



НАЦІОНАЛЬНЕ АГЕНТСТВО З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ КОРУПЦІЇ

бульв. Дружби народів, 28, м. Київ, 01103, код ЄДРПОУ 40381452

РІШЕННЯ

27.04.2018

Київ

№ 811

Про затвердження Комунікаційної стратегії Національного агентства з питань запобігання корупції на 2018 – 2020 роки

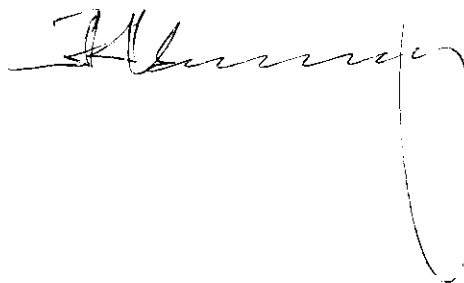
Відповідно до частини першої статті 8 Закону України "Про запобігання корупції", пунктів 4.1 – 4.2 Регламенту Національного агентства з питань запобігання корупції, затвердженого рішенням Національного агентства з питань запобігання корупції від 12 квітня 2016 року № 1, Національне агентство з питань запобігання корупції

ВИРІШИЛО:

1. Затвердити Комунікаційну стратегію Національного агентства з питань запобігання корупції на 2018 – 2020 роки (далі – Стратегія), що додається.
2. Самостійним структурним підрозділам подавати щороку до 15 лютого, 15 квітня, 15 липня і 15 жовтня Відділу інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ апарату Національного агентства інформацію про стан виконання затвердженої цим рішенням Стратегії.
3. Відділу інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ апарату Національного агентства забезпечити підготовку звітів про виконання Стратегії за відповідні періоди.
4. В.о. керівника апарату Національного агентства з питань запобігання корупції Писаренку О.О. забезпечити моніторинг виконання Стратегії.

5. Контроль за виконанням цього рішення покласти на Голову Національного агентства Мангула О.А.

Голова



О.А. Мангул

Згідно з чинним законодавством
відповідно до колегіального рішення
Національного агентства

Протокол № 21
засідання Національного агентства
від 27 лютого 2018 року

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення Національного агентства
з питань запобігання корупції

27 квітня 2018 року № 811

**КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ
НАЦІОНАЛЬНОГО АГЕНТСТВА
З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ КОРУПЦІЇ
НА 2018 – 2020 РОКИ**

Національне агентство з питань запобігання корупції (далі – Національне агентство) є центральним органом виконавчої влади зі спеціальним статусом, відповідальним за формування антикорупційної політики та запобігання корупції. Національне агентство утворене відповідно до Закону України "Про запобігання корупції" (далі – Закон), прийнятого 14 жовтня 2014 року. Створення та успішна діяльність Національного агентства була однією з передумов отримання Україною безвізового режиму з ЄС та успішної співпраці з МВФ.

Комунікаційна стратегія Національного агентства з питань запобігання корупції – комплексна програма дій, яка є складовою частиною процесу стратегічного планування, спрямованою на підвищення рівня довіри до Національного агентства, забезпечення його інформаційної присутності в суспільстві, формування пріоритетних напрямів комунікацій з цільовими аудиторіями та реалізацію функціональних повноважень агентства з превенції корупційної діяльності.

Національне агентство перебуває в процесі формулювання своєї комунікаційної стратегії, яка повинна включати як внутрішню, так і зовнішню комунікацію, координацію з міжнародними експертами та громадськістю, використання сучасних інформаційних ресурсів, заходи антикорупційного спрямування. Національне агентство потребує посилення інституційної спроможності та виконання покладених на агентство Законом України "Про запобігання корупції" превентивних функцій.

Комунікаційна стратегія спрямована на підвищення рівня довіри до Національного агентства, покращення іміджу агентства шляхом запровадження системних комунікацій, підвищення обізнаності громадян у сфері антикорупційних реформ, активної участі громадян України, організацій громадянського суспільства, ЗМІ та міжнародних аудиторій в антикорупційних заходах та формування критичного рівня нетерпимості до корупції.

Реалізація стратегії має не тільки забезпечити поширення інформації про діяльність Національного агентства, але й виправити нав'язані українському суспільству хибні стереотипи щодо органу. Одними з основних таких кліше, які посилено впроваджуються в суспільну свідомість опонентами антикорупційних реформ і зумовлюють хибні очікування громадян, на теперішній час є стереотипи на зразок "НАЗК працює тільки для перевірки е-декларацій", "НАЗК має саджати за ґрати корупціонерів", "НАЗК фінансує політичні партії". Впровадження комунікаційної стратегії має знівелювати цю тенденцію та вплинути на формування раціонального, повноцінного та повнобічного сприйняття роботи Національного агентства.

Таким чином, комунікаційна стратегія Національного агентства спрямована на надання об'єктивної інформації про діяльність антикорупційного органу, налагодження постійного діалогу з суспільством, формування високого рівня правової свідомості населення, обізнаності громадян щодо відповідальності за корупційні правопорушення та нетерпимості до корупції на будь-якому рівні.

Зміст і структура комунікаційної стратегії визначаються цілями Національного агентства, завдання стратегії ґрунтуються на нормах Конституції України, Законів України "Про запобігання корупції", "Про політичні партії в Україні", "Про державну службу", "Про центральні органи виконавчої влади", "Про доступ до публічної інформації", проекту "Антикорупційної стратегії на 2018 – 2020 роки", Стратегії розвитку Національного агентства на 2017 – 2020 роки та планів її реалізації, інших національних і міжнародних актах.

Комунікаційна стратегія формується на основі встановленої місії, завдань та розробленої Стратегії розвитку Національного агентства. Інформаційною базою для її розробки стали результати проведених досліджень (аналіз внутрішнього середовища та зовнішнього оточення, аналіз аудиторій, визначення цільових груп).

Ефективність оновлених комунікаційних процесів має оцінюватися за допомогою регулярних досліджень усіх цільових аудиторій. Регулярне вивчення цільових аудиторій – їх інформаційних потреб, пріоритетних каналів комунікації, рівень задоволення отриманою інформацією – один із ключових моментів реалізації комунікаційної стратегії Національного агентства. Написанню комунікаційної стратегії передували стратегічні сесії, фокус-групи та проведення аналізу зовнішніх та внутрішніх факторів впливу (SWOT-аналіз).

Передбачається, що комунікаційна стратегія активно реалізовуватиметься протягом 2018–2020 років. Завдання, визначені цією Комунікаційною стратегією, впродовж визначеного часу будуть досягнені.

Комунікаційну стратегію Національного агентства з питань запобігання корупції на 2018 – 2010 роки підготовлено на основі проекту Комунікаційної стратегії, розробленої на замовлення Антикорупційної ініціативи Європейського Союзу (EUACI), за редакцією Національного агентства.

