

Міністерство освіти і науки України

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Факультет соціальних наук і соціальних технологій

Кафедра політології

Магістерська робота

Другий (магістерський) рівень вищої освіти

на тему **«Антикорупційна комунікація в Україні та країнах
Східної Європи: практика, виклики та перспективи розвитку»**

Виконав(ла): здобувачка вищої освіти
2-го року навчання
освітньої програми «Політологія»
/Антикорупційні студії»
спеціальності С 2

Юрковська Марта Володимирівна
(прізвище та ініціали)

Керівник Білецький А.В. _____
(прізвище та ініціали, вчене звання)

Рецензент _____
(прізвище та ініціали)

Магістерська робота захищена
з оцінкою

Секретар ЕК _____
(прізвище та ініціали)

« _____ » _____ 20 ____ р.

Київ – 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ АНТИКОРУПЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	12
1.1 Поняття та сутність антикорупційної комунікації.....	12
1.2 Теоретичні підходи до дослідження антикорупційної комунікації... 16	
1.3 Засади антикорупційних комунікацій в міжнародних стандартах і документах про боротьбу з корупцією.....	22
1.4 Типи, форми та механізми антикорупційної комунікації.....	27
1.5 Висновки до Розділу 1.....	30
РОЗДІЛ II. ПРАКТИКА АНТИКОРУПЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ СХІДНОЇ ЄВРОПИ (ПОЛЬЩА, РУМУНІЯ, СЛОВАЧЧИНА). 32	
2.1 Історія розвитку системи антикорупційних комунікацій та інструменти такої комунікації.....	32
2.2 Актори антикорупційної комунікації в Україні та їх взаємодія.....	38
2.3 Антикорупційна комунікація у Польщі, Румунії та Словаччині.....	54
2.4 Україна та країни Східної Європи: порівняльний аспект.....	70
2.5 Висновки до II розділу.....	83
РОЗДІЛ III. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АНТИКОРУПЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ.....	86
3.1 Стратегічні напрями удосконалення антикорупційної комунікації: європейський досвід та уроки для України.....	86
3.2 Практичні рекомендації щодо підвищення ефективності антикорупційної комунікації.....	89
3.3 Висновки до III розділу.....	90
ВИСНОВКИ.....	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	96
АНОТАЦІЯ.....	109

ВСТУП

Актуальність теми дослідження

Корупція продовжує залишатися на другому місці серед основних проблем в Україні після збройної агресії росії. В цьому переконані 72,2% громадян, які вважають корупцію дуже серйозною проблемою згідно результатів загальнонаціонального соціологічного дослідження “Корупція в Україні 2025: розуміння, сприйняття, поширеність”¹, яке провела соціологічна компанія Info Sapiens. Водночас такий високий показник свідчить про те, що існує розрив між реальними кроками держави та їхнім сприйняттям у суспільстві. В Україні вже роками функціонують антикорупційні механізми запобігання та боротьби з корупцією, відбуваються гучні викриття та реальні вироки суду. Сьогодні важливо не лише проводити розслідування, а й професійно комунікувати ці дії, пояснюючи логіку процесів та невідворотність покарання. Окрім інформування про результати розслідувань, важливим аспектом антикорупційної комунікації є антикорупційна просвіта та формування наративу. Розвиток культури нульової толерантності до корупції неможливий без практичного навчання громадян та публічних службовців конкретним інструментам запобігання зловживанням. Зокрема, важливим є доступне пояснення механізмів подання повідомлень про корупцію через відповідні онлайн-інструменти, гарантій захисту викривачів та їхніх прав, що сприяє зміні суспільного сприйняття викриття корупції як прояву відповідальної громадянської позиції, а не “стукацтва”. Не менш актуальним є навчання основам запобігання конфлікту інтересів і

¹ Національне агентство з питань запобігання корупції (НАЗК) “Корупція в Україні 2025: розуміння, сприйняття, поширеність”
<https://nazk.gov.ua/pdfjs/?file=/wp-content/uploads/Pages/20/2d/202d5600b17f04d37ca952961c0053db31f58ee616ee5714ad46db54da62a6838850075.pdf>

декларування, а також підвищення обізнаності суспільства щодо використання відкритих реєстрів для громадського контролю.

Актуальність антикорупційної комунікації зумовлена тим, що сьогодні боротьба з корупцією перейшла з кримінальної площини у інформаційну та культурну. Окрім затримання чи винесення вироку корупціонеру, потрібно правильно повідомити про це громадянам, щоб відновити довіру та вплинути на поведінку, адже антикорупційна комунікація безпосередньо впливає на формування антикорупційної свідомості громадян. Особливої ваги це питання набуває в межах переговорного процесу про вступ до Європейського Союзу, де антикорупційна політика є частиною фундаментального Першого кластеру (“Fundamentals”), що оцінюється протягом усього шляху інтеграції. Україна повинна не лише чітко виконувати взяті на себе зобов’язання перед міжнародними партнерами, а й ефективно комунікувати власні досягнення на кожному етапі реформ. Такий підхід дозволить зміцнити міжнародний імідж держави, продемонструвати реальну трансформацію системи державного управління та підтвердити статус України як надійного члена ЄС, який здатен забезпечити невідворотність антикорупційних реформ.

Також у сучасних умовах російської гібридної війни антикорупційна комунікація є стратегічним інструментом національної безпеки та протидії російській дезінформації. Росія систематично використовує тему корупції як зброю, намагаючись через маніпулятивні наративи деморалізувати українське суспільство та дискредитувати нашу державу в очах міжнародних партнерів. Зокрема, згідно дослідження “Аналіз російських інформаційних загроз на тему корупції в українському медіапросторі” за 2024-2025 роки було зафіксовано системне поширення наративів про те, що “Україна програє війну через корупцію у владі” та

"Україна - тотально корумпована країна". Ворог використовує ці маніпуляції для дискредитації військово-політичного керівництва, послаблення міжнародної підтримки, поширюючи фейки про перепродаж західної зброї, а також для підриву внутрішньої стабільності, закликаючи до повалення влади через її "корумпованість". Тому у сучасних реаліях антикорупційна комунікація має стати частиною системи стратегічних комунікацій держави, що виконує захисну функцію в інформаційному просторі.

Польща, Румунія та Словаччина пройшли етап трансформації від постсоціалістичних систем до впровадження європейських стандартів у сфері запобігання та протидії корупції. Це робить їхній досвід цінним для України у контексті аналізу ефективних комунікаційних підходів і інструментів, які довели свою результативність у схожих соціально-політичних умовах. Антикорупційна комунікація - це відносно новий напрям у соціальних та політичних комунікаціях в Україні, тому порівняльний аналіз із країнами Східної Європи актуальний у контексті оцінки причин ефективності або неефективності конкретних заходів, адаптації успішних практик та формуванні власної моделі антикорупційної комунікації.

Мета дослідження

Метою магістерської роботи є комплексний аналіз сучасного стану та основних інструментів антикорупційної комунікації в Україні, вивчення кращих практик країн Східної Європи (Польщі, Румунії та Словаччині), а також надання практичних рекомендацій щодо побудови комунікації антикорупційної діяльності в Україні для зміцнення суспільної довіри, формування культури доброчесності та створення єдиного інформаційного фронту для протидії зовнішнім загрозам і дезінформації.

Завдання дослідження

Завдання дослідження були визначені такі:

- визначити поняття та сутність антикорупційної комунікації;
- проаналізувати суб'єктів антикорупційної комунікації в Україні, їх функції, інструменти та механізми взаємодії у межах реалізації антикорупційної комунікаційної політики;
- дослідити сучасний стан і практику антикорупційної комунікації в Україні;
- охарактеризувати моделі та інструменти антикорупційної комунікації в Польщі, Румунії та Словаччині, визначити успішні практики, що можуть бути адаптовані до українського контексту;
- виявити спільні й відмінні риси та виклики антикорупційної комунікації громадян в Україні, а також врахувати наявність подібного досвіду у країнах Східної Європи під час формування рекомендацій для українського контексту;
- розробити стратегічні напрями удосконалення та практичні рекомендації щодо роботи антикорупційної комунікаційної політики в Україні з метою підвищення її ефективності та зміцнення суспільної довіри.

Об'єкт дослідження: система антикорупційної комунікації в Україні та країнах Східної Європи.

Предмет дослідження: механізми, інструменти та практики антикорупційної комунікації, проблеми й бар'єри їх реалізації, а також напрями удосконалення антикорупційної комунікаційної політики в Україні з урахуванням досвіду країн Східної Європи (Польщі, Румунії та Словаччини).

Методи дослідження

Для досягнення поставленої мети та вирішення завдань дослідження антикорупційної комунікації як складової антикорупційної політики в Україні та країнах Східної Європи у магістерській роботі застосовуватимуться такі методи:

- **аналіз джерел**, зокрема вивчення наукових праць, нормативно-правових актів, стратегічних документів, річних звітів, державних програм, а також міжнародних і національних звітів, які регулюють питання антикорупційної комунікації;

- **контент-аналіз** дозволяє вивчати зміст, характер та способи донесення інформації до громадян, а також процес формування антикорупційної культури через офіційні повідомлення антикорупційних органів, публікації громадських організацій, медіа та інформаційні кампанії;

- **порівняльний аналіз** застосовується для порівняння інструментів і практик антикорупційної комунікації в Україні та країнах Східної Європи (Польщі, Румунії та Словаччині). Цей метод дослідження дає змогу визначити спільні та відмінні риси антикорупційної комунікації, оцінити ефективність різних підходів комунікації і визначити можливості адаптації зарубіжного досвіду до українського контексту;

- **письмове опитування експерта з комунікацій** використовується для отримання практичних даних. Зокрема до опитування залучено керівницю комунікацій громадської організації “Центр Протидії Корупції”. Це дасть змогу зрозуміти стан антикорупційної комунікації “зсередини” та зрозуміти, як працює антикорупційна комунікація в Україні та країнах ЄС.

Новизна теми

Наукова новизна цієї магістерської роботи полягає в тому, що значна кількість науковців досліджують корупцію і боротьбу з нею, оминаючи увагою практичні аспекти комунікації про корупцію і антикорупцію в суспільстві. Зазвичай увага зосереджена на викриттях, корупційних скандалах і резонансних справах, які переважно сприймаються громадянами негативно. При цьому майже ніколи не говорять про те, що вже було зроблено, яких результатів і досягнень вдалося досягти у сфері боротьби з корупцією. У результаті населення часто загалом негативно сприймає антикорупційну діяльність. Це пов'язано з тим, що сама тема корупції має сильний психологічно негативний вплив на людей і викликає втому, роздратування та недовіру. Крім того, у суспільній свідомості корупція часто ототожнюється з будь-якими проявами зловживань, навіть тоді, коли вони юридично не є корупцією. У роботі обґрунтовується, що антикорупційна комунікація є складною поведінковою та соціальною темою, яка не може обмежуватися лише інформуванням або викриттями. Вона потребує міждисциплінарного, комплексного підходу із залученням психологічних, маркетингових та соціально-комунікаційних інструментів, спрямованих на зміну суспільного наративу. Наукова новизна отриманих результатів полягає у здійсненні порівняльного аналізу форм, інструментів та механізмів антикорупційної комунікації в Україні та окремих країнах Східної Європи (Польщі, Румунії та Словаччині) з урахуванням євроінтеграційних процесів та викликів, пов'язаних із російською агресією проти України. У роботі уточнено підхід до розуміння антикорупційної комунікації як інструменту впливу на суспільні норми та поведінкові установки. На основі проведеного порівняльного аналізу обґрунтовано висновок про відсутність прямої залежності між рівнем інституційної централізації антикорупційної комунікації та її результативністю. Встановлено, що важливу роль у

забезпеченні ефективності антикорупційної комунікації відіграють превентивно-освітній компонент, послідовність комунікаційної політики та сегментація цільових аудиторій. Також сформульовано практичні рекомендації щодо адаптації окремих успішних східноєвропейських практик до українського контексту.

Практичне значення

Практичне значення дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути використані державними органами влади, громадськими організаціями та медіа для переосмислення власної комунікаційної діяльності у сфері протидії корупції. Ця робота дає змогу проаналізувати, як саме сьогодні комунікується антикорупція в Україні, а також порівняти ці підходи із зарубіжним досвідом країн Східної Європи. Як наслідок, ці висновки можуть бути використані як для запозичення успішних комунікаційних практик, так і для виявлення недоліків антикорупційної комунікації. Також варто зазначити, що така інформація має вагоме значення в сучасних умовах, коли антикорупційна діяльність і її комунікація потребує чутливого і зваженого підходу.

Джерельна база дослідження

Джерельна база цього дослідження включає в себе різні групи джерел, які комплексно розкривають тему антикорупційної комунікації в Україні, Польщі, Румунії та Словаччині. Джерела можна поділити на первинні та вторинні, нормативні й аналітичні матеріали, кількісні та якісні дані. Для розкриття правового контексту та підґрунтя аналізу комунікаційних практик було проаналізовано національні стратегічні

документи та нормативно-правові акти. Зокрема, такі документи як Стратегія комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції, Конвенція ООН проти корупції, Директива Європейського парламенту та Ради ЄС про захист осіб, які повідомляють про порушення законодавства Союзу. Також проаналізовано наукові дослідження, які стали теоретичним підґрунтям для дослідження з точки зору вивчення явища комунікацій та його ролі в суспільстві. Було проаналізовано документи та матеріали НАЗК, НАБУ, САП, Центрального антикорупційного бюро, Генерального антикорупційного директорату (DGA), звіти Офісу захисту викривачів, а також публікації ОЕСР щодо антикорупційної ситуації в країні. Завдяки щорічним звітам громадських організацій вдалося проаналізувати досягнення та реалізовані проекти у сфері комунікацій Transparency International Україна, ЧЕСНО, Bihus.Info, Антикорупційного штабу та інших. Також до уваги бралися звіти країн європейського блоку, а саме матеріали Фондації імені Стефана Баторія, Transparency International Словаччина та Transparency International Румунія, а також інші го та медіа.

Структура роботи

Магістерська робота складається зі вступу, трьох основних розділів та висновку.

У першому розділі розглядаються поняття антикорупційної комунікації, теоретичні підходи до дослідження антикорупційної комунікації, засади антикорупційних комунікацій в міжнародних стандартах і документах про боротьбу з корупцією. Також у першому розділі розглядаються типи, механізми та форми антикорупційної комунікації.

У другому розділі аналізуються особливості антикорупційної комунікації в Україні та країнах Східної Європи (Польща, Румунія, Словаччина), зокрема аналізуються системи такої комунікації, інструменти, актори і їхня взаємодія. Також у другому розділі описано спільні та відмінні риси, виклики комунікації цих країн і завдяки порівняльному аналізу виокремлено ключові висновки та уроки для України.

У третьому розділі розглядаються стратегічні напрями розвитку антикорупційної комунікації в Україні на основі попереднього вивчення теми з урахуванням європейського досвіду. Також надано практичні рекомендації щодо антикорупційної комунікації в Україні.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ АНТИКОРУПЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1.1 Поняття та сутність антикорупційної комунікації

Антикорупційна комунікація - це комплекс комунікаційної діяльності, спрямованої на підвищення рівня обізнаності суспільства щодо запобігання та боротьби з корупцією, формування довіри до державних антикорупційних ініціатив, а також популяризацію стратегії доброчесної поведінки в суспільстві. Вона передбачає формування нульової толерантності до проявів корупції та усвідомлення суспільством невідворотності покарання за корупційні правопорушення².

Так як антикорупційна комунікація займає важливе значення як інструмент інформування суспільства, формування цінностей і підтримки розвитку антикорупційних ініціатив, доцільним є аналіз підходів до визначення сутності антикорупційної комунікації згідно трактувань дослідників.

Антикорупційна комунікація є інструментом поведінкового втручання згідно звіту "Strategic anti-corruption communications" дослідників Базельського інституту управління К. Баез Камарго та Й. Шенберг. Вона має на меті змінити соціальні норми та переконання індивіда щодо прийнятності корупції в суспільстві. Зокрема дослідники наголошують, що сутність і ціль антикорупційної комунікації у тому, аби

² Кабінет Міністрів України. (2023, грудень 22). Розпорядження № 1203-р «Про схвалення Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції на період до 2025 року і затвердження операційного плану заходів з її реалізації»
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1203-2023-%D1%80#Text>

вона була контекстуалізованою, адресною та заснованою на чітко сформульованій теорії змін. Єдина ціль антикорупційної комунікації не в тому, аби підвищити загальну обізнаність про корупцію, а стратегічно впливати на переконання, соціальні норми та поведінку цільових груп. Це доводять численні емпіричні дослідження, які показують, що узагальнені повідомлення про поширеність корупції або її аморальність часто не дають результату, або, навіть, мають зворотний ефект³. Цей ефект підсилює корупційну втому та фаталістичні уявлення про неминучість корупції. Також К. Баез Камарго та Й. Шенберг зазначають, що антикорупційна комунікація має створювати реалістичні можливості для дії. Наприклад, що саме людина може зробити в конкретній ситуації - не давати хабар у медичному закладі, посилаючись на наявні правила, або спиратися на інформаційні плакати, повідомлення з боку лідера або авторитетної особи, бо передусім такі дії сигналізують про зміну поведінки, якій можна довіряти. Такі дії знижують бажання давати або брати хабарі⁴.

На основі аналізу кейсів в статті “Messaging about corruption: The power of social norms” Матіас Агерберг стверджує, що стратегії, які зосереджені на прескриптивних нормах (те, що більшість людей схвалює) можуть бути дієвим способом впливу на сприйняття корупції. По-перше, це означає, що антикорупційна комунікація може надати нову інформацію про панівні погляди та спонукати громадян змінити свої переконання про інших у позитивному напрямку. Коли комунікація надійного медіа чи організації надає цифри, наприклад “94% людей вважають хабарі

³ Caryn Peiffer, Nic Cheeseman (2023). Message misunderstood: Why raising awareness of corruption can backfire. Bergen: Chr. Michelsen Institute (U4 Brief 2023:1) <https://cdn.sanity.io/files/1f1lcoov/production/08a9536e50e72d4c870a3d762060b48cbee4d941.pdf>

⁴ Baez Camargo, C., & Schönberg, J. (2023). Strategic anti-corruption communications: Guidance for behaviour change interventions (Working Paper 45). Basel Institute on Governance. <https://baselgovernance.org/publications/wp-45>

неприпустимими”, це стає новою інформацією в інформаційному полі, на яку люди посилаються і вважають достовірною. По-друге, Агерберг стверджує, що вирішальним є те, як люди інтерпретують поведінку інших. Колективні антикорупційні дії можливі лише тоді, коли люди бачать в інших потенційних союзників, а не співучасників корупції. Суть у тому, що антикорупційна комунікація має в цьому контексті значення, бо вона змінює уявлення людей про моральні переконання інших, бо саме ці уявлення визначають можливість колективної дії проти корупції⁵.

Чізмен та Пайффер у своєму дослідженні “A How-to Guide to Anti-Corruption Messaging” вважають, що сутність антикорупційної комунікації полягає у досягненні конкретних результатів шляхом різних інструментів, а саме використання громадської думки як засобу тиску на політичних лідерів та бюрократів для просування ширших реформ. Також автори розглядають сутність антикорупційної комунікації з точки зору поведінкових та соціальних норм і вважають, що ціль антикорупційної комунікації у тому, щоб уникати зворотного ефекту та не підкріплювати негативні соціальні норми у питанні протидії корупції.

“Second, by highlighting the scale of the problem, ‘social bads’ awareness-raising messages risk explicitly or implicitly telling people that unwanted behaviors are widespread. In doing so, such messaging may unintentionally give the impression that problematic practices – such as paying a bribe – are actually socially acceptable”⁶.

⁵ Agerberg, M. (2021). Messaging about corruption: The power of social norms. https://www.researchgate.net/publication/354056063_Messaging_about_corruption_The_power_of_social_norms

⁶ Peiffer, C., & Cheeseman, N. (2024, September). A How-to Guide to Anti-Corruption Messaging. Center for International Private Enterprise (CIPE) <https://www.ndi.org/sites/default/files/Updated%20CIPE-How-To-Guide-to-Anti-Corruption-Messaging-2-1.pdf>

Про підкреслення поширеності або аморальності корупції як явища, яке не обов'язково призводить до ефективних змін у поведінці чи ставленнях і може навіть мати зворотний ефект також досліджував Юсуке Ішікава у роботі “Anti-corruption awareness raising: Effective messaging and best practices”. Дослідник трактує антикорупційну комунікацію як пояснення людям їхніх прав і законів, наприклад, що таке антикорупційний закон і як він працює. На думку автора це справді може підвищити ймовірність того, що люди повідомлятимуть про корупцію. Також він вважає, що комунікація корупції сприятиме обуренню серед суспільства і змусить людей діяти, наприклад скаржитися, повідомляти про порушення або вимагати змін. В цілому такі комунікації мають на меті змусити людей замислитися над тим, що означає бути чесним громадянином, державним службовцем, і показати, що громадяни відіграють важливу роль у тому, щоб державні інституції працювали краще⁷.

В українському правовому контексті антикорупційна комунікація реалізується через “Стратегію комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції на період до 2025 року”, яка затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 22 грудня 2023 року № 1203-р “Про схвалення Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції на період до 2025 року і затвердження операційного плану заходів з її реалізації”.

“Формування ефективної комунікації у сфері запобігання та протидії корупції на національному і регіональному рівні передбачає системну та скоординовану роботу на двох інформаційних напрямках. Перший напрям - комунікаційна діяльність, спрямована на підвищення

⁷ Ishikawa, Y. (2020). Anti-corruption awareness raising: Effective messaging and best practices. <https://knowledgehub.transparency.org/helpdesk/anti-corruption-awareness-raising-effective-messaging-and-best-practices>

рівня обізнаності суспільства щодо запобігання корупції і боротьби з корупцією та, як результат, підвищення рівня довіри до державних антикорупційних ініціатив. Другий напрям - популяризація стратегії добросовісної поведінки в суспільстві, формування нульової толерантності до проявів корупції та усвідомлення невідворотності покарання за корупцію”⁸.

Сутність антикорупційної комунікації полягає не у просто інформуванні про рішення чи новини, це системна робота з інформацією, яка має змінити сприйняття корупції. Тобто зменшити її прийнятність у суспільстві та сформувати нульову толерантність до корупційних практик. Йдеться про зміну ментальності та роботу з суспільним сприйняттям та мисленням.

1.2 Теоретичні підходи до дослідження антикорупційної комунікації

Антикорупційна комунікація - це складне, міждисциплінарне явище, що виникло на перетині філософії, стратегічної комунікації, соціології та медіа. Вона є інструментом інформування, трансформації суспільної свідомості, впливу на цінності. Усе це має важливе місце у формуванні демократичних інститутів та довіри до антикорупційної політики. Вивчення антикорупційної комунікації охоплює широкий спектр теоретичних підходів. Від теорії "принципала-агента" до соціального

⁸ Кабінет Міністрів України. (2023, грудень 22). Розпорядження № 1203-р «Про схвалення Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції на період до 2025 року і затвердження операційного плану заходів з її реалізації». <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1203-2023-%D1%80#Text>

конструкціонізму. Ці теорії дають змогу інтерпретувати роль комунікації у протидії та запобіганні корупції, мотивацію громадян до корупції чи до доброчесності, медіаграмотність, соціальну відповідальність людей та в цілому поняття прозорості у врядуванні.

