

ББК 66.033.141.3+88.53+87.7

ДРЕШПАК Валерій Михайлович,
канд. наук з державного управління,
доц. каф. державного управління та місцевого самоврядування,
Дніпропетровський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України,

КОМУНІКАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ У СВІТЛІ ЕТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ

Розглядаються етичні аспекти комунікативної діяльності державних службовців. Аналізуються напрями цієї діяльності, що потребують урегулювання. Пропонуються підходи щодо врегулювання комунікативної діяльності державних службовців в Україні шляхом установлення відповідних етичних норм.

Ключові слова: етика, державне управління, державний службовець, комунікація, засоби масової інформації, етичний кодекс.

Дрешпак В.М. Коммуникативная деятельность государственных служащих в свете этических принципов

Рассматриваются этические аспекты коммуникативной деятельности государственных служащих. Анализируются направления этой деятельности, которые требуют урегулирования. Предлагаются подходы относительно урегулирования коммуникативной деятельности государственных служащих в Украине путем введения соответствующих этических норм.

Ключевые слова: этика, государственное управление, государственный служащий, коммуникация, средства массовой информации, этический кодекс.

Dreshpak V.M. Communicative activity of public servants in the light of ethic principles

Ethic aspects of communicative activity of public servants are examined. The directions of this activity that need regulating are analyzed. The approaches concerning the

regulation of communicative activity of public servants in Ukraine are offered by putting into appropriate ethic laws.

Key words: ethic, public administration, public servant, communication, mass media, ethic code.

Постановка проблеми. Розроблення та прийняття загальних етичних принципів поведінки державних службовців, реалізація цих принципів у повсякденній управлінській діяльності є актуальним напрямом наукових досліджень державно-управлінської практики в Україні. У цьому контексті суттєвим предметом уваги, на наш погляд, мають стати також окремі, спеціальні етичні принципи. Серед них – етичні принципи, пов'язані з комунікативною діяльністю державних службовців.

Ця проблема зумовлена значним конфліктогенним потенціалом комунікативної сфери державного управління і полягає в тому, що одна з найбільш вагомих складових діяльності державних службовців – комунікативна – не має в Україні спеціального врегулювання на рівні встановлення відповідних етичних норм. А отже, визначення етичних принципів такої роботи є актуальним з огляду на розширення сфери комунікацій у державному управлінні в контексті тенденцій до більш прозорої діяльності органів державної влади, їх публічності, до зростання важливості зв'язків влади з громадськістю, засобами масової інформації, формування атмосфери довіри між владою й українським суспільством.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні оцінки ролі моральних регуляторів у системі державної служби, які дають вітчизняні й зарубіжні науковці, позитивна зарубіжна практика свідчать про перспективність морально-етичного підходу до розв'язання багатьох проблемних моментів діяльності державних службовців, особливо якщо вони пов'язані з низкою соціально-психологічних чинників. Окремі аспекти зазначеного напрямку останнім часом досить активно розробляються в галузі науки «Державне управління в Україні». З огляду на це, у дослідженнях етичних аспектів комунікативної діяльності державних службовців ми можемо спиратися на теоретичні та прикладні наукові праці О. Антонової, Н. Драгомирецької, М. Карпи, М. Пірен, Г. Почепцова, М. Рудакевич, С. Серьогіна, С. Хаджирадевої, С. Чукут, інших науковців. Аналіз робіт цих та інших авторів

дозволив виявити специфічні риси різних методів комунікативної діяльності в системі державного управління, виявити окремі аспекти цієї діяльності державних службовців, що можуть потребувати додаткового регулювання за допомогою встановлення певних етичних норм. Також у процесі дослідження було вивчено підходи щодо вироблення власних етичних правил такими професійними співтовариствами як журналісти та фахівці зі зв'язків з громадськістю, зарубіжний досвід установа етичних принципів комунікативної діяльності у сфері державного управління.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, незважаючи на наявність ґрунтовних досліджень різних аспектів комунікативної діяльності державних службовців, проблем морально-етичних засад розвитку державної служби в Україні, залишається актуальним проведення прикладних досліджень з подальшим виробленням рекомендацій щодо морально-етичного регулювання комунікативної діяльності державних службовців в Україні.