1. Аналіз ситуації

1.1. Аналіз ситуації. SWOT-аналіз

Аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів впливу (SWOT-аналіз) має за мету виявити сильні та слабкі сторони Національного агентства як інституції, що здійснюватиме комунікаційну стратегію протягом наступних двох років, та спланувати можливості для покращення комунікативно-інформаційної складової, нівелювання загроз. Таким чином, передбачається посилення нових можливостей у роботі Національного агентства, визначення ймовірних ризиків (внутрішніх та зовнішніх) та їх усунення, використання переваг (сильних сторін) для корекції репутаційної складової органу та виконання ним своїх превентивних функцій у повною мірою.

<p>Сильні сторони:</p> <p>Широкі повноваження згідно із Законом України "Про запобігання корупції"</p> <p>Формальна незалежність від інших органів та інтересів</p> <p>За рік сформоване "ядро" команди</p> <p>Сформована Громадська рада при Національному агентстві</p>	<p>Слабкі сторони:</p> <p>Погана репутація</p> <p>Відсутність довіри</p> <p>Недосконала структура</p> <p>Нечітке розмежування функцій всередині органу</p> <p>Дублювання функцій з іншими органами</p> <p>Відсутність налагодженої системи зовнішніх та внутрішніх комунікацій і команди, яка за них відповідає</p> <p>Мала кількість прихильників</p> <p>Брак людських і фінансових ресурсів</p>
<p>Можливості:</p> <p>Високий запит суспільства на дієву боротьбу з корупцією</p> <p>Унікальний мандат</p> <p>Освітня функція</p> <p>Перезапуск повноцінної функції комунікацій</p> <p>Створення нового програмного забезпечення для реєстру корупціонерів, переведення звітності партій в електронний вигляд</p> <p>Посилення співпраці з іншими антикорупційними органами</p>	<p>Загрози:</p> <p>Обмеження самостійності Національного агентства</p> <p>Політизація Національного агентства</p> <p>Бажання опонентів дискредитувати антикорупційні органи</p> <p>Зменшення фінансування</p> <p>Відсутність превентивної антикризової діяльності</p> <p>Ефективність та результативність роботи Національного агентства</p> <p>Технічні недоліки Реєстру декларацій</p>

Національне агентство як потенційний драйвер міжнародної співпраці	Завищені/некоректні очікування суспільства Негативний інформаційний фон Ототожнення Національного агентства з першою особою Національного агентства
--	---

1.2. Комунікаційні цілі й завдання

Попри справді підвищене прагнення до подолання корупції, освіченість і поінформованість, суспільство все ще залишається толерантним до побутового хабарництва. Засуджуючи корупцію у вищих ешелонах влади, українці все ще не змінюють власної моделі поведінки: не реагують (не повідомляють) на корупційні правопорушення, розраховуються за отримані освітні, медичні, соціально-побутові послуги "презентами", дозволяють використовувати свої персональні дані під час виборів тощо.

Комунікаційні цілі Національного агентства мають бути спрямовані на формування в суспільстві нетерпимості до корупції, зміни стереотипного сприйняття корупції як елемента вирішення будь-яких питань, засудження побутової, "стогривневої" корупції, так званого "низового" хабарництва, яке як і корупція на вищому рівні становить загрозу національній безпеці та є перешкодою сталого економічного розвитку країни.

Ціль: сучасна й зрозуміла комунікація органу з внутрішніми та зовнішніми аудиторіями, забезпечення скоординованої, комплексної та своєчасної подачі інформації, формування антикорупційної культури у суспільстві, посилення комунікаційних процесів у межах виконання Національним агентством превентивних функцій.

Завдання:

1. Здійснювати вплив на рівень правової свідомості населення, зокрема підвищувати обізнаність громадян щодо своїх прав та свобод у протидії корупційним проявам та корупційним порушенням.

2. Побудувати систему комунікацій та оптимізувати комунікативні потоки інформації про діяльність Національного агентства та результативність органу. Зменшити кількість дезінформації.

3. Підвищити рівень публічної обізнаності про сферу компетенції (мандат) Національного агентства та його превентивні функції.

4. Посилити репутаційний рівень Національного агентства як єдиного в Україні превентивного антикорупційного органу державної влади, на який покладено повноваження щодо формування та реалізації державної антикорупційної політики.

Місія: запобігати корупції та сприяти формуванню доброчесності й нульової терпимості до корупції в державі та суспільстві.

Бачення: кількісне та якісне зниження рівня корупції й поширення корупційних практик в Україні.

1.3. Кризові комунікації

Криза – подія чи дія, яка може негативно вплинути на репутацію, діяльність та фінансове становище Національного агентства; підірвати довіру до агентства з боку громадськості, партнерів та інших ключових аудиторій.

Характерними ознаками кризи є: нестача фактів та інформації, брак часу на реагування, відволікання ресурсів, обмежена передбачуваність (фактор несподіванки), зміщений фокус подання інформації.

Національне агентство є потенційно кризовим з огляду на правову природу та обсяг компетенції агентства, виконання повноважень агентства в частині формування та моніторингу реалізації антикорупційної політики в державі, запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, здійснення фінансового контролю за майновим станом публічних службовців та моніторингу їх способу життя, державного фінансування політичних партій, забезпечення ведення Єдиного державного реєстру декларацій осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, та Єдиного державного реєстру осіб, які вчинили корупційні або пов'язані з корупцією правопорушення, та реалізацію інших визначених Законом України "Про запобігання корупції" функцій.

Фактично кожна фізична чи юридична особа, щодо якої Національне агентство здійснює чи здійснюватиме певні дії в межах своїх повноважень, стає потенційним опонентом органу, трансформуючи суб'єктивні претензії (упереджене ставлення) в критику, негативні меседжі, закиди та заяви політичного змісту.

Національне агентство має здійснювати інформаційний опір кампаніям, спрямованим проти репутації Національного агентства, ефективності та доброчесності інституції як такої, та мати чітку позицію щодо інформаційних війн проти окремих функцій Національного агентства або інструментів, якими оперує орган. Кризові комунікації також мають мінімізувати ризики появи чорного піару проти окремих членів Національного агентства та його співробітників.

Національне агентство потребує систематичної та послідовної роботи з громадськістю, ЗМІ, експертним середовищем, оскільки існує ситуація постійного "підігріву" інформації кризового характеру щодо роботи органу. Ризики деформації інформаційного сприйняття роботи агентства, нагнітання політичного дискурсу щодо репутації органу, поширення у суспільстві недовіри та посилення критичної оцінки ускладнюють виконання повноважень Національного агентства у повній мірі.

Мета кризової комунікації: підтримка стійкої репутації Національного агентства та мінімізація можливих репутаційних ризиків.

Завдання: захист Національного агентства та його репутації через позиціонування агентства як елемент вирішення проблеми, що склалася, а не її джерело.

Команда з кризових комунікацій: група керівників, завданням якої є пряма участь у реагуванні на кризову ситуацію через організацію та проведення всіх необхідних заходів.

Склад: Голова Національного агентства, члени Національного агентства, керівник апарату Національного агентства, прес-секретар Голови Національного агентства, керівник Відділу інформаційної політики та зв'язків зі ЗМІ, керівники департаментів (за необхідності).

