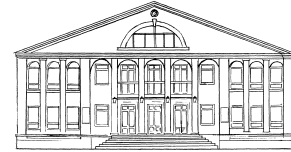


# Держава та регіони

ISSN 2219-8741

Серія: Соціальні комунікації  
2022, № 2 (50)



Науково-виробничий рецензований журнал

виходить щоквартально

## Головний редактор:

**Бессараб А. О.**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор

## Редакційна колегія:

### Соціальні комунікації

**Пономаренко Л. Г.**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор (заступник головного редактора)

**Богуславський О. В.**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор

**Гіріна Т. С.**, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент  
**Дяченко М. Д.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доктор педагогічних наук, доцент

**Женченко М. І.**, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент

**Зелінська Н. В.**, доктор філологічних наук, професор

**Зикун Н. І.**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор

**Ковпак В. А.**, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент

**Лизанчук В. В.**, доктор філологічних наук, професор

**Пенчук І. Л.**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор

**Поплавська Н. М.**, доктор філологічних наук, професор

**Теремко В. І.**, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент

**Фінклер Ю. Е.**, доктор філологічних наук, професор

**Холод О. М.**, доктор філологічних наук, професор

**Шевченко О. В.**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор

**Бондаренко І. С.**, кандидат філологічних наук, доцент

**Досенко А. К.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

**Кіца М. О.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

**Козиряцька С. А.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

**Мудра І. М.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

**Полєжаєв Ю. Г.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

**Хітрова Т. В.**, кандидат філологічних наук, доцент

### Соціологія

**Зоська Я. В.**, доктор соціологічних наук, професор (заступник головного редактора)

**Гордієнко Н. М.**, доктор соціологічних наук, професор

**Позднякова-Кирбят'єва Е. Г.**, доктор соціологічних наук, професор

**Кодацька Н. О.**, кандидат соціологічних наук, доцент

### Іноземні члени редакційної колегії:

**О. Синовець**, доктор філософії в галузі соціології (Республіка Польща)

**Б. Плішка**, доктор філософії в галузі політології (Республіка Польща)

**Рагімлі Руслан Гігал огли**, кандидат історичних наук, доцент (Азербайджан)

DOI [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.2\(50\)](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.2(50))

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук із **соціальних комунікацій, спеціальність 061** (Наказ МОН України від 02.07.2020), доктора і кандидата **соціологічних наук, спеціальність 054** (Наказ МОН України від 24.09.2020) **Категорія Б**

## Засновник:

**Класичний приватний університет**  
Свідоцтво Міністерства юстиції України  
про державну реєстрацію друкованого засобу  
масової інформації  
Серія КВ № 16369-4841Р від 10.02.2010

## Видавець:

**Класичний приватний університет**  
Свідоцтво Державного комітету телебачення  
та радіомовлення України  
про внесення суб'єкта видавничої справи до  
Державного реєстру видавців, виготівників  
і розповсюджувачів видавничої продукції  
Серія ДК № 3321 від 25.11.2008

Журнал ухвалено до друку вченою радою  
Класичного приватного університету  
**29 червня 2022 р., протокол № 10**

Усі права захищені. Повний або частковий передрук і переклади дозволено лише за згодою автора і редакції. При передрукуванні посилання на журнал "ДЕРЖАВА та РЕГІОНИ."

СЕРІЯ: СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ"  
обов'язкове.

За повноту та достовірність викладених фактів і положень відповідальність несуть автори публікацій.

Редактори: А. Бессараб (укр.),  
О. Івченко (англ.), І. Мінченко (пол.)  
Технічний редактор: Ю. В. Бабич  
Дизайнер обкладинки: Я. В. Зоська

## Адреса редакції:

Класичний приватний університет  
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 706  
Телефони/факс: (0612) 220-58-42, 63-99-73

Здано до набору 08.06.2022  
Підписано до друку 30.06.2022  
Формат 60×84/8. Ризографія. Тираж 300 пр. Замовлення № 2-22Ж.  
Виготовлено на поліграфічній базі  
Класичного приватного університету

© Класичний приватний університет, 2022

## ЗМІСТ

### ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

<i>Є. О. Кияниця</i> ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ КУЛЬТУРНОГО КОДУ В СУЧАСНИХ МЕДІА ДЛЯ РОЗБУДОВИ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ .....	4
<i>О. О. Порпуліт</i> МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПТУ «МЕДІАКОНТИНУМ» .....	11

### ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

<i>А. О. Бессараб, Л. Г. Пономаренко, Т. С. Гиріна</i> РОЛЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ У ФОРМУВАННІ ПОДАТКОВОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ .....	19
<i>Н. М. Дзьомба</i> ЕТИКА ВВС ЩОДО ЗАХИСТУ ДІТЕЙ .....	30
<i>С. А. Козиряцька</i> МЕДІЙНЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ ХРИСТІЯНСЬКИХ ЦЕРКОВ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА .....	38
<i>О. Д. Кузнецова</i> ОЗНАКИ ТА ФУНКЦІЇ ФАКТОЇДІВ У СУЧАСНИХ МАСМЕДІА .....	45
<i>З. В. Партико, В. М. Станчик</i> УКЛАДАННЯ БАЗИ ДАНИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ ЖИТОМИРЩИНИ .....	53
<i>А. М. Трегуб</i> ТЕМАТИЧНИЙ АСПЕКТ СЕРВІСНО-ЕКСПЕРТНИХ ПРОГРАМ В УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ПРОСТОРІ (ЕМПІРИЧНИЙ ВИМІР) .....	67
<i>Л. В. Чернявська</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕДІАРЕАЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ .....	78
<i>О. В. Шевченко, В. Г. Спрінсян</i> СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ УКРАЇНИ .....	86

### ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

<i>М. В. Бутиріна, В. І. Старков</i> РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗАСОБАМИ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ .....	94
<i>С. Ю. Жарко, П. О. Штепа</i> МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНАВГУРАЦІЙНІЙ ПРОМОВІ ПРЕЗИДЕНТА В. ЗЕЛЕНСЬКОГО .....	101
<i>Н. О. Kodatska, О. М. Yatchuk, О. V. Lesiuk</i> MANAGEMENT OF CRISIS COMMUNICATIONS IN THE PUBLIC SPACE .....	108
<i>Н. Л. Родінова, Б. В. Іваницька, О. М. Шишова</i> ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ .....	115
<i>В. Р. Стратюк</i> СИСТЕМА ІНСТРУМЕНТІВ ОНЛАЙН-КОМУНІКАЦІЇ ДЛЯ ПОБУДОВИ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДУ HR ДИРЕКТОРА КОМПАНІЇ .....	125

\*\*\*\*\*

## ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

\*\*\*\*\*

УДК 001:007:070

DOI 10.32840/cru2219-8741/2022.2(50).3

**А. О. Бессараб**

доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
професор кафедри спеціальної освіти та психології  
e-mail: staicy@ukr.net, ORCID: 0000-0003-3155-5474  
КЗВО «Хортицька національно-реабілітаційна академія» ЗОР  
вул. Наукове містечко, 59 (острів Хортиця), м. Запоріжжя, Україна, 69017

**Л. Г. Пономаренко**

доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
професор кафедри кіно- і телемистецтва  
e-mail: ronlu2013@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1144-6481  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
вул. Володимирська, 60, м. Київ, Україна, 01033

**Т. С. Гиріна**

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент  
професор кафедри мовної підготовки і соціальних комунікацій  
e-mail: hirinatyana@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9727-6190  
Державний податковий університет  
вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, Україна, 08201

### РОЛЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ У ФОРМУВАННІ ПОДАТКОВОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

**Мета дослідження** – розкрити роль телебачення у формуванні податкової культури в українському суспільстві.

**Методологія дослідження.** У ході дослідження використано такі методи: аналізу, синтезу, узагальнення, порівняння – під час опрацювання джерел відповідної проблематики та осмислення думок учених; порівняння – для виявлення тенденцій у висвітленні податкової тематики в медіа; спостереження та опису – для з'ясування акцентів у телевізійних сюжетах; соціологічне опитування – для виявлення думки студентської молоді щодо ролі телебачення у формуванні податкової культури в українському суспільстві.

