

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**АСПЕКТИ ВИСВІТЛЕННЯ З БОКУ МЕДІА КОРУПЦІЇ ТА
ЗЛОВЖИВАНЬ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ (НА ПРИКЛАДІ
ІНСТАГРАМ ПРОЄКТУ: «НІ – КОРУПЦІЇ»)**

Здобувача першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
групи ЖУРБ-1-21-4.0д.
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.01
Журналістика
Вржижевський Сергій Едуардович

Використання чужих ідей,
результатів і текстів
мають посилання на відповідне
джерело

Науковий керівник:
Куцай Т.І.

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Розширена шкала _____

Кількість балів: ____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

І.В. Погребняк,

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	5
1.1. Обґрунтування актуальності проєкту.....	5
1.2. Мета і завдання роботи	11
1.3 Перелік методів здійснення творчого пошуку	14
РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЕКТУ «НІ - КОРУПЦІЇ»	17
2.1. Теоретико-методологічні засади	17
2.2. Структура і рубрикація медіапроєкту.....	20
2.3. Контент та засоби виразності	27
2.4. Технічні й програмні засоби	29
ВИСНОВКИ	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	34

ВСТУП

У сучасних умовах повномасштабної війни проти України, проблема прозорості державного управління та боротьби з корупцією постає не лише як внутрішнє питання політичної етики, а як елемент національної безпеки, інформаційної стабільності та суспільної мобілізації. Корупція в період воєнного стану набуває особливо небезпечного характеру, адже зачіпає критичні сфери — оборонні закупівлі, логістику, гуманітарну допомогу, судову та освітню систему. У той час, коли країна мобілізує всі ресурси для захисту, будь-які зловживання фактично ставлять під загрозу життя військових і цивільних.

В умовах обмеженого доступу до традиційних каналів контролю, важливу роль починають відігравати цифрові медіа — зокрема соціальні мережі, як швидкі, доступні та персоналізовані канали поширення інформації. У цьому контексті особливого значення набувають громадські журналістські ініціативи, які реалізуються на платформах, орієнтованих на молодь і широку аудиторію — таких як Instagram. Ці інструменти дозволяють не лише інформувати, а й мобілізувати, створювати спільноти спротиву, формувати нову етику публічності.

Предметом цієї дипломної роботи є аналіз механізмів антикорупційного інформування в умовах воєнного стану та практична реалізація Instagram-проєкту «Ні – корупції» як прикладу громадянської журналістики нового покоління. Проєкт поєднує досвід журналістських розслідувань, елементи соціального сторітелінгу, інструменти інтерактивного залучення, візуальної аналітики та емпатійного контенту. Він орієнтований на молоду аудиторію та має на меті формувати цифрову культуру нетерпимості до корупції.

Метою роботи є з'ясування особливостей, ефективності та соціального впливу висвітлення фактів корупції у період війни через призму цифрових платформ, з акцентом на розробці, візуалізації та запуску авторського медіапроєкту. Робота поєднує теоретичний аналіз ролі медіа в умовах

воєнного конфлікту з практичним етапом створення медіапродукту, що відповідає викликам сьогодення та критеріям інформаційної відповідальності.

Ця робота є внеском у розуміння ролі соціальних медіа як інструменту громадського контролю та підвищення суспільної свідомості в умовах надзвичайної ситуації. Проєкт «Ні – корупції» демонструє, як навіть невелика ініціатива в цифровому середовищі може трансформуватись у потужну інформаційну дію з реальним соціальним ефектом.

РОЗДІЛ І. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування актуальності проєкту

В умовах воєнного стану питання прозорості влади набуває особливого значення. Корупція — це не лише внутрішня хвороба політичної системи, а й фактор, що прямо впливає на ефективність функціонування армії, тилу та державної служби в цілому. У періоди збройного конфлікту управлінські рішення приймаються пришвидшено, а процедури контролю часто послаблюються або обходяться, що створює сприятливі умови для зловживань. Саме тому моніторинг, фіксація та публічне висвітлення таких випадків — обов'язок журналістської спільноти [1].

Класичні схеми збагачення на державних закупівлях, поставках гуманітарної допомоги або логістичних послугах стають ще небезпечнішими під час війни, адже можуть коштувати людських життів. Наприклад, у випадку постачання неякісних бронежилетів або завищених цін на харчування для військових, йдеться не просто про розкрадання, а про підриз обороноздатності держави. Ці обставини актуалізують потребу у формуванні незалежних медіаінструментів громадського контролю, здатних швидко реагувати та документувати факти корупції.

Довіра до влади є критично важливою під час війни. Але вона не повинна бути «сліпою». Досвід країн, що переживали військові конфлікти, доводить: найстійкішими виявляються ті суспільства, де журналістика виконує контрольну функцію, не втрачаючи професійних стандартів навіть у складних умовах. В Україні останні роки супроводжуються падінням індексу довіри до органів влади на тлі резонансних антикорупційних скандалів, що вказує на необхідність публічного інформування громадян, а не замовчування проблем [2].

У такому контексті проєкти, які акцентують увагу на прозорості, чесності та публічній відповідальності, стають не опозиційними, а системоутворюючими. Вони сприяють зміцненню демократії, мобілізують суспільство та нагадують, що влада діє не у вакуумі, а під постійним оком громадськості. Саме це і є сутність інформаційної гігієни, яку забезпечує незалежна журналістика.

Згідно з міжнародними стандартами, медіа у демократичному суспільстві виконують роль «четвертої влади» — інституції, що контролює інші гілки через механізми викриття, публічного тиску та формування суспільної думки. Український приклад доводить: гучні антикорупційні справи майже завжди починаються із журналістських розслідувань. Завдяки публікаціям у ЗМІ правоохоронні органи починають перевірки, ініціюються парламентські слухання, відбувається суспільна реакція.

Але водночас журналісти працюють у дуже складних умовах — і цензури, і самоцензури, і ризику фізичної небезпеки. Тому поява альтернативних каналів донесення інформації, зокрема через соціальні мережі, дозволяє обійти бар'єри доступу до традиційних ЗМІ та створити канали прямої дії. У цьому сенсі соціальні проєкти на кшталт «Ні — корупції» є способом переосмислення класичної журналістики в цифрову епоху [3].

Сьогодні медіаспоживання молоді зміщується в бік короткого, візуального, інтерактивного контенту. Традиційна журналістика часто не встигає за цими змінами. Тому платформи на зразок Instagram — це не просто розважальні ресурси, а повноцінні майданчики для розгортання громадських ініціатив. Багато світових кампаній проти корупції, насильства, дискримінації реалізовувались саме через Instagram або TikTok — зокрема через сторітелінг, відеоформати, візуальну аналітику, меми.

Саме тому обраний формат Instagram-проєкту не є випадковим — він базується на вивченні споживчих практик цільової аудиторії, її реакції на медіаконтент, та дозволяє створити високоефективний канал інформування з мінімальними витратами і максимальним охопленням [4].

