

**ЩОРІЧНИЙ ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ КОНКУРС
"КРАЩИЙ ДЕРЖАВНИЙ СЛУЖБОВЕЦЬ"**

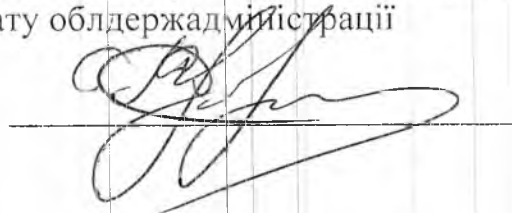
**ТВОРЧА РОБТА УЧАСНИКА ТРЕТЬОГО ТУРУ
ЩОРІЧНОГО ВСЕУКРАЇНСЬКОГО КОНКУРСУ
"КРАЩИЙ ДЕРЖАВНИЙ СЛУЖБОВЕЦЬ"
НА ТЕМУ:**

**"РОЛЬ ЗМІ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ.
МЕДІАКОМПЕТЕНТНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ"**

Кладко Юлія Олександрівна

Черкаська обласна державна адміністрація

Головний спеціаліст сектору
по роботі і з зверненнями громадян
апарату облдержадміністрації



19.08.2018

2018 рік

ВСТУП.....	2
1. Роль ЗМІ у демократичному суспільстві.....	4
1.1 ЗМІ – "Четверта гілка влади".....	4
1.2 Інформаційний простір	5
1.3 Типи маніпуляцій у медіа.....	8
2. Медіаосвіта державних службовців.....	11
3. Шляхи вдосконалення взаємодії органів влади різних рівнів та ЗМІ.....	12
Висновки.....	13
Список використаної літератури.....	14
Додаток 1.....	16
Додаток 2.....	17

ВСТУП

У сучасних реаліях життя, де наша країна залучена до інформаційного протистояння в умовах гібридної війни медіаграмотність державного службовця є однією з характеристик його комунікативної компетенції, яка нині набуває все більшого значення. Важко переоцінити вплив ЗМІ на формування громадянської свідомості. Імідж державних службовців та основні принципи його формування були висвітлені багатьма сучасними науковцями та експертами. Серед авторів, які досліджували питання іміджу та медіаосвіти державних службовців слід виділити: Я. С. Мельничук, І.А. Сімеонді, В.В. Лопа, М.Р. Волянську [7] та Т.В. Федорів. [17]

Здатність до правильного інтерпретування інформації та критичного мислення, пошуку аргументів для гідної апеляції зумовлюють потребу в медіаосвіті державних службовців. Актуальність теми полягає у тому, що консолідувати суспільство може лише відкритий діалог влади з народом, де посередником, а нині й джерелом позитивної та маніпулятивної інформації, виступають ЗМІ, у разі, коли маємо справу з неетичними журналістами чи державними службовцями, що не дотримуються принципу доброчесності та використовують ЗМІ у власних інтересах. Медіатизація суспільства є закономірним процесом у контексті дефіциту соціальних інститутів і початок цього процесу відзначено було корекцією рейтингів політиків за допомогою ЗМІ. Нині медіа продукти мають самостійний вплив на людину та є невід'ємними складовими життя кожного з нас. [19]

Метою моєї роботи є дослідження взаємозв'язку ЗМІ, державних службовців та соціуму, а саме, процесу формування бажаної для влади громадської думки, запобігання маніпулюванню масовою свідомістю через ЗМІ та розробка механізмів контролю за якісно новими інформаційними продуктами у сфері масової комунікації влади з громадськістю; визначення поняття медіакомпетентності державного службовця; пошук шляхів інтеграції технологій розвитку медіанавичок у систему підготовки державних службовців до комунікативної діяльності. [9]

1. РОЛЬ ЗМІ В ДЕМОКРАТИЧНОМУ СУСПІЛЬСТВІ.