Теорія принципала-агента, розроблена Стівеном А. Россом і Баррі Мітніком, ґрунтується на припущенні про наявність інформаційної асиметрії в умовах делегування повноважень, коли агент, як правило, володіє більш повною інформацією про власні дії та процедури їх здійснення ніж принципал. Стівен А. Росс у своїй роботі “The Economic Theory of Agency: The Principal's Problem” стверджує, що за умов значних дискреційних повноважень та слабого контролю корупція стає закономірним наслідком делегування. Антикорупційна комунікація у цьому контексті розглядається не як формальне інформування, а як інструмент зниження асиметрії, що зробить дії агента прозорими⁹. Баррі Мітнік у своїй роботі “The Theory of Agency: The Policing 'Paradox' and Regulatory Behavior” звертає увагу на необхідності інституційних механізмів контролю, стимулів і санкцій, які б узгоджували інтереси агента з інтересами принципала. У цьому контексті антикорупційну комунікацію доцільно розглядати як один із механізмів впливу на агентські відносини. Він спрямований на зменшення інформаційної асиметрії шляхом підвищення видимості дій агента. Це формує у агента розуміння того, що його дії можуть бути перевірені, а за порушення доведеться нести покарання. Також така комунікація є ефективною лише тоді, коли вона підкріплена реальною системою контролю та стимулів,

⁹ Ross, S. A. (1973). The economic theory of agency: The principal's problem. The American Economic Review

https://www.researchgate.net/publication/4721698_The_Economic_Theory_of_Agency_The_Principal's_Problem

адже сама по собі відкритість інформації не зменшує корупцію автоматично.¹⁰

Теорія порядку денного (agenda-setting) Максвелла Маккомбса та Дональда Шоу пояснює, що медіа не стільки визначають, що саме думати людям, а визначають, про що саме вони думають і які теми вважають найважливішими. Більшість громадян безпосередньо не мають доступу до повної інформації про соціальні чи політичні проблеми, тому сприйняття формується через новини, інформаційні кампанії, аналітичні дослідження, результати соціологічних опитувань тощо. Медіа робить ці теми значущими серед населення, формуючи уявлення громадян про їхню актуальність. Чим частіше певна тема з'являється у новинах, звучить з телебачення чи доноситься громадянам через соцмережі, рекламу, радіо тощо, тим важливішою вона здається аудиторії. Це зумовлено тим, що люди оцінюють важливість теми залежно від того, як часто про неї повідомляють¹¹. Антикорупційна комунікація є інструментом, який формує суспільний порядок денний. Передусім ця комунікація визначає рівень уваги громадян до проблеми корупції та її проявів. Вона впливає на закріплення у свідомості людей уявлення про її актуальність і пріоритетність серед інших суспільних проблем.

Теорія комунікативної дії Юргена Габермаса підкреслює, що комунікація є ключовим чинником взаємодії та співпраці людей у суспільстві. Габермас виокремлює два типи дії: інструментальні та

¹⁰ Mitnick, B. M. (1975). The theory of agency: The policing "paradox" and regulatory behavior. Public Choice
https://www.researchgate.net/publication/228124400_The_Theory_of_Agency_The_Policing_'Paradox'_and_Regulatory_Behavior

¹¹ McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly
[https://www.researchgate.net/publication/317122086_The_Agenda-Setting_function_of_mas_s_media](https://www.researchgate.net/publication/317122086_The_Agenda-Setting_function_of_mass_media)

комунікативні дії. Комунікативна дія спрямована на досягнення взаєморозуміння між учасниками через діалог та дискурс. Правила і норми в суспільстві мають вважатися правильними не тому, що їх нав'язала влада, а тому, що люди їх обговорили і погодилися з ними. Хоча справжній діалог можливий не завжди. Габермас зазначає, що коли в суспільстві існують сильні владні структури, вони можуть втручатися у спілкування людей. У результаті комунікація втрачає рівність, адже одні учасники мають більше впливу, можуть нав'язувати свою позицію або маніпулювати іншими, а інші - ні. Антикорупційну комунікацію можна пояснити як спосіб діалогу між органами влади та громадянським суспільством. Передусім така комунікація спрямована на відкритий діалог. Громадяни мають можливість ставити запитання, висловлювати критику та брати участь в обговоренні проблем. Також діалог дозволяє спільно шукати шляхи подолання та запобігання корупції, обговорювати можливі рішення та формувати спільні підходи у взаємодії між владою і громадянським суспільством. Водночас інструментальна дія характеризується стратегічним підходом, який має на меті досягти конкретних результатів. Її результативність визначається досягненням або недосягненням запланованих цілей. У цьому плані антикорупційна комунікація виступає інструментом формування антикорупційних установок і заохочення певної поведінки. Її ефективність потрібно оцінювати не рівнем діалогу, а тим, наскільки було досягнуто поставлених цілей. Наприклад скільки людей стали викривачами корупції через підвищення обізнаності про інструменти повідомлення про корупцію. Водночас теорія може мати обмежену ефективність, тому що в реальних умовах такий діалог може змінюватися під впливом владних структур та нерівністю. Це призводить до того, що антикорупційні меседжі сприймаються як інструмент політичного тиску і маніпуляції¹².

¹² The Theory of Communicative Action, Volume 1: Reason and the Rationalization of Society. Boston:Beacon Press (1984)

Керол Вайсс, авторка першої публікації про теорію змін “Nothing As Practical As Good Theory: Exploring Theory-Based Evaluation for Comprehensive Community Initiatives for Children and Families”, вважала, що через нечітко сформульовані припущення, важко оцінювати вплив складеної програми або стратегії. Учасники відповідно не розуміли, як саме має відбуватися процес змін. Через це не визначали послідовність кроків, необхідних для досягнення довгострокової мети. Це ускладнювало оцінювання й зменшувало шанси врахувати всі важливі чинники. Тобто теорія змін - це спосіб описати припущення, кроки та зв'язки між діяльністю програми й результатами на кожному етапі¹³. Антикорупційну комунікацію теорія змін дозволяє вивчати з точки зору встановлення цілей та кроків щодо підвищення обізнаності громадян про антикорупційне законодавство, шляхи повідомлення про корупцію, а також оцінки результатів у вигляді зміни сприйняття корупції, зменшення толерантності до неї тощо. Хоча теорія і дозволяє оцінювати ефективність програм, вона все ж має обмеження, тому що не враховує всі обставини та чинники, які можуть статися під час програми, наприклад соціальні або економічні.

З точки зору соціології, антикорупційну комунікацію можна аналізувати через призму соціального конструктивізму. Соціальний конструктивізм наголошує, що реальність не є об'єктивною, вона створюється людьми через взаємодію, мову, звички та практики. Бергер і Лукман у книзі “The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge” пояснюють, що суспільні норми та інститути

<https://teddykw2.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/07/jurgen-habermas-theory-of-communicative-action-volume-1.pdf>

¹³ Weiss, C. H. (1995). Nothing as Practical as Good Theory: Exploring Theory-Based Evaluation for Comprehensive Community Initiatives. In J. P. Connell, A. C. Kubisch, L. B. Schorr, & C. H. Weiss (Eds.), *New Approaches to Evaluating Community Initiatives: Concepts, Methods, and Contexts* (pp. 65-92). Aspen Institute. <https://share.google/2xPTofWeM2NEpPOWd>

спочатку виникають як продукти людської активності¹⁴. Корупційні практики формуються так само, хтось пропонує хабар, хтось погоджується, і відповідно виникає модель поведінки, яка повторюється та закріплюється у суспільній нормі. Говорячи про антикорупційну комунікацію, соціальний конструктивізм пояснює її не лише як постинг новин і подій, а як системний процес формування меседжів, їх повторення та створення наративу, що закріплює соціальні норми. Завдяки цьому громадяни поступово починають усвідомлювати антикорупційні цінності як норму поведінки.

У звіті К. Баез Камарго та Й. Шенберг "Strategic anti-corruption communications" згадується такі соціальні норми як дескриптивні та ін'юнктивні. Дескриптивні норми поведінки - це норми, що ґрунтуються на сприйнятті домінантних моделей поведінки в певній групі, тобто на тому, що людина вважає типовою поведінкою більшості у конкретній ситуації. Ін'юнктивні - це норми, що стосуються сприйняття прийнятності певної поведінки, тобто того, що людина вважає правильною або схвалюваною поведінкою з боку більшості у конкретній ситуації. Перше - це що роблять інші, друге - що інші схвалюють. Антикорупційна комунікація підкріплює або руйнує ці норми. Наприклад, якщо медіа або антикорупційні органи постійно кажуть, що корупція всюди, то така комунікація переконує людину, що це домінуюча модель поведінки. Або ж корупція є очікуваною поведінкою, а якщо людина відмовляється брати в ній участь - вона буде розкритикована або соціально покарана¹⁵.

¹⁴ Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London: Penguin Books. <https://amstudugm.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/04/social-construction-of-reality.pdf>

¹⁵ Baez Camargo, C., & Schönberg, J. (2023). *Strategic anti-corruption communications: Guidance for behaviour change interventions (Working Paper 45)*. Basel Institute on Governance. <https://baselgovernance.org/publications/wp-45>

Кожна з цих теорій пояснює та аналізує певний аспект антикорупційної комунікації, адже це явище є міждисциплінарним, і щоб ефективно і повно його дослідити потрібно задіяти і поєднати різні підходи. Це дасть змогу критично проаналізувати можливості та обмеження на практиці.

1.3 Засади антикорупційних комунікацій в міжнародних стандартах і документах про боротьбу з корупцією

Сьогодні у світі існують міжнародні стандарти та документи, які надають країнам рекомендації про те, як відкрито говорити про запобігання та боротьбу з корупцією. Ці правила зібрані в різних міжнародних договорах і стратегіях, і разом вони формують стандарти того, як держава має комунікувати свою антикорупційну політику.

Конвенція Організації Об'єднаних Націй проти корупції закладає правовий фундамент для прозорості та взаємодії держави із суспільством. Зокрема у статті 10 “Державна звітність” держава зобов'язується вживати заходів для посилення прозорості свого управління. Це включає прийняття заходів, що забезпечують громадян інформацією про організацію, функціонування та процеси прийняття рішень державної влади, а також публікацію інформації, наприклад у вигляді звітів про корупційні ризики в державному управлінні. Також у статті 13 “Участь суспільства” йдеться про участь та взаємодію громадянського суспільства у запобіганні корупції та боротьбі з нею. Це передбачає доступ громадян до інформації, прозорість і залучення населення до прийняття рішень, організація заходів щодо інформування населення про стан корупції, який має на меті схилити до неприйняття корупції. Також це включає сприяння

до поваги та захищеності під час пошуку та отримання інформації про корупцію¹⁶.

В Європейському Союзі на законодавчому рівні є низка обов'язкових нормативних актів, які покладають обов'язок на держави-члени виконувати і забезпечувати комунікацію та інформування у сфері запобігання та протидії корупції. У Директиві ЄС 2019/1937 про захист осіб, які повідомляють про порушення права Союзу згадується про комунікацію, зокрема наголошується увага на обов'язку держав-членів забезпечувати надання релевантної та точної інформації щодо процедур повідомлення про порушення. Комунікація має бути зрозуміла і легко доступна для широкої громадськості. У Директиві зазначено, що організації мають створити умови із дотриманням конфіденційності при повідомленнях про корупцію і дотримуватися їхнього розгляду¹⁷. Нова Антикорупційна директива ЄС зобов'язує держави-члени реалізовувати інформаційні та просвітницькі кампанії з метою підвищення обізнаності населення щодо наслідків корупції, а також забезпечувати доступ до статистичних даних і публікацій. Також Директива 2026 року зобов'язує сприяти культурі доброчесності, прозорості та підзвітності в публічному управлінні разом з громадським сектором, медіа та академічним середовищем¹⁸.

¹⁶ United Nations. (2003). Конвенція Організації Об'єднаних Націй проти корупції. Verkhovna Rada of Ukraine https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_c16#Text

¹⁷ European Parliament & Council of the European Union. (2019). Directive (EU) 2019/1937 of the European Parliament and of the Council of 23 October 2019 on the protection of persons who report breaches of Union law. Official Journal of the European Union <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A32019L1937>

¹⁸ Council of the European Union "DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on combating corruption, replacing Council Framework Decision 2003/568/JHA and the Convention on the fight against corruption involving officials of the European Communities or officials of Member States of the European Union and amending Directive (EU) 2017/1371 of the European Parliament and of the Council" <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-16391-2025-REV-1/en/pdf>

Світовий банк та UNODC, через призму міжнародних практик надають антикорупційним комунікаціям стратегічного значення, розглядаючи їх як інструмент формування суспільної довіри. Автори дослідження “Building Public Support for Anti-Corruption Efforts”, Елейн Бірн, Енн-Катрін Арнольд та Фуміко Нагано, зазначають, що успіх впровадження або ж реалізації антикорупційних реформ на кожному з етапів, чи то підготовка, процес або завершення прямо залежить від здатності профільних антикорупційних чи інших державних органів ефективно взаємодіяти з громадянами та медіа. Зокрема у дослідженні піднімається тема вибору фреймів комунікації. В антикорупційній комунікації для побудови довіри не варто поєднувати та змішувати протилежні фрейми в одному повідомленні, адже вони будуть нівелювати один одного. Наприклад, не потрібно лякати аудиторію про збіднення через корупцію, а потім говорити про покращення ситуації від антикорупційних реформ, так як ці два різних меседжі плутають та розмивають фокус всього повідомлення. У дослідженні зазначається, що ефективним є використання етичного фрейму. До прикладу, те що корупція - це аморальне явище. Антикорупційна комунікація може сприяти негативному сприйняттю, через те що ріст кількості відкритих справ сприймається громадянами, як те, що корупція лише збільшується, а не навпаки. Це сприймається як провал органу, а не його успішна діяльність. Міжнародні організації наголошують увагу на потребі якісно пояснювати це явище зі сторони антикорупційних агентств, громадських організацій. Також велику роль відіграє формування коаліцій і комунікація різних акторів, таких як громадські організації, медіа, державні органи, лідери думок для того, щоб просувати важливість антикорупційних заходів. Це важливо для створення платформи, де зусилля об'єднуються проти так званого ворога “корупція”. По-перше, це формує підтримку серед акторів і більші можливості у боротьбі з тиском

протилежної сторони. По-друге, така коаліція формує єдине повідомлення та спільний голос, де немає місця розбіжності у трактуванні тих чи інших законів або реформ, що зміцнює довіру населення до всієї антикорупційної коаліції¹⁹.

Провідна антикорупційна організація Transparency International у співпраці з U4 Anti-Corruption Resource Centre у своєму дослідженні “Media and anti-corruption” наголошують, що стандартом антикорупційної комунікації є забезпечення повної свободи та незалежності медіа, які діють як “watchdogs” суспільства. Для того, щоб медіа впливали на заходи боротьби з корупцією, потрібні також конкретні передумови для цього. До таких передумов автори відносять професійну етику та навички журналістів, захист від переслідування та насильства, достатні ресурси та доступність. Також незалежність медіа визначається правовою базою, законами про свободу інформації, про ліцензування та закони про наклеп. Відсутність свободи медіа може впливати не лише на здатність медіа запобігати корупції, а й на інші антикорупційні заходи. Автори дослідження припускають пряму кореляцію між свободою медіа та іншими важливими антикорупційними заходами, такими як децентралізація та освіта. Наприклад, децентралізація зменшує корупцію там, де медіа вільні й контролюють владу, але може її збільшити там, де такого контролю немає. Також покращення освіти може зменшувати корупцію, але в країнах без вільних медіа воно іноді навпаки допомагає людям ставати більш умілими у корупції, бо їх ніхто не контролює. Таким чином антикорупційна комунікація включає в себе поєднання незалежності медіа, професійної етики журналістів та інформаційної

¹⁹ Byrne E., Arnold A.-K., Nagano F. Building Public Support for Anti-Corruption Efforts: Why Anti-Corruption Agencies Need to Communicate and How. <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/832251468332984868>

доступності, що перетворює висвітлення фактів на реальний інструмент громадського контролю²⁰.

ОЕСД у звіті “Anti-Corruption and Integrity Outlook 2024” наголошують увагу на важливості прозорого забезпечення доступу до інформації. Така практика дозволяє громадянам отримувати уявлення про діяльність своїх урядів, відповідно наглядовим органам і організаціям виявляти та оцінювати можливу корупцію, і вказувати на підозрілі факти та шляхи вдосконалення в їх розкритті. Це, у свою чергу, стимулює державних посадовців поводитися доброчесно та підвищує підзвітність у державному управлінні та процесі формування політики. Також згідно звіту існує кореляція між наявністю публічної інформації та рівнем довіри населення до уряду та задоволеністю державними послугами. У середньому 51% громадян у країнах, які вважають інформацію про адміністративні процеси легкодоступною, довіряють своєму національному уряду. Серед громадян, які вважають, що інформація не є легкодоступною, довіра до національного уряду становить лише 22%. Антикорупційна комунікація є спільним стандартом для державного сектору та організацій громадянського суспільства, адже через відкритість та опублікування даних зміцнюється підзвітність інституцій та підвищується довіра населення до всієї антикорупційної інфраструктури²¹.

²⁰Schauseil, W., Zúñiga, N., & Jackson, D. (2022). Media and anti-corruption. Transparency International. https://knowledgehub.transparencycdn.org/helpdesk/media-and-corruption_2019.pdf

²¹OECD (2024), Anti-Corruption and Integrity Outlook 2024, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/968587cd-en>.

1.4 Типи, форми та механізми антикорупційної комунікації

Антикорупційна комунікація є важливим елементом реалізації державної антикорупційної політики, оскільки забезпечує обмін інформацією між суб'єктами протидії корупції та суспільством, а також сприяє формуванню нетерпимого ставлення до корупційних проявів. Визначення типів, форм та механізмів антикорупційної комунікації дозволить організувати розуміння того, як саме функціонують інформаційні процеси у сфері протидії корупції.

Типи антикорупційної комунікації

Згідно із звітом Національного демократичного інституту (NDI) за 2024 рік кампанії антикорупційної комунікації переважно описують масштаби корупції, використовуючи “дескриптивні” повідомлення. Ці повідомлення мають на меті показати негативні наслідки корупції, поширеність і шкоду громадянам. Ін'юнктивні повідомлення - це тип комунікації, який акцентує увагу на силі суспільної думки проти корупції та прагнення громадян жити у вільній від корупції країні. Такі повідомлення наголошують увагу на успіхах у боротьбі з корупцією. Автори звіту зазначають, що антикорупційна комунікація призводить до того, що особи, які отримували описові антикорупційні повідомлення, з більшою ймовірністю давали хабар, ніж ті, хто не отримував жодного повідомлення. Невдала реклама проти корупції може випадково переконати людей у її непереможності, через що вони перестають платити податки. Це підриває довіру до держави та спонукає громадян підтримувати політиків з популістичними наративами, які обіцяють боротися з так званими “поганими елітами”. У звіті наводиться два ризики такого явища. Перше - це те, що описові повідомлення можуть не змінювати уявлення людей про корупцію, тому що це питання, щодо якого

люди вже мають сильні переконання і такі повідомлення не змінять їхньої думки, адже корупція - це занадто велика проблема, яку вирішити неможливо, і тому немає сенсу навіть починати. Друга причина - це те, що описові антикорупційні повідомлення ризикують прямо або опосередковано повідомляти людям, що небажана поведінка є поширеною. Коли ми чуємо, що люди поводяться неправильно або нечесно, це може насправді часто підсвідомо спонукати нас діяти так само. Ці ризики допомагають пояснити, чому деякі антикорупційні повідомлення мають зворотний ефект. Тому стратегії антикорупційної комунікації повинні уникати акценту на масштабі корупції та підкріплення негативних стереотипів. Більш продуктивним підходом є комунікація позитивних наративів, наприклад, підкреслення сили антикорупційних настроїв серед громадськості та уряду²².

Форми антикорупційної комунікації

Існують різні форми антикорупційної комунікації, такі як сторітелінг у медіа (фільми, радіо, телебачення), зовнішня реклама (білборди), соціальні мережі та радіо. Також антикорупційна комунікація передбачає створення спільних повідомлень із лідерами думок та громадських організацій. Додатково можна включити різні підходи до тестування повідомлень, наприклад фокус-групи, опитування та експерименти і використання заклику до дії. Сторітелінг передбачає використання розповіді історій задля того, щоб аудиторія отримала чітке і правильне повідомлення. Розміщення білбордів транслює повідомлення у публічному просторі з метою охоплення широкої аудиторії, зокрема через гасла, що апелюють до наслідків корупції. Повідомлення із закликом до

²² Cheeseman, N., & Peiffer, C. (2024). Using Anti-corruption Communications to Tackle Corruption in Moldova: Key Challenges and Opportunities. National Democratic Institute (NDI) https://www.researchgate.net/publication/383206790_Using_Anti-corruption_Communications_to_Tackle_Corruption_in_Moldova

дії передбачають включення у комунікацію конкретних кроків, які людина може зробити, наприклад, інструкції, куди і як повідомляти про корупцію. Це має на меті продемонструвати наявність рішень і запобігти виникненню у людей почуття безнадії²³.

Механізми антикорупційної комунікації

Про зміщення фокусу з масштабів корупції до успіхів у боротьбі з нею пише Юсуке Ішікава у роботі “Anti-corruption awareness raising: Effective messaging and best practices” у контексті механізмів антикорупційної комунікації. Автор акцентує увагу на соціальних нормах та використанні колективної дії як механізму впливу на маси. Наступним механізмом є пояснення наслідків корупції на конкретних прикладах і те, як вона безпосередньо впливає на повсякденне життя людини (якість доріг, медицини тощо). Також механізмом антикорупційної комунікації є гейміфікація та інтерактивність. Використання різних платформ і розважального контенту для привернення уваги та отримання зворотного зв'язку сприяє більшому залученню аудиторії. Наступний механізм - це таргетування аудиторії, а саме розподіл на групи (молодь, бізнес чи держслужбовці) та розробка повідомлень для кожної з них. Таким чином можна врахувати цінності й мотивацію груп і ефективніше донести інформацію. Також автор визначає тестування одним із механізмів комунікації. Це передбачає перевірку повідомлень перед їх оприлюдненням, щоб уникнути ефекту бумеранга, за якого згадки про

²³ Peiffer, C., & Cheeseman, N. (2024, September). A How-to Guide to Anti-Corruption Messaging. Center for International Private Enterprise (CIPE) <https://www.ndi.org/sites/default/files/Updated%20CIPE-How-To-Guide-to-Anti-Corruption-Messaging-2-1.pdf>

поширеність корупції можуть її нормалізувати або викликати апатію у суспільстві²⁴.