Ще однією актуальною рисою сучасного медіапростору є активне залучення громадян до створення журналістського контенту. В умовах діджиталізації кожен має змогу стати транслятором важливої інформації. У світовій журналістиці вже сформувалося поняття "**citizen journalism**" — тобто журналістики, що народжується не в редакціях, а в соціальних групах, серед активістів, блогерів, студентів. Проєкт «Ні — корупції» повністю відповідає цій логіці: його реалізація починається на громадських засадах, але потенційно може перерости в повноцінну інформаційну платформу з антикорупційною тематикою.

Згідно з дослідженнями громадських організацій, саме такий тип ініціатив найкраще резонує з аудиторією, викликає довіру та мобілізує підтримку. Головна умова — дотримання журналістських стандартів: перевірка фактів, верифікація джерел, баланс думок [5].

У сучасному світі поняття національної безпеки більше не зводиться лише до військової сили. Воно охоплює й інформаційну безпеку, економічну стійкість, довіру громадян до влади. Корупція підриває всі ці компоненти одночасно. Тому журналістика, яка виявляє корупційні механізми, несе не лише суспільну, а й державотворчу функцію. Саме вона здатна ідентифікувати «білі плями» в роботі державного апарату, сигналізувати про небезпеки і запобігати повторенню системних порушень [6].

У цьому контексті створення журналістських ініціатив, які висвітлюють злочини проти прозорості, є не лише журналістською діяльністю, а елементом зміцнення обороноздатності країни. Адже що сильніша внутрішня система, то менше шансів, що ворог скористається її слабкостями — у тому числі через інформаційні диверсії, які ґрунтуються на реальних корупційних скандалах.

Проєкт «Ні — корупції» має на меті показати: боротьба з корупцією можлива й потрібна навіть під час війни, і журналістика тут — ключовий механізм не покарання, а попередження.

В умовах воєнного стану у багатьох країнах спрацьовує принцип «не на часі» — тобто медіа, активісти, навіть громадські організації утримуються від критики влади, вважаючи, що це може послабити державу. Але замовчування корупції насправді не захищає державу — воно лише посилює недовіру й породжує підозри.

Як показує аналіз ситуацій у різних державах, що переживали військові конфлікти (Ліван, Ірак, Афганістан, Сербія), відсутність якісного контролю за витрачанням ресурсів під час війни призводила до ще глибшої політичної кризи після її завершення. В Україні така криза уже починає проявлятися — хвиля публічних обурень, петицій, звільнень чиновників у 2023–2024 роках свідчить, що суспільство не погоджується з «темниками мовчання», навіть у складні часи [7].

У цьому сенсі інстаграм-проект, створений автором, може слугувати прикладом м'якої форми журналістського контролю: без агресивного звинувачення, без емоційної радикалізації, але з конкретними фактами, перевіркою, короткою подачею, орієнтованою на розуміння, а не скандал.

Молодіжна аудиторія як ключовий адресат

Окрему увагу в проекті «Ні — корупції» приділено молоді — найменш охопленій традиційними медіа частині населення, яка водночас найактивніше споживає контент у соціальних мережах. Саме молодь формує майбутню політичну й електоральну культуру. Проте рівень поінформованості молодих українців про реальні механізми корупції часто є поверховим: знання замінюються чутками, кліше, спрощеними образами («всі крадуть», «нічого не зміниться»).

Подаючи короткий, візуально структурований контент — інфографіку, відео, сторіз із конкретними кейсами, прикріпленими джерелами — інстаграм-проект стає медіаінструментом просвіти, який формує нову модель поведінки: цікавитися, перевіряти, поширювати, реагувати. А отже — сприяє формуванню культури нетерпимості до корупції у середовищі, яке найбільше здатне змінити країну в майбутньому [8].

Прагнення України до вступу в Європейський Союз супроводжується зобов'язаннями щодо підвищення прозорості державного управління, боротьби з корупцією, забезпечення свободи слова та доступу до інформації. Це не просто політичні гасла — це чітко прописані критерії Копенгагенської угоди, що визначають стандарти для країн-кандидатів на членство. Серед них — належне функціонування державних інституцій, незалежність судової влади та ефективна система стримувань і противаг, у тому числі через медіа [9].

Європейські експерти неодноразово наголошували, що роль незалежних журналістів та медіапроектів є визначальною в оцінці демократичності держави. Висвітлення фактів корупції в оборонному секторі, соціальній політиці, освітній сфері розглядається не як «зрада», а як показник зрілості громадянського суспільства, яке вміє тримати під контролем владу навіть під час війни.

Саме тому реалізація незалежного студентського проекту «Ні — корупції» є не лише внутрішнім викликом, а й зовнішнім сигналом, що в Україні формується нове покоління медіаактивістів, спроможне діяти за європейськими принципами відкритості, правдивості, законності.

Антикорупційні ініціативи як маркери міжнародної довіри

Фінансова підтримка України з боку західних партнерів — США, ЄС, Канади, Японії — базується на принципі взаємної прозорості. Донори вимагають чітких звітів, механізмів контролю та — найважливіше — реальної реакції на факти зловживань. У звітах Європейського парламенту за 2023 рік прямо зазначено, що підтримка України «повинна супроводжуватися внутрішнім аудитом, прозорістю публічних витрат і дієвим залученням громадських медіа» [10].

Таким чином, журналістські ініціативи, зокрема молодіжні, які створюються за принципом відкритого доступу, формують атмосферу довіри до країни. Вони доводять: українське суспільство не просто пасивно спостерігає за подіями, а є активним суб'єктом контролю. Проект «Ні —

корупції» може стати демонстраційним прикладом того, як навіть за обмежених ресурсів (простий інстаграм-акаунт) можна створити впливовий антикорупційний інструмент, орієнтований на широку аудиторію.

Журналістика традиційно була орієнтована на викриття порушень, але новітні підходи у сфері соціальної комунікації вказують: важливо не лише виявити проблему, а й пояснити, як її уникнути. Це формує журналістику як інструмент превенції — профілактики майбутніх порушень. Саме у цьому — принципова різниця між деструктивним і конструктивним контентом.

Проект «Ні — корупції» може слугувати модельним прикладом конструктивної журналістики, яка не лише говорить про факти, а й демонструє моделі відповідальності: хто має реагувати, яка процедура передбачена, які приклади успішної боротьби з корупцією вже були. Таке подання сприяє зниженню апатії («усі крадуть»), підвищенню обізнаності, а отже — зміцненню національного соціального імунітету до зловживань [11].

У сучасній соціальній психології медіа розглядаються не лише як джерело інформації, а як потужний регулятор соціальної поведінки. Повторювані повідомлення у ЗМІ здатні не тільки формувати громадську думку, але й запускати механізми наслідування, стигматизації, нормалізації чи — навпаки — маргіналізації певних явищ. Це особливо актуально у випадку боротьби з корупцією, адже саме масове несприйняття зловживань формує ефективне середовище для протидії їм на побутовому та інституційному рівнях [12].

