



**КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ
РОЗПОРЯДЖЕННЯ**

від 23 серпня 2017 р. № 576-р
Київ

Про схвалення Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції

1. Схвалити Стратегію комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції, що додається.

2. Міністерству інформаційної політики разом із заінтересованими центральними органами виконавчої влади розробити та подати у місячний строк Кабінетові Міністрів України план заходів з реалізації Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції, схваленої цим розпорядженням.

Прем'єр-міністр України	В.ГРОЙСМАН
Інд. 29	

СХВАЛЕНО
розпорядженням Кабінету Міністрів України
від 23 серпня 2017 р. № 576-р

**СТРАТЕГІЯ
комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції**
Загальна частина

Протягом трьох минулих років Україна досягла значного прогресу у створенні потужної законодавчої та інституційної інфраструктури, необхідної для розв'язання проблеми корупції. Проте рівень сприйняття проявів корупції громадянами та бізнесом і досягнення у реалізації реформи у сфері запобігання та протидії корупції незадовільний. Для більш ефективної роботи із запобігання та протидії корупції державі необхідна підтримка та залучення громадян. З метою ефективнішої координації зусиль усіх учасників антикорупційної реформи та зміни існуючої в суспільстві так званої “корупційної парадигми” необхідно звернути увагу на комунікації у сфері запобігання та протидії корупції.

Ефективні комунікації у сфері запобігання та протидії корупції (далі - антикорупційні комунікації) та донесення перевіреної інформації до суспільства можуть сприяти позитивним змінам у довгостроковій перспективі, а саме у сприйнятті корупції та у моделях поведінки у ситуаціях, коли громадянин стикається з проявами корупції.

Дані рейтингу “Індекс сприйняття корупції” за 2016 рік для України свідчать про незначну позитивну динаміку порівняно з даними 2015 року: Україна отримала 29 балів із 100 можливих (у 2015 році - 27 балів), при цьому Україна перемістилася вниз на одну позицію (131 місце) у глобальному рейтингу із 176 країн. Такий результат незадовільний для України, особливо з огляду на те, що після перемоги Революції Гідності боротьба з корупцією є пріоритетним пунктом програми дій всіх політичних партій.

Результати досліджень громадської думки в Україні свідчать про те, що основна маса громадян визнає панування корупції у державі, зустрічається з її проявами регулярно та вважає державних посадових осіб надто корумпованими для того, щоб можна було

виправити цю ситуацію. Як наслідок, існує практика самоусунення від розв'язання проблеми на усіх рівнях. Скептичне ставлення є однією з ключових проблем і перешкодою для віри у майбутнє без корупції та для змін у моделях поведінки громадян.

Результати Всеукраїнського муніципального опитування, проведеного соціологічною групою "Рейтинг" від імені Міжнародного республіканського інституту, свідчать про те, що суттєва частка громадян України (від 13 відсотків до 62 відсотків залежно від регіону) вважає, що зробити послугу, подарунок або в інший спосіб надати неправомірну вигоду місцевому чиновнику не є проявом корупції. Такий показник поліпшився порівняно з даними минулого року, проте він досі чітко демонструє потребу у проведенні кампаній у сфері антикорупційних комунікацій, спрямованих на підвищення рівня поінформованості громадян з відповідних питань.

Незважаючи на те, що загальна тенденція сприйняття корупції та досвід встановлення корупційних відносин характеризуються негативною динамікою, ставлення населення до власної ролі у провадженні антикорупційної діяльності поступово змінюється на краще, а саме зростає кількість осіб, готових вживати дієвих заходів до чиновників, які порушили їх права. Також збільшується кількість осіб, які вважають, що саме пересічні громадяни повинні нести відповідальність за подолання корупції.

Результати періодичних опитувань, організованих дослідницькою компанією TNS разом з Національною радою реформ, також свідчать про наявність негативної тенденції - збільшення частки осіб, які вважають, що державні органи не вживають жодних заходів для подолання корупції в Україні (від 50 до 60 відсотків). Така ситуація склалася у зв'язку з низьким рівнем поінформованості в суспільстві про заходи, вжиті державою з метою подолання корупції. Водночас близько половини респондентів зазначили, що чули або читали про прогрес у боротьбі з корупцією. Зазначене свідчить про переважну кількість негативних повідомлень у формуванні суспільної думки щодо перебігу антикорупційної реформи.