Структура повідомлень під час кризи

Ключові повідомлення під час кризи розробляються командою з кризових комунікацій залежно від ситуації, що склалася. Такі повідомлення мають фокусуватись на вирішенні проблеми й усуненні кризової ситуації.

Враховуючи досвід роботи Національного агентства протягом 2016 – 2017 років, кризові ситуації виникають технічного, політичного, інформаційного, законодавчого та внутрішнього характеру.

Стратегія та план антикризових дій розробляються командою з кризових комунікацій відповідно до кожного типу кризової ситуації. Наприклад:

Технічні кризи (вади, збої роботи Реєстру е-декларацій, система верифікації та автоматичної перевірки тощо)			
Ключові аудиторії	Можливі наслідки	Дії для попередження	Антикризові дії
Декларанти ГО ЗМІ Треті сторони Міжнародні партнери	Репутаційний ризик Послаблення підтримки з боку партнерів	Проактивні комунікації про технічні аспекти роботи ІТС Реєстр; освітня кампанія щодо коректного користування Реєстром декларацій; обмін інформацією/використання інформації від адміністратора Реєстру, сторін, що мають відношення до запуску, забезпечення діяльності	Поширення інформаційного контенту щодо технічних аспектів роботи ІТС Реєстр; кейс повідомлень щодо дезінформації аудиторії; спільні інформаційні заходи НАЗК, ДП УСС, міжнародних партнерів

Законодавчі кризи (законопроекти, які мають на меті обмежити незалежність Національного агентства тощо)			
Ключові аудиторії	Можливі наслідки	Дії для попередження	Антикризові дії
Державні органи ГО ЗМІ Треті сторони Міжнародні партнери	Репутаційний ризик Скорочення повноважень Послаблення підтримки з боку партнерів	Координація комунікацій з іншими антикорупційними органами; напрацювання пулу третіх сторін; коректне позиціонування Національного агентства у публічному просторі Моніторинг та аналіз релевантних законопроектів ВРУ	Аналіз запропонованого законодавства, аналіз ризиків та наслідків для НАЗК, суспільства; робота над пропозиціями та законодавчими ініціативами, створення альтернативи від НАЗК; поширення інформаційного контенту відповідно до теми кризи; залучення підтримки міжнародних партнерів та третіх сторін

2. Зміст комунікацій

2.1. Ключові аудиторії

Сегментація ключових аудиторій комунікаційної діяльності Національного агентства дозволяє врахувати їхні потреби та обрати найбільш оптимальні канали комунікації органу з ними.

Загальна аудиторія: Київ і регіони (відповідно до анонсів та проведення заходів, тренінгів, програм). З огляду на визначені цілі та завдання комунікаційної стратегії коло ключових аудиторій є достатньо всеохоплюючим:

державні органи: Адміністрація Президента, Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, центральні органи виконавчої влади, представники судової влади, органи місцевої влади;

потенційні партнери серед державних органів: антикорупційні (НАБУ, САП, АРМА), правоохоронні (ГПУ, СБУ, Національна поліція), Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації;

міжнародні партнери: проекти технічної допомоги, міжнародні організації, антикорупційні органи інших країн, дипломатична спільнота;

ЗМІ: національні, регіональні, міжнародні;

треті сторони: громадські організації, незалежні експерти, бізнес-спільнота;

внутрішня аудиторія: члени Національного агентства, керівники департаментів, співробітники (екс-співробітники) агентства.

Ключові аудиторії	Потреби аудиторій в комунікації	Канали комунікації
Загальна аудиторія	Розуміння антикорупційної реформи загалом, бачення громадянина учасником реформ; обізнаність про ініціативи у сфері антикорупційної реформи та заохочення до проактивної поведінки; обізнаність із особливостями мандату Національного агентства, діяльністю органу; отримання роз'яснень, методичної та консультаційної допомоги.	Власні/зовнішні
Державні органи	Своєчасне отримання новин про ініціативи, рішення, новації Національного агентства; обізнаність із особливостями мандату Національного агентства, діяльністю інституції; організація підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації з питань, пов'язаних із запобіганням корупції; отримання роз'яснень, методичної та консультаційної допомоги; своєчасне планування участі в заходах та інших видах комунікації, що стосуються сфери відповідальності державного органу.	Власні/зовнішні
Потенційні партнери серед державних органів	Своєчасне отримання новин про ініціативи, рішення, новації Національного агентства; долучення до реалізації антикорупційної реформи; надання роз'яснень, методичної та консультаційної допомоги; організація підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації з питань, пов'язаних із запобіганням корупції.	Власні/зовнішні
Міжнародні партнери	Імплементация міжнародних стандартів в антикорупційній сфері; обізнаність із особливостями мандату Національного агентства, діяльністю інституції та її антикорупційними ініціативами; побудова партнерських взаємин та виконання міжнародних зобов'язань в межах своєї компетенції; обмін інформацією та найкращими практиками.	Власні/зовнішні

ЗМІ	Своєчасне отримання актуальної інформації про діяльність Національного агентства; можливість прямих трансляцій та швидкого повідомлення новин про діяльність Національного агентства; оперативний зворотний зв'язок для отримання коментарів та/або роз'яснення новин.	Власні/зовнішні
Треті сторони	Інформування про діяльність Національного агентства; обізнаність про ініціативи у сфері антикорупційної реформи; долучення до реалізації заходів, спрямованих на реалізацію антикорупційних реформ.	Власні/зовнішні
Внутрішня аудиторія	Забезпечення розуміння єдиної концепції та цінностей агентства; посилення організаційної культури, удосконалення поведінкової моделі співробітників органу; мотивація до особистої активності, ентузіазму.	Власні

2.2. Основні теми для проактивних комунікацій

Комунікації формуються навколо стратегічних цілей і завдань. Національне агентство зацікавлене в тому, щоб комунікації з ключовими аудиторіями мали ініціативний характер, формували активну позицію несприйняття корупції та масову антикорупційну активність замість пасивності, інертності, нігілізму.

Основними темами, які здатні впливати на зміни вектора суспільної свідомості та змінювати традиційну для українців модель поведінки "моя хата скраю, нічого не знаю" на європейський формат активної участі кожного громадянина в житті суспільства та у проведенні реформ, на посилення авторитету Національного агентства є:

Національне агентство – єдиний превентивний орган у сфері запобігання корупції;

загальне позиціонування Національного агентства;

ключові досягнення за основними напрямками роботи агентства;

реалізація Стратегії розвитку НАЗК на 2017 – 2020 рр.;

ініціативи у сфері міжнародного співробітництва;

дослідження рівня корупції в Україні є інструментом визначення ефективності проведення антикорупційних реформ;

кожен українець – свідомий активний учасник процесу знищення корупції в державі. Обізнаність з антикорупційним законодавством – запорука прогресивного поступу держави у боротьбі з корупцією.

2.3. Ключові повідомлення

Ключові повідомлення (меседжі) висловлюють основну думку, яку має донести Національне агентство у спілкування зі своїми ключовими аудиторіями.