Журналістика, яка фіксує зловживання, ідентифікує винних і слідкує за відповідальністю — виховує нетерпимість до корупції як соціальну норму. У країнах із високим рівнем підзвітності влади громадяни мають внутрішнє переконання, що зловживання — це не лише кримінальна справа, а моральна аномалія, що має бути засуджена суспільством. У цьому сенсі проєкт «Ні — корупції» виступає інструментом формування ціннісної моделі поведінки: не ігнорувати, не толерувати, не виправдовувати, а фіксувати, повідомляти, діяти.

Особливо це важливо для молоді, яка лише формує свою громадянську ідентичність. Залучення до інформування, коментування, поширення фактів антикорупційної боротьби — це не лише споживання контенту, а й включення в спільний дискурс, який навчає рефлексії, критичному мисленню та солідарній дії.

Таким чином, обґрунтування актуальності проєкту «Ні — корупції» ґрунтується на сукупності факторів:

- суспільно-політичних умов (війна, концентрація влади, ризики корупції в публічних фінансах);
- медіапрактик та нових форматів (розвиток соціальних мереж як альтернативних каналів журналістики);
- міжнародного контексту (євроінтеграційні зобов'язання, прозорість як умова партнерства);
- соціального впливу (формування культури нетерпимості до корупції через приклади громадської участі).

Проєкт є актуальним не лише як студентська ініціатива, а як дієвий внесок у побудову медіаполя, здатного підтримувати демократичні цінності, навіть у надзвичайних умовах.

1.2. Мета і завдання роботи

У межах даної дипломної роботи передбачається комплексне дослідження ролі медіа у виявленні, фіксації та комунікації фактів корупційних зловживань у воєнний період. Особливий акцент зроблено на аналізі способів подачі таких тем у вітчизняному медіапросторі, зокрема в нових цифрових платформах, як-от Instagram.

Метою роботи є з'ясування особливостей, ефективності та соціального впливу висвітлення фактів корупції та зловживань у воєнний період засобами

журналістики, на основі аналізу існуючого медіаконтенту та розробки авторського інстаграм-проєкту «Ні — корупції».

Ця мета передбачає вирішення як теоретичних, так і практичних питань: вивчення структури інформаційних кампаній щодо боротьби з корупцією, оцінку реакцій аудиторії, розробку контент-моделі, яка поєднує журналістські стандарти з вимогами соціальних мереж.

Завдання роботи

1. Охарактеризувати теоретичні основи поняття корупції в контексті публічної комунікації.

Для розуміння механізмів журналістського висвітлення потрібно чітко визначити, що саме мається на увазі під поняттями «корупція» і «зловживання». Пояснення правових, етичних і управлінських аспектів дає змогу відмежувати правопорушення від адміністративних помилок чи політичної конкуренції. Це завдання також охоплює огляд законодавчої бази України та міжнародних підходів до класифікації корупційних дій [1].

2. Дослідити роль засобів масової інформації в умовах воєнного стану в Україні.

У цьому підпункті увага зосереджена на двох аспектах: з одного боку, на викликах, які постають перед журналістами в умовах цензури, обмеженого доступу до інформації, інформаційної безпеки; з іншого — на зростанні попиту суспільства на правдиву та оперативну інформацію про факти зловживань, особливо у сфері оборони. Тут також аналізується поняття «воєнна журналістика» у поєднанні з антикорупційною тематикою.

3. Провести аналіз способів подачі антикорупційного контенту в українських ЗМІ.

Це завдання передбачає контент-аналіз ключових онлайн-медіа, що висвітлювали скандали 2022–2024 років — наприклад, у сфері оборонних закупівель. Порівнюються журналістські методи, стилі викладу, глибина розслідування, наявність фактчекінгу. Також досліджується типова реакція

аудиторії — як у коментарях, так і в поширеннях та медіавпливі на подальші дії влади.

4. Визначити переваги і ризики використання соціальних мереж (зокрема Instagram) для антикорупційної журналістики. Цифрові платформи відкривають нові можливості — візуалізація, сторітелінг, інтерактивність, вірусне поширення. Проте водночас вони супроводжуються такими проблемами, як дезінформація, безконтрольне поширення неперевіраних відомостей, відсутність етичної відповідальності у блогерів. Це завдання включає спробу окреслити, як Instagram може бути використаний як платформа повноцінного журналістського проєкту з дотриманням базових стандартів.

5. Розробити концепцію власного Instagram-проєкту «Ні — корупції» як прикладу громадянської журналістики. Центральним елементом роботи є створення авторського медіапроєкту, який має не лише продемонструвати навички студента, а й запропонувати реальний, життєздатний медіаінструмент боротьби з корупцією. У межах завдання формуються стратегія подачі матеріалів, рубрикація, tone of voice, план запуску, SMM-підхід, критерії вимірювання ефективності.

6. Оцінити потенційний соціальний ефект проєкту на цільову аудиторію.

Завдання передбачає спробу прогнозування впливу контенту проєкту «Ні — корупції» на рівень обізнаності, мотивації до громадянської активності, готовності до поширення правдивої інформації. Можливе проведення мікроопитування серед підписників або аналітика взаємодії за допомогою Instagram Insights.

Комплекс завдань, сформульований у роботі, охоплює як теоретичну площину (поняття, функції, нормативні рамки), так і прикладну (реалізація медіапроєкту). Цей підхід дає змогу виявити взаємозв'язок між рівнем журналістської свободи, якістю подачі інформації, технологічними інструментами і глибиною соціального впливу на проблему корупції.

1.3 Перелік методів здійснення творчого пошуку

Для досягнення поставленої мети та виконання завдань дипломної роботи було застосовано комплекс взаємопов'язаних наукових, журналістських, аналітичних і творчих методів, що забезпечують глибоке та системне опрацювання проблеми висвітлення корупції в умовах воєнного стану.

Застосовані методи відображають подвійний характер дослідження: з одного боку — теоретичну частину, що стосується аналізу сучасних медіа та їхніх функцій; з іншого — практичну реалізацію, яка полягає у створенні та оцінці власного інформаційного продукту в соціальній мережі Instagram.

Теоретико-аналітичні методи

1. Аналіз і узагальнення наукових джерел

Дозволив сформувати теоретичну базу дослідження, зокрема щодо термінів «корупція», «громадянська журналістика», «медіаактивізм», «воєнна журналістика». Здійснено огляд нормативно-правових актів України та ЄС щодо прозорості публічних фінансів. Джерельна база включала наукові статті, публікації міжнародних організацій, звіти незалежних медіааналітичних інституцій.

2. Контент-аналіз медіа

Метод кількісного й якісного вивчення інформаційного поля. У роботі застосовано контент-аналіз до:

- публікацій онлайн-ЗМІ щодо антикорупційних скандалів 2022–2024 років;
- дописів та сторіз у соціальних мережах, що стосуються теми корупції під час війни;
- реакцій аудиторії (коментарі, репости, згадки, охоплення).

Такий аналіз дозволив виокремити типові наративи, жанри (розслідування, аналітика, емоційна думка), способи візуалізації теми корупції та порівняти тональність у традиційних медіа і соцмережах [1].