Попри значний рівень комунікативної активності у сфері запобігання та протидії корупції, така комунікація є не достатньо ефективною внаслідок наявності таких факторів: *відсутності системності та стратегічної спрямованості*

Відсутність спільного розуміння стратегічного бачення та цілей антикорупційних комунікацій. Ефективні урядові комунікації повинні забезпечувати міцну підтримку імплементації антикорупційної реформи, а також слугувати інструментом інформування та мотивації громадян, бізнесу та власне посадових осіб державних органів та органів місцевого самоврядування до мінімізації їх бажання бути втягнутими у корупційні схеми, а також інструментом підвищення їх готовності до активного запобігання корупції. На сьогодні реальною проблемою є відсутність комплексу кампаній у сфері антикорупційних комунікацій, які можуть сприяти змінам у моделях поведінки суспільства та забезпечити нетерпимість кожної особи до будь-яких проявів корупції.

Часто антикорупційні комунікації є ситуативними, несистемними та не відтворюють повну картину того, що відбувається у сфері боротьби з корупцією, у тому числі щодо реальних досягнень;

інституційних обмежень та недостатнього рівня координації антикорупційних комунікацій

Існує ряд окремих ініціатив/проектів у сфері антикорупційних комунікацій, але внаслідок недостатнього рівня координації між окремими міністерствами, іншими органами виконавчої влади та іншими учасниками реформи такі ініціативи переважно не узгоджені та не забезпечують загального ефекту у реалізації цілей антикорупційної реформи у максимально стислий строк та з найвищими результатами для суспільства.

Найбільшу активність у здійсненні антикорупційних комунікацій демонструють представники громадянського суспільства (неурядові організації, журналісти, експерти) та міжнародні організації/проекти. При цьому державні органи або взагалі не передбачають антикорупційні комунікації у своєму пакеті комунікативних інструментів, або не мають

достатніх ресурсів та потенціалу для забезпечення їх ефективного застосування. Створення відповідного потенціалу для здійснення антикорупційних комунікацій у державному секторі є нагальним завданням, виконання якого дасть змогу здійснювати публікацію відповідних даних та фактів, а також забезпечити позитивний вплив на формування суспільної думки;

низького рівня ефективності ідентифікації та роботи з цільовими аудиторіями

Під час планування та реалізації антикорупційних комунікацій не вистачає ідентифікації та визначення цільових аудиторій та, як наслідок, визначення наборів повідомлень, інструментів та каналів комунікацій відповідно до цільової аудиторії. Таким чином, неможливо досягти її широкого охоплення необхідними повідомленнями та відповідної реакції на інформаційні повідомлення.

Антикорупційні комунікації не охоплюють всі категорії загальної аудиторії. Цільовою аудиторією контекстно орієнтованих антикорупційних комунікацій є експерти та частина аудиторії, яка виявляє більшу активність у соціальних мережах. При цьому емоційно орієнтовані антикорупційні комунікації мають досить негативний характер і спрямовуються на більш широку аудиторію з використанням засобів масової інформації національного рівня (телебачення, радіо, друковані видання та новини в Інтернеті).

Комунікативний процес нерівномірний, особливо якщо порівнювати столицю та деякі обласні центри з містами районного значення/сільськими населеними пунктами. Останні недостатньо охоплені інформаційними повідомленнями і не беруть активної участі в антикорупційних комунікаціях. Навіть якщо антикорупційні комунікації здійснюються з використанням каналів телебачення та радіомовлення, проблеми конкретних регіонів і територіальних громад переважно не висвітлюються;

низького рівня дискусії через нерозуміння питання корупції в широкому контексті

Антикорупційні комунікації, які здійснюються різними суб'єктами суспільного діалогу, часто незбалансовані, з повідомленнями переважно негативного характеру, які поширюються у суспільстві у рамках антикорупційних комунікацій. При цьому реальні успіхи та досягнення антикорупційної реформи не отримують належного висвітлення та роз'яснення.