**Результати.** Робота держави над загальним рівнем податкової культури звичайних громадян – платників податків, робота держави з державними органами та посадовими особами цих органів, які пов'язані з адмініструванням різноманітних податків, зборів (обов'язкових платежів), має бути грамотно спланованою й спиратися на стабільну нормативну базу, бути посиленою для її громадян, і масмедіа, які представляють їх інтереси й задовольняють інформаційні запити, будуть робити свій внесок у формування податкової культури. Телебачення має змогу робити свій внесок у формування податкової культури, створюючи відповідні проекти та сюжети. Сучасний медійний контент проаналізовано з акцентом на його тематичній та жанровій складових, відзначено важливість іміджу журналістів та залучених експертів. З'ясовано позицію студентів щодо ролі телевізійних медіа у формуванні податкової культури в українському суспільстві.

**Новизна.** Окреслено напрями переосмислення ролі телебачення у формуванні податкової культури із залученням медійного контенту останніх років та виявлено думки студентів із цього приводу.

*Практичне значення. Одержані результати можуть бути використані в навчальному процесі в закладах вищої освіти, які готують фахівців за освітніми програмами «Економічна журналістика» та «Ведучий програм телебачення», і для подальших наукових пошуків у напрямі вирішення окресленої проблеми.*

*Ключові слова: експерт, журналіст, імідж, громадська думка, податкова культура, телебачення.*

### **I. Вступ**

Рівень податкової культури відображає стан розвитку суспільства, прийняття та реалізацію ним демократичних цінностей і загальнолюдських ідеалів. Останнім часом питання формування податкової культури дедалі частіше потрапляє у фокус уваги економістів і журналістів. Необхідність існування податків для ефективного функціонування держави досить переконливо обґрунтована науковцями, проте на практиці виникає низка проблем. Ідеалом податкової культури для українських та іноземних платників податків є добровільна їх сплата: громадянська свідомість, звичка до дисципліни й порядку, що позитивно впливає на прийняття абсолютною більшістю платників податку як безумовного правового і морального зобов'язання.

Податки досліджують насамперед економісти та юристи: І. Башинський, А. Василенко, О. Жук, С. Загалюк, О. Кириленко, Л. Мельник, В. Ручкіна, О. Сушкова та ін. У галузі соціальних комунікацій дотичні питання висвітлено в працях таких авторів, як: В. Дрешпак [28], С. Козиряцька [10], В. Березенко [2], Н. Санакоєва [2], К. Доценко [2], І. Кудінов [2], Т. Іванець [2] та ін. Сучасний стан та тенденції розвитку українського телебачення аналізують О. Гоян [4; 29], В. Гоян [4; 29], Н. Кодацька [8], О. Лесюк [8], А. Трегуб [24], О. Ятчук [8; 27] та ін. Іміджеву складову медіафахівців, зокрема телеведучих, вивчають С. Лісова [11], А. Мисечко [13], Т. Рогова [19], А. Трегуб [23], О. Прикидько [18] та ін.

Кілька років тому А. Трегуб [24] проведено дослідження сучасного стану розвитку сервісно-експертної журналістики, представленої в телевізійному просторі України, за допомогою методу контент-аналізу (від листопада 2019 до квітня 2020 р.). Джерелом для дослідження стали офіційні вебресурси українських телеканалів загальнонаціонального мовлення: «1+1», «Україна», «ICTV», «СТБ», «Новий канал», «Інтер», «2+2», «ТЕТ», «НТН». Авторкою встановлено, що «рейтингові загальнонаціональні телеканали віддають перевагу в телевиробництві тематичній категорії «психологія стосунків» – 33% від загального обсягу сервісно-експертних програм, категорії «кулінарія» – 19%, «сфера обслуговування», «мода та стиль» – по 13%, «подорожі» – 12%, «краса», «медицина та здоров'я» – по 6%, «облаштування житлового середовища» – 4%, «побут» – 3%» [24]. Отже, ми бачимо місце теми податків серед пріоритетних для телеканалів? Їх тут немає. В Україні, де в тіні перебуває значна частка бізнесу й де водночас суспільство прагне увійти до Європейського Союзу, на разі актуальними є вивчення та розробка проектів, зокрема медійних, спрямованих на формування податкової культури.

Актуальність обраної теми підтверджують результати проведеного нами опитування студентів українських вишів. На запитання: «Як ви оцінюєте рівень податкової культури в українському суспільстві?» отримано такі відповіді: середній – 70,7%, низький – 19%, високий – 10,3%. Тож думка молодих громадян України щодо середнього з переходом у низький рівень податкової культури в суспільстві засвідчує актуальність обраної теми й необхідність привернення уваги до її формування за допомогою масмедіа як у науковому середовищі, так і в колі фахівців-медійників, економістів та юристів.

### **II. Постановка завдання та методи дослідження**

Мета дослідження – розкрити роль телебачення у формуванні податкової культури в українському суспільстві.

У ході дослідження використано такі методи: аналізу, синтезу, узагальнення, порівняння – під час опрацювання джерел відповідної проблематики та осмислення думок учених; порівняння – для виявлення тенденцій у висвітленні податкової тематики в медіа; спостереження та описового – для з'ясування акцентів у телевізійних сюжетах; опитування – для виявлення думки студентської молоді щодо ролі телебачення у формуванні податкової культури в українському суспільстві. Опитування проведено за допомогою Google-форми на початку червня 2022 р. серед студентів – майбутніх журналістів ЗВО Дніпра, Запоріжжя, Ірпеня, Києва, Львова. Усього взяли участь 116 осіб.

### **III. Результати**

За визначенням І. Башинського, «податкова культура – складник політичної культури, правової культури, економічної культури, фінансової культури, а також дотримання норм етики у спілкуванні з працівниками податкової служби: політична культура – усвідомлення громадянами всієї важливості для держави сплати податків; правова культура – знання своїх прав та обов'язків у процесі їх сплати; економічна культура – досконале знання та безумовне виконання податкового законодавства і підзаконних нормативно-правових актів; фінансова культура – своєчасне по-

дань бухгалтерської та податкової звітності» [1]. Очевидно, що поняття «податкова культура» є багатограним, однак, як ми вже зауважували, привертає передусім увагу фахівців у галузі економіки та права.

