

ПОТЕНЦІАЛ ПРЯМИХ КОМУНІКАЦІЙ ВЛАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Анотація

У записці охарактеризовано прямі комунікації влади з громадськістю та визначено основні способи їх реалізації. З'ясований поточний стан практики прямих комунікацій в Україні, стверджується існування попиту громадськості на прямі комунікації перших осіб, зокрема Президента. Проаналізовано та визначено можливості застосування прямих комунікацій, використовуваних в міжнародній практиці. Сформульовано висновки та рекомендації, які стосуються, зокрема, визначення критеріїв застосування формату прямих комунікацій перших осіб держави, цільових аудиторій, часу реалізації та особливостей застосування деяких видів прямих комунікацій.

ПОТЕНЦІАЛ ПРЯМИХ КОМУНІКАЦІЙ ВЛАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Актуальність

Складні, поліаспектні реформи, запроваджені в Україні, руйнують звичну для мільйонів українських громадян картину світу та змінюють усталені формати відносин із владою. Процес реформування додатково ускладнюється:

- ситуативними та системними кризовими процесами;
- щільним заповненням інформаційного простору інформацією та коментарями різних сил та уподобань.

Усе це розпорошує погляди суспільства, дезорієнтує (а подеколи фруструє) його щодо цілей, завдань, способів розв'язання нагальних проблем і бачення перспектив, які стоять перед державою. Особливо небезпечною така дезорієнтація є в контексті відсутності чіткої суспільної консолідації щодо критично важливих питань державного розвитку, наприклад питання подальшого проведення АТО чи майбутнього ОРДЛО у складі України¹.

¹ Відповідно до результатів загальнонаціонального соціологічного опитування, проведеного Центром Разумкова в межах проекту "Ідентичність громадян України: тенденції змін, виклики та перспективи для національної єдності" та опублікованого в червні 2016 р., багато питань, що мають значний вплив на

Державна політика загалом, конкретні кроки щодо її реалізації, стратегічні настанови на середньо- та довгострокову перспективу залишаються малозрозумілим суспільству. В умовах відсутності чіткої та зрозумілої (саме «зрозумілої», а не просто «наданої») інформації від влади українці користуються іншими джерелами інформації та запропонованими ними інтерпретаціями. Часто такі інтерпретації мають яскраво виражений або завуальований антидержавницький контекст.

Важливою частиною цієї проблеми є відсутність комунікаторів, які користуються необхідним рівнем довіри громадян, а отже, і довіри до тих меседжів, які вони виголошують. **За таких умов посилюється потреба громадян чути і бачити перших осіб держави, які роз'яснюють важливі кроки влади, її позиції з усіх найважливіших/резонансних питань.** Саме перші особи мають необхідні повноваження та можливості (передусім доступу до інформації та інформаційно-комунікаційних технологій), щоб вийти в медіапростір і почати говорити з нацією.

Громадяни потребують чіткої, зрозумілої та системної розповіді влади про те, що зроблено для зміцнення країни і держави, про те, що потрібно зробити та до чого готуватися. **Обмеження посадовцями своєї комунікативної діяльності коментарями та роз'ясненнями в медіа, публікаціями за результатами закритих прес-конференцій сприймається як «медіаширма, за якою ховається зовсім інше реальне закулісне життя»².**

подальший розвиток України, не мають для громадян України однозначної відповіді. Так, існують значні відмінності у розумінні свободи та рівності, не досягнуто переваги, але й немає однозначного заперечення вступу України до НАТО, існують абсолютно різні погляди щодо загальної оцінки конфлікту в Україні, немає визначеності стосовно способу співіснування України та невідконтрольної частини Донбасу тощо. Майже третина (31%) респондентів не визначилася щодо продовження АТО, значна частка (від 27% на Заході до 37% на Півдні) респондентів не змогли відповісти на питання щодо особливого статусу ОРДЛО, питання формату подальшого співіснування України та ОРДЛО залишилися невизначеними для значної частини громадян у всіх регіонах: від 51% на Півдні до 34% на Заході, з питань визнання незалежності «ДНР/ЛНР» не змогли відповісти 20% на Заході до 38% на Півдні. (Див.: *Ідентичність* громадян України в нових умовах: стан, тенденції, регіональні особливості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gazumkov.org.ua/upload/Identi-2016.pdf>)

² *Колішній* НЕуповноважений, або Як система пережила кризу і відторгає "чужих" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/internal/kolishniy-neupovnovazheniy-abo-yak-sistema-perezhlila-krizu-i-vidtorgaye-chuzhiih-.html>

Через тенденцію вважати, що перша особа держави є головною людиною, відповідальною за ситуацію в країні, на особливу увагу заслуговують прямі комунікації перших осіб держави, зокрема президента.

