідеальною процедурою ухвалення рішень в політичних інститутах, укоріненою в інтуїтивному ідеалі демократичної асоціації, у якому виправдання

правил і умов асоціації відбувається за посередництвом публічного аргументу і рефлексії між рівними громадянами.

Цікавими з цього погляду є думки відомого сучасного філософа О.Гьофе, який намагається дати теоретичні відповіді на питання про здатність держави вирішувати актуальні соціально-правові колізії сучасності, дотримуючись критеріїв захисту прав людини та демократії. Так, він вважає, що завдяки розширенню своїх інструментів сучасна держава може отримати нові позитивні якості. Наприклад, зростає її “чуйність”, тобто готовність та здатність швидше реагувати на потреби та інтереси; можливо, з часом вона, навіть, стане “рефлексивною” державою [4]. І хоч ці зміни не настільки сильні, щоб зробити застарілими традиційні завдання легітимації, влада стає чутливішою до інтересів, саморефлексивною та прихильною до субсидіарності. О.Гьофе вважає, що публічна влада, яка ухвалює рішення, легітимна не через власну милість; “легітимація – наслідок універсальної здатності давати згоду, яка, у свою чергу, доступна всім, кого вона стосується, лише за вигідних умов (...), зацікавлені особи, затвердивши публічну владу, насправді підкоряються їй” [4]. У легітимаційній ієрархії, на думку О.Гьофе, зверху перебуває народ, у авторитарній – вищий прояв влади – це держава. Тому замість двох протилежних ієрархій краще говорити про колообіг, який починається з народу, далі проходить через парламент, уряд, управління і закінчується народом; державна влада залежить тепер не тільки від повноважень, а й від того, як реалізується суспільне благо.

Отже, *мета* статті полягає в теоретико-методологічному обґрунтуванні державно-управлінського аспекту діалогової взаємодії органів виконавчої влади із громадянами на основі моделі симетричної комунікації; дослідження основних проблем цієї взаємодії та шляхів їх розв’язання.

*Виклад основного матеріалу.* Комунікативна взаємодія, продукована органами виконавчої влади, позначає перехід від імпліцитних намірів до експліцитних, фактично, є актом легітимізації дій, рішень, намірів. Мовлення відтворює дійсність. Так, видатний лінгвіст Е.Бенвеніст тлумачить це буквально: той, хто говорить, своїм мовленням “воскрешає” подію і свій пов’язаний з нею досвід; той, хто слухає, сприймає спочатку мовлення, а через нього – відтворювану подію [1]. У впровадженні державно-управлінських рішень процес взаємного впливу заінтересованих сторін і суб’єктів, які приймають рішення, є постійним. Характерно, що досягнути цього за допомогою традиційних способів – інформування, “спіну” чи пропаганди (у рамках односторонніх моделей комунікації) вже неможливо: якщо традиційно комунікація влади виконувала, так би мовити, “консервативну” роль, відстоюючи та пропагуючи політичний вибір, нині вона має набути ознак комунікації, спрямованої на досягнення суспільного ідеалу, принаймні, визначення його пріоритетних напрямів шляхом переговорів.

Оскільки “політична влада працює через смисли” [Corner, 2007], то обмін думками на основі діалогових форм комунікації (консультування, переговори, залучення громадськості), на нашу думку, є значно продуктивнішим хоча б тому, що робить цей процес прозорішим та унеможлиблює тиск і шантаж з боку всіх сторін цього процесу. За слушним висловом американського дослідника Л.Саскінда, цей варіант є варіантом “взаємної вигоди”, або консенсусу [33]. Оскільки вироблення консенсусу є процесом ухвалення колегіальних рішень не шляхом голосування, коли перемагає думка більшості, а шляхом узгодження позицій і пошуку формулювань, прийнятних для всіх сторін, які беруть участь в обговоренні, доцільним тут буде

вжити принцип узгодження позицій через узгодження інтересів та прийняття цінностей сторін. До інших принципів слід віднести: симетричність (рівність суб'єктів комунікації, незалежно від статусу кожного з них); довіру; автономію (право на власну думку та претензія на значущість цієї думки, незалежно від статусу кожної зі сторін); ненасильницький підхід (*nonviolence*); емпатію (уміння себе поставити на місце іншого, припустити його право на інше бачення); відкритість (відсутність прихованих намірів); добровільність процесу комунікації. Отже, якщо ієрархічні відносини характеризуються формалізацією та інструменталізацією комунікації, переговори між рівними партнерами дають можливість реалізувати “ідеальний комунікативний акт”, що містить нормативну правильність, правдивість і зрозумілість (за Ю.Габермасом).