Дослідниця В. Ручкіна цілком обґрунтовано стверджує: «Податкова культура в інституціональному аспекті – переконання, цінності, знання, які передбачають своєчасну сплату податків і обов'язкових відрахувань відповідно до умов чинного законодавства держави. Рівень податкової культури проявляється через податкову дисципліну. Податкова дисципліна формує та розвиває етичні й фінансові здібності платників податків стосовно виконання його податкових зобов'язань. Для розвитку національної податкової системи держава повинна надавати всебічну інформацію стосовно надходження та витрат коштів платників податків, застосовуючи сучасні інтернет-технології. Така інформаційно-аналітична підтримка буде стимулювати певну суспільну свідомість та підвищувати рівень соціальної відповідальності суб'єктів господарювання» [20]. На нашу думку, у цій справі важливою є роль медіа, зокрема телебачення, які справляють значний вплив на формування громадської думки.

Водночас Л. Мельник окреслив такі напрями підвищення рівня податкової культури: 1) робота держави над загальним рівнем податкової культури звичайних громадян – платників податків; 2) робота держави з державними органами та посадовими особами цих органів, які пов'язані з адмініструванням різноманітних податків, зборів (обов'язкових платежів). Підтримуємо думку вченого, що «потрібно приділяти особливу увагу інформуванню платників податків не шляхом видання друкованого матеріалу (газет, журналів, буклетів тощо) і розміщення текстової інформації на офіційних ресурсах та пресі, а шляхом оприлюднення матеріалів на телебаченні та відеохостингах (YouTube, Dacast, Vimple тощо)» [12].

Тож логічно переходимо до з'ясування місця та ролі телебачення у формуванні податкової культури українців. Звернемося до ТСН – щоденної програми новин телеканалу «1+1» медіахолдингу «1+1 media». Розпочнемо з моніторингу теми податків, яка прямо чи опосередковано фігурує в новинах на сайті «ТСН» (<https://tsn.ua>), зокрема впродовж 2021 р. вона мала місце в 47 публікаціях, 2020 р. – у 60, 2019 р. – у 52. У середньому це 53 публікації на рік. Проте це кількісні показники, які не є інформативними без якісного аналізу змісту цих тематичних публікацій.

Серед рубрик, у яких опубліковані ці інформаційні матеріали, лівова частка припадає на «Гроші», хоча вони також містяться й в інших рубриках, зокрема: «Україна», «Політика», «Світ», «Ексклюзив ТСН», «Про спорт», «Київ».

Попри те, що термін «податки» фігурує в кожному із цих новинних матеріалів, вони можуть бути як прямо («Нардепи планують оподаткувати нянь, прибиральників, садівників та інших домашніх робітників», 11.11.2020), так і опосередковано («Каструльні протести: міста України охопили мітинги працівників закладів харчування», 11.11.2020) торкатися теми оподаткування.

Аналізуючи податкову тематику глибше, нами були виділені такі основні напрями: 1) про різні нововведення щодо декларування та сплати податків: «В уряді запевнили, що посилення правил для ФОПів не зачепить ІТівців та фрілансерів», 19.02.2019; «До Ради внесено законопроект, який звільняє депозити від податків», 19.11.2019; «Податок на розкіш. За які авто українцям доведеться заплатити 25 тисяч», 20.01.2020; «Житло стане доступнішим: уряд скасував сплату пенсійного збору під час купівлі нерухомості», 23.09.2020); 2) про всілякі схеми ухилення від сплати податків, до яких вдалися в Україні («На Дніпропетровщині держслужбовці допомагали тютюновій фабриці ухилитися від податків», 11.11.2019; «Брендовий одяг ввозили під виглядом гуманітарки: у Києві викрито схему шахрайства», 16.06.2021; «Поліцейська операція “Кличко”: у Чехії затримали банду закарпатців, які наживались на українцях» 06.06.2021); 3) про несплату податків окремими громадянами («У Києві бізнесмен не заплатив податків на 22,5 млн. грн.», 05.06.2020); 4) про штрафи за несплату податків у світі, зокрема щодо окремих публічних осіб, серед яких найбільше представників спорту («Як борються із несплатою податків у Німеччині: відомий боксер отримав тюремний строк за 1 мільйон євро», 01.05.2020); 5) про найвищі показники збору податків («“Нафтогаз” достроково сплатив до бюджету 13 млрд гривень податків і дивідендів», 26.12.2019; «Нова митниця зібрала найбільшу суму до бюджету за 10 років – Нефьодов», 10.01.2020).

Тож з виділених нами п'яти вужчих тематичних напрямів висвітлення теми сплати податків у новинах лише перший, який інформує про нововведення в податковій системі, досить опосередковано може сприяти формуванню податкової культури. Три інші подають всілякий негативний досвід щодо ухилення від сплати податків в Україні і світі. І хоч п'ятий, виділений нами тематичний напрям подає карколомні досягнення в зборі податків, проте це стосується величезних корпорацій, які навряд чи в пересічного громадянина можуть проасоціюватися з ним особисто.

Крім того, нами було окремо виділено дві групи новин. Перші закликають до декларування своїх доходів, логічним продовженням чого є чесна сплата податків на ці доходи. Яскравим прикладом цього є матеріал, у якому радник Президента України Д. Гетманцев пропонує ввести загальне декларування доходів в Україні, акцентуючи увагу на тому, що насамперед має бути

знівельована «можливість ухилення від оподаткування великого бізнесу та олігархів» [25]. При цьому урядовець пояснює, що декларування доходів є шляхом до якісно інших відносин платника податків з державою: «...це те, що... впливає на формат взаємовідносин держави і громадянина. Те, що робить відповідальною державу перед громадянином і породжує у нього реальне, а не номінальне право вимагати у держави зустрічне сплаті податку задоволення, а сам факт сплати податку породжує гордість у платника податків, а не прикрість від того, що не вдалося ухилитися» [25].

Друга група новин повідомляє про позитивні приклади для наслідування щодо сплати податків українцями: киянин у 2019 р. сплатив податків більше 1 млрд грн. При цьому наголошено: «Фіскалі кажуть, що українці виявляють громадянську позицію, коли сплачують податки» [7]. На нашу думку, цей приклад не розрахований на пересічного українця, для якого такі доходи, а відповідно, і податки не є реальними.

На основі спостереження за новинними матеріалами ТСН на тему податків, опублікованих упродовж 2019–2021 рр., можна стверджувати, що лише незначний їх відсоток може сприяти формуванню податкової культури в українському суспільстві, зокрема ті, що пропагують декларацію доходів та сплату податків як якісно нове явище, що є позитивним для відносин держави та платника податків, а також які наводять приклади сумлінних платників податків як зразків для наслідування. Тому можна стверджувати, що на сьогодні новинні матеріали не є ефективним інструментом у формуванні податкової культури в українському суспільстві.

Звернемося до висвітленої теми оподаткування в Україні в межах окремих телесюжетів. Таким є сюжет від «ТСН. Тиждень» «Законний грабунок» або «Кожен українець щомісяця непомітно віддає третину зарплатні на податки» (станом на 1 червня 2022 р. кількість переглядів – більше ніж 660 тис., лайків – більше ніж 8 тис.) [9]. Журналістка І. Прокоф'єва пояснює пересічному громадянину, що значна частина його заробітної плати витрачається на податки, які «замасковані» в чеках на продукти (ПДВ), а також на спиртне, цигарки та паливо-мастильні матеріали (ПДВ + акциз). Тобто в решті-решт зарплата, нарахована роботодавцем, завдяки «непомітній» сплаті податків, зменшується майже вдвічі. Як наголошує журналістка, «ми не закликаємо відмовитися від податків, але закликаємо усвідомити, скільки особисто ви платите за утримання чиновників, прокурорів, депутатів і президентів. Щонайменше, іномарку на рік» [9]. У кінці авторка матеріалу згадує американську практику сплати податків за деклараціями, роблячи припущення: «Можливо б ця практика стала для нас рятівною. Адже потримавши гроші в руках, а потім віддаючи їх фіскалам, ми б набагато жорсткіше ставилися до того, як наша держава їх витрачає» [9].