Ключові повідомлення розроблені за результатами обговорень та підготовки комунікаційної стратегії Національного агентства з громадськістю, міжнародними партнерами, ґрунтуються на місії Національного агентства, виконанні завдань і відображають очікування аудиторій щодо органу.

Комунікаційна стратегія Національного агентства впроваджується навколо цього переліку ключових повідомлень:

Національне агентство – формує активну скоординовану роботу з вироблення і реалізації антикорупційної політики в Україні як комплексу правових, економічних, освітніх, виховних, організаційних та інших заходів, спрямованих на створення і забезпечення функціонування системи запобігання та протидії корупції, а також усунення причин її виникнення.

Національне агентство – активний учасник процесу створення необхідної законодавчої основи для вироблення і реалізації ефективної державної антикорупційної політики, зокрема і шляхом подальшої імплементації міжнародно-правових зобов'язань України у відповідній сфері.

Національне агентство керується у своїй роботі принципами верховенства права. **Національне агентство є незалежним органом, непідконтрольним будь-яким органам влади чи політичним інтересам.**

Національне агентство створене як незалежний орган центральної влади, відповідальний перед Верховною Радою України і підконтрольний їй, підзвітний Кабінету Міністрів України.

Національне агентство є відкритим для суспільного контролю, прозорим у процесі прийняття рішень та у своїй діяльності, об'єктивним у своїх рішеннях.

Керівний склад Національного агентства – це 5 членів агентства, які обираються на конкурсній основі, за участі представників громадськості в конкурсній комісії, усі рішення Національного агентства приймаються колегіально, шляхом голосування.

Ефективність роботи Національного агентства – це рівень взаємодії громадян у формуванні та реалізації антикорупційних реформ, що впливає на загальний рівень антикорупційних настроїв у суспільстві.

2.4. Канали комунікацій

Для ефективного досягнення поставлених комунікаційних цілей і завдань необхідно максимально використовувати увесь спектр каналів та інструментів комунікації.

Канали комунікації

Власні

- Офіційний веб-сайт агентства
- Офіційна FB-сторінка агентства
- Особисті зустрічі
- Друковані матеріали
- E-mail-розсилка
- Канал на YouTube
- Мікроблог Twitter

Зовнішні

- ЗМІ – друковані, Інтернет, ТБ, радіо
- Соціальна реклама
- Участь у заходах (організованих як Національним агентством, так і третіми сторонами).

3. Комунікаційний план

Комунікаційний план передбачає реалізацію завдань комунікаційної стратегії. Комунікаційний план включає комунікаційні плани за кожним з напрямів роботи Національного агентства (за відповідними Департаментами) та загальний план.

Комунікаційний план для кожного Департаменту Національного агентства включає інформаційні кампанії, які проходять відповідно до розробленого медіаплану та включатимуть використання власних і зовнішніх каналів комунікації. Концепція такої інформаційної кампанії передбачає створення власного інформаційного продукту (відео-, аудіоролики, он-лайн курси, прямі ефіри у соціальних мережах, опитувальники, друкована продукція, поширення текстових та відео-релізів тощо) та використання публічних масових заходів (прес-конференції, брифінги, прес-зустрічі, інтерв'ю для журналістів, які спеціалізуються на темі кампанії, тренінги, кругли столи, конференції, презентації, соціологічні опитування тощо).

3.1. Комунікаційний план. Департамент координації антикорупційної політики

Вироблення і реалізація антикорупційної політики – комплекс правових, економічних, освітніх, виховних, організаційних та інших заходів, спрямованих на створення і забезпечення функціонування системи запобігання та протидії корупції, а також усунення причин її виникнення.

Комунікаційний план для Департаменту антикорупційної політики передбачає проведення на постійній основі інформаційних кампаній, орієнтованих на різні соціальні групи та спрямованих на усунення толерантного

ставлення до корупції. В тому числі формулювання чітких меседжів, які б змусили людей змінити пасивну поведінку (пасивне сприйняття корупції на всіх рівнях) та заохотили бути проактивними (повідомляти про випадки корупції, ставати викривачами).

1. Інформаційні кампанії (відповідно до медіапланів*):

#Доброчесність долає корупцію! (реалізація антикорупційної політики як запорука демократичного розвитку й економічної стабільності, формування нетерпимості до корупції в суспільстві);

#Україна – європейська держава! (реалізація антикорупційної політики – імплементація міжнародних стандартів з подолання корупції, скоординована політика протидії корупції);

#Зміни життя! (превенція – безпека суспільства від корупційних проявів, правила прозорості й відповідальності для всіх і кожного, дослідження стану корупції як механізм протидії корупції у суспільстві).

2. Підвищення обізнаності про законодавство і мандат Національного агентства, освітньо-комунікаційна робота (відповідно до медіапланів*):

впровадження та практика застосування правових механізмів запобігання корупції в публічному та приватному секторах.

3. Нові форми співпраці з ГО, ЗМІ, міжнародне партнерство:

забезпечення роботи Громадської ради при Національному агентстві;

формування пулу представників ГО, експертів, політологів у розрізі постійної взаємодії з Національним агентством;

співпраця в рамках міжнародних угод і меморандумів, проектів, програм.

3.2. Комунікаційний план. Департамент організації роботи із запобігання та виявлення корупції

Подолання корупції в країні загалом та боротьба з її проявами в окремих сферах економіки і державного управління залежить від впровадження стійких правил доброчесності, запобігання та виявлення корупції у державних органах та органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах та організаціях, популяризації та стимулювання політики викриття корупції.

Комунікаційний план для Департаменту організації роботи із запобігання та виявлення корупції передбачає проведення на постійній основі інформаційних кампаній, спрямованих на активне залучення громадян до реалізації антикорупційних реформ, з акцентом на комплексному державницькому підході до боротьби з корупцією в усіх сферах життєдіяльності.

1. Інформаційні кампанії (відповідно до медіапланів*):

#Реєстр корупціонерів (формування та ведення Єдиного державного реєстру осіб, які вчинили корупційні або пов'язані з корупцією правопорушення);

Не мовчати! (викривати корупцію – життєва необхідність, співпраця з уповноваженими підрозділами (особами) з питань запобігання та виявлення корупції та співпраця з викривачами фактів корупції, запобігання корупції в публічному та приватному секторах);

#Доброчесний чиновник (змінити свідомість – можливо, добродесна поведінка державних службовців як один з головних факторів знищення корупції в органах державної влади, відповідальність за вчинення корупційних або пов'язаних з корупцією правопорушень).

2. Професійна компетенція та вдосконалення юридичних знань у працівників уповноважених підрозділів (осіб) з питань запобігання та виявлення корупції державних органів та органів місцевого самоврядування:

навчальна спроможність Національного агентства, програми і курси, відео-блоки, надання вчасної інформації зі сфери компетенції Національного агентства.

3. Міжнародне партнерство:

співпраця в рамках міжнародних угод і меморандумів, проектів, програм.