1.1 ЗМІ - «ЧЕТВЕРТА ГІЛКА ВЛАДИ»

Вільні, незалежні та плюралістичні засоби масової інформації, яким присвячена 10 стаття Європейської конвенції з прав людини, відіграють надзвичайно важливе значення у житті демократичного суспільства. Аудиторія, яка звикла до тоталітарного режиму ЗМІ за часів, коли мас-медіа використовувались задля формування суто позитивного ставлення до влади за принципом "народ і партія єдині", виявилась не готова до вільного інформаційного простору через відсутність критичного погляду на соціальні проблеми.

Законодавство України, що регулює інформаційну сферу, достатньо розвинуте (Див. Додаток 1). Проте окремі норми прийнятих законів застарівають і не завжди адекватно та повною мірою відповідають реаліям життя, що динамічно змінюється. Інформаційне законодавство потребує свого коригування, адже одним з етапів побудови в Україні розвинутого інформаційного суспільства є вдосконалення інформаційного законодавства як його правового фундаменту, яке відповідало б вимогам політичного, соціально-економічного та культурного розвитку держави, нормам та стандартам міжнародного права, законодавству Європейського Союзу та Ради Європи. Юнеско Програми співробітництва в ділянці ЗМІ передбачають надання підтримки цим країнам через експертизу законодавства, інформаційних семінарів та навчань. [8]

3 травня кожного року світова громадськість відзначає Міжнародний день свободи преси, що дає можливість поміркувати над дотриманням цього права в Україні. Проблема цензури та свободи слова преси та інформації в Україні останнім часом привертає увагу ЗМІ та громадськості. Свобода слова – одне з ключових понять демократичного суспільства, проголошене як національним (ст.34 Конституції України), так і міжнародним законодавством (Європейська конвенція з прав людини, Всезагальна декларація

прав людини та Міжнародний пакт про громадянські та політичні права). За рішеннями Європейського Суду, право на вільне висловлювання та на інформацію в частині свободи преси розповсюджується також і на захист джерел інформації журналістів. Більшість конституцій світу, проголошуючи свободу слова, прямо заперечують цензуру (ст. 15 Конституції України).

Розв'язання владними структурами основних питань, пов'язаних із правовими аспектами функціонування вітчизняних ЗМІ, утвердженням свободи слова, соціальним захистом журналістів надасть можливість нашим засобам масової інформації дійсно сформуватися в державі як "четвертій владі", розвиватися й утверджуватися на засадах демократії, гласності та плюралізму.

1.2 ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР УКРАЇНИ

"Інформаційний простір"— друківані, аудіовізуальні, інтерактивні ЗМІ та мережа Інтернет. Наша молода держава має нагальну потребу у формуванні інформаційного простору саме у такому контексті, в якому його розуміють у міжнародних колах.[16]

На жаль, наша держава не може похвалитися незаангажованими ЗМІ (Див. Додаток 2). Майже ніхто з пересічних громадян не здивується, якщо їм повідомити, що та чи інша "незалежна" газета або канал розподілені між впливовими політичними силами.

Для інформаційного простору важлива свобода слова. Проте така свобода вибору призводить до публікації матеріалів виключно на негативну тематику (кримінал, шахрайство, екстремізм, нелегальна міграція, поширення небезпечних хвороб, презирливе ставлення до української культури тощо), що створює уявлення про загрозу громадській безпеці від неспроможності керівництва держави створити сприятливі умови життя в Україні. Тому варто переорієнтовувати журналістів на висвітлення і здобутків людей, влади, що збільшить рівень довіри до ЗМІ.

У наш час простежується цікава тенденція: людина все менше читає аналітичні матеріали в пресі, надаючи перевагу легким інформаційним

повідомленням телебачення та Інтернету. Телеефір нашпигований численною кількістю не дуже професійно зроблених програм. Проте людині легше сприймати інформацію, не напружуючи свій мозок й очі.

Державні радіокомпанії транслиують серйозні й пізнавальні програми. FM-станції часто пропонують дешеву інформаційну продукцію. Але вони мають свій "плюс" — політичну незаангажованість та нейтральність.

