

Імідж та відкритість нової влади до діалогу

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

Київ 2014

Автори:

1 . *Іванов В.Ф.*, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики КНУ ім.Тараса Шевченка, президент Академії української преси

2 . *Совенко О.С.*, провідний соціолог навчальної лабораторії прикладних соціологічних досліджень факультету соціології Київського національного університету ім. Тараса Шевченка

3 . *Волошенюк О.В.*, провідний мистецтвознавець відділу кіномистецтва Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. Максима Рильського НАН України, виконавчий директор Академії української преси

Дослідження здійснено за підтримки Міжнародного фонду "Відродження"

Сформований внаслідок революційних змін в країні уряд та нова влада в цілому стали надзвичайно важливими гравцями як української, так і міжнародної політики. А історичний контекст діяльності даної влади та рівень очікувань щодо вдалої, ефективної роботи від неї утворили поле напруженої уваги з боку «четвертої влади». Суспільство ставить нові запити і до новообраного Президента. І в умовах військових дій і кардинальних змін в усіх сферах життя українців формується необхідність постійного повноцінного діалогу влади з народом. В цьому ракурсі важливим атрибутом нової влади, зокрема, є впровадження ефективних форм комунікації з населенням країни та формування й підтримка позитивного, "інтерактивного" іміджу.

Експертами даного дослідження виступили науковці: медіааналітики, соціологи, політологи, професійно приналежні до аналітичної діяльності щодо мас-медіа (всього 34 особи) з різних регіонів України, які не мають прямого професійного відношення до створення повідомлень політичного характеру в медіа. Більшість з них (20 осіб) представляють освітні організації, 6 осіб працюють у недержавних організаціях, 3 особи - у дослідницьких організаціях та 3 – в медійних, 1 особа – в державно-адміністративних органах та 1 особа – аналітик-фрілансер. Досвід наукової / аналітичної роботи залучених експертів складає від 6 до 45 років.

Польовий етап дослідження відбувся у термін 21 червня – 14 липня 2014 р.

Об'єкт дослідження: політичне інформаційне поле України за перший місяць правління нової влади (червень 2014 р.).

Предмет дослідження: образ нової української влади в медіа.

Метод:

Напівформалізовані експертні опитування (червень-липень 2014 р.) із визначенням найбільш характерних ознак іміджу нової влади через сукупності впливових повідомлень в медіа.

Процедура:

Експерти надають оцінку тим чи іншим іміджевим параметрам нової влади та самій владі (законодавча та виконавча гілки на чолі з новим Президентом) через аналіз повідомлень щодо діяльності державних очільників та результатів цієї діяльності, як вона представлена у різних медіа. Додатково оцінюється вплив тих чи інших медіа та змісту трансльованих через них повідомлень на формування довіри до нинішньої "кризової" влади в Україні та відкритість влади до діалогу з народом.

Мета дослідження:

Характеристика іміджу нової влади в Україні в перший місяць її правління через вивчення різних складових іміджу та реальних дій, висвітлених у найбільш рейтингових українських медіа.

Задачі дослідження:

- З'ясувати експертну думку щодо іміджу нової влади в цілому та різних його складових, таких як: цілісність, проєктованість, передбачуваність, конкурентність, атракційність та інші;
- Визначити основні відмінності іміджу нової влади від іміджу попередньої влади;
- Охарактеризувати на конкретних прикладах роль різних каналів медіа в побудові іміджу нової влади, а саме: проаналізувати згадані експертами інформаційні повідомлення та їх канали, які позитивно вплинули на імідж нової влади та ті, що вплинули на нього негативним чином;
- Оцінити наявну комунікаційну взаємодію нової влади з народом, відкритість нової влади, спроможність повідомляти як про свої успіхи, так і невдачі та готовність до постійного суспільного діалогу в цілому.

Основні результати дослідження

1. Експертна оцінка іміджу нової влади

На думку половини наших експертів, імідж нової влади, в цілому, містить як позитивні, так і суперечливі сторони (17 осіб), значно меншою кількістю експерти погоджуються з тим, що імідж є скоріше нейтральним (7 осіб) або ж позитивним (6 осіб).

Яким є Ваше загальне враження від сформованого іміджу нової влади (червень-липень 2014)?

Твердження	К-ть осіб	%
1) Імідж є дуже позитивним, дружнім до громадян країни	6	18
2) Імідж є скоріше позитивним або нейтральним	7	20
3) Імідж містить як позитивні, так і суперечливі сторони	17	50
4) Імідж відзначається деякими негативними сторонами	2	6
5) Імідж загалом є більше негативним, недружнім до	2	6
Всього	34	100

Більшість експертів погоджуються з тим, що формування позитивного та ефективного іміджу для нової влади є важливим: 14 осіб заявляють про те, що це «доволі важливо, імідж є складовою діяльності влади», 12 осіб – «вкрай важливо, імідж має бути тільки таким, - позитивним та ефективним».

Як Ви вважаєте, наскільки важливо для нової влади вживати спеціальних заходів для формування позитивного та ефективного іміджу?