1.5 Висновки до Розділу 1

Антикорупційна комунікація є широким та комплексним явищем для дослідження, адже за своєю суттю не є не просто інформуванням, а виступає інструментом переконання та зміни поведінки людей. Мета такої комунікації полягає у врахуванні контексту, системному плануванні і орієнтації на суспільні зміни та настрої. У багатьох дослідженнях зазначено, що повідомлення про поширеність корупції часто не працюють в суспільствах з корупцією. Такі наративи часто мають зворотний ефект і посилюють відчуття неминучості корупції. Тому дослідники наголошують увагу на ефективності комунікації про позитивні соціальні норми, напрямки вдосконалення, через що люди активно діють доброчесно, коли бачать, що інші теж підтримують подібні цінності. Антикорупційну комунікацію можна пояснювати через призму різних теоретичних підходів. Зокрема це теорія принципала-агента, теорія порядку денного, теорія комунікативної дії, теорія змін та соціальний конструктивізм. Всі ці теорії мають різні підходи та контексти, що дозволяє сприймати і аналізувати явище корупції з різних точок зору. В результаті ці теорії сукупно дозволяють пояснити роль, механізми впливу, форми, обмеження, а також дозволяють сформулювати рекомендації з різних сфер для формування дієвої антикорупційної комунікації. Міжнародні практики країн, які успішно впровадили антикорупційні механізми можуть слугувати дороговказами для адаптування цих практик у власному контексті. Одними із головних принципів антикорупційної комунікації на

²⁴ Ishikawa, Y. (2020). Anti-corruption awareness raising: Effective messaging and best practices. <https://knowledgehub.transparency.org/helpdesk/anti-corruption-awareness-raising-effective-messaging-and-best-practices>

міжнародному рівні є прозорість, відкритість та взаємодія з громадянами. Міжнародні стандарти вказують на важливість доступу до інформації, пояснення власних рішень суспільству та залучення до обговорення усіх акторів та стейкхолдерів. Дослідження та звіти міжнародних організацій підкреслюють, що комунікація на пряму впливає на довіру до антикорупційної політики та успіх впровадження реформ. Це включає послідовність комунікації, несуперечливість між комунікацією різних органів, а також незалежність громадянського суспільства та медіа виконувати свою функцію громадського контролю.

РОЗДІЛ II. ПРАКТИКА АНТИКОРУПЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ СХІДНОЇ ЄВРОПИ (ПОЛЬЩА, РУМУНІЯ, СЛОВАЧЧИНА)

2.1 Історія розвитку системи антикорупційних комунікацій та інструменти такої комунікації

Антикорупційна комунікація в Україні значно трансформувалася. На початку комунікація зводилася переважно до новиного інформування та звітності щодо діяльності. На початкових етапах не існувало системи або стратегії в цьому напрямі. Ситуація почала змінюватися після створення нової антикорупційної інфраструктури - НАБУ, НАЗК і САП та ВАКС. Комунікація перетворилася на окремий інструмент боротьби з корупцією. Громадські організації, медіа, антикорупційні органи почали пояснювати суспільству природу та наслідки корупційних явищ. Сьогодні антикорупційна комунікація - це комплексний підхід, що поєднує комунікаційні, просвітницькі кампанії, цифрові платформи та залучення громадян для того, щоб сформувати у населення негативне ставлення до корупції.

Антикорупційна комунікація в Україні розвивалася поступово з огляду на актуальність та запит дискурсу корупції серед населення, політичні кризи та вимоги щодо відповідності до міжнародних стандартів комунікації. На кожному етапі можна виділити свої особливості, основних акторів та інструменти комунікації.

У період з початку 90-х і до початку 2000-х тема корупції була в публічному дискурсі, однак її характер обмежувався заявами політиків, журналістськими розслідуваннями. Пізніше медіа почали піднімати теми

резонансних корупційних схем. Проте це все мало описовий характер²⁵. У період 2000-2014 років антикорупційна політика України була несистемною та декларативною. Держава приймала закони і програми, однак цілісної системи боротьби та запобігання корупції не було. За таких умов антикорупційна комунікація в цей час не існувала як окремий стратегічний напрям. Вона передбачала політичні заяви, обіцянки боротися з корупцією, але не формування антикорупційної культури в суспільстві шляхом комунікаційних інструментів²⁶. У підсумку, антикорупційна комунікація до 2014 року не супроводжувалася продуманими комунікаційними кампаніями, адже ще не було відкритої комунікації влади з суспільством, політична та інституційна воля була слабкою щодо комунікації про корупцію. Також були відсутні системні інформаційні кампанії та просвітницькі стратегії щодо важливості доброчесності та запобігання корупційній поведінці. Після Революції Гідності розпочався процес активних законодавчих змін та зріс запит на створення якісної, стратегічної комунікації. Громадянське суспільство активно почали розробляти інструменти та методи реформування країни. Створення НАБУ, НАЗК, ВАКС та САП заклало антикорупційну комунікацію як невід'ємну частину своєї діяльності через регулярні звіти, публічні кейси, інформаційні кампанії, активну присутність у соцмережах, креативні навчальні матеріали тощо.

²⁵ Demyan Belyaev, Jean-Patrick Villeneuve & Giulia Mugellini (2025) "Framing corruption in Ukraine: a two-decade scoping review of academic and organizational perspectives, *Journal of Contemporary Central and Eastern Europe*
<https://iris.unive.it/bitstream/10278/5104167/1/Framing%20corruption%20in%20Ukraine%20a%20two-decade%20scoping%20review%20of%20academic%20and%20organizational%20perspectives.pdf>

²⁶ Віче "Антикорупційна політика державних органів влади України" 2010
<https://veche.kiev.ua/journal/2181/>

У 2017 році була прийнята Стратегія комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції²⁷, яка мала на меті покращити взаємодію держави з суспільством і сформувати нетерпимість до корупції. Однак згідно розпорядження Кабінету Міністрів України “Про схвалення Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції на період до 2025 року і затвердження операційного плану заходів з її реалізації” ця стратегія не дала повного результату через відсутність належного законодавчого підґрунтя, тривалий процес створення антикорупційних органів та обмежений період дії до 2020 року²⁸. Відсутність єдиної стратегії та узгодженого підходу стала однією з причин того, що комунікаційна діяльність органів влади впродовж кількох років залишалася несистемною та малоефективною. Відповідно виникла об’єктивна потреба у новій, актуальній стратегії антикорупційних комунікацій, яка відповідає сучасним обставинам і запитам суспільства. У 2023 році було ухвалено нову Стратегію комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції на період до 2025 року (розпорядження №1203-р від 22 грудня 2023 р.)²⁹. Стратегія передбачає формування цілісної, скоординованої системи антикорупційних комунікацій, мета якої мала - підвищення рівня довіри до державної політики та зменшення толерантності до корупції. Її основними перевагами від попередньої є те, що в Стратегії є чітке визначення цільових аудиторій і стейкхолдерів, наявність конкретних стратегічних цілей та показників їх досягнення,

²⁷ Про схвалення Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції : розпорядження Кабінету Міністрів України від 23 серпня 2017 р. № 576-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/576-2017-%D1%80#n9>

²⁸ Про схвалення Державної антикорупційної програми на 2023-2025 роки : розпорядження Кабінету Міністрів України від 4 грудня 2023 р. № 1203-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1203-2023-%D1%80#Text>

²⁹ Про схвалення Державної антикорупційної програми на 2023-2025 роки : розпорядження Кабінету Міністрів України від 4 грудня 2023 р. № 1203-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1203-2023-%D1%80#Text>

деталізація завдань, етапів реалізації та очікуваних результатів, визначення каналів, інструментів комунікації та ключових наративів, а також запровадження операційного плану з конкретними заходами, відповідальними суб'єктами та індикаторами виконання. Нова стратегія відрізнялася від попередньої тим, що мала більш системний і характер завдяки наявності операційного плану, враховувала сучасні виклики, зокрема умови війни та новий запит суспільства на прозорість і підзвітність влади. Також у новій стратегії були присутні механізми моніторингу, оцінки ефективності та звітування, що робить її виконання більш ефективним. Національне агентство з питань запобігання корупції (НАЗК) здійснює моніторинг та оцінку реалізації Комунікаційної стратегії у сфері запобігання та протидії корупції, аналізуючи виконання її заходів та операційного плану. Переглянути стан виконання можна в Інформаційній системі моніторингу реалізації державної антикорупційної політики (ІСМ ДАП)³⁰. НАЗК може залучати до цієї роботи представників центральних органів виконавчої влади, інших державних органів, а також громадські та міжнародні організації. За результатами такого моніторингу агентство готує аналітичні матеріали, пропозиції та рекомендації щодо підвищення ефективності реалізації Стратегії і публікує звіт про стан виконання Стратегії, який містить оцінку прогресу та пропозиції щодо внесення необхідних змін. Заходи Стратегії виконує система органів державної влади України, насамперед центральні органи виконавчої влади, НАЗК та інші державні та місцеві органи.

У межах Стратегії до 2025 року було реалізовано низку інформаційних кампаній, які покривали окремий проблемний напрям антикорупційної політики. НАЗК провело масштабну інформаційну кампанію “Корупція боїться твого контролю”, яка включала в себе показ

³⁰ Інформаційна система моніторингу реалізації державної антикорупційної політики <https://dap.nazk.gov.ua/>

відеороликів, понад 300 білбордів, 250 сітілайтів та понад 20 тис. тематичних плакатів і постерів. Матеріали поширювалися через загальнонаціональні й місцеві телеканали, а також розміщувалися в громадському транспорті, на вокзалах, у ЦНАПах, і на вулицях міст та селищ³¹. Також масштабна кампанія була присвячена інституту викривачів корупції. Зокрема кампанія фокусувалася на роз'ясненнях правового статусу викривачів, гарантій захисту, а також практичних механізмів подання повідомлень про корупцію³². Окремий комунікаційний проєкт реалізовано спільно з Українським Радіо, де через серію ефірів громадянам пояснювали альтернативи корупційним практикам у різних сферах державних послуг. Акцент робився на цифровізації та сервісних рішеннях як інструментах зниження корупційних ризиків³³. НАЗК разом з Hromadske створили документальний фільм про розвиток антикорупційної інфраструктури в Україні, який пояснював повноваження та механізми роботи антикорупційних інституцій, їх взаємодію та результати діяльності³⁴. Метою такого проєкту є формування у суспільства розуміння української антикорупційної системи, виклики та еволюцію законодавства, а також поширення наративу, що Україна рухається у правильному напрямі у сфері запобігання та протидії корупції, і ситуація не є безнадійною. Попри наявні виклики вже досягнуто значного прогресу. В межах кампанії також реалізовано

³¹ Національне агентство з питань запобігання корупції “Інструменти громадського контролю: інформаційна кампанія”

<https://nazk.gov.ua/uk/instrumenty-gromadskogo-kontrolyu-informatsiyna-kampaniya/>

³² Національне агентство з питань запобігання корупції “Викривачі корупції: інформаційна кампанія”

<https://nazk.gov.ua/uk/vykryvachi-koruptsii-informatsiyna-kampaniya/>

³³ Національне агентство з питань запобігання корупції “Альтернативи корупційним практикам: проєкт з Українським радіо”

<https://nazk.gov.ua/uk/alternatyvy-koruptsiynym-praktykam-proekt-z-ukrainskym-radio/>

³⁴ Національне агентство з питань запобігання корупції «Документальний фільм» <https://nazk.gov.ua/uk/dokumentalnyy-film/>

партнерські проєкти з українськими YouTube-платформами³⁵, розроблено відеокурс для органів місцевого самоврядування та громад щодо ефективної антикорупційної комунікації³⁶, поширено окремий блок інформаційних матеріалів, який пояснював, що таке корупція, які її форми та як її ідентифікувати (#Corruption_is...)³⁷, було презентовано серію анімаційних роз'яснень про протидію побутовій корупції "Принциповичі"³⁸. Крім того, було проведено серію координаційних форумів, які об'єднали представників державних органів, експертів та медіа для узгодження підходів до антикорупційної комунікації³⁹. Наразі в Україні триває завершальний етап формування нової державної антикорупційної політики. Національним агентством з питань запобігання корупції розроблено проєкт Антикорупційної стратегії на 2026-2030 роки, який уже презентовано та подано на розгляд Кабінету Міністрів України. Важливим компонентом нової стратегії є інформаційна (комунікаційна) політика.



³⁵ Національне агентство з питань запобігання корупції «Партнерські YouTube проєкти» <https://nazk.gov.ua/uk/partnerski-yutub-proekty/>

³⁶ Національне агентство з питань запобігання корупції «Комунікація в громадах: відеокурс» <https://nazk.gov.ua/uk/komunikatsiya-v-gromadah-videokurs/>

³⁷ Національне агентство з питань запобігання корупції «Що таке корупція: інформаційно-роз'яснювальні матеріали» <https://nazk.gov.ua/uk/scho-take-koruptsiya-informatsiyno-roz-yasnyuvalni-materialy/>

³⁸ Національне агентство з питань запобігання корупції «Протидія побутовій корупції (інформаційні матеріали)» <https://nazk.gov.ua/uk/protydiya-pobutoviy-koruptsii-informatsiyni-materialy/>

³⁹ Національне агентство з питань запобігання корупції «Координаційні форуми з антикорупційних комунікацій» <https://nazk.gov.ua/uk/koordynatsiyni-forumy-z-antikoruptsiynyh-komunikatsiy/>

Зображення 1 та зображення 2: Інструменти громадського контролю, інформаційна кампанія "Корупція боїться твого контролю"

2.2 Актори антикорупційної комунікації в Україні та їх взаємодія

Антикорупційна комунікація в Україні реалізується завдяки спільній роботі різних акторів: державних органів, громадських організацій, медіа та міжнародних партнерів. Кожен із них відіграє свою роль у боротьбі з корупцією. З метою дослідження комунікаційних практик та інструментів у сфері запобігання та протидії корупції було розглянуто діяльність основних акторів, які активно долучаються та формують наративи та дискурс в антикорупційній сфері.

Державні актори антикорупційної комунікації

НАЗК займає центральне координаційне місце в антикорупційній архітектурі, тому що відповідає за формування всієї антикорупційної політики держави, розробляючи Державну антикорупційну програму. У 2018 році було затверджено Комунікаційну стратегію НАЗК на 2018-2020 роки. У межах стратегії проводилися інформаційні кампанії для різних цільових груп, зокрема для журналістів, студентів та школярів. Головною задачею стратегії було підвищення обізнаності суспільства про діяльність НАЗК⁴⁰. Комунікаційна стратегія НАЗК на 2021-2023 роки⁴¹ розроблялася

⁴⁰ Звіт про діяльність Національного агентства з питань запобігання корупції за 2018 рік <https://nazk.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/Zvit2018-1-1.pdf>

⁴¹ Комунікаційна стратегія Національного агентства з питань запобігання корупції на 2021-2023 роки. Київ, 2021 https://nazk.gov.ua/wp-content/uploads/2021/11/SKM_45821111611350.pdf

в період завершення формування антикорупційної системи та після Конституційної кризи 2020 року. Мета цієї стратегії полягала у побудові доброчесної влади та справедливого суспільства. НАЗК позиціонувало себе через *tone of voice* у ролі вчителя-друга. Такий підхід допоміг відійти від образу закритого радянського органу до сучасного інституту. Загальнодержавна стратегія задає цілі та цінності для всієї антикорупційної комунікаційної системи країни. Тоді як комунікаційна стратегія НАЗК 2024-2027 є комунікаційним інструментом на рівні конкретного органу, з власними цілями та завданнями. Тобто загальнодержавна стратегія - це документ, який синхронізує антикорупційну комунікацію для органів влади, які мають комунікувати як працює антикорупційна інфраструктура. НАЗК у цій системі є і виконавцем, і координатором, і власна стратегія виконує завдання загальнодержавної стратегії. Комунікаційна стратегія 2024-2027⁴² роки побудована на результатах соціологічних досліджень, у стратегії чітко визначені індикатори успіху, такі як відсоток довіри, рівень обізнаності, кількість позитивних згадок у медіа. Також нова стратегія містить розділ про антикризові комунікації, що є важливим елементом стратегічних комунікацій в умовах інформаційних атак. У стратегії враховано вимоги до міжнародної комунікації з ЄС, оскільки вона передбачає інформування міжнародних партнерів про хід антикорупційної реформи та демонстрацію досягнутого прогресу. В межах стратегії було проведено масштабну кампанію з декларування, яка мала на меті роз'яснити важливі деталі та оновлення законодавства щодо заповнення декларацій держслужбовцями. На основі наявних стратегій можна зробити висновок, що спостерігається удосконалення стратегій. Кожна наступна стратегія враховує суспільний контекст і настрої громадян, передбачає конкретні

⁴² Національне агентство з питань запобігання корупції "Стратегія комунікацій Національного агентства з питань запобігання корупції"
<https://nazk.gov.ua/uk/komunikatsiyna-strategiya-ta-brendbuk/>

заходи та механізми моніторингу їхньої ефективності, зокрема на основі соціологічних досліджень. Водночас слабе місце останніх двох стратегій полягає в тому, що ключові цілі, такі як зростання довіри та позитивне сприйняття не прямо залежать від комунікацій НАЗК. На це впливають багато інших чинників, про які не згадано в стратегії, насамперед робота інших антикорупційних та правоохоронних органів.

Важливу роль в комунікації антикорупційного законодавства та висвітлення розслідування корупційних злочинів займає Національне антикорупційне бюро України (НАБУ). Комунікація НАБУ здійснюється через системний зв'язок з громадськістю. Окрім того, що бюро отримує інформацію про злочини та реагує на нього, воно також бере участь у формуванні суспільної підтримки своєї діяльності. Зокрема інституція комунікує з медіа, проводить брифінги та пресконференції, інформує суспільство про результати своєї роботи. Комунікація здійснюється через соціальні мережі та сайт, де публікуються новини, роз'яснення законодавства та актуальна інформація розслідувань. Щопівроку Національне бюро інформує про результати своєї діяльності у звітах. Також бюро створило окремий розділ “Відкритий офіс” на веб сайті для комунікації просвітницької діяльності. У розділі розміщені інформаційні матеріали, відео та пояснення корупційних схем. Також існує англійська версія сайту з публікаціями, що забезпечує доступ інформації про діяльність НАБУ для міжнародної аудиторії. За перші 6 років роботи НАБУ сприяло зміні уявлення про закритий та непрозорий правоохоронний орган. У звіті на друге півріччя 2017 року, серед важливих комунікаційних та інформаційних заходів НАБУ можна виокремити інформаційну кампанію у соціальних мережах “Зволікання = безкарність”. Кампанія привертала увагу громадськості щодо недостатньої ефективності судової системи при розгляді справ, переданих НАБУ і САП до суду. Також велику увагу привернув соціальний ролик

про необхідність створення Антикорупційного суду створений НАБУ за підтримки Антикорупційної ініціативи Європейського Союзу в Україні. Серед масштабних інформаційно-просвітницьких кампаній займає місце кампанія “Студенти проти корупції”, реалізована НАБУ спільно з Програмою розвитку ООН в Україні (ПРООН). В межах півторарічної кампанії було створено двомовну брошуру українською та англійською мовою про ключові аспекти роботи НАБУ, проведено фестиваль думок “ДумкоFest.Антикорупція”, семінари та лекції”⁴³. У 2020 році НАБУ спільно з українською edtech-студією “EdEra” запустили антикорупційну гру-розслідування “Слідство веде НАБУ”, спрямовану на підвищення знань у викритті незаконних дій посадовців⁴⁴. НАБУ системно в межах проєкту “Викриваю з НАБУ” працює з суспільною думкою про доброчесність, комунікуючи історії топпосадовців, які на власному досвіді доводять про існування справедливих посадовців⁴⁵. За останні чотири роки 2023-2026 було реалізовано низку комунікаційних та інформаційних кампаній таких як “Поплава. Антикорупція в деталях”, “Вебінар з детективом”, “Секрети НАБУ”, Всеукраїнський антикорупційний муткорт, Антикорупційна школа НАБУ та інші ⁴⁶. Окремою перевагою комунікації НАБУ є сприяння Ради громадського контролю при Національному бюро (РГК), яка окрім нагляду за діяльністю НАБУ, комунікує з громадськістю про діяльність бюро.

⁴³ НАБУ, звіт за 2 півріччя 2017 року
https://nabu.gov.ua/site/assets/files/27989/zvit_ii_pivrichchya.pdf

⁴⁴ НАБУ, 1 півріччя 2020 року
https://nabu.gov.ua/site/assets/files/27962/zvit_i_pivrichchya_2020_roku_0.pdf

⁴⁵ Шлях НАБУ: від ідеї до драйвера антикорупційної реформи
https://nabu.gov.ua/site/assets/files/29071/1_shlyah_nabu_vid_ideyi_do_drayvera_antikorupciynoyi_reformi_postorinkovo.pdf

⁴⁶ НАБУ, 1 півріччя 2023
https://nabu.gov.ua/site/assets/files/46738/zvit_maket_i_pivrichchia_2023.pdf

Розвиток ефективної комунікації з громадськістю є одним із пріоритетів у Стратегії розвитку НАБУ на 2025-2030 роки⁴⁷.

Спеціалізована антикорупційна прокуратура (САП) була утворена 22 вересня 2015 року на підставі наказу Генерального прокурора України на виконання вимог Закону України “Про прокуратуру”. Однак тривалий час САП функціонувала як структурний підрозділ у складі Офісу Генерального прокурора, а не як самостійна інституція. У грудні 2023 року Верховна Рада України ухвалила зміни до законодавства, які надали САП незалежність. У січні 2024 року САП набула статусу юридичної особи публічного права, а з березня 2024 року розпочала свою діяльність. До 2026 року САП не мала власного окремого стратегічного документа, відповідно й комунікаційної стратегії також не існувало, проте наразі затверджено першу Стратегію розвитку САП на 2026-2028 роки. Стратегія пов'язана з виконанням Дорожньої карти з питань верховенства права. В межах стратегії визначено сім цілей, серед яких є зміцнення довіри до інституції за допомогою прозорості та послідовної комунікації. У документі зазначено, що довіра залежить від результатів роботи прокуратури, а також від якості комунікації. САП ставить перед собою задачу розробити комунікаційну стратегію, затвердити щорічні комунікаційні плани, моніторити ефективність досягнення цілей на кінець стратегічного циклу 2028 р. та створити інструменти підвищення доступності комунікації. Також буде створено окремий комунікаційний підрозділ для виконання цієї роботи.

Прикладом скоординованої комунікації державних органів є комунікація НАБУ і САП довкола законопроекту №12414, що набув розголосу у липні 2025 року. За оцінками інституцій, цей законопроект

⁴⁷ Стратегія розвитку НАБУ на 2025-2030 роки
https://nabu.gov.ua/site/assets/files/49162/strategiia_rozvytku_nabu_na_2025-2030_roky.pdf

знищував незалежність антикорупційної інфраструктури, зводячи керівника САП до номінальної ролі та перетворюючи НАБУ у підрозділ Генеральної прокуратури. У відповідь НАБУ і САП оперативно оприлюднили спільну офіційну заяву, пізніше відбувся пресбрифінг директора НАБУ Семена Кривоноса та керівника САП Олександра Клименка, де було чітко окреслено позицію обох органів щодо ризиків законопроекту. В соціальних мережах з'явився узгоджений пост із подякою громадянам за підтримку. Надалі антикорупційні інституції публікували спільні матеріали, зокрема підбірки викриття найгучніших корупційних справ НАБУ і САП, аналітику про економічний ефект їхньої діяльності у 2021-2025 роках, а також інформацію про 251 обвинувальний вирок, що набрав законної сили у справах, розслідуваних НАБУ та підтриманих САП. Практика спільної комунікації була продовжена через публікації про викриття корупційних правопорушень, а також через спільний брифінг щодо результатів роботи НАБУ і САП за перше півріччя 2025 року.



