

Key words: budget, budget revenues, budget revenues, financial resources, fiscal resources.

Надійшла до редакції 20.12.2013 р.

УДК 342.9:35

Г. В. Гаврюшенко,
*здобувачка при кафедрі організації судових
та правоохоронних органів
Національний університет
«Юридична академія України
імені Ярослава Мудрого»,
м. Харків*

МЕДІАКОМПЕТЕНТНІСТЬ ПРОКУРОРА: ПОСТАНОВКА ПИТАННЯ

Розглянуто проблеми запровадження в органах прокуратури України професійних підходів до співпраці з засобами масової комунікації шляхом підвищення медіакомпетентності прокурорських працівників. Визначено правову природу, основні складники цього феномену та розкрито методику формування т. з. «карти ЗМІ». Акцентовано увагу на необхідності здійснення моніторингу ЗМІ та розробці медіастратегії в органах прокуратури.

Ключові слова: прокуратура, засоби масової інформації, медіакомпетентність, моніторинг ЗМІ.

Засоби масової інформації (далі – ЗМІ) у сучасному світі за силою їх дії на повсякденну людську життєдіяльність є одним з найбільш впливових соціальних інститутів: як домінуюче джерело інформування про події оточуючого середовища, вони все впевненіше беруть на себе роль агентів соціалізації [1, с. 288], що не тільки формують громадську думку, а й забезпечують її функціонування. Підтверджується вис-

лів «батька» кібернетики Норберта Вінера, що дійсно жити – це означає жити, володіючи правильною інформацією [2, с. 8].

Безперечно, реалізація програм боротьби зі злочинністю та правопорушеннями, ефективність діяльності правоохоронних органів чималою мірою залежить від того, як засоби масової інформації впливатимуть на формування правової позиції громадян, наста-

нов та стереотипів масової свідомості, на ставлення різноманітних соціальних груп до правоохоронних органів та їх діяльності. Адже, як стверджують С. Квіт, А. М. Омаров, В. І. Гостеніна та О. Г. Кисельов, А. Ю. Дорський, Н. Б. Кирилова, Е. В. Кондрат'єв та Р. М. Абрамов, В. Г. Корольков, М. М. Назаров, П. Вінтер-Шпурк, К. Е. Шеннон, У. Р. Ешбі, О. О. Хмельницькій та інші дослідники теорії масових комунікацій, мас-медіа здатні здійснювати негативний вплив на суспільство шляхом формування певних стереотипів сприйняття, уявлень про домінуючі соціальні цінності, бажаних чи небажаних формах поведінки тощо.

Зазначене актуалізує пошук органами прокуратури найбільш оптимальних форм співпраці зі ЗМІ, підвищення якості матеріалів, які висвітлюють прокурорську та іншу правоохоронну діяльність, своєчасне відстеження критичної інформації про роботу органів прокуратури, повідомлень про порушення закону, що потребують прокурорського втручання, тощо. Органи прокуратури також не можуть залишатися осторонь фактів порушення законодавства у діяльності ЗМІ, наприклад, розповсюдження під-

бурювальних чи провокаційних, а інколи й «інструктивних» інформаційних повідомлень, які наповнені зайвою «технологічною деталізацією» способів вчинення кримінальних правопорушень і стають своєрідними посібниками злочинної діяльності. Для того, щоб прокурорські працівники мали змогу «на рівних» розмовляти із представниками комунікаційних технологій, особливого значення набуває опанування ними ґрунтовними знаннями у цій сфері, тобто медіакомпетентністю, під якою ми розуміємо здатність прокурорських працівників не тільки отримувати знання у сфері масових комунікацій, а й вміти застосовувати їх на практиці.

Мета статті – розкрити змістову компоненту медіакомпетентності та накреслити шляхи її можливого втілення в органах прокуратури з огляду на виклики сьогодення.

Німецький дослідник медіапсихології Петер Вінтерхофф-Шпурк, розглядаючи компетентність та компетенцію як синоніми, вважає, що комунікативна компетенція складається з компетенції у використанні інформаційних технологій (інформаційна компетенція) та компетенції у поводженні із мас-медіа (медіакомпетенція).