Якщо ж проаналізувати аудіовізуальні засоби масової інформації, то вимальовується теж не дуже втішна картина. Адже майже кожна телерадіокомпанія належить політичним лідерам та організаціям, що яскраво простежується під час виборів (Див. Додаток 2). Телепростір розподілений між конкурентами, які перебувають при владі й постійно змагаються одне з одним шляхом виходу в ефір та наполегливим переконанням аудиторії, що надає перевагу тому чи іншому каналу. (Особливо це практикується напередодні виборів.) Проте, варто зазначити і наявність незаангажованих телеканалів, як от наш місцевий ТРК ВІККА. Ефірний час доступний всім представникам органів влади в області. У програмі «Гість студії», що у праймтаймі, щодня ведеться діалог з політиком на актуальну тему. Цікавий формат «Нові лідери» стартував на телеканалі ICTV, що формує компетенцію у 5-6 тезах донести ідею виборцю.

Інтернет у наш час відіграє дуже важливу роль у формуванні українського інформаційного простору. Конкретна людина як окремий елемент суспільства може почерпнути будь-яку інформацію з якісно зроблених сайтів. Але це вже є інша проблема — таких українських сайтів не надто багато. Тому пересічному громадянину України необхідно володіти іноземною мовою (англійською), щоб бути в курсі новин та подій з всесвітньої мережі Інтернет.

Основною характеристикою що піддається виміру в дослідженні інформаційного простору є рівень довіри споживачів. В цьому плані ситуацію в Україні не можна характеризувати як однозначну. З одного боку 56% українців в цілому довіряють інформації ЗМІ, з іншого – 38,6% - не довіряють. Це може свідчити про недостатній рівень авторитету ЗМІ, але в той же час це непряме підтвердження того, що в країні немає домінування якоїсь одної

нав'язаної точки зору яка б проходила всіма каналами поширення. Також слід відзначити, що вибір матеріалу здійснюється з обмеженої кількості джерел через нерозвиненість в достатній мірі всіх каналів комунікації. Такі обмеження можуть виникати як через проблему доступності каналів передачі інформації, так і через відсутність у споживачів навиків для її отримання. Як результат, констатуємо, що крім українських засобів масової інформації в українському просторі достатньо відчутно представлені лише російські джерела. В цьому випадку об'єктивно необхідним є проведення власної інформаційної політики українськими медіа. Сприйняття західних медіа відбувається переважно за рахунок ретрансляції їх повідомлень українськими ЗМІ.[10] В той же час західні медіа мають найменший відсоток оцінки своєї некомпетентності

Проте вирішення актуальних проблем інформаційного простору вимагає невідкладної розробки заходів і державної програми щодо інформаційної політики. Але неможливо позбавитися численних проблем за короткий термін, ухваливши закон, де буде розписана n-на кількість пунктів. Цей документ, безперечно, залишиться на папері. Треба не чекати на кращі часи, а боротися за майбутнє справді незалежних ЗМІ, які не будуть зацікавлені в тому, щоб подавати факти й коментарі через деформовану призму світогляду зацікавлених осіб. [6]

Національна інформаційна структура українських ЗМІ ще досить нестривка, що легко піддається впливу як проросійської, так і прозахідної журналістики. Але у законодавстві чітко формулюється думка, що держава виступає гарантом суверенітету і цілісного функціонування, розвитку й захисту національного інформаційного простору.[1]

Без сумніву, національний інформаційний простір повинен перебувати у постійному стані захисту в зв'язку з поширенням шкідливої та неправдивої інформації, порушенням норм викладення новин та коментарів українськими ЗМІ. Засоби масової інформації можуть проводити власне дослідження і аналіз діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб, давати їй оцінку, коментувати.

Розрив чи змішування змісту офіційної інформації, що оприлюднюється, коментарями засобу масової інформації або журналістом не допускається.[2]

Отже, можна зробити висновок, що працівники інформаційного простору та мас-медіа України мають надзвичайно багато проблем, але всі вони повинні вирішитися в результаті плідної співпраці відповідних керівників політичного рівня та професіоналів у галузі інформації [15, с.140].