3.3. Комунікаційний план. Департамент моніторингу дотримання законодавства про конфлікт інтересів та інших обмежень щодо запобігання корупції

Впровадження дієвої системи запобігання, виявлення та реагування на випадки конфлікту інтересів та порушень інших антикорупційних обмежень і вимог для публічних державних службовців з метою забезпечення дотримання антикорупційного законодавства та зниження рівня корупції шляхом проведення на постійній основі інформаційних кампаній, спрямованих на обізнаність осіб щодо виконуваних Національним агентством повноважень в частині моніторингу дотримання законодавства про конфлікт інтересів та інших обмежень щодо запобігання корупції.

1. Інформаційна кампанія (відповідно до медіапланів*):

Конфлікт інтересів – треба знати! (положення законодавства про конфлікт інтересів, сутність правопорушень, права та обов'язки суб'єктів, на яких поширюється дія Закону).

2. Підвищення рівня обізнаності осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, та прирівняних до них осіб про ознаки правопорушень, пов'язаних з недотриманням вимог щодо запобігання та врегулювання конфлікту інтересів та інших обмежень щодо запобігання корупції, а також щодо моделей поведінки в різних ситуаціях з можливими корупційними ризиками:

проведення роз'яснювальної роботи (тренінги, обговорення) щодо запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, суміщення і сумісництва, обмежень щодо одержання подарунків тощо.

3. Нові форми співпраці, міжнародне партнерство:

залучення активної частини населення, представників громадських об'єднань до відповідних тематичних заходів, що проводяться Національним агентством;

використання успішних міжнародних практик та досвіду у процесі проведення заходів з підвищення обізнаності осіб з питань конфлікту інтересів та інших антикорупційних обмежень.

3.4. Комунікаційний план. Департамент перевірки декларацій та моніторингу способу життя

Департамент забезпечує здійснення перевірок належного декларування майна, доходів, видатків, фінансових зобов'язань тощо особами, уповноваженими на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, та моніторингу способу їх життя, виявляє порушення, складає протоколи про адміністративні правопорушення, бере участь у здійсненні антикорупційної експертизи проектів актів, моніторингу законодавства на предмет виявлення корупціогенних норм тощо.

Комунікаційний план передбачає проведення на постійній основі інформаційних кампаній, спрямованих на виконання повноважень Національного агентства в частині фінансового контролю та моніторингу способу життя, роботу з суб'єктами декларування, з акцентом на масштабні освітні проекти (програми).

1. Інформаційні кампанії (відповідно до медіапланів*):

#Декларуй вчасно та чесно! (декларування майна, доходів, видатків, фінансових зобов'язань тощо особами, уповноваженими на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, відповідно до Закону, використання ЕЦП, робота support, передбачена відповідальність для декларантів);

#Декларація – це легко (роз'яснення для державних службовців територіальних органів державної влади і місцевого самоврядування щодо заповнення електронних декларацій, повідомлень про суттєві зміни в майновому стані тощо);

#Е-декларування=превенція (формування у суспільстві розуміння превентивної функції Національного агентства в частині проведення перевірок е-декларацій на незаконне збагачення).

2. Робота з удосконалення навичок користування ІТС Реєстр у суб'єктів декларування:

проведення роз'яснювальної кампанії щодо заповнення електронних декларацій, новацій законодавства щодо декларування певних категорій суб'єктів декларування.

3. Нові форми співпраці з ГО, ЗМІ, міжнародне партнерство (відповідно до медіапланів*):

розробка спільних заходів, інтерактивних механізмів, обмін досвідом.

3.5. Комунікаційний план. Департамент з питань запобігання політичній корупції

Департамент виконує повноваження Національного агентства зі здійснення контролю за дотриманням законодавства щодо фінансування політичних партій, дотриманням встановленого порядку надходження та використання коштів виборчих фондів, вжиття заходів щодо осіб, в діяннях яких є ознаки правопорушень у цій сфері.

Комунікаційний план передбачає проведення на постійній основі інформаційних кампаній, спрямованих на широке ознайомлення різних соціальних груп населення з виконанням повноважень Національного агентства у сфері протидії політичній корупції, формування стійкої відрази у громадян до проявів політичної корупції. Реалізація відбуватиметься з залученням до процесу комунікацій представників політичних партій, міжнародних і громадських організацій, ЗМІ, громадян.

1. Інформаційні кампанії (відповідно до медіапланів*):

#Стоп політичній корупції! (принципи і законодавчі вимоги щодо фінансування політичних партій та відповідальність за порушення законодавства про фінансування політичних партій, участь громадян у виявленні та протидії політичній корупції в Україні);

#Публічні звіти партій (електронна платформа для подання фінансових звітів політичними партіями та кандидатами);

#Вибори без політичної корупції (політична партія/кандидати у депутати як суб'єкти виборчого процесу та вимоги до них).

2. Підвищення обізнаності про законодавство і мандат Національного агентства, освітньо-комунікаційна робота з безпосередніми учасниками процесу зі здійснення контролю за дотриманням законодавства щодо фінансування політичних партій, дотриманням встановленого порядку надходження та використання коштів виборчих фондів, вжиття заходів щодо осіб, в діяннях яких є ознаки правопорушень у цій сфері.

3. Нові форми співпраці з ГО, ЗМІ, міжнародне партнерство:

активне залучення представників громадськості та ГО до роботи (обговорення, круглі столи, спільні висновки та пропозиції, експертні оцінки, новації тощо), допомога у проведенні журналістських розслідувань, запровадження новацій у сфері ІТ-технологій (платформи, чат-боти), міжнародний досвід та міжнародна практика (навчання, впровадження, аналіз);

залучення активної частини населення, громадських об'єднань до відповідних тематичних заходів.

***Медіаплан**

У рамках реалізації завдань комунікаційної стратегії доцільно здійснювати щомісячне планування основних публічних заходів Національного агентства та відповідне медіа-планування (визначення основних публічних заходів на місяць відбувається відповідно до Стратегії розвитку Національного агентства та Плану дій, а також здійснюється керівництвом Національного агентства; планування здійснює Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ у взаємодії з іншими структурними підрозділами).

Попередньо складений медіаплан на місяць не є вичерпним і може містити базові орієнтири, адже під час його реалізації можливі зміни.

В рамках поточної роботи передбачається деталізація плану заходів та складення медіаплану у щотижневому розрізі (планування здійснює Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ).

Кампанії проходитимуть у співпраці з центральними, регіональними та міжнародними ЗМІ.

4. Реалізація комунікаційної стратегії

4.1. Комунікаційний план. Загальний концепт

Серед реформ, яких сьогодні потребує українське суспільство, найнагальнішою, на переконання як експертів, так і простих українців, є боротьба з корупцією. Для підняття рівня значення превентивних антикорупційних процесів доцільно посилити зусилля у формуванні негативного ставлення населення до корупції. Таке ставлення здійснюється передусім шляхом проведення органами державної влади інформаційних кампаній.