Перевага антикорупційних комунікацій, які несуть повідомлення негативного забарвлення, є однією з причин низького рівня підтримки суспільством антикорупційної реформи, що, у свою чергу, ставить під загрозу успішність майбутніх ініціатив, у тому числі ефективне функціонування спеціалізованих антикорупційних установ та імплементацію антикорупційного законодавства.

Низький рівень поінформованості та розуміння феномену корупції та особливостей антикорупційної реформи серед громадян у цілому та серед журналістів зокрема призводить до викривлення сприйняття корупції і низького рівня підтримки реформи в суспільстві.

Мета, стратегічні цілі та завдання Стратегії

Метою реалізації Стратегії є створення та розбудова системи комплексних, послідовних та скоординованих антикорупційних комунікацій, в якій антикорупційна реформа є ефективним інструментом запобігання та протидії корупції на державному, інституційному та побутовому рівні, а в суспільстві формується довіра до антикорупційних ініціатив Уряду та зменшується толерантність до будь-яких проявів корупції.

Основними стратегічними цілями розвитку сфери антикорупційних комунікацій з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2020 року є:

формування довіри до державної антикорупційної політики та надання загальної підтримки у реалізації антикорупційної реформи;

координованість дій державних органів та інших учасників антикорупційних комунікацій під час об'єктивного інформування суспільства щодо проведення антикорупційної реформи;

формування “нульової толерантності” до корупції в суспільстві шляхом застосування масових антикорупційних комунікацій з широким колом громадян, а також ефективних комунікацій державних органів.

Основні завдання з реалізації стратегічних цілей

Ефективний обмін інформацією між державними органами та суспільством у цілому шляхом:

забезпечення належного рівня координації та кооперації державних органів у здійсненні антикорупційних комунікацій, що забезпечить належну підтримку антикорупційної реформи, сприятиме раціональному використанню наявних ресурсів та дасть можливість оптимізувати витрати з державного і місцевих бюджетів на здійснення відповідних заходів;

об'єднання зусиль державних органів та органів місцевого самоврядування, представників бізнесу, міжнародних організацій та представництв, засобів масової інформації та інститутів громадянського суспільства для:

- забезпечення суспільства достатнім обсягом інформації щодо поняття “корупція”, її видів та форм, а також щодо шкоди, якої вона завдає суспільству в цілому, кожному окремому громадянину та майбутнім поколінням; стратегії, політики та операційних планів у сфері запобігання та протидії корупції; перебігу антикорупційної реформи, досягнутих результатів та реальних змін для суспільства на сьогодні та в майбутньому; особливостей новостворених антикорупційних інституцій та імплементації прийнятих законодавчих актів; прогресу у розслідуваннях корупційних та пов'язаних з корупцією правопорушень, здійснених високопосадовцями; наявних та доступних інструментів та механізмів боротьби з корупцією;

- формування іміджу України як держави, що ефективно бореться з корупцією, шляхом:

- забезпечення регулярної та системної антикорупційної комунікації щодо виконання Україною прийнятих у міжнародних договорах зобов'язань у сфері запобігання та протидії корупції;

- постійного підвищення інституційної спроможності державних органів у реалізації антикорупційних комунікацій, зокрема, шляхом навчання та підвищення кваліфікації відповідних спеціалістів, застосування сучасних каналів комунікацій, залучення зовнішніх ресурсів тощо;

- забезпечення доступу до суспільно важливої інформації для забезпечення прозорості діяльності державних органів, посилення громадського контролю за діяльністю державних органів та окремих посадових осіб;

- створення комплексної системи моніторингу суспільної думки та публічних консультацій з метою регулярного отримання інформації щодо оцінки рівня поінформованості суспільства про явище корупції та перебіг антикорупційної реформи.

Формування довіри до державної антикорупційної політики та загальної підтримки антикорупційної реформи шляхом:

забезпечення регулярності та комплексності урядових комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції, зокрема, шляхом висвітлення прогресу у виконанні антикорупційних програм окремими державними органами та ключовими державними підприємствами;

запровадження системи публічних консультацій та обговорень державної політики у сфері запобігання та протидії корупції, законодавчих ініціатив, відповідних планів та програм;

інформування про кожен швидку перемогу, кожен позитивну зміну, у тому числі про позитивну динаміку у рівні сприйняття корупції суспільством;

надання всебічної комунікаційної підтримки діяльності спеціалізованих антикорупційних органів, на які покладені значні очікування громадянського суспільства, інвесторів та міжнародних партнерів України;

демонстрація прикладів затримання та притягнення до відповідальності фізичних та юридичних осіб, що вчинили корупційні та пов'язані з корупцією правопорушення;

ініціювання та широке висвітлення спільних урядово-громадських ініціатив у сфері запобігання та протидії корупції;

інформування про реагування на скарги, інші звернення громадян та представників бізнесу у частині вчинення корупційних дій щодо них або інших суб'єктів;

створення та інформаційна підтримка спеціалізованих антикорупційних платформ, порталів та мереж, у тому числі недержавних.