1.3 ТИПИ МАНІПУЛЯЦІЙ У МЕДІА

Ще одним важливим питанням є те, наскільки ефективно здійснюється комунікація між ЗМІ і аудиторією. [14, с. 257].

Одною із тем дослідницької лабораторії "Ініціативи чесних новин", що відбулася під егідою Інтерньюз Нетворк та Інституту масової інформації (ІМІ), поміж українськими медіатеоретиками з громадських організацій та університетів і представниками ЗМІ у Києві та в регіонах і науковцями з США та Євросоюзу, стала тема маніпуляцій у та основних методів боротьби з ними – як всередині медіасередовища, так і в суспільстві, мається на увазі поняття медіа грамотності. [20]

У ЗМІ дуже часто відбувається підміна понять, але не тільки. За словами Олени Голуб, науковця лабораторії, до видів маніпуляцій відносять джинсу, фейки, мову ворожнечі, риторику висвітлення конкретної теми, відповідно підібрані коментарі, зманіпульовані фото- та відеоматеріали. Редакційна політика, що стоїть за такими маніпуляціями, в Україні дуже часто не скерована на інтереси суспільства, а передусім на обслуговування інтересів власника. Приміром, ЗМІ у власності Коломойського замовчували намагання МАУ перешкодити входженню на український ринок авіаперевезень дешевих лоукостів. А медіа, котрі займають непримиренну позицію до мера Львова Андрія Садового, розповідали про "загрозу тифу" у зв'язку зі сміттевою кризою в місті, що було відвертим фейком.

Джинса часто виглядає дуже кострубато і недолуго, з примітивними заголовками на кшталт "політик N сказав", "політик N зробив", без жодних коментарів з боку редакції. Натомість коли у такого роду матеріалах з'являються експерти, вони переважно із одного кола і ще вчора могли працювати помічником того нардепа чи політика, на чию користь сьогодні ними видається «експертна думка».

Медіа в Україні можуть маніпулювати і несвідомо, фактично з причини непрофесійності. Як приклад висвітлення трагічного ДТП у Харкові ввечері 18 жовтня ц.р. За словами експертки, лише 1 сайт із 10-ти не назвав Олену Зайцеву відразу "винуватицею" трагедії. Як відомо, 20-літня дівчина визнала свою провину лише 13 грудня.

Маніпулятивним є винесення цитат у заголовки, коли таким чином ЗМІ скидає на когось відповідальність за ствердження, яке кладе відбиток на всю новину. Приміром, на сайті "Обозреватель" у заголовку ""Феєрична дура": Савченко викликали на дебати через заяву про "ж*дів"" вміщено цитату політика Дмитра Співака.

За словами ще одного учасника лабораторії Максима Саваневського, біля 40% користувачів соцмереж читають власне "заголовками", не зазираючи в новину. А навіть банальну новину про те, що ВВП України зріс, можна подати і під заголовком, що він упав, якщо рахувати від якоїсь окремої дати чи за певний період у минулому часі.

До видів маніпуляцій зараховується також недоговорювання правди або поширення напівправди. Як приклад: новина з одного пропагандистського сайту на Донбасі, котрий, подаючи фото американського прапора на будівлі СБУ, написав, що Україна уже у повному підпорядкуванні американців. Проте це був лише двогодинний знак поваги до офіційній делегації США.

Віднедавна слово "бандерівці" стало тотожне фашизму, як з «царських часів» взяли термін Новоросія, "Правий сектор" замінив поняття каральної організації для російськомовного населення Сходу.[3]

Не варто сприймати медіа вузько, а придивитися до порад ЮНЕСКО, за якими є 10 компетенцій, котрі лежать у розумінні медіа: як вони функціонують,

як ними користуватися у контексті критичного сприйняття інформації. І тоді бачити природу маніпуляцій буде легше, як і пояснювати, як вони діють, ширшій аудиторії. [10]