Зображення 3: НАБУ “ТОП-10 гучних справ НАБУ і САП”

Вищий антикорупційний суд (ВАКС) здійснює комунікацію через офіційний веб сайт, соціальні мережі, брифінги, інтерв'ю та експертні колонки. У 2019 році було прийнято комунікаційну стратегію. Стратегія ставила за мету побудувати репутацію ВАКС як незалежного та професійного органу. Зокрема, комунікація включала визначення місії та

візії органу, чітких учасників комунікацій, алгоритм взаємодії з медіа та обмеження суддям та працівникам в коментуванні справи, розгляд яких не завершено (крім процедурних моментів)⁴⁸. Комунікаційна стратегія ВАКС за 2023-2024 роки акцентує увагу на підвищенні довіри до ВАКС. Беруться до уваги актуальні виклики такі як повномасштабна війна та євроінтеграція України. Комунікаційна стратегія на 2023-2024 роки не зазнала суттєвих змін порівняно зі стратегією 2019 року. У стратегії наявні ті самі підходи та інструменти комунікації. Зазнали змін ключові повідомлення та удосконалився процес реагування на кризові ситуації та інформаційні атаки⁴⁹. На відміну від НАБУ та НАЗК, які реалізують інформаційні кампанії, ВАКС висвітлює інформацію про судові рішення, не використовуючи інформаційний підхід та піар стратегії.

Агентство з розшуку та менеджменту активів (АРМА) комунікує з громадянами про свою діяльність на засадах відкритості та оперативності⁵⁰. АРМА долучається до імплементації інформаційних кампаній, зокрема згідно звіту у 2018 році агентство надало інформаційні матеріали для створення експозицій “Парку корупції”, а також налагодило співпрацю з Громадською радою при АРМА для ефективної комунікації з населенням⁵¹. У 2019 році погоджено План співробітництва АРМА з Антикорупційною ініціативою ЄС в Україні, яка передбачала

⁴⁸ Вищий антикорупційний суд. (2019). Комунікаційна стратегія https://hcac.court.gov.ua/userfiles/media/VAKS/self-government/decisions/03.09.2019_3.pdf

⁴⁹ Вищий антикорупційний суд. Комунікаційна стратегія Вищого антикорупційного суду на 2023-2024 роки https://court.gov.ua/userfiles/media/new_folder_for_uploads/hcac/self-government/decisions/06-04-23_2.pdf

⁵⁰ Звіт про діяльність Національного агентства України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних та інших злочинів за 2017 рік <https://arma.gov.ua/files/general/2018/04/13/20180413180559-27.pdf>

⁵¹ Звіт про діяльність Національного агентства України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних та інших злочинів за 2018 рік <https://arma.gov.ua/files/general/2019/04/15/20190415170302-74.pdf>

запровадження комунікаційної стратегії АРМА⁵². У 2020 році АРМА посилила свою комунікаційну стратегію, затверджено дорожню карту - План стратегічного розвитку на 2020-2022 роки, серед цілей якої є ефективна комунікація в медіа-площині⁵³. Протягом 2021-2024 років АРМА висвітлювала свою діяльність в соцмережах, на офіційному веб сайті, публікувала інформаційно-довідкові матеріали в українських інтернет-виданнях, а також популяризувала свою діяльність у зарубіжних медіа. Серед покращення комунікаційної та інформаційної діяльності АРМА можна виокремити 2024 рік, протягом якого агентство активно створювало мультимедійний контент для соцмереж, провело медійне супроводження першого публічного звіту, а також долучалося до реалізації антикорупційних інформаційних кампаній. За роботу у 2024 році комунікаційний відділ АРМА отримав відзнаку від Національного агентства з питань запобігання корупції⁵⁴.

Для того щоб визначити ефективність антикорупційної комунікації державних органів, аналізується рівень довіри та сприйняття населенням результатів діяльності інституцій. Для оцінки використовувалася 5-бальна шкала, де 5 означає “дуже ефективна діяльність”, а 1 - “зовсім неефективна”. Згідно дослідження “Корупція в Україні 2025: розуміння, сприйняття, поширеність” рівень оцінки ефективності антикорупційних державних органів підвищився порівнюючи 2021 рік з 2025. Найбільший прогрес у сприйнятті продемонстрували СБУ та НАБУ, у яких за 4 роки динаміка зростання сприйняття ефективності виросла на більше ніж 0,4

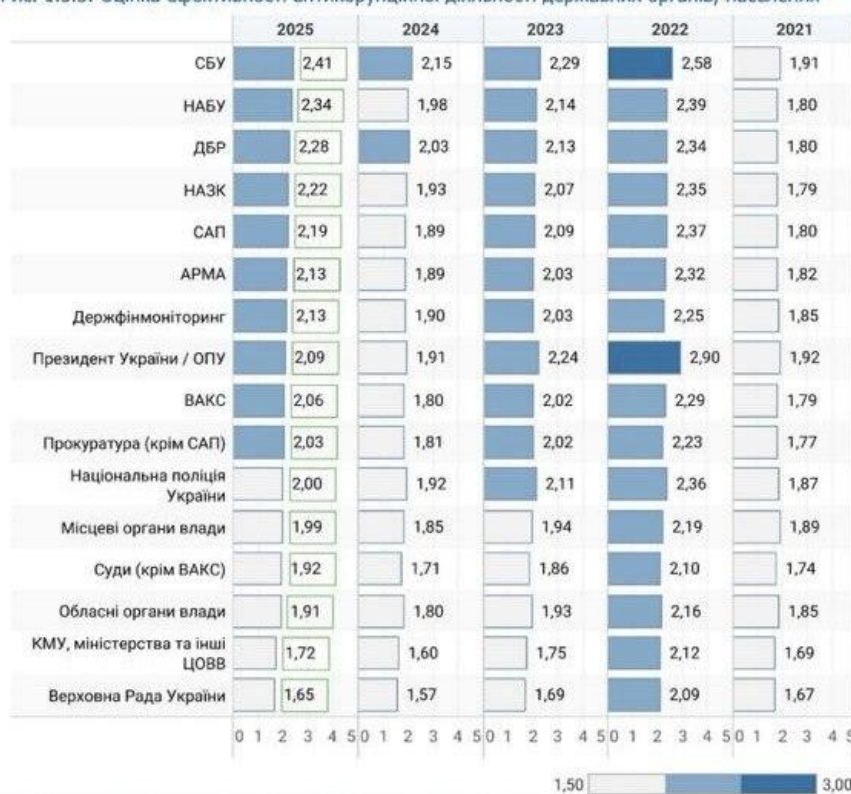
⁵² Звіт про діяльність Національного агентства України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних та інших злочинів за 2019 рік <https://arma.gov.ua/files/general/2020/04/15/20200415095821-97.pdf>

⁵³ Звіт про діяльність Національного агентства України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних та інших злочинів за 2020 рік <https://arma.gov.ua/files/general/2021/04/15/20210415121225-12.pdf>

⁵⁴ Звіт про діяльність Національного агентства України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних та інших злочинів за 2024 рік <https://arma.gov.ua/files/general/2025/03/19/20250319141159-19.pdf>

позначок. Далі українці довіряють Державному бюро розслідування, Національному агентству з питань запобігання корупції та Спеціалізованій антикорупційній прокуратурі. Серед лідерів недовіри серед антикорупційних органів місце займає Вищий антикорупційний суд. Усі показники сприйняття у 2025 році все ще залишаються нижчими ніж 3 бали, це означає те, що переважають негативні оцінки над позитивними у населення України до державних антикорупційних органів⁵⁵.

Рис. 1.3.3. Оцінка ефективності антикорупційної діяльності державних органів, населення¹



Зображення 4: Національне агентство з питань запобігання корупції (НАЗК) “Корупція в Україні 2025: розуміння, сприйняття, поширеність”

⁵⁵ Національне агентство з питань запобігання корупції (НАЗК) “Корупція в Україні 2025: розуміння, сприйняття, поширеність”
<https://nazk.gov.ua/pdfjs/?file=/wp-content/uploads/Pages/20/2d/202d5600b17f04d37ca952961c0053db31f58ee616ee5714ad46db54da62a6838850075.pdf>

Недержавні актори антикорупційної комунікації

Важливу роль в антикорупційній комунікації займає громадський сектор та медіа. Саме вони розслідують корупційні схеми, вимагають від влади підзвітності, реалізують адвокаційні кампанії та через стратегічну комунікацію формують суспільний запит на системні зміни.

Серед найактивніших учасників антикорупційної комунікації в Україні можна виділити Transparency International Ukraine (ТІ Україна), які моніторять, аналізують та комунікують з громадськістю щодо деталей корупційних справ, надають рекомендації та адвокатують зміни до антикорупційного законодавства. Протягом останніх 12 років ТІ Україна реалізувала десятки інформаційних, комунікаційних та просвітницьких кампаній для формування нетерпимості до корупції серед населення. Згідно звіту 2014 року, ТІ Україна провела масштабну інформаційно-правозахисну кампанію “День викривача корупції” на захист прав викривачів корупції по новому законодавству, також у партнерстві з Центром Протидії Корупції, громадським рухом Чесно та антикорупційною групою РПР проводила адвокаційну кампанію під стінами Верховної Ради #TOMATOBUCKETCHALLENGE, що передбачала вимогу ухвалення антикорупційних законів від депутатів. В рамках кампанії “Прокинься! Корупція вбиває” було розміщено більше 200 білбордів в 11 містах України, відеоролики трансливалися по всій Україні. Ця інформаційна кампанія мала великий вплив на сприйняття корупції як феномену, який негативно впливає на повсякденне життя і корупціонерам варто нарешті прокинутись і побачити наслідки своїх дій. ТІ Україна також публікували юридичні інструкції протидії корупції, інфографіки, організовували заходи та вебінари для розповсюдження

матеріалів⁵⁶. У 2015 році було реалізовано інформаційну кампанію “Викривати корупцію не соромно” з обличчям Л. Українки, Т. Шевченка і Г. Сковороди⁵⁷, наступного року завдяки ТІ Україна та Національній раді реформ було створена комунікаційну платформу “Декорупція” та реалізовано комунікаційну кампанію “Корупція має бути помічена”. У рамках кампанії було виготовлено антикорупційні комікси, транслювалися ролики та було організовано серію лекцій та вебінарів для молоді про антикорупцію⁵⁸.



Зображення 5 та зображення 6: Інформаційна кампанія “Вони б не мовчали”, “Корупція має бути помічена”

Протягом 9 років ТІ Україна брала участь у написанні комунікаційної стратегії Верховної ради та просувала її затвердження, провели комунікаційну кампанію на підтримку запуску антикорупційного суду, реалізували кампанію “Я не даю!”, дві тематичні медіа-кампанії для активізації повернення активів від злочинів Януковича, запустили міні-кампанію в соціальних мережах “Викривачі змінюють світ: що не так

⁵⁶Transparency International Україна, річний звіт 2014
https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/08/ti2014_annual_report_ua.pdf

⁵⁷ Transparency International Україна, річний звіт 2015
https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/08/annual_report_ti_2015_ukr.pdf

⁵⁸ Transparency International Україна, річний звіт 2016
<https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/08/Richnyi-zvit-TI-2016.pdf>

з Україною?”⁵⁹, а також сприяли тому, щоб АРМА з’явилась в інформаційному просторі та якісно комунікувала про свою діяльність⁶⁰.



Зображення 7 та зображення 8: Інформаційна кампанія “Я не даю”, “Корупціонер обкрадає саме тебе”

Серед останніх комунікаційних проєктів ТІ Україна можна виокремити кампанію “Корупціонер обкрадає саме тебе”⁶¹, комунікаційну кампанію, яка була спрямована на міжнародний бізнес і заохочувала до виходу з російського ринку з метою обмеження фінансових ресурсів держави-агресора⁶².

Відповідно до даних, отриманих у межах письмового інтерв’ю, Центр Протидії Корупції (ЦПК) не використовує формалізовану комунікаційну стратегію. Це зумовлено орієнтацією організації на адаптивний підхід до комунікацій, який передбачає оперативне реагування на політичні та інформаційні зміни. Комунікація розглядається як інструмент реалізації адвокаційних цілей та посилення суспільного впливу. Ключовими орієнтирами є адвокаційні пріоритети (реформа ДБР,

⁵⁹ Transparency International Україна, річний звіт 2017

<https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2019/08/TI-Richnyj-zvit-2017-interaktyvnyi.pdf>

⁶⁰ Transparency International Україна, річний звіт 2018

https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2019/04/Richnyj-zvit_web-07_02-light.pdf

⁶¹ Transparency International Україна, річний звіт 2019

<https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2023/08/Richnyj-zvit-2019-ukr.pdf>

⁶² Transparency International Україна, річний звіт 2022

https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2017/09/zvit2022_update_ukr.pdf

конкурс генпрокурора, захист НАБУ/САП, євроінтеграція) та цілі комунікаційної команди, зокрема максимізація охоплення. Комунікаційні кампанії ЦПК нерозривно пов'язані з адвокаційними. Вони здебільшого короткострокові та спрямовані на ухвалення або блокування законодавчих ініціатив. Наприклад, кампанія проти законопроекту №10311, що передбачав розширення повноважень Нацгвардії, була зупинена через поєднання медійного резонансу та соціальних мереж. Натомість у випадку №11321 вдалося сформувати коаліцію ГО та забезпечити адресний тиск на депутатів, що призвело до ухвалення закону. Окремим інструментом є проєкт “Серпом по рейтингу”, який підсилює публічну відповідальність політиків через інформаційні кампанії. ЦПК оцінює ефективність комунікацій через досягнення адвокаційних цілей, а також рівнем підтримки населення. Організація на регулярній основі працює в умовах регулярних інформаційних атак, тому значну роль відіграє швидкість реагування, а не формалізований антикризовий план. Після 2022 року комунікації ЦПК зазнали суттєвої трансформації. Серед змін - зростання частки міжнародної адвокації, зокрема у США, Великій Британії та ЄС, а також посилення фокусу на військових та антикорупційних реформах.

Експертиза Руху Чесно полягає у моніторингу та виявленні політичної корупції та конфлікту інтересів, а також в адвокатуванні рішень, що сприятимуть розвитку представницької демократії. Згідно звіту за 2019 рік Рух Чесно реалізував низку комунікаційних та інформаційних проєктів спрямованих на боротьбу з корупцією. Було створено єдине джерело “Золото партій”, за допомогою якого громадяни можуть мати доступ до інформації про фінансування політика, на що витрачаються державні кошти кандидатам на виборах тощо. Ці дані подано у візуалізованій формі для зручного сприйняття. У співпраці з Національним музеєм історії України Рух Чесно створив перший музей

політичної реклами “Музей виборчого трешу”, де висміяно намагання непрямого підкупу виборців.



Зображення 9: Експонат “Музею виборчого трешу”

Наступного року організація запустила чат-бот “ЧЕСНО про закони” з метою контролю за законодавчими ініціативами. Саме завдяки цьому вдалося побороти проблему кнопкодавства⁶³. У 2022 році Рух Чесно досліджував та моніторив фейсбук сторінки партій щодо витрат на рекламу. Організація підготувала аналітичні та адвокаційні публікації про відновлення фінансового звітування партій задля виявлення та попередження корупції⁶⁴. Крім того, організація регулярно ділиться своїми знаннями та експертизою з державними органами та громадським сектором. Зокрема у 2023 році Рух Чесно спільно з партнерами реалізували “Школу Антикору”, де учасники змогли навчитися ефективній комунікації про свої здобутки в антикорупційній сфері⁶⁵. Також організація проводить тренінги та лекції з комунікацій “Чесні адвокаційні кампанії, які змінюють українську політичну культуру” для

⁶³ ЧЕСНО Публічний звіт 2021 рік <https://www.chesno.org/t/209/richnyy-zvit-2021.html>

⁶⁴ ЧЕСНО Публічний звіт 2022 рік
<https://cdn.chesno.org/web/static/info/pdfs/zvit2022che%20-%20ukr.df638c0569e1.pdf>

⁶⁵ ЧЕСНО Публічний звіт 2023 рік
<https://cdn.chesno.org/web/static/info/pdfs/zvit2023.a181359333a2.pdf>

майбутніх антикорупційних фахівців магістерської програми “Антикорупційні студії” Національного університету “Києво-Могилянська академія”⁶⁶.

Bihus.Info - український проєкт, який об'єднує незалежних журналістів розслідувачів та юристів-антикорупційників, які мають експертизу у викриванні корупції. Значною частиною роботи команди Бігус є антикорупційна комунікація. Серед проєктів можна виділити розслідування Bihus.Info, блоги (відео, в яких журналісти організації розповідають глядачам про актуальні новини, законопроєкти та аналіз поточних подій) у соціальних мережах, “Свої Люди”, “Тисни” та інші. Специфіка комунікаційної роботи Бігус інфо полягає у журналістському розслідуванні, поширенні інформації через соцмережі та медіа, створенні резонансу і комунікації результатів. Для комунікації результатів роботи команда публікує на окремій сторінці новини про вплив своєї роботи⁶⁷. Зокрема, це стосується передання матеріалів до НАЗК, яке починає проводити моніторинг способу життя, а вже потім інші органи відкривають провадження, здійснюються отримання підозр, звільнення тощо.

До важливих антикорупційних центрів також можна віднести: організацію "Межа", до діяльності якої належить проведення антикорупційних розслідувань, комунікація з населенням та адвокація з навчанням⁶⁸, Аналітичний центр ACREC, який проводить щорічну конференцію "Викривачі корупції в Україні" для комунікації та діалогу між громадянським суспільством, органами влади та міжнародними

⁶⁶ ЧЕСНО Публічний звіт 2024 рік

<https://cdn.chesno.org/web/static/info/pdfs/zvit2024.24c0d7c595da.pdf>

⁶⁷ Bihus “Ми вплинули” <https://bihus.info/my-vplynuly/>

⁶⁸ Межа Антикорупційний центр <https://mezha.center/>

експертами щодо теми викривачів корупції⁶⁹, “Антикорупційний штаб”, який активно займається антикорупційною комунікацією, ціллю якого є сформувати нульову толерантність до корупції через залучення населення до антикорупційного руху і створення діджитал інструментів та інформаційних, комунікаційних кампаній. Серед відомих проектів Антикорупційного штабу можна виділити “Приховані інтереси”, “Антикорупційна карта ремонтів”, чат-бот “Держслужбовець Тарас”, інструкція з аналізу електронних декларацій, “Медсестра Іванка”, навчання та тренінги для молоді та громад. Серед досягнень реалізованих проектів у 2024 році було створено антикорупційну дисципліну у вищих навчальних закладах, який охопив 50 університетів, опубліковано 189 матеріалів в медіа та на сторінках у соціальних мережах щодо аналізу корупційних ризиків, збільшилася кількість нових користувачів на платформі “Карта відновлення та руйнувань”, у межах комунікаційної діяльності організація провела офлайн та онлайн заходи, ефіри на телебаченні та була згадана у медіа⁷⁰.

Міжнародні актори антикорупційної комунікації в Україні

Міжнародні партнери також підтримують антикорупційну діяльність в Україні. Вони сприяють розвитку прозорості, підтримують громадський антикорупційний рух, фінансують антикорупційні ініціативи і допомагають впроваджувати цифрові інструменти моніторингу. Зокрема, Антикорупційна ініціатива ЄС в Україні (EUACI) активно працює у сфері антикорупційної комунікації. Команда серед інших задач своєї діяльності приділяють увагу підтримці розслідувального медіа та державних

⁶⁹ ACREC "Міжнародна конференція «Викривачі корупції в Україні: успіх та виклики»
<https://acrec.org.ua/projects/mizhnarodna-konferentsiia-vykryvachi-koruptsii-v-ukraini-uspik-h-ta-vyklyky/>

⁷⁰ Звіт 2024 ГО “Антикорупційний штаб”
https://drive.google.com/file/d/1kFY0nNc_u0dAOlxOIHA1oNS5B2mPKOuU/view

інституцій у підвищенні обізнаності про корупцію та механізми громадського контролю. EUACI надає матеріально-технічну підтримку державним органам у проведенні комунікаційних та просвітницьких заходів, форумів та тренінгів для молоді та громад. Також виступає консультаційним органом в наданні експертної підтримки у сфері боротьби з корупцією⁷¹. Також часткову антикорупційну комунікацію в межах окремих проєктів здійснюють: Делегація ЄС в Україні, ПРООН в Україні, GIZ та інші.

2.3 Антикорупційна комунікація у Польщі, Румунії та Словаччині

Польщу, Румунію та Словаччину обрано для аналізу антикорупційної комунікації з декількох причин. По-перше, ці країни належать до постсоціалістичного регіону Центральної та Східної Європи. Це дозволяє аналізувати їх з огляду на спільний історичний та інституційний контекст. Польща, Румунія та Словаччина мають спільний досвід шляху трансформації після падіння комуністичного режиму, і зрештою три країни потребували реформування та нового погляду на державне управління, судову систему та механізми публічної підзвітності. Це створює методологічну основу для їхнього порівняння, адже початкові умови формування антикорупційної політики були схожими між собою. По-друге, три країни є членами Європейського Союзу, що передбачає наявність уніфікованих вимог до верховенства права та боротьби з корупцією. Перед усіма трьома країнами стояла вимога адаптувати своє законодавство до правової системи Європейського Союзу, а також розвивати антикорупційні стратегії відповідно до вимог ЄС. Цей досвід

⁷¹ Антикорупційна ініціатива ЄС в Україні <https://euaci.eu/about-programme/>

робить їх важливими прикладами імплементації наднаціональних норм у національні системи управління. По-третє, причиною аналізу цих країн є наявність механізму європейського моніторингу верховенства права Cooperation and Verification Mechanism (CVM)⁷². Цей підхід дозволяє аналізувати та порівняти те, як контроль ЄС впливає на формування державних антикорупційних стратегій і на способи їх комунікації. Крім того, така інформація дасть можливість зрозуміти як європейські стандарти та вимоги імплементуються в національний інформаційний контекст і те як країни комунікують це суспільству.

Антикорупційні комунікації Польщі на державному рівні

У Польщі наявна децентралізована модель антикорупційної комунікації, адже немає єдиного центру координації комунікацій та відповідної стратегії у сфері запобігання та протидії корупції. Загальна комунікація інтегрована в державну антикорупційну політику.