ПРОБЛЕМИ ЗАКОННОСТІ

Перша містить у собі: а) знання та здібності, які потрібні для того, щоб експлуатувати і обслуговувати відповідне обладнання; навички програмування та знання спеціальних команд; б) здатність і готовність активно й осмислено використовувати інформаційні технології, слідкувати за їх оновленням та адекватно впроваджувати їх у свою діяльність; в) здатність та готовність до соціально-критичної рефлексії інформаційних технологій, а також їх застосування як засобу потенційної взаємодії. Все це складає технічний аспект комунікативної (інформативної) компетенції, яким майбутні прокурори опановують ще під час навчання у вищих освітніх закладах.

Медіакомпетенція у її технічному аспекті, так само як і в інформаційному, полягає у технічній здатності експлуатувати та обслуговувати обладнання, а також активному чи пасивному застосуванні відповідних медіакодів. Складниками медіакомпетенції є також здатність до вибіркового та рефлексивного сприйняття ЗМІ (медіакомпетенція у Я-аспекті) та знання того, як ЗМІ та їх сприйняття впливає на суспільство [3, с. 236-238]. Уважаємо, що оволодіння цим потребує відповідної цілеспрямованої фахової

підготовки шляхом медіанавчання прокурорів у вищому навчальному закладі, а далі – у ході підвищення професійної кваліфікації прокурорів.

Зараз обов'язок висвітлення діяльності органів прокуратури в ЗМІ покладається на відповідні структурні підрозділи (прес-службу, прес-секретаря), які мають виконувати інформаційно-аналітичні функції і забезпечувати зв'язки із засобами масової інформації та громадськістю. На інформаційні служби покладається обов'язок збирати, опрацьовувати та оперативно надавати інформацію про діяльність органів прокуратури у повному обсязі, крім випадків, передбачених Законами «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації», «Про державну таємницю» та ін. Однак спостерігається низький організаційно-статусний рівень таких працівників. Наприклад, в органах прокуратури РФ такі повноваження покладені на старших помічників прокурорів областей по взаємодії із ЗМІ, що значно підвищує вимоги до цього важливого напрямку прокурорської діяльності, забезпечення її транспарентності [4].

Відповідно до ст. 6 Закону «Про порядок висвітлення діяльності органів державної

влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» [5; 1997. – № 49. – Ст. 299], для висвітлення діяльності органів прокуратури їх інформаційні служби мають право використовувати такі форми підготовки та оприлюднення інформації: випуск і поширення бюлетенів (спеціальних бюлетенів), прес-релізів, оглядів, інформаційних збірників, експрес-інформації тощо; проведення прес-конференцій, брифінгів, організація інтерв'ю з керівниками органів прокуратури для працівників вітчизняних та зарубіжних ЗМІ; підготовка і проведення теле- і радіопередач; забезпечення публікацій (виступів) у ЗМІ керівників або інших відповідальних працівників органів прокуратури; створення архівів інформації про діяльність органів прокуратури; інші форми поширення офіційної інформації, що не суперечать законодавству України.

Працюючи із засобами масової інформації, прокурорам, перш за все, слід враховувати, що масову інформацію складає соціальна інформація, зрозуміла за змістом та доступна за формою і способами доставки. І в цьому сенсі журналістику можна розглядати як спосіб перетворення (перекладу) право-

вих знань на загальнозрозумілу масову інформацію. Поняття «масова» у зазначеному словосполученні вказує на такі ознаки масовості: спрямованість на масу (на все населення) за відсутності безпосереднього контакту, незалежно від розмірів і просторової розосередженості аудиторії; відповідність потребам маси в інформації; прагнення до консолідації, тобто вироблення спільної для багатьох позиції; відкритість для співпраці з усіма охочими і здібними до журналістської творчості та ін. Слід також урахувати такі атрибутивні ознаки масової інформації, як її змістова актуальність (загально-суспільне значення, важливість та інтерес для широкого кола читачів); хронологічна актуальність або оперативність; точність, достовірність, документалізм; повторюваність тем і неповторність матеріалів; прагматизм, імперативність [6, с. 111, 112].

