СХВАЛЕНО
розпорядженням Кабінету Міністрів України
від 2025 р. № -р

СТРАТЕГІЯ
комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції на 2026-2030 роки

Опис проблем, які обумовили прийняття Стратегії, і нормативно-правових актів, що діють у відповідній сфері

Ефективна протидія і запобігання корупції залишається одним із пріоритетів та водночас викликів державної політики в Україні. Стан реалізації антикорупційних заходів у ключових сферах суспільного життя істотно впливає на забезпечення стійкості та інституційної спроможності держави, її обороноздатності та економічного потенціалу, а також збереження міжнародної підтримки та успішної євроінтеграції України.

Корупція у суспільному сприйнятті залишається пріоритетною проблемою, що поступається лише питанням національної безпеки. Згідно з даними соціологічного дослідження, проведеного у 2024 році соціологічною компанією Info Sapiens “Корупція в Україні 2024: розуміння, сприйняття, поширеність” (далі — дослідження “Корупція в Україні 2024”), 79,4 відсотка населення вважають корупцію другою за важливістю проблемою в країні після повномасштабної російської агресії.

Саме негативна оцінка ефективності дій влади у сфері боротьби з корупцією (82 відсотка опитаних оцінили такі дії негативно згідно з результатами опитування соціологічної служби Центру Разумкова, проведеного у 2024 році в межах Програми сприяння громадській активності «Долучайся!») найбільш істотно впливає на переконаність відносної більшості громадян (47 відсотків) в неправильності розвитку подій в Україні.

З 2022 року зростає переконаність громадян у збільшенні рівня корупції в країні. В перший рік повномасштабного вторгнення 29,2 відсотка населення вважали, що рівень корупції зріс протягом останнього року, у 2023 році – 61,2 відсотка, у 2024 році – 69,1 відсотка (дослідження «Корупція в Україні 2024»).

Сприйняття рівня поширеності корупції серед громадян залишається надзвичайно високим: 91,4 відсотка вважають, що корупція є дещо або дуже поширеною. Відсоток громадян, які сприймають проблему як дуже поширену у 2024 році досягнув максимального з 2021 року показника - 61,2відсотка (дослідження “Корупція в Україні 2024”).

В «Індексі сприйняття корупції» від міжнародної організації Transparency International Україна у 2024 році отримала 35 зі 100 можливих балів (-1 бал у порівнянні з 2023 роком), посівши в рейтингу 105 місце серед 180 країн світу. Аналогічний показник має Сербія, близькі бали (36 та 34) – Домініканська Республіка, Алжир, Бразилія, Непал, Нігер, Таїланд і Туреччина.

Найбільш пріоритетним для населення залишається очищення від корупції судової системи (47 відсотків), митниці (34,2 відсотка), інших правоохоронних органів (31,9 відсотка), державної та комунальної медицини (28,7 відсотка). Для бізнесу – митниці (60,1 відсотка), публічних закупівель робіт і послуг з будівництва, ремонту та утримання автомобільних доріг (32,3 відсотка), судової системи (31,1 відсотка), публічних закупівель робіт і послуг з реалізації інших великих інфраструктурних проектів (21,3 відсотка) (дослідження "Корупція в Україні 2024").

Відповідальними за подолання корупції громадяни вважають центральні органи влади поряд зі спеціалізованими інституціями. 56,5 відсотка респондентів покладають відповідальність на Президента України та Офіс Президента України, 39,6 відсотка - на Верховну Раду України, 28,5 відсотка - на Національне антикорупційне бюро України (далі – НАБУ), 22,8 відсотка - на Кабінет Міністрів України (далі – КМУ), міністерства та інші центральні органи виконавчої влади, 22,3 відсотка - на Національне агентство з питань запобігання корупції (далі – Національне агентство) 15,7 відсотка - на Службу безпеки України (далі – СБУ), 12,5 відсотка - на Державне бюро розслідувань (далі – ДБР), 11,8 відсотка - на Вищий антикорупційний суд (далі – ВАКС) та 11,6 відсотка - на Спеціалізовану антикорупційну прокуратуру (далі – САП). У 2024 році кожна відповідальна за антикорупційну діяльність інституція отримала гіршу оцінку ефективності від населення, ніж у 2023 році (дослідження "Корупція в Україні 2024").

Попри високий рівень стурбованості проблемою корупції та переконаність у її поширеності, громадяни не завжди здатні розрізнити корупційні прояви від інших порушень та форм недоброчесної поведінки. Значний відсоток опитаних – від 18,6 відсотка до 69,9 відсотка залежно від конкретної змодельованої ситуації - вважає корупцією випадки, які не є корупційними згідно із законодавством. Хоча у порівнянні з попередніми періодами спостерігається позитивна динаміка, тобто широка громадськість краще орієнтується в розрізненні корупційних та некорупційних ситуацій (дослідження "Корупція в Україні 2024").

Незважаючи на погіршення оцінок ефективності державних органів у протидії корупції, лише 8,7 відсотка громадян достатньо добре обізнані з діяльністю НАБУ та ДБР, 7,6 відсотка - НАЗК, 6,7 відсотка - ВАКС та 6,3 відсотка - з діяльністю САП.

Такі дані вказують на необхідність продовження системних і масштабних комунікаційних кампаній для підвищення рівня обізнаності населення щодо корупційних проявів та компетенції відповідних державних органів.

В контексті формування сприйняття теми корупції важливе значення має характер висвітлення цієї проблеми в медіа. За результатами медіамоніторингу інформаційного простору у жовтні-грудні 2024 року, проведеного компанією «Центр контент аналізу», 39 відсотків повідомлень про корупцію в онлайн-медіа та 61 відсоток повідомлень в українському сегменті соціальних мереж містили переважно оціночні та експресивні судження без фактів та конкретизації. При цьому для 86 відсотків громадян соцмережі стали основним джерелом інформації, для 37 відсотків з них – єдиним джерелом отримання новин (дані з «Дослідження медіа: споживання новин і довіра у 2025 році», проведеного компанією «Інтерньюз-Україна» у липні-серні 2025 року). Ключовою темою комунікації були заходи викриття корупції та притягнення до відповідальності за корупційні порушення, тоді як частка повідомлень на тему запобігання корупції (реалізація антикорупційної політики, цифровізація, дерегуляція, розвиток відкритих даних, тощо) коливалася переважно в межах 1-4 відсотка.

