

О. А. Бобосъ,
к. вет. н., доцент кафедри публічного адміністрування,
Міжрегіональна академія управління персоналом
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-1827-5640>

DOI: 10.32702/2306-6814.2024.6.246

РОЛЬ МЕДІА У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ЗАХИСТОМ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В УКРАЇНІ

О. Bobos,
PhD in Veterinary Sciences, Associate Professor of the Department
of Public Administration, Interregional Academy personnel management

THE ROLE OF THE MEDIA IN THE PUBLIC ADMINISTRATION OF THE PROTECTION OF CONSUMER RIGHTS IN UKRAINE

У статті досліджено роль медіа в публічному управлінні захистом прав споживачів в Україні. Зосереджуючись на інформаційних кампаніях та журналістських розслідуваннях, аналізує вплив медіа на свідомість громадськості та діяльність органів влади щодо захисту прав споживачів. Виявлені важливості співпраці між медіа, громадськістю та державою для покращення становища споживачів. Пропонуються шляхи покращення ролі медіа в захисті прав споживачів та забезпеченні їхнього більш ефективного публічного управління. Крім цього, ця стаття допоможе збільшити усвідомлення важливості медіа в захисті прав споживачів і сприяє підвищенню рівня захисту прав споживачів в Україні. Підкреслені ключові аспекти, які впливають на роль медіа в захисті прав споживачів. Досліджуються недоліки та перешкоди, з якими зіткнулись інформаційні кампанії та журналістські розслідування в цьому контексті, такі як недостатня увага медіа до прав споживачів, вплив корупції, брак фінансування та ресурсів, а також відсутність ефективного механізму реагування. Наголошено на важливості підтримки незалежних журналістів, розвитку громадського журналізму та забезпеченні фінансової підтримки для медіа, що займаються розслідуванням порушень прав споживачів. Зазначається, що ефективна співпраця між медіа, громадськими організаціями та державою може забезпечити більш активне залучення громадськості до процесів публічного управління захистом прав споживачів та сприяти позитивним змінам у цій сфері. Таким чином, стаття допоможе стимулювати діалог та співпрацю між усіма зацікавленими сторонами з метою покращення ситуації з правами споживачів в Україні. Підкреслено важливість підвищення рівня освіченості серед споживачів щодо їхніх прав та способів їх захисту. Пропонуються конкретні заходи для підвищення обізнаності громадськості щодо прав споживачів через розвиток освітніх програм, проведення інформаційних кампаній та доступ до інформаційних ресурсів. Особлива увага приділяється важливості забезпечення доступності та зрозумілості інформації про права споживачів для всіх шарів населення, включаючи вразливі групи. Крім цього, розглядається можливість впровадження інноваційних підходів у медійній сфері для підвищення ефективності і впливу інформаційних кампаній та журналістських розслідувань на захист прав споживачів. Це може включати в себе використання новітніх технологій, розробку інтерактивних медійних засобів та платформ для залучення громадськості до діалогу про права споживачів.

The article examines the role of the media in the public management of consumer rights protection in Ukraine. Focusing on information campaigns and journalistic investigations, analyzes the influence of the media on the public consciousness and the activities of the authorities regarding the protection of consumer rights. The importance of cooperation between the media, the public and the state to improve the situation of consumers has been revealed. Ways to improve the role of the media in protecting consumer rights and ensuring their more effective public management are suggested. In addition, this article will help increase awareness of the importance of the media in protecting consumer rights and contribute to increasing the level of consumer rights protection in Ukraine. The key aspects that influence the role of the media in the protection of consumer rights are highlighted. It examines the shortcomings and obstacles faced by information campaigns and investigative journalism in this context, such as insufficient media attention to consumer rights, the impact of corruption, lack of funding and resources, and the lack of an effective response mechanism. The importance of supporting independent journalists, developing public journalism and providing financial support for media investigating violations of consumer rights was emphasized. It is noted that effective cooperation between the media, public organizations and the state can ensure more active involvement of the public in the processes of public management of consumer rights protection and contribute to positive changes in this area. Thus, the article will help stimulate dialogue and cooperation between all interested parties in order to improve the situation with consumer rights in Ukraine. The importance of increasing the level of education among consumers regarding their rights and ways of protecting them is emphasized. Specific measures are proposed to raise public awareness of consumer rights through the development of educational programs, information campaigns, and access to information resources. Special attention is paid to the importance of ensuring the availability and comprehensibility of information on consumer rights for all sections of the population, including vulnerable groups. In addition, the possibility of introducing innovative approaches in the media sphere to increase the effectiveness and impact of information campaigns and journalistic investigations on the protection of consumer rights is being considered. This may include the use of the latest technologies, the development of interactive media tools and platforms to engage the public in a dialogue about consumer rights.