Особливу роль у подоланні корупційних проявів відіграє освіта та виховання громадян, оскільки свідомість сучасної людини має суспільний характер – людина підсвідомо постійно співвідносить свою поведінку, спосіб життя із загальноприйнятими у суспільстві моделями. На сьогодні комунікаційні антикорупційні кампанії з боку держави були здебільшого ситуативними, несистемними та неузгодженими. Тому вжиті інформаційні заходи не мали достатнього потенціалу для того, щоб істотно вплинути на зміну усталених корупційних моделей поведінки у суспільстві, а також значно підвищити поінформованість суспільства про види корупції і про результати зусиль держави в антикорупційній сфері.

Без створення умов нетерпимості до будь-яких корупційних проявів неможлива побудова громадянського суспільства. Активні антикорупційні комунікації можуть змінити суспільну свідомість та протистояти впливу опонентів антикорупційних реформ.

Комунікаційна стратегія Національного агентства покликана протидіяти таким проявам суспільної свідомості як зневіра у верховенство права, примирення з беззаконням, недовіра до всіх гілок влади, терпимість до корупції, персональна лояльність до чиновників-корупціонерів, небажання відстоювати свої права. А також сприяти системному залученню активної частини населення,

громадських об'єднань, представників бізнесу, державного сектору, медіа-простору до антикорупційних заходів.

Механізми посилення комунікаційної спроможності:

Побудувати систему комунікацій Національного агентства та оптимізувати комунікативні інформаційні потоки про діяльність агентства, його незалежність, результативність:

оновити веб-сайт Національного агентства та забезпечити щомісячний аудит контенту сайту, запровадити англomовний контент для закордонної аудиторії;

здійснити ребрендинг соціальних мереж, розробити власний *Brandbook* з поширенням візуальних елементів бренду в суспільстві;

запровадити використання креативних засобів комунікації, нових технологічних можливостей Інтернету, що полегшують можливість формування нових комунікаційних зв'язків (вірусне відео, меми (meme), чат-боти тощо) та власного інформаційного контенту;

створити мобільні додатки контенту Національного агентства;

залучити до співпраці нових медіа-партнерів (національні й міжнародні ЗМІ);

включити до медіа-роботи Національного агентства власного речника.

Підвищити рівень публічної обізнаності про сферу компетенції Національного агентства та його превентивні функції:

забезпечити супровід проектів законів України, розроблених Національним агентством, які у разі прийняття впливають на спосіб життя значної частини населення країни, IT стратегії Національного агентства та інших матеріалів методичного характеру за напрямками роботи державного органу;

забезпечити інформаційний супровід роботи ІТС Реєстр, введення в дію Єдиного державного реєстру осіб, які вчинили корупційні або пов'язані з корупцією правопорушення, створення автоматизованої системи звітності політичних партій;

провести просвітницькі кампанії (коуч-програми), створити відео-курс за кожним з напрямів роботи агентства;

провести коуч-програми для журналістів, представників громадськості та експертного середовища – серія тренінгів для журналістів які спеціалізуються на антикорупційній тематиці;

запровадити інформаційну кампанія для студентів "Тепер знаю як" – серія популярних лекцій в найбільших закладах вищої освіти України з розкриття теми запобігання корупції і превентивної антикорупційної боротьби, роз'яснення конкретних механізмів, до яких має доступ кожен;

випустити серію посібників із заповнення електронних декларацій, з уникнення конфлікту інтересів, коментаря до Закону України "Про запобігання корупції", з фінансової звітності партій, брошур (буклетів) стосовно дотримання вимог антикорупційного законодавства під час виборчої президентської та парламентської кампаній 2019 року;

щорічно проводити інформаційну кампанію до Міжнародного дня боротьби з корупцією;

запровадити системні зв'язки з громадськістю, міжнародними партнерами, дипломатичною спільнотою:

залучити потенційних партнерів до обговорення ініціатив Національного агентства, до просвітницьких заходів, програм дій;

забезпечити постійне інформування про діяльність Національного агентства міжнародних партнерів та дипломатичні представництва (дайджест англійською мовою);

створити власний відео-контент (відео-матеріали) англійською мовою, що сприятиме підвищенню обізнаності англомовної аудиторії про діяльність органу.

Формувати антикорупційну громадянську свідомість:

проводити щорічне опитування рівня корупції в Україні, відповідно до затвердженої Методики стандартного опитування щодо рівня корупції в Україні;

провести соціальну рекламну кампанію: "Доброчесність долає корупцію!", використовуючи зовнішні канали комунікацій;

створити тематичні співтовариства – групи, учасників яких об'єднує загальна проблематика та інтерес (на базі соціальних мереж);

розпочати роботу зі студентством (проведення публічних лекцій) та розглянути питання щодо створення Студентської ради при Національному агентстві (дорадча аудиторія, організація навчального простору);

запровадити ознайомлення суспільства з найкращими світовими антикорупційними практиками (історіями успіху).

Ресурсне забезпечення комунікаційної діяльності:

забезпечити Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ сучасними засобами програмного забезпечення, створення аудіовізуальної продукції;

провести аудит функціональних обов'язків та оцінку компетенцій наявного персоналу, скласти план навчання та розвитку з підвищення кваліфікації працівників Відділу інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ, комплектувати Відділ відповідно до штатного розкладу;

долучити до виконання завдань комунікаційної стратегії громадські організації та проекти міжнародної допомоги (відповідно до можливостей та домовленостей);

залучити до виконання окремих комунікаційних функцій у рамках стратегії третіх осіб на контрактній основі (послуги перекладу, медіа-аналітика, опитування тощо).

4.2. Позичіонування керівництва Національного агентства

Відповідальність, ініціативність, дипломатичність, комунікативність та гнучкість у процесі реалізації повноважень державного органу є основними елементами позиціонування посадової особи.

Голова Національного агентства та члени Національного агентства є політичними фігурами, їх позиціонування відбувається в контексті роботи органу. На оцінку кожного члена Національного агентства, авторитет та репутацію також впливають його практичні дії (прийняті рішення), заяви, чутки.

Позиціонування Голови Національного агентства та членів Національного агентства має здійснюватися шляхом:

запровадження регулярних комплексних інформаційних заходів, інформаційних кампаній, орієнтованих на різні соціальні групи та спрямованих на розв'язання проблеми толерантного ставлення до корупції, підвищення рівня співпраці влади та громадян у протидії корупції. Участь у таких заходах, прямо чи опосередковано, Голови та членів Національного агентства є обов'язковою;

присутності Голови та членів Національного агентства в інформаційному просторі України з відповідними до комунікаційної стратегії ключовими повідомленнями (меседжами), різний формат подачі інформації, різні канали комунікації;

дотримання чітких етичних і правових стандартів в роботі, з акцентом на відсутність подвійних стандартів у власній діяльності та роботі агентства;

протистояння опонентам Національного агентства, серед яких корупційні групи у законодавчій, виконавчій та суддівській гілках влади, зацікавлені в збереженні корупційних схем бізнес-структури, ЗМІ, що перебувають під впливом політиків або бізнес-структур;

формування толерантних стосунків з усіма ключовими аудиторіями Національного агентства, використання впливу особистісного фактору (моральні цінності особистості впливають на сприйняття органу);

ведення кадрової політики, яка б усунула ризики появи корупційних скандалів у складі державного органу та в оточенні керівництва, результатом яких стає суспільний негатив до керівництва Національного агентства та втрата кредиту довіри до агентства загалом.