Твердження	К-ть осіб	%
1) Вкрай важливо, імідж має бути тільки таким, - позитивним та ефективним	12	35
2) Доволі важливо, імідж – це складова діяльності влади	14	41
3) Важливо, але це не впливає на ефективність самої влади	5	15
4) Це не настільки важливо, оскільки діяльність влади говорить сама за себе	3	9
5) Формування іміджу – марна трата часу, владі слід звертати увагу лише на ефективну діяльність	0	0
Всього	34	100

Коментар експерта: «Варто владі рішуче й прозоро вирішити низку першочергових завдань для зміни корумпованої владної системи, - імідж виправиться автоматично, без дорогих політтехнологів та ресурсів».

Скільки уваги та зусиль, на думку експертів, нинішня влада приділяє формуванню свого іміджу?

Як Ви вважаєте, наскільки інтенсивно нова влада займається формуванням власного позитивного та ефективного іміджу?

Твердження	К-ть	%
1) Дуже інтенсивно, приділяє цьому значну увагу	6	18
2) Інтенсивно, але не приділяє цьому спеціальної уваги	10	29
3) Не інтенсивно, а час від часу, залежно від обставин	18	53
4) Ніяк не займається	0	0
Всього	34	100

На політичній арені сьогодні багато нових персонажів. Хто з них найбільше запам'ятовується, хто детально планує свої виходи «на публіку»? В даному питанні ми поєднали як індивідуальних, так і колективних акторів.

Які державні установи / політичні суб'єкти, посадовці з нової влади, на Вашу думку, більше за всіх опікуються формуванням власного іміджу сьогодні? (відкрите питання)

№	Політичні суб'єкти	К-ть згадувань
1.	Аваков Арсен - МВС	13
2.	Ляшко Олег	12
3.	Порошенко Петро – Президент	12
4.	Яценюк Арсеній – Прем'єр-міністр	8
5.	Адміністрація Президента	5
6.	Клімкін Павло - МЗС	4
7.	Коломойський Ігор (та заступник Філатов Борис) – Дніпропетровська ОДА	4
8.	Квіт Сергій (та заступниця Совсун Інна) - МОН	3
9.	Кабмін	3
10.	Кличко Віталій	3
11.	Парубій Андрій - РНБО	3
12.	Верховна Рада	2
13.	Політичні партії та їх лідери	2
14.	Інші (Кужель О., Гриценко А., Тягнибок О., Турчинов О., Міністерство оборони, Київська мерія, Керівники батальйонів самооборони, Безсмертний Р.), Береза Борислав (Правий сектор)	1

Оцінюючи різні складові іміджу нової влади, експерти в цілому їм надають усереднені бали (близько 3 за шкалою від 1 до 5), та на перших місцях з незначним відривом опиняються «конкурентність / здатність перебирати увагу від іміджів інших політичних гравців» та «релевантність / відповідність до вимог часу та суспільно-політичного контексту» - по 3,3 бали в середньому.

Оцініть, будь ласка, різні складові ІМІДЖУ нової влади в цілому (законодавча та виконавча влада на чолі з новим Президентом)?- середній бал

№	Складові іміджу	Оцінка (1-5)
1	Конкурентність / здатність перебирати увагу від іміджів інших політичних гравців	3,3
2	Релевантність / відповідність до вимог часу та суспільно-політичного контексту	3,3
3	Яскравість / насиченість	3,2
4	Атракційність / привабливість, цікаво спостерігати за ним	3,2
5	Проектованість (цілеспрямоване просування через ЗМК)	3,1
6	Перспективність / ефективність належного впливу на аудиторію	3,1
7	Передбачуваність / відсутність інноваційності	3,0
8	Цілісність	2,8

В характеристиках самої влади експерти ставлять на перше місце «патріотичність» (3,9 бали з 5), за нею йдуть «відкритість / інтерактивність» та «професійність» (по 3,2 бали в середньому). Найменшими балами оцінено «дружність до інших політичних суб'єктів країни» - 2,7 бали.

Оцініть, будь ласка, Ваші враження від нової влади за пропонованими ознаками. - середній бал

№	Характеристики нової влади	Оцінка (1-5)
1.	Патріотичність	3,9
2.	Відкритість / «інтерактивність»	3,2
3.	Професійність	3,2
4.	Послідовність	3,1
5.	Відповідальність	3,1
6.	Консолідованість (дружність «всередині»)	2,9
7.	Дієвість / ефективність	2,9
8.	Дружність до інших політичних суб'єктів країни (дружність «назовні»)	2,7

2. Основні відмінності іміджу нової влади від іміджу попередньої влади

Чим, на Вашу думку, імідж нової влади значно відрізняється від іміджу попередньої влади?
(відкрите питання, у відповідях збережено стилістику та мову авторів)