3. Медіааналітика

Використано для оцінки ефективності подачі матеріалів у соціальних мережах. Методи включають:

- аналіз статистики переглядів, вподобань, охоплення;
- вивчення популярних форматів (сторіз, reels, інфографіка);
- визначення ключових тем, що викликають найбільшу залученість.

Аналіз медіааналітики дозволив обґрунтувати вибір саме Instagram як платформи для реалізації антикорупційного проєкту.

Практичні методи журналістського пошуку

4. Метод кейс-стаді (case study)

Застосовано для глибокого аналізу окремих корупційних кейсів, що стали предметом публікацій у ЗМІ (наприклад, справи щодо Міноборони, закупівель у МОЗ, ДСНС). Дослідження зосереджене на структурі висвітлення: хронологія, джерела інформації, формат викладення, верифікація, подальша реакція влади.

5. Журналістське інтерв'ю

Метод передбачав збирання думок експертів (за умови практичної реалізації): журналістів-розслідувачів, представників ГО, співробітників антикорупційних органів. Інтерв'ю дозволяє глибше зрозуміти логіку висвітлення теми у кризовий період, а також виявити виклики, з якими стикається журналіст у польових умовах.

Творчі та соціокомунікаційні методи

6. Метод соціологічного опитування (анкетування)

За потреби — може бути використаний для визначення рівня обізнаності студентської аудиторії щодо фактів корупції, а також вивчення того, як молодь сприймає антикорупційні повідомлення в соціальних мережах.

7. Креативні методи сторітелінгу та візуалізації

Реалізовані в процесі підготовки контенту для Instagram-сторінки проєкту «Ні — корупції». Застосовано принципи:

- візуальної простоти (статичні й анімовані картки з ключовими фактами);
- доказового сторітелінгу (короткі історії, що базуються на фактах);
- емпатійної подачі (використання соціально-значущих меседжів без радикалізму);
- інтерактивності (опитування, заклики до дії, формати «розберемо разом»).

8. SMM-моделювання

Застосовується для вибору стратегій просування контенту. У межах проєкту продумано хештеги, частоту публікацій, візуальний стиль акаунту, механізми залучення підписників через актуальні теми і гнучкий *tone of voice*.

Висвітлення корупції та зловживань у медіа під час воєнного стану є не лише етичним, а й стратегічно необхідним кроком для збереження довіри суспільства, ефективного функціонування держави та дотримання демократичних стандартів. У першому розділі було обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету та завдання дослідження, а також окреслено міждисциплінарний комплекс методів, що забезпечують як глибину теоретичного аналізу, так і практичну реалізацію медіапроєкту «Ні — корупції».

РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЕКТУ «НІ - КОРУПЦІЇ»

2.1. Теоретико-методологічні засади

У сучасному інформаційному суспільстві медіа виступають не лише каналами передачі повідомлень, а й активними суб'єктами впливу на суспільну думку, громадську мобілізацію та процеси формування колективної свідомості. Особливої актуальності ці процеси набувають у кризових умовах — таких як повномасштабна війна, що ведеться Російською Федерацією проти України. У таких обставинах важливим стає не лише поширення правдивої інформації, а й реалізація механізмів громадського контролю, зокрема у сфері протидії корупції, яка послаблює обороноздатність країни, підірвує довіру до влади та шкодить міжнародному іміджу держави.

Одним із інструментів реалізації громадської ініціативи стало створення спеціалізованих медіапроектів, спрямованих на викриття корупційних схем, формування антикорупційної культури та мотивацію громадян до активної участі в процесах суспільного нагляду. Instagram-проект «Ні – корупції», що є предметом даного дослідження, являє собою приклад цілеспрямованої цифрової комунікації, яка поєднує елементи інформаційної кампанії, медіаактивізму та громадянської журналістики. Його реалізація базується на низці теоретико-методологічних підходів, які будуть розглянуті нижче.

Перш за все, проєкт спирається на теорію порядку денного (agenda-setting theory), розроблену М. Маккомбсом і Д. Шоу, згідно з якою медіа мають здатність не стільки формувати думки, скільки визначати важливість тих чи інших тем у суспільному дискурсі. Це особливо важливо в умовах війни, коли державні та незалежні медіа змушені балансувати між висвітленням зовнішньої загрози та внутрішніх викликів, таких як корупція, неефективне управління чи зловживання владою.

Медіапроект «Ні – корупції» функціонує в рамках цього підходу, оскільки систематично акцентує увагу на випадках корупційних дій, надаючи їм значущості та видимості у публічному просторі. Таким чином, Instagram-

акаунт не просто інформує про події, а й впливає на пріоритетність тем у свідомості громадян, формуючи нову «ієрархію важливості» в умовах обмеженого інформаційного ресурсу.

Паралельно використовується теорія фреймінгу (framing theory), що полягає у конструюванні повідомлень так, аби вони відповідали певним інтерпретаційним рамкам, у межах яких аудиторія сприймає зміст. У контексті проєкту це реалізується через стратегічний добір слів, образів, візуальних акцентів та навіть колірної гами, які викликають у глядача чітку емоційну та когнітивну реакцію: обурення, солідарність, бажання протидіяти.

З методологічного погляду проєкт також опирається на теорію публічної сфери Ю. Габермаса, відповідно до якої існує простір суспільного обговорення, у якому громадяни можуть обмінюватися думками, висловлювати позицію і здійснювати контроль над діями влади. Сучасні соціальні медіа, зокрема Instagram, функціонують як інструмент такої публічної сфери, надаючи користувачам змогу комунікувати, поширювати свідчення зловживань, ділитися інформацією та долучатися до обговорення суспільно значущих тем.

Проєкт «Ні – корупції» інтегрує підходи медіаактивізму, який у сучасній науковій парадигмі визначається як форма цифрової громадянської дії, спрямованої на порушення суспільно важливих тем за межами традиційних інституцій масової інформації. За визначенням Дж. Кастелса, медіаактивізм – це «використання цифрових платформ для організації, висвітлення та мобілізації» з метою захисту суспільного інтересу. У цьому сенсі проєкт позиціонує себе не лише як інформативний ресурс, а й як інструмент мобілізації громадської уваги.

Особливість медіаактивізму полягає в тому, що він не прагне до нейтральності: його основа – емоційно забарвлений контент, відкриті оцінки та орієнтація на вплив. У випадку з Instagram-акаунтом @ni_koruptsii це виражається у формулюванні постів, де замість абстрактного опису ситуації автор подає її з громадянської позиції, закликаючи до дії або емоційного

реагування. Це не суперечить журналістським стандартам, оскільки проєкт не є ЗМІ в юридичному сенсі, однак несе у собі соціальну функцію медіа: поширення правдивої, суспільно значущої інформації, орієнтованої на результат.

Важливу роль відіграє й візуальна риторика, яка є ключовою у медіапроєктах Instagram-формату. Через обрані зображення, композиції, кольори і типографіку автор передає не лише інформацію, а й настрій, ставлення та контекст. Це дозволяє проєкту долати межі звичайної новинної стрічки і формувати цілісну естетичну та ідеологічну платформу протидії зловживанням.