Центральне антикорупційне бюро (Centralne Biuro Antykorupcyjne) є спеціалізованим антикорупційним органом, яке розслідує корупційні злочини, пред'являє підозри, здійснює антикорупційні навчання та комунікацію. Згідно звіту у грудні 2008 року бюро запустило антикорупційний освітньо-інформаційний портал під назвою Сервіс антикорупційної освіти. Сервіс публікував національні та міжнародні новини, збірки правових актів Польщі та міжнародних організацій, інформацію про антикорупційні рішення в інших країнах, а також аналітичні матеріали та соціологічні дослідження. Важливою деталлю цього сайту є унікальні навчальні матеріали про історичне явище корупції, ігри та тестування для перевірки власних знань. Сервіс відвідали за перших три тижні близько 37 тисяч користувачів. Пізніше сервіс було

⁷² European Commission, Rule of Law: Commission formally closes the Cooperation and Verification Mechanism for Bulgaria and Romania https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_4456

номіновано на престижну нагороду World Summit Award 2009 у категорії е-урядування. Також того ж року Центральне антикорупційне бюро почало співпрацювало з різними установами та неурядовими організаціями такими як Фундація імені Стефана Баторія, Transparency International Польща, Інститут публічних справ, Інститут Собеського та Світовий банк задля налагодження комунікації та співпраці у сфері запобігання корупції⁷³. У 2009 році бюро модернізувало освітній портал, опублікувало близько 2000 інформаційних матеріалів, а також підготувало перший у Польщі комплексний звіт про стан корупції за 2004-2008 роки під назвою “Мапа корупції”⁷⁴. У 2010 році бюро у зв'язку з аудитом минулого року визнало потребу у створенні нової моделі інформаційної політики. Для цього було покращено комунікації з іншими державними органами, посилено освітню та просвітницьку діяльність у сфері запобігання корупції, а саме видано антикорупційний посібник для посадовців, рекомендації щодо різних державних процедур, в яких можуть бути корупційні ризики. Також було запущено гарячу лінію для повідомлення про корупцію⁷⁵. Протягом 2011-2015 років Центральне антикорупційне бюро суттєво покращило свою комунікаційну та інформаційну діяльність. Зокрема, було запущено багатомовну e-learning платформу, було збільшено кількість тренінгів та спільних проєктів з Світовим банком, проведено загальнонаціональну медіа кампанію

⁷³ Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2008 roku https://cba.gov.pl/ftp/filmy/Informacja_o_wynikach_dzialalnosci_Centralnego_Biura_Antykorupcyjnego_w_2008_roku.pdf

⁷⁴ Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2009 roku https://cba.gov.pl/ftp/filmy/Info_wyniki_2009.pdf

⁷⁵ Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2010 roku https://cba.gov.pl/ftp/filmy/Sprawozdanie_jawne_2010_druk.pdf

(Корупcja - ile ty za nią zapłacisz)⁷⁶⁷⁷⁷⁸⁷⁹⁸⁰. Системна робота з сприйняттям корупції серед населення сприяла до зростання кількості заяв від громадян про корупцію на 60% у 2013 році. А також згідно дослідження Centrum Badania Opinii Społecznej антикорупційні заходи підвищили рівень суспільної довіри до СВА з 29% у 2010 році до 35% у 2015 році⁸¹. Протягом останніх років з 2020-2024 було реалізовано комунікаційні проєкти такі як журнал "Przegląd Antykorupcyjny", було проведено міжнародної конференції до 15-річчя СВА за участю НАБУ, Europol і OLAF, а також вдосконалено освітню платформу, що з кожним роком показує все дедалі кращі охоплення та результати залученості до курсів. Також серед проєктів СВА можна виділити ініціативу #ABCUczciwości, метою якої була популяризація етики та доброчесності. За ініціативу СВА отримала престижну нагороду EPAC/EACN Award 2023⁸²⁸³⁸⁴⁸⁵⁸⁶.

⁷⁶ Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2011 roku https://cba.gov.pl/ftp/filmy/Sprawozdanie_jawne_2011_druk.pdf

⁷⁷ Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2012 roku https://cba.gov.pl/ftp/zdjecia/Sprawozdanie_2012.pdf

⁷⁸ Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2013 roku https://cba.gov.pl/ftp/zdjecia/Sprawozdanie_2013.pdf

⁷⁹ Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2014 roku https://cba.gov.pl/ftp/zdjecia/Informacja_o_wynikach_CBA_2014.pdf

⁸⁰ Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2015 roku https://cba.gov.pl/ftp/filmy/Informacja_o_wynikach_dzialalnosci_CBA_w_2015.pdf

⁸¹ Centrum Badania Opinii Społecznej, (NR 42/2015) oceny instytucji publicznych https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2015/K_042_15.PDF

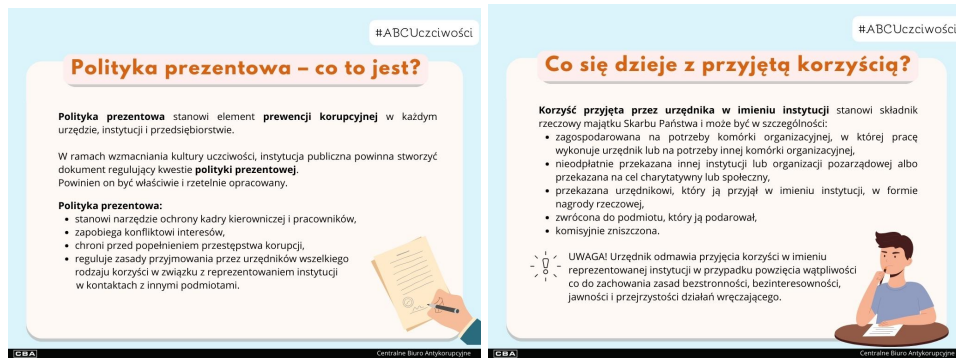
⁸² Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2020 roku https://cba.gov.pl/ftp/dokumenty_pdf/informacja_2020_.pdf

⁸³ Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2021 roku https://cba.gov.pl/ftp/dokumenty_pdf/Informacja_2021.pdf

⁸⁴ Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2022 roku https://cba.gov.pl/ftp/dokumenty_pdf/Informacja_o_wynikach_dzialalnosci_Centralnego_Biura_Antykorupcyjnego_w_2022_roku.pdf

⁸⁵ Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2023 roku <https://www.cba.gov.pl/pl/o-nas/informacja-o-wynikach/5095,Informacja-o-wynikach-dzialalnosci-Centralnego-Biura-Antykorupcyjnego-w-2023-rok.html>

⁸⁶ Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2024 roku https://cba.gov.pl/ftp/dokumenty_pdf/Informacja_o_wynikach_dzialalnosci_Centralnego_Biura_Antykorupcyjnego_w_2024_r_.pdf



Зображення 10 та зображення 11: #ABCuczciwości - це інформаційні, просвітницькі матеріали, розроблені Центральним антикорупційним бюро (СВА) Польщі.

Антикорупційні комунікації Польщі громадянського суспільства

У Польщі також діють громадські організації, фундації та медіа, які здійснюють антикорупційну комунікацію. Вони моніторять діяльність органів влади, підвищують обізнаність громадян і просувають принципи прозорості та підзвітності у публічному житті.

Фундація імені Стефана Баторія здійснює комунікаційну та адвокаційну діяльність щодо просування прозорості та адвокаційну діяльність в антикорупційній сфері у різних сферах. Зокрема, фундація надає підтримку викривачам корупції та поширює знання про їхній правовий захист. Організація видала посібник "Як викрити шахрайство? Короткий посібник із викривання корупції". Посібник призначений для викривачів корупції, які розкривають інформацію про корупційне порушення на робочому місці. Для лідерів місцевих громадських груп було видано довідник "Шпаргалка для лідера місцевої громадської групи", брошури "Шпаргалка з демократії" та різні матеріали для роботи громадянських активістів. В результаті на основі висновків результатів у

трьох державних установах організація опублікувала посібник для держустанов із принципами належного впровадження антикорупційних систем. З 2000 по 2006 рік організація проводила конкурс "Тільки риба не клює?" для журналістів-розслідувачів корупції. Конкурс приймав роботи, що висвітлювали явище та механізми корупції. У 2000 році організація створила мережу Місцевих громадянських груп для контролю за владою та боротьби з корупцією. Для активістів проводили тренінги з права, лідерства та управління, де вони вчилися проводити шкільні уроки та публічні дебати з антикорупції. У результаті випускники заснували майже 20 таких груп, а наприкінці 2003 року створили об'єднання, яке перетворилося у організацію "Watchdog Polska". Також фундація щорічно презентувала результати моніторингу виконання передвиборчих антикорупційних обіцянок політичних партій. Потім публікувала аналітичні звіти про досягнення цих обіцянок⁸⁷. За підтримки фундації у 2000 році розпочалася інформаційна кампанія "Корупція? Не мусиш давати, не мусиш брати в цьому участі". Кампанія була спрямована на те, щоб залучити звичайних громадян до боротьби з корупцією та сформувати масовий громадянський рух за прозорість влади в Польщі. Організатори збирали підписи під петицією до політиків, які балатувалися на виборах 2001 року, вимагаючи від них чітко задекларувати свої антикорупційні зобов'язання. Під час кампанії було видано книги, брошури та посібники для поширення антикорупційних знань. Також проводилися навчання для місцевих активістів, журналістів, вчителів і громадян⁸⁸.

The Watchdog Poland Citizens' Network - це громадська організація, яка вже понад 20 років працює над просуванням прозорості, належного

⁸⁷ Fundacja im. Stefana Batorego. Przeciwnik korupcji, Archiwum programów <https://www.batory.org.pl/o-nas/archiwum/antykorupcja-w-praktyce/>

⁸⁸ Makowski G. Korupcja jako problem społeczny, Kultura i Społeczeństwo. 2004 <https://czasopisma.isppan.waw.pl/kis/article/download/2922/2191>

врядування та підзвітності влади громадянам. Їхня діяльність включає, серед інших завдань - громадянську освіту та навчання, поширення цифрових матеріалів про те, як здійснювати громадський контроль за владою та реалізовувати своє право на доступ до інформації. Згідно останніх звітів за 2021-2024 рр, організація провела курс “(Без)надія малої та великої громади” (Bez)Nadzieja małej i dużej gminy) - онлайн-курс про права людини, доступ до публічної інформації та функціонування самоврядування, брали участь в міжнародних конференціях та стендах для представлення досвіду боротьби з корупцією, здійснювали адвокацію щодо захисту викривачів та важливості створення їх правильного іміджу в суспільстві⁸⁹⁹⁰⁹¹⁹².

Впливовими незалежними акторами у цій сфері є польський офіс Transparency International, хоча фактично він немає сайту і лише частково долучається до комунікаційних та інформаційних заходів. Додатково, антикорупційну комунікацію здійснюють журналісти-розслідувачі провідних медіа, зокрема Gazeta Wyborcza та TVN24, а також громадські організації, такі як Fundacja ePaństwo. Важливу роль у цьому процесі відіграє Представництво Європейської комісії в Польщі, а також інші інституції Європейського Союзу, які підтримують заходи з підвищення прозорості та боротьби з корупцією.

⁸⁹Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego, Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego za rok 2021 [https://bip.siecobywatelska.pl/userfiles/file/najnowsze%20opinie/Sprawozdanie%20merytoryczne_17080\(2\)%20%E2%80%94%20kopia.pdf](https://bip.siecobywatelska.pl/userfiles/file/najnowsze%20opinie/Sprawozdanie%20merytoryczne_17080(2)%20%E2%80%94%20kopia.pdf)

⁹⁰Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego, Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego za rok 2022 https://bip.siecobywatelska.pl/userfiles/file/Sprawozdania%20od%202023%20roku/Sprawozdanie%20merytoryczne_21765.pdf

⁹¹Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego, Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego za rok 2023 https://bip.siecobywatelska.pl/userfiles/file/Sprawozdania%20od%202023%20roku/Sprawozdanie%20merytoryczne%20OPP%20SOWP%20za%202023%20r_.pdf

⁹²Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego, Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego za rok 2024 <https://bip.siecobywatelska.pl/userfiles/file/Sprawozdania%20od%202023%20roku/sprawozdanie%20OPP%20Watchdog%20za%202024.pdf>

У Польщі антикорупційна комунікація не є централізованою. Вона здійснюється децентралізовано різними державними інституціями, громадськими організаціями, фундаціями та медіа. Антикорупційна комунікація є складовою загальної національної антикорупційної стратегії Польщі. Для цього організації впроваджують навчальні платформи (тренінги від СВА), проводяться публічні презентації звітів, здійснюється поширення інформаційних матеріалів (посібників, брошур) та масштабні інформаційні кампанії у медіа та соціальних мережах, а також проводяться семінари на антикорупційні теми для того, щоб громадяни розуміли важливість боротьби з корупцією та власних прав на її викривання.

Антикорупційні комунікації Румунії на державному рівні

Ключовим документом, який визначає рамки антикорупційної комунікації в Румунії, є Національна антикорупційна стратегія (SNA). Стратегія діє впродовж 2021-2025 років і затверджена Постановою уряду від 22 грудня 2021 року⁹³. Координатором реалізації стратегії є Міністерство юстиції, а саме - Департамент запобігання злочинності, який виконує функції Технічного секретаріату SNA⁹⁴.

Національна антикорупційна дирекція (DNA) - ключовий орган боротьби з корупцією у Румунії. Ця установа переважно займається

⁹³ National Anti-Corruption Strategy 2021-2025
<https://cnp.ro/strategia-nationala-anticoruptie-2021-2025/>

⁹⁴ OECD, Strengthening Romania's Integrity and Anti-corruption Measures, 2023, p. 12
https://www.oecd.org/en/publications/strengthening-romania-s-integrity-and-anti-corruption-measures_ff88cfa4-en.html

розслідуванням корупційних злочинів середнього та високого рівня, включаючи всі правопорушення, пов'язані з розкраданням або неправомірним використанням коштів Європейського Союзу⁹⁵. DNA систематично публікує актуальну інформацію на офіційному веб сайті та в соціальній мережі Facebook. Також інституція публікує щорічні звіти своєї діяльності на окремій сторінці сайту.

Генеральна антикорупційна дирекція (DGA) - структура Міністерства внутрішніх справ, яка спеціалізується на запобіганні та розслідуванні корупції серед персоналу МВС. Вони здійснюють превентивну комунікаційну діяльність, організовують інформаційні кампанії для громадян і співробітників, публікують прес-релізи⁹⁶. DGA реалізував низку інформаційних та комунікаційних кампаній. Серед масштабних кампаній можна виокремити кампанію із запобігання корупції “Настав час припинити давати щось натомість!”. Кампанія була реалізована для того, щоб підвищити рівень інформованості та обізнаності громадян щодо корупції та наслідків участі в ній. Ще один проєкт - “Інфо.Бібліотека: Життя - Антикорупція - Свобода” реалізований для учнів та студентів з метою формування доброчесної поведінки молоді та інформування про дії в корупційних ситуаціях⁹⁷, інформаційні кампанії “У випадку корупції, не мовчи!”⁹⁸, “Засуджуйте корупцію!”⁹⁹, “Не

⁹⁵ Global Legal Insights "Bribery & Corruption Laws and Regulations 2026 - Romania"
<https://www.globallegalinsights.com/practice-areas/bribery-and-corruption-laws-and-regulations/romania/>

⁹⁶ Global Legal Insights "Bribery & Corruption Laws and Regulations 2026 - Romania"
<https://www.globallegalinsights.com/practice-areas/bribery-and-corruption-laws-and-regulations/romania/>

⁹⁷ Direcția Generală Anticorupție. Sinteza activităților DGA - trimestrul, 2025
<https://www.mai-dga.ro/eng/storage/2025/04/Sinteza-activitatilor-DGA-trimestrul-I-2025-1.pdf>

⁹⁸ Anti-Corruption General Directorate "In case of corruption, break the silence!"-2006
<https://www.mai-dga.ro/eng/archives/7650>

⁹⁹ Anti-Corruption General Directorate "Condemn corruption!"-2007
<https://www.mai-dga.ro/eng/archives/7644>

мириться з корупцією”¹⁰⁰, “У сім’ї є майбутнє, у корупції - ні!”¹⁰¹, “Молодь проти корупції”¹⁰², “Ти можеш створити світло”¹⁰³ та інші.



Зображення 12, зображення 13 та зображення 14: Білборд інформаційної кампанії “Засуди корупцію одним дзвінком”, білборд кампанії “У випадку корупції - припиніть тишу”, кампанія “Ви можете пролити світло”.

Національне агентство з питань доброчесності Румунії (ANI) - перша антикорупційна агенція ЄС, яка почала спеціалізуватися на перевірці статків посадовців, а також на застосуванні правових інструментів при виявленні конфліктів інтересів та невідповідностей у доходах. ANI комунікує з громадськістю через офіційний веб сайт та соцмережі, надає відповіді на запити медіа, а також реалізує комунікаційні кампанії для поширення обізнаності щодо антикорупційних заходів. Зокрема агенція є партнером у реалізації проєкту щодо комунікації прав та обов'язків викривачів корупції¹⁰⁴. Проєкт спрямований на підвищення

¹⁰⁰ Anti-Corruption General Directorate "Do not accept corruption!"-2008

<https://www.mai-dga.ro/eng/archives/7636>

¹⁰¹ Anti-Corruption General Directorate "FAMILY HAS A FUTURE, CORRUPTION DOES NOT!"-2009 <https://www.mai-dga.ro/eng/archives/7631>

¹⁰² Anti-Corruption General Directorate "Young people against corruption"-2011 <https://www.mai-dga.ro/eng/archives/7597>

¹⁰³ Anti-Corruption General Directorate "Young people against corruption"-2011 <https://www.mai-dga.ro/eng/archives/10658>

¹⁰⁴ Legitimiteate și responsabilitate pentru o mai bună protecție a avertizorilor de integritate - LAW <https://integritate.eu/elementor-7027/>

обізнаності та знань щодо правильного застосування національної законодавчої бази згідно Директиви ЄС 1937/2019. Під час тренінгів учасники мали змогу дізнатися про надійні канали, через які вони можуть повідомляти про порушення та отримали знання щодо механізмів підтримки з боку антикорупційних органів у процесі викривання корупції. Також ANI, як бенефіціар проєкту, ще з 2023 року реалізує проєкт “Розробка цифрової платформи для підвищення обізнаності та запобігання, за допомогою якої відповідні зацікавлені сторони зможуть самостійно уточнювати певні зобов’язання щодо системи доброчесності, яких вони повинні дотримуватися”. В межах проєкту передбачено створення цифрової платформи для скорочення часу на реагування на запити та перегляд для покращення комунікації агентства з громадськістю. Цифрова платформа сприятиме зменшенню випадків порушення доброчесності¹⁰⁵. Згідно звіту за 2021 рік, ANI під час місцевих і національних виборів 2020 року відіграло активну комунікаційну роль у просуванні стандартів доброчесності, інформуючи кандидатів про правила етичної поведінки¹⁰⁶.

Антикорупційні комунікації Румунії громадянського суспільства

Громадянське суспільство в Румунії відіграє важливу роль в антикорупційній комунікації Румунії. Вони є головним каталізатором суспільних змін. Громадянське суспільство реалізує масштабні інформаційні кампанії, впроваджує цифрові інструменти моніторингу та

¹⁰⁵ PROIECTAREA UNEI PLATFORME DIGITALE DE CONȘTIENTIZARE

<https://integritate.eu/proiectarea-unui-platforme-digitale-de-constientizare/>

¹⁰⁶ RAPORT AL COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN ȘI CONSILIU privind progresele înregistrate de România în cadrul Mecanismului de Cooperare și de Verificare <https://integritate.eu/wp-content/uploads/2024/04/08.06.2021-EXTRAS-DIN-RAPORTUL-MCV-COMISIEI-EUROPENE-CATRE-PE-SI-CONSILIU-RO-EN.pdf>

ефективно залучають громадян до активного контролю за державними інституціями.

Протягом останніх п'яти років Transparency International Romania реалізовувала низку комунікаційних та інформаційних ініціатив у сфері протидії корупції. Зокрема діяльність організації включає проведення навчання для студентів і держслужбовців, просвітницьких заходів і курсів та інформаційну роботу із медіа. У 2021 році організація реалізувала інформаційну онлайн-кампанію на тему доброчесності, охоплення якої склало близько двох мільйонів осіб¹⁰⁷. У наступні роки було проведено комунікаційну кампанію в соціальних мережах, спрямовану на зміну суспільних установок щодо корупції, а також започатковано проєкт VoiceGuard і продовжено реалізацію проєкту “Легітимність і відповідальність для кращого захисту викривачів в інтересах суспільства - LAW”. Ці ініціативи були спрямовані на підтримку та захист викривачів, крім того, метою було посилити інституційну спроможність у сфері забезпечення механізмів правового захисту викривачів¹⁰⁸¹⁰⁹¹¹⁰¹¹¹.

Funky Citizens - це один із ключових антикорупційних і civic-tech акторів Румунії. У межах антикорупційної комунікації вони працюють із темами моніторингу публічної влади, підзвітності державних інституцій, протидії дезінформації та аналізу державних витрат. Організація

¹⁰⁷ RAPORT DE ACTIVITATE PENTRU ANUL 2021

https://www.transparency.org.ro/sites/default/files/download/files/raportul_de_activitate_si_gestiune_pe_anul_2021.pdf

¹⁰⁸ RAPORT DE ACTIVITATE PENTRU ANUL 2022

https://www.transparency.org.ro/sites/default/files/download/files/ti_romania_ag23_raport_de_activitate22.pdf

¹⁰⁹ RAPORT DE ACTIVITATE PENTRU ANUL 2023

https://www.transparency.org.ro/sites/default/files/raport_de_activitate_2023.pdf

¹¹⁰ RAPORT DE ACTIVITATE PENTRU ANUL 2024

https://www.transparency.org.ro/sites/default/files/raport_de_activitate_2024.pdf

¹¹¹ RAPORT DE ACTIVITATE PENTRU ANUL 2025

https://www.transparency.org.ro/sites/default/files/download/files/raport_de_activitate_site_2025_0.pdf

реалізувала публічну інформаційну кампанію, спрямовану на підвищення обізнаності про те, що таке відкриті контракти та які є переваги, зокрема підвищення прозорості публічних закупівель, посилення підзвітності та зниження корупційних ризиків¹¹². Організація також реалізувала спільний проєкт журналістів і громадянського суспільства в Румунії та Молдові, спрямований на підвищення прозорості публічних фінансів і закупівель під час COVID-19. У межах ініціативи проводилася інформаційна кампанія та створювалася платформа для викривачів, щоб сприяти повідомленню про зловживання і публікації розслідувань. Також була здійснена адвокаційна діяльність із закликом до прозорості¹¹³.

Антикорупційні комунікації Словаччини на державному рівні

У Словаччині діє Національна антикорупційна стратегія на 2026-2029 роки. Секція з питань державної безпеки та запобігання корупції при Офісі уряду відповідає за впровадження антикорупційних заходів і заходів доброчесності в усьому публічному секторі. Комітет з питань несумісності функцій Національної ради Словацької Республіки здійснює нагляд за дотриманням правил щодо конфлікту інтересів. Державна комісія з виборів і контролю фінансування політичних партій відповідає за питання політичного фінансування. Повноваження у сфері політики відкритих даних розподілені між Міністерством інвестицій, регіонального розвитку та інформатизації та Міністерством юстиції. За відсутності правової бази щодо лобізму немає інституції, яка б відповідала за моніторинг лобістської діяльності. Стратегія містить розділ

¹¹² Open Contracting - good governance in public tenders

<https://funky.org/en/proiecte/open-contracting-buna-guvernanta-in-contracte-publice/>

¹¹³ Transparency in times of crisis: Common action of NGOs - Journalists

<https://funky.org/en/proiecte/cerem-transparenta-in-vremuri-de-criza-actiune-comuna-ong-uri-jurnalisti/>

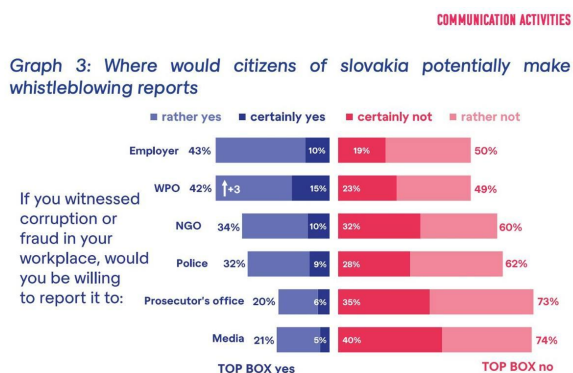
щодо політики запобігання корупції, доброчесності в державному секторі та прозорості. Загальна мета - захистити доброчесність і сприяти формуванню культури неприйняття корупції. Серед ключових зобов'язань також є підтримка комунікації, орієнтованої на доброчесність¹¹⁴.