Внутрішні / персональні характеристики	Спосіб діяльності	Стратегія діяльності	Зовнішньо-політична діяльність	Загальні цінності
Відсутні (наразі) ознаки чіткої клановості/сімейності; Набагато вищий рівень інтелектуального розвитку та освіти; Більш "міські", "буржуазні" смаки та спосіб життя	Відсутня стратегія формування іміджу. Закритість апарату, бюрократична тональність в роботі	Більш виражений "самостойницький", проукраїнський вектор діяльності	Активно використовується тема ворожнечі із Росією та дружби з США та ЄС	Вищий пріоритет людського життя
Грамотність та ерудиція лідерів та членів команди	Агресивність, мобільність, варіативність, ситуативність	Відсутність потреби орієнтуватися на один регіон. Відсутність партійних зобов'язань	Войовничість, антиросійська	Декларуються європейські цінності
Кадрової неразберихой, шатаннем, непослдовательностью, непрофессионализмом, пресупулной халатностью, неискренностью по отношению к гражданам Украины. Одним словом, "кухаркины дети".	Влада змушена комунікувати з громадянським суспільством та враховувати (принаймні, декларативно) позиції різних груп інтересів	Патріотичною риторикою, приглушенням соціальних акцентів	Відсутність зорієнтованості на Росію та російські методи пропаганди	
Новий президент ішов [на вибори] без програми та чіткої позиції, в нього інвестовано багато надій, великих очікувань	НАМАГАННЯМ адекватно відповідати на виклики	Базування на патріотизмі	Проевропейськість Європейським вибором	
Патріотичність, прагматичність; інноваційність; і поки що – амбіційність, помножена на бажання щось змінити	Враховання громадянської думки при прийнятті рішень, консультації з ГО, активістами, експертами, створення нових консультативних органів при КМУ, Міністерствах, залучення волонтерів до роботи в			

Медіалізм, народність, відсутність "пафосу", доступність	Держорганах Вона [влада] більше працює через соціальні мережі		Європейськими цінностями	
[Мідж] є більш патріотичним, активним, дієвим; влада має більшу підтримку народу	Синхронізацією з запитами суспільства; активним зворотним зв'язком; реальною, а не формальною роботою над реформуванням країни		Провокуюється погіршення стосунків із Російською Федерацією	
Патріотичністю, консолідованістю	Демонстрацією відкритості та все ж багатоманітням думок - певною дискусійністю		Діюча влада знов-таки не є суверенною, але вектор залежності став одномірним - від позиції ЄС-США	
Патріотизмом, відкритістю, інтелектуальністю	Комунікація нової влади баується на риториці демократичних цінностей та патріотизму, маскується під відчуття та очікування активістів Майдану, громадянського суспільства			
Патріотизмом	Відкритістю			
Рішучістю, здатністю реагувати, вмінням грамотно балансувати	Більшою відкритістю			
Чесністю, порядністю	Відносною відкритістю			

Отже, порівнюючи нову владу із попередньою, найбільше уваги експерти приділяють *внутрішнім (персональним) характеристикам* нової влади, і тут найчастіше згадуються такі особливості, як «патріотизм», «відкритість / доступність», «більша грамотність та ерудитія». Також відмінністю нової влади є *спосіб діяльності*, який отримує такі характеристики, як: «мобільність, синхронізація з запитами суспільства, врахування громадської думки» та знов «відкритість». Доволі часто експерти згадують і проєвропейську налаштованість нинішньої влади, «дружбу з ЄС та США», та інколи до цього додають «ворожнечу з Росією». За параметром *стратегія діяльності* нова влада відрізняється «патріотичною риторикою, проукраїнським вектором».

3. Роль різних повідомлень та каналів медіа в побудові іміджу нової влади

Згадайте, будь-ласка, найбільш яскраві повідомлення в медіа, які, на Вашу думку, вплинули на формування іміджу нової влади позитивно. Яким був їх зміст? Кого з представників нової влади вони стосувались? (відкрите питання, у відповідях збережено стилістику авторів)