Ухвалення нормативно-правових актів з метою формування та реалізації державної інформаційної політики у сфері запобігання та протидії корупції сприятиме вирішенню вказаних проблем.

У середньостроковій перспективі реалізація Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції на 2026-2030 роки (далі – Стратегія комунікацій) дозволить продовжити та вдосконалити зусилля органів державної влади й організацій громадянського суспільства з формування збалансованої комунікації щодо проблеми корупції, популяризації альтернатив корупційним практикам та культури повідомлень про корупцію з метою поступової зміни моделей поведінки громадян та зменшення рівня особистого корупційного досвіду населення і бізнесу.

Аналіз поточного стану справ, тенденції та обґрунтування щодо необхідності розв’язання виявлених проблем

Поширеність корупції практично в кожній сфері суспільних відносин вимагає комплексної державної антикорупційної політики та скоординованих комунікаційних зусиль для її послідовного й об’єктивного висвітлення.

23 серпня 2017 року Кабінет Міністрів України своїм розпорядженням № 576-р (Офіційний вісник України, 2017 р., № 71, ст. 2170) схвалив Стратегію комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції (далі –

Стратегія). Метою документа було створення та розбудова системи антикорупційних комунікацій.

Основні цілі Стратегії передбачали розвиток сфери антикорупційних комунікацій на період до 2020 року, зокрема формування довіри до державної антикорупційної політики, координацію дій органів державної влади та інших учасників антикорупційних комунікацій, формування «нульової толерантності» до корупції в суспільстві.

Повністю реалізувати зазначені цілі Стратегії не вдалося у зв'язку з тривалим процесом формування антикорупційної інфраструктури протягом 2014-2019 років, відсутністю законодавчої основи у вигляді Антикорупційної стратегії на відповідний період та відсутністю синхронізації комунікаційних заходів з фактичними кроками державної антикорупційної політики.

Наступну Стратегію комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції на період до 2025 року (далі — Комунікаційна стратегія), розроблену на основі положень Антикорупційної стратегії на 2021—2025 роки, затвердженої Законом України "Про засади державної антикорупційної політики на 2021—2025 роки", та Державної антикорупційної програми на 2023—2025 роки, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 4 березня 2023 р. № 220 (Офіційний вісник України, 2023 р., № 31, ст. 1685), було схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 22 грудня 2023 року № 1203-р.

Мета Комунікаційної стратегії полягала у зміні суспільно-політичного дискурсу шляхом посилення уваги до питання запобігання та відмови від корупції, формування негативного ставлення громадян до будь-яких корупційних проявів. Для досягнення поставленої мети документ передбачав необхідність реалізації таких стратегічних цілей: 1) підвищення рівня довіри у суспільстві до державних антикорупційних ініціатив та державних органів; 2) зниження рівня толерантності до різних корупційних проявів та популяризація доброчесної поведінки як суспільної норми; 3) створення комунікаційної інфраструктури Державної антикорупційної програми, забезпечення ефективної комунікації її виконавців між собою та із суспільством.

Заходи Комунікаційної стратегії були синхронізовані із заходами Державної антикорупційної програми, а їх реалізація відбувалась на основі даних соціологічних опитувань та аналітичних досліджень, таких як опитування населення і бізнесу про сприйняття, поширеність і досвід корупції, моніторинг інформаційного простору та дослідження дезінформаційних наративів про корупцію в Україні. В межах виконання положень документу протягом 2024-2025 років розроблено та розповсюджено інформаційно-просвітницькі матеріали, проведено публічні заходи та загальнонаціональні інформаційні кампанії, зокрема на теми

викривання корупції, громадського контролю за владою, законних альтернатив існуючим корупційним практикам, нових засад адміністративної процедури, доброчесності на публічній службі, цифрових сервісів як альтернатив корупції, ролі центральних органів виконавчої влади у протидії корупції. Створено комунікаційну інфраструктуру, яка об'єднує понад 100 представників комунікаційних підрозділів державних органів, громадських організацій, креативних комунікаційних агенцій, медіа та просвітницьких проєктів. Протягом періоду виконання Комунікаційної стратегії забезпечено проведення систематичних координаційних зустрічей для обміну інформацією про кращі комунікаційні практики в державному та громадському секторах.

В ході реалізації Комунікаційної стратегії частка громадян, обізнаних про цифрові антикорупційні сервіси, зросла з 29,4 відсотка у 2023 році до 36,1 відсотка у 2024 році. Частка громадян, які повідомили про корупцію органам влади, за рік зросла з 6,5 відсотка до 9,7 відсотка. Відсоток населення, який схвалює діяльність викривачів корупції, збільшився з 67,3 відсотка до 74,3 відсотка. Частка громадян, обізнаних з діяльністю викривачів, зросла з 28,4 відсотка до 32,9 відсотка протягом вказаного періоду (дослідження "Корупція в Україні 2024"). Покращилося також сприйняття боротьби з корупцією: у 2024 році про позитивні зрушення у боротьбі з корупцією заявляли 48 відсотків громадян, тоді як у 2025 році – 56 відсотка. Відповідно частка тих, хто вважає Україну «безнадійно корумпованою» з 47 відсотків до 40 відсотків (опитування, проведене Київським міжнародним інститутом соціології упродовж вересня-жовтня 2025 року).

