

## **Імідж та відкритість нової влади до діалогу: як пересилити страх перед власним народом**

*Результати експертного опитування щодо комунікаційної взаємодії влади з населенням у перший місяць правління (червень 2014 р.)*

Експерти з комунікації та зв'язків з громадськістю оцінили імідж нової влади: на перші місяці вони поставили «конкурентність / здатність перебирати увагу від іміджів інших політичних гравців» та «релевантність / відповідність до вимог часу та суспільно-політичного контексту».

В характеристиках влади експерти виділяють «патріотичність», «відкритість / інтерактивність» та «професійність». Також з персональних характеристик нової влади у порівнянні з попередньою згадуються «грамотність та ерудиція». За способом діяльності нова влада є більш «мобільною, синхронізованою з запитами суспільства», а за параметром стратегія діяльності нова влада відрізняється «патріотичною риторикою, проукраїнським вектором».

Позитивним впливом на імідж влади відзначені такі повідомлення, як:

1) промови та виступи Президента, особливо інавгураційна промова та подяка за довіру на виборах, також – виступи щодо посилення та припинення силових дій (переговори, оголошення перемир'я), повідомлення про візит Президента безпосередньо до зони бойових дій, інформація про перемогу в різних напрямках;

2) переговори українських лідерів із представниками міжнародних структур, підписання Угоди з ЄС;

3) воєнні ініціативи різних політиків, - в тому числі І.Коломойського – про викупи полонених, стіну на кордоні з РФ, виступи А.Авакова – в тому числі в соціальних мережах.

Негативними названо повідомлення наступного змісту:

1) тривання військових конфліктів, нечітка проявлена позиція влади щодо оптимального вирішення таких складних обставин;

2) хроніка воєнних дій та людські втрати, складна армійська буденність – недостатня забезпеченість армії;

3) підозри щодо злочинів можновладців та розслідування і розкриття таких злочинів; демонстрація легкого та шикарного життя представників влади та членів їх сімей;

4) слабка компетентність нової влади, проявлена щодо рішень про виведення країни з кризи; спроби наповнити бюджет через урізання фінансових

можливостей простих громадян; висока конфліктність («конфлікти виводяться на публіку»), неконструктивність.

Майже одногосно експерти погоджуються з тим, що *«нова влада проявляє дипломатію в міжнародних переговорах щодо припинення втручань у справи нашої держави»* та *«спрямована на встановлення суспільного діалогу в цілому»*.

*Сьогодні телебачення, онлайнвидання та соціальні мережі чинять значний вплив на формування владного іміджу, а от друкована преса та радіо ще не повністю розкрили свій потенціал щодо трансляції позитивного іміджу влади.*

Проте вже помітними стають особливості та проблемні зони комунікаційної взаємодії влади з народом. Не до кінця спрацьовує механізм відкритості як підзвітності, постійного інформування про свої наміри та стратегію дій. Нова влада загалом декларує бажання та не має механізмів реалізації і сталої звички до постійної налагодженої якісної комунікації з народом. Продовження такого способу ведення діалогу, на переконання експертів, може спричинити сплеск недовіри до влади.

Названо політичних діячів, які найбільше опікуються побудовою та підтримкою насамперед власного іміджу, це А.Аваков, О.Ляшко, П.Порошенко та А.Яценюк.

Фахівці з комунікації радять представникам нової влади відкрито говорити як про успіхи, так і про невдачі виконання своїх обов'язків, навчитися бути щирими при спілкуванні зі своїм народом. Певні кроки на цьому шляху вже зроблено. На черзі - повне переосмислення принципу відкритого демократичного правління, особливо нині – в тяжкий, критичний період української історії.

Коментар експерта 1: *«Треба терміново деінституціоналізувати страх української влади перед українським народом: почати говорити все так, як є, без всяких замовчувань та викривлень інформації»*.

Коментар експерта 2: *«Необхідно більше спілкуватись із журналістами безпосередньо, відкрити цілодобовий медіацентр – принаймні, на час українсько-російського конфлікту – для постійного і оперативного інформування про дії влади невійськового характеру (приклад – медіацентр Майдану)»*.

***Дослідження здійснювалось Академією Української преси (АУП) за участі вчених Київського національного університету імені Тараса Шевченка.***

***Дослідження стало можливим завдяки підтримці Міжнародного фонду "Відродження". Погляди та висновки, викладені у звіті, належать авторам.***