Мета та функції прямих комунікацій

Прямі комунікації влади є особливим форматом здійснення комунікації «влада – громадськість», обов'язковими умовами якого є:

- особиста присутність представника влади;
- наявність конкретного меседжа/теми;
- факт мовлення на аудиторію.

Реалізація прямих комунікацій можлива двома способами: із використанням ЗМК (наприклад, телезвернення) та без використання ЗМК (наприклад, виступ «на майдані»).

Через сукупність причин, зокрема через спрощення ієрархії владної вертикалі, індивідуалізованість влади³, збільшення численності партій та розпорошеність їхнього впливу, зростання впливу громадськості, прямі комунікації перших осіб застосовуються у світі дедалі частіше. Західні дослідники проблем ефективних державних комунікацій формулюють це більш ніж однозначно: **«що сучаснішим є президент, то більше він звертається до формату прямих комунікацій»⁴.**

Особливі умови для застосування формату прямих комунікацій створюють кризові ситуації, кількість, масштабність і впливовість наслідків яких у світі дедалі збільшується. Дія прямих комунікацій як ефективного інструменту комунікацій «влада – громадськість» під час кризових ситуацій обумовлена тим, що визначення «лідера» є одним з ключових принципів

³ Тренд розвитку політичного середовища, який «підтримує», зокрема, й Україна. Відповідно до цього тренду політичне середовище складається з відносно незалежних членів, які мають незначну кількість групових або інституційних прихильностей та які менше зацікавлені жертвувати приватною кар'єрою та негайною вигодою заради довготривалих преференцій [Kernell S. Going public. New Strategies of Presidential Leadership / 3-rd ed. – Washington, D.C. : CQ Press, 1997. – P. 27].

⁴ Kernell S. Going public. New Strategies of Presidential Leadership / 3-rd ed. – Washington, D.C. : CQ Press, 1997. – P. 4.

управління кризовою ситуацією. Дотримання цього принципу є необхідним для усвідомлення громадськістю того, що:

- ситуація не хаотизована, а має своє «керівництво»,
- процеси керовані представниками влади,
- є можливість задавати гострі цільові питання потрібним особам у потрібний час для швидкого визначення проблем⁵.

Формулювання сенсу подій, що здійснюється саме першими особами під час прямих комунікацій, має вирішальне значення для післякризового відновлення. Крім того, саме прямі комунікації надають можливість індивідуалізувати звернення (до всіх загалом і до кожного конкретно) та забезпечити «присутність» (засвідчити зацікавленість) першої особи, що позитивно впливає на ефективність комунікативного реагування під час кризової ситуації.

Проте некоректне застосування формату прямих комунікацій першими особами створює певні виклики та небезпеки, пов'язані переважно зі:

- 1) справлянням тиску на політичних партнерів та опонентів;
- 2) репутаційними втратами.

Наприклад, для президента використання прямих комунікацій з виголошенням обіцянок, намаганням набути підтримку певної резонансної ініціативи може призвести до погіршення відносин з іншими гілками влади в майбутньому, упереджене сприйняття майбутніх пропозицій, а отже, його вплив на політичне оточення дедалі більше залежатиме від здатності генерувати суспільну підтримку для себе та своєї політики⁶.

Ініціатива, заявлена на широкому загалі, потребує обов'язкових практичних дій. Їх невиконання значно негативніше впливає на рейтинг та рівень довіри, ніж невиконана незаявлена дія. Невиконані публічно заявлені дії перетворюються на популізм.

⁵ *Crisis leadership. Guiding the organization through uncertainty and chaos* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/risk/us-aers-crisis-leadership.pdf>

⁶ *Kernell S. Going public. New Strategies of Presidential Leadership* / 3-rd ed. – Washington, D.C. : CQ Press, 1997. – P. 4.