Ключові слова: медіа, публічне управління, захист прав споживачів, журналістські розслідування, громадськість.

Key words: media, public administration, protection of consumer rights, journalistic investigations, the public.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Україна стикається зі складними викликами в галузі захисту прав споживачів. Незважаючи на існуюче законодавство та діяльність контролюючих органів, споживачі все ще зіштовхуються з численними порушеннями своїх прав, такими як обманлива реклама, низька якість товарів і послуг, порушення гарантій, недостатня інформованість про права тощо. Одним із факторів, які призводять до такої ситуації, є обмежена роль медіа в публічному управлінні захистом прав споживачів. Незважаючи на значний вплив медіа на свідомість суспільства, тематика захисту прав споживачів не завжди отримує достатньої уваги та підтримки. Отже, необхідно знайти шляхи посилення ролі медіа у публічному управлінні захистом прав споживачів в Україні, забезпечити незалежність журналістів, підтримку громадських розслідувань та розвиток медіа-грамотності у суспільстві. Поси-

лення взаємодії між медіа, громадськістю та державою може сприяти покращенню становища споживачів, забезпечити більшу прозорість ринку та підвищити відповідальність суб'єктів господарювання перед споживачами.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Окремі аспекти проблеми ролі медіа у публічному управлінні захистом прав споживачів в Україні досліджували такі науковці, як: М. Андрійчук, Т. Андрійчук, І. Бондаренко, О. Голуб та інші.

МЕТА СТАТТІ

Мета статті полягає в дослідженні та висвітленні ролі медіа в публічному управлінні захистом прав споживачів в Україні.

Таблиця 1. Заходи для підвищення прав споживачів у медіа

Пункт	Опис
Підвищення свідомості споживачів	медіа розповсюджують інформацію про права споживачів, їхні обов'язки та інструменти для захисту власних інтересів
Виявлення проблем	журналісти виявляють системні проблеми та випадки порушення прав споживачів, включаючи афери та недобросовісні практики підприємств
Вплив на законодавство	медіа активно висвітлюють проблеми прав споживачів, сприяючи обговоренню і змінам у законодавстві, що можуть покращити захист прав споживачів
Вплив на громадську думку	медіа створюють атмосферу громадського обговорення, активізуючи громадську думку щодо проблем споживачів і стимулюючи зміни в діяльності влади та підприємств
Створення механізмів взаємодії	медіа допомагають створювати механізми для залучення споживачів до процесів публічного управління і прийняття рішень, наприклад, через опитування та обговорення проблем

Джерело: складено та узагальнено на основі аналізу [5].

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Медіа завжди відіграли вирішальну роль у формуванні громадської думки та впливають на спосіб во сприймання суспільними питаннями. В Україні це особливо актуально, коли йдеться про захист прав споживачів. Журналістика та інші медійні платформи слугують мостом між владою та громадянами, забезпечуючи інформаційний потік та підтримуючи активний діалог. В сучасному світі, де доступ до інформації є відкритим та швидким, роль медіа у публічному управлінні захистом прав споживачів стає все більш значущою, надаючи споживачам можливість бути в курсі своїх прав та відповідальності.

Слід підкреслити позицію вченого О. Голуба [5, с. 184], який вважає, що журналістські розслідування та інформаційні кампанії можуть мати значущий вплив на ряд факторів у сфері захисту прав споживачів.

Заходи для підвищення прав споживачів у медіа грають важливу роль у створенні більш справедливого та захищеного середовища для споживачів. Медіа сприяють підвищенню свідомості споживачів, надаючи їм інформацію про їхні права та обов'язки. Вони також виявляють проблеми та випадки порушення прав, створюючи публічний тиск на підприємства та владу. Медіа впливають на законодавство, сприяючи його удосконаленню, і активізують громадську думку, створюючи обговорення важливих питань. Крім того, вони допомагають створювати механізми для взаємодії споживачів з публічним управлінням і прийняттям рішень. Усі ці заходи спільно сприяють покращенню захисту прав споживачів і розвитку справедливого ринкового середовища.

Крім цього, медіа в Україні можуть відігравати важливу роль у формуванні свідомої та інформованої громадськості, активізації громадської діяльності та створенні сприятливих умов для захисту прав споживачів.