В антикорупційній системі Словаччини важливу роль відіграє National Criminal Agency (NAKA), яка є організаційним підрозділом поліцейського корпусу. Національний антикорупційний підрозділ NAKA відповідає за виявлення та розслідування корупційних злочинів у Словаччині. Комунікація цього органу переважно відбувається у формі інформування про стан розслідування.

Унікальна організація - Úrad na ochranu oznamovateľov (офіс із захисту викривачів корупції) - одна з антикорупційних інституцій в Словаччині загальнонаціонального рівня, яка захищає викривачів, які повідомляють про недобросовісні практики, що виникають у зв'язку з їхньою роботою. Інституція активно займається комунікаційною та інформаційною політикою, використовуючи різні способи комунікації: соціальні мережі, медіа, публічні заходи, подкасти, освітні акції та ігри для молоді. Протягом 2022 року було реалізовано комунікаційну кампанію "Сказати - срібло, а не мовчати - золото", створено анімаційний ролик, який на прикладі вигаданої історії пояснював працівникам, як саме відомство захищає викривачів корупції на робочому місці. Також відомі словацькі особистості підтримали відомство у соціальних мережах і одягали фірмові світшоти з головним гаслом кампанії та ділилися

¹¹⁴ OECD "Anti-Corruption and Integrity Outlook 2026: Slovak Republic" report https://www.oecd.org/en/publications/anti-corruption-and-integrity-outlook-2026_0c8910f8-en/slovak-republic_2c69a236-en.html

власними історіями про протидію несправедливості¹¹⁵. Масштабною комунікаційною компанією, яку реалізувало Úrad na ochranu oznamovateľov була кампанія “Мовчання - не золото”, за що отримали перші місця у категоріях “Найкраща політична комунікація” та “Найкраща інтегрована компанія 2022 року”¹¹⁶. У 2024 році організація отримала перше місце у престижному конкурсі PROKOP у категорії “Кризова комунікація” за активну комунікацію щодо захисту законодавства від поспішних змін. Того ж року організація випустила довідник для громадян під назвою “Посібник викривача”, запустила навчальну платформу, а також продовжила виробництво подкасту “Ті, кого не змусили мовчати” (Neumlčaní), де було піднято питання заохочення працівників повідомляти про порушення під час роботи, огляд моральних дилем викривачів, аналіз того, що можуть переживати викривачі після повідомлення про корупцію тощо. У результаті соціологічне дослідження агенції Focus показало, що впізнаваність організації зросла на 10%, а 62% громадян готові повідомляти про корупцію¹¹⁷.



¹¹⁵ The Whistleblower Protection Office 2022 Annual Report
https://www.oznamovatelja.sk/wp-content/uploads/2024/10/WPO_annual_report_year_2022.pdf

¹¹⁶ The Whistleblower Protection Office 2023 Annual Report
https://www.oznamovatelja.sk/wp-content/uploads/2024/10/WPO_annual_report_year_2023.pdf

¹¹⁷ The Whistleblower Protection Office 2024 Annual Report
https://www.oznamovatelja.sk/wp-content/uploads/2025/07/WPO_annual_report_year_2024.pdf

Зображення 15: The Whistleblower Protection Office 2024 Annual Report

У 2025 році під час заходу з Дня Європи, інституція представила комікс про історії словацьких викривачів, організовувала заходи та обговорення фільму про викривачів, створило інтерактивну гру "Етична дилема", яка моделювала процес подання повідомлення про корупцію¹¹⁸.

Антикорупційні комунікації Словаччини громадянського суспільства

У Словаччині громадський сектор є рушійною силою антикорупційної комунікації. Завдяки активній діяльності, громадянський сектор суттєво впливає на правову грамотність населення.

Nadácia Zastavme korupciu - це організація, яка займається практичною протидією корупції в Словаччині через розслідування, правову підтримку та громадську мобілізацію. Організація реалізує комунікаційні та інформаційні кампанії. Зокрема, проєкт ACT4RULE полягає в тому, щоб через освітні заходи, інформаційні кампанії, публічні дискусії та міжнародну співпрацю залучати громадян, особливо молодь, до участі в суспільному житті, підвищувати обізнаність про корупцію та зміцнювати довіру до демократичних інституцій¹¹⁹. Також організація проводить воркшопи, випускає подкасти та розслідувальні шоу про

¹¹⁸ Správa o činnosti Úradu na ochranu oznamovateľov za rok 2025
https://www.oznamovatelja.sk/wp-content/uploads/2026/04/vyrocná_správa_UOO_2025SVK.pdf

¹¹⁹ ACT4RULE Together for active citizenship and resilient democracy
<https://zastavmekorupciu.sk/project/act4rule/>

корупцію. Серед великих заходів, вони організовують Pucung - багатожанровий антикорупційний фестиваль, який поєднує культуру, освіту та громадський активізм, щоб говорити про корупцію не лише через офіційні звіти, а через мистецтво, дискусії та публічні події¹²⁰. Офіс Transparency International в Словаччині у звіті за 2023 рік зазначив, що одним із ключових комунікаційних проєктів став звіт про вплив медіа на сприйняття корупції. Організація проаналізувала 14 тисяч матеріалів у різних типах медіа та показала, що частина матеріалів формує викривлене уявлення про корупцію в країні. Також під час публічної дискусії щодо захисту викривачів корупції, в якій представники влади не взяли участі, організація застосувала ідею “порожнього стільця”, щоб показати відсутність діалогу з боку уряду¹²¹. У 2020 році організація видала книгу, присвячену історії корупції у Словаччині, організовувала лекції та тренінги про викривачів корупції¹²².

2.4 Україна та країни Східної Європи: порівняльний аспект

Порівнюючи антикорупційну комунікацію України, Польщі, Румунії та Словаччини можна виокремити як спільні тенденції розвитку, так і відмінні риси та підходи до інформаційної політики у сфері антикорупції.

Одним із висновком порівняльного дослідження є те, що відсутній зв'язок між ступенем централізації антикорупційної комунікації та її

¹²⁰ PUCUNG Festival Multi-genre anti-corruption festival

<https://zastavmekorupciu.sk/project/pucung/>

¹²¹ Výročná správa 2023

https://transparency.sk/wp-content/uploads/2024/08/Vyrocná_správa_Transparency_International_Slovensko_2023.pdf

¹²² Výročná správa 2020

https://transparency.sk/wp-content/uploads/2021/07/Vyrocná_správa_Transparency_International_Slovensko_2020.pdf

результативністю. У країнах присутня як централізована, так і децентралізована модель координації комунікацій, однак жодна з них не демонструє системної переваги з погляду формування довіри до антикорупційних інституцій. Централізація сприяє стратегічній єдності, однак вона не зменшує і не перекриває проблем в антикорупційній сфері, тобто вона є радше вторинною ознакою, яка сприяє цьому. У країнах зберігається тенденція низької довіри до антикорупційних органів державної влади, навіть попри розроблені комунікаційні стратегії. Тому комунікація є однією з умов функціонування антикорупційної системи, однак вона не є стовідсотковою причиною для формування довіри.

В усіх країнах спостерігається залежність комунікацій від політичної ситуації в державі. Зокрема, комунікаційні стратегії та антикорупційні інституції стають об'єктом політичного тиску та інформаційних атак, що знижує їхню стабільність. Це говорить про те, що інституції втрачають свою незалежність в комунікації і вона набуває захисного або реактивного характеру, що у свою чергу знижує її ефективність.

Превентивні, освітні та поведінкові підходи демонструють значно вищий потенціал впливу на аудиторію порівняно з реактивною комунікацією. У цьому контексті йдеться про комунікацію, яка не просто інформує, а формує довгострокові установки доброчесності, також яка орієнтується на різні цільові групи. Такий підхід має вимірюваний соціальний ефект. Зокрема це можна побачити у сприйнятті громадян корупції та рівня довіри до антикорупційних органів. Тоді як реактивна комунікація є недостатньою для формування стійкої антикорупційної культури, бо виконує захисну роль.

Окремим є напрям формування образу викривача корупції в суспільстві. Створення правильного образу залежить не лише від комунікаційної політики, а також від гарантій безпеки викривачу, який знаючи, що його захистять, активно повідомляє про корупцію і подає приклад іншим громадянам. Тобто для розвитку інституту викривачів важливо розбудовувати не лише інформаційний контекст, а також правовий вимір захисту та підтримки. З точки зору комунікаційної політики, ключовою задачею є перехід від сприйняття викривача як “стукача” до громадянина, який діє в інтересах суспільства.

Для більш системного порівняльного аналізу моделей антикорупційної комунікації у таблиці 1 можна побачити результати дослідження антикорупційної комунікації в досліджуваних країнах. Це дає можливість виявити відмінності в інституційних підходах та інструментах комунікації, а також зіставити їх із показниками сприйняття корупції, рівня довіри до антикорупційних органів влади та обізнаності громадян.

Країна	Основні державні інституції	Громадський сектор	Ключові комунікаційні інструменти	Цільові аудиторії	Результати / сильні сторони	Уроки для України
Україна	НАЗК, НАБУ, САП, ВАКС, АРМА	TI Ukraine, Центр Протидії Корупції, Рух ЧЕСНО, Bihus.Info, Антикорупційний штаб, Межа, ACREC	Соціальні мережі, масштабні інформаційні кампанії («Корупція боїться твого контролю»), діджитал-сервіси, освітні онлайн-платформи	Державні службовці, молодь (студенти ВНЗ), декларанти, потенційні викривачі, міжнародні партнери	Наявність Стратегії та моніторингу виконання заходів, функціонування цифрових сервісів, масштабні інформаційні та освітні про. Здатність ГО адаптуватись до сучасних реалій війни та формування відповідних повідомлень та адвокаційних кампаній (наприкладі ЦПК)	-

Польща	Центральне антикорупційне бюро (СВА)	Фундація ім. Стефана Баторія, Watchdog Polska, Fundacja ePaństwo	Соціальні мережі, вебсайт, e-learning платформа СВА, щорічні аналітичні звіти "Мапа корупції", Сервіс антикорупційної освіти, інформаційні кампанії	Працівники сектору державних закупівель, публічні посадовці, учні та студенти	Ефективна просвітницька модель, висока залученість до e-learning курсів, ріст заяв громадян на 60% за активний період реформ. Переважає правовий фреймінг комунікацій, а не емоційний.	Польський досвід показує, що робота з викривачами не виділяється в окрему інформаційну кампанію. Натомість вона вбудована в навчальні онлайн-курси для держслужбовців і пояснює їхній обов'язок створювати внутрішні канали повідомлень. Для України це приклад того, що комунікацію можна будувати через професійні групи, а не через окремі масові кампанії.
--------	--------------------------------------	--	---	---	--	--

Румунія	Національна антикорупційна дирекція (DNA), Генеральна антикорупційна дирекція (DGA), Національне агентство з питань доброчесності (ANI).	Transparency International Romania, Funky Citizens	Тренінги для держслужбовців, цифрова платформа превенції ANI, інформаційні кампанії, публікації в соцмережах, медіа та на веб сайті	Співробітники MBC (DGA), кандидати на виборах, публічні посадовці, викривачі, молодь	Масштабне охоплення аудиторії (до 2 млн осіб) шляхом інформаційної кампанії однієї з ГО, інтеграція антикорупційних стандартів у правоохоронні органи (MBC).	На основі румунського досвіду рекомендується переходити від загальних кампаній до вузькотаргетованих медіакампаній під конкретні аудиторії (наприклад для співробітників MBC). Також у Румунії кожен орган чітко веде свою комунікаційну тему. Україні рекомендується розділити комунікаційні ролі, налагодити координацію, щоб уникнути дублювання меседжів
---------	--	--	---	--	--	--

Словаччина	Секція з питань державної безпеки та запобігання корупції при Офісі уряду, Офіс із захисту викривачів корупції	Nadácia Zastavme korupciu, Transparency International Slovensko.	Публікації в соцмережах, інформаційні кампанії, подкасти, мерчандайзинг, інтерактивні ігри про етичні дилеми корупції, антикорупційні фестивалі	Працівники корпоративного та публічного секторів, активна молодь, викривачі корупції	Зростання впізнаваності Офісу викривачів на 10%, престижні нагороди за кризову комунікацію, 62% готовності громадян повідомляти про корупцію. Використання сторітелінгу та емоційного зв'язку з цільовою аудиторією для передання сенсів важливості антикорупції	Урок Україні від Словаччини полягає у використанні нестандартних каналів для формування емоційного зв'язку з аудиторією такі як: серії подкастів, проведення антикорупційних фестивалів, використання мерчандайзингу та інтерактивних ігор. Також важливо запускати довгострокові мультимедійних проекти із залученням лідерів думок (військових, авторитетних журналістів). Це демонструє викривання як акт вищої громадянської відповідальності і стає повтролювальною поведінкою серед населення. Крім того, важливо розвивати антикризову комунікацію, як це зробили в Румунії під час шкідливого законопроекту щодо Офісу
------------	--	--	---	--	--	--

Таблиця 1: Порівняльна таблиця з систематизацією ключових характеристик антикорупційної комунікації в Україні та досліджуваних країнах Східної Європи, а також сформульовані основні уроки для України.

Критерії оцінювання ефективності комунікаційних заходів

Для того, щоб виявити ефективність розглянутих практик виокремлено такі критерії: сприйняття корупції суспільством - індекс CPI, рівень довіри до державних антикорупційних інституцій та рівень обізнаності населення щодо прав, гарантій та каналів захисту викривачів. CPI використовується не як прямий показник ефективності комунікації, а як додатковий контекстуальний індикатор суспільного сприйняття корупції, на який комунікаційна політика може впливати лише опосередковано.

За 2025 рік індекс сприйняття корупції (CPI) в Україні становить 36 балів, що на один бал більше, ніж у попередньому році. Таке покращення значною мірою пов'язують з активністю громадянського суспільства та "картонковою революцією". У Польщі показник становить 53 бали і залишається без змін порівняно з минулим роком. У Румунії індекс дорівнює 45 балам, що на один бал менше, ніж у попередньому році. У Словаччині показник становить 48 балів, що також на один бал нижче, ніж роком раніше. У порівняльному вимірі Україна залишається нижче за показники сусідніх країн ЄС, однак показує динаміку покращення з

кожним роком. Тоді як у частини держав спостерігається стагнація або погіршення результатів¹²³.

Попри стратегічну та активну антикорупційну комунікаційну діяльність України, рівень довіри до державних органів в Україні залишається середнім, а оцінка ефективності антикорупційних інституцій у 2025 році не перевищує 3 балів за 5-бальною шкалою. Це свідчить про переважну недовіру та скептицизм населення щодо діяльності антикорупційних органів влади. У публічних польських опитуваннях немає регулярного вимірювання довіри до СВА за останні роки. У звітах CBOS найчастіше вимірюється рівень довіри до уряду, парламенту, президенту, судів тощо. Останній показник CBOS щодо рівня довіри до СВА зафіксовано у 2019 році і він становить 47%, що відображає динаміку збільшення рівня довіри порівняно з минулими роками. До прикладу у 2009 році рівень довіри складав 25%. Тобто за 10 років рівень довіри до СВА виріс на 22 пункти¹²⁴, що свідчить про позитивну динаміку зростання довіри до антикорупційної інституції. Крім того, згідно дослідження за 2025 рік "Citizens' attitudes towards corruption in the EU" 20% населення Польщі довірять повідомити про корупцію антикорупційному агентству, 10% - ні¹²⁵. У Румунії та Словаччині рівень довіри до антикорупційних органів не завжди вимірюються окремо, переважно оцінка врахована в систему правосуддя. Згідно з офіційним звітом європейського дослідження за 2025 рік "Citizens' attitudes towards corruption in the EU" на питання "якби ви хотіли поскаржитися на цей випадок корупції, кому б ви найбільше довіряли, щоб він його розглянув?"

¹²³ CPI 2025 Report <https://files.transparencycdn.org/images/CPI-2025-Report-EN.pdf>

¹²⁴ Oceny działalności instytucji publicznych, 2019
https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2019/K_044_19.PDF

¹²⁵ Citizens' Attitudes Towards Corruption in the EU in 2026 Special Eurobarometer 573” Poland, 2026

[https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3693#:~:text=PDF\)%20%2D%20Polska%20%2D%20EN-,Download,-Citizens%E2%80%99%20attitudes%20towards](https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3693#:~:text=PDF)%20%2D%20Polska%20%2D%20EN-,Download,-Citizens%E2%80%99%20attitudes%20towards)

20% опитаних громадян Румунії погодились з твердженням, що найбільше довіряють спеціалізованому антикорупційному агентству, з тих що не погодились - становить 28%¹²⁶. Також згідно того самого дослідження, рівень довіри до антикорупційних органів у Словаччині становить 20%¹²⁷.

В Україні частка населення, яка належно обізнана з гарантіями правового захисту викривачів у 2025 році становить 16,9%. Для порівняння у 2021 році - 13,4%¹²⁸. Більшість поляків досі не сприймають викривача як людину, що діє заради суспільного блага. Термін “викривання” асоціюється зі звичайним стукацтвом. Через це 36% опитаних назвали страх отримати тавро “стукача” головною причиною. Майже кожен четвертий респондент (23%) зізнався, що взагалі не знав би, як діяти і куди йти в такій ситуації. 24% опитаних респондентів вказали, що звернулися б до Державної інспекції праці (PIP). Це свідчить про низьку обізнаність у цій темі, адже PIP не може допомогти у випадках корупції¹²⁹. У Румунії відсутні дані щодо рівня обізнаності про викривання. Є висновок з стратегії, що існує дефіцит знань і обізнаності щодо механізмів викривання корупції. Саме для того реалізувались інформаційні кампанії, які в результаті покращили розуміння теми викривання корупції. Однак варто зазначити, що публічно інформація є

¹²⁶ Citizens’ Attitudes Towards Corruption in the EU in 2026 Special Eurobarometer 573 Romania, 2026

[https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3693#:~:text=PDF\)%20%2D%20Rom%C3%A2nia%20%2D%20EN-.Download.-Citizens%E2%80%99%20attitudes%20towards](https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3693#:~:text=PDF)%20%2D%20Rom%C3%A2nia%20%2D%20EN-.Download.-Citizens%E2%80%99%20attitudes%20towards)

¹²⁷ Citizens’ Attitudes Towards Corruption in the EU in 2026 Special Eurobarometer 573” Slovakia, 2026

[https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3693#:~:text=PDF\)%20%2D%20Slovensko%20%2D%20EN-.Download.-Previous](https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3693#:~:text=PDF)%20%2D%20Slovensko%20%2D%20EN-.Download.-Previous)

¹²⁸ Національне агентство з питань запобігання корупції (НАЗК) “Корупція в Україні 2025: розуміння, сприйняття, поширеність”

<https://nazk.gov.ua/pdfjs/?file=/wp-content/uploads/Pages/20/2d/202d5600b17f04d37ca952961c0053db31f58ee616ee5714ad46db54da62a6838850075.pdf>

¹²⁹ Sygnaliści w Polsce. Raport z badania opinii publicznej, Fundacja im. Stefana Batorego

https://www.sygnalista.pl/wp-content/uploads/2019/06/Internet_Raport_sygnalistci_12-06.pdf

обмеженою¹³⁰. Згідно з даними дослідження 2025 року "Focus for TIS reporting corruption and whistleblowing" , у Словаччині 36.2% респондентів знають про існування в країні закону, який захищає викривачів корупції, тоді як 46.3% опитаних вважають, що такого закону немає, а ще 17.5% - важко відповісти на це питання¹³¹.

Оцінка ефективності практик за критеріями

Зіставлення розглянутих комунікаційних практик із визначеними критеріями ефективності дозволяє виявити спільні закономірності і суттєві відмінності між досліджуваними країнами. Аналіз здійснюється за трьома ключовими критеріями: рівень сприйняття корупції (CPI), рівень довіри до антикорупційних інституцій, рівень обізнаності населення щодо механізмів викривання корупції.

За критерієм сприйняття корупції (CPI) Україна у 2025 році набрала 36 балів - найнижчий показник серед чотирьох досліджуваних країн, однак із позитивною динамікою зростання. Польща отримала 53 бали, що відповідає найбільш системній моделі антикорупційної комунікації. Зокрема це підтверджується роботою СВА, яке послідовно впроваджує e-learning платформи, публікує аналітичні звіти та реалізує медіа кампанії. Румунія набрала 45 балів, Словаччина - 48 балів. Ці країни демонструють незначне погіршення на один бал, попри активну комунікаційну діяльність. Це підтверджує висновок, зроблений у порівняльному аналізі, що комунікація є необхідною, але не достатньою умовою покращення

¹³⁰ Ius Laboris "Cultural attitudes to whistleblowing: Romania"

<https://iuslaboris.com/insights/cultural-attitudes-to-whistleblowing-romania/>

¹³¹ Результати соціологічного опитування агенції Focus для Transparency International Slovakia

https://transparency.sk/sk/prieskumy/#:~:text=2025_09_Focus%20for%20TIS_reporting%20corruption%20and%20whistleblowing2025_03_IPSOS%20for%20TIS_public%20companies%20and%20corruption

загального сприйняття корупції в суспільстві. СРІ реагує на системні зміни такі як реальні вироки, незалежність інституцій тощо, а не лише на інформаційні кампанії.

За критерієм довіри до антикорупційних інституцій найбільш позитивну динаміку демонструє Польща. Рівень довіри до СВА зріс з 25% у 2009 році до 47% у 2019 році, приріст становить 22 відсоткові пункти за десять років. Цей результат безпосередньо корелює з комплексною комунікаційною стратегією бюро, а саме запуском антикорупційного освітнього порталу у 2008 році, розширенням партнерства з організаціями громадянського суспільства, системним розвитком медіа кампаній. Це може свідчити про те, що довіра формується не окремими кампаніями, а послідовною, довгостроковою комунікаційною присутністю інституції в публічному просторі. В Україні усі показники сприйняття ефективності антикорупційних органів у 2025 році залишаються нижчими за 3 бали за 5-бальною шкалою, навіть попри масштабні кампанії НАЗК та НАБУ. Показово, що найбільший прогрес у сприйнятті за 2021-2025 роки демонструють СБУ та НАБУ, органи, які не лише активно комунікують, а й показують відчутні результати роботи. Це підтверджує, що комунікаційні зусилля підсилюють довіру лише тоді, коли вони підкріплені реальними результатами. Водночас ВАКС, який найменше здійснює комунікацію займає серед антикорупційних органів місце лідера недовіри. У Румунії та Словаччині рівень готовності довіритись антикорупційному агентству у разі корупції становить близько 20%. Такий невисокий показник полягає через загальну недовіру до державних інститутів у державі.