Формування принципу "нульової толерантності" до корупції в суспільстві шляхом:

об'єднання зусиль державних органів та органів місцевого самоврядування, представників бізнесу, міжнародних організацій та представництв, засобів масової інформації та інститутів громадянського суспільства для проведення соціальних комунікаційних кампаній, спрямованих на зміну поведінкових моделей у суспільстві, а саме зменшення персональної мотивації громадян, підприємців та посадових осіб державних органів брати участь у корупційних діях та заохочення до повідомлення про корупційні та пов'язані з корупцією правопорушення відповідним державним органам;

створення дієвої системи інструментів та комунікаційних каналів для повідомлень про підозру у вчиненні корупційних дій, а також забезпечення належного правового та фізичного захисту осіб, які повідомляють про підозру у вчиненні корупційних та пов'язаних з корупцією правопорушень;

демонстрації прикладів визнання/нагородження/захисту осіб, які повідомляють про підозру у вчиненні корупційних та пов'язаних з корупцією правопорушень;

інформування про покарання винних у вчиненні корупційних та пов'язаних з корупцією правопорушень як доказ невідворотності настання відповідальності за корупцію;

запровадження у закладах освіти навчальних програм та курсів, спрямованих на виховання принципів доброчесності та нульової толерантності до корупції учнів та студентів;

запровадження принципів доброчесності на публічній службі, забезпечення відповідного моніторингу та покарання за порушення таких принципів;

формування та оприлюднення реєстру фізичних та юридичних осіб, визнаних винними у вчиненні корупційних та пов'язаних з корупцією правопорушень;

створення комплексної системи моніторингу суспільної думки з метою регулярного отримання інформації щодо оцінки сприйняття корупції в суспільстві, толерантності до корупційних дій та готовності активно протидіяти корупції.

Ключові принципи та підходи до реалізації Стратегії

Для досягнення цілей Стратегії необхідно дотримуватися таких принципів та підходів у провадженні антикорупційних комунікацій.

Стратегічність. Комунікаційні ініціативи та окремі інформаційні повідомлення повинні відповідати Стратегії та реалізовувати визначені цілі антикорупційних комунікацій.

Комплексність. У процесі антикорупційних комунікацій необхідно висвітлювати комплекс тем - від стратегічних питань національного значення до конкретних ініціатив окремих державних органів, у тому числі в регіонах, враховуючи при цьому позиції міжнародних експертів та інших заінтересованих сторін. Зазначене дасть змогу формувати повну картину реалізації антикорупційної реформи.

Зв'язок з антикорупційною реформою. Замість висвітлення антикорупційних досягнень формальних процесів (зустрічей) чи статистичних показників антикорупційних комунікацій необхідно застосовувати конкретні індикатори антикорупційної діяльності державних органів, які зазначені у відповідних планах та програмах і є вимірюваними.

Послідовність. Окремі інформаційні повідомлення необхідно вибудовувати у цілісну та логічну історію, що комплексно описує розвиток подій за окремим питанням або темою.

Інклюзивність. До комунікацій необхідно залучати широке коло учасників, коли це стосується обігу інформації між державними органами та зовнішніми споживачами. Існує декілька принципів інклюзивності, яких слід дотримуватися в антикорупційних комунікаціях:

антикорупційні комунікації повинні бути спрямовані на всі важливі цільові аудиторії і охоплювати регіони та територіальні громади;

у антикорупційних комунікаціях повинні брати участь спеціалізовані антикорупційні органи та всі державні органи, діяльність яких пов'язана з високими корупційними ризиками.