Водночас імплементація заходів Комунікаційної стратегії виявила низку практичних проблем: нереалістичність суттєвої зміни наративів про корупцію, перенасиченого темою викриття корупції та покарання за корупційні порушення, в напрямі широкого висвітлення превентивних антикорупційних заходів; посилення негативного сприйняття проблеми корупції під впливом тривалої повномасштабної військової агресії та спричинених нею соціально-економічних, демографічних, політичних та ментальних наслідків; високий рівень недовіри до держави як перешкода на шляху увласнення громадянами створених нею правил та пропонованих моделей доброчесної поведінки; завищені очікування суспільства від антикорупційної політики в умовах низької фактичної залученості громадян до антикорупційних ініціатив; дефіцит ресурсів, насамперед матеріально-фінансових, для реалізації масштабних і довготривалих комунікаційних кампаній на антикорупційну тематику.

Попри вказані перешкоди, значення скоординованих державних комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції посилюється в міру зростання ролі антикорупційної політики в умовах продовження повномасштабної війни та активної фази євроінтеграційних процесів. В

межах переговорного процесу з Європейським Союзом антикорупційні ініціативи включені до всіх переговорних розділів, що отримало назву «антикорупційний мейнстримінг». Крім того, Україна взяла зобов'язання виконувати антикорупційні рекомендації низки міжнародних організацій, передусім Організації економічного співробітництва і розвитку (OECD), Групи держав проти корупції (GRECO), Міжнародної групи з протидії відмиванню брудних грошей (FATF), а також рекомендації, зазначені в угодах зі Світовим банком, Міжнародним валютним фондом, тощо.

Аналіз поточної ситуації зі сприйняттям корупції та корупційним досвідом населення, а також врахування досвіду імплементації Комунікаційної стратегії дає змогу виокремити такі тенденції.

1) Високий рівень негативного сприйняття ситуації з корупцією в країні в умовах недостатньої обізнаності населення як про сутність проблеми, так і про реальний стан протидії корупційним проявам, сприяє поглибленню недовіри громадян і бізнесу до держави.

В таких умовах тема корупції найчастіше стає предметом маніпуляцій та дезінформації для культивування розколу в суспільстві, нагнітання негативних настроїв та ворожого ставлення суспільства до державних інституцій та публічних службовців. За результатами дослідження компанії «Osavul» у серпні 2024 року, понад 40 відсотків повідомлень про корупцію та боротьбу з нею у соціальних мережах ідентифіковані як дезінформація.

2) Високий суспільний запит на покарання за корупцію призводить до зростання розчарування антикорупційною реформою в ситуації недостатньо дієвого принципу невідворотності покарання.

Українське суспільство вважає притягнення до кримінальної відповідальності за корупцію одним з найефективніших способів протидії корупційним проявам. Згідно з опитуванням Київського міжнародного інституту соціології, проведеним у січні-лютому 2025 року, справедливим покаранням для корупціонерів, на думку більшості громадян, є 10 років позбавлення волі з конфіскацією майна. Водночас 55 відсотків громадян вимагають якомога швидшого покарання для винних у корупції, навіть якщо при цьому не буде дотримано законності. При цьому середня тривалість кримінального провадження від його відкриття до винесення вироку становить 7 років. Згідно з результатами аналізу судової практики притягнення до відповідальності за корупційні та пов'язані з корупцією порушення, найпоширенішим видом покарання є штраф. У 2024 році до позбавлення волі було засуджено найбільшу частку осіб, але вона становила лише 4 відсотка («Звіт за результатами аналізу судової практики притягнення до відповідальності за корупційні та пов'язані з корупцією кримінальні правопорушення за 2023 рік», підготовлений Національним агентством та громадською організацією «Центр політико-правових рефом»). За даними проєкту «Weekly charts» видання «Економічна правда»,

у 80 відсотках випадків винними визнаються публічні службовці найнижчого рівня, що контрастує із запитом суспільства саме на покарання топпосадовців, - 80,2 відсотка населення вважає найсерйознішою політичну корупцію на найвищому рівні (дослідження “Корупція в Україні 2024”). Концентрація виключно на покаранні обмежує комунікацію зазначеної теми та призводить до дискредитації всієї антикорупційної реформи.

3) З огляду на превалювання наративів про покарання за корупцію, важливі превентивні заходи державної антикорупційної політики залишаються поза фокусом уваги громадськості й медіа та не асоціюються з ефективними способами протидії корупції.

В публічному інформаційному просторі тема запобігання корупції представлена мінімально у порівнянні з темами викривання корупційних практик та притягнення до відповідальності за корупційні злочини. Як наслідок, в суспільстві не сформовано розуміння того, що довгострокові системні зміни (цифровізація державних послуг і процедур, дерегуляція в економіці, зменшення дискреційних повноважень публічних посадовців, реалізація принципів прозорості та підзвітності в урядуванні, розвиток відкритих даних тощо) дозволяють ефективно мінімізувати рівень корупції в країні та потребують уваги й підтримки громадськості для успішної імплементації. Згідно з дослідженням соціологічної групи «Рейтинг», проведеним у вересні 2024 року, збільшення прозорості та діджиталізація ухвалення рішень розглядаються громадянами переважно як маргінальні чинники у сприянні зростанню доброчесності на публічній службі.

4) Недостатня обізнаність населення про державні сервіси, які є альтернативами корупційним практикам, сприяє збереженню корупційних проявів на побутовому рівні.

Станом на 2014 рік лише 5 відсотків українців позитивно оцінювали якість надання державних адміністративних послуг в Україні (опитування Фонду «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з соціологічною службою «Центру Разумкова»). Завдяки цифровізації державних сервісів (за даними ООН, у 2024 році Україна посіла 5-те місце у світі за рівнем розвитку державних електронних послуг) у 2024 році вже 84 відсотка громадян позитивно оцінили досвід отримання державних онлайн-послуг (дослідження Київського міжнародного інституту соціології, проведене у вересні-жовтні 2024 року). Діджиталізація сервісів також корелює зі значущим зниженням рівня корупційного досвіду населення, який з 2015 до 2024 року зменшився з понад 70 відсотків до 18,7 відсотка (дослідження “Корупція в Україні 2024”). Відтак діджиталізація державних процедур та послуг має істотний антикорупційний ефект. Однак він обмежується поки що недостатнім рівнем обізнаності та користувацького досвіду громадян про наявні цифрові можливості та інструменти. У 2024 році показник “достатньої

обізнаності" про електронні послуги серед населення становив 36,1 відсотка. Сервісами в окремих сферах, наприклад у сфері будівництва, землі та нерухомості, в цей період скористалися тільки 3,7 відсотка громадян (дослідження "Корупція в Україні 2024"). Наслідком цього є зниження позитивної динаміки падіння рівня корупційного досвіду населення та збереження звичних корупційних практик при взаємодії громадян з державою.