Окремо варто проаналізувати цільову аудиторію Instagram-проєкту. Вона визначається за демографічними, поведінковими та соціопсихологічними параметрами.

Основу становлять:

- молодь віком 18–30 років, здебільшого мешканці міст (особливо обласних центрів);
- активні користувачі соціальних мереж, зокрема Instagram (до 2024 року понад 70% молоді в Україні використовували Instagram щодня);
- освічені громадяни, часто залучені до волонтерської, громадської, правозахисної діяльності;
- представники ЗМІ, студенти, молоді працівники органів місцевого самоврядування, активісти.

Повномасштабна війна значно трансформувала інформаційні запити суспільства. Якщо у довоєнний період питання корупції часто сприймалося як хронічна, проте «нормалізована» проблема, то сьогодні – це один із тригерів суспільного обурення, що викликає не лише зниження довіри до інституцій, а й потребу в дії. У цьому контексті проєкт формує власну комунікаційну стратегію, орієнтовану на такі ключові аспекти:

- Простота і зрозумілість. Тексти постів та сторіс подаються у доступній формі без надмірної термінології, з чіткою структурою та акцентами.
- Візуальна виразність. Кожен матеріал оформлюється із дотриманням айдентики, що підвищує впізнаваність і довіру.
- Емоційна залученість. Формат «реальних історій», пряме звернення до користувача, використання риторичних питань та звернень сприяють включенню аудиторії у процес.
- Мобілізаційні заклики. Багато матеріалів завершуються прямим закликом («Повідом про випадок», «Збережи, щоб не забути», «Поділись з тими, кому важливо» тощо), що стимулює взаємодію.

Це дозволяє проекту не просто досягати охоплень, а будувати активну цифрову спільноту, яка розпізнає себе у тематичному контенті.

2.2. Структура і рубрикація медіапроєкту

У межах реалізації Instagram-проєкту «Ні – корупції» (@ni_koruptsii) ключовим етапом стало формування функціональної моделі акаунта, що дозволяє систематизовано, послідовно та ефективно доносити контент до цільової аудиторії. Архітектура акаунта в Instagram передбачає не лише візуальне оформлення профілю, а й внутрішню логіку подання контенту, яка повинна відповідати інформаційним потребам, формату споживання візуального контенту в соціальних мережах і алгоритмам платформи.

Однією з головних особливостей Instagram як комунікаційного середовища є високий рівень фрагментації інформації. Користувачі, як правило, не споживають контент в хронологічному порядку, а знайомляться з окремими одиницями – постами, сторіс, рілсами – у довільному режимі. У зв'язку з цим структуру акаунта проєкту було сформовано за принципами **контентної модульності та функціональної класифікації**, що дозволяє забезпечити стійку навігацію та доступність інформації.

Головна сторінка акаунта @ni_koruptsii оформлена у лаконічному, але впізнаваному стилі. В шапці профілю розміщено:

- назву сторінки: *Ні – корупції* (великі літери, без додаткових символів);
- короткий опис: *Викриваємо, пояснюємо, діємо. Проти корупції у тилу та на фронті.*;
- гіперпосилання на форму для повідомлення про корупцію (Google Form або інший сервіс);
- актуальні хештеги, які використовуються для тематичних пошуків (#нікорупції #антикорупція #воєннийстан).

Фото профілю — контрастний графічний знак із чітким меседжем: червоне коло з білим написом «НІ корупції» розміщено на темному фоні. Такий візуалізований символ протесту одразу привертає увагу завдяки яскравій палітрі (поєднання червоного, білого й чорного) та сміливому шрифту. Колористика апелює до терміновості, небезпеки та рішучості, підкреслюючи непримиренну позицію до корупційних проявів. Стиль — максимально лаконічний і прямолінійний, орієнтований на швидке зчитування і впізнаваність у соцмережах.

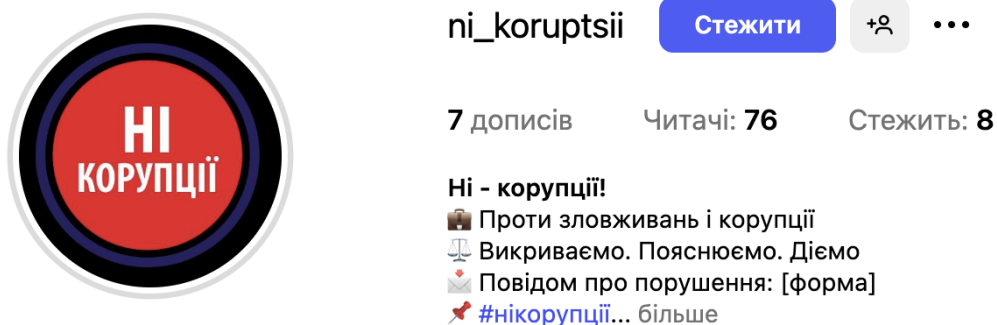


Рис 2.1. Головна сторінка акаунта @ni_koruptsii

Інтерфейс профілю містить кілька закріплених сторіс (Highlights), кожна з яких відповідає ключовій рубриці проєкту.

Внутрішня структура контенту побудована на основі рубрикації, яка забезпечує тематичну організацію матеріалів та дозволяє ефективно охоплювати різні аспекти проблематики корупції. На момент запуску сторінки було впроваджено чотири ключові рубрики:

1. **#Викриття** — основна рубрика, в межах якої публікуються інформаційні дописи про реальні випадки корупційних зловживань. Вона охоплює як масштабні кейси, що стали відомі через журналістські розслідування, так і менш публічні, але не менш важливі порушення, про які повідомляють громадяни. У цій рубриці важлива динаміка оновлення та актуальність. Пости формуються з чітким зазначенням: «ХТО», «ЩО», «КОЛИ», «ДЖЕРЕЛО» (із посиланням на документ чи матеріал).

2. **#Пояснюємо** — аналітична рубрика, присвячена спрощеному тлумаченню складних юридичних, процедурних чи етичних моментів. Тут користувачі знайомляться з алгоритмами: як повідомити про злочин, як правильно фіксувати факт корупції, що таке конфлікт інтересів, як виглядає законний тендер тощо. Усі дописи структуровані в інфографіки, списки, короткі текстові блоки.

3. **#РеальніІсторії** — наративна рубрика, яка включає персональні свідчення про корупцію. Це може бути як досвід постраждалих, так і історії успішного спротиву — громадян, які змогли завадити порушенням. Структура постів передбачає оповідальний стиль, цитати та фотографії героїв (за їхньої згоди або з анонімізацією).

4. **#ЗнайСвоїПрава** — рубрика-порадник, яка публікує покрокові інструкції: як діяти у випадку вимагання хабара, як поводитися при контакті з посадовцем, як фіксувати порушення тощо. Її мета — створити у підписника відчуття озброєності знаннями. Пости короткі, лаконічні, з яскравими візуальними наголосами.