За критерієм обізнаності населення про викривання найбільш вимірюваний результат демонструє Словаччина. Після системних комунікаційних кампаній, серед яких кампанія "Мовчання - не золото"

Офісу захисту викривачів впізнаваність інституції зросла на 10%, а 62% громадян заявили готовність повідомляти про корупцію. У Словаччині - це найвищий показник серед усіх чотирьох країн, і він безпосередньо пов'язаний з комунікаційною моделлю, яку застосував офіс. До моделі належить поєднання анімаційного контенту, мерчандайзингу, залучення публічних осіб, подкастів та інтерактивних ігор. Такий підхід може свідчити про емоційний зв'язок з аудиторією, а не лише інформувати про стан корупції в країні. В Україні рівень обізнаності з гарантіями правового захисту викривачів зріс з 13,4% у 2021 році до 16,9% у 2025 році. Приріст є, але він залишається незначним на тлі масштабності реалізованих кампаній НАЗК, ТІ Україна тощо. Цей розрив між масштабом охоплення та реальним рівнем обізнаності вказує на те, що широке медійне охоплення не означає розуміння громадянами своїх прав. У Польщі ситуація є дещо суперечливою, адже незважаючи на зростання заяв від громадян на 60% в активний період реформ, 23% поляків досі не знають, як діяти у випадку корупції, а 36% не повідомляють через страх отримати тавро "стукача". Це може свідчити про те, що навіть системна просвітницька робота потребує оновлення і не дає сталого результату без зміни суспільних установок. У Румунії відсутні публічні дані щодо рівня обізнаності з механізмами викривання, однак у Національній антикорупційній стратегії прямо зафіксовано дефіцит знань у цій сфері, що стало причиною для реалізації інформаційних кампаній DGA та ANI.

Можна сказати, що найефективнішими виявляються ті комунікаційні практики, які поєднують освітню комунікацію, емоційний наратив та зв'язок з аудиторією та реальні гарантії захисту (у контексті викривачів). Масштаб охоплення не є показником ефективності. Він може забезпечити впізнаваність, але точно не змінить поведінкових установок. Найбільш ефективні результати демонструють країни та інституції, де

комунікація будується не як разова кампанія, а як довгострокова та системна стратегія.

2.5 Висновки до II розділу

Проведений аналіз антикорупційної комунікації в Україні, Польщі, Румунії та Словаччині дозволяє сформулювати низку висновків, які напряду мають значення для розвитку антикорупційної комунікації в Україні.

Перший висновок полягає у тому, що комунікація не підвищує довіру до антикорупційних інституцій. Вона лише посилює або послаблює ефект від реальних результатів. В Україні найбільше зростання довіри демонструють НАБУ та СБУ, органи, які активно комунікують і дають конкретні результати роботи. В той час як ВАКС не активно здійснює комунікацію своєї діяльності, є лідером недовіри. Польський досвід показує схожу логіку, а саме те, що збільшення на 22 відсоткові пункти довіри до СВА стали наслідком не окремих кампаній, а системної комунікаційної діяльності поряд із правозастосовною діяльністю. Для України це означає, що інвестиції в комунікацію без зміцнення інституційної спроможності матимуть обмежений і нестійкий ефект.

Другий висновок стосується розриву між охопленням і реальною зміною поведінки. Масштаб медійного охоплення не означає миттєву обізнаність і готовність діяти. Україна реалізувала декілька кампаній про викривачів корупції, однак рівень обізнаності зріс лише з 13,4% до 16,9% за чотири роки. Словаччина, натомість, досягла 62% готовності громадян

повідомляти про корупцію та 10% приросту впізнаваності Офісу викривачів через менш масштабні, але більш цільові інструменти такі як подкасти, інтерактивні ігри, залучення публічних осіб, мерчандайзинг. Для України це означає необхідність змін підходів від масових кампаній до стратегій для конкретних цільових груп з вимірювальними поведінковими індикаторами, а не лише кількісними показниками охоплення.

Третій висновок стосується культурного сприйняття викривача. У всіх чотирьох країнах викривач асоціюється зі "стукачем", що обмежує ефективність інформаційних механізмів. До прикладу, у Польщі 36% респондентів називають страх отримати це тавро головною причиною мовчання, в Україні готовність повідомляти про корупцію залишається низькою попри масштабну кампанію НАЗК. Це свідчить про те, що зміна культурної установки є окремим і довгостроковим комунікаційним завданням. Словацький досвід демонструє, що найбільш ефективним інструментом тут є сторітелінг, а саме реальні історії викривачів, що створюють емоційний зв'язок з аудиторією. Для України це означає, що комунікація про викривання має будуватися навколо людських історій і суспільних цінностей.

Четвертий висновок стосується стійкості комунікаційних систем в умовах політичного тиску. В усіх досліджуваних країнах антикорупційна комунікація зазнає впливу від політичної ситуації. В Україні показовим є ситуація довкола законопроекту №12414, коли НАБУ і САП здійснили скоординовану публічну комунікацію на захист своєї незалежності. Це приклад того, як антикорупційні інституції використовують комунікацію як інструмент інституційного самозахисту. Словацький Офіс викривачів отримав престижну нагороду саме за кризову комунікацію в умовах загрози законодавчих змін. Обидва приклади вказують на те, що здатність

інституції до захисної публічної комунікації є критичною умовою її виживання в нестабільному політичному середовищі. Для України, де антикорупційна інфраструктура перебуває під регулярним тиском, це означає необхідність закріплення кризової комунікації як окремого стратегічного напрямку.

П'ятий висновок полягає в тому, що ефективна антикорупційна комунікація є системною властивістю, а не результатом окремих кампаній. Жодна з розглянутих країн не демонструє прямого причинно-наслідкового зв'язку між конкретною кампанією та покращенням індексу СРІ чи рівня довіри. Натомість позитивна динаміка спостерігається там, де комунікація є послідовною та підкріпленою правовими механізмами.

РОЗДІЛ III. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АНТИКОРУПЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

3.1 Стратегічні напрями удосконалення антикорупційної комунікації: європейський досвід та уроки для України

Проведене дослідження дозволяє сформулювати практичні рекомендації для покращення антикорупційної комунікації в Україні. Аналіз показав, що сьогодні існує кілька важливих проблем і напрямів, які потребують змін та вдосконалення. Для вирішення цих питань потрібен комплексний підхід. Саме тому далі запропоновано стратегічні напрями удосконалення антикорупційних комунікацій в Україні.

Стратегічний напрям №1: Перехід від інформативної до поведінкової моделі комунікації. В Україні існує закономірність у інформативній комунікації (повідомлення про заходи, звіти про діяльність інституцій, роз'яснення законодавства). Такий підхід переважно формує обізнаність, однак він не змінює поведінкових установок. Це підтверджується даними про рівень обізнаності з гарантіями захисту викривачів, який зріс лише з 13,4% до 16,9% за чотири роки. Словацький Офіс захисту викривачів досяг 62% готовності громадян повідомляти про корупцію не через масштаб охоплення своїх кампаній, а через поєднання сторітелінгу, залучення публічних осіб та інтерактивних форматів. Для України це стратегічний напрям, який полягає у зміні підходу. До прикладу, НАЗК та НАБУ доцільно переорієнтувати частину комунікаційних планів з медійних кампаній на таргетовані поведінкові втручання. Це можуть бути матеріали про реальних держслужбовців, які

діють доброчесно у складних ситуаціях, показуючи при цьому доброчесність не як виняткову чесноту, а як суспільну норму.

Стратегічний напрям №2: Створення координаційного комунікаційного механізму. В Україні присутня значна активність комунікацій разом з її фрагментованістю. НАЗК, НАБУ, САП, ВАКС, АРМА та громадські організації комунікують схожі теми без єдиної координації. Такий підхід породжує дублювання кампаній і розмивання повідомлень. Це також створює можливість росії використовувати українську вразливість для інформаційних атак. Румунська модель, де комунікаційна діяльність різних органів інтегрована в єдину стратегію з чітким розподілом ролей, демонструє переваги системного підходу. Практичним кроком для України може стати створення міжінституційної робочої групи на базі НАЗК з функціями узгодження ключових наративів, спільного моніторингу дезінформації та розподілу комунікаційних ролей між акторами. Показовим є приклад скоординованої комунікації НАБУ і САП у справі законопроекту №12414. Він продемонстрував, що в кризових умовах важливо не ситуативно, а системно комунікувати.

Стратегічний напрям №3: Інтеграція антикорупційної просвіти у формальну освіту. Україна має розвинену екосистему антикорупційної просвіти, зокрема платформу Study.nazk, програми Офісу доброчесності, просвітницькі проєкти НАБУ та Антикорупційного штабу, які охопили 50 університетів у 2024 році. Однак ця система функціонує поза межами формальної освіти і переважно у межах проєктних ініціатив. Стратегічним завданням є інтегрувати просвіту у формальну освіту, включивши антикорупційний блок в обов'язкові шкільні предмети. Комунікаційний акцент має полягати в тому, щоб донести інформацію про те, що корупція не є нездоланною проблемою, а пояснити механізми того як працює правова держава та як критично потрібно сприймати інформацію. Розробити такий модуль може НАЗК, Міністерство освіти, Антикорупційний штаб та ТІ Україна.

Стратегічний напрям №4: Цільова комунікація для ключових аудиторій. Більшість антикорупційних кампаній в Україні орієнтована на широку аудиторію, що є менш ефективним підходом ніж адресування на конкретну цільову аудиторію. Румунський досвід DGA демонструє результативність вузької комунікації всередині окремого відомства. Також польська модель СВА показала свою ефективність комунікації з держслужбовцями через профільні навчальні курси. Для України це означає розробку окремих комунікаційних стратегій щонайменше для чотирьох груп таких як - державні службовці, молодь, представники бізнесу, потенційні викривачі корупції. Реалізовувати ці стратегії мають відповідні органи та громадські організації, які найбільше працюють з конкретною цільовою аудиторією.

Стратегічний напрям №5: комунікація про викривачів корупції. В усіх чотирьох досліджуваних країнах інститут викривачів залишається недостатньо розвиненим через стійкі стереотипи. В Україні лише 16,9% населення обізнані з гарантіями захисту викривачів, у Польщі 36% називають страх тавра "стукача" головною причиною мовчання, у Словаччині 46,3% вважають, що закону про захист викривачів не існує. Ключовим уроком словацького досвіду є те, що зміна культурного сприйняття викривача вимагає не правових роз'яснень, а сторітелінгу у вигляді історій, які переосмислюють цю роль як акт громадянської відповідальності. Практичними кроками для України мають стати кампанії про викривачів із залученням авторитетних публічних осіб, а також системне висвітлення результатів через реальні успішні кейси разом з одночасним розвитком правового захисту викривачів корупції.

Стратегічний напрям №6: Розвиток превентивної кризової комунікації. Антикорупційні інституції України працюють в умовах регулярних інформаційних атак. Ці атаки відбуваються з боку внутрішніх політичних акторів, так і російської дезінформації. Відсутність підготовлених механізмів реагування змушує інституції діяти реактивно.

Кризова комунікація НАБУ і САП довкола законопроекту №12414 виявилася ефективною, однак залишилася ситуативною. Словацький Офіс захисту викривачів, нагороджений за кризову комунікацію в умовах загрози законодавчих змін, демонструє, що здатність до публічного захисту є сильною стороною інституції. Для України практичним кроком має стати розробка спільного антикризового протоколу між державними антикорупційними органами влади та громадськими організаціями такими як ЦПК, ТІ Україна. Кризова комунікація дозволить визначити ролі у таких ситуаціях та потенційно збільшить довіру та зменшить інформаційний шум.

3.2 Практичні рекомендації щодо підвищення ефективності антикорупційної комунікації

Проаналізувавши наявні виклики та недоліки в антикорупційній комунікації, можна сформулювати рекомендації, які сприятимуть підвищення її ефективності.

По-перше, варто запровадити поведінковий підхід комунікації, який буде враховувати, що люди приймають рішення не лише на основі раціональних міркувань, а також під впливом власних емоцій та соціального оточення. З огляду на це, комунікаційні кампанії доцільно реалізовувати таким чином, щоб формувати наратив доброчесності як суспільної норми, а не виняткової чесноти, притаманній особі. Такий підхід дозволить поступово змінювати ціннісні орієнтири в суспільстві, роблячи доброчесну поведінку чимось очікуваним та природним. По-друге, в українському контексті існує потреба у створенні скоординованого комунікаційного механізму. Такий спільний центр або платформа буде слугувати узгоджувальним інструментом, де наративи між ключовими

учасниками антикорупційної системи обговорюються задля зменшення інформаційного шуму та помилок в трактуванні. Також такий підхід дасть змогу об'єднати ресурси для моніторингу дезінформації, її виявлення та відповідної підготовки антикризових повідомлень. З урахуванням цього, важливо переходити від реактивного реагування до превентивного підходу, який передбачає прогнозування потенційних інформаційних атак і завчасну підготовку відповідей на них. Крім того, велику роль в антикорупційній комунікації відіграє антикорупційна просвіта. Рекомендується поглибити роль антикорупційної просвіти в обов'язкові шкільні предмети на загальнодержавному рівні. Освітній акцент потрібно робити не лише на проблемі корупції і її нездоланості, а також на вивченні цього явища. Варто навчати школярів основам правової держави та критичному мисленню, щоб вони самостійно мали знання виявляти маніпуляції та спекулятивну інформацію у медіапросторі та аналізували, те що споживають в інтернеті. Також важливою складовою є розробка окремої комунікаційної стратегії роботи з викривачами корупції. Повідомлення в цьому напрямі мають бути адаптовані навколо тем захисту та зниження соціальної стигми, пов'язаної з викриванням. Варто знижувати рівень страху навколо цієї теми та змінювати наративи про загрозу та ризики на наративи захисту від спеціалізованих інституцій. Рекомендується створювати комунікаційні канали та спільноти для підтримки людей, які викривають корупцію, залишаючи право людей на анонімність.

3.3 Висновки до III розділу

Запропоновані стратегічні напрями ґрунтуються на одному ключовому висновку, що підвищення ефективності антикорупційної комунікації в Україні вимагає не більше кампаній, а якісного підходу.

Перехід від інформативної до поведінкової моделі, від масового охоплення до таргетованих інтервенцій, від ситуативної до системної координації. Поведінкова комунікація без координації породжуватиме суперечливі наративи, тоді як координація без антикризового плану буде вразливою до інформаційних атак. Просвіта молоді без зміни культурного сприйняття викривача не сформує готовності діяти. Тому запропоновані напрями у дослідженні є пов'язаними між собою. Крім того, ефективність комунікації не можна відокремлювати від інституційної спроможності. Довіра до інституції залежить значною мірою від реальних результатів органу, а не інформаційною пропагандою. Отже, комунікація має розвиватися разом з практичною діяльністю, саме так це дасть змогу сформувати ефективну інституцію та підвищити рівень довіри до неї та питання не толерування корупції в цілому.

ВИСНОВКИ

Дослідження антикорупційної комунікації в Україні та країнах Східної Європи дозволяє класифікувати теоретичні засади комунікацій, проаналізувати практичний досвід України, Польщі, Румунії та Словаччини та визначити практичні рекомендації удосконалення антикорупційної комунікації в Україні.

У дослідженні було розкрито визначення та сутність антикорупційної комунікації, методологічну основу її дослідження. Було визначено, що антикорупційна комунікація - це комплекс комунікаційної діяльності, спрямованої на підвищення рівня обізнаності суспільства щодо запобігання та боротьби з корупцією, формування довіри до державних антикорупційних ініціатив, а також популяризацію стратегії доброчесної поведінки в суспільстві. Її сутність полягає у стратегічному впливі на суспільні установки з метою формування нульової толерантності до корупції, підтримки антикорупційних дій та усвідомлення невідворотності покарання за корупційні правопорушення. Аналіз соціологічних, філософських та медійних підходів показав, що тему важливо досліджувати комплексно, застосовуючи різні підходи. Міжнародні стандарти та документи, зокрема Директива ЄС 2019/1937 про захист осіб, які повідомляють про порушення права Союзу, Нова Антикорупційна директива ЄС 2026, Конвенція Організації Об'єднаних Націй проти корупції визначають ключові засади, серед яких принципи доступу до інформації, прозорість та системне інформування населення щодо тем пов'язаних з корупцією та антикорупційною діяльністю. Дослідження показало, що антикорупційна комунікація реалізується через різні типи, форми та механізми, кожен із яких виконує окрему функцію у запобіганні та протидії корупції. У дослідженні було визначено суб'єктів антикорупційної комунікації в Україні, їх функції, інструменти та

механізми взаємодії у межах реалізації антикорупційної комунікаційної політики. Зокрема, виявлено, що в Україні існує розгалужена система суб'єктів антикорупційної комунікації, яка охоплює державні органи та громадянське суспільство. До державних суб'єктів належить Національне агентство з питань запобігання корупції, Національне антикорупційне бюро України, Спеціалізована антикорупційна прокуратура, Вищий антикорупційний суд та інші. Кожен орган здійснює свою комунікаційну діяльність. Ця діяльність включає пояснення антикорупційного законодавства, публічне звітування про результати своєї роботи тощо. Крім того, важливу роль відіграють інститути громадянського суспільства. Антикорупційні громадські організації та міжнародні партнери вимагають прозорості та підзвітності від влади, а також формують суспільний запит на доброчесність. На основі дослідження звітів, було виявлено, що основними інструментами антикорупційної комунікації є інформаційні кампанії з підвищення обізнаності, соціальна реклама, освітні програми, активна присутність в соцмережах та публікація новин на веб сайті. Антикорупційні органи, громадські організації та міжнародні партнери взаємодіють між собою через різні формати. Зокрема, це передбачає організацію комунікаційних кампаній, проведення заходів, підготовка комунікаційних матеріалів тощо. Також це включає проведення спільних конференцій, круглих столів та зустрічей, що забезпечує обмін досвідом та покращення антикорупційної комунікації. За результатами дослідження сучасного стану і практики антикорупційної комунікації в Україні встановлено, що в державі наявна Стратегія комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції. Антикорупційні державні органи мають власні комунікаційні стратегії, тоді як громадські організації здебільшого діють адаптивно, однак регулярно звітують про результати своєї діяльності. Також було визначено, що антикорупційна комунікація та взаємодія постійно розвивається та змінюється. Прикладом є скоординована взаємодія НАБУ і САП під час резонансного

законопроекту у липні 2025 року, який обмежував їхню діяльність. Важливу роль відіграють міжнародні партнери, які фінансово підтримують комунікаційні проекти, проводять інформаційні кампанії та висвітлюють досягнення антикорупційної політики.

Попри наявність розвиненої системи антикорупційних інституцій та стратегічних документів, комунікаційна діяльність українських антикорупційних органів часто залишається реактивною. Вони реагують на зовнішній тиск чи резонансні події, а не діють у межах проактивної стратегії. Це говорить про те, що є розрив між формальністю стратегій та практичним втіленням.

Порівняльний аналіз досвіду Польщі, Румунії та Словаччини дозволяє зробити висновок, що відсутність державної стратегії антикорупційної стратегії у сфері протидії корупції не є слабкою стороною, адже країни реалізують свою комунікацію у загальну антикорупційну політику. Також спільним викликом для всіх чотирьох країн є стереотипи щодо викривачів корупції та низька обізнаність громадян щодо механізмів викривання.

Результати дослідження показали, що розвиток антикорупційної комунікації в Україні має відбуватися за такими векторами. По-перше, перехід від інформаційної до поведінкової парадигми комунікації. По-друге, системна робота з покращення образу викривача як відповідального громадянина. По-третє, впровадження антикорупційної просвіти у обов'язкові предмети в школі. По-четверте, координація комунікацій задля зменшення інформаційного шуму. По-п'яте, посилення превентивної комунікації і відхід від реактивної задля протидії дезінформації та нападу політичних сил. І останнє, формування комунікацій та кампаній на конкретну цільову аудиторію.

Результати дослідження мають практичне значення на трьох рівнях, а саме на інституційному, євроінтеграційному та суспільному, а також можуть слугувати основою для конкретних рішень. На інституційному рівні виявлено, що ключовою проблемою є відсутність переходу від інформаційної до поведінкової логіки комунікації. Це потребує перегляду як стратегій окремих органів, так і загальнодержавної Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції. На євроінтеграційному рівні досвід Польщі, Румунії та Словаччини показує, що ефективність антикорупційної комунікації напряму впливає на довіру громадян та міжнародних партнерів. На суспільному рівні зміна сприйняття викривача та антикорупційна просвіта в школах є інвестицією у довгострокову перспективу.