Міжнародна практика надає багато прикладів належної реалізації формату прямих комунікацій першими особами держави. Загалом **прямі комунікації застосовуються з метою:**

- набуття політичної ваги: підтримка суспільства забезпечує сильну позицію промовця у політичному середовищі;
- припинення/уповільнення різкого зниження рейтингів: **низький рівень довіри, негативна громадська думка, опір опонентів і надто критичне ставлення ЗМК є саме цим тлом, який обумовлює перспективність і ефективність прямих комунікацій;**
- підвищення рівня довіри до влади загалом та перших осіб зокрема з боку суспільства та ЗМК: прямі контакти свідчать про те, що їх суб'єкт бере на себе відповідальність і володіє ситуацією, що створює відчуття безпеки, контрольованості, а отже, викликає довіру⁷. Також у такий спосіб реалізується публічна підзвітність відповідного інституту перед громадянами;
- забезпечення зворотного зв'язку та інтерактивності;
- набуття підтримки прийнятих рішень і політичних кроків (пояснення запроваджених ініціатив)⁸;
- представлення майбутньої політики/ініціативи та збереження стратегічної ініціативи у визначенні політичного порядку денного;
- справляння впливу на противників і опонентів: захист від тверджень опонентів та можливість заявити про їхні наміри;
- проголошення слідування вже визначеним цілям та пріоритетам;
- самозахисту і захисту владних інститутів⁹;

⁷ Зокрема, за результатами досліджень, представлених Центром соціальних експертиз Інституту соціології НАНУ 16.03.2016 р., загальний рівень довіри до інформації, отримуваної від уряду, є нижчим, ніж рівень довіри до прем'єр-міністра, коли він виступає в програмі «10 хвилин з прем'єр-міністром» - 28,5 % проти 36,4 %.

⁸ Поміж причин, які пояснюють нинішнє зниження довіри до Президента в Україні, називається саме відсутність пояснення ініціатив (*Президенту* надо создавать впечатление, что в стране позитивные сдвиги – політолог [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rian.com.ua/analytics/20160604/1011129081.html>

⁹ Замовчування та конспективні відповіді під час обвинувачень посилюватимуть упевненість суспільства у слушності висунутих звинувачень та дозволяють робити припущення про особисту зацікавленість того, хто

– боротьби з чутками та інтерпретаціями, зокрема з боку ЗМК.

Окремою функцією прямих комунікацій є **створення інформаційного приводу**. Будь-який виступ першої особи на широку аудиторію знаходить своє відображення в ЗМК, визначає коло проблем, які обговорюватимуться в медіа найближчим часом.

Використання прямих комунікацій з будь-якою із зазначених цілей потребує ретельного визначення:

- аудиторії;
- часу реалізації;
- тематики;
- особливостей різних видів прямих комунікацій та їхньої аудиторії.

Український контекст

Незважаючи на сформований та посилений кризовими процесами суспільний запит та обіцянки вищих посадових осіб, наразі в Україні вища влада недостатньо застосовує **формат прямих комунікацій, підмінюючи його закритими прес-конференціями та коментарями в соціальних мережах**. Отже, існує певний розрив між бажанням вищої влади **безпосередньо (не через представників, речників та помічників) спілкуватися із суспільством та бажанням суспільства чути цю владу**. Зустрічі президента/зустрічі, в яких він бере безпосередню участь, перетворюються на закриті¹⁰ або модеруються таким чином, що це унеможлиблює потенційний діалог¹¹. **Здійснення прямих комунікацій не має системної основи**, застосовується переважно на більш низьких владних рівнях, як виборча технологія або подеколи під час кризових ситуацій.

мовчить. Крім того, коректний самозахист усуває розбіжності між іміджем, якого прагне влада (інститут), та іміджем, який прагнуть створити опоненти та ЗМК.

¹⁰ *Як будують* імідж Порошенка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://informer.news/yak-buduyut-imidzh-poroshenka/>

¹¹ Не всі види прямих комунікацій передбачають діалогічність, проте саме її відсутність, непередбаченість питань від аудиторії та, особливо, журналістів стали одним з критеріїв негативної оцінки телезвернень А. Яценюка [*Арєв* назвал телеобращення Яценюка предвыборной агитацией [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukranews.com/news/338260-arev-nazval-teleobrashhenyu-a-yacenyuka-predvybornou-agutasyu/>]. Використання підготовлених виступів замість формату питання – відповідь закидають і Президенту.