4.3. Очікування від реалізації комунікаційної стратегії

В рамках комунікаційної стратегії заплановано підвищити авторитет Національного агентства та рівень довіри до державного органу, сформувати антикорупційну громадянську свідомість, знівелювати хибні (завищені чи занижені) очікування від його роботи, сформовані деструктивні сподівання на миттєвий результат його діяльності, часткове чи в повній мірі нерозуміння громадянами цілей і суті роботи органу та його превентивної спрямованості.

Ефективна реалізація комунікаційної стратегії передбачає підвищення рівня поінформованості усіх ключових аудиторій суспільства про результативність органу та налагодження зворотного зв'язку з ключовими аудиторіями для подальшої ефективної взаємодії.

Загальні очікувані результати:

1. Підвищено рівень довіри до Національного агентства у суспільстві, сформовано репутацію державного органу, проінформовано про коло повноважень агентства серед громадян.

2. Підвищено рівень обізнаності громадян у сфері антикорупційних реформ рівень нетерпимості до корупції, рівень участі громадян у антикорупційній боротьбі.

3. В рамках виконання стратегії у ЗМІ переважають новини, присвячені фаховому обговоренню діяльності Національного агентства замість скандальних заяв щодо внутрішніх і зовнішніх конфліктів.

Очікувані результати за завданнями:

Завдання 1. Здійснювати вплив на рівень правової свідомості населення, зокрема підвищувати обізнаність громадян щодо своїх прав та свобод у протидії корупційним проявам та корупційним порушенням.

Підвищено рівень суспільного несприйняття корупції.

Налагоджено взаємодію з громадськими організаціями, експертним середовищем, розширено коло партнерів.

Запроваджено серію просвітницьких тренінгів, коуч-програм, он-лайн курсів, планів медійної присутності агентства (тематичні інформаційні кампанії по кожному з департаментів агентства) та проведено соціальні рекламні кампанії.

Завдання 2. Побудувати систему комунікацій та оптимізувати комунікативні потоки інформації про діяльність Національного агентства та результативність органу. Зменшити кількість дезінформації.

Оптимізовано комунікаційні потоки всередині та назовні, комунікації є проактивними й запланованими, частка ситуативних комунікацій не перевищує 1/3 від всього обсягу інформації.

Налагоджено взаємодію між Національним агентством, ключовими аудиторіями та новими медіа-партнерами, встановлено взаємодію з прес-службами державних органів та ЗМІ.

Запроваджено кризову комунікацію.

Завдання 3. Підвищити рівень публічної обізнаності про сферу компетенції (мандат) Національного агентства та його превентивні функції.

Узгоджено обмін, створення та поширення інформаційних продуктів для різних ключових аудиторій, прискорено рух інформації від агентства до аудиторії, налагоджено збереження відеоархівів трансляцій.

Відкрито он-лайн доступ до засідань агентства, запроваджено он-лайн трансляції до публічних заходів та он-лайн консультації, введено нові формати роботи у соціальних мережах.

Налагоджено зворотні комунікації, скоординовану, комплексну та своєчасну антикорупційну комунікацію.

Завдання 4. Посилити репутаційний рівень Національного агентства як єдиного в Україні превентивного антикорупційного органу державної влади, на який покладено повноваження щодо формування та реалізації державної антикорупційної політики.

Підвищено відсоток громадян, що вважають Національне агентство ефективним, незалежним органом і довіряють йому.

Забезпечено участь громадськості у роботі Національного агентства.

Посилено участь Національного агентства у міжнародному діалозі.

Актуалізовано англomовний контент на існуючих платформах Національного агентства (сайт, розсилка дайджесту, соціальні мережі, власний відео-продукт).

4.4. Ключові показники ефективності реалізації стратегії

Для позиціювання Національного агентства як незалежного органу формування антикорупційної політики (policy maker) за кількісними показниками необхідно:

збільшити кількість якісних згадувань/публікацій у друкованих та онлайн ЗМІ до 200 000 у рік;

сприяти відтворенню ключових повідомлень у публікаціях (40 – 50% публікацій мають містити позитивні ключові повідомлення Національного агентства);

забезпечити присутність Національного агентства в інформаційному просторі через генерування власних новин, 60 – 70% публікацій мають відтворювати ключові повідомлення Національного агентства;

збільшити кількість позитивних новин про Національне агентство серед ТОП-10 новин за кількістю передруків від 40% до 60% (традиційні ЗМІ);

збільшити пропорцію позитивних повідомлень по відношенню до негативних у соціальних медіа;

збільшити кількість підписників (followers) у соціальних мережах Національного агентства на 100%.

Ключові показники ефективності відслідковуються через:

1. Медіа-індекс: цитованість / тональність / помітність. Очікується нейтральна тональність, цитованість у співвідношенні 1:5, максимальна помітність.

2. Аналітику соціальних мереж і присутності в Інтернеті (охоплення, відгуки, репости, коментарі, уподобання).

3. Динаміку підписантів на Фейсбук-сторінці. Очікується, що з 2000 підписантів станом на липень 2016 р. їх кількість сягне показника 10 000 до кінця цього року.

4. Індeksi GoogleAnalytics. Кількісний аналіз поширення інформації з веб-сайту за допомогою GoogleAnalytics.

5. Кількісні показники залученості ЗМІ до заходу.

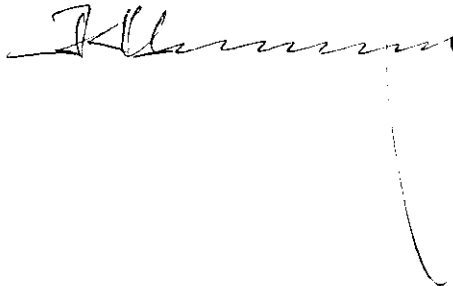
6. Кількість публікацій – щоденно з нарощуванням та послабленням інтенсивності залежно від інформаційних приводів (хвилями).

Результати опитувань з окремих питань та соціологічних досліджень на регулярній основі допомагатимуть скоригувати діяльність державного органу, в тому числі у сфері зовнішніх комунікацій.

5. Фінансове забезпечення виконання стратегії

Виконання комунікаційної стратегії забезпечуватиметься за рахунок і в межах бюджету, передбаченого на діяльність Національного агентства. Задля виконання окремих заходів цієї стратегії передбачається залучення фінансової та технічної підтримки донорських, міжнародних та національних організацій, неурядових організацій тощо. Обсяги фінансування стратегії підлягають уточненню щороку.