5) Недостатній рівень обізнаності про канали повідомлень, права і гарантії захисту викривачів перешкоджають готовності та фактичній залученості громадян до протидії корупції шляхом повідомлення про корупційні факти до уповноважених органів.

74,3 відсотка громадян в Україні схвально ставляться до викривачів. Однак достатньо обізнані про особливості подання повідомлень про корупцію 32,9 відсотка, щодо механізмів розгляду повідомлень - 26,6 відсотка. Тільки кожен шостий українець (16,8 відсотка) має належний рівень обізнаності про правові гарантії захисту викривачів. В результаті, лише 12,3 відсотка громадян обирають викривальну модель поведінки, заявляючи про готовність повідомляти про факти корупційних проявів. Незважаючи на позитивну тенденцію протягом останніх років, незначною залишається і частка тих, хто повідомив про корупційну ситуацію компетентним органам на практиці - 9,7 відсотка громадян (дослідження "Корупція в Україні 2024"). Одним із наслідків є демотивація потенційних викривачів через нерозуміння алгоритмів функціонування інституту викривання, замовчування випадків корупції, яка стала відома громадянам під час здійснення службової, господарської, професійної діяльності або з інших джерел.

6) Незважаючи на історично високий рівень нетолерування корупції, в суспільстві досить високою залишається частка громадян, які вважають корупцію прийнятним способом вирішення своїх проблем, що легітимізує недоброчесні моделі поведінки та сприяє збереженню корупційних практик.

Хоч відсоток населення, який негативно ставиться до корупції, у 2024 році сягнув історичного максимуму (57,9 відсотка), чимала кількість громадян в Україні продовжує толерувати корупційні практики. 14,6 відсотка населення завжди або у більшості випадків виправдовує надання хабаря, необхідних послуг або подарунка, якщо це необхідно для вирішення важливої справи. Ще 30 відсотків громадян допускають таку можливість лише у певних випадках. Якщо топкорупцію дуже серйозною проблемою вважає понад 80 відсотків населення, то повсякденну побутову корупцію - 47,4 відсотка (дослідження "Корупція в Україні 2024"). Така ситуація призводить до культивування корупційних практик на рівні звички та морально прийнятних моделей поведінки, зумовлює низьку ефективність формальних інститутів (офіційних правил і норм) в умовах

вкорінення недоброчесних неформальних практик, а також ретранслює “корупційну культуру” на молодь, що ускладнить протидію корупції на тривалий час.

7) Медіа та лідери думок зосереджені на висвітленні поточних резонансних справ, пов’язаних з корупцією, переважно без розкриття широкого контексту подій, причин та умов конкретних корупційних проявів, їх довготривалих наслідків.

Антикорупційні зміни часто висвітлюються точково, що формує фрагментарні уявлення про запобігання і протидію корупції в Україні, заважає усвідомленню суспільством реального масштабу відповідних реформ, їх динаміки в розрізі тривалого часового проміжку та зв’язку з якісними змінами суспільних відносин.

8) Комунікація державних органів, підприємств та установ часто виступає самодостатнім способом формування або коригування репутації відповідних інституцій без забезпечення належною інституційною спроможністю та без вирішення проблем, які дають змогу ефективно виконувати ключові функції державних організацій.

Намагання сформувати довіру суспільства виключно або переважно завдяки вдалим комунікаціям, не приділяючи належної уваги інституційним змінам, в результаті призводить до ще більшого розчарування державою з боку суспільства та посилення недовіри до державних ініціатив.

9) Рівень взаємодії та координації зусиль між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, організаціями громадянського суспільства, медіа, лідерами думок та іншими стейкхолдерами є недостатнім для формування інтегрованих антикорупційних комунікацій та реалізації масштабних комунікаційних проєктів щодо запобігання та протидії корупції.

У суспільному сприйнятті корупційна проблематика є уособленням широкого кола негараздів, які за своїм характером не є корупційними проявами, на кшталт операційних недоліків у діяльності інституцій чи неефективних менеджерських рішень на публічній службі. Корупція набула ознак сталого та одного з найпопулярніших у країні брендів негативу, що втілює хронічні вади держави та суспільства. Відтак запит на подолання корупції значною мірою є запитом на ефективніше функціонування держави, більшу спроможність державних інституцій та кращі умови життя громадян загалом. У зв’язку з цим комунікація антикорупційної діяльності повинна комплексно розкривати причино-наслідковий зв’язок між антикорупційними заходами та трансформаціями у ключових сферах суспільного життя, які мають найбільший вплив на безпеку і добробут населення. Передумовою цього є забезпечення багаторівневих кроссферальних та міжвідомчих комунікацій, що здійснюються за

постійної підтримки та спільно з громадськими організаціями, незалежними медіа й проєктами міжнародної технічної допомоги.

Ефективна комунікаційна політика у сфері запобігання та протидії корупції має реалізуватися в напрямах системного інформування визначених цільових аудиторій та промоції успішного досвіду антикорупційних практик для їх масштабування через зміни моделей поведінки громадян.

Інформування передбачає забезпечення громадян повними та об'єктивними даними про запобігання і боротьбу з корупцією, а також про доступні населенню і бізнесу інструменти мінімізації особистого корупційного досвіду та протидії корупційним практикам.