Запроваджені раніше (наприклад, телепроект «Розмова з країною», щотижневі «10 хвилин з прем'єр-міністром») та запроваджувані наразі **ініціативи та кроки щодо використання формату прямих комунікацій першими особами не сприймаються ані політиками, ані представниками медіа**, й набувають негативної оцінки експертів. Політики вбачають в реалізованих ініціативах популізм, політичну рекламу, виголошення декларацій політиком у передвиборний період. Несприйняття медіа пов'язане передусім з твердженнями про некорисне витрачання ефірного часу та відсутність новинної цінності прямих виступів представників влади і високих рейтингів у відповідних програм. Оскільки не йдеться про їх комерційне розміщення, представників влади обвинувачують у використанні адмінресурсу та відповідних норм законодавства, створенні найгірших традицій поводження влади з вітчизняними ЗМК¹².

Не використовуються можливості різних видів прямих комунікацій, зокрема теледебатів (внутрішні експертні), прямої лінії, радіозвернень, виступів «на майдані», кількість поїздок по країні є замалою¹³. Особливо небезпечною практикою у використанні прямих комунікацій в Україні є невиконання публічно озвучених намірів, обіцянок та дій, що стає предметом активного обговорення громадськістю та пресою¹⁴.

Водночас, як свідчать результати соціологічних досліджень та заміри експертів, **широка аудиторія виявила зацікавленість останніми спробами здійснення прямих комунікацій з боку перших осіб держави.**

Наприклад, за результатами досліджень Центру соціальних експертиз Інституту соціології НАНУ, програму «10 хвилин з прем'єр-міністром»

¹² Сергей Щербина: "10 минут с Премьером" - показатель застоя в вопросах свободы слова и журналистской этики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukranews.com/news/338171-sergey-shherbyna-10-mynut-s-premerom-pokazatel-zastoia-v-voprosakh-svobody-slova-y-zhurnalistskoy-ehytyky>

¹³ Для порівняння: з червня 2015 р. до червня 2016 р. Президент України здійснив трохи більше за 30 поїздок країною, американські президенти, не враховуючи поїздок з передвиборчою метою, близько 80-100 поїздок на рік. [Eshbaugh-Soha M. Breaking through the noise / M. Eshbaugh-Soha, J.S. Peake. – Stanford : Stanford University Press, 2011. – P. 155].

¹⁴ Президент, який обіцяє: чого не виконав Порошенко / BBC Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bbc.com/ukrainian/politics/2016/04/160425_poroshenko_promises_upd_sx

дивилося 48 % опитаних (при виборці 2040 респондентів)¹⁵. При цьому менш ніж за три місяці після першого виходу програма «10 хвилин з прем'єр-міністром» щотижня збирала аудиторію до 5,8 млн глядачів¹⁶.

Варто враховувати, що позиція учасників інтернет-обговорення¹⁷ необхідності прямих звернень представників влади та президента зокрема та щодо задоволення цієї необхідності в Україні має кілька вимірів:

- 1) президент має говорити й говорить, але ніхто не слухає;
- 2) виступаючи, президент створює додаткові приводи для критики влади та власних дій;
- 3) непотрібно президенту все пояснювати особисто, в нього для цього є прес-секретар (інші особи, міністр інформаційної політики), у президента є важливіші справи, не варто його напружувати;
- 4) не президент має пояснювати, а люди мають робити власні висновки, почати розбиратися в ситуації;
- 5) президент розмовляє, але пафосно й брехливо, отже, нема чого радіти через наявність таких виступів;
- 6) президент має говорити, причому його діалог не має закінчуватися одразу після виборів;
- 7) президент має говорити, причому регулярно, інакше успіх буде нівельований інформаційним шумом опонентів та противників.

Огляд окремих інтернет-обговорень виступів вищих посадових осіб України з боку пересічних осіб, експертні та інші публікації, заяви¹⁸,

¹⁵ Результати закритого дослідження Центру соціальних експертиз Інституту соціології НАНУ, презентовані на конференції «Актуальні питання реформування комунікацій органів влади України з громадськістю», Київ, 17 березня 2016 р.

¹⁶ *Nunn M.* UKRAINE REFORMS: Rebuilding government communication from ground up [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bunews.com.ua/politics/item/ukraine-reforms-rebuilding-government-communication-from-the-ground-up>).

¹⁷ Див.: *Цікавлять* чи народ виступи? З обговорення статті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://site.ua/pupsat/850-pogovori-so-mnoyu-prezident/>; Порошенко с народом не поговорит, а с избранными СМИ – да [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/rus/news/2014/09/20/7038365/>

¹⁸ *Україна* готова до непокори і вибуху – Леонід Кравчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.112.ua/interview/ukraina-hotova-do-nepokory-i-vybukhu-285795.html>

організовані акції¹⁹ дозволяють стверджувати про сформований запит суспільства на відповідні комунікативні дії.