Особливістю висвітлення матеріалів про діяльність органів прокуратури є те, що гласність у цій сфері розглядається як важливий засіб запобігання злочинності, зміцнення законності та формування в суспільстві об'єктивної думки щодо виконання органами прокуратури покладених на них завдань і

ПРОБЛЕМИ ЗАКОННОСТІ

функцій. Першочергове значення має надаватися висвітленню результатів діяльності, які реально вплинули на зміцнення законності та правопорядку, на поновлення прав громадян та захист інтересів держави, а також розкриттю причин та умов, що сприяли вчиненню злочинів та порушенням закону, внесенню пропозицій щодо шляхів їх усунення та попередження (п. 1.1 Наказу Генерального прокурора України № 11 гн від 14.06.2006 р. «Про організацію роботи органів прокуратури України з реалізації принципу гласності»). В умовах сьогодні, коли відбувається оптимізація діяльності прокуратури України за європейськими стандартами, завданням її прес-служби, як зазначає Генеральний прокурор України В. П. Пшонка, має стати, зокрема, прозоре висвітлення тих процесів, які відбуваються в прокуратурі, доведення до відома всіх і кожного, що реформування прокурорського слідства не призведе до хаосу та інших негативних наслідків. «Наші громадяни, – наголошує В. П. Пшонка, – мають знати, що це – об'єктивна реальність, і ми тримаємо ситуацію під контролем» [7, с. 10]. Тож прес-служба органів прокуратури має забезпечувати

ЗМІ безперебійною об'єктивною інформацією про розбудову прокурорської діяльності, реформування її органів тощо шляхом віднайдення для цього все нових і нових інформаційних приводів позитивного характеру. Умовою якісного виконання зазначених завдань є аналітика, моніторинг висвітлення ЗМІ діяльності органів прокуратури. Він полягає у постійному, своєчасному та безперервному спостереженні, контролі за діяльністю ЗМІ, відстеженні сукупного інформаційного поля із наступним відібранням матеріалів із завданої тематики, збирання інформації з метою дослідження громадської думки з будь-якого питання [8, с. 492]. У журналістичкознавстві і медіа-критиці моніторинг є методом вивчення публікацій чи передач з метою встановлення їх ідеології, змісту контенту (обсягу інформації, вміщеної в повному тексті, сукупності текстів), присутності в журналістиці тих чи інших осіб тощо [6, с. 165].

Питання здійснення органами прокуратури моніторингу ЗМІ є малодослідженим, хоча у літературі з питань мас-медіа та комунікацій можна знайти відповідні рекомендації методичного характеру, більшість яких цілком прийнятні і для про-

курорських прес-служб.

Тож починати медіааналітику треба зі складання т. зв. «карти ЗМІ», змістовим наповненням якої слугують: перелік ЗМІ; наклад та склад аудиторії даного ЗМІ, відвідування (Інтернет ЗМІ); графік виходу видань, канал та час виходу ТБ/радіопрограм; внутрішня структура кожної одиниці (головний редактор, редактори відділів, ключові кореспонденти). Моніторинг має справу з уже висвітленим матеріалом, у якому «все вже сказано»: його тільки треба проаналізувати з метою встановлення змісту контенту (обсягу інформації, вміщеної в повному тексті, сукупності текстів), присутності в журналістиці тих чи інших осіб тощо та впливу на формування інформаційного простору задля створення позитивного іміджу органів прокуратури шляхом своєчасного корегування їх медіастратегії.