Відповіді
Порошенко і бульдозер на Банковій; "Куля в лоб то куля в лоб", Яценюк; Коломойський і викупи; Коломойський і українська стіна; Наші в ООН (МЗС); Підписання Угоди з ЄС (всі)
Поїздка Порошенка на Донбас
Перемир'я Президента
Інавгураційна промова президента
Президент: тези про незмінність євроінтеграції України, вступ до Європейського Союзу, консолідація політичних сил, які не виступають проти державності України.
Мирные переговоры в г.Донецке
Інавгураційна промова; підписання Угоди про Асоціацію з ЄС; зустрічі з В.Путіним та керівниками країн ЄС у Франції; імідж родини президента; чесні вибори
[Позитивно впливають на імідж влади] Усі учасники телепередачі "У кабінетах"; передачі Шустера, особливо цікаві стали передачі "Свобода слова" Куликова
"Перемир'я" від Порошенка; Загальна тональність повідомлень Яценюка - він намагається позиціонуватися як компетентний керівник уряду, і це до певної міри вдається
Відновлення АТО, підписання політичної та економічної частин Асоціації
Інтерв'ю з Павлом Шереметою, відео, повідомлення, обговорення виступу Андрія Дешиці на мітингу біля посольства РФ
Ідея "стіни Коломойського"
Відсутність кортежів, заяви з актуальних проблем - Яценюк, відвертість і наполегливість у керуванні парламентом - Турчинов, володіння англійською мовою - Шеремета, Яценюк, Порошенко, природня поведінка серед європейських лідерів, підписання Угоди про асоціацію Порошенка, відновлення АТО - Порошенко, високий інтелектуальний рівень за природньої поведінки з пересічними громадянами - Шеремета, Клімкін
Підписання економічної частини угоди з ЄС; відновлення АТО; введення військового стану
Запровадження АТО і висвітлення АТО в ЗМІ. Статті В. Портнікова, С. Лещенка. Особливі журналістські розслідування Т. Чорновол. Повідомлення групи "Інформаційний спротив"
Інавгураційна промова Президента України Петра Порошенка та її висвітлення разом з деякими знаковими нюансами (рушниця, що впала; народження онука)
Продовження АТО
Всі виступи на ФВ Арсена Авакова, які згодом ретранслюються медіа, як аудіальними, так і аудіовізуальними. Вони свідчать про високий рівень інтелектуаломісткості нової влади.
1. Підтвердження довіри до неї [влади] на виборах; 2. Підписання угоди з ЄС; 3. Звернення П.Порошенка до нації; 4. Стратегічний підхід до АТО
Усі репортажі "Підсумків тижня" з Аллою Мазур (1+1), журналістські розслідування "Гроші" (1+1)
Перемоги на всіх фронтах

Відміна перемир'я Порошенком, оборонні ініціативи губернатора Коломойського та його заступника Філатова (батальйони тероборони, побудова муру на кордоні з РФ)
Промова Порошенка на інавгурації, заклик до перевиборів парламенту
Повідомлення, пов'язані з підписанням Угоди про Асоціацію з ЄС (Президент, Прем'єр-міністр); повідомлення про ставлення до російської агресії та діяльності Росії щодо України; повідомлення про Поновлення та посилення АТО на Сході України
Звернення Президента про припинення перемир'я
Обіцянка Порошенка вирішити україно-російську кризу мирним шляхом
Президент особисто в зоні АТО
Звернення Порошенка щодо активних дій АТО, взяття Слов'янська
Підписання чергових євроінтеграційних документів
«Жити по-новому», - «дякую за довіру»
Виступи Президента, міністр МВС у соцмережах

Отже, можна резюмувати, що 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.

Згадайте, будь-ласка, найбільш яскраві повідомлення в медіа, які, на Вашу думку, вплинули на формування іміджу нової влади негативно. Яким був їх зміст? Кого з представників нової влади вони стосувались? (відкрите питання, у відповідях збережено стилістику та мову авторів)

Відповіді
Вся ситуація з Кримом та з Росією подається геть погано. До цих пір не сформований пул "доверних ЗМІ", до цих пір немає регулярних щоденних виступів хоча б когось з вищих посадовців держави і т.д. Особливо це стосується подій на Сході - не можна зрозуміти, кому і чому в цьому сенсі вірити.
Виступ І.Тенюха на ТСН. Відмова П.Порошенка від теледебатів. Скандали та конфлікти між високопосадовцями. Виступи в.о.міністра оборони М.Ковалю
Войовничість Президента, КМ, ВР
Дешифрація, "мирний план" Порошенко, односторонні оцінки ситуації на Юго-Востоку, засідання Верховної Ради, де видна повна бездіяльність міністерств здравоохоронення, економіки
Скандали із закупівлями для армії; підбитий літак; повідомлення про можливі порушення прав людини українськими військовими
Все, що пов'язане з діяльністю НБУ, Генпрокуратури, "масажний скандал", висвітлення АТО, її "успіхів". Найголовніше - бездарна справа Криму. Висвітлення діяльності економічного блоку Уряду
Інтерв'ю Олега Мусія, виступи Єгора Соболева, Тетяни Чорнової, виступ Михайла Ковалю зі звинуваченнями Антимонопольного комітету