Існування такого запиту свідчить про **можливість застосування прямих комунікацій для досягнення низки стратегічних і тактичних цілей**, зокрема:

- зменшити інформаційний та психологічний розрив між владою та суспільством, що, зокрема, забезпечить зниження чутливості суспільства до зовнішніх деструктивних впливів, отже інформаційні дії російської сторони будуть позбавлені підґрунтя;

- сприяти інтегруванню суспільства, що наразі є вкрай важливим з огляду на розірваність медіапростору, застосовувану мову ворожнечі, «втомленість» від війни, загальну дезорієнтованість громадськості, переважання у суспільстві локальних цінностей²⁰;

- знизити рівень відчуженості/протистояння владі з боку певних верств суспільства (мешканці окупованих територій, представники бізнесу, креативний клас), їх помилкове тлумачення дій і кроків влади;

- подолати «фільтри» преси та опонентів, обумовлені редакційною політикою, приналежністю преси, технологіями ведення політичної боротьби тощо.

Висновки

1. Складні, поліаспектні реформи, запроваджені в Україні, руйнують звичну для мільйонів українських громадян картину світу та змінюють усталені формати відносин із владою. Процес реформування ускладнюється ситуативними та системними кризовими процесами та щільним заповненням інформаційного простору інформацією та коментарями різних сил та

¹⁹ Наприклад, флешмоб «Поговори со мной, Президент», під час якого учасники вимагали від Президента публічного роз'яснення закону про особливий статус Донбасу. Обурення учасників викликав, зокрема, той факт, що про домовленості в Мінську учасники мають дізнаватися через коментарі політиків, західні ЗМК та ЗМК Росії.

²⁰ Відповідно до результатів загальнонаціонального соціологічного опитування, проведеного Центром Разумкова, для понад 40% респондентів для відчуття щастя достатньо особистого благополуччя, на сході України ця цифра сягає 53% [Ідентичність громадян України в нових умовах: стан, тенденції, регіональні особливості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://razumkov.org.ua/upload/Identi-2016.pdf>].

уподобань. В умовах відсутності чіткої та зрозумілої інформації від влади українці користуються іншими джерелами інформації та запропонованими ними інтерпретаціями. Часто такі інтерпретації мають яскраво виражений або завуальований антидержавницький контекст. За таких умов посилюється потреба громадян чути і бачити перших осіб держави, які роз'яснюють важливі кроки влади, її позиції з усіх найважливіших/резонансних питань.

2. Запит громадськості на відповідні комунікативні кроки в Україні сформований, проте наразі влада недостатньо застосовує формат прямих комунікацій, підмінюючи його прес-конференціями та коментарями в соцмережах, що сприймається як використання медіаширми. Запроваджені раніше та запроваджувані наразі ініціативи та кроки щодо використання формату прямих комунікацій першими особами не сприймаються ані політиками, ані представниками медіа, й набувають негативної оцінки експертів.

3. Міжнародна практика доводить ефективність використання прямих комунікацій у досягненні цілей забезпечення лідерських позицій, що є особливо важливим під час перебігу кризових процесів, відповіді на зниження рейтингів, підвищення рівня довіри суспільства та ЗМК, забезпеченні зворотного зв'язку, набутті підтримки прийнятих та запланованих рішень, впливу на опонентів, захисту, боротьби з чутками.

Рекомендації

1. Доцільно запровадити систематичні (регулярні) виступи президента (спеціальні президентські звернення) та передбачити ці виступи в графіку його діяльності. Практика застосування формату прямих комунікацій має стати звичною, адже активізація під час виборчих кампаній негативно позначається на сприйнятті виступів. Систематичність доцільно визначити у кількості від двох до чотирьох разів на місяць.

2. Для нерегулярних прямих комунікацій доцільно визначити критерії, за якими ухвалюється рішення щодо потреби виступу. Це сприятиме

формуванню відповідних очікувань у населення. Зокрема, прямі комунікації мають застосовуватися для:

- подій, які зачіпають національні та європейські цінності, які прагне поділяти Україна (свобода слова, недоторканність особи, право на самовизначення, верховенство права тощо);

- трагічних подій, в результаті яких загинули люди;

- подій, які за результатами моніторингу (наприклад, активно обговорюються в соцмережах), або потенційно (спричинили різку зміну звичного способу життя, роботи тощо) мають стати резонансними найближчим часом;

- коментування резонансних законів та інших нормативно-правових документів, міжнародних актів, нових ініціатив;

- подій міжнародного масштабу, перебіг яких становить інтерес для України або в яких Україна бере безпосередню участь.