Необхідно звернути увагу, що на думку вченого І. Бондаренко [3, с. 22—25], що важливо розглянути конкретні аспекти ролі медіа у публічному управлінні захистом прав споживачів в Україні:

— інформування про права споживачів: завдяки медіа, громадяни отримують інформацію про свої права та можливості захисту. Національні телеканали, радіостанції, газети, інтернет-портали та соціальні мережі

активно поширюють матеріали, що стосуються прав споживачів, які націлені на збільшення свідомості громадян;

— підвищення ефективності контролю: медіа можуть виконувати роль "громадського ока" та стежити за діяльністю підприємств та органів державної влади. Публікація журналістських розслідувань про недобросовісні дії компаній спонукає контролюючі органи до більш ефективної діяльності та притягнення винних до відповідальності;

— виявлення системних проблем: журналісти можуть відкривати патерни порушення прав споживачів, що здійснюються в різних галузях економіки. Наприклад, масове обман споживачів у сфері послуг, проблеми з якістю товарів тощо. Це допомагає владі та громадськості розуміти основні причини проблем та розробляти ефективніші стратегії їх вирішення;

— підтримка розвитку громадських організацій: медіа можуть звертати увагу на діяльність громадських організацій, які працюють у сфері захисту прав споживачів. Це сприяє підтримці цих організацій, залученню громадськості до участі у їх проектах та ініціативах;

— вплив на законодавство: інформаційні кампанії та розслідування, опубліковані медіа, можуть впливати на процес законотворчості. Висвітлюючи проблеми та потреби споживачів, медіа можуть стимулювати роботу парламенту щодо прийняття нових або вдосконалення існуючих законів з питань захисту прав споживачів.

Важливо зазначити, щоб медіа діяли професійно, дотримуючись етичних принципів журналістики, використовували достовірні джерела і надавали об'єктивну інформацію. Взаємодія між медіа, громадськістю та владою може створити сприятливі умови для ефективного захисту прав споживачів в Україні.

Крім того, інформаційні кампанії і розслідування, що стосуються порушень прав споживачів, залучають значну увагу громадськості. Люди починають активніше обговорювати проблеми, стають більш зацікавленими у своїх правах та можливостях захисту.

Варто підкреслити, що публікації про системні порушення прав споживачів можуть мобілізувати громадські організації, активістів і представників громадськості для вимоги змін і дій влади. Це сприяє підтримці публічного тиску на органи влади та підприємства для вирішення проблем.

Крім того інформаційні кампанії та розслідування можуть послужити основою для звернень до влади та вимог щодо вжиття заходів для захисту прав споживачів. Журналісти можуть викликати відповідальних посадовців на брифінги, вимагати реакції на виявлені проблеми та пропонувати зміни у законодавстві [2, с. 114].

Загалом, медіа можуть допомагати створювати підґрунтя для ширших реформ у сфері захисту прав споживачів. Це може включати перегляд законодавства, удосконалення контрольних механізмів, збільшення відповідальності підприємств та зміни практик у сфері обслуговування споживачів. Отже, журналісти можуть допомагати відкривати інформацію про якість товарів та послуг, умови їх надання, ціни, а також про права та обов'язки споживачів. Це збільшує прозорість ринку та допомагає споживачам зробити свідомий вибір.

Варто зазначити думку С. Даниленка [5], що вплив інформаційних кампаній та журналістських розслідувань на публічне управління захистом прав споживачів в Україні може бути значним і позитивним, якщо вони базуються на достовірних фактах, мають добре обґрунтований підхід і спрямовані на покращення ситуації у сфері захисту прав споживачів. Завдяки активному впливу медіа та активної участі громадськості можливо досягти покращення становища споживачів в країні.

Слід не забувати, що українські медіа часто фокусуються на політичних та інших гострих темах, тим самим знехтувавши проблемами прав споживачів. Це може затримати розгляд питань, що стосуються захисту споживачів, а також підводити питання про рівень приділення уваги таким проблемам у суспільстві.

Варто підкреслити, корупція може впливати на рішення органів влади та підприємств, а також на медіа. Навіть якщо журналісти виявляють факти порушення прав споживачів, корумповані посадовці або власники підприємств можуть намагатись приховати цю інформацію або перешкоджати її поширенню [1].

Отже, журналістам може бракувати фінансової підтримки та необхідних ресурсів для проведення розслідувань про великі корпорації або галузі з сильними інтересами. Це може обмежувати їх здатність вивчати складні та важливі проблеми для споживачів.

