

**ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ
ПОДАТКОВОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ ІЗ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ
PROBLEMS AND WAYS OF INTERACTION BETWEEN THE STATE TAX SERVICE
OF UKRAINE AND MASS MEDIA**

Цимбал Т.Я.,

кандидат юридичних наук,

*доцент, заступник завідувача кафедри кримінального права, процесу та криміналістики
Національного університету державної податкової служби України*

Яцик Т.П.,

*аспірант кафедри управління, адміністративного права і процесу та адміністративної діяльності
Національного університету державної податкової служби України*

У статті розглядається стан взаємодії органів Державної податкової служби України із засобами масової інформації, характеризуються проблеми співпраці, пропонуються шляхи вдосконалення взаємодії вказаних органів.

Ключові слова: взаємодія, Державна податкова служба України, засоби масової інформації, проблеми, шляхи вдосконалення.

В статье рассматривается состояние взаимодействия органов Государственной налоговой службы Украины со средствами массовой информации, характеризуются проблемы сотрудничества, предлагаются пути совершенствования взаимодействия указанных органов.

Ключевые слова: взаимодействие, Государственная налоговая служба Украины, средства массовой информации, проблемы, пути совершенствования.

In the article considers the situation of interaction of the State tax service of Ukraine with medias, characterized the problem of interaction, suggest ways to improve the interaction of these bodies.

Key words: interaction, State tax service of Ukraine, media, problems, ways to improve.

Діяльність засобів масової інформації на сучасному етапі розвитку не обмежується лише інформуванням, висвітлюванням подій та розважальними функціями. Передусім вони змінюють установки людей, погляди, формують певну модель поведінки, тобто володіють маніпулятивно-управлінським потенціалом. Першочерговим завданням має стати комплексний розгляд взаємовпливу та взаємозв'язку між такими категоріями, як «держава – засоби масової інформації», «засоби масової інформації – засоби масової інформації» та «засоби масової інформації – громадянське суспільство» [1, с. 238].

Метою статті є визначення основних проблем у взаємодії органів Державної податкової служби України із засобами масової інформації і окреслення шляхів їх вирішення.

Створення державою належних умов для побудови сучасного конкурентного інформаційного простору, розвиток свободи слова та засобів масової інформації, налагодження ефективної взаємодії між органами державної влади та засобами масової інформації мають надзвичайно важливе значення для реалізації демократичних перетворень в Україні [2, с. 98].

Наразі найбільш поширеними проблемами взаємодії органів державної влади та засобів масової інформації є: 1) недостатня нормативно-правова база, зокрема, в частині чіткої регламентації взаємодії органів державної влади із засобами масової інформації [3, с. 219]; 2) відсутність у органів державної влади практики відносин із засобами масової інформації [4, с. 28]; 3) недостатній доступ журналістів до керівництва органів державної влади; 4) неоперативність органів державної влади в поширенні інформації щодо своїх заходів [5, с. 17].

На нашу думку, основними проблемами взаємодії зазначених органів є закритість органів Державної податкової служби України у зв'язку з недовірою до засобів масової інформації, тому що часто представники мас-медіа мають на меті не донесення правдивої інформації до громадян, а знайдення якоїсь сенсації, щоб підняти свій рейтинг.

Попри природний антагонізм у відносинах між владою та мас-медіа вони є взаємозалежними. Підтримання конструктивного діалогу між державними інституціями та засобами масової інформації дає змогу забезпечити більшу поінформованість населення про діяльність органів державної влади, оцінити суспільну реакцію на рішення, які приймаються, щоб покращити комунікацію в суспільстві.

Суттєвою проблемою взаємовідносин із медіа є порушення гарантованих чинним законодавством прав засобів масової інформації на доступ до публічної інформації, свободу слова та професійну діяльність. Останнім часом органи державної влади та місцевого самоврядування часто ігнорують інформаційні запити журналістів, надають інформацію не в повному обсязі або невчасно, приховують відкрити інформацію або створюють перешкоди для її збирання. Не завжди в повному обсязі публікується інформація й на веб-сайтах державних установ, які є однією з основних форм доступу до офіційної інформації. За даними експертного опитування, проведеного Незалежним українським центром політичних досліджень і Центром політико-правових реформ, найчастіше право громадян та журналістів на доступ до

інформації порушують представники органів місцевого самоврядування (57,9%), обласних та районних державних адміністрацій (54,4%). Абсолютна більшість опитаних (86,0%) також назвала неналежним або неповним подання інформації на офіційних веб-сайтах органів влади [6].