Метою статті є вироблення та обґрунтування підходів і відповідних етичних правил, принципів, що стосуються комунікативної діяльності державних службовців.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виробленню спеціальних етичних принципів комунікативної діяльності державних службовців має передувати усвідомлення потенційних загроз, які можуть завдати суспільству, державі, системі державного управління ті чи інші вчинки службовців, що в межах цього виду діяльності визначатимуться як неетичні. За загальноприйнятим визначенням, державно-управлінські впливи – це «суспільна потреба, інтерес і мета в управлінні, які усвідомлені суб'єктом державного управління, юридично і нормативно визначені та практично здійснюються в його рішеннях і діях» [2, с. 76]. Таким чином, застосування будь-яких впливів, зокрема в процесі державно-управлінських комунікацій, має корелюватися із суспільною потребою, інтересом і метою в управлінні та бути юридично й нормативно визначеним. А отже, етичні правила для державних службовців мають бути такими, що заповнюють «нормативний вакуум» і допомагають розв'язувати можливі конфлікти між суспільними потребами й управлінськими інтересами.

Комунікативна діяльність державних службовців насамперед пов'язана із застосуванням соціально-психологічних методів державного управління, які можна

представити як методи державно-управлінського впливу на окремих осіб, соціальні групи та суспільство в цілому, що спрямовані на морально-етичну сферу об'єкта управління, є психоемоційними за способом впливу, реалізуються переважно в комунікативній формі за допомогою засобів як усвідомлюваних, так і неусвідомлюваних об'єктом управління.

Отже, передусім залежно від того, ідентифікує об'єкт певні управлінські впливи суб'єкта (а також його засіб, мету, можливі наслідки тощо) як такі, чи ні, слід говорити про «відкриті» чи «приховані», або ж «усвідомлювані» чи «позасвідомі» методи. Так, розглядаючи типи ідеологічно-психологічного впливу, М. Карпа за рівнем усвідомлення виокремлює відкритий (такий, що усвідомлюється суспільством, тобто прямий – наприклад, примус, переконання тощо) і закритий (такий, що підсвідомо чинить вплив на масову політичну свідомість – маніпулювання, нейролінгвістичне програмування, психогенні, психотропні види впливу тощо) [7, с. 68]. Досліджуючи явище медіа-тероризму як особливий різновид інформаційно-психологічного впливу, В. Циганов також указує, що він здійснюється у відкритій (пропаганда, реклама, агітація, інформаційні повідомлення) і в прихованій (аудіо- і відеосугестія, тобто звукове і візуальне навіювання, нейролінгвістичне програмування та інші психотехнології) формах. Утім, основною й одночасно спільною рисою для обох форм є дезінформація як формування і масове поширення інформаційними каналами брехливої, спотвореної чи тенденційно підібраної інформації для впливу на оцінки, наміри та орієнтації населення, політичних лідерів і керівників [15, с. 25]. Американський теоретик пропаганди П. Лайнбарджер вирізняв «білу», «сіру» та «чорну» пропаганду. «Біла» пропаганда, за його визначенням, ведеться від імені офіційного джерела, зазвичай від імені уряду або одного з його органів, включаючи військове командування різних інстанцій. Цей тип пропаганди безпосередньо пов'язаний з веденням відкритих операцій психологічної війни. «Сіра» пропаганда не вказує на певне джерело. «Чорна» пропаганда приховує своє справжнє джерело. Цей тип пропаганди пов'язаний із завуальованими операціями психологічної війни [14, с. 254 – 255].