У кожному дописі в описі додається назва рубрики, хештеги, а також унікальний візуальний шаблон (колір рамки, іконка рубрики), що дозволяє миттєво ідентифікувати належність поста до рубрики

Одним із ключових чинників ефективної роботи медіапроекту в Instagram є передбачувана і впізнавана структура контенту. У проєкті «Ні – корупції» впроваджено контент-план на 7 днів, який базується на чергуванні основних і допоміжних рубрик. Це дозволяє уникнути перевантаження профілю однотипною інформацією та забезпечує постійний інтерес підписників.

Таблиця 2.1- Орієнтовна сітка публікацій

День	Рубрика	Формат
Понеділок	#ФактДня або #Фейкньюз	Пост (1 слайд + підпис)
Вівторок	#Викриття	Пост (карусель або Reels)
Середа	#ТвоєЗапитання (сторіс)	Сторіс із реакціями
Четвер	#Пояснюємо	Пост (інфографіка або чек-лист)
П'ятниця	#РеальніІсторії	Пост (цитата + зображення)
Субота	#ФактДня + Stories	Пост + динамічний формат
Неділя	#АнтикорупційнийДайджест	Карусель або підбірка новин

Цей цикл гнучкий і може коригуватись відповідно до актуальних подій. Наприклад, якщо в медіаполі з'являється гучна корупційна справа, команда може змістити черговість публікацій, щоб першочергово висвітлити важливу тему.

Контент готується за принципом *готових шаблонів*: для кожної рубрики створюється 3–4 стандартних графічних заготовки (у Canva або Figma), в які підставляється новий текст і візуальний матеріал. Це дозволяє створювати публікації оперативно — у межах 30–60 хвилин.

Закріплені історії (Highlights) виконують функцію навігаційного меню акаунта. Кожен Highlight відповідає певній рубриці або функціональному напрямку, зокрема:

- «Викриття» – короткі візуальні зведення з основними кейсами.
- «Пояснення» – добірка сторіс з інфографікою, як діяти у конкретних ситуаціях.
- «Історії» – особисті свідчення користувачів, надіслані в дірект або залишені через форму.

- «Ваші відповіді» – добірка реакцій аудиторії на опитування та інтерактив.
- «Фейкньюз» – приклади розвінчання дезінформації.
- «Зворотний зв'язок» – інструкція: як подати скаргу, куди звертатися, як повідомити адміністратору про порушення.

Кожен Highlight має графічно уніфіковану обкладинку — просту піктограму на темному фоні з назвою рубрики (наприклад, 🕒 «Викриття», 🕒 «Пояснення» тощо). Це дозволяє навіть новому користувачу одразу зорієнтуватися в акаунті.



Рис.2.2. Стрічка Highlight

Інтерактивність є ключовою особливістю Instagram-формату. Вона реалізується через кілька доступних інструментів:

1. Stories з опитуваннями

За допомогою стікерів «Опитування», «Тест» або «Повзунок емоцій» команда сторінки щотижня ставить прості питання:

- «Чи стикались із вимогою хабара?» (Так / Ні)
- «Як реагували на спробу зловживання?» (Промовчав / Повідомив / Не знав, що робити)
- «Оцініть рівень корупції у вашій сфері» (повзунок)

Результати таких опитувань:

- дозволяють зібрати зворотний зв'язок;
- стають підставою для окремих постів (#ТвоєЗапитання);
- архівуються в Highlights як «Інтерактив».

2. Коментарі під постами

В усіх публікаціях передбачено відкриті питання до аудиторії наприкінці тексту. Наприклад:

- «А ви вважаєте це порушенням?»
- «Поділіться схожими прикладами у коментарях».

Коментарі модеруються, а цінні відгуки можуть перетворюватися на окремі історії чи цитати у сторіс (з дозволу автора або в анонімній формі).

3. Форма «Повідомити про порушення»

У шапці профілю закріплено посилання на Google Form з анонімною анкетною, яка дозволяє:

- описати факт зловживання;
- додати фото/відео/документи;
- вказати, чи можна публікувати.

Ці повідомлення переглядаються адміністрацією, і з дозволу інформатора створюється допис у рубриці #РеальніІсторії або #Викриття.

Таблиця 2.2 - Контент-план на перші 7 днів функціонування акаунта

День	Назва публікації	Формат	Рубрика	Короткий опис	Комунікацій на мета
День 1	Привітальний пост «Хто ми?»	Пост (1 зображення + текст)	(загальний)	Представлення сторінки, її місії та цілей.	Ознайомлення з проєктом, формування першого враження.
День 2	«Що таке адміністративна корупція?»	Пост (інфографіка)	#Пояснюємо	Просте пояснення типів корупції на прикладах.	Просвітницька функція, пояснення ключових термінів.
День 3	«Чи вважаєш це хабарем?»	Сторіс з опитуванням	#ТвоєЗапитання	Питання з варіантами відповідей і реакцій.	Активізація аудиторії, перший контакт через інтерактив.
День 4	«Купівля довідки для перетину кордону – це злочин»	Пост (карусель 3 слайди)	#Викриття	Конкретний приклад із джерел: як, де і чому карається.	Демонстрація реальних ситуацій, привернення уваги.
День 5	«Я відмовився дати хабар: особиста історія»	Пост (цитата + фото/графіка)	#РеальніІсторії	Анонімна історія людини, яка відстояла позицію.	Емоційне залучення, приклад успішної протидії.

День 6	«Фейк: під час війни корупція не головне»	Пост (2 слайди)	#Фейкньюз	Спростування фальшивої тези, аргументовано.	Боротьба з дезінформацією, підвищення медіаграмотності.
День 7	«Огляд тижня: що сталося в Україні»	Карусель (5 слайдів)	#АнтикорупційнийДайджест	Збірка новин, даних, коментарів за тиждень.	Завершення тижня, узагальнення і закріплення довіри.

2.3. Контент та засоби виразності

Контент проєкту «Ні – корупції» у форматі Instagram поєднує інформативність, емоційність та візуальну привабливість. Він створюється з урахуванням специфіки платформи, алгоритмів ранжування публікацій, а також очікувань цільової аудиторії — активних, медіаграмотних громадян.

У проєкті застосовуються три головні формати: пости, сторіс та рілси. Вони відрізняються як за тривалістю взаємодії, так і за стилем подачі.

1. Пости у стрічці (Feed) — основний формат інформування. Для рубрик #Викриття, #Пояснюємо та #Фейкньюз використовуються шаблони: одиночне зображення (факт або цитата), або карусель (інструкція, пояснення, дайджест). Створюються в Canva або Photoshop, формат 1080×1080 px.