Сьогодні за наявності власного сайту чи газети в державному органі або інституції та в органів місцевого самоврядування актуальним залишається питання нерегулярного поновлення інформації, а також подання лише конкретної позитивної інформації про діяльність. Зворотний зв'язок лише формально декларується. У демократичних державах взаємодія влади і суспільства базується на механізмах зв'язку з громадськістю та наданні інформаційних послуг населенню щодо можливості задоволення власних потреб. Обмін інформацією є важливою ланкою в системі державного управління, оскільки повнота, якість і вірогідність інформації, що використовується для прийняття соціально-політичних рішень, визначає і правдивість та дієвість таких рішень [7, с. 89].

З огляду на те, що одним із головних принципів, що проголошується в Рекомендаціях Комітету Міністрів Ради Європи, є забезпечення свободи засобів масової інформації, що виступає визначальним фактором при функціонуванні демократичного суспільства та поваги до незалежності мас-медіа, особливо з боку уряду, та визначальної ролі засобів масової інформації в сучасних суспільствах, питання взаємодії сфери медіа з державою є найбільш актуальним для України [8, с. 337].

Для нашої держави характерним є принцип «все і одразу»: необхідність довготермінової роботи у медіа-просторі, яка може стати ефективним підґрунтям для формування всіх сфер життєдіяльності, замінюються на миттєві засоби досягнення мети, серед яких головними є маніпуляційні технології. Ніхто не думає про результат таких впливів, який може проявитися через кілька років за наявності вже враженої людської свідомості. Для України пріоритетними в інформаційній сфері мають бути принципи, що проголошені в Декларації Четвертої Європейської конференції (на рівні міністрів країн-членів Ради Європи з питань засобів масової інформації), а саме: втілення в життя в разі необхідності у взаємодії із зацікавленими організаціями заходів і процедур як в обмін інформацією, так і в підготовці кадрів, що спрямовані на укріплення демократичної реформи засобів масової інформації; розширення свободи засобів масової інформації в контексті європейської інтеграції; усвідомлення взаємозв'язку свободи засобів масової інформації та незалежності і безпеки журналістів; сприяння рівності можливостей в аудіовізуальному секторі [9].

Потрібно розробити реалістичну стратегію інформаційної політики, яка враховує аспекти маніпулятивного впливу на суспільну свідомість, інакше Україна залишиться, по суті, випробувальним полігоном для експериментів над політичною свідомістю з використанням маніпулятивних технологій деструктивного характеру. Для подолання інформаційної кризи є два шляхи: активно протидіяти маніпуляціям і використовувати її з конструктивною, а не деструктивною метою і таким чином перебудувати свою політичну свідомість [10, с. 46].

Концентрація засобів масової інформації на медіа-ринку є небезпечним для демократичного суспільства явищем, що обмежує їх плюралізм та підриває конституційні основи свободи слова, створює умови для маніпулювання суспільною свідомістю. З метою запобігання та протидії надмірній їх концентрації на медіа-ринку в демократичних країнах запроваджуються законодавчі обмеження на право власності в галузі засобів масової інформації, такі як, наприклад, заборона утворення монополій на ринку засобів масової інформації (Німеччина), обмеження перехресного володіння засобами масової інформації (тобто одночасного володіння однією особою теле- та радіоканалами або електронними та друкованими засобами масової інформації [11, с. 210].

Невід'ємною складовою державного протистояння утворенню монополій на медіа-ринку в зарубіжних країнах також є забезпечення прозорості відносин власності стосовно засобів масової інформації. Створення законодавчого підґрунтя для гарантування прозорості медіа-власності має стати першочерговим кроком держави в боротьбі з надмірною концентрацією власності на вітчизняному інформаційному ринку. Крім антимонопольного регулювання медійного ринку з метою збереження різноманітності медіа та плюралізму інформаційних джерел, а отже, плюралізму ідей та поглядів, у європейських країнах широко застосовуються спеціальні державні програми підтримки засобів масової інформації. Такі програми передусім розраховані на допомогу в випуску соціально значущих видань, менш конкурентоспроможних засобів масової інформації або таких, що опинились у скрутному економічному становищі, партійної преси. Наприклад, з метою забезпечення різноманітності медіа уряд Австралії надає субсидії всім щоденним газетам, що дає їм змогу вижити на ринку преси, а також підтримує газети національних меншин [12, с. 275-276].