Активність. Державні органи повинні не лише реагувати на інформаційні запити суспільства, які зазвичай мають негативне забарвлення, а бути ініціаторами антикорупційних комунікацій. Активний підхід дозволить запобігати розвитку негативних сценаріїв та сприяти вирішенню потенційно конфліктних ситуацій в антикорупційній реформі.

Відкритість. Відкритість державних органів до запитів засобів масової інформації та комунікацій із суспільством сприяють підвищенню ефективності обміну інформацією та створенню підґрунтя для діалогу і спільних антикорупційних ініціатив.

Чесність/неупередженість. Поширення об'єктивної та неупередженої інформації навіть у разі, коли це стосується проблемних питань, запобігання появі неправдивих версій подій, підвищення рівня довіри до влади та підтримка антикорупційної реформи в суспільстві.

Доступність. Інформація щодо перебігу антикорупційної реформи та антикорупційної діяльності окремих державних органів повинна бути доступною для широкого кола цільової аудиторії з точки зору розміщення на відповідних ресурсах і за змістом.

Збалансованість. Правдиве висвітлення як досягнень державних органів у запобіганні корупції, так і складнощів, перешкод, невдач. При цьому акцентувати увагу варто на позитивних змінах, що відбуваються на даний час, або перспектив у майбутньому.

Вимірюваність. Будь-яка комунікаційна ініціатива, проект чи кампанія повинна оцінюватися за показниками ефективності, а саме: медійними показниками - кількість та якість поширених матеріалів; сприйняттєвими - ефективність сприйняття цільовими аудиторіями повідомлень, які планувалося поширювати; рівень охоплення аудиторії; кількість запланованих та здійснених заходів, проектів чи комунікаційних дій, показників, якими вимірюється ефективність діалогу в Інтернеті.

Загальними підходами до планування та здійснення антикорупційних комунікацій є:

політика "єдиного голосу", що передбачає узгодженість та скоординованість антикорупційних комунікацій з певної тематики, загальний набір повідомлень - вироблення спільного викладу взаємопов'язаних подій;

визначення осіб з антикорупційної тематики у державних органах, які повинні на регулярній основі спілкуватися із засобами масової інформації та іншими цільовими аудиторіями;

регулярний моніторинг та публічне звітування про антикорупційні ініціативи державних органів;

навчання та підвищення кваліфікації відповідних спеціалістів з антикорупційних комунікацій;

формування навичок кризових комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції;

використання соціальних мереж, комунікаційних платформ та інших сучасних телекомунікаційних інструментів;

запровадження практики оцінки ефективності комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції.

Моніторинг реалізації Стратегії

Однією з умов успішної реалізації Стратегії є розроблення і впровадження системи моніторингу з урахуванням об'єктивних показників прогресу.

Моніторинг реалізації Стратегії проводить міжвідомча координаційна робоча група, утворена при Кабінеті Міністрів України. До проведення моніторингу з метою дотримання об'єктивності та неупередженості залучаються громадські організації, незалежні інститути та експерти.

Результати моніторингу можуть бути підставою для коригування плану заходів з реалізації цієї Стратегії.

Показники реалізації Стратегії

Для оцінки ситуації у сфері запобігання та протидії корупції та досягнення основних стратегічних цілей, визначених Стратегією, використовуються контрольні показники розвитку, результати державних статистичних спостережень та корупційного досвіду, інші дані державних органів та індекси міжнародних рейтингів, які надають оцінку ситуації, що склалася у сфері запобігання та протидії корупції.

За результатами реалізації Стратегії необхідно досягти прогресу за такими контрольними показниками:

показник сприйняття корупції (CPI - Corruption Perception Index), що розраховується щороку міжнародною організацією Transparency International;

глобальний корупційний барометр (Corruption Barometer), який розраховується Transparency International;

показники корумпованості державних органів, що визначаються за результатами щорічного опитування керівників бізнесу Всесвітнім економічним форумом для розрахунку Індексу глобальної конкурентоспроможності;

пріоритетність корупції серед ключових проблем для ведення бізнесу в Україні, що визначається за результатами щорічного опитування керівників бізнесу Всесвітнім економічним форумом;

частка громадян України, що:

- мали персональний корупційний досвід;

- мають толерантне ставлення до корупції;

- готові повідомляти про прояви корупції (потенційні викривачі);

ступінь залученості представників громадськості та експертів до антикорупційних комунікацій та підтримка ними дій Уряду;

частка позитивної, нейтральної інформації у засобах масової інформації на тему корупції порівняно з часткою негативної. Зростання обсягу позитивних повідомлень;

скоординованість антикорупційних комунікацій державних органів, поширення спільних повідомлень, спільна звітність, дотримання форми звітів тощо.