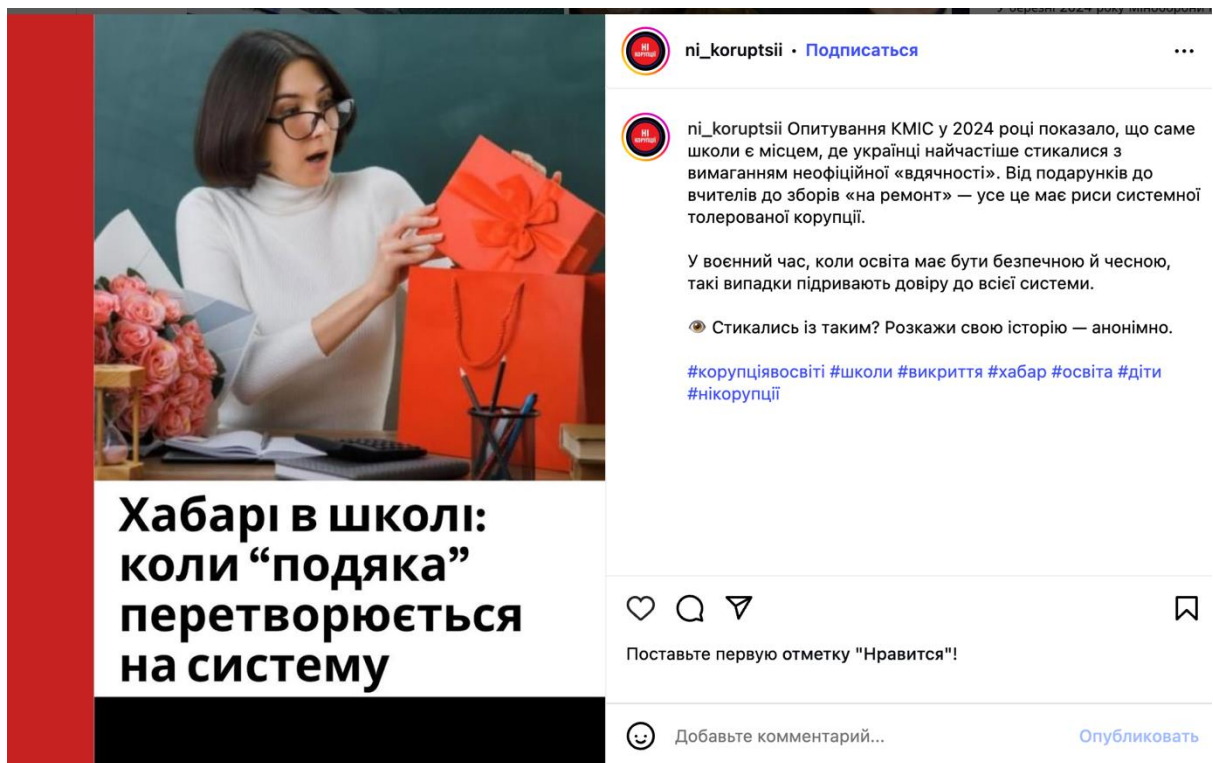


Рис.2.3 . Пост: «Харабі в школі»

2. Stories — оперативний, динамічний формат для залучення. Застосовуються опитування, слайди з короткими фактами, відповіді підписників. Публікуються щодня, створюються за 10–15 хвилин. Важливим елементом є стікери взаємодії: опитування, тест, «постав запитання».

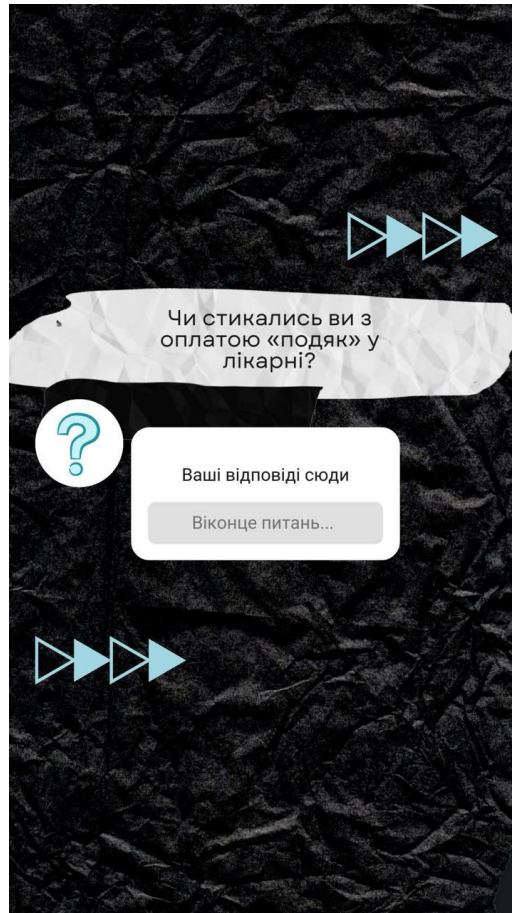


Рис 2.4. Опитування: Медицина і хабарі

3. Reels — короткі відео до 60 секунд. Використовуються для пояснень або емоційного впливу. Створюються в CapCut або InShot з використанням шаблонів, субтитрів, музики без авторських прав.

Контент має єдину візуальну айдентику:

- фірмові кольори: темно-синій, жовтий, білий;
- типові іконки: гучномовець (викриття), знак питання (пояснення), рука (порада);
- підписи лаконічні, емоційно забарвлені, з активним дієсловом на початку («Перевір», «Розпізнай», «Збережи»);
- використання хештегів: #НіКорупції, #антикорупція, #фактдня.

Усі дописи завершуються запитанням або закликом до дії (СТА): «Поділися цією інформацією», «Напиши свою історію», «Збережи, щоб не забути».

Контент Instagram-акаунта @ni_koruptsii базується на поєднанні простоти, оперативності та візуальної послідовності. Його формат дозволяє щодня створювати 1–2 одиниці контенту без великих ресурсів, але з чіткою метою — інформувати, пояснювати, мобілізувати.

2.4. Технічні й програмні засоби

Створення та підтримка функціонування Instagram-проєкту «Ні – корупції» передбачає використання базового набору цифрових інструментів, що забезпечують оперативне виробництво, візуальну якість і регулярність публікацій. Оскільки сторінка адмініструється без участі великої команди, було обрано доступні, безкоштовні або умовно безкоштовні сервіси, які не потребують професійних навичок, але дозволяють забезпечити повний цикл контентного супроводу.

Canva (<https://www.canva.com/>) — основний інструмент для дизайну постів, сторіс та обкладинок Highlights. Завдяки наявності шаблонів, автоматичній адаптації форматів (1080×1080, 1080×1920) та вбудованій бібліотеці іконок, сервіс дозволяє швидко створювати візуально уніфікований контент у фірмових кольорах проєкту. Canva також дає змогу створити *брендовий набір*, що включає палітру, логотип і шрифти.

У складніших випадках (наприклад, редагування фотографій з кейсів чи додавання елементів інфографіки) використовується Adobe Photoshop Express або Photopea (онлайн-аналог Photoshop).