Загалом, розвитку права і правової науки в інформаційній сфері вимагає створення необхідних умов для організації та проведення системних наукових досліджень з метою отримання нових знань щодо закономірностей взаємодії права, суспільних комунікацій, інформатики, інформатизації, інформаційних ресурсів, технологій та мереж. Нині ця нова юридична сфера отримала назву «інформаційне право». Головне її призначення – правове забезпечення розбудови інформаційного суспільства та входження України у світовий інформаційний простір [13, с. 122; 14, с. 328].

Водночас, як свідчить системний аналіз, у правовому регулюванні інформаційних відносин в Україні існує низка організаційних, процесуальних та інших питань, які потребують комплексного опрацювання, а також актуалізують проблему подальшого розвитку нормативно-правової бази в інформаційній сфері, зокрема: 1) нормотворча діяльність в Україні часто здійснюється за відсутності загальнодержавної системності в інформаційній сфері, шляхом фрагментарного вирішення наявних проблем в окремих законах та підзаконних нормативних актах; 2) різні закони та підзаконні акти, що регулюють суспільні відносини, об'єктом яких є інформація, приймались впродовж 20-ти років без достатньої узгодженості понятійно-категоріального апарату і застосовують ряд термінів, які є недостатньо коректними та неоднозначно сприймаються учасниками інформаційних відносин; 3) види інформаційної діяльності знаходяться в жорстких рамках того, що прописане в Конституції України (збирання, зберігання, використання, поширення), хоча сучасний електронний простір (е-простір) визначає свої види діяльності (обробка, введення, вивід, передача, компіляція, відображення даних та інші); 4) процес нормотво-

рення в інформаційній сфері нерідко здійснюється без належного узгодження з положеннями міжнародних і європейських правових актів; 5) через неузгодженість правового регулювання в законодавстві щодо збору інформації на різних рівнях державного управління, зокрема персональних даних, різні органи державної влади та органи місцевого самоврядування часто невикористовують громадян надавати значну кількість довідкової інформації з установ; 6) норми законодавства щодо захисту персональних даних потребують подальшої гармонізації з положеннями відповідних європейських стандартів та розробки і введення правових механізмів реалізації людиною права власності на її персональні дані; 7) відсутнє спеціальне законодавче регулювання діяльності, пов'язаної із застосуванням Інтернету та інших телекомунікаційних систем в комерційних цілях і наданням відповідних послуг [15, с. 16-17; 16, с. 57].

Виявляється, що більшість перешкод на шляху плідної взаємодії засобів масової інформації та влади спричинені відсутністю практики та чіткої стратегії органів державної влади щодо співпраці із засобами масової інформації, недосконалістю нормативно-правового забезпечення. Але не можна стверджувати, що відсутній факт перекучування подій з боку засобів масової інформації, часто суб'єктивне ставлення мас-медіа до влади чи посадової особи спричиняє викривлення фактів та недостовірність інформації.

У будь-якому випадку усунення вищезазначених перешкод та наявність конструктивного діалогу залежить однаковою мірою як від органів влади, так і від засобів масової інформації [17].

Важливість взаємодії податкових органів України із засобами масової інформації зумовлена тим, що висвітлення їх діяльності має значний вплив на формування іміджу Державної податкової служби України. В умовах послідовного проведення податкової реформи в Україні, утвердження ідеології добровільної сплати податків та формування високої податкової культури населення саме підтримка постійних зв'язків із громадськістю через засоби масової інформації стає одним із головних напрямків роботи податкових органів щодо здійснення контролю за справлянням податків та інших обов'язкових платежів [18, с. 86].

Механізм покращення взаємодії органів податкової служби із засобами масової інформації містить такі складові: 1) створення в регіональних податкових службах спеціальних окремих центрів по зв'язкам з громадськістю, основним завданням яких є забезпечення реалізації двосторонньої симетричної моделі взаємодії з громадськістю в рамках переходу до нових форм і методів податкового адміністрування; 2) налагодження цими підрозділами постійної безпосередньої взаємодії з громадськістю; 3) активна співпраця із засобами масової інформації, використання електронного презентування і соціальної реклами; 4) розробка на підставі інформації, отриманої через зворотний зв'язок, пропозицій щодо вдосконалення взаємодії з громадськістю та діяльності територіальних податкових служб в цілому [19, с. 13].