Для оцінки ефективності антикорупційних комунікаційних кампаній рекомендується окремо використовувати ключові показники ефективності. В основу запропонованих ключових показників ефективності покладено набір показників, рекомендованих Світовим банком для проведення комунікаційних кампаній.

Ключовими показниками ефективності антикорупційних комунікаційних кампаній є: підвищення рівня поінформованості цільової аудиторії:

- відсоткова частка цільової аудиторії, охоплена повідомленнями у рамках антикорупційних комунікацій, визначена на основі відгуків респондентів;

- відсоткова частка цільової аудиторії, яка розуміє конкретне повідомлення;

- відсоткова частка цільової аудиторії, яка обговорює певне повідомлення з іншими особами;

позитивні зміни у персональному ставленні до корупції:

- відсоткова частка цільової аудиторії, яка володіє знаннями, має власну позицію, які узгоджуються із суттю повідомлення;
- відсоткова частка цільової аудиторії, яка набуває знання та навички, рекомендовані у повідомленні;
- відсоткова частка цільової аудиторії, яка бере участь у застосуванні рекомендованих антикорупційних практик;
- кількість (частка) компаній, які впровадили у своїй діяльності рекомендовані антикорупційні практики;
- заохочення до активної протидії корупції:
 - відсоткова частка цільової аудиторії, яка готова добровільно інформувати про прояви корупції;
 - відсоткова частка цільової аудиторії, яка висловлює бажання та готовність брати персональну участь у реалізації антикорупційних ініціатив;
 - кількість користувачів (відвідувань) запропонованого інструменту (каналу, комунікаційної платформи);
- підтримка та довіра:
 - відсоткова частка цільової аудиторії, яка вважає, що рівень корупції відчутно знизиться протягом наступного періоду;
 - відсоткова частка цільової аудиторії, яка висловлює довіру та підтримку державі (конкретному державному органу) щодо впровадження антикорупційної реформи;
- показники медійної ефективності:
 - частка голосу стосовно антикорупційних дій, проектів та кампаній. Пропонується встановити зазначений показник на рівні до 25 відсотків загального обсягу інформації державних органів;
 - частка співвідношення позитивних/негативних/нейтральних повідомлень, проявів та публікацій у засобах масової інформації.

Передбачається, що зазначені показники матимуть позитивну динаміку.

Очікувані результати



Реалізація Стратегії дасть змогу:

- суттєво підвищити ефективність та результативність урядових комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції за рахунок координації ініціатив та узгодженості повідомлень;
- забезпечити належний рівень довіри серед громадян України, бізнесу та міжнародних партнерів до державної антикорупційної політики в цілому та діяльності окремих державних органів, зокрема тих, що спеціалізуються на запобіганні та протидії корупції;
- підвищити рівень поінформованості суспільства щодо явища корупції, персональної відповідальності, шляхів уникнення та викриття корупційних дій та, відповідно, зменшити толерантність до будь-яких проявів корупції;
- позиціонувати Україну як країну, що докладає реальних зусиль у подоланні корупції та досягає прогресу в антикорупційній реформі;
- досягти необхідного рівня медійної ефективності, який передбачає, що близько 25 відсотків загального обсягу інформації державних органів стосується антикорупційних комунікацій.

Фінансове забезпечення реалізації Стратегії

Фінансове забезпечення реалізації Стратегії здійснюється у межах коштів державного та місцевих бюджетів, коштів міжнародної технічної допомоги, коштів фінансових організацій (установ), коштів інвесторів та інших джерел, передбачених законом.

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

 Знайти слова на сторінці: 

* тільки українські (або рос.) літери, мінімальна довжина слова 3 символи...

© Верховна Рада України 1994-2017
програмно-технічна підтримка — Управління комп'ютеризованих систем
Інформаційна підтримка — Відділ баз даних нормативно-правової інформації