Перший напрям - підвищення обізнаності про корупцію як вид правопорушення, що дозволить громадянам краще ідентифікувати корупційні прояви та допоможе ефективніше використовувати створені державою і громадянським суспільством можливості для протидії їй на всіх рівнях. Водночас це сприятиме отриманню більш релевантних даних про рівень сприйняття корупції у суспільстві та реальний корупційний досвід громадян, адже в разі некоректної ідентифікації корупційних ситуацій неможливо визначити й те, коли громадяни стикалися саме з корупцією, а в яких випадках мали справу з іншими порушеннями.

Комунікація антикорупційної діяльності має бути розширена за рахунок послідовного висвітлення, зокрема, протидії корупційним ризикам у конкретних сферах та в законодавстві, запровадження та вдосконалення електронних державних сервісів, дерегуляційних заходів в економіці, розбудови прозорості та підзвітності центральної і місцевої влади, тощо. Крім тематичного розширення предмету інформування, варто зосередити комунікаційні зусилля державних органів на темпоральному аспекті антикорупційних реформ, донесенні до громадськості суті змін, що відбулися протягом понад десятиліття після Революції гідності, для формування цілісного уявлення про ключові трансформації та їх вплив на суспільний прогрес. Такий підхід сприятиме більш об'єктивній оцінці громадянами ролі антикорупційної політики в розбудові держави й житті суспільства, зростанню довіри до неї та її підтримки громадськістю.

Діяльність з інформування суспільства охоплює такі напрями:

сутність, форми корупції та види відповідальності за вчинення корупційних діянь;

стан протидії корупційним проявам у пріоритетних сферах, досягнення країни у втіленні антикорупційних реформ;

невідворотність покарання за корупцію у різних формах відповідальності – кримінальної, адміністративної, дисциплінарної, цивільно-правової, репутаційної;

переваги альтернатив, насамперед цифрових, поширеним корупційним практикам при взаємодії громадян та бізнесу з державою, важливість громадського контролю за владою та партиципаційних практик;

механізми повідомлень про корупцію та переваги викривальної моделі поведінки;

негативні наслідки побутової корупції та переваги відмови від неї як способу задоволення приватних потреб.

Другий напрям комунікації – популяризація успішного досвіду використання сервісів і практик, які є альтернативами корупції, інструментів громадського контролю та механізмів викривання корупції для формування поступових поведінкових змін у користувачів державних послуг.

В умовах високого рівня недовіри громадян до держави, державних органів та ініціатив дієвим способом підвищення мотивації до використання антикорупційних сервісів та інструментів є позитивний користувацький досвід самих громадян, їхні відгуки, реальні особисті історії та особистий приклад. Кроскультурні дослідження свідчать, що українці найбільше довіряють близькому колу людей – членам родини, друзям, сусідам і колегам, відповідно, успішний досвід цих референтних груп у взаємодії з державою для більшості населення є індикатором спроможності державних інституцій задовольнити його потреби у зручний і законний спосіб. Важливу роль у досягненні такого результату відіграє розвиток автентичних комунікаційних спільнот, на зразок «Права без хабарів», «Батьки SOS», учасники яких діляться власним досвідом отримання державних послуг у певних сферах.

В цьому контексті ефективні комунікації повинні відштовхуватися виключно від практичних ініціатив, цільових тематичних проєктів, які масштабуються шляхом популяризації відповідного досвіду.

Цільові аудиторії та заінтересовані сторони (стейкхолдери)

Цільовими аудиторіями є групи людей, на яких розраховано вплив Стратегії комунікацій, а саме:

державні службовці та депутати (посадові особи державних органів, установ та організацій, депутати всіх рівнів);

суб’єкти, що формують громадську думку (лідери думок, експерти, науковці, інститути громадянського суспільства, активісти);

заклади освіти та учасники навчального процесу, молодь (заклади загальної середньої освіти, заклади вищої освіти; вчителі, студенти, школярі);

міжнародні донорські та партнерські організації, які надають підтримку Україні;

медіа (національні, регіональні, місцеві, міжнародні);

українські та міжнародні компанії, що належать до малого і середнього бізнесу, великі компанії, асоціації;

громадяни України як споживачі державних та комунальних послуг;

громадяни України як жителі певних регіонів (територіальних громад);

громадяни України як викривачі та заявники про корупцію;

громадяни України в загальному сенсі (масова аудиторія з поділом за віковими категоріями, статтю, соціальним статусом).

Заінтересованими сторонами (стейкхолдерами) є фізичні та юридичні особи, які мають легітимний інтерес у досягненні стратегічних цілей Стратегії комунікацій, тобто певною мірою залежать від неї або можуть впливати на процес її реалізації.

Заінтересованими сторонами для реалізації стратегічних цілей Стратегії комунікацій є:

органи, що ухвалюють рішення, пов’язані з антикорупційною політикою (Президент України, Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, міністерства та інші центральні органи виконавчої влади);

органи, що здійснюють контроль за дотриманням вимог антикорупційного законодавства, виявляють порушення, розслідують їх та притягають порушників до відповідальності (Національне агентство, НАБУ, Офіс Генерального прокурора, САП, ДБР, Національна поліція, Вища рада правосуддя, Вища кваліфікаційна комісія суддів);

органи правосуддя (Вищий антикорупційний суд, загальні суди).

інші центральні органи виконавчої влади.

Стратегічні цілі та показники їх досягнення

Головною метою Стратегії комунікацій є розширення спектру висвітлення теми запобігання і протидії корупції з акцентом на формуванні у громадян знань і практичних навичок щодо протидії корупційним проявам та використання альтернатив корупційним практикам для зниження рівня корупційного досвіду населення і бізнесу.

Зазначений фокус зумовлений тим, що, незважаючи на погіршення показників сприйняття корупції в суспільстві та зниження рівня довіри до державних органів протягом останніх років, рівень корупційного досвіду громадян, який є одним з важливих індикаторів ефективності державної антикорупційної політики, поступово зменшується. Отже, визначені

пріоритети дають необхідний результат та потребують подальшої роботи над своїм втіленням.

Досягнення мети Стратегії комунікацій потребує реалізації таких стратегічних цілей.