З точки зору класичних теоретичних підходів, деліберация орієнтована на раціональне обговорення суспільних проблем і, фактично, легітимізацію рішень щодо цих проблем за допомогою такого обговорення. У практичній же площині будь-яке обговорення зумовлене ситуацією дискурсу, у якому відбувається, отже, працює не лише з раціональною аргументацією, а й із суб'єктивними когнітивними схемами. Тому спроби вплинути на оцінки, а тим більше встановити символічний контроль над певними аспектами реальності через комунікацію лише за допомогою риторичних чи будь-яких інших інструментальних технік, приречені на невдачу. “Демократично організована спільнота мусить досягати єдності (консенсусу) через дискурс. А дискурс – це і є практика комунікативних взаємин для досягнення узгодженості та суспільної згоди під час зіткнення інтересів. Таким чином, саме дискурс щодо норм та цінностей співіснування є найвищою інстанцією суспільного життя” [23].

Практика комунікації органів виконавчої влади із суспільством досі тяжіє до театральності дискурсу, коли одна із сторін комунікації виконує не роль рівноправного партнера, а свого роду роль “глядача”, для якого розігрується “дійство”. Згідно з драматургічним підходом до комунікації [Burke, 1966], комунікативний акт здійснюється акторами/агентами, містить символічну (ритуальну) складову і має певну мету (переважно “продати” образ, ідею або політику). Таким чином, діяльність органів влади за цим підходом виступає як набір певних “сюжетів” з відповідним “героєм/героями”, побудованих за певними “сценаріями”. Не заперечуючи в цілому доречності елементів театрального дискурсу (та й соціокультурного піходу до комунікації загалом) у багатьох подіях, пов'язаних із представленням діяльності органів державної влади (інавгурація, прес-конференція, теледебати, ток-шоу тощо), хочемо все ж наголосити на продуктивності феноменологічних практик, аналізу повсякденного життя з точки зору людини, що живе в суспільстві чи тієї або іншої групи людей, її/їх уявлень, оцінок, потреб та інтересів. “Для цього потрібна комунікативна раціоналізація нашого суспільства, що має перетворитися на практичне завдання раціональної політики. Метою такої політики і має стати подолання обмеженого обрію монологічної відповідальності й перетворення останньої в солідарну відповідальність. Остання й має бути зорієнтована на те, щоб в кожному вірогідному дискурсі досягти іманентної мети мирного (без примусу) і розумного врегулювання конфліктної ситуації на підставі регулятивного принципу ідеальної комунікації та сприяти ствердженню таких інституцій, які уможливлювали б цей процес” [8].

Вищенаведені проблеми великою мірою визначаються спробами “підігнати” тлумачення громадян як “маси”, “електорату” та “споживача” під потреби певного політичного завдання та механічним перенесенням деяких інструментів політичного маркетингу в державне управління. Основоположним принципом політичного маркетингу, вважає Дж. Ліз-Маршмент, є “використання поглядів та політичних суджень для формування своєї поведінки, реагування і задоволення вимог громадян таким чином, щоб відповідати їх потребам і бажанням (...) і реалізувати це зусиллями уряду” [29], а не реагувати на ринковий попит. Тобто, і комунікативна парадигма зміщується від приваблювання громадянина/виборця в бік його утримання [Johansen, 2005].

Російська дослідниця І.Недяк у своєму критичному аналізі протиставляє модель “людини економічної” “людині маркетинговій” [21]: останню вона вважає ближчою до реальності. Якщо “людина економічна” в теоретичних побудовах – постійна у своїх симпатіях, оцінює витрати і вигоди з метою максимізації останніх, цікавиться лише функціональними характеристиками речей, “глуха і сліпа” до міркувань нематеріального характеру і контекстуальних чинників, то “людина маркетингова” не змінює так швидко своїх поглядів під впливом зовнішніх і внутрішніх змін, не завжди керується міркуваннями максимізації вигоди/користі. На його оцінки, вибір часто впливають особистісні характеристики, соціальне і психологічне значення досвіду. Саме з останньою моделлю найчастіше мають справу органи виконавчої влади, відтак – вони мають бути “чутливими до відносин, потреб і бажань як зовнішніх, так і внутрішніх заінтересованих сторін, з тим, щоб використовувати цю інформацію з метою розробки політики та програм, які дають змогу досягнути своєї мети” [32]. За таких умов комунікація не є простим обміном “меседжами” з відсутнім результатом, а є обміном цінностями з довгостроковою перспективою та можливою інтеграцією. Отже, завдання комунікації органів виконавчої влади – не впливати на суспільну оцінку дійсності, а реагувати на неї.

За Дж. Ліз-Маршмент, “маркетинг-орієнтований” уряд серед іншого має опікуватись такими заходами: надання послуг і забезпечення комунікації; постійні консультації; “чутливе” реагування на потребу “поліпшення продукту” і стратегічне мислення; коригування “продукту” у відповідь на конкуренцію на внутрішньому ринку (“ринку” громадської підтримки); залучення до маркетинг-орієнтованої комунікації [29].