У другому сюжеті «Амністована заначка» або «Новини тижня: що таке “податкова амністія” та навіщо її вигадали» (станом на 1 червня 2022 р. кількість переглядів – більше ніж 16 тис., лайків – більше ніж 170) [14] І. Прокоф'єва розбиралася, кого стосується податкова амністія. Після довгих пояснень про потребу заповнення декларації, якщо є доходи «в конверті», у кінці матеріалу міністр фінансів робить заяву, що «90% громадян взагалі це не стосується», бо в більшості громадян немає майна й доходів, що виходять за окреслені законом межі [14]. Своє припущення про сумнівний успіх цього проекту, розрахованого на 10% заможних громадян, журналістка підтверджує такими даними: «За 5 днів було лише кілька спроб подати декларацію. І я не виключаю, що належать вони моїм колегам-журналістам, які намагалися в усьому цьому розібратися» [14].

Ще один сюжет «“Сірий” дохід чи “білий” податок: які фінансові ризики мають зарплати в конверті» (станом на 1 червня 2022 р. кількість переглядів – більше ніж 580, кількість лайків – близько 10) [21] від ТСН у програмі «Сніданок з 1+1» подає двосторонній погляд на проблему, висвітлюючи її різноаспектно: з одного боку, українці погоджуються на зарплату в конверті, з іншого боку, якщо менше ніж 15 років страхового стажу, то навіть мінімальну пенсію людині не призначають. Уряд вирішив карати роботодавців штрафами, водночас не кожен підприємець може сплатити 41,5% податків на працівника. Тому уряд вдається до підвищення акцизу на автомобілі та інші товари.

Переглянувши три тематичні сюжети, у громадянина хіба що після першого виникне думка про бажання переходу до американської системи сплати податків «з рук». Інші два сюжети навряд чи можуть захопити українців заповнювати декларації та сплачувати податки самим, а також вимагати від своїх роботодавців чесної сплати податків.

Від тематичних телесюжетів перейдемо до жанру ток-шоу, який нині є популярним як в Україні, так і за кордоном. На сьогодні досить авторитетним є політичне ток-шоу «Право на владу» з телеведучою Н. Мосейчук, яка завжди порушує досить актуальні для українського суспільства проблеми. Одразу варто наголосити на іміджі ведучої, який значно впливає й на рейтинги програми, і на рівень довіри до неї. Так, імідж Н. Мосейчук схарактеризований дослідниками як «професійно створений та продуманий. Складові її образу, які найбільше впливають на телеау-

диторію, такі: бездоганний зовнішній вигляд; вольові риси обличчя; харизма; динамічність; іронічність; вміння тримати глядача у напрузі» [11].

Недаремно саме імідж ведучої Н. Мосейчук ток-шоу «Право на владу» як розважальної телепередачі брали за взірці студенти Київського національного університету імені Тараса Шевченка освітньої програми «Ведучий програм телебачення» для наслідування під час розробки практичних кейсів телевізійних програм розважальної тематики [15, с. 131].

Імідж ведучої Н. Мосейчук тісно пов'язаний з авторитетом її ток-шоу, яке вже нараховує 11 сезонів і зазнало за цей час певних трансформацій, зокрема й щодо ведучих (спочатку їх було двоє).

Найбільш рейтинговими у 2021 р. виявилися два випуски «Права на владу», присвячені податковій тематиці, на яких і зупинимось детальніше. Спочатку спостерігаємо за випуском «Закон і порядок» від 24 вересня 2021 р. (більше ніж 316 тис. переглядів, більше ніж 3 тис. лайків) [16], друга частина якого присвячена обговоренню «Проекту Закону про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень», за який у цей день у Верховній Раді проголосувала більшість депутатів.

Коротка анотація подана під відео на відеохостингу Ютуб: «...Довкола цього закону вже кілька місяців не вщухають суперечки. Адже йдеться про збільшення податків. Хто заплатить найбільше? Чи з'явиться в Україні "податок на городи"? Чи справді нові податки істотно збільшать ціни на житло? Чи будуть податкові борги автоматично списуватись з рахунків підприємців? Та чому українці масово ухиляються від сплати податків? Чи справді закон знищить малий і середній бізнес, як стверджують його противники? Та чого домагається рух підприємців-ФОПів, розлючених черговими податковими новаціями?» [16].

Також ця подія анонсувалася на сайті ТСН, тут відзначаємо певні оцінні компоненти, зокрема: «...так званий "ресурсний" законопроект 5600, який має принести до державної скарбниці додаткові 30 млрд грн наступного року» [5]. Крім того, поданий опис основних, актуальних для українців питань, які винесені на обговорення, як-от: «Ведуча ток-шоу Наталія Мосейчук під час ефіру, а також експерти, політики та гості студії подискутують, хто заплатить найбільше і чи з'явиться в Україні "податок на городи". У "Праві на владу" поговорять про те, чи справді нові податки істотно збільшать ціни на житло та чи будуть податкові борги автоматично списуватись з рахунків підприємців» [5].

Попри те, що це політичне ток-шоу, з огляду на винесену тему експертами цього випуску є як політичні діячі (лідер фракції «Слуга народу», народні депутати тощо), так і фахівці з правничої (міністр юстиції, перший заступник генерального прокурора, генерал-майор СБУ, експерт з питань державної безпеки тощо) та економічної (голова Комітету ВР з питань фінансів, податкової та митної політики, голова Київської школи економіки тощо) галузей. З майже тисячі коментарів помітно, що запрошені в студію експерти є для глядачів відомими людьми.

Досвідчена ведуча, розпочинаючи розмову, звертається до своєї цільової аудиторії – телеглядачів і дає визначення ключового поняття «олігарх», виділяючи три його основні ознаки, а також пояснює, як визначати олігарха й хто цим має займатися (РНБО). Далі наводить перелік дій, які заборонено вчиняти олігархам відповідно до цього законопроекту. Потім пані Наталія цитує слова Президента Зеленського щодо дружнього голосування депутатів: «Завдяки антиолігархічному закону Україна отримує історичний шанс на побудову цивілізованих і чистих відносин між великим бізнесом і державою» [16].

Безперечно, ведуча вдало керує всім обговоренням, надаючи слово чи зупиняючи мовців на півслова. Далі в цьому випуску вона звертається за коментарем до експерта-політолога з Німеччини, який «з'являється» в студії шляхом прямого включення. Прохання пані Мойсейчук стосувалося порівняння «ставлення до закону німців та українців, і ставлення до податків і зборів тут і там» [16]. Під кінець так само до програми підключився фермер, який порахував суму чесно сплачених податків і висловив свої прохання. Пересічні глядачі в кінці програми таки дочекалися відповіді з приводу оподаткування городів: у межах населених пунктів земля податками обкладатися не буде.