Ще один важливий момент практичного застосування соціально-психологічних методів під час державно-управлінських комунікацій полягає в тому, що вони є методами «подвійного призначення». Тобто одні й ті ж методи можуть сприяти

досягненню результату, що сприйматиметься об'єктом управління як позитивно, так і негативно. Скажімо, так звана «поведінкова сила» (за Дж. Ашкаєм) поділяється на м'яку і жорстку. Жорстка сила примушує об'єкт до певних дій чи бездіяльності проти його власної волі. М'яка сила змушує об'єкт робити щось у спосіб переконання чи маніпуляції [16, с. 63 – 64]. Проте при цьому терміни «м'яка» і «жорстка», на наш погляд, є оманливими. Баланс між ними є хитким. Адже, наприклад, найбільш типовим прикладом засобів «м'якої сили» є засоби інформаційної війни. А психологічні операції, в основі яких лежить вплив на масову та індивідуальну свідомість, є одним із типів інформаційної війни [16, с. 67, 70]. Важко уявити, що інформаційні війни ведуться з доброї волі їх жертв.

Хиткість цієї межі можна проілюструвати й на такому прикладі. Аналізуючи різні наукові підходи до проблеми маніпуляції в процесі комунікації, Н. Драгомирецька визначає певний перелік ключових слів, які відображають сутність трактування маніпулятивної комунікації. Проведений аналіз визначень цього поняття дозволив установити ключові слова, що характеризують маніпуляцію: вплив (62 згадування), задоволення, смаки, бажання, надії, негативні установки, емоції, страхи, прагнення, досвід, почуття, ейфорія, бажання, захват, тривога (по 45 згадувань), підпорядкування (тиск) (26) і т. д. [4, с. 191 – 192]. Звертає на себе увагу не випадкове розташування на одному рівні понять «надії» та «страхи», «задоволення» та «негативні установки», «ейфорія» та «тривога» тощо. Адже саме вони відображають можливі наслідки маніпулятивного впливу.

Як ми вже зазначали, потенційно загрозливий фактор застосування різних методів впливу під час державно-управлінських комунікацій виявляється й у тому, що інтереси та мета управління можуть не збігатися із суспільними потребами. На цій асиметрії дослідники акцентували увагу неодноразово. Зокрема, щоб відрізнити переконування від пропаганди, психолог Р. Браун запропонував таку дефініцію: «пропаганда – це переконування, яке корисне для того, хто переконує, але далеко не завжди відповідає інтересам тих, кого переконують» [11, с. 107]. Цю саму особливість – різницю інтересів об'єкта і суб'єкта комунікативного впливу, – досліджуючи таке явище, як маніпуляція, підкреслив Є. Доценко. Він виділив п'ять основних ознак, що характеризують маніпуляцію: психологічний вплив як родову ознаку; ставлення маніпулятора до об'єкта маніпуляції як до засобу досягнення

власної (тут і далі курсив наш. – В. Д.) мети; прагнення дістати *односторонній* вииграш; *прихований* характер впливу; використання психологічної *сили*, гра на *слабкостях* [3, с. 58 – 60].

Власне, проблема застосування під час комунікацій методів «подвійного призначення» може бути попереджена, якщо державні службовці будуть керуватися такими загальними принципами, як справедливість, неупередженість, толерантність. Вони, зокрема, передбачені в проекті Закону України «Про добросовісну поведінку осіб, уповноважених на виконання функцій держави, органів місцевого самоврядування» [1].

Ще одна особливість застосування соціально-психологічних методів у державному управлінні пов'язана з тим, що комунікативний вплив може бути спрямований, зокрема, на управління системою світосприйняття людини. У цьому випадку часто звертаються до низки методів, в основі яких лежить оперування різними семіотичними системами, як-от: символізація, ритуалізація, міфологізація, соціальна реклама, пропаганда, маніпулювання, дезінформація та ін. Механізм цього впливу в загальних рисах полягає в тому, що за допомогою цих методів об'єкт управлінського впливу переміщується з однієї системи символів до іншої, об'єкт переконують змінити тлумачення того чи іншого символу, для об'єкта створюються штучні символічні системи тощо. Відповідним чином змінюється й поведінка об'єкта. Зокрема, в результаті негативного впливу відбувається зменшення здатності об'єкта до критичного мислення через штучно створені уявлення про дійсність [7, с. 64]. Таким чином, слід звернути увагу на такий потенційно проблемний аспект, як адекватність сприйняття світу об'єктом управління внаслідок застосування до нього названих методів.