Повідомлення про можливість того, що Медведчук очолить Донецьку ОДА, невизначеність із перемир'ям в зоні АТО
С.Пашинський - після повідомлення про участь у бійці під парламентом; "Свобода" - часом декларативні заяви та емоційні дії
Величезне питання виникло до "Інтеру" - 8.07.2014 "Хамелеон" про Коломойського. Для чого розкачувати гойдалку?!?
Коломойський підтримав призначення Медведчука губернатором Донецької області; Призупинення АТО; Відтермінування санкцій ЄС
Інформація про відсутність бронешитів для АТО, про продажність генералів, про нескоординовані дії АТО
Найбільш негативні повідомлення в медіа: про зриви голосувань у Верховній Раді (і у тому числі по закону "Про вищу освіту 19 червня") та наміри Верховної Ради піти у відпустку у важкий для країни час, але на разі Закон проголосовано та Рада оголосила, що працюватиме без канікул. Окрім того, постійний негатив викликають незрозумілі або відверто злочинні дії та бездіяльність у Міністерстві оборони (затягування тендера, розкрадання спецпайків та палива для АТО, проблеми із збезпечення вояків питною водою та харчами)
Про закупівлю касок і бронешитів
Негативний вплив на імідж нової влади чинять конфлікти, факти неузгодженості дій, що висвітлюються у медіа. Приклад: конфлікт Арсена Авакова та Валентина Наливайченка, який звинуватив очільника МВС у тому, що він відправляє у зону АТО беркутівців, які знаходяться під слідством і звинувачуються у розстрілах людей на Майдані. Приклад: на 5 каналі: Пересічні громадяни звинувачують владу у відсутності зацікавленості правоохоронних органів у розслідуваннях одеської трагедії. Коментарі правоохоронців при цьому відсутні
Повідомлення про моральний і матеріальний стан силових структур
Репортаж Наталки Пісні про відпочинок Євгенії Тимошенко в Італії, репортажі Катерини Осадчої про світські раути високопосадовців та аж надто безбідне життя їхніх родин
Вкрай погане забезпечення військових в зоні АТО (купа повідомлень про броніки за власний кошт, відсутність душових, капців для солдат та їжі)
Втрата Криму, керування силами АТО (О. Турчинов, керівники військового відомства)
Припинення військових дій / перемир'я
Відсутність відповідей [від влади] щодо притягнення до відповідальності винних у злочинах, скоєних під час Майдану
Поглиблення соціально-економічної кризи на Півдні та Сході країни. Колапс промислового виробництва, зростання безробіття, зменшення соціальних стандартів населення; Військові дії, неспроможність вирішити проблемні питання засобами дипломатії
Призначення нових членів Нацради з питань ТБ; початок "псевдорозслідувань" на 1+1 - Коломойський використовує медіа для зведення рахунків
Розкриття в програмі "Досить" демонструють кволість нової влади
Повідомлення про більшість кадрових призначень постійно посилюють меседж, що зміни (корупційної) системи не буде. Наприклад, заява Яреми, що на реформу прокуратури, як в Грузії, в Україні немає коштів. Також повідомлення про підвищення тарифів на комунальні послуги, газ, воду - це суцільні антимеседжі для нової влади, бо влада не дала чіткого і чесного обґрунтування цим своїм рішенням

Підсумовуючи згадані повідомлення, виділимо декілька типів того, що негативно вплинуло на імідж нової влади за останній місяць:

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, неконструктивність нової влади, – конфлікти виводяться на публіку, - недостатній прояв дипломатичності.

Також експерти зазначають про бездіяльність (недостатню активність) нової влади (зриви голосувань у ВР) та нерегулярні виступи можновладців із повідомленнями населення про свої наміри, в тому числі це стосується ситуації на сході країни.

Коментар експерта-1: *«Загалом комунікаційна стратегія, яка спрямована на формування позитивного іміджу влади, невловима. Нічого дивного, адже нова влада не озвучила свого чіткого і зрозумілого плану (стратегії) в конкретному часовому вимірі (окрім, можливо віце-прем'єра Гройсмана, який на Шустер-лайв повідомив, що українцям доведеться чекати на перші результати реформ щонайменше 7 років)».*

Коментар експерта-2: *«Яскраві повідомлення, які могли б позитивно вплинути на імідж влади - це мали б бути повідомлення про успіхи у соціально-економічному розвитку: відкриття нових підприємств, створення нових робочих місць, будівництво нових шкіл, лікарень тощо. Нічого цього немає».*

Коментар експерта-3: *«Відсутність яскравих повідомлень у перші дні роботи нового Президента [склало негативне враження про нову владу] - ситуація вимагала, щоби він почав діяти "з місця в кар'єр", в тому числі й в інформаційному плані. Загалом: бракує роз'яснень позиції влади, потрібно активніше просувати раціональні аргументи щодо ухвалених чи пропонованих рішень».*

Коментар експерта-4: *«Кожного дня з усіх мас-медіа лунають повідомлення про громадянську війну на сході, гинуть сотні людей, руйнуються заводи, житлові будинки, вся система життєзабезпечення. Влада демонструє повну неспроможність припинити все це. Кожного дня влада формує свій негативний імідж. В політику мали йти ті, хто володіє "мистецтвом жити разом", хто знає, як повернути мир».*

Слід зазначити, що експерти в запропонованому питанні не звертають великої уваги до конкретних повідомлень медіа та їх каналів, а скоріше – на зміст таких повідомлень, ретрансльований в різних формах по багатьох каналах.

Зокрема, згадуються лише деякі *телеканали* (1+1, Інтер, 5й канал) та окремі *передачі* («Шустер-лайв», «Свобода слова», «У кабінетах», «Досить», «Підсумки тижня», «ТСН», «Гроші», «Світське життя» та ін.), які внаслідок своєї популярності та політичної (світської) спрямованості чинять загалом потужний вплив на формування, підтримку іміджу влади. Окремо в негативному контексті згадано стрічку «Хамелеон» на «Інтері» (про І.Коломойського).