Аналізуючи роль ведучої в описаному випуску «Право на владу. Закон і порядок», варто відзначити, що професійна майстерність Н. Мосейчук простежується в її вмінні вільно вести розмову, з повагою ставитися до кожного співбесідника, досить вимогливо, хоча й спокійно зупиняти суперечки чи тривалі монологи, тобто бути привітною й доброзичливою господинею в своїй програмі, водночас дотримуючись її структури й прагнути досягнути поставлених завдань. Прихильне ставлення до Н. Мосейчук та визнання її авторитету також можна побачити і в оцінних коментарях глядачів: «Ведуча, Ви розумничка... Дякую Вам!», «При всій повазі до Вас, пані Наталіє, я...» [16].

Програма «Право на владу» випуск «Ковід бере в облогу. Податкова амністія» (більше ніж 312 тис. переглядів, майже 2,4 тис. лайків) від 22 жовтня 2021 р. анована таким чином: «31 вересня українцям дозволили впродовж року легалізувати свої статки, сплативши податок

5-7%. Кому варто не впустити цю нагоду, а хто не зможе нею скористатись за жодних обставин? Що загрожує тим, хто не стане узаконювати те, що нажито тіньовим заробітком? Хто і чому вже прийшов до податківців з так званою нульовою декларацією? Чи варто перейматись тим, хто не скирдує готівку, але має трошки більше, ніж офіційно заробляє? Які підводні камені не передбачили законотворці? Та з якими труднощами стикнулись ті, хто вже намагається легалізуватись?» [17].

Під час розмови в студії ведуча Н. Мосейчук стежить за тим, щоб жодне питання не залишилося поза увагою. До програми включає сюжет на тему податків, записаний з українською підприємницею із Сінгапуру. Зі слів реципієнтки, вона як іноземка платить 22% податків, тоді як громадяни Сінгапуру – лише 17%. Під кінець програми відбулося пряме включення голови християнського товариства українців в Італії. Саме трудові мігранти постійно надсилають своїм рідним в Україні фінансову допомогу, тим самим інвестуючи в економіку України. Під кінець ведуча зачитувала питання від глядачів, а завершила переліком незвичайних податків у країнах світу. Роль ведучої Н. Мосейчук так само була провідною та спрямованою на результат – вирішення поставлених у програмі питань, що стосуються сплати податків українцями в кризових умовах ковіду 2019.

Отже, підсумовуючи податкову тематику у форматі відомого політичного ток-шоу «Право на владу» з авторитетною й досвідченою ведучою Н. Мосейчук, висловимо припущення, що такі розмови в студії потрібні, але радше не для того, щоб прийняти рішення чесно сплачувати податки, а швидше для того, щоб замислитися над різними гострими й не дуже кутами цього непростого для українців питання, зокрема як для найманих працівників, так і для роботодавців.

З метою з'ясування думки студентської молоді щодо ролі телебачення у формуванні податкової культури в українському суспільстві нами було проведене на початку червня 2022 р. опитування студентів – майбутніх журналістів з вишів Дніпра, Запоріжжя, Ірпеня, Києва, Львова, у якому взяли участь 116 осіб.

На основі запитання «Які журналістські проекти щодо формування податкової культури ви знаєте?» був укладений перелік названих проектів, зокрема: «K.Fund-Media» [30], «MEDIA etc. 3.0.» [31], «Захисти свою дитину» [6], «Сто тисяч» [22] та «Ціна держави» [29]. Крім того, були названі Київська міська рада та авторські ютуб-канали з оподаткування ф юридичних консультацій, які не є медіапроектами. На жаль, з наведеного вище переліку більшість проектів у 2021 р. вже неактивні: «K.Fund-Media» завершився в 2018 р., MEDIA etc. 3.0. – це премія для журналістів, остання нагорода була 2019 р., «Ціна держави» містить останні матеріали за 2020 р., «Захисти свою дитину» – це проект про булінг, який також нині завершений. Найдовше протримався медіапроект «Сто тисяч», крайня публікація на сайті якого датована 13 вересня 2021 р. Водночас більшість респондентів визнали, що не знають журналістських проектів щодо формування податкової культури. Отже, на сьогодні нагальною є потреба в спеціалізованих медіапроектах, що сприятимуть підвищенню рівня податкової культури в українців.

У контексті аналізу випусків відомого ток-шоу «Право на владу» та його авторитетної ведучої актуальним є питання «Чи впливає, на вашу думку, імідж журналіста на ставлення до трансльованої з екрана інформації?» Серед відповідей 56% було однозначне «Так» і 38,8% – «Швидше так» (рис. 1). Тож результати опитування підтверджують нашу думку про вагомий роль авторитету телеведучої у формуванні певної позиції, зокрема й актуальної нині для українців податкової культури.

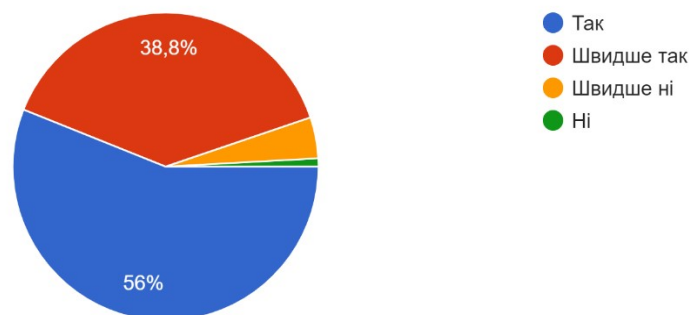


Рис. 1. Розподіл відповідей на запитання «Чи впливає, на вашу думку, імідж журналіста на ставлення до трансльованої з екрана інформації?»

Розуміння ролі ЗМІ як ретрансляторів певної думки в процесі формування суспільних відносин спонукає порушити питання про ініціаторів цих змін, що для студентів звучало так: «Хто має бути ініціатором створення проектів, спрямованих на формування податкової культури?» На це закрите запитання було запропоновано кілька відповідей, серед яких лідирувало три: державні інститути – 50,9%, громадські організації – 18,1%, медіа – 14,7% (рис. 2). Тож можна підсумува-



ти, що для плідного формування податкової культури необхідна тісна співпраця державних установ з громадськими організаціями за тісної підтримки масмедіа.



Рис. 2. Розподіл відповідей на запитання «Хто має бути ініціатором створення проєктів, спрямованих на формування податкової культури?»

І тут доречно навести результати відповідей студентів на таке запитання: «Як ви оцінюєте роль телебачення у формуванні податкової культури в українському суспільстві?» Три варіанти відповідей розташовуємо в спадному порядку: середній рівень участі – 43,1%, низький – 29,3%, високий – 27,6% (рис. 3). Отже, майбутнім журналістам є над чим працювати, щоб підняти рівень формування податкової культури із середнього (за результатами опитування) та низького (за результатами кількісно-якісного аналізу) на високий.

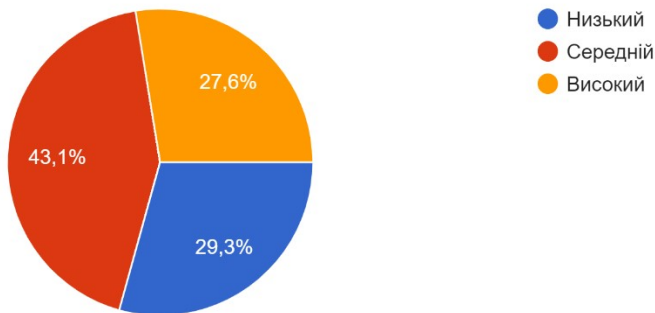


Рис. 3. Розподіл відповідей на запитання «Як ви оцінюєте роль телебачення у формуванні податкової культури в українському суспільстві?»