Отже, потенційно складними, що потребують регулювання за допомогою етичних правил, можуть бути аспекти комунікативної діяльності державних службовців, пов'язані із застосуванням прихованих (таких, що не усвідомлюються об'єктом управління) та негативних для об'єкта управління (що спонукають об'єкт до певних дій проти його інтересів, порушують адекватність його світосприйняття і можуть призвести до негативних для нього наслідків) методів. А отже, прихований односторонній комунікативний вплив з метою досягнення інтересів суб'єкта

управління всупереч інтересам об'єкта такого впливу, очевидно, варто вважати неетичним.

У сферах діяльності, де інформаційно-психологічний вплив є провідним методом, вирізняють навіть ступені етичності/неетичності. Так, у роботі з громадською думкою застосовуються методи, які здебільшого поділяють на «чорні», «сірі» та «білі» [10, с. 19 – 27]. «Чорні» методи передбачають порушення правових та етичних норм, «сірі» балансують на межі, «білі» повністю відповідають правовим та етичним нормам. Більшу «палітру кольорів» PR наводять Ю. Сурмін та Д. Наріжний, які виокремлюють «білий», «сірий», «жовтий», «чорний», «брудний» PR. За їх класифікацією, «білий» базується на принципах професійної етики, на етичних положеннях Афінівського, Мадридського та інших кодексів; «сірий» передбачає дотримання етики стосовно замовника, але порушує її стосовно громадськості; «жовтий» орієнтований на досягнення популярності будь-яким шляхом; «чорний» припускає порушення моралі й закону для досягнення цілей, використовує маніпулювання свідомістю людей; «брудний» заснований на запереченні принципів моралі та правових норм, застосовує психологічні диверсії та інформаційні війни [13, с. 26].

Зрозуміло, що лише «білі» методи можуть бути визнані суспільством як припустимі в діяльності державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування і саме це має бути обумовлено відповідними етичними правилами. При цьому під час визначення цих етичних обмежень важливо врахувати, що «наявність у кодексі морального ідеалу вказує на те, що дана професійна група бере на себе дещо вищі зобов'язання, ніж ті, які законом встановлює держава» [12, с. 191]. Таким чином, самою професійною групою має бути визначено, що «не дозволено *нам*», навіть у випадку, коли це «дозволено *усім*».

Важливим етичним принципом для службовців апріорі має вважатися толерантне ставлення до представників інших професійних груп. У контексті теми нашого дослідження це передусім стосується роботи із засобами масової інформації. Тому, вступаючи у відносини з журналістами, державні службовці мають виходити з того, що ця професійна група має свої принципи доброчесної діяльності, зафіксовані у відповідних етичних кодексах.

Етичний кодекс українського журналіста, прийнятий Національною спілкою журналістів України, передбачає низку пунктів, що визначають не лише найголовніші моральні принципи журналістської діяльності, а й визначають місце та роль цієї професії в суспільстві, наприклад:

- служіння інтересам влади, а не суспільства, є порушенням етики журналіста;
- журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини;
- повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста;
- інформаційні та аналітичні матеріали мають бути чітко відокремлені від реклами відповідною рубрикацією;
- факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного;
- погляди опонентів, у тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано. Так само мають бути подані оцінки незалежних експертів;
- незаконне отримання журналістом матеріальної винагороди чи будь-яких інших пільг за виконаний чи невиконаний журналістський матеріал є несумісним із званням журналіста [5] тощо.