Нині складається парадоксальна ситуація: громадяни довіряють ЗМІ більше, ніж уряду та державному апарату. Не довіряючи й медіа, люди довіряють окремим обличчям – ведучим, блогерам, таким як Анатолій Шарій чи Вадим Рабинович, що сприяє поширенню чуток. Так, за даними Євробарометра за 2017 рік [14], у середньому довіра до телерадіомовних медіа та до друкованої преси знову зростає, а довіра до онлайн-медіа продовжує знижуватись. Дещо інша ситуація в США. Там, згідно з опитуваннями, проведеними службою Harris Interactive, рейтинг довіри до телевізійних новин становить та друкованих ЗМІ поступається рейтинг довіри до Білого Дому. [4]

Цехова "несолідарність" Альони Романюк із запуском фейкової новини у рамках проекту "По той бік новин" набула резонансу. Прес реліз з вигаданою новиною про кульові блискавки був надісланий на адреси регіональних ЗМІ, сотні з яких надрукували вигадку на своїх офіційних сторінках у мережі Інтернет, Ютубі та Фейсбуці, а "1+1" зняли сюжет і подали новину в ефірі "ТСН". На жаль, "вибуховий" інформаційний привід та бажання отримати трафік на сайт перемогли професіоналізм.

Тому обов'язково треба ставити за мету мати якісний медіа продукт на радіо, телебаченні та у соціальних мережах, де і відбувається медіаспоживання різними аудиторіями. Розвивати вміння особистої комунікації, емпатії, споживацької грамотності, вміння перевіряти інформацію (не тільки медійну), розуміння своєї ролі у суспільстві. [11]

2. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ – СКЛАДОВА РЕФОРМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Курс критичного мислення – це не курс критиканства. Людям бракує основних базових знань.

Загострення потреби в інтенсифікації розвитку медіаосвіти зумовлено необхідністю протистояти зовнішній інформаційній агресії та руйнівній зарубіжній пропаганді. У цих умовах медіаосвіта стає фундаментальною складовою інформаційної безпеки країни, відіграє стратегічну роль у вихованні патріотизму молоді, формуванні української ідентичності. [13]

Згідно з вимогами Концепції впровадження медіаосвіти в Україні за 2017 рік у Всеукраїнському центрі підвищення кваліфікації державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування освітню послугу за напрямом "Медіаграмотність та медіакультура державних службовців" отримали 49 осіб.[5]

Медіаосвіта має стати одним з головних чинників забезпечення відкритості освіти щодо сучасних швидко змінюваних знань і наближення змісту освіти до потреб повсякденного життя людини. Не втрачають значення і традиційні завдання медіаосвіти, які полягають у запобіганні вразливості людини до медіаманіпуляцій і медіанасильства, втечі від реальності, у профілактиці поширення медіазалежностей. [12].

Журналісти та політики володіють великою владою в суспільстві, і усвідомлення цієї влади повинно поєднуватися із скромністю і почуттям обов'язку перед читачем. У всі часи вони домагалися визнання завдяки високому рівню точності та неупередженості, тобто медіакультури, а також завдяки дотриманню ними правил чесної гри.[18]

3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ВЛАДИ ТА ЗМІ

Комплексна програма оновлення підходів до розвитку медіакультури у державі, на мою думку, має складатися з наступних пунктів:

1. Розвиток та підтримка на державному рівні концепції, коли медіаграмотність є наскрізною лінією у традиційних предметах, починаючи з дошкільної освіти. Почати треба з бібліотек, у тому числі й у школах і вузах, де вони є базою отримання інформації, тому потрібна їх модернізація і доступ до Інтернету.

2. Підвищення кваліфікації медійників, інтелігенції та державних службовців, шляхом введення окремих курсів з медіаосвіти.

3. Медіаінформаційна безпека особистості: визначення відповідальності усіх учасників медіа простору за недостовірну або провокативну інформацію.

4. Створення комісії з медіаосвіти при Міністерствах.

Стартовою платформою може стати Міністерство інформаційної політики України, яке вже займається впровадженням експериментального проекту Embedded journalism (прикріплення спеціально підготовлених журналістів до військових підрозділів).