Отже, у застосуванні діалогової парадигми до сфери комунікації органів виконавчої влади слід говорити про суб’єкт-суб’єктну модель комунікації, яка передбачає взаємну суспільну відповідальність та визнає “діючих суб’єктів як фактично або потенційно зрілих осіб” [Єрмоленко, 2006]. Щоправда, ця модель, крім свободи та рівноправності суб’єктів, вимагає певного самообмеження, причому з обох сторін. Тому цей тип відносин сама лише влада не може штучно створити, він вимагає зусиль і від інститутів громадянського суспільства, адже “політична комунікація, на відміну від політичних інститутів, не є жодною мірою продуктом влади або свідомого творення. Ця комунікація є відображенням зрілості й розвитку суспільної сфери і завжди така, яка вона є” [18].

*Висновки.* Нормативний ідеал Габермасівської публіки, яка за своєї поляризованості та різноманітних інтересах, виявляє прагнення до відкритого деліберативного процесу, вірить в його успіх та надає “центрам” ухвалення рішень достатньо інформації, на практиці недосяжний. Більше того, практика свідчить, що

сторони суспільних дискусій найчастіше активізуються лише тоді, коли її предмет проблематизується. Однак політика суспільного консенсусу в плюралістичному суспільстві полягає, у тому числі, й у вдосконаленні методів та інструментів суспільних дебатів та переконання. Значна роль у цьому належить державній владі, чийм завданням є генерування суспільної єдності. При цьому слід погодитися з теоретиками, що практичне втілення ідеалу раціонального консенсусу є утопією. Більш прийнятним у цьому разі, на нашу думку, може виглядати концепція “метаконсенсусу” [Dryzek, Niemeyer, 2008], у якій консенсус описано з кількох рівнозначно легітимних позицій. Крім того, будь-який деліберативний процес працює з активними політичними акторами, часто виключаючи менш активних (чи маргінальних) груп та неминуче має справу з конфліктами. Однак ідеал деліберації все ж втілює модель критеріїв для публічного та ненасильницького вирішення дискусійних питань.

Що ж стосується ролі виконавчої влади в цьому процесі, то її завданням є не лише забезпечення його процедури (яка вбачається в чіткому визначенні всіх заінтересованих сторін, спробах урахувати їхні інтереси тією чи іншою мірою, розробці зрозумілої форми для отримання від громадян інформації та пропозицій щодо цих інтересів), насамперед, це артикуляція втілених суспільних потреб. При цьому кожна із сторін має прагнути не “приватизувати” теми суспільної дискусії або виключати “незручні” з них із процесу обговорення. Саме деліберація, побудована у такий спосіб, сприятиме налагодженню відносин між виконавчою владою і суспільством, які створили б додатковий чинник стабілізації соціального ладу, як-от взаємні зобов’язання та взаємна відповідальність. Як слушно вказує Дж. Малген, “люди переймаються проблемою того, як уряд представляє свої зусилля (...), які дії демонструє для досягнення своєї стратегії” [31]. Адже оцінка роботи виконавчої влади виникає на основі усвідомлення її здатності надавати соціально бажані результати та блага; за висловом Дж. Ліз-Маршмент, важлива “доставка результату”. З урахуванням того, що в суспільній свідомості вкорінилось уявлення про те, що “урядове розв’язання проблеми часто гірше, ніж сама проблема” [25], не слід недооцінювати значення якості представлення діяльності виконавчої влади та сприйняття громадянами власної поінформованості про результати цієї діяльності, про свій вплив на неї та чинника інтерактивності, тобто бажання, здатності, і, головне, готовності виконавчої влади реагувати на суспільні запити. І саме ці проблеми потребують *подальших теоретичних розробок*.

### **Список використаних джерел**

1. Бенвенист Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – М. : УРСС, 2002. – 448 с.
2. Габермас Ю. Залучення іншого: студії з політичної теорії / Ю. Габермас. – Львів : Астролябія, 2006. – 416 с.
3. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості: дослідження категорії громадянське суспільство / Юрген Габермас ; пер. з нім. А. Онишко ; под. ред. М. Прихода. – Львів : Літопис, 2000. – 317 с.
4. Гьофе О. Розум і право. Складові інтеркультурного правового дискурсу / Отфрід Гьофе. – К. : Альтерпрес, 2003. – 264 с.
5. Діденко Н. Г. Управління, влада, держава: філософські аспекти взаємодії : монографія / Н. Г. Діденко. – Донецьк : ДонДУУ, 2005. – 576 с.