З огляду на нинішній воєнний стан в Україні та повномасштабну російсько-українську війну, що вимагає значних фінансових витрат, одне із запитань стосувалося саме сьогодення. Так, на запитання «Чи змінилося, на вашу думку, ставлення до сплати податків в українському суспільстві у зв'язку з воєнними подіями в країні?» отримали такі відповіді: 51,7% – «Так», 39,7% – «Так, але незначною мірою», лише 8,6% – «Ні» (рис. 4).

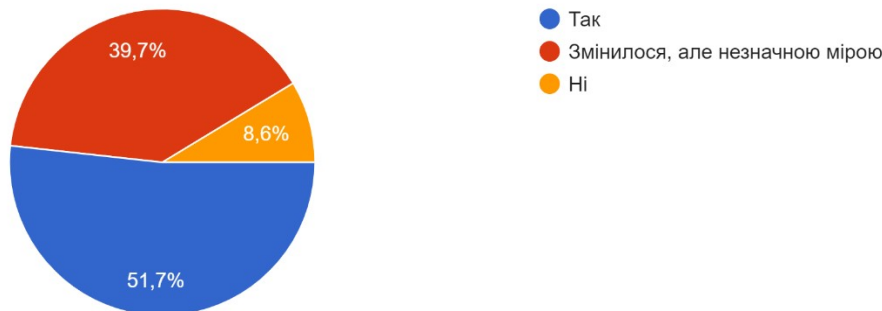


Рис. 4. Розподіл відповідей на запитання «Чи змінилося, на вашу думку, ставлення до сплати податків в українському суспільстві у зв'язку з воєнними подіями в країні?»

Такі відповіді представників сучасної молоді свідчать про те, що сьогодні в нашому суспільстві в свідомості українців як платників спостерігаються зміни.

#### IV. Висновки

Отже, як слушно зауважує А. Василенко, «податкова культура – рівень розвиненості податкових відносин, які ґрунтуються на професіоналізмі, відповідальності, правових знаннях представників законодавчої і виконавчої влади, що забезпечує відповідну соціально-активну і культурно-етичну поведінку платників податків» [3]. Робота держави над загальним рівнем податкової культури звичайних громадян – платників податків, робота держави з державними органами та посадовими особами цих органів, які пов'язані з адмініструванням різноманітних податків, зборів (обов'язкових платежів), має бути грамотно спланованою й спиратися на стабільну нормативну базу, бути посиленою для її громадян, і масмедіа, які представляють їх інтереси й задовольняють інформаційні запити, будуть робити свій внесок у формування податкової культури.

З приводу участі масмедіа у формуванні цієї культури однозначно можна констатувати низький рівень її залученості до цього процесу, що однак може бути досить ефективним завдяки спеціальним випускам відомих телепрограм, телесюжетів, правильно розставленим акцентам у новинних повідомленнях.

На підставі проведеного опитування студентів – майбутніх журналістів можна стверджувати, що для підвищення рівня податкової культури в українському суспільстві необхідна злагоджена співпраця державних установ з громадськими організаціями та масмедіа. Особливу роль у цьому процесі має відіграти телебачення з його ефективним багажем – авторитетними програмами та досвідченими ведучими. І весь цей процес формування податкової культури в українському суспільстві має нині сприятливі умови для інтенсифікації з огляду на складні умови російсько-української війни, коли кожен свідомий українець розуміє вагу власного внеску, зокрема й фінансового, у здобуття Україною перемоги.

#### Список використаної літератури

1. Башинський І. А. Формування податкової культури в Україні. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2014. Vol. II (5). Iss. 31. URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ardup/2011\\_2/2-5-1.pdf1](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ardup/2011_2/2-5-1.pdf1) (дата звернення: 01.06.2022).
2. Березенко В. В., Санакоєва Н. Д., Доценко К. О., Кудінов І. О., Іванець Т. О. Формування мотиваційного дискурсу особистості засобами соціальної реклами. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 4 (32). С. 216–222.
3. Василенко А. В. Формування податкової культури в Україні. *Економічний вісник університету*. 2011. № 17/1. URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/evu/2011\\_17\\_1/Vasilenko.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2011_17_1/Vasilenko.pdf) (дата звернення: 01.06.2022).
4. Гоян В. В., Гоян О. Я. Реформування українського телебачення: тенденції та динаміка 2017–2018 років. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 2 (34). С. 31–39.
5. Замах на Шефіра і скандальний «податковий» законопроект – сьогодні у ток-шоу «Право на владу». *TCH*. 2021. URL: <https://tsn.ua/politika/zamah-na-shefira-i-skandalniy-podatkoviy-zakonoprojekt-sogodni-u-tok-shou-pravo-na-vladu-1873534.html> (дата звернення: 01.06.2022).
6. Захисти свою дитину. *Магнолія*. URL: <http://magnolia.org.ua/uk/content/proekti> (дата звернення: 01.06.2022).
7. Киянин сплатив податків майже на мільярд гривень. *TCH*. 2019. URL: <https://tsn.ua/groshi/kiyanin-splativ-podatki-mayzhe-na-milyard-griven-1395702.html> (дата звернення: 01.06.2022).
8. Коцацька Н., Ятчук О., Лесюк О. Суспільні комунікації в контексті трансформації медіасередовища. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2021. № 4 (48). С. 3–9.
9. Кожен українець щомісяця непомітно віддає третину зарплатні на податки. *TCH*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CrVDkzeC1tQ> (дата звернення: 01.06.2022).
10. Козиряцька С. А. Формування медіаобразу: ретроспектива та сучасність. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2017. № V (21). Iss. 130. P. 50–54.
11. Лісова С. В. Іміджева стратегія ведучої українських телевізійних новин. *International Scientific Journal*. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/14593515267620.pdf> (дата звернення: 01.06.2022).
12. Мельник Л. О. Напрями формування податкової культури. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 26. doi: 10.32782/2524-0072/2021-26-37 (дата звернення: 01.06.2022).
13. Мисечко А. О. Трансформація творчості ведучого в розважальних програмах українського телебачення. *Екранознавство*. 2020. Вип. 4. С. 84–88.
14. Новини тижня: що таке «податкова амністія» та навіщо її вигадали. *TCH*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iBpkHUb7VGo> (дата звернення: 01.06.2022).
15. Пономаренко Л. Г., Мисечко А. О. Підготовка телевізійних програм розважальної тематики як складова онлайн-навчання. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2021. № 4. С. 129–138.
16. Право на владу. Закон і порядок. *TCH*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qpKbO6yd0w8> (дата звернення: 01.06.2022).