Дослідження показало, що систему антикорупційних комунікацій потрібно досліджувати застосовуючи різні підходи для глибшого аналізу стану, проблем та перспектив розвитку. Антикорупційна комунікація в Україні та країнах Східної Європи має як спільні риси, так і суттєві відмінності у моделях, інструментах та викликах. І саме вивчення цього досвіду є корисним методом запозичення та реалізації власних ефективніших стратегій. Таким чином, проведене дослідження підтверджує досягнення поставленої мети та завдань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Антикору́пційна ініціатива ЄС в Україні
<https://euaci.eu/about-programme/>
2. Вищий антикорупційний суд. (2019). Кому́нікаційна стратегія
https://hcac.court.gov.ua/userfiles/media/VAKS/self-government/decisions/03.09.2019_3.pdf
3. Вищий антикорупційний суд. Кому́нікаційна стратегія Вищого антикорупційного суду на 2023-2024 роки
https://court.gov.ua/userfiles/media/new_folder_for_uploads/hcac/self-government/decisions/06-04-23_2.pdf
4. Віче "Антикорупційна політика державних органів влади України" 2010 <https://veche.kiev.ua/journal/2181/>
5. Звіт 2024 ГО "Антикорупційний штаб"
https://drive.google.com/file/d/1kFY0nNc_u0dAQlxOIHA1oNS5B2mPKOuU/view
6. Звіт про діяльність Національного агентства з питань запобігання корупції за 2018 рік
<https://nazk.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/Zvit2018-1-1.pdf>
7. Звіт про діяльність Національного агентства України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних та інших злочинів за 2017 рік
<https://arma.gov.ua/files/general/2018/04/13/20180413180559-27.pdf>
8. Звіт про діяльність Національного агентства України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних та інших злочинів за 2018 рік
<https://arma.gov.ua/files/general/2019/04/15/20190415170302-74.pdf>
9. Звіт про діяльність Національного агентства України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних та інших злочинів за 2019 рік
<https://arma.gov.ua/files/general/2020/04/15/20200415095821-97.pdf>
10. Звіт про діяльність Національного агентства України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних

та інших злочинів за 2020 рік
<https://arma.gov.ua/files/general/2021/04/15/20210415121225-12.pdf>

11. Звіт про діяльність Національного агентства України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних та інших злочинів за 2024 рік
<https://arma.gov.ua/files/general/2025/03/19/20250319141159-19.pdf>

12. Інформаційна система моніторингу реалізації державної антикорупційної політики <https://dap.nazk.gov.ua/>

13. Кабінет Міністрів України. (2023, грудень 22). Розпорядження № 1203-р «Про схвалення Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції на період до 2025 року і затвердження операційного плану заходів з її реалізації». <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1203-2023-%D1%80#Text>

14. Комунікаційна стратегія Національного агентства з питань запобігання корупції на 2021-2023 роки. Київ, 2021
https://nazk.gov.ua/wp-content/uploads/2021/11/SKM_45821111611350.pdf

15. Межа Антикорупційний центр <https://mezha.center/>

16. НАБУ, 1 півріччя 2020 року
https://nabu.gov.ua/site/assets/files/27962/zvit_i_pivrichchya_2020_roku_0.pdf

17. НАБУ, 1 півріччя 2023
https://nabu.gov.ua/site/assets/files/46738/zvit_maket_i_pivrichchia_2023.pdf

18. НАБУ, звіт за 2 півріччя 2017 року
https://nabu.gov.ua/site/assets/files/27989/zvit_ii_pivrichchya.pdf

19. Національне агентство з питань запобігання корупції “Альтернативи корупційним практикам: проєкт з Українським радіо”
<https://nazk.gov.ua/uk/alternatyvy-koruptsiynym-praktykam-proekt-z-ukrainskym-radio/>

20. Національне агентство з питань запобігання корупції “Викривачі корупції: інформаційна кампанія”
<https://nazk.gov.ua/uk/vykryvachi-koruptsii-informatsiyna-kampaniya/>

21. Національне агентство з питань запобігання корупції

“Інструменти громадського контролю: інформаційна кампанія”
<https://nazk.gov.ua/uk/instrumenty-gromadskogo-kontrolyu-informatsiyna-kampaniya/>

22. Національне агентство з питань запобігання корупції
 “Координаційні форуми з антикорупційних комунікацій”
<https://nazk.gov.ua/uk/koordinatsiyni-forumy-z-antykoriupciynyh-komunikatsiy/>

23. Національне агентство з питань запобігання корупції
 “Протидія побутовій корупції (інформаційні матеріали)”
<https://nazk.gov.ua/uk/protidiya-pobutoviy-koriupcii-informatsiyni-materialy/>

24. Національне агентство з питань запобігання корупції
 “Стратегія комунікацій Національного агентства з питань запобігання корупції”
<https://nazk.gov.ua/uk/komunikatsiyna-strategiya-ta-brendbuk/>

25. Національне агентство з питань запобігання корупції
 «Документальний фільм» <https://nazk.gov.ua/uk/dokumentalnyy-film/>

26. Національне агентство з питань запобігання корупції
 «Комунікація в громадах: відеокурс»
<https://nazk.gov.ua/uk/komunikatsiya-v-gromadah-videokurs/>

27. Національне агентство з питань запобігання корупції
 «Партнерські YouTube проєкти»
<https://nazk.gov.ua/uk/partnerski-yutub-proekty/>

28. Національне агентство з питань запобігання корупції «Що таке корупція: інформаційно-роз’яснювальні матеріали»
<https://nazk.gov.ua/uk/scho-take-koriupciya-informatsiyno-roz-yasnyuvalni-materialy/>

29. Національне агентство з питань запобігання корупції (НАЗК)
 “Корупція в Україні 2025: розуміння, сприйняття, поширеність”
<https://nazk.gov.ua/pdfjs/?file=/wp-content/uploads/Pages/20/2d/202d5600b17f04d37ca952961c0053db31f58ee616ee5714ad46db54da62a6838850075.pdf>

30. Про схвалення Державної антикорупційної програми на 2023-2025 роки : розпорядження Кабінету Міністрів України від 4 грудня 2023 р. № 1203-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1203-2023-%D1%80#Text>

31. Про схвалення Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції : розпорядження Кабінету Міністрів України від 23 серпня 2017 р. № 576-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/576-2017-%D1%80#n9>

32. Стратегія розвитку НАБУ на 2025-2030 роки https://nabu.gov.ua/site/assets/files/49162/strategiia_rozvytku_nabu_na_2025-2030_roky.pdf

33. Результати соціологічного опитування агенції Focus для Transparency International Slovakia https://transparency.sk/sk/prieskumy/#:~:text=2025_09_Focus%20for%20TIS reporting%20corruption%20and%20whistleblowing2025_03_IPSOS%20for%20TIS_public%20companies%20and%20corruption

34. ЧЕСНО Публічний звіт 2021 рік <https://www.chesno.org/t/209/richnyy-zvit-2021.html>

35. ЧЕСНО Публічний звіт 2022 рік <https://cdn.chesno.org/web/static/info/pdfs/zvit2022che%20-%20ukr.df638c0569e1.pdf>

36. ЧЕСНО Публічний звіт 2023 рік <https://cdn.chesno.org/web/static/info/pdfs/zvit2023.a181359333a2.pdf>

37. ЧЕСНО Публічний звіт 2024 рік <https://cdn.chesno.org/web/static/info/pdfs/zvit2024.24c0d7c595da.pdf>

38. Шлях НАБУ: від ідеї до драйвера антикорупційної реформи https://nabu.gov.ua/site/assets/files/29071/1_shlyah_nabu_vid_ideyi_do_dravvera_antikorupciynoyi_reformi_postorinkovo.pdf

39. Bihus “Ми вплинули” <https://bihus.info/my-vplynuly/>

40. АСРЕС "Міжнародна конференція «Викривачі корупції в Україні: успіх та виклики»" <https://acrec.org.ua/projects/mizhnarodna-konferentsiia-vykryvachi-koruptsii-v-ukraini-uspikh-ta-vyklyky/>

41. Transparency International Україна, річний звіт 2014 https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/08/ti2014_annual_report_ua.pdf

42. Transparency International Україна, річний звіт 2015
https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/08/annual_report_ti_2015_ukr.pdf

43. Transparency International Україна, річний звіт 2016
<https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/08/Richnyi-zvit-TI-2016.pdf>

44. Transparency International Україна, річний звіт 2017
<https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2019/08/TI-Richnyi-zvit-2017-interaktyvnyi.pdf>

45. Transparency International Україна, річний звіт 2018
https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2019/04/Richnyi-zvit_web-07_02-light.pdf

46. Transparency International Україна, річний звіт 2019
<https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2023/08/Richnyi-zvit-2019-ukr.pdf>

47. Transparency International Україна, річний звіт 2022
https://ti-ukraine.org/wp-content/uploads/2017/09/zvit2022_update_ukr.pdf

48. United Nations. (2003). Конвенція Організації Об'єднаних Націй проти корупції. Verkhovna Rada of Ukraine
https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_c16#Text

49. ACT4RULE Together for active citizenship and resilient democracy
<https://zastavmekorupciu.sk/project/act4rule/>

50. Agerberg, M. (2021). Messaging about corruption: The power of social norms.
https://www.researchgate.net/publication/354056063_Messaging_about_corruption_The_power_of_social_norms

51. Anti-Corruption General Directorate "Condemn corruption!"-2007
<https://www.mai-dga.ro/eng/archives/7644>

52. Anti-Corruption General Directorate "Do not accept corruption!"-2008
<https://www.mai-dga.ro/eng/archives/7636>

53. Anti-Corruption General Directorate "FAMILY HAS A FUTURE, CORRUPTION DOES NOT!"-2009
<https://www.mai-dga.ro/eng/archives/7631>

54. Anti-Corruption General Directorate "In case of corruption, break the silence!"-2006 <https://www.mai-dga.ro/eng/archives/7650>

55. Anti-Corruption General Directorate "Young people against corruption"-2011 <https://www.mai-dga.ro/eng/archives/10658>

56. Anti-Corruption General Directorate "Young people against corruption"-2011 <https://www.mai-dga.ro/eng/archives/7597>

57. Baez Camargo, C., & Schönberg, J. (2023). Strategic anti-corruption communications: Guidance for behaviour change interventions (Working Paper 45). Basel Institute on Governance. <https://baselgovernance.org/publications/wp-45>

58. Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. London: Penguin Books. <https://amstudugm.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/04/social-construction-of-reality.pdf>

59. Byrne E., Arnold A.-K., Nagano F. Building Public Support for Anti-Corruption Efforts: Why Anti-Corruption Agencies Need to Communicate and How. <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/832251468332984868>

60. Caryn Peiffer, Nic Cheeseman (2023). Message misunderstood: Why raising awareness of corruption can backfire. Bergen: Chr. Michelsen Institute (U4 Brief 2023:1) <https://cdn.sanity.io/files/1f1lcoov/production/08a9536e50e72d4c870a3d762060b48cbee4d941.pdf>

61. Centrum Badania Opinii Społecznej, (NR 42/2015) oceny instytucji publicznych https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2015/K_042_15.PDF

62. Citizens' Attitudes Towards Corruption in the EU in 2026 Special Eurobarometer 573 Romania, 2026 [https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3693#:~:text=PDF\)%20%2D%20Rom%C3%A2nia%20%2D%20EN-,Download,-Citizens%E2%80%99%20attitudes%20towards](https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3693#:~:text=PDF)%20%2D%20Rom%C3%A2nia%20%2D%20EN-,Download,-Citizens%E2%80%99%20attitudes%20towards)

63. Citizens' Attitudes Towards Corruption in the EU in 2026 Special Eurobarometer 573" Slovakia, 2026

[https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3693#:~:text=PDF\)%20%2D%20Slovensko%20%2D%20EN-,Download,-Previous](https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3693#:~:text=PDF)%20%2D%20Slovensko%20%2D%20EN-,Download,-Previous)

64. Citizens' Attitudes Towards Corruption in the EU in 2026 Special Eurobarometer 573" Poland, 2026
[https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3693#:~:text=PDF\)%20%2D%20Polska%20%2D%20EN-,Download,-Citizens%E2%80%99%20attitudes%20towards](https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3693#:~:text=PDF)%20%2D%20Polska%20%2D%20EN-,Download,-Citizens%E2%80%99%20attitudes%20towards)

65. Cheeseman, N., & Peiffer, C. (2024). Using Anti-corruption Communications to Tackle Corruption in Moldova: Key Challenges and Opportunities. National Democratic Institute (NDI)
https://www.researchgate.net/publication/383206790_Using_Anti-corruption_Communications_to_Tackle_Corruption_in_Moldova

66. Council of the European Union "DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on combating corruption, replacing Council Framework Decision 2003/568/JHA and the Convention on the fight against corruption involving officials of the European Communities or officials of Member States of the European Union and amending Directive (EU) 2017/1371 of the European Parliament and of the Council"
<https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-16391-2025-REV-1/en/pdf>

67. CPI 2025 Report
<https://files.transparencycdn.org/images/CPI-2025-Report-EN.pdf>

68. Demyan Belyaev, Jean-Patrick Villeneuve & Giulia Mugellini (2025) "Framing corruption in Ukraine: a two-decade scoping review of academic and organizational perspectives, Journal of Contemporary Central and Eastern Europe
<https://iris.unive.it/bitstream/10278/5104167/1/Framing%20corruption%20in%20Ukraine%20a%20two-decade%20scoping%20review%20of%20academic%20and%20organizational%20perspectives.pdf>

69. Direcția Generală Anticorupție. Sinteza activităților DGA - trimestrul, 2025
<https://www.mai-dga.ro/eng/storage/2025/04/Sinteza-activitatilor-DGA-trimestrul-I-2025-1.pdf>

70. European Commission, Rule of Law: Commission formally closes the Cooperation and Verification Mechanism for Bulgaria and Romania

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_4456

71. European Parliament & Council of the European Union. (2019). Directive (EU) 2019/1937 of the European Parliament and of the Council of 23 October 2019 on the protection of persons who report breaches of Union law. Official Journal of the European Union <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A32019L1937>

72. Fundacja im. Stefana Batorego. Przeciw korupcji, Archiwum programów <https://www.batory.org.pl/o-nas/archiwum/antykorupcja-w-praktyce/>

73. Global Legal Insights "Bribery & Corruption Laws and Regulations 2026 - Romania" <https://www.globallegalinsights.com/practice-areas/bribery-and-corruption-law/s-and-regulations/romania/>

74. Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2008 roku https://cba.gov.pl/ftp/filmy/Informacja_o_wynikach_dzialalnosci_Centralnego_Biura_Antykorupcyjnego_w_2008_roku.pdf

75. Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2009 roku https://cba.gov.pl/ftp/filmy/Info_wyniki_2009.pdf

76. Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2010 roku https://cba.gov.pl/ftp/filmy/Sprawozdanie_jawne_2010_druk.pdf

77. Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2011 roku https://cba.gov.pl/ftp/filmy/Sprawozdanie_jawne_2011_druk.pdf

78. Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2012 roku https://cba.gov.pl/ftp/zdjecia/Sprawozdanie_2012.pdf

79. Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2013 roku https://cba.gov.pl/ftp/zdjecia/Sprawozdanie_2013.pdf

80. Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura

Antykorupcyjnego w 2014 roku
https://cba.gov.pl/ftp/zdjecia/Informacja_o_wynikach_CBA_2014.pdf

81. Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2015 roku
https://cba.gov.pl/ftp/filmy/Informacja_o_wynikach_dzialalnosci_CBA_w_2015.pdf

82. Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2020 roku
https://cba.gov.pl/ftp/dokumenty_pdf/informacja_2020_.pdf

83. Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2021 roku
https://cba.gov.pl/ftp/dokumenty_pdf/Informacja_2021.pdf

84. Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2022 roku
https://cba.gov.pl/ftp/dokumenty_pdf/Informacja_o_wynikach_dzialalnosci_Centralnego_Biura_Antykorupcyjnego_w_2022_roku.pdf

85. Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2023 roku
<https://www.cba.gov.pl/pl/o-nas/informacja-o-wynikach/5095,Informacja-o-wynikach-dzialalnosci-Centralnego-Biura-Antykorupcyjnego-w-2023-rok.html>

86. Informacja o wynikach działalności Centralnego Biura Antykorupcyjnego w 2024 roku
https://cba.gov.pl/ftp/dokumenty_pdf/Informacja_o_wynikach_dzialalnosci_Centralnego_Biura_Antykorupcyjnego_w_2024_r_.pdf

87. Ishikawa, Y. (2020). Anti-corruption awareness raising: Effective messaging and best practices. <https://knowledgehub.transparency.org/helpdesk/anti-corruption-awareness-raising-effective-messaging-and-best-practices>

88. Ius Laboris "Cultural attitudes to whistleblowing: Romania"
<https://iuslaboris.com/insights/cultural-attitudes-to-whistleblowing-romania/>

89. Legitimite și responsabilitate pentru o mai bună protecție a avertizorilor de integritate - LAW <https://integritate.eu/elementor-7027/>

90. Makowski G. Korupcja jako problem społeczny, Kultura i

Spółeczeństwo.

2004

<https://czasopisma.isppan.waw.pl/kis/article/download/2922/2191>

91. McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly https://www.researchgate.net/publication/317122086_The_Agenda-Setting_function_of_mass_media

92. Mitnick, B. M. (1975). The theory of agency: The policing "paradox" and regulatory behavior. Public Choice https://www.researchgate.net/publication/228124400_The_Theory_of_Agency_The_Policing_'Paradox'_and_Regulatory_Behavior

93. Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego, Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego za rok 2021 [https://bip.siecobywatelska.pl/userfiles/file/najnowsze%20opinie/Sprawozdanie%20merytoryczne_17080\(2\)%20%E2%80%94%20kopia.pdf](https://bip.siecobywatelska.pl/userfiles/file/najnowsze%20opinie/Sprawozdanie%20merytoryczne_17080(2)%20%E2%80%94%20kopia.pdf)

94. Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego, Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego za rok 2022 https://bip.siecobywatelska.pl/userfiles/file/Sprawozdania%20od%202023%20roku/Sprawozdanie%20merytoryczne_21765.pdf

95. Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego, Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego za rok 2023 https://bip.siecobywatelska.pl/userfiles/file/Sprawozdania%20od%202023%20roku/Sprawozdanie%20merytoryczne%20OPP%20SOWP%20za%202023%20r_.pdf

96. Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego, Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego za rok 2024 <https://bip.siecobywatelska.pl/userfiles/file/Sprawozdania%20od%202023%20roku/sprawozdanie%20OPP%20Watchdog%20za%202024.pdf>

97. National Anti-Corruption Strategy 2021-2025 <https://cnp.ro/strategia-nationala-anticoruptie-2021-2025/>

98. OECD "Anti-Corruption and Integrity Outlook 2026: Slovak Republic" report

https://www.oecd.org/en/publications/anti-corruption-and-integrity-outlook-2026_0c8910f8-en/slovak-republic_2c69a236-en.html

99. OECD (2024), Anti-Corruption and Integrity Outlook 2024, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/968587cd-en>.

100. OECD, Strengthening Romania's Integrity and Anti-corruption Measures, 2023, p. 12
https://www.oecd.org/en/publications/strengthening-romania-s-integrity-and-anti-corruption-measures_ff88cfa4-en.html

101. Open Contracting - good governance in public tenders
<https://funky.org/en/proiecte/open-contracting-buna-guvernanta-in-contracte-publice/>

102. Peiffer, C., & Cheeseman, N. (2024, September). A How-to Guide to Anti-Corruption Messaging. Center for International Private Enterprise (CIPE)
<https://www.ndi.org/sites/default/files/Updated%20CIPE-How-To-Guide-to-Anti-Corruption-Messaging-2-1.pdf>

103. PROIECTAREA UNEI PLATFORME DIGITALE DE CONȘTIENTIZARE
<https://integritate.eu/proiectarea-unui-platforme-digitale-de-constientizare/>

104. PUCUNG Festival Multi-genre anti-corruption festival
<https://zastavmekorupciu.sk/project/pucung/>

105. RAPORT AL COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN ȘI CONSILIU privind progresele înregistrate de România în cadrul Mecanismului de Cooperare și de Verificare
<https://integritate.eu/wp-content/uploads/2024/04/08.06.2021-EXTRAS-DIN-RAPORTUL-MCV-COMISIEI-EUROPENE-CATRE-PE-SI-CONSILIU-RO-EN.pdf>

106. RAPORT DE ACTIVITATE PENTRU ANUL 2021
https://www.transparency.org.ro/sites/default/files/download/files/raportul_de_activitate_si_gestiune_pe_anul_2021.pdf

107. RAPORT DE ACTIVITATE PENTRU ANUL 2022
https://www.transparency.org.ro/sites/default/files/download/files/ti_romania_ag23_raport_de_activitate22.pdf

108. RAPORT DE ACTIVITATE PENTRU ANUL 2023
https://www.transparency.org.ro/sites/default/files/raport_de_activitate_2023.pdf

109. RAPORT DE ACTIVITATE PENTRU ANUL 2024
https://www.transparency.org.ro/sites/default/files/raport_de_activitate_2024.pdf

110. RAPORT DE ACTIVITATE PENTRU ANUL 2025
https://www.transparency.org.ro/sites/default/files/download/files/raport_de_activitate_site_2025_0.pdf

111. Ross, S. A. (1973). The economic theory of agency: The principal's problem. The American Economic Review
https://www.researchgate.net/publication/4721698_The_Economic_Theory_of_Agency_The_Principal's_Problem

112. Schauseil, W., Zúñiga, N., & Jackson, D. (2022). Media and anti-corruption. Transparency International.
https://knowledgehub.transparencycdn.org/helpdesk/media-and-corruption_2019.pdf

113. Správa o činnosti Úradu na ochranu oznamovateľov za rok 2025
https://www.oznamovatelia.sk/wp-content/uploads/2026/04/vyrocná_správa_UOO_2025SVK.pdf

114. Sygnaliści w Polsce. Raport z badania opinii publicznej, Fundacja im. Stefana Batorego
https://www.sygnalista.pl/wp-content/uploads/2019/06/Internet_Raport_sygnalisti_12-06.pdf

115. The Theory of Communicative Action, Volume 1: Reason and the Rationalization of Society. Boston: Beacon Press (1984)
<https://teddykw2.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/07/jurgen-habermas-theory-of-communicative-action-volume-1.pdf>

116. The Whistleblower Protection Office 2022 Annual Report
https://www.oznamovatelia.sk/wp-content/uploads/2024/10/WPO_annual_report_year_2022.pdf

117. The Whistleblower Protection Office 2023 Annual Report
https://www.oznamovatelia.sk/wp-content/uploads/2024/10/WPO_annual_report_year_2023.pdf

118. The Whistleblower Protection Office 2024 Annual Report
https://www.oznamovatelia.sk/wp-content/uploads/2025/07/WPO_annual_report_year_2024.pdf

119. Transparency in times of crisis: Common action of NGOs - Journalists
<https://funky.org/en/proiecte/cerem-transparenta-in-vremuri-de-criza-actiune-comuna-ong-uri-jurnalisti/>

120. Výročná správa 2020
https://transparency.sk/wp-content/uploads/2021/07/Vyrocna_sprava_Transparency_International_Slovensko_2020.pdf

121. Výročná správa 2023
https://transparency.sk/wp-content/uploads/2024/08/Vyrocna_sprava_Transparency_International_Slovensko_2023.pdf

122. Weiss, C. H. (1995). Nothing as Practical as Good Theory: Exploring Theory-Based Evaluation for Comprehensive Community Initiatives. In J. P. Connell, A. C. Kubisch, L. B. Schorr, & C. H. Weiss (Eds.), *New Approaches to Evaluating Community Initiatives: Concepts, Methods, and Contexts* (pp. 65-92). Aspen Institute.
<https://share.google/2xPTofWeM2NEpPOWd>

АНОТАЦІЯ

У магістерській роботі досліджено антикорупційну комунікацію в Україні та країнах Східної Європи (Польщі, Румунії та Словаччині). Актуальність теми полягає у потребі створення ефективної комунікаційної політики про антикорупційну діяльність України для формування негативного ставлення до корупції серед населення, висвітлення євроінтеграційних результатів України та для протидії дезінформаційним наративам росії. У роботі розкрито сутність поняття антикорупційної комунікації, визначено теоретичні підходи до її дослідження, міжнародні стандарти у сфері запобігання і протидії корупції, форми, типи та механізми антикорупційної комунікації. У роботі проведено аналіз практик антикорупційної комунікації в Україні, визначено основних учасників та особливості їхньої взаємодії. На основі порівняльного аналізу досвіду Польщі, Румунії та Словаччини виявлено спільні риси, відмінності, виклики та успішні практики, які можуть бути адаптовані до українського контексту. У роботі використано методи аналізу наукових джерел, нормативно-правових документів, контент-аналізу, порівняльного аналізу практик України та країн Східної Європи, а також письмового опитування експерта. Було визначено, що ефективність антикорупційної комунікації залежить від системності комунікаційної політики, орієнтації на цільові аудиторії, використання освітніх і превентивних інструментів та координації комунікаційних зусиль. На основі дослідження було запропоновано стратегічні напрями удосконалення антикорупційної комунікації та практичні рекомендації, які сприятимуть її ефективності.

Ключові слова: антикорупційна комунікація, корупція, антикорупційна політика, доброчесність, стратегічні комунікації, Україна, Польща, Румунія, Словаччина.