У цілому етичні кодекси журналістів, що прийняті в європейських країнах, маючи певні національні відмінності, у своїй першооснові спираються на положення «Декларації обов'язків і прав журналістів», ухваленої в Мюнхені 1971 р. [9, с. 30, 125 – 127]. На підставі аналізу цих кодексів дослідники зводять професійні норми журналістів до шести основних розділів:

- свобода висловлювань і критики, а також захист цих прав;
- захист незалежності та професійної недоторканності журналістів, відкидання матеріального або морального тиску, будь-якого зовнішнього впливу на їх роботу, а також визнання положення про свободу совісті;
- дотримання достовірності інформації під час її пошуку й опрацювання;
- чесність засобів, використовуваних при пошуку інформації;
- належна повага до джерел та осіб, що є об'єктами інформації, а також дотримання авторського права та правил щодо використання джерел;

- неупереджене ставлення до людей, недопущення будь-якої форми дискримінації [9, с. 30 – 31].

Свої етичні принципи обстоює і така професійна група, як фахівці зі зв'язків з громадськістю. Наприклад, Кодекс професійної етики в галузі зв'язків із громадськістю, розроблений і прийнятий членами всеукраїнської громадської організації «Українська ліга зі зв'язків із громадськістю», спрямований на формування та впровадження в повсякденну практику етичних норм та професійних стандартів, що ґрунтуються:

- на гуманістичних цінностях та правах особистості, таких як свобода слова, свобода друку, свобода совісті та свобода зборів, а також на повазі права людини на вільний доступ до інформації та розповсюдження інформації;

- принципі відповідальності перед суспільством та законом за достовірність, повноту та точність розповсюджуваної інформації [8].

Зазначені підходи доцільно взяти до уваги, розробляючи етичні правила щодо комунікативної діяльності державних службовців. Водночас слід зазначити, що за кордоном є приклад укладання спеціального кодексу саме тих, хто займається налагодженням зв'язків з громадськістю в органах влади. Так, Національна асоціація урядових комунікаторів (НАУК), що створена в США, має свій Етичний кодекс [6, с. 66 – 67]. Ключовим принципом, покладеним в основу цього Кодексу є принцип правдивості інформації, що надається громадськості. Забезпечення громадськості інформацією визначається тут як необхідна соціальна послуга, що виходить з права громадян на отримання рівносильних, повних, зрозумілих та своєчасних даних про свій уряд.

Показовими є «антимуніпулятивні» пункти цього кодексу. Зокрема, члени НАУК зобов'язуються не повідомляти навмисно ніякої хибної інформації або такої, що вводить в оману, і діяти швидко для виправлення хибної та помилкової інформації або чуток; не завдавати шкоди професійній репутації або діяльності іншої особи, приватної організації чи урядового агентства; не брати участь у будь-яких маніпуляціях цінами цінних паперів компаній.

Контроль за дотриманням положень цього кодексу покладається безпосередньо на членів НАУК. Передбачено, що коли член асоціації має доказ або підозру, що інший здійснив неетичну, незаконну або нечесну дію, включаючи порушення даного

кодексу, він повинен негайно надати цю інформацію відповідним посадовим особам, включаючи Президента НАУК або Голову Комітету з етики НАУК [6, с. 67].

Висновки. Виходячи з окреслених вище чинників, що зумовлюють потенційні проблеми, які можуть виникнути в процесі комунікативної діяльності державних службовців в Україні, досвіду етичного регулювання в окремих професійних спільнотах та за кордоном, визначимо ключові підходи до формування відповідних етичних правил.

1. Слід установити неприпустимість застосування державними службовцями прихованих методів впливу, що включають маніпулювання, нейролінгвістичне програмування, різноманітні психотехнології впливу. При цьому цілком прийнятними можуть вважатися такі відкриті методи, як реклама (зокрема соціальна), агітація, переконування тощо.

2. Метою комунікативного впливу в державному управлінні не повинно бути погіршення морально-психологічного стану суспільства (залякування, розпалювання ворожнечі, дискредитація осіб та інституцій тощо). Етичні стандарти мають доповнити регульовані правом питання, пов'язані, наприклад, з оперуванням символами, які входять до відповідних державних, національних, релігійних, подекуди – гендерних і політичних символічних систем, символічних систем, що загально визнані як агресивні, спричинюють руйнівний вплив на психіку тощо.