17. Право на владу. Ковід бере в облогу. ТСН. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LihluI9C8Yw> (дата звернення: 01.06.2022).
18. Прикидько О. М. Образ та типи ведучого інформаційної онлайн-телепрограми. *International Collection of scientific proceedings. European Cooperation*. 2016. № 9. Р. 64–69.
19. Рогова Т. А. Іміджеві характеристики ведучого інформаційно-розважальних телепрограм України : дис. ... канд. соц. ком. : 27.00.01. Київ, 2015. 264 с.
20. Ручкіна В. М. Формування податкової культури в Україні та аналіз її складових частин. *Економіка промисловості*. 2013. № 1–2 (61–62).
21. «Сірий» дохід чи «білий» податок: які фінансові ризики мають зарплати в конверті. ТСН. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=gB\\_nxie9n0M](https://www.youtube.com/watch?v=gB_nxie9n0M) (дата звернення: 01.06.2022).
22. Сто тисяч. *Суспільне. Подкасти*. URL: <https://podcasts.apple.com/us/podcast> (дата звернення: 01.06.2022).
23. Трегуб А. М. Образ телевізійного ведучого як інструмент персоналізації експертних програм. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 3. С. 56–60.
24. Трегуб А. М. Сервісно-експертна журналістика на українському телебаченні: прагматичний і тематичний аспекти : автореф. дис. ... канд. соц. ком. : 27.00.04. Запоріжжя, 2020. 20 с.
25. У Зеленського виступили за загальне декларування доходів. Що пропонують і кого звільнятимуть. ТСН. 2019. URL: <https://tsn.ua/politika/u-zelenskogo-vistupili-za-zagalne-deklaruvannya-dohodiv-scho-proponuyut-i-kogo-zvilnyatimut-1340343.html> (дата звернення: 01.06.2022).
26. Ціна держави. URL: <https://cost.ua/about> (дата звернення: 01.06.2022).
27. Ятчук О. М. Інтерактивне телебачення: соціально-комунікаційні моделі та технології : монографія. Дніпро : УМСФ, 2018. 136 с.
28. Dreshpak, V. M. Transformation of subjects of public communication in innovative information space of modern Ukraine. *Int. J. Information Systems and Change Management*. 2019. Vol. 11. № 3/4. P. 292–309.
29. Goian O., Goian V., Biletska T., Bessarab A., Zykun N. Communicative Strategies of Professional Development of a TV and Radio Journalist: Psychotypology and Social Model. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. 2020. Vol. 9. № 5. P. 147–157.
30. K. Fund-Media. URL: <https://kfund-media.com/informatsijnyj-resurs-k-fund-media-zavershuyebotou/> (date of request: 01.06.2022).
31. MEDIA etc. 3.0. URL: <http://mediaetc.org> (date of request: 01.06.2022).

#### References

1. Bashynskiy, I. A. (2014). Formuvannya podatkovoi kultury v Ukraini [Formation of tax culture in Ukraine]. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, 11 (5), 31. Retrieved from [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Apd up/2011\\_2/2-5-1.pdf1](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Apd up/2011_2/2-5-1.pdf1) [in Ukrainian].
2. Berezenko, V. V., Sanakoieva, N. D., Dotsenko, K. O., Kudinov, I. O., & Ivanets, T. O. (2017). Formuvannya motyvatsiinoho dyskursu osobystosti zasobamy sotsialnoi reklamy [Formation of motivational discourse of personality by means of social advertising]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 4 (32), 216–222 [in Ukrainian].
3. Vasilenko, A. V. (2011). Formuvannya podatkovoi kultury v Ukraini [Formation of tax culture in Ukraine]. *Ekonomichnyi visnyk universytetu*, 17/1. Retrieved from [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/evu/2011\\_17\\_1/Vasilenko.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2011_17_1/Vasilenko.pdf) [in Ukrainian].
4. Hoian, V. V., & Hoian, O. Ya. (2018). Reformuvannya ukrainskoho telebachennia: tendentsii ta dynamika 2017–2018 rokiv [Reforming Ukrainian television: trends and dynamics of 2017–2018]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 2 (34), 31–39 [in Ukrainian].
5. Zamakh na Shefira i skandalnyi «podatkovyi» zakonoproiekt – sohodni u tok-shou «Pravo na vladu» [Assassination attempt on Shefir and scandalous «tax» bill – today in the talk show «Right to Power»]. (2021). TSN. Retrieved from <https://tsn.ua/politika/zamah-na-shefira-i-skandalniy-podatkoviy-zakonoprojekt-sogodni-u-tok-shou-pravo-na-vladu-1873534.html> [in Ukrainian].
6. Zakhysty svoiu dytnu [Protect your child]. *Mahnoliia*. Retrieved from <http://magnolia.org.ua/uk/content/proekti> [in Ukrainian].
7. Kyiany n splatyv podatktiv maizhe na miliard hryven [A Kyivan paid taxes of almost a billion hryvnias]. (2019). TSN. Retrieved from <https://tsn.ua/groshi/kiyanin-splativ-podatktiv-mayzhe-na-milyard-griven-1395702.html> [in Ukrainian].
8. Kodatska, N., Yatchuk, O., & Lesiuk, O. (2021). Suspilni komunikatsii v konteksti transformatsii mediaseredovyscha [Public communications in the context of media transformation]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 4 (48), 3–9 [in Ukrainian].
9. Kozhen ukrainets shchomisiatsia nepomitno viddaie tretynu zarplatni na podatky [Every Ukrainian invisibly pays a third of his salary every month]. TSN. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=CrVDkzeC1tQ> [in Ukrainian].

