



Передвиборча кампанія під час військових операцій: основні меседжі

*Результати експертного опитування
щодо змісту та форм комунікації
кандидатів у Президенти з
електоратом (травень 2014р.)*

Програма дослідження

- **Об'єкт дослідження:**
передвиборча комунікація кандидатів у Президенти (2014) з електоратом України.
- **Предмет дослідження:**
зміст та форми передвиборчої комунікації кандидатів у Президенти під час військових операцій в країні.
- **Метод:**
Напівформалізовані експертні опитування щодо визначення змісту та форм передвиборчої комунікації кандидатів у Президенти.

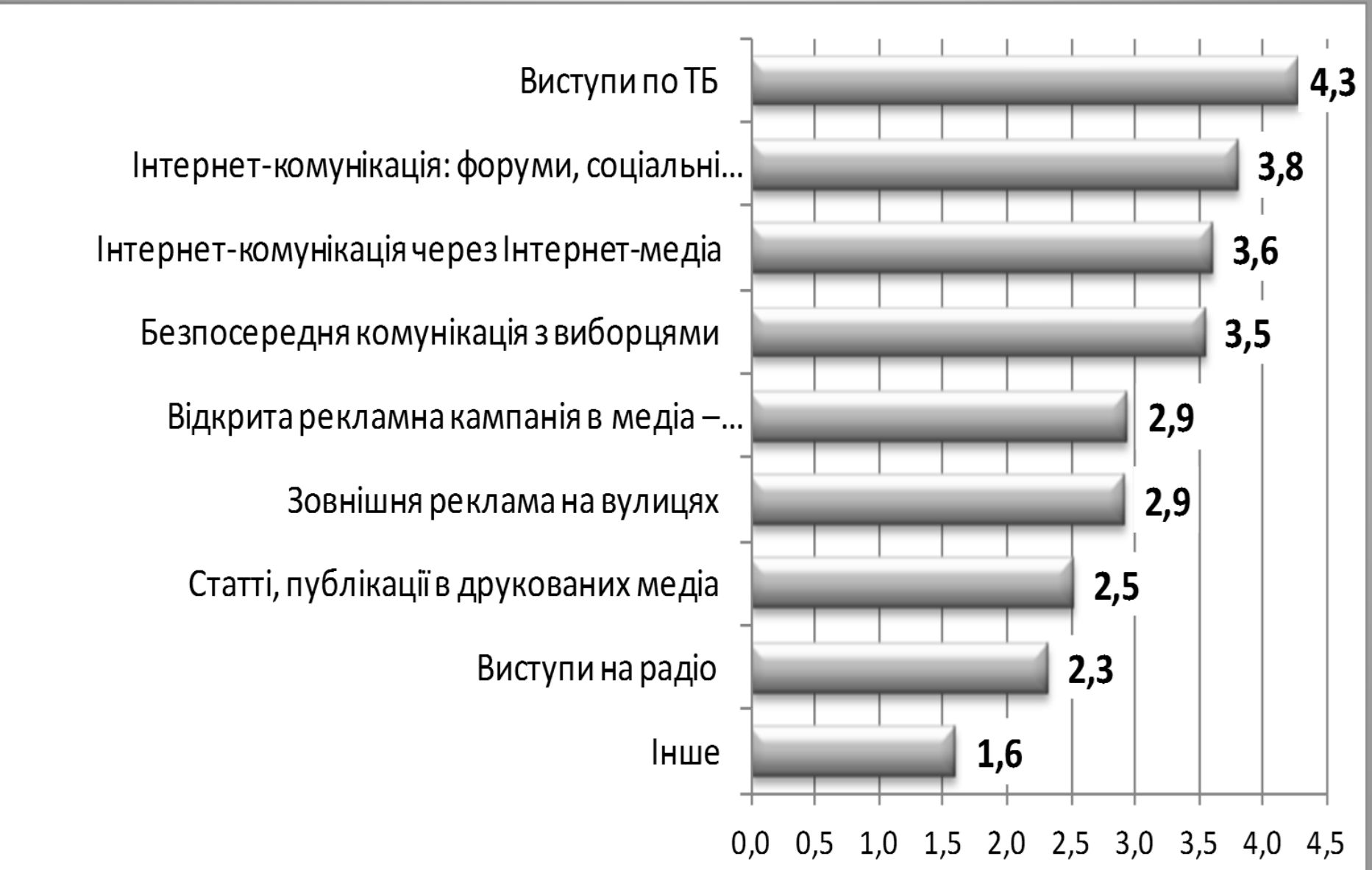
Мета дослідження:

Визначення оптимальних форм та змісту передвиборчих кампаній кандидатів у Президенти під час військових операцій в країні, а саме – найбільш ефективних шляхів самопрезентації в різних медіа та найбільш релевантних наявній політичній ситуації меседжів, розповсюджуваних по комунікативних просторах країни.

Основні результати дослідження

- Більшість експертів (18 з 35 осіб) погоджуються з нестандартністю даної передвиборчої кампанії і за формою, і за змістом;
- Більшістю відповідей (21 з 35 осіб) експерти визнають однозначний вплив контексту військових операцій в країні на передвиборчу комунікацію всіх політиків-кандидатів у Президенти;

- найбільш ефективними формами самопрезентації в різних медіа є:



- найбільш релевантними наявній політичній ситуації меседжами, розповсюджуваними по комунікативних просторах країни, мають бути:

«Ідеальний меседж» для кандидата у Президенти-2014	Кількість згадувань
Наша доля - у наших руках / Громадянське суспільство / Відповідальність кожного	12
Єдність країни / Схід і Захід - разом!	11
МИР У ВСЬОМУ СВІТІ! / Партнерство / Дипломатія	9
Гарантія прав та свобод для громадян / Суспільству - свободу	6
Безпека для країни / Демілітаризація	5
Жити по-європейськи, у Європі / Україна - це Європа	5
Сталий економічний розвиток	3
Соціальна стабільність / Українцям - добробут!	3
Політичні реформи, реформа силових та судових структур / Люстрація влади	3
Жити по-новому	3
Боротьба з корупцією	2
Україні - Крим!	1

МЕСЕДЖІ:

НАЯВНІ

Жити по-новому

Мир, спокій

Країна має бути єдиною

Настав час змін / Люстрація / Децентралізація влади

Врятуємо країну

Порядок на своїй землі

Вирішення конфлікту з Росією

ІДЕАЛЬНІ

Наша доля - у наших руках / Відповідальність кожного

Єдність країни

МИР У ВСЬОМУ СВІТІ!

Гарантія прав та свобод для громадян

Безпека для країни

Жити по-європейськи

Сталий економічний розвиток

Соціальна стабільність

Реформи / Люстрація влади

Жити по-новому

ОЧІКУВАНІ

Мир та безпека

Реформи

Врегулювання ситуації на Сході

Боротьба з корупцією

Національна солідарність

Нормалізація стосунків із Росією

Повернення Криму

Членство у міжнародних структурах - ЄС, НАТО

Люстрація влади

- **Побажання експертів щодо способів проведення та змісту передвиборчих агітацій:**
 - «Зміст комунікації має включати чітке визначення основних положень програми й підходів до їх реалізації. Сама програма повинна об'єктивно й обґрунтовано окреслювати тактичні й стратегічні цілі кандидата»;
 - «Кандидат має пропонувати дуже конкретний план реформування країни - не просто ЩО робити, а ЯК та впродовж якого терміну, а також говорити про інструменти ефективного та прозорого врядування»;
 - «Зміст передвиборчої комунікації має бути ПРАВДИВИМ».

Рейтинг частоти споживання мас-медіа та довіри до різних медіа

№	Вид медіа	Частота споживання	Ступінь довіри	Сукупний бал
1.	Інтернет: онлайн-видання / сайти новин	4,4	3,4	7,8
2.	Інтернет: соціальні мережі ...	3,4	2,9	6,3
3.	Телебачення	3,3	2,3	5,6
4.	Друкована преса	2,1	2,4	4,5
5.	Радіо	1,8	2,1	3,9