Отже, необхідно здійснити чітке розмежування повноважень між органами Державної податкової служби України і засобами масової інформації, передачу надлишкових функцій від органів Державної податкової служби України до засобів масової інформації в сфері їх співпраці, вдосконалити взаємодію місцевих податкових органів із представниками мас-медіа.

Це сприятиме підвищенню ефективності взаємодії органів Державної податкової служби України із засобами масової інформації в контексті здійснення адміністративної реформи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Матвєєнко І.В. Вплив засобів масової інформації на становлення громадянського суспільства: теоретичний аспект / І.В. Матвєєнко // університетські наукові записки: часопис Хмельниц. універ-ту упр. та права. – Хмельницький: [б.в.], 2010. – №2. – С. 238-290.
2. Джига Т.В. Сучасний стан та основні проблеми взаємодії органів державної влади України із засобами масової інформації / Т.В. Джига // Електрон. урядування. – 2010. – №1. – С. 97-104.
3. Дніпренко Н.К. Комунікативна політика в органах місцевого самоврядування та державного управління в Україні: реалії, нові підходи, вихідні тенденції. // Зб. наук. пр. УАДУ. / За заг. ред. В.І. Лугового, В.М. Князєва. – К.: Вид-во УАДУ, 2000. – Вип. 2. – В 4 ч. – Ч.ІІІ. – С. 217-223.
4. Галлін Д., Манчіні П. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики. К.: Наука, 2008. – 368 с.
5. Панченко Л. Про медійну екологію. Кому слугує український інформаційний простір? // Дзеркало тижня. – 14 - 20 червня 2009. – № 22 (701). – С. 17.
6. Держава не забезпечує громадянам доступ до публічної інформації. – Режим доступу: <http://www.ucipr.kiev.ua/modules.php?op=modload&name=News &file=article&sid=6032465&mode=thread&order=0&thold=0>.
7. Злишков В. Українські ЗМІ: проблема маніпулювання свідомістю / В. Злишков // Соціальна психологія. Спеціальний випуск. – 2007. – С. 84-90.
8. Кандагура К.С. Роль засобів масової інформації у побудові взаємовідносин влади з громадськістю / К.С. Кандагура // Актуальні проблеми міжнародних відносин: зб. наук. пр. – К.: КНУ ім. Т. Шевченка, ін-т міжнар. відносин, 2009. – Вип. 83. – С. 336-341.
9. Декларация Четвертой Европейской конференции (на уровне министров стран-членов Совета Европы по делам средств массовой информации). – Режим доступа: http://www.medialaw.ru/laws/other_laws/european/deck-1994.htm.
10. Кандагура К.С. Взаємодія влади з громадськістю та вплив на цей процес третіх сил / К.С. Кандагура // Вісн. держ. служби України. – 2010. – №1. – С. 41-46.
11. Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе/ Г.Г. Почепцов. – К.: Принт Сервис, 1997. – 332 с.
12. Почепцов Г.Г. Інформаційна політика: навч. посіб. / Г.Г. Почепцов, С.А. Чукут. – К.: Знання, 2006. – 663 с.
13. Лизанчук В.В. Єдиний національний інформаційний простір України: реальність чи міф? / Українська періодика: історія і сучасність. – Львів, 1995. – С. 120-125.
14. Несвіт Г.П. Інформаційна політика як фактор трансформації суспільства / Актуальні проблеми політики: Зб. наук. пр. (Відп. ред. Кормич Л.І.). – Вип. 10. – Одеса: Астропринт, 2001. – С. 326-332.
15. Папакин А.И. Основы практического менеджмента. – М.: ЮНИТА, 2000 – 288 с.
16. Лациба М.В., Хмара О.С., Андрусів В.В. Методичні рекомендації щодо практичного впровадження Закону України «Про доступ до публічної інформації» / М.В. Лациба, О. С. Хмара, В.В. Андрусів. – К.: Агентство «Україна», 2011. – 144 с.
17. Дацун Я. Налагодження взаємодії органів державної влади із засобами масової інформації / Творча робота III туру щорічного Всеукраїнського конкурсу «Кращий державний службовець». – Режим доступу: <http://kds.org.ua/blog/tvorcha-robot-na-temu-nalagodzhennya-vzajemodii-organiv-derzhavnoi-vladi-iz-zasobami-masovoi-in>.
18. Гаєвський Б.А. Основи науки управління. – К.: МАУП, 1997. – 112 с.
19. 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.