Стратегічна ціль 1. Підвищення рівня обізнаності громадян про корупційні прояви та відповідальність за них, а також про стан запобігання і протидії корупції у ключових сферах суспільних відносин.

Показники досягнення стратегічної цілі:

покращення громадянами оцінок ефективності влади у боротьбі з корупцією (за результатами дослідження "Корупція в Україні 2024", у 2024 році ефективність діяльності Офісу Президента України із запобігання та протидії корупції оцінювалася на рівні 1,91 бала із 5 можливих, СБУ — 2,15 бала, ДБР – 2,03 бала, Національної поліції – 1,92 бала, прокуратури – 1,81 бала, Національного агентства з питань запобігання корупції — 1,93 бала, Національного антикорупційного бюро — 1,98 бала, судів – 1,71 бала. Представники бізнесу оцінюють ефективність Офісу Президента України в 2,06 бала, СБУ — 2,60 бала, ДБР – 2,41 бала, Національної поліції – 2,37 бала, прокуратури – 2,12 бала, Національного агентства з питань запобігання корупції — 2,24 бала, Національного антикорупційного бюро — 2,42 бала, судів – 2,17 бала.);

збільшення частки громадян, які вказують на позитивні зміни у боротьбі з корупцією (згідно з даними опитування, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології у вересні-жовтні 2025 року, 56 відсотка громадян дали позитивну оцінку зрушенням у сфері протидії корупції);

зменшення кількості матеріалів у інформаційному просторі, що транслюють наратив про нездоланність корупції та марність боротьби з нею;

збільшення частки повідомлень про результативність протидії корупційним проявам.

Стратегічна ціль 2. Збільшення рівня обізнаності та користування сервісами, які є альтернативами корупційним практикам, та зниження рівня корупційного досвіду громадян.

Показники досягнення стратегічної цілі:

збільшення кількості громадян, які користувалися електронними сервісами з надання державних послуг або знають достатньо, щоб ними користуватися (згідно з дослідженням "Корупція в Україні 2024", частка достатньо обізнаних серед населення становить 36,1 відсотка, серед бізнесу – 59,9 відсотка);

зменшення частки громадян, які безпосередньо стикалися з корупцією (за даними дослідженням "Корупція в Україні 2024", частка тих, хто мав

власний корупційний досвід, серед населення становила 18,7 відсотка та 23,2 відсотка серед підприємців).

Стратегічна ціль 3. Збільшення рівня негативного ставлення громадськості до всіх проявів корупції, відображеного у фактичній залученості громадян до антикорупційної діяльності.

Показники досягнення стратегічної цілі:

зниження рівня толерування корупції (за даними дослідження "Корупція в Україні 2024", 44,6 відсотка громадян та 63,9 відсотка представників бізнесу виправдовують корупційні практики для вирішення власних важливих проблем або принаймні готові допускати їх у певних випадках);

збільшення частки громадян, які при потраплянні в корупційні ситуації відмовилися від вчинення відповідних дій (за результатами дослідження суспільної думки від Transparency International Україна у червні 2025 року, 68 відсотків з тих громадян, що стикалися з корупційним досвідом, відмовилися брати участь у корупційних діях, 23 відсотка погодились на них);

збільшення кількості громадян України, які обирають викривальну модель поведінки та повідомляють уповноважені державні органи про корупцію на практиці (згідно з дослідженням "Корупція в Україні 2024", 12,3 відсотка населення та 21,3 відсотка бізнесу готові повідомляти про корупцію; фактично повідомили про корупційну ситуацію органам влади 9,7 відсотка населення та 17,2 відсотка підприємців).

Стратегічна ціль 4. Розбудова комунікаційної інфраструктури державної антикорупційної політики та розвиток інфраструктури даних як основи для реалізації та оцінки ефективності Стратегії комунікацій.

Показники досягнення стратегічної цілі:

на базі Антикорупційного медіацентру Національного агентства з питань запобігання корупції забезпечено проведення щорічних координаційних зустрічей представників комунікаційних підрозділів державних органів, які є виконавцями Стратегії комунікацій;

забезпечено підготовку та оприлюднення щоквартальних і щорічних аналітичних звітів за результатами моніторингу медіа та соціальних мереж на тему корупції та протидії їй;

щороку забезпечено проведення аналізу поширених дезінформаційних наративів про корупцію в Україні та протидію їй, оприлюднено відповідний аналітичний звіт.

Завдання, спрямовані на досягнення поставлених цілей, етапи їх виконання, очікувані результати

Для досягнення Стратегічної цілі 1 необхідним є виконання таких завдань:

забезпечення громадян повною та об’єктивною інформацією про корупцію як вид правопорушення;

систематичне інформування громадськості про антикорупційні ініціативи й реформи в державних органах та їх результати, зокрема у сферах з найбільшим рівнем корупційних практик та концентрацією корупційних ризиків;

висвітлення комплексного впливу ключових антикорупційних трансформацій на системні і довгострокові зміни в державі, економіці та суспільстві;

розширення тематики комунікації щодо відповідальності корупцію.

Очікуваний результат — підвищення рівня обізнаності громадян про стан і динаміку реалізації антикорупційних заходів та ініціатив державних органів, покращення оцінки ефективності дій держави у протидії корупції, формування у суспільстві цілісного уявлення про масштаб антикорупційних реформ за понад десять років та їх вплив на суспільний прогрес.

Досягнення Стратегічної цілі 2 передбачає реалізацію таких завдань:

поширення державними органами матеріалів про алгоритми користування державними сервісами, які є альтернативами усталеним корупційним практикам, та масштабування позитивного користувацького досвіду;

забезпечення населення та бізнесу інформацією про законні можливості впливу на рішення органів влади.

Очікуваний результат — збільшення кількості громадян, які віддають перевагу користуванню законними та зручними способами отримання послуг і взаємодії з державою, зменшення завдяки цьому особистого корупційного досвіду громадян.