6. Дніпренко Н. К. Зміна парадигми в державному управлінні інформаційною сферою: комунікативний аспект : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.01 / Дніпренко Н. К. – Дніпропетровськ, 2005. – 20 с.
7. Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія : підручник / А. М. Єрмоленко. – К. : Лібра, 1999. – 488 с.
8. Єрмоленко А. Монологічна та дискурс-етична моделі відповідальності у суспільстві за доби реконструкції / Анатолій Єрмоленко // Цінності громадянського суспільства і моральний вибір: український досвід. – К. : Етна-1, 2006. – 268 с.
9. Про доступ до публічної інформації : Закон України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>
10. Про інформацію : Закон України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
11. Про звернення громадян : Закон України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/393/96-вр>
12. Про соціальний діалог в Україні : Закон України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2862-17>
13. Про Кабінет Міністрів України : Закон України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2591-17>.
14. Кін Дж. Громадянське суспільство. Старі образи, нове бачення : пер. з англ. / Джон Кін. – К. : “К.І.С.” / “АНОД”, 2000. – 192 с.
15. Колодій А. Процес деліберативної як складова демократичного врядування / Антоніна Колодій // Демократичні стандарти врядування й публічного адміністрування : матеріали наук.-практ. конф. ЛРІДУ НАДУ при Президентові України, 4 квіт. 2008 р. – Львів, 2008. – С. 106–110.
16. Колодій А. Виховання громадянських цінностей у постреволюційній Україні / Антоніна Колодій // 10 років школи громадянства : зб. матеріалів до 10-ліття Педагогічного товариства ім. Григорія Ващенко. – Львів, 2005. – С. 42–50.
17. Крутій О. М. Діалогова взаємодія органів державної влади та громадськості : [монографія] / Крутій О. М. – Х. : ХарПІ НАДУ “Магістр”, 2008. – 236 с.
18. Назарчук А. В. Поняття делиберативной политики в современном политическом процессе / А. В. Назарчук // Социальные сети и трансформация политического порядка. – 2007. – №30 (4).
19. Назарчук А. В. Теория коммуникации в современной философии / А. В. Назарчук. – М. : Прогресс-Традиция, 2009. – 320 с.
20. Недяк И. Л. Политический маркетинг: особенности развития научно-исследовательского направления / И. Л. Недяк // Полис = Полит. исслед. – 2010. – № 3. – С. 144–155.
21. Про внутрішнє і зовнішнє становище України в 2013 році : щоріч. послання Президента України до Верховної Ради України. – Режим доступу : [http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/Poslannia\\_2013-c7954.pdf](http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/Poslannia_2013-c7954.pdf)
22. Ситниченко Л. До філософських засад вітчизняної комунікативної політики / Людмила Ситниченко // Запровадження комунікацій у суспільстві ; за заг. ред. Н. К. Дніпренко, В. В. Різуна. – К. : ТОВ “Вістка”, 2009. – 56 с.
23. Ситниченко Л. А. Першоджерела комунікативної філософії : навч. посіб. для студ. гуманіт. спец. вищ. навч. закладів / Л. А. Ситниченко ; Міжнар. фонд “Відродження”. – К. : Лібідь, 1996. – 176 с.
24. Фридман Милтон. Капитализм и свобода / Милтон Фридман ; пер. с англ. – М. : Новое изд-во, 2006. – 240 с.
25. Burke Kenneth. Language As Symbolic Action: Essays on Life, Literature and Method / Kenneth Burke. – Berkeley : University of California Press, 1966. – 532 p.
26. Corner John. Media, Power and Political Culture / John Corner. – London: Sage Publications, 2007. – P. 211–230.
27. Dryzek John S. and Niemeyer Simon. Discursive Representation // American Political Science Review. – 2008. – Vol. 102. – No. 4 – P. 482–493.
28. Johansen H.P.M. Political Marketing: More than Persuasive Techniques. An Organizational Perspective. – 2005. – Journal of Political Marketing, vol. 4 (4).
29. Lees-Marshment J. The Political Marketing Revolution: is marketing transforming the government of the UK? – Режим доступу : [www.psa.ac.uk/.../pdf/.../Lees-Marshment.p...](http://www.psa.ac.uk/.../pdf/.../Lees-Marshment.p...)
30. McQuail D. McQuail’s Mass Communication Theory / 5th ed. London, 2005. – 616 p.



31. *Mulgan Geoff*. The Art Of Public Strategy: Mobilizing Power And Knowledge For The Common Good. – Oxford University Press, 2009. – 320 p.
32. *Ormrod Robert P*. Political Market Orientation: An Introduction // School of Economics and Management Aarhus University / Management Working Paper. – 2011. – 30 p.
33. *Susskind Lawrence*. Arguing, Bargaining and Getting Agreement. – Режим доступа : <http://web.mit.edu/dusp/epp/music/pdf/susskindoxford.pdf>
34. *Taylor C*. Modern Social Imaginaries // The European Union and the Public Sphere / Ed. by Fossum J. E., Schlesinger P. – London, 2007. – 336 p.