Рис. 2.5. Приклад шаблону поста, створеного в Canva

Для монтажу Reels використовується:

- CapCut — мобільний застосунок, який дозволяє швидко створити відео з титрами, переходами та музикою без авторських прав;
- InShot — альтернатива CapCut, зручна для склеювання кількох відеофрагментів або створення заставок;
- YouCut — для стиснення відео та адаптації формату під Instagram. Музичний супровід береться із внутрішньої бібліотеки Instagram або з безкоштовних ресурсів (наприклад, YouTube Audio Library).

Для зручного планування та відстеження публікацій застосовується:

– Meta Business Suite — офіційна платформа від Meta, яка дозволяє створювати пости, сторіс, рілси наперед, а також бачити базову статистику (охоплення, вподобання, взаємодії);

– Notion або Trello — для побудови редакційного календаря та рубрикації запланованих тем (із зазначенням дати, формату, відповідального).

Це дає змогу вести контент-план на 7–14 днів уперед і забезпечувати стабільність у публікаціях, навіть при змінних умовах.

Для аналізу ефективності проєкту використовуються:

- Instagram Insights — вбудована аналітика Instagram, що показує охоплення, взаємодії, демографічні характеристики аудиторії;
- Google Forms — для збору зворотного зв'язку від підписників (наприклад, подання історій, повідомлень про зловживання, оцінювання контенту);
- Google Analytics — для відстеження переходів із профілю на зовнішні платформи (наприклад, сторінку збору свідчень або сайт-партнер).

Дані аналітики враховуються при корекції контент-плану, зміні візуальних шаблонів або способів взаємодії з підписниками.

Усі технічні інструменти, задіяні у проєкті «Ні – корупції», є безкоштовними або мають базову безкоштовну версію, придатну для якісного ведення медіасторінки. Поєднання простих рішень (Canva, CapCut, Meta Suite) дозволяє створювати професійно виглядуючий контент без витрат, що є критично важливим для волонтерських і громадських ініціатив.

ВИСНОВКИ

Instagram-проект «Ні – корупції» був створений як приклад сучасної громадської медіаініціативи, що реалізується в умовах підвищеної суспільної напруги та воєнного стану. Його концепція базується на ідеї прямого цифрового діалогу між громадянами та суспільно важливою темою – корупційними зловживаннями. Через інструменти соціальних мереж проект транслює не лише факти, а й цінності: прозорість, справедливість, відповідальність, нетерпимість до зловживань владою. У процесі реалізації було створено ефективну платформу для поширення інформації, обговорення актуальних проблем і мобілізації громадського контролю.

Ключовим результатом стало формування цілісної візуальної та змістової стратегії, адаптованої до формату Instagram. Кожен елемент — від кольорової гами й типографіки до рубрикації та стилю публікацій — був розроблений із урахуванням потреб аудиторії та стандартів споживання цифрового контенту. Це дозволило досягти балансу між емоційним впливом і фактологічною насиченістю, що є визначальною рисою ефективної цифрової комунікації у соціальних мережах.

Проект орієнтований на молоду, активну аудиторію, яка не лише споживає інформацію, а й прагне впливати на суспільні процеси. Через це важливу роль відіграють інтерактивні формати: опитування, рілси, коментарі, залучення користувачів до розповіді особистих історій. Такий підхід дозволяє не лише підтримувати постійний зв'язок з аудиторією, а й створювати ефект цифрової спільноти, де кожен користувач почувається залученим до ширшого процесу — боротьби за справедливість.

Окрему увагу було приділено вибору інструментів створення та керування контентом. Застосування безкоштовних і зручних сервісів, таких як Canva, CapCut, Meta Business Suite, дало змогу забезпечити стабільну роботу акаунта без залучення значних технічних ресурсів. Це підтверджує, що сучасні цифрові платформи можуть ефективно використовуватись навіть малими

командами або окремими активістами для досягнення реального суспільного впливу.

Структура публікацій, логіка рубрик, регулярність оновлення та візуальна впізнаваність створюють сталий інфокомунікаційний простір, у межах якого відбувається не просто передача знань, а формування ставлення до теми корупції як неприйнятного соціального явища. Сторінка виступає не як архів повідомлень, а як жива комунікативна платформа, здатна реагувати на актуальні події, підтримувати суспільну емоцію та сприяти солідарності навколо важливої проблематики.

Таким чином, реалізований проєкт «Ні – корупції» демонструє потенціал цифрових медіа у формуванні відповідального громадянського середовища. Він доводить, що системна інформаційна діяльність, навіть у мінімалістичному форматі соціальної мережі, може справляти відчутний вплив на громадську думку, сприяти просвітництву та активізувати соціальну дію. У контексті сучасної України така ініціатива є не лише доречною, а й критично необхідною складовою інформаційного фронту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Transparency International Ukraine. Медіа у антикорупційній боротьбі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ti-ukraine.org/news/media-v-antykoruptsiinii-borotbi/> (дата звернення: 20.05.2025).
2. Корупція через фільтр ЗМІ: в Україні представили дослідження про те, як медіа та соцмережі висвітлюють корупційні теми [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 17.08.2023. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/215710/> (дата звернення: 20.05.2025).
3. Український кризовий медіа-центр. Медіа як інструмент контролю за державою у період надзвичайного стану [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу: <https://uacrisis.org/uk/media-as-control> (дата звернення: 20.05.2025).
4. VoxUkraine. Роль Instagram у просуванні соціальних ініціатив: кейс «Чорної п'ятниці» та кампанії #SaveDonbass [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу: <https://voxukraine.org> (дата звернення: 20.05.2025).
5. Institute for War and Peace Reporting. Supporting citizen journalism in wartime: global case studies. – London: IWPR, 2022. – 28 р.
6. Internews Ukraine. Журналістика в часи війни: професійні стандарти, виклики та безпека [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу: <https://internews.ua/standards-in-war/> (дата звернення: 20.05.2025).
7. Transparency International EU. Ukraine's progress on anti-corruption reforms: briefing note for EU institutions. – Brussels, 2024. – 12 р. – Режим доступу: <https://transparency.eu/ukraine-briefing> (дата звернення: 20.05.2025).
8. Індекс сприйняття корупції 2023 року: Україна знову покращила показники [Електронний ресурс] // Transparency International Україна. – 30.01.2024. – Режим доступу: <https://ti-ukraine.org/news/cpi-2023/> (дата звернення: 20.05.2025).
9. European Commission. Ukraine 2023 Progress Report: Enlargement Package [Електронний ресурс]. – Brussels: EU Publications Office, 2023. – Режим доступу: <https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu> (дата звернення: 20.05.2025).
10. European Parliament. Resolution of 15 March 2023 on the fight against corruption in the EU and Ukraine. – Official Journal of the EU, 2023/C 131/09. – Режим доступу: <https://eur-lex.europa.eu> (дата звернення: 20.05.2025).
11. Constructive Institute. Constructive Journalism: how solutions-oriented reporting strengthens democracies. – Aarhus: CI, 2022. – 35 р. – Режим доступу: <https://constructiveinstitute.org> (дата звернення: 20.05.2025).

12. Мельник Т. І. Соціальна психологія масової комунікації : навч. посіб. / Т. І. Мельник. – Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2020. – 234 с.