3. Комунікативний вплив, застосований державними службовцями, не повинен перешкоджати адекватному світосприйняттю об'єктів управління. Сюди слід віднести заборону на блокування джерел інформації, однобоке тлумачення подій і фактів і т. ін.

4. Має бути встановлено контроль за дотриманням державним службовцем визначених норм і правил комунікативної діяльності. У випадку порушення усталених етичних норм повинен спрацювати механізм відповідальності та санкцій, що є одним з компонентів етичної інфраструктури державної служби [12, с. 190]. Як зазначає М. Рудакевич, моральна діяльність державного службовця – це ініціативні й самостійні рішення, які ґрунтуються на добрій волі, свідомості та відповідальності за наслідки дії. Водночас моральність поведінки має контролюватися ззовні. Засобом такого зовнішнього контролю є інститути громадянського суспільства – ще один з вагомих компонентів етичної інфраструктури

державної служби [12, с. 190, 192]. Проте в цьому разі саме той, на кого переважно спрямовано цей вплив (громадськість), має контролювати етичність його застосування. Така дилема підштовхує до висновку, що в такому випадку головні контролюючі функції мають покладатися на професійне співтовариство, керівний склад органів державного управління. Наголосимо, що саме такий підхід закладено у згаданому вище Етичному кодексі НАУК, в інших етичних кодексах.

Наступне запитання, яке вимагає відповіді: чи потребує комунікативна діяльність державних службовців створення окремого етичного кодексу? Досвід створення Етичного кодексу НАУК підштовхує до ідеї розробки подібного документа і в Україні. Проте слід урахувати такі обмеження: в Україні ще не склалося стабільне професійне середовище урядових комунікаторів, а отже, немає передумов ні для створення подібної організації, ні для укладання відповідного кодексу, ні для забезпечення контролю за дотриманням його положень. Більше того в Україні в середовищі державних службовців немає традиції керуватися етичними нормами добросесної поведінки і це, на нашу думку, є найскладнішою проблемою. Лише після її вирішення можна буде говорити про формування принципів етичної поведінки для окремих груп фахівців у системі державної служби.

Тому найбільш реальною вбачається можливість доповнити якийсь із варіантів пропонованого етичного кодексу відповідними пунктами, що відображають специфіку комунікативної діяльності державних службовців. Узявши за основу проект Закону України «Про добросесну поведінку осіб, уповноважених на виконання функцій держави, місцевого самоврядування» [1], виходячи з результатів нашого дослідження, доцільно зробити до нього такі доповнення.

Частину першу статті 11 «Забезпечення прозорості службової діяльності» варто викласти в такій редакції: «Суб'єктові добросесної поведінки забороняється обмежувати доступ осіб до інформації, яка не є таємною чи конфіденційною, з метою приховування певних дій чи відомостей, що підривають його службовий авторитет і можуть зашкодити репутації органу, в якому він працює, а також свідомо надавати неповну або недостовірну інформацію. Забороняється застосування інформаційно-психологічних методів управління, пов'язаних з маніпуляцією свідомістю окремих громадян та суспільства в цілому».

Статтю 7 «Дотримання принципу толерантності» доцільно доповнити частиною другою такого змісту: «2. Службовець має сприяти створенню та підтриманню високого рівня морально-психологічного стану суспільства, запобігати розгортанню та сприяти конструктивному вирішенню конфліктних ситуацій.

Службовець має шанувати державні символи України та інших країн, толерантно ставитися до символів, що репрезентують національну, расову, релігійну, політичну, гендерну, іншу ідентичність громадян та груп. Службовець повинен запобігати поширенню символів, що розпалюють ворожнечу, спричинюють агресію, справляють згубний вплив на психіку людини».

З урахуванням викладених вище застережень, слід наголосити, що лише активне залучення самих державних службовців, сприйняття ними та дотримання в повсякденній службовій діяльності встановлених етичних норм забезпечать реалізацію викладених підходів.