Зокрема незважаючи на публікації журналістів та інформаційні кампанії, можуть виникати складнощі у прийнятті ефективних рішень органами влади або зміни практик підприємств. Відсутність ефективних механізмів реагування та контролю може ускладнити покращення ситуації з правами споживачів. Слід додати, що маніпуляції в медіа та використання стереотипів можуть призвести до зміни у сприйнятті інформації про права споживачів. Наприклад, негативний стереотип про споживачів може спотворити сприйняття певних проблем або призвести до зниження активності громадськості.

Не зважаючи на виклики, інформаційні кампанії та журналістські розслідування продовжують бути потужним інструментом у захисті прав споживачів. Публікація достовірних та об'єктивних матеріалів, залучення громадськості та співпраця з органами влади можуть сприяти досягненню позитивних змін у сфері захисту прав споживачів в Україні [6].

Варто розглянути оптимальні методи вдосконалення взаємодії медіа з органами публічного управління щодо захисту прав споживачів в Україні:

- підтримка незалежних журналістів: незалежним журналістам потрібно забезпечити свободу слова та захист від впливу з боку олігархів або корумпованих посадовців. Держава може сприяти створенню сприятливого середовища для професійної журналістики, підтримуючи незалежні видання та розслідування;

- збільшення фінансування і ресурсів для журналістики: держава, бізнес-структури та міжнародні організації можуть надавати фінансову підтримку журналістам та ЗМІ, які займаються розслідуванням порушень прав споживачів. Це допоможе забезпечити якісне та глибоке висвітлення проблем та мотивувати журналістів для здійснення складних розслідувань;

- впровадження законодавчої підтримки: законодавство повинно гарантувати свободу преси та захища-

ти журналістів від тиску та переслідувань. Додатково, можуть вводитись стимули для ЗМІ та журналістів, які активно займаються тематикою захисту прав споживачів;

- підвищення медіа-грамотності споживачів: держава та громадські організації можуть сприяти розвитку медіа-грамотності серед населення, зокрема навчання критичного мислення та аналізу інформації. Це допоможе споживачам більш об'єктивно сприймати інформацію про їхні права та обов'язки;

- впровадження публічних обговорень: публічні обговорення та консультації з громадськістю щодо питань захисту прав споживачів можуть сприяти залученню громадської думки та врахуванню інтересів споживачів у процесі прийняття рішень;

- розвиток громадського журналізму: підтримка громадського журналізму та громадянських медіа може допомогти виявленню проблем на місцевому рівні та забезпечити висвітлення проблем, що стосуються прав споживачів на різних територіях України [7, с. 238].

Загальна мета полягає в тому, щоб покращити роль медіа як засобу впливу на публічне управління захистом прав споживачів. Це може сприяти розбудові свідомого та інформованого суспільства, де права споживачів забезпечуються та захищаються належним чином.

Доречно наголосити, що медіа можуть встановлювати партнерські стосунки з громадськими організаціями, які займаються захистом прав споживачів. Це може сприяти обміну інформацією, сприяти розголошенню проблем та підтримці спільних ініціатив. Медіа можуть виступати організаторами публічних обговорень та дискусій з участю представників державних органів, експертів, громадських активістів і споживачів. Це дозволить створити платформу для обговорення проблем та пошуку спільних рішень.

З'ясовано, що медіа можуть відігравати роль посередників між державними органами та споживачами, шляхом інформування про заходи, ініціативи та програми держави, спрямовані на захист прав споживачів. Медіа можуть створювати спеціальні розділи, веб-портали або програми, присвячені правам споживачів, де регулярно публікуватимуться матеріали, новини та поради з цієї тематики. Медіа можуть підтримувати громадські розслідування та сприяти публікації результатів таких досліджень. Це допоможе збільшити обсяг інформації про порушення прав споживачів і притягнути увагу органів влади до цих проблем. Медіа можуть працювати над тим, щоб зробити інформацію про права споживачів більш доступною для громадян, розробляючи зручні формати публікацій, відео, інфографіка тощо [4, с. 330].

Отже, посилення співпраці між медіа, громадськістю та державою є важливим кроком у створенні ефективних механізмів захисту прав споживачів в Україні. Взаємодія між цими сторонами допоможе забезпечити широке висвітлення проблем, прозорий обмін інформацією та спільне опрацювання над покращенням ситуації з правами споживачів.