**Голова Національного агентства
з питань запобігання корупції**

 **О.А. Мангул**

Додаток
до Комунікаційної стратегії
Національного агентства з питань
запобігання корупції на 2018 – 2020 роки

МЕДІА – ПЛАН
інформаційних кампаній
Національного агентства з питань запобігання корупції
на 2018 – 2020 роки

№	Період (роки)	Назва	Виконавці	Цільова аудиторія	Територія	Зміст
1	2018-2020	Інформаційна кампанія для журналістів	Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ Самостійні структурні підрозділи апарату Національного агентства Міжнародні партнери	Журналісти	Київ	Проведення і забезпечення матеріалами серії тренінгів для журналістів які спеціалізуються на антикорупційній тематиці
2	2018-2020	Інформаційна кампанія для студентів "Тепер знаю як"	Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ Самостійні структурні підрозділи апарату Національного агентства Міжнародні партнери	Студенти	Київ	Проведення і забезпечення матеріалами серії популярних лекцій в найбільших ВНЗ України з розкриття теми запобігання корупції і превентивної антикорупційної боротьби, роз'яснення конкретних механізмів, до яких має доступ кожен

3	2018-2020	Інформаційна кампанія "Доброчесність долає корупцію!" з метою формування у свідомості громадян негативного ставлення до корупції з розміщенням у ЗМІ і носіях зовнішньої реклами	Департамент координації антикорупційної політики Міжнародні партнери Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ	Громадяни	Обласні та районні центри України	Виготовлення відео роликів; виготовлення аудіо-роликів; виготовлення сюжетів зовнішньої реклами
4	2018-2020	Україна – європейська держава! (реалізація антикорупційної політики – імплементація міжнародних стандартів з подолання корупції, скоординована політика протидії корупції)	Департамент координації антикорупційної політики Міжнародні партнери Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ	Громадяни	Київ	
5	2018-2020	Зміни життя! (превенція – безпека суспільства від корупційних ризиків, правила прозорості й відповідальності для всіх і кожного, дослідження стану корупції як механізм протидії корупції у суспільстві)	Департамент координації антикорупційної політики Міжнародні партнери Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ	Громадяни	Київ	
6	2018-2020	Інформаційна кампанія до Міжнародного дня боротьби з корупцією	Департамент координації антикорупційної політики Міжнародні партнери Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ	Громадяни	Київ	Виготовлення оглядового відео-ролика, в якому будуть розкриті антикорупційні перетворення, здійснені в Україні за останні роки, і завдання, які стоять перед антикорупційною реформою; проведення конкурсу дитячого малюнка; проведення конкурсу серед студентства щодо політик в антикорупційній сфері

7	2018-2020	Стоп політичній корупції! (принципи і законодавчі вимоги щодо фінансування політичних партій та відповідальність за порушення законодавства про фінансування політичних партій, участь громадян у виявленні та протидії політичній корупції в Україні)	Департамент з питань запобігання політичній корупції Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ	Політичні партії	Київ	Медіа-підтримка; виготовлення друкованих і медіа-матеріалів з теми; консультації; висвітлення заходів
8	2018-2020	Публічні звіти партій (електронна платформа для подання фінансових звітів політичними партіями та кандидатами)	Департамент з питань запобігання політичній корупції Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ	Політичні партії, громадські активісти	Київ	Медіа-підтримка; виготовлення друкованих і медіа-матеріалів з теми; консультації; висвітлення заходів
9	2018-2020	Вибори без політичної корупції (політична партія/кандидати у депутати як суб'єкти виборчого процесу та вимоги до них)	Департамент з питань запобігання політичній корупції Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ	Політичні партії, громадяни	Київ	Медіа-підтримка; виготовлення друкованих і медіа-матеріалів з теми; консультації; висвітлення заходів
10	2018-2020	Реєстр корупціонерів (формування та ведення Єдиного державного реєстру осіб, які вчинили корупційні або пов'язані з корупцією правопорушення)	Департамент організації роботи із запобігання та виявлення корупції Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ	Органи державної влади і місцевого самоврядування	Україна	Медіа-підтримка; виготовлення друкованих і медіа-матеріалів з теми; консультації; висвітлення заходів

11	2018-2020	Не мовчи! (викривати корупцію – життєва необхідність, співпраця з уповноваженими підрозділами (особами) з питань запобігання та виявлення корупції та співпраця з викривачами фактів корупції, запобігання корупції в публічному та приватному секторах)	Департамент організації роботи із запобігання та виявлення корупції Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ	Органи державної влади і місцевого самоврядування	Україна	Медіа-підтримка; виготовлення друкованих і медіа-матеріалів з теми; консультації; висвітлення заходів
12	2018-2020	Доброчесний чиновник (змінити свідомість – можливо, добродесна поведінка державних службовців як один з головних факторів знищення корупції в органах державної влади, відповідальність за вчинення корупційних або пов'язаних з корупцією правопорушень)	Департамент організації роботи із запобігання та виявлення корупції Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ	Органи державної влади і місцевого самоврядування	Україна	Медіа-підтримка; виготовлення друкованих і медіа-матеріалів з теми; консультації; висвітлення заходів
13	2018-2020	Конфлікт інтересів – треба знати! (конфлікт інтересів, права сутність правопорушень, права та обов'язки суб'єктів які підпадають під дію Закону)	Департамент моніторингу дотримання законодавства про конфлікт інтересів та інших обмежень щодо запобігання корупції Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ	Державні службовці, посадові особи місцевого самоврядування	Україна	Медіа-підтримка курсу; консультації; висвітлення заходів

14	2018-2020	<p>Декларуй вчасно та чесно! (декларування майна, доходів, видатків та зобов'язань фінансового характеру особами, уповноваженими на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, відповідно до Закону, використання ЕЦП, робота surrog, передбачена відповідальність для декларантів)</p>	<p>Департамент перевірки декларацій та моніторингу способу життя Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ Міжнародні партнери</p>	<p>Державні посадові особи місцевого самоврядування</p>	<p>Органи державної влади і місцевого самоврядування обласного і районного рівня</p>	<p>Розробка друкованих матеріалів; розробка популяризаційних відеороликів; роз'яснення щодо необхідності і відповідальності декларування; проведення тренінгів і лекцій в державних органах</p>
15	2018-2020	<p>Декларація – це легко (роз'яснення для державних службовців регіональних органів державної влади і місцевого самоврядування щодо заповнення електронних декларацій, повідомлень про суттєві зміни в майновому стані тощо)</p>	<p>Департамент перевірки декларацій та моніторингу способу життя Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ Міжнародні партнери</p>	<p>Державні посадові особи місцевого самоврядування</p>	<p>Органи державної влади і місцевого самоврядування обласного і районного рівня</p>	<p>Розробка друкованих матеріалів; розробка популяризаційних відеороликів; роз'яснення щодо необхідності і відповідальності декларування; проведення тренінгів і лекцій в державних органах</p>
16	2018-2020	<p>Е-декларування=превенція (формування у суспільстві розуміння превентивної функції Національного агентства в частині проведення перевірок е-декларацій на незаконне збагачення)</p>	<p>Департамент перевірки декларацій та моніторингу способу життя Відділ інформаційної політики та зв'язків із ЗМІ Міжнародні партнери</p>	<p>Громадяни</p>	<p>Україна</p>	<p>Розробка друкованих матеріалів; розробка популяризаційних відеороликів; роз'яснення щодо необхідності і відповідальності декларування</p>