3. Для коректної реалізації систематичних прямих комунікацій потрібно:

- формулювати тему виступу в його назві;

- обмежити виступ однією темою, при цьому не має бути резонансних тем, яких президент не торкатиметься тривалий час;

- обирати соціально значущі теми (політична розстановка сил, боротьба тощо є приводом для формування думки про недієздатність влади);

- не обмежувати розкриття теми констатацією проблем і загальних кроків щодо її вирішення («призначено комісію», «підписано указ», «докладено максимальних зусиль» тощо), а викладати позитивні ідеї щодо вирішення проблеми з визначенням потрібних ресурсів (ціни);

- чітко визначати цільову аудиторію (студентство, молодь, батьки, працівники медичної сфери, військові тощо), при визначенні цільових аудиторій на сході України зважити на те, що мешканці прифронтової зони, бійці та мешканці окупованих територій є різними аудиторіями. Визначення

цільових аудиторій для прямих виступів свідчить про активне намагання влади вирішити питання, а не тільки заспокоїти «усе суспільство»;

- використовувати для виступів не прайм-тайм (наприклад, вихідні), обмежити їх 3-5 хвилинами. Використання прайм-тайм є виправданим для екстрених повідомлень.

4. Доцільно запровадити/збільшити використання таких видів прямих комунікацій, як політичні дебати, виступи «на майдані», радіозвернення, поїздки по країні, зважаючи на такі особливості:

- політичні дебати доцільно використовувати передусім для заяви про незмінність пріоритетів, критики позиції опонентів, засвідчення прагнення виробити конструктивну спільну позицію. Для організації дебатів доцільно використовувати канали суспільного мовлення після завершення процесів щодо його створення відповідно до ст. 4 Закону «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України»;

- поїздки по країні працюють на внутрішній імідж влади, вони покликані передусім отримати позитивне висвітлення в місцевій пресі, але не збільшують кількість прихильників в регіонах;

- виступи «на майдані» забезпечують емоційний зв'язок з громадянами, позначаються значним ступенем нестандартності, а отже, потребують найбільшої підготовки; їх найліпше використовувати для пояснень позиції (аудиторія зацікавлена) та з метою об'єднання суспільства, для виправдань використовувати не варто, доцільно надати можливість присутнім задавати питання;

- споживання радіоресурсу має *територіальні* (найбільше слухачів у великих містах зі значним трафіком та розвиненим громадським транспортом), *контентні* (сприймається переважно як розважальний ресурс), *сезонні* (літо та період відпусток посилює увагу до радіо) особливості. Формат радіозвернень найліпше застосовувати для регулярних звернень.

Можна не обмежувати комунікування певної теми одним видом прямих комунікацій. Водночас ефект від використання прямих комунікацій знижується, якщо під час другого виступу повторюється вже сказане.

5. Для забезпечення регулярного цільового спілкування варто створити постійні спеціальні майданчики, наприклад:

- зі студентами – на базі найбільш рейтингових ВНЗ країни (КІМО, Національний університет ім. Тараса Шевченка, Львівська політехніка тощо);
- з пенсіонерами – у приміщенні центрального офісу Пенсійного фонду;
- з військовими – у приміщенні Будинку офіцерів та у військових училищах.

Інформація про зустрічі Президента має публікуватися на сайтах відповідних установ у спеціально створеній рубриці (наприклад, «Зустрічі з владою»), де також повинен бути передбачений механізм зворотного зв'язку, посилення на цю рубрику доцільно поширити через соцмережі. Моніторинг постів з цієї рубрики допоможе сформулювати тему та час наступної зустрічі.

6. З метою забезпечення розширеного доступу до регулярних виступів та формування зацікавленості аудиторії до них варто:

- публікувати виступи на різних ресурсах у вигляді подкастів, розміщуючи відповідні посилання на сайті Президента;
- прес-центру Президента України на сайті Президента складати та розміщувати короткі тези відповідних виступів, що стане альтернативою подібної роботи ЗМК та дозволить запобігти проблемам довільного цитування.

Відділ інформаційної безпеки та розвитку
інформаційного суспільства
(І.О. Коваль)