Для досягнення Стратегічної цілі 3 необхідним є виконання таких завдань:

спонукання громадян до відмови від участі у корупційних практиках;

підвищення спроможності громадян протидіяти корупції.

Очікуваний результат – збільшення кількості громадян, які не толерують корупцію шляхом практичного застосування інструментів протидії корупційним практикам.

Досягнення Стратегічної цілі 4 вимагає реалізації таких завдань:

забезпечення координації комунікаційної діяльності виконавців Стратегії, постійного обміну досвідом та кращими комунікаційними практиками;

забезпечення виконавців Стратегії та суспільства даними про виклики й результати антикорупційної комунікації.

Очікуваний результат – створено якісну організаційну та інформаційно-аналітичну базу для ефективної взаємодії між державними органами та іншими стейкхолдерами, залученими до виконання Стратегії комунікацій.

Очікуваним результатом реалізації Стратегії комунікацій є підвищення рівня суспільної підтримки державної політики у сфері запобігання та протидії корупції, покращення розуміння громадськістю антикорупційного прогресу країни загалом та його впливу на суспільно-політичні й економічні зміни, зменшення рівня корупційного досвіду населення і бізнесу завдяки використанню законних способів задоволення приватних потреб та залученості до протидії корупційним проявам, а також підвищення скоординованості та ефективності державних комунікацій на антикорупційну тематику.

Ключові принципи реалізації Стратегії комунікацій

Для досягнення цілей Стратегії комунікацій, а також для збільшення довіри між ключовими групами стейкхолдерів важливим є дотримання таких принципів:

стратегічність — комунікаційна діяльність та окремі інформаційні чи інформаційно-просвітницькі кампанії, проєкти та ініціативи повинні відповідати Стратегії комунікацій і бути спрямованими на реалізацію визначеної мети, стратегічних цілей та завдань;

збалансованість та широкий контекст — необхідність дотримуватися проактивного, об’єктивного і збалансованого висвітлення досягнень у запобіганні корупції та боротьбі з нею, а також досягнень і викликів на цьому шляху. Збалансованість у комунікаціях сприятиме подальшому формуванню культури відкритості та прозорості діяльності органів державної влади, конструктивної співпраці з громадськістю та медіа;

довгостроковість – спрямованість комунікаційних заходів на системні і тривалі зміни, зокрема в моделях поведінки громадян щодо корупції, формування стійких партнерств зі стейкхолдерами;

інклюзивність — доступність, залучення та інтеграція до реалізації Стратегії комунікацій ключових цільових аудиторій. Інформація про діяльність окремих державних органів повинна бути доступною для громадськості з точки зору розміщення на відповідних офіційних ресурсах;

діалог — реалізація Стратегії комунікацій передбачає як інформування, так і заохочення цільових аудиторій до діалогу, зворотного зв’язку і, як результат, сприяє змінам в поведінці громадян у ставленні до корупції та антикорупційних правил;

вимірюваність — ефективність реалізації Стратегії комунікацій визначається за допомогою кількісних та якісних характеристик, а саме: кількість та якість опублікованих матеріалів; сприйняття цільовими аудиторіями поширених повідомлень; ступінь охоплення аудиторій; кількість запланованих та реалізованих проектів (кампаній) і їх вплив на суспільство;

скоординованість — узгодженість та синхронізованість комунікацій державних органів, залучених до реалізації Стратегії комунікацій;

інтегрований підхід до комунікацій — використання медіа, соціальних мереж, комунікаційних платформ та інших сучасних комунікаційних інструментів.

Канали та інструменти комунікацій

Для реалізації цілей Стратегії комунікацій планується використовувати офіційні канали комунікації виконавців Стратегії комунікацій та зовнішні канали комунікації.

До власних каналів комунікації виконавців Стратегії комунікацій належать:

офіційні вебсайти, на яких розміщуються пресрелізи, новини, інфографіка, роз’яснення, банери, фото- та відеоматеріали тощо;

офіційні сторінки в соціальних мережах Facebook, X, YouTube, WhatsApp, Instagram для розміщення дописів, інфографіки, опитувань, вікторин, фото- та відеоматеріалів;

електронні розсилки, дайджести, друковані матеріали;

сторінки, колонки, блоги та влоги спікерів органів — виконавців Стратегії комунікацій на різних платформах;

публічні заходи, організовані виконавцями Стратегії комунікацій (пресконференції, освітні заходи, брифінги, виступи, презентації, демонстрація відеороликів тощо).

Власними каналами комунікації Національного агентства є:

офіційний вебсайт та сторінки у соціальних мережах: https://nazk.gov.ua;

інформаційна система моніторингу Державної антикорупційної програми: https://dap.nazk.gov.ua;

база знань: https://wiki.nazk.gov.ua;

Антикорупційний портал уповноважених осіб: https://antycorportal.nazk.gov.ua/;

Єдиний портал повідомлень викривачів: https://whistleblowers.nazk.gov.ua;

навчальна платформа: study.nazk.gov.ua;

заходи, організовані Національним агентством з питань запобігання корупції у власному медіацентрі та на інших інформаційних майданчиках.

До зовнішніх каналів комунікації та можливих інструментів комунікації належать:

телебачення (фільми, серіали, ролики, відеосюжети, програми, інші формати);

радіо (ролики, програми, новинні сюжети тощо);

Інтернет-ресурси (статті, інтерв'ю, колонки, фото- та відеоматеріали, опитування, спецпроекти, банери тощо);

інтерактивні формати (ігри, симулятори, тести);

друковані медіа (статті, інтерв'ю, колонки, фото- та відеоматеріали тощо);

публічні заходи (фестивалі, форуми, конференції, мистецькі та культурні заходи, тренінги, семінари тощо);

зовнішні носії (білборди, сітілайти, скроли, метролайти, вуличні екрани тощо);

розміщення відеороликів, плакатів та іншої інформаційної продукції у громадському транспорті — на вокзалах та в поїздах, у метрополітені (вагони метро, переходи, ескалатори) та іншому громадському транспорті;

розміщення відеороликів, плакатів, буклетів, наліпок та іншої інформаційної продукції у державних та комунальних закладах (центри надання адміністративних послуг, поліклініки, заклади освіти тощо);

інформаційні ресурси партнерських організацій (інститутів громадянського суспільства, донорів, лідерів громадської думки).