З друкованої преси та електронних медіа йде посилення лише на журналістів - В.Портнікова, С.Лещенка, Т.Чорновол, які дають позитивний вплив, на думку експерта, на імідж влади. Також в позитивному ключі згадуються і *соціальні мережі (FB)*, де мають свої сторінки представники влади.

Окремими питаннями ми з'ясували експертну думку щодо впливу різних каналів медіа на формування іміджу нової влади:

1. Якщо оцінювати в цілому, які медіа, на Вашу думку, найбільше впливають на формування іміджу нової влади зараз?
2. Скажіть, яким медіа Ви б найбільше довірили трансляцію позитивного іміджу нової влади? Оцініть за шкалою 1-5, де 1 – найменше, 5 – найбільше.

№	Тип медіа	1. Вплив на формування іміджу (1-5)	2. Довіра трансляції іміджу (1-5)
1.	Друкована преса	2,6	3,5
2.	Радіо	2,6	3,5
3.	Телебачення	4,4	4,4
4.	Інтернет: онлайнвидання / сайти новин	4,4	4,5
5.	Інтернет: соціальні мережі тощо	4,3	4,4

Експерти майже однакові бали надають телебаченню, онлайн-виданням та соціальним мережам. Але цікаво відрізняються бали між тим, який вплив з точки зору експертів на формування іміджу влади чинять друкована преса та радіо (2,6 бали) та рівень довіри до даних медіа щодо трансляції позитивного іміджу влади, який оцінено значно вище (по 3,5). Це говорить про наявний потенціал даних каналів медіа щодо трансляції позитивного іміджу влади.

4. Комунікаційна взаємодія нової влади з народом, відкритість нової влади

У своєму дослідженні ми поставили на ваги такі параметри, як імідж та відкритість нової влади. Перше, на нашу думку – це сконструйована оболонка, яка допомагає владі у новому складі бути ідеальним об'єктом соціального сприйняття. В залежності від успіху технологічно створеного іміджу та способів його трансляції, влада одразу стає близькою та досяжною, компетентною та професійною, чутливою та контактною в думках народу. Але з іншого боку – відкритість – її реальна риса та спосіб дії, який має бути відтворений особливо уважно з огляду на те, внаслідок яких подій сформовано теперішню владу. Відкритості очікує народ від усіх без виключення представників влади. Відкритої та прозорої політики, відкритих виступів та відкритих відповідей на запити суспільства. Отже, на меті даного підрозділу - оцінка комунікаційної взаємодії нової влади з народом, відкритості нової влади, спроможності повідомляти як про свої успіхи, так і невдачі та готовності до постійного суспільного діалогу в цілому.

Якщо говорити про комунікаційну взаємодію нової влади з народом, чи згодні Ви з наступними твердженнями:

№	Нова влада...	ТАК	НІ	В.В.
1.	... спрямована на встановлення суспільного діалогу в цілому	25	7	2
2.	... активно комунікує з громадськими організаціями та окремими активістами	15	10	9
3.	... відкрито виступає перед народом із роз'ясненням своїх позицій	15	7	12
4.	... вибудовує конструктивну комунікацію з учасниками гострих конфліктів у державі для їх швидкого розв'язання	11	11	12
5.	... регулярно повідомляє населення про свою <u>стратегію дій</u> щодо вирішення проблем на Сході країни	12	12	10
6.	... регулярно повідомляє населення про <u>результати</u> запроваджених нею дій щодо вирішення проблем на Сході країни	13	11	10
7.	... проявляє дипломатію в міжнародних переговорах щодо припинення втручань у справи нашої держави	27	2	5

З даних результатів відповідей можемо бачити, що майже одноголосно експерти погоджуються з тим, що «нова влада проявляє дипломатію в міжнародних переговорах щодо припинення втручань у справи нашої держави» (27 осіб) та значна кількість експертів вважає, що «нова влада спрямована на встановлення суспільного діалогу в цілому» (25 осіб), хоча семеро з цим не погоджуються. В інших пропонованих тезах думки експертів ще більш значно розділились, а саме – майже навпіл у таких твердженнях, як: «нова влада вибудовує конструктивну комунікацію з учасниками гострих конфліктів у державі для їх швидкого розв'язання», «регулярно повідомляє населення про свою *стратегію дій* щодо вирішення проблем на Сході країни» та «регулярно

повідомляє населення про *результати запроваджених нею дій* щодо вирішення проблем на Сході країни». Показовим є те, що третина експертів вагається оцінити однозначно такі твердження: «нова влада відкрито виступає перед народом із роз'ясненням своїх позицій» та «нова влада вибудовує конструктивну комунікацію з учасниками гострих конфліктів у державі для їх швидкого розв'язання».

Таким чином, 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. Продовження такого способу ведення комунікації може спричинити сплеск недовіри до влади.