5. Корпоративний контроль в органах влади різних рівнів. Як приклад наступний варіант: визначити спеціаліста в установі до посадових обов'язків якого включити аналіз медіа контактів та медіа продукції, яку продукують державні службовці. Аналітичну інформацію виносити на координаційні наради.

6. Неухильно дотримуватися культури комунікацій на офіційних сторінках установи чи особистих сторінках державних службовців у соціальних мережах.

Досліджувана тема відрізняється глибиною, складністю та багатоаспектністю і розкриває широкі перспективи для подальшого вивчення ролі ЗМІ у процесі формування громадської думки та породжує позитивну потребу державних службовців вдосконалювати свою медіа компетентність.

Саме в демократичному суспільстві прийнято говорити про ЗМІ, як про ту ланку, яка пов'язує владні інститути і представництво інтересів громадян. Як політичне, через делегування політичним партіям і лідерам повноважень виражати інтереси виборців, так і неполітичне – через систему громадських організацій, рухів, тощо. ЗМІ, в даному випадку, повинні виконувати функції ретранслятора в обох напрямках.

Можна стверджувати, що за попередні роки довіра суспільства до ЗМІ знизилась. Адже люди шукають найбільш точні джерела інформації серед багатьох видів ЗМІ. Робимо висновок, що ЗМІ мають значний вплив на формування масової свідомості, адже вони інформують про ту чи іншу подію. ЗМІ здійснюють своєрідний контроль та вплив на інформаційне наповнення повідомлення належно до певних інтересів та переконань, що поширюються цим ЗМІ. Таким чином ЗМІ є одним із основних засобів формування іміджу державних службовців в Україні. Тому є актуальним питання довіри громадськості до ЗМІ, адже головним каналом для одержання актуальної інформації про державних службовців в Україні є ЗМІ.

Традиційними проблемами вітчизняного інформаційного простору також залишаються: неконкурентоспроможність української журналістики у порівнянні з західними ЗМІ; постійний деформуючо-нищівний вплив російських ЗМІ; надання переваги західним ЗМІ, що мають авторитет серед інтелектуально розвинутого населення нашої країни; недовіра населення до українських ЗМІ; надмірне зловживання свободою слова або ж навпаки — "пострадянський синдром".

Потребує практичного вирішення питання визначення нової ролі держави у її взаємодії зі ЗМІ в сучасних умовах та напрацювання відповідних демократичних механізмів такої взаємодії, підвищення рівня медіа компетентності усіх учасників медіа простору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Закон України від 04.02.1998 № 74/98-ВР Про Національну програму інформатизації [Електронний ресурс] Редакція від 01.08.2016 р./ Верховна Рада України; <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/74/98-вр>
2. Закон України Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації [Електронний ресурс] <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/539/97-вр>
3. Гойман О. О. Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни / О. О. Гойман // Грані. - 2015. - № 1. - С. 50-56. - Режим доступу:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_1_11
4. Євробарометр [Електрон. ресурс]. "URL:http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm " Загол. з екрана.
5. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]. – http://www.ispp.org.ua/news_44.htm. – Назва з екрана.
6. Криворучко С. В. Професійна етика журналіста на сучасному етапі розвитку демократії в Україні: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: (10.01.08 – журналістика) / Інститут журналістики Київського нац. ун"ту імені Тараса Шевченка. – К., 2003. " 17 с.
7. Лола, В.В. Громадська оцінка професійної діяльності персоналу публічної влади [Електронний ресурс] / В. В. Лола // Наукова періодика України (журнали та збірники наукових праць). – www.nbuv.gov.ua/e-journals/Patp/2010_1/10lvvppv.pdf.
8. Media Education (1984), UNESCO, Paris, 211 p.
9. Masterman L. A. (1997), "Rational for Media Education", Media Literacy in the Information Age, Transaction Publishers, New Brunswick, London, pp. 15–68.6.
10. Новини vs. Новини. Виборча кампанія в новинних телепрограмах / За редакцією Наталії Костенко і Валерія Іванова; Інститут соціології НАН

України, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Академія української преси. – К.: ЦВП, 2005. – 212 с.

