ПРЕС-РЕЛІЗ

16.08.2016

**TI Україна закликала громадян не толерувати корупцію**

*Висока толерантність українців до корупції – одна з причин того, що Індекс сприйняття корупції та Індекс економічної свободи в нашій країні є стабільно низькими. Про це розповіли представники Transparency International Україна під час запуску нової комунікаційної кампанії «Корупція має бути помічена», яка спрямована на зниження терпимості суспільства до корупції. Проблему терпимості журналісти змогли відчути на собі під час провокативного соціального експерименту, з якого почалася прес-конференція.*

В Україні 22% населення виправдовує корупцію. При цьому Індекс сприйняття корупції (СРІ), Індекс економічної свободи та Індекс щастя в нашій країні досить низькі. ТІ Україна проаналізувала залежність між цими показниками в європейських державах та вивела закономірність: чим толерантніше суспільство до корупції, тим гірший у країні стан економічних свобод, глибше поширення корупції та менш щасливе населення. «Саме тому боротьба з корупцією має відбуватися на всіх фронтах: на рівні дієвого законодавства, на рівні невідворотного покарання за корупцію та на рівні освіти населення, зміни менталітету», – заявив Андрій Марусов, голова правління Transparency International Україна.

Щоб журналісти відчули на власному прикладі проблему толерування корупції, ТІ Україна відважилася на провокативний експеримент: перед прес-конференцією разом з прес-релізами кожному журналісту було видано конверт, у якому знаходилося 100 гривень. Результати експерименту виявили, що 35% журналістів не готові толерувати корупцію: вони обурилися та відмовилися брати хабар. Після прес-конференції майже всі кошти було повернено, що свідчить про високий рівень свідомості української медіаспільноти.

Transparency International Україна вже третій рік працює над зміною менталітету суспільства щодо сприйняття корупції. Для цього організація у співпраці з широким колом партнерів створює креативну соціальну рекламу, яка викриває корупцію як руйнівне явище. Кампанія «Корупція має бути помічена», розроблена у співпраці з комунікаційною агенцією Cheil Україна, включає в себе гендерно чутливу зовнішню рекламу, антикорупційні ролики на радіо та комікси. «Ідея кампанії подвійна. По-перше, вона закликає «помічати» корупцію і полягає в знищенні подвійних стандартів: адже багато людей засуджують корупціонерів, але самі не проти розкішно пожити за корупційні кошти. По-друге, кампанія пропонує «мітити» корупцію, викривати, вимагати невідворотності покарання за корупційні злочини. І головна наша мета – створити суспільний запит знизу, який би тиснув на владу, вимагаючи реальних змін», – розповіла керівник департаменту комунікацій ТІ Україна Ольга Тимченко.

Уже втретє у розміщенні реклами ТІ Україна допомагає Міністерство інформаційної політики та соціально-відповідальний бізнес. Як розповів заступник Міністра інформаційної політики Артем Біденко, бізнес уже давно налаштований на нульову толерантність до корупції, а от бюрократичний апарат пручається перед змінами. «Саме тому необхідно сформувати потужний суспільний запит на реальні зміни та антикорупційну боротьбу», – підкреслив Артем Біденко.

Соціальна кампанія «Корупція має бути помічена» розроблена на основі рекомендацій «Стратегії антикорупційних комунікацій» та є пілотним проектом новоствореної платформи комунікацій «Декорупція». «Ця Платформа об’єднає в собі представників громадських, міжнародних організацій, рекламного бізнесу та антикорупційних органів влади. Вона покликана консолідувати антикорупційні комунікаційні кампанії в державі та надати їм комплексності», – розповів Ігор Гончаренко, в. о. керівника Нацради реформ, менеджер з антикорупційної реформи.

Креатив та нестандартні інформаційні продукти розробила комунікаційна агенція Cheil Ukraine. У розміщенні реклами допомогло Міністерство інформаційної політики: цього року українці побачать понад 500 площин зовнішньої реклами по всій країні, а також зможуть почути оригінальні радіоролики, які погодилися транслювати радіостанції «Люкс FM», «Радіо 24» та станції радіогрупи «Тавр Медіа» («Kiss FM», «Радіо Roks», «Релакс», «Мелодія» та інші). Соціальні рекламні матеріали були створені за підтримки Magai Production, фотографа Andrey Demenyuk та Artpost. У рамках кампанії також буде виготовлено серію антикорупційних коміксів, які буде представлено згодом. Розробкою коміксів займалися творці серії коміксів про боротьбу з корупцією «Хроніки Аптауна», або Uptown Chronicles. Кампанія виконується в рамках проекту «Об’єднуємося заради реформ» (UNITER), що реалізується Pact в Україні за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID). Завдяки спільним зусиллям ефект від комунікаційної кампанії буде набагато більшим. І це допоможе знизити рівень толерантності до корупції в Україні та повторити антикорупційні успіхи інших країн.

#

|  |  |
| --- | --- |
| **Контакт для медіа:** Ольга Тимченко, керівник департаменту комунікації Transparency International Україна  м.т. 050-352-96-18,  e-mail: [tymchenko@ti-ukraine.org](mailto:tymchenko@ti-ukraine.org) | **Довідково**: Transparency International Україна є Представництвом глобальної антикорупційної неурядової організації Transparency International, що має понад 90 національних представництв та працює більше як у 100 країнах світу. Місія ТІ Україна: обмежити збільшення рівня корупції в Україні шляхом сприяння прозорості, підзвітності і доброчесності публічної влади і громадянського суспільства. Дізнатися більше про діяльність організації можна на сайті [www.ti-ukraine.org](http://www.ti-ukraine.org/) |