Більш детально експерти передали свої враження щодо відкритості влади та її комунікації з народом у відкритих відповідях-коментарях:

Коментарі експертів щодо комунікаційної взаємодії нової влади з народом та її відкритості
Треба терміново деінституціоналізувати страх української влади перед українським народом: почати говорити все так, як є, без всяких замовчувань та викривлень інформації. Сто разів на день доводиться чути "Мені відомі випадки корупції / порушень / зловживань / злочинів з боку високопосадовців. Прізвища я називати не буду, але...". А чому їх не називати? Треба вже перестати боятися казати правду. Казати правду легко і приємно
Універсальне правило будь-якої взаємодії - краще проінформувати, ніж пояснювати. Краще пояснити, ніж виправдовуватися
Дії нової влади суттєво відрізняються від дій попередньої, проте не всі вони достатньо вмотивовані в очах громадськості, тож не завжди зрозумілі. Це шлях до втрати довіри. Комунікація з громадськістю у двосторонньому вигляді через громадські організації має бути значно активнішою, якщо влада хоче будувати громадянське суспільство, очоливши цей процес. Інакше знову втратить контроль над громадськістю
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). Наразі не відчувається ефективна робота прес-служби Президента
Відновлення квотного принципу призначення на посади у виконавчій вертикалі, відсутність цілеспрямованої інформаційної політики призводить як до непродуманих управлінських кроків у різних сферах державотворення, так і до непрофесійного висвітлення, неадекватних медійних акцентів
Рішення влади приймаються не достатньо прозоро, очевидно, що у громадян не виникає відчуття, що рішення влади узгоджуються з ними перед прийняттям, що громадська думка важлива для влади; більшість зустрічей влади з громадськими активістами, експертами проводяться у закритому режимі і влада не повідомляє про такі зустрічі; очевидно у влади є бажання спілкуватися відкрито, але інструменти не напрацьовані

<p>Влада декларує свою спрямованість на встановлення тісної комунікації з народом. Однак, не має для цього достатніх інституцій, центрів управління. Помітно, що влада це розуміє і проводить формування таких інституцій. Найбільше чого бракує - активніше й доступніше пояснювати свої кроки. Можливо, навіть запровадити щось на зразок тижневих, а за потреби й частіше зустрічей за народом, як то колись робив біля каміна президент Рузвельт. Саме під час великої депресії</p>
<p>Нова влада більш відкрита, але не завжди ця відкритість оперативна, іноді пояснення рішень влади приходять запізно, вони не деталізовані і не роз'яснені, а це сіє тривогу в суспільстві; про деякі речі треба говорити більш відкрито (наприклад, не забезпечили найнеобхіднішим солдат в АТО; на що пішли кошти, зібрані людьми) - інформаційна мовчанка породжує недовіру</p>
<p>Новій владі ще не вистачає відкритості. Необхідно вчитися</p>
<p>Комунікаційність треба посилити</p>
<p>Влада є відкритою щодо діалогу з громадськістю, демонструє зацікавленість у зворотньому зв'язку і досягає цього різними засобами. Найефективнішим каналом комунікації влади з народом наразі є соціальні мережі. Жартівливе словосполучення "фейсбучний міністр" щонайточніше відображає нову модель функціонування очільників різних міністерств та відомств. У цьому контексті варто відзначити комунікаційну активність А.Б.Авакова та І.Р.Совсун</p>
<p>Влада ще мало застосовує можливості спілкування із суспільством. Великого значення в цьому процесі мають виступи ключових політиків на ТБ і в інтернеті, зустрічі з населенням</p>
<p>Очевидці подій на Сході та ті, хто брали участь у бойових діях стверджують, що населення реально інформується про ситуацію на Сході лише на 10%.</p>
<p>Порівняно з попередниками відкритість значно посилилася, проте в громадськості залишаються питання щодо непрозорості ухвалення кадрових рішень. Бажано до цих процесів залучати активістів та територіальні громади</p>
<p>В багатьох випадках влада або намагається комунікувати (але далеко не завжди ефективно), або робить вигляд, що намагається</p>
<p>Одна справа - декларувати, зовсім інша - діяти</p>
<p>Комунікація в процесі народження, реально довіру треба завоювати</p>

В сукупності дані коментарі визначають те, що нова влада загалом має наміри, та не має механізмів реалізації і сталої звички до постійної налагодженої якісної комунікації з народом. Таку звичку, традицію пояснень та постійних розмов необхідно започатковувати вже зараз. Експерти 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.

Висновки

1. Експертна оцінка іміджу нової влади

На думку половини наших експертів, імідж нової влади, в цілому, містить як позитивні, так і суперечливі сторони (17 осіб), значно меншою кількістю експерти погоджуються з тим, що імідж є скоріше нейтральним (7 осіб) або ж позитивним (6 осіб). Більшість експертів (26 з 34 осіб) погоджуються з тим, що формування позитивного та ефективного іміджу для нової влади є важливим.

На політичній арені сьогодні найбільш помітними є такі діячі, як А.Аваков (міністр внутрішніх справ), О.Ляшко (народний депутат), П.Порошенко (Президент) та А.Яценюк (прем'єр-міністр). Вони, на переконання експертів, найбільше займаються побудовою та підтримкою власного іміджу.