Напрями подальших досліджень. Перспективними напрямками наукових пошуків у розрізі заявленої в цьому дослідженні теми можуть бути питання: формування в Україні професійного співтовариства фахівців з роботи з громадськістю, що працюють в органах державної влади та органах місцевого самоврядування; вироблення саморегулятивних механізмів у даній сфері; вироблення окремого етичного кодексу для фахівців, чия робота безпосередньо пов'язана зі сферою державно-управлінських комунікацій тощо. Це дозволить не лише попередити низку проблем управлінської діяльності, але й визначити шляхи гармонізації державно-управлінських впливів на суспільство.

Список використаних джерел

1. **Про доброчесну поведінку осіб, уповноважених на виконання функцій держави, органів місцевого самоврядування** : проект Закону України. – Режим доступу : www.guds.gov.ua.

2. **Державне управління** : словн.-довід. / уклад. : В. Д. Бакуменко [та ін.]; за заг. ред. В. М. Князева. В. Д. Бакуменка. – К. : Вид-во УАДУ, 2002. – 228 с.

3. **Доценко, Е. Л.** Психология манипуляции : феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М. : ЧеРо, Юрайт, 2000. – 344 с.

4. **Драгомирецька, Н.** Теоретичний аналіз маніпулятивної комунікації як основа кореляційного аналізу з комунікаціями державного службовця / Наталія Драгомирецька // Актуал. пробл. держ. упр. : зб. наук. праць ОРІДУ НАДУ. – Вип. 4 (24). – О. : ОРІДУ НАДУ, 2005. – С. 186–193.

5. **Етичний** кодекс українського журналіста // Українське законодавство : засоби масової інформації. – К. : IREX У-Медіа, 2004. – С. 368.

6. **Ефективна** комунікація між державною службою та засобами масової інформації / пер. з англ. Л. Б. Магдюк, О. М. Рудіка. – Д. : Центр екон. освіти, 2000. – 68 с.

7. **Карпа, М.** Ідеологічно-психологічний фактор впливу у системі управління масовою політичною свідомістю: теоретичний аспект / Марта Карпа // Актуал. пробл. держ. упр. : зб. наук. праць ОРІДУ НАДУ. – Вип. 2 (26). – О. : ОРІДУ НАДУ, 2006. – С. 64–70.

8. **Кодекс** професійної етики в галузі зв'язків із громадськістю : прийнятий 12 берез. 2005 р. – Режим доступу : www.pr-liga.org.ua.

9. **Корню, Д.** Етика засобів масової інформації / Д. Корню; пер. з фр. С. Гринцевич. – К. : К.І.С., 2004. – 130 с.

10. **Назайкин, А. Н.** Как манипулировать журналистами : практич. пособие / А. Н. Назайкин. – М. : Дело, 2004. – 240 с.

11. **Потятиник, Б.** Медіа : ключі до розуміння / Борис Потятиник. – Л. : ПАІС, 2004. – 312 с.

12. **Рудакевич, М.** Становлення етичної інфраструктури державної служби в умовах демократизації суспільства / Марія Рудакевич // Актуал. пробл. держ. упр. : зб. наук. праць ОРІДУ НАДУ. – Вип. 2 (26). – О. : ОРІДУ НАДУ, 2006. – С. 188–194.

13. **Сурмин, Ю. П.** Избирательные технологи / Ю. П. Сурмин, Д. Ю. Нарижный. – Д. : Пороги, 2001. – 120 с.

14. **Федько, В.** Философия специальных служб : собрание афоризмов, высказываний и выдержек из оперативных документов / Владимир Федько; вступ. статья Худобин С. М., Короп Н. А., Запорожец М. М., послеслов. Большаков В. Н. – К. : Изд. Дом «Княгиня Ольга», 2006. – 704 с.

15. **Цыганов, В.** Медиа-терроризм : Терроризм и средства массовой информации / Виктор Цыганов. – К. : Ника-Центр, 2004. – 124 с.

16. **Чукот, С.** Інформаційна політика : навч. посіб. У 2 ч. Ч. 1./ С. Чукот, О. Литвиненко. – К. : В-во НАДУ, 2003. – 100 с.