

Пасічник Марина Олександрівна,
аспірант кафедри парламентаризму
та політичного менеджменту Національної
академії державного управління
при Президентові України

АНТИКОРУПЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ: ПРОБЛЕМИ ТА НАСЛІДКИ

Донесення перевіреної інформації до суспільства й ефективні комунікації у сфері запобігання та протидії корупції сприятимуть змінам у сприйнятті корупції й у моделях поведінки в ситуаціях, за яких спостерігають конкретні вияви корупції.

Більшість громадян України визнає панування корупції в державі, спостерігає її вияви регулярно та вважає державних посадовців надто корумпованими для того, щоб можна було виправити цю ситуацію, про що свідчать результати соціальних опитувань.

Попри значний рівень комунікативної активності у сфері запобігання та протидії корупції, така комунікація є недостатньо ефективною внаслідок наявності таких факторів:

– браку системності та стратегічної спрямованості. Про це свідчить відсутність комплексу кампаній у сфері антикорупційних комунікацій, які можуть сприяти змінам у моделях поведінки суспільства та забезпечити нетерпимість кожної особи до будь-яких виявів корупції;

– інституційних обмежень і недостатнього рівня координації антикорупційних комунікацій. Низький рівень координації між окремими міністерствами, іншими органами виконавчої влади й учасниками антикорупційної реформи ініціатив/проектів у сфері антикорупційних комунікацій переважно неузгоджені та не забезпечують загального ефекту в реалізації цілей. Найактивніше беруть участь у здійсненні антикорупційних комунікацій представники громадянського суспільства (неурядові організації, експерти, журналісти) та міжнародні організації/проекти. Створення відповідного потенціалу для здійснення антикорупційних комунікацій у державному секторі є нагальним завданням, виконання якого дасть змогу здійснювати публікацію відповідних даних і фактів, а також забезпечити позитивний вплив на формування суспільної думки;

– низького рівня ефективності ідентифікації та роботи із цільовими аудиторіями. Антикорупційні комунікації не охоплюють усі категорії загальної аудиторії. Цільовою аудиторією контекстно орієнтованих антикорупційних комунікацій є експерти та частина аудиторії, яка виявляє найвищу активність у соціальних мережах. Емоційно орієнтовані антикорупційні комунікації мають негативний характер і спрямовані на ширшу аудиторію з використанням засобів масової інформації національного рівня (телебачення, друковані видання, радіо, новини в Інтернеті). Комунікативний процес нерівномірний, периферія недостатньо охоплена інформаційними повідомленнями, тому не бере активної участі в антикорупційних комунікаціях;

– низького рівня дискусії через незрозуміння питання корупції в широкому контексті. Антикорупційні комунікації, які здійснюють різні суб'єкти суспільного діалогу, незбалансовані, з повідомленнями переважно негативного характеру, які поширюються в суспільстві в межах антикорупційних комунікацій. Реальні успіхи й досягнення антикорупційної реформи не отримують належного висвітлення та роз'яснення. Зазначене ставить під загрозу успішність майбутніх ініціатив, зокрема ефективного функціонування спеціалізованих антикорупційних установ та імплементацію антикорупційного законодавства.

Низький рівень поінформованості, розуміння феномену корупції та особливостей антикорупційної реформи серед населення і журналістів призводить до викривлення сприйняття корупції та слабкої підтримки реформи в суспільстві.

Підвищення рівня антикорупційних комунікацій дасть змогу: забезпечити належний рівень довіри серед громадян України, бізнесу та міжнародних партнерів до державної антикорупційної політики загалом і діяльності окремих державних органів, зокрема тих, що спеціалізуються на запобіганні та протидії корупції; досягти необхідного рівня медійної ефективності, який передбачає, що близько чверті загального обсягу інформації державних органів стосується антикорупційних комунікацій; позиціонувати Україну як країну, що докладает реальних зусиль у подоланні корупції та досягає прогресу в антикорупційній реформі.