Оцінюючи різні складові іміджу нової влади, експерти в цілому їм надають усереднені бали (близько 3 за шкалою від 1 до 5), та на перших місцях з незначним відривом опиняються «конкурентність / здатність перебирати увагу від іміджів інших політичних гравців» та «релевантність / відповідність до вимог часу та суспільно-політичного контексту» - по 3,3 бали в середньому.

В характеристиках самої влади експерти ставлять на перше місце «патріотичність» (3,9 бали з 5), за нею йдуть «відкритість / інтерактивність» та «професійність» (по 3,2 бали в середньому). Найменшими балами оцінено «дружність до інших політичних суб'єктів країни» - 2,7 бали.

2. Основні відмінності іміджу нової влади від іміджу попередньої влади

Порівнюючи нову владу із попередньою, найбільше уваги експерти приділяють *внутрішнім (персональним) характеристикам* нової влади, і тут найчастіше згадуються такі особливості, як «патріотизм», «відкритість / доступність», «більша грамотність та ерудиція». Також відмінністю нової влади є *спосіб діяльності*, який отримує такі характеристики, як: «мобільність, синхронізація з запитами суспільства, врахування громадської думки» та знов «відкритість». Доволі часто експерти згадують і проєвропейську налаштованість нинішньої влади, «дружбу з ЄС та США», та інколи до цього додають «ворожнечу з Росією». За параметром *стратегія діяльності* нова влада відрізняється «патріотичною риторикою, проукраїнським вектором».

3. Роль різних повідомлень та каналів медіа в побудові іміджу нової влади

Експерти звертають більше уваги не до конкретних повідомлень у певних медіа, а на зміст таких повідомлень, ретрансльований в різних формах по багатьох каналах.

Зокрема, згадуються такі *телеканали*: 1+1, Інтер, 5й канал, та окремі *передачі*: «Шустер-лайв», «Свобода слова», «У кабінетах», «Досить», «Підсумки тижня», «ТСН», «Гроші», «Світське життя» та ін., які внаслідок своєї популярності та політичної (світської) спрямованості чинять загалом потужний вплив на формування, підтримку іміджу влади. Окремо в негативному контексті згадано стрічку «Хамелеон» на «Інтері» (про І.Коломойського).

З друкованої *преси* та *електронних медіа* йде посилення лише на журналістів - В.Портнікова, С.Лещенка, Т.Чорновол, які дають позитивний вплив, на думку експерта, на імідж влади. Також в позитивному ключі згадуються і *соціальні мережі (FB)*, де мають свої сторінки представники влади.

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 соц.мережах.

Негативними експерти назвали 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, неконструктивність нової влади, - конфлікти виводяться на публіку, - недостатній прояв дипломатичності.

Оцінюючи вплив медіа на формування владного іміджу та довіри до даних медіа щодо формування такого, експерти майже однакові бали надають телебаченню, онлайнвиданням та соціальним мережам. Цікавими є відмінності між тим, який вплив з точки зору експертів на формування іміджу влади чинять друкована преса та радіо (2,6 бали в середньому) та рівень довіри до даних медіа щодо трансляції позитивного іміджу влади, який оцінено значно вище (по 3,5). Це говорить про наявний потенціал даних каналів медіа щодо трансляції позитивного іміджу влади.

№	Тип медіа	Вплив на формування іміджу (1-5)	Довіра трансляції іміджу (1-5)
1.	Друкована преса	2,6	3,5
2.	Радіо	2,6	3,5
3.	Телебачення	4,4	4,4
4.	Інтернет: онлайнвидання / сайти новин	4,4	4,5
5.	Інтернет: соціальні мережі тощо	4,3	4,4

4. Комунікативна взаємодія нової влади з народом, відкритість нової влади

Майже одноголосно експерти погоджуються з тим, що «нова влада проявляє дипломатію в міжнародних переговорах щодо припинення втручання у справи нашої держави» (27 осіб) та значна кількість експертів вважає, що «нова влада спрямована на встановлення суспільного діалогу в цілому» (25 осіб), хоча семеро з цим не погоджуються. Показовим є те, що третина експертів вагається оцінити однозначно такі твердження: «нова влада відкрито виступає перед народом із роз'ясненням своїх позицій» та «нова влада вибудовує конструктивну комунікатицію з учасниками гострих конфліктів у державі для їх швидкого розв'язання».

Таким чином, вже помітними стають особливості та проблемні зони комунікативної взаємодії влади з народом. Не до кінця спрацьовує механізм відкритості як підзвітності, постійного інформування про свої наміри та стратегію дій. Продовження такого способу ведення комунікатиції може спричинити сплеск недовіри до влади.

В сукупності коментарі експертів визначають те, що нова влада загалом має наміри, та не має механізмів реалізації і сталої звички до постійної налагодженої якісної комунікатиції з народом. Таку звичку, традицію пояснень та постійних розмов необхідно започатковувати вже зараз. Експерти 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.

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

Дослідження фінансується Міжнародним фондом "Відродження". Погляди та висновки, викладені у цьому звіті, належать авторам