10. Kozyriatska, S. A. (2017). Formuvannia mediaobrazu: retrospektyva ta suchasnist [Media image formation: retrospective and modernity]. *Science and Education a New Dimension. Humanites and Social Sciences*, V (21), 130, 50–54 [in Ukrainian].
11. Lisova, S. V. Imidzheva stratehiia veduchoi ukrainskykh televiziinykh novyn [Image strategy of the host of Ukrainian television news]. *International Scientific Journal*. Retrieved from <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/14593515267620.pdf> [in Ukrainian].
12. Melnyk, L. O. (2021). Napriamy formuvannia podatkovoi kultury [Directions of formation of tax culture]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 26. doi: 10.32782/2524-0072/2021-26-37 [in Ukrainian].
13. Mysechko, A. O. (2020). Transformatsiia tvorchosti veduchoho v rozvazhalnykh prohramakh ukrainskoho telebachennia [Transformation of the presenter's creativity in the entertainment programs of Ukrainian television]. *Ekranoznavstvo*, 4, 84–88 [in Ukrainian].
14. Novyny tyzhnia: shcho take «podatkova amnistii» ta navishcho yii vyhadaly [News of the week: what is a «tax amnesty» and why it was invented]. *TSN*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=iBpKHUb7VGo> [in Ukrainian].
15. Ponomarenko, L. H., & Mysechko A. O. (2021). Pidhotovka televiziinykh prohram rozvazhalnoi tematyky yak skladova onlain-navchannia [Preparation of television entertainment programs as part of online learning]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 4, 129–138 [in Ukrainian].
16. Pravo na vladu. Zakon i poriadok [The right to power. Law and order]. *TSN*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=qpKbO6yd0w8> [in Ukrainian].
17. Pravo na vladu. Kovid bere v oblohu [The right to power. Kovid besieges]. *TSN*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Lihlul9C8Yw> [in Ukrainian].
18. Prykydko, O. M. (2016). Obraz ta typy veduchoho informatsiinoi onlain-teleprohramy [The image and types of online news presenter]. *International Collection of scientific proceedings. European Cooperation*, 9, 64–69 [in Ukrainian].
19. Rohova, T. A. (2015). *Imidzhevi kharakterystyky veduchoho informatsiino-rozvazhalnykh teleprohram Ukrainy* [Image characteristics of the host of information and entertainment TV programs of Ukraine]. (Candidate's thesis). Kyiv [in Ukrainian].
20. Ruchkina, V. M. (2013). Formuvannia podatkovoi kultury v Ukraini ta analiz yii skladovykh chastyn [Formation of tax culture in Ukraine and analysis of its components]. *Ekonomika promyslovosti*, 1–2 (61–62) [in Ukrainian].
21. «Siryi» dokhid chy «bilyi» podatok: yaki finansovi ryzyky maiut zarplaty v konverti [«Gray» income or «white» tax: what are the financial risks of salaries in an envelope]. *TSN*. Retrieved from [https://www.youtube.com/watch?v=gB\\_nxie9n0M](https://www.youtube.com/watch?v=gB_nxie9n0M) [in Ukrainian].
22. Sto tysiach [One hundred thousand]. *Suspilne. Podkasty*. Retrieved from <https://podcasts.apple.com/us/podcast> [in Ukrainian].
23. Trehub, A. M. (2018). Obraz televiziinoho veduchoho yak instrument personalizatsii ekspertnykh prohram [The image of a TV presenter as a tool for personalizing expert programs]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 3, 56–60 [in Ukrainian].
24. Trehub, A. M. (2020). *Servisno-ekspertna zhurnalistyka na ukrainskomu telebachenni: prahmatychnyi i tematychnyi aspekty* [Service-expert journalism on Ukrainian television: pragmatic and thematic aspects]. (Extended abstract of Doctor's thesis). Zaporizhzhia [in Ukrainian].
25. U Zelenskoho vystupyly za zahalne deklaruvannia dokhodiv. Shcho proponuiut i koho zvilniatymut [Zelensky advocated a general declaration of income. What is offered and who will be fired]. (2019). *TSN*. Retrieved from <https://tsn.ua/politika/u-zelenskogo-vistupili-za-zagalne-deklaruvannya-dohodiv-scho-proponuyut-i-kogo-zvilnyatymut-1340343.html> [in Ukrainian].
26. Tsina derzhavy [The price of the state]. Retrieved from <https://cost.ua/about> [in Ukrainian].
27. Iatchuk, O. M. (2018). *Interaktyvne telebachennia: sotsialno-komunikatsiini modeli ta tekhnolohii* [Interactive television: social communication models and technologies]. Dnipro: UMSF [in Ukrainian].
28. Dreshpak, V. M. (2019). Transformation of subjects of public communication in innovative information space of modern Ukraine. *Int. J. Information Systems and Change Management*, 11, 3/4, 292–309. doi: 10.1504/IJISCM.2019.107518 [in English].
29. Goian O., Goian V., Biletska T., Bessarab A., & Zykun N. (2020). Communicative Strategies of Professional Development of a TV and Radio Journalist: Psychotypology and Social Model. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 9, 5, 147–157. doi: <https://doi.org/10.36941/ajis-2020-0093> [in English].
30. K. Fund-Media. Retrieved from <https://kfund-media.com/informatsijnyj-resurs-k-fund-media-zavershuye-robotu/> [in English].
31. MEDIA etc. 3.0. Retrieved from <http://mediaetc.org> [in English].

Стаття надійшла до редакції 04.06.2022.

Received 04.06.2022.

**Bessarab A., Ponomarenko L., Hyrina T. The Role of Television in the Formation of Tax Culture in Ukrainian Society**

*The purpose of the study is to cover the role of television in the formation of tax culture in Ukrainian society.*

**Research methodology.** *In the course of research, the following methods were used: analysis, synthesis, generalization, comparison during the elaboration of sources on the relevant subject and comprehension of scholars' opinions; method of comparison was used to identify trends in the coverage of tax issues in the media; methods of observation and description were used to find out the accents in television stories; sociological survey was used to identify the views of student youth on the role of television in the formation of tax culture in Ukrainian society.*

**Results.** *The work of the state on the general level of tax culture of ordinary citizens (taxpayers), the work of the state with governmental authorities and officials of these bodies, which are related to the administration of various taxes, fees (mandatory payments), should be well planned and based on stable regulations base, to be feasible for its citizens, and the mass media, which represents their interests and satisfies information requests, will contribute to the formation of tax culture. Television has the opportunity to contribute to the formation of tax culture by creating relevant projects and stories. Modern media content is analyzed with an emphasis on its thematic and genre components, the importance of the image of journalists and involved experts is noted. The position of students on the role of television media in the formation of tax culture in Ukrainian society is clarified.*

**Novelty.** *The directions of rethinking the role of television in the formation of tax culture with the involvement of media content in recent years are outlined and students' opinions on this issue are revealed.*

**Practical importance.** *The obtained results can be used in the educational process in higher education institutions that train specialists in the «Economic Journalism» and «TV presenter» specialties, and for further research in the direction of solving the outlined problem.*

**Key words:** *expert, journalist, image, public opinion, tax culture, television.*

**Bessarab A., Ponomarenko L., Girina T. Rola telewizji w kształtowaniu kultury podatkowej w społeczeństwie ukraińskim**

**Celem badania** *występuje ujawnienie roli telewizji w kształtowaniu kultury podatkowej w społeczeństwie ukraińskim.*

**Metodologia badania.** *W trakcie badania wykorzystano następujące metody: analiza, synteza, metoda uogólnienia, porównania – podczas opracowania źródeł odpowiedniej problematyki oraz zrozumienia opinii naukowców; porównania – dla identyfikowania tendencji w wyświetleniu tematyki podatkowej w mediach; metody obserwacyjna i opis – w celu wyjaśnienia akcentów w fabułach telewizyjnych; badanie socjologiczne – dla określenia poglądów młodzieży studenckiej na rolę telewizji w kształtowaniu kultury podatkowej w społeczeństwie ukraińskim.*

**Wyniki.** *Praca państwa nad ogólnym poziomem kultury podatkowej zwykłych obywateli – podatników, praca państwa z organami rządowymi i urzędnikami tych organów, które są związane z administrowaniem różnych podatków, opłatami (płatnościami obowiązkowymi), powinny być dobrze zaplanowane i oparte na stabilnych podstawach prawnych, możliwe do zrealizowania dla obywateli, oraz środki masowego przekazu, które reprezentują ich interesy i odpowiadają na żądania informacyjne, przyczynią się do kształtowania kultury podatkowej. Telewizja ma szansę przyczynić się do kształtowania kultury podatkowej poprzez tworzenie odpowiednich projektów i opowieści. Nowoczesny kontent medialny został przeanalizowany z akcentem na jego komponenty tematyczne i gatunkowe, zwraca się uwagę na znaczenie obrazu dziennikarzy i zaangażowanych ekspertów. Wyjaśnione zostało stanowisko studentów na temat roli mediów telewizyjnych w kształtowaniu kultury podatkowej w społeczeństwie ukraińskim.*

**Nowość.** *Określone są kierunki ponownego przemyślenia roli telewizji w kształtowaniu kultury podatkowej z udziałem treści medialnych w ostatnich latach oraz ujawniane są opinie studentów na ten temat.*

**Znaczenie praktyczne.** *Uzyskane wyniki mogą być wykorzystane w procesie edukacyjnym na uczelniach kształcących specjalistów w specjalności «Dziennikarstwo ekonomiczne» i «Gospodarzu Telewizji» oraz do następnych badań w kierunku rozwiązania określonego problemu.*

**Słowa kluczowe:** *ekspert, dziennikarz, obraz, opinia publiczna, kultura podatkowa, telewizja.*