Потреба у розробці такої медіастратегії впливає з положень Бордоської декларації «Судді та прокурори у демократичному суспільстві» від 18 жовтня 2009 р., розробленої Консультативною радою європейських суддів та Консультативною радою європейських прокурорів [9. – 2010. – № 3 – С. 17] щодо забезпечення ЗМІ

необхідними відомостями для інформування громадськості про діяльність судової системи із дотриманням принципу презумпції невинуватості обвинуваченого, права на справедливий суд та права на повагу до приватного та сімейного життя усіх осіб, які беруть участь у процесі. На виконання цього судді і прокурори повинні розробити кодекс добросовісної практики або інструкцію про взаємодію зі ЗМІ для кожної з цих професій. Йдеться, перш за все, про врахування громадського інтересу, задоволення потреб загальнонаціональної або регіональної аудиторії у правовій та іншій інформації. При цьому можливе врахування таких інформаційних приводів, як викриття або виявлення злочинів; викриття антигромадської поведінки; викриття корупції і несправедливості; розкриття істотної некомпетентності або недбалості; захист здоров'я і безпека людей; захист людей від уведення в оману будь-якою заявою чи дією окремої особи або організації; розкриття інформації, що дає змогу людям прийняти значно більш поінформоване рішення з суспільно важливих питань тощо [10, с. 98-99]. При цьому не слід забувати, що через відсутність системності у ви-

ПРОБЛЕМИ ЗАКОННОСТІ

світленні фактів корупції та інших зловживань владою, існуюче фрагментарне підвищення поінформованості суспільства у цій сфері без адекватних та видимих заходів призводить до появи цинізму у населення і може навіть сприяти зростанню корупції [11, с. 217].

Отже, моніторинг ЗМІ дозволяє оперативно оцінити стан висвітлення діяльності органів прокуратури у ЗМІ, з'ясувати інформаційні потреби та очікування споживачів інформації (наприклад, шляхом аналізу змісту інформаційних запитів громадян, що надходять до органів прокуратури на підставі Закону «Про доступ до публічної інформації»), виявити як можливі прогалини та прорахунки у цій роботі, так і порушення законодавства з боку ЗМІ. Переконані, що інформація, отримана за наслідками моніторингу ЗМІ, спонукатиме органи прокуратури діяти відповідним чином у інформаційній грі, ставкою в якій є їх ділова репутація.

Тим часом, моніторинг спілкування працівників прокуратури із ЗМІ демонструє його неналежний професійний рівень з обох сторін. З одного боку, прокурорські працівники не завжди повною мірою спроможні вести діалог на телебаченні: не

вміють триматися перед камерою, не завжди мають охайний вигляд та правильно вибирають місце для спілкування, не володіють мистецтвом донести інформацію до споживача на зрозумілій йому мові тощо. Інколи складається враження, що прокурорські працівники, беручи участь у журналістській «гонитві за новиною», забувають положення ст. 63 Закону «Про телебачення і радіомовлення» [5; 1994. – № 10. – Ст. 43] щодо права особи, у якої беруть інтерв'ю, або яка подала інформацію для телерадіоорганізації, переглянути та/або прослухати відповідну передачу перед її трансляцією на підставі письмової заяви. Відповідні важелі впливу на ЗМІ містяться і у статтях 36, 37 Закону «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [5; 1993. – № 1. – Ст. 1].

З іншого боку, при висвітленні матеріалів правоохоронної тематики працівники ЗМІ, зловживаючи свободою слова, вдаються до грубих порушень законодавства. Так, змагаючись за «новину з перших вуст», вони всупереч вимогам ст. 17 Закону «Про боротьбу з тероризмом» [5; 2003. – № 25. – Ст. 180], особисто інформують громадськість про вчинення терористичного акту,

поширюючи дані про предмети та речовини, що безпосередньо можуть бути використані для вчинення актів технологічного тероризму; для висвітлення «кримінальних новин» демонструють матеріали оперативної відеозйомки, яка потрапляє до них неофіційним шляхом, і коментують подію на власний розсуд та не завжди об'єктивно; ігноруючи вимоги ст. 396 ЦК України, інших законодавчих актів та норм міжнародного права, ще до винесення судом обвинувального вироку або постанови у справі про адміністративне правопорушення, оприлюднюють ім'я

особи, яка підозрюється чи обвинувачується у вчиненні злочину або адміністративного правопорушення; втручаються в особисте життя громадян тощо. Часто, такі факти, як правило, проходять повз прокурорського ока.