11. Петрович А. А. Поговорим об информации. М, 2003.. с. 2.
12. Різун В. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр Вільної Преси, 2013. – 352 с.
13. Роль засобів масової інформації та інших джерел у формуванні здорового способу життя молоді / О.Яременко, О.Балакірева та ін. —К.: Український інститут соціальних досліджень, 2000.
14. Садовник, О. Модель іміджу українського спорту, сформована на основі інформаційних повідомлень засобів масової комунікації [Текст] / О. Садовник. – Вип. 9 : у 4-х т. – Л. : НВФ «Укр. технології», 2005. – Т. 3 – 464 с.
15. Сімеоніді, І.А. Формування іміджу державної служби [Текст] / І.А. Сімеоніді // Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології : збірник праць. – Херсон, 2010. №1(2). С. 136-146.
16. Романенко О. Л. Сучасний стан інформаційного простору в Україні [Електронний ресурс]
17. Федорів Т. В. Медіаосвіта та медіа-компетентність державних службовців: перспективи розвитку / Т. В. Федорів // Інвестиції : практика та досвід : наук.-практ. журн. – 2013. – № 3. – С. 120–122.
18. Хлистун Г. Ю. Етика засобів масової інформації в сучасних політичних процесах: Автореф. дис. ... канд. політ. наук: (23.00.03 – політична культура та ідеологія) / Інститут журналістики Київського нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. – К., 2005. "19 с.
19. Четверта влада [Електронний ресурс]. – <https://uk.wikipedia.org/wiki/>. – Назва з екрана.
20. Шкляр В. Мас"медіа і формування європейського мислення: національний і світовий контекст // Універсум. " 2002. " № 9 " 10. " С. 29 " 30.

Нормативна база, що регламентує діяльність ЗМІ в Україні

Закон України "Про інформацію",
Закон України "Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні",
Закон України "Про телебачення і радіомовлення",
Закон України "Про авторське право і суміжні права",
Закон України "Про інформаційні агентства",
Закон України "Про рекламу",
Закон України "Про державну таємницю",
Закон України "Про внесення змін і доповнень до положення законодавчих актів України, що стосуються захисту честі, гідності та ділової репутації громадян і організацій",
Закон України "Про зв'язок",
Закон України "Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення",
Закон України "Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів",
Закон України "Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації",
Закон України "Про науково-технічну інформацію",
Закон України "Про захист інформації в автоматизованих системах",
Закон України "Про видавничу справу",
Закон України "Про професійних творчих працівників та творчі спілки",
Закон України "Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України",
Закон України "Про вибори народних депутатів"
та деякі інші.

Преса України

- "Голос України" (газета Верховної Ради України, головний редактор — Правденко С. М., тираж — 170 тис. прим.);
- "Урядовий кур'єр" (щоденне видання органів державної виконавчої влади України, засновником якого є Кабінет Міністрів України, головний редактор — Сорока М., тираж — 130-230 тис. прим.);
- "Молодь України" (незалежна газета, головний редактор — Боденчук В. І.);
- "Київська Правда" (масове громадсько-політичне видання, засновником якого є Київська обласна рада народних депутатів, головний редактор — Чумак І. В., тираж — 50 тис. прим.);
- "Закон і бізнес" (офіційне видання української міжнародної фондової біржі, головний редактор — Бобов Р. В., тираж — 16 тис. прим.);
- "Україна" (громадсько-політичний, літературний часопис, головний редактор — Пересунько Ю.).

Телеканали України, що мають високий рейтинг серед населення.

Каналом "УТ-1" керує Адміністрація Президента,
телерадіокомпанія "ЕРА" належить Деркачу та Рабиновичу,
"1+1" шанує Волкова,
"Інтер" надає перевагу легендарній "двійці" Суркіс-Медведчук,
"ТЕТ" та "ІСТV" утримує Пінчук,
"СТБ" — частково Пінчук разом з компанією "Лукойл" (Росія),
"Тоніс" шанує Валерія Пустовойтенка,
"Новий канал" належить "Альфа-банку" (Росія).