ВИСНОВОК

Проаналізувавши вищезазначене можна дійти висновку, що медіа в Україні відіграють важливу

роль у публічному управлінні захистом прав споживачів. Інформаційні кампанії та журналістські розслідування мають значний вплив на свідомість громадян, збільшуючи їхню обізнаність про права та обов'язки споживачів, а також наявні інструменти для їх захисту. Медіа виявляють системні проблеми, допомагають залучати громадськість до процесів публічного управління та змушують владу та підприємства реагувати на порушення прав споживачів. Особливу увагу слід звернути на забезпечення незалежності журналістів, фінансування медіа та розвиток громадської журналістики. Потрібно створити платформи для співпраці між медіа, громадськими організаціями та державою для обміну інформацією, обговорення проблем і пошуку спільних рішень. Важливо підтримувати ініціативи, спрямовані на збільшення медіа-грамотності громадян та активну участь у публічному управлінні.

Таким чином, покращення ролі медіа в захисті прав споживачів сприятиме створенню справедливих умов на ринку, підвищенню якості товарів і послуг, а також посиленню довіри між споживачами та бізнесом. Глибокий та об'єктивний журналістський аналіз, активна участь громадськості та позитивна реакція влади можуть сприяти реалізації прав споживачів та покращенню якості життя громадян в Україні.

Література:

1. Актуальні проблеми управління інформаційною безпекою держави. Київ, 2019 р. URL : https://academy.ssu.gov.ua/uploads/p_57_54325835.pdf
2. Андрійчук М. Т., Андрійчук Т. С. Взаємодія мас-медіа та органів державної влади. Київ 2018 р. С. 114.
3. Бондаренко І. С. Трансдисциплінарність у дослідженнях соціально комунікаційних технологій. Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту: фундаментальні та прикладні аспекти. 2016 р. С. 22—25.
4. Голуб О. П. Медіа компас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник. Інститут масової інформації. Київ 2016 р. С. 184.
5. Даниленко С. І. Соціальні медіа як інструмент суспільних трансформацій у країнах нестабільних демократій: Український досвід. Актуальні проблеми міжнародних відносин. № 121, 2014 р. С. 49—62.
6. Різун В., Скотникова Т., Волобуєва А. Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту: фундаментальні та прикладні аспекти матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції К. : Інститут журналістики, 2016 р. 328.
7. Шарий В. І., Черевко О. В., Самойленко Л. Я. Публічна комунікація: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Публічне управління та адміністрування. 2020 р. С. 330. URL : <http://eprints.cdu.edu.ua/4293/1/pybl.pdf>

References:

1. National Academy of the Security Service of Ukraine (2019), "Actual problems of state information security management", available at: https://academy.ssu.gov.ua/uploads/p_57_54325835.pdf (Accessed 25 Feb 2024).

2. Andriichuk, M.T. and Andriichuk, T.S. (2018), *Vzaємодія mas-media ta orhaniv derzhavnoi vlady* [Interaction of mass media and state authorities], Kyiv, Ukraine.

3. Bondarenko, I.S. (2016), "Transdisciplinarity in the research of social communication technologies", *Perspektyvni napriamky doslidzhennia ukrainskoho mediinoho kontentu: fundamentalni ta prykladni aspekty* [Prospective directions of Ukrainian media content research: fundamental and applied aspects], Kyiv, Ukraine, pp. 22—25.

4. Holub, O.P. (2016), *Media kompas: putivnyk profesiinoho zhurnalista* [Media compass: a professional journalist's guide], Instytut masovoi informatsii, Kyiv, Ukraine.

5. Danylenko, S.I. (2014), "Social media as a tool of social transformations in unstable democracies: Ukrainian experience", *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn*, vol. 121, pp. 49—62.

6. Rizun, V. Skotnykova, T. and Volobueva, A. (2016), "Prospective research directions of Ukrainian media content: fundamental and applied aspects", *Materialy vseukrainskoi nauково-praktychnoi konferentsii* [Materials of the All-Ukrainian Scientific and Practical Conference], Instytut zhurnalistyky, Kyiv, Ukraine.

7. Sharyi, V.I. Cherevko, O.V. and Samoilenko, L.Ya. (2020), "Public communication: a study guide for students of higher educational institutions", *Publichne upravlinnia ta administruvannia*, available at: <http://eprints.cdu.edu.ua/4293/1/pybl.pdf> (Accessed 25 Feb 2024).

Стаття надійшла до редакції 03.03.2024 р.

<https://nayka.com.ua>

Електронне фахове видання

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
удосконалення та розвиток

Виходить 12 разів на рік

включено до переліку наукових фахових видань України
з питань **ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**
(Категорія «Б»)

Наказ Міністерства освіти і науки України
від 28.12.2019 №1643

Спеціальність 281

e-mail: economy_2008@ukr.net

 viber: +38 050 3820663