Отже, сучасний розвиток комунікаційних зв'язків потребує медіакомпетентності від усіх учасників правових відносин у цій сфері, у тому числі й працівників прокуратури. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є запровадження відповідних навчальних програм у юридичних освітніх закладах.

Список літератури: 1. Смирнов А. А. Роль и место средств массовой информации в механизме детерминации противоправного поведения / А. А. Смирнов // Библиотека криминалиста. Научный журнал. – 2012. – № 1(2). – С. 288-299. 2. Винер Н. Кибернетика или управление и связь в животном и машине. / Н. Винер. – М.: Наука, 1987. – 248 с. 3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиасихология. Основные принципы. / Винтерхофф-Шпурк Петер; пер. с нем. – Х.: Изд-во Гуманитарный центр, 2007. – 288 с. 4. Бурсянин В. Работа по взаимодействию со СМИ / В. Бурсянин // Законность. – 2013. – № 2. – С. 36-37. 5. Відомості Верховної Ради України. 6. Журналістика. Словник-довідник / авт.-уклад. І. Л. Михайлин. – К.: Академвидав, 2013. – 320 с. 7. Пшонка В. Із виступу на розширеному засіданні колегії з питань оптимізації слідчо-наглядових підрозділів органів прокуратури / В. Пшонка // Вісник прокуратури. – 2013. – № 10. – С. 5-14. 8. Кондратьев Э. В., Абрамов Р. Н. Связи с общественностью: учеб. пособие для выс. шк. / под общ. ред. С. Д. Резника. – изд-е 6-е, испр. и доп. – М.: Академ. проспект, 2009. – 511 с. 9. Вісник Верховного Суду України. 10. Квіт С. Масові комунікації: підручн. – К.: Вид. Дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 206 с. 11. Антикоррупционный набор инструментов. Рекомендации Комитета ООН по контролю за наркотиками и предупреждению преступности. Глобальная программа против коррупции – июнь 2001 г. // Международные правовые основы борьбы с коррупцией и отмытием преступных доходов: Сб. документов / Сост. В. С. Овчинников. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 640 с.

МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТЬ ПРОКУРОРА: ПОСТАНОВКА ВОПРОСА
Гаврущенко А. В.

ПРОБЛЕМИ ЗАКОННОСТІ

Рассмотрены проблемы внедрения в органах прокуратуры Украины профессиональных подходов к сотрудничеству со средствами массовой коммуникации путем повышения медиакомпетентности прокурорских работников. Определена правовая природа, основные составляющие этого феномена и раскрыто методичку формирования т.н. «карты СМИ». Акцентируется внимание на необходимости осуществления мониторинга СМИ и разработке медиастратегии в органах прокуратуры.

Ключевые слова: прокуратура, средства массовой информации, медиакомпетентность, мониторинг СМИ.

MEDIA COMPETENCE OF PROSECUTOR: FORMULATION OF THE QUESTION

Gavryushenko A. V.

The problems of implementation of the Prosecutor's Office of Ukraine professional approaches to cooperation with the media communication by increasing media competence prosecutors. Defined the legal nature, the main components of this phenomenon and reveals the method of forming the so-called «Media card». Focused on the necessity of monitoring the development of the media and media strategy in the prosecution.

Key words: prosecutors, media, media competence, media monitoring.

Надійшла до редакції 22.11.2013 р.

УДК 347.73:336.221

К. О. Гетьман,
*здобувачка кафедри фінансового права
Національний університет
«Юридична академія України
імені Ярослава Мудрого»,
м. Харків*

ПРИНЦИП ЕКОНОМІЧНОЇ ОБҐРУНТОВАНOSTІ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ФІСКАЛЬНОЇ ФУНКЦІЇ ПОДАТКУ

У статті охарактеризовано принцип економічної обґрунтованості як засіб реалізації фіскальної функції податку в Україні. Наголошено на необхідності чіткого розрізнення економічної обґрунтованості та економічної підстави податку чи збору.

Ключові слова: податкові надходження, економічна обґрунтованість, податковий механізм.