Наративи та ключові повідомлення

За останнє десятиліття Україна досягла значного прогресу в антикорупційній діяльності, що підтверджують дані ключових міжнародних індексів та рейтингів, а також експертні оцінки в межах моніторингових механізмів міжнародних організацій. Динаміка антикорупційного прогресу є однією з найкращих у світі.

Україна не є тотально корумпованою країною, не приховує корупцію на будь-якому рівні та активно бореться з усіма її проявами.

В Україні створено комплексну й унікальну антикорупційну інфраструктуру, основою якої є розгалужена система контролю, правил і стандартів на публічній службі, спеціалізовані антикорупційні інституції, розвинені інструменти відкритих даних, активність громадянського суспільства, насамперед мережі професійних журналістів-розслідувачів, та інтеграція принципів доброчесності в систему освіти. Ефективна протидія корупції можлива лише за умови об'єднання зусиль державних інституцій та громадськості.

Державна антикорупційна політика здійснюється на основі вимірюваних даних та зосереджується на мінімізації корупційних практик у найбільш уражених корупцією сферах. Від ефективності антикорупційної політики залежить спроможність країни вистояти у повномасштабній війні, забезпечити безпеку і добробут суспільства, міжнародну підтримку та європейську інтеграцію України.

Від результатів протидії корупції залежить задоволення суспільного запиту на справедливість, а отже, можливість консолідації суспільства і держави як основи збереження та успішної розбудови державності.

Створення та розвиток державних сервісів, які є альтернативами корупційним практикам, покращують якість взаємодії держави з громадянами та зменшують рівень корупційного досвіду населення і бізнесу.

Реалізація принципу невідворотності покарання потребує вдосконалення, але діяльність антикорупційних органів поступово доводить, що всі, хто незаконно використовує суспільне благо в особистих інтересах, буде притягнутий до відповідальності незалежно від місця в соціальній ієрархії та будь-яких привілеїв. Водночас відповідальність за корупцію полягає не тільки в ув'язненні корупціонерів. Це також конфіскація активів, штрафи та відшкодування завданих збитків, звільнення з посад, політична відповідальність та репутаційні втрати.

Попри важливість невідворотності покарання, воно не є вирішальним чинником у подоланні корупції. Низький рівень корупції має тісний зв'язок з економічним добробутом, верховенством права, розвитком демократичних інститутів та інновацій. В цьому сенсі ефективна антикорупційна політика є синонімом багатовимірних реформ.

Крім засадничих інституційних змін в антикорупційній сфері, останнім часом в Україні відбуваються суттєві позитивні зрушення в антикорупційній свідомості громадян. Постійно зростає рівень нетолерування корупції в суспільстві, підтримка викривачів та готовність громадськості повідомляти про прояви корупції. Негативне ставлення населення і бізнесу до корупційних практик сформоване, однак практичний аспект нетолерування у вигляді фактичної залученості громадян до

повідомлень про корупцію та інші форми спротиву їй потребують підвищення ефективності.

Порядок реалізації, проведення моніторингу, оцінка виконання Стратегії комунікацій та звітування

Моніторинг та оцінку стану реалізації Стратегії комунікацій проводить Національне агентство з питань запобігання корупції, яке може залучати для цього представників інших державних органів та організацій громадянського суспільства за їх згодою.

Результати моніторингу й оцінки є основою для підготовки Національним агентством з питань запобігання корупції пропозицій та рекомендацій щодо вжиття додаткових заходів із забезпечення ефективного виконання Стратегії комунікацій.

Національне агентство з питань запобігання корупції щороку не пізніше 1 квітня оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті аналітичний звіт про стан виконання Стратегії комунікацій за попередній рік, який містить узагальнену оцінку прогресу реалізації Стратегії; інформацію про виконання операційного плану реалізації Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції на 2026-2030 роки (далі – операційний план) за попередній рік; рекомендації щодо необхідності внесення змін до Стратегії комунікацій та операційного плану, а також пропозиції стосовно вжиття органами державної влади, установами та організаціями невідкладних заходів з метою забезпечення ефективної реалізації Стратегії комунікацій.

Моніторинг виконання завдань та заходів Стратегії комунікацій проводиться, зокрема, на основі результатів загальнонаціонального щорічного репрезентативного опитування населення і бізнесу про сприйняття, досвід та поширеність корупції, що проводиться на замовлення Національного агентства з питань запобігання корупції, та результатів щорічного аналітичного звіту за підсумками моніторингу інформаційного простору на тему корупції та протидії їй.

Ефективна реалізація Стратегії комунікацій передбачає досягнення мети та стратегічних цілей, зокрема зниження рівня корупційного досвіду населення і бізнесу завдяки використанню нових державних сервісів та підвищення практичної залученості громадян до протидії корупційним практикам.

Для оцінки ефективності реалізації Стратегії комунікацій використовуються кількісні та якісні показники, зокрема:

покращення оцінки суспільством ефективності дій влади у боротьбі з корупцією за результатами щорічного загальнонаціонального опитування про сприйняття, досвід і поширеність корупції;

підвищення рівня обізнаності громадян про різновиди поведінки, що є корупцією, та обізнаності щодо порядку дій у випадку виявлення фактів корупції.

Фінансове забезпечення реалізації Стратегії комунікацій

Фінансування заходів Стратегії комунікацій здійснюється за рахунок та в межах коштів державного бюджету, затверджених на відповідний рік, а також з інших не заборонених законодавством джерел, у тому числі за рахунок міжнародної технічної допомоги.

Обсяг фінансування Стратегії комунікацій визначається з урахуванням конкретних завдань та у межах коштів, передбачених законом про Державний бюджет України на відповідний рік.

_____