

Опитування “Жіноче лідерство в Україні в контексті війни”

проєкт реалізовано за підтримки
**URGENT ACTION FUND -
for FEMINIST ACTIVISM**

Досліджуємо громадську думку з 2017 року

Метод: індивідуальне стандартизоване опитування респондентів в 11 містах України.

Кількість: 1200 респондентів.

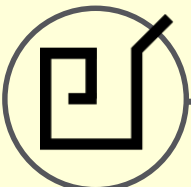
Географія: Опитування було проведено в містах – Київ, Одеса, Львів, Суми, Рівне, Івано-Франківськ, Вінниця, Буча, Ірпінь, Кременчук, Умань.

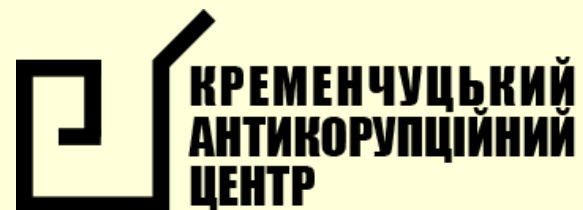
Мета дослідження: Дослідити проблеми та перешкоди на шляху розвитку жіночого лідерства в Україні в період повномасштабної війни. Визначити ефективні засоби збільшення кількості жінок-представниць на керівних посадах, показати шляхи подолання гендерних стереотипів. Визначити основні виклики, пов'язані з корупцією, сформувані відповідні рекомендації щодо антикорупційних програм.

В прозорих прямокутниках вказується фактично зібрана інформація.
Курсивом вказуються прямі цитати відповідей на відкриті питання анкети.

В блакитних прямокутниках – висновки і рекомендації

Синіми стрілками позначено логічні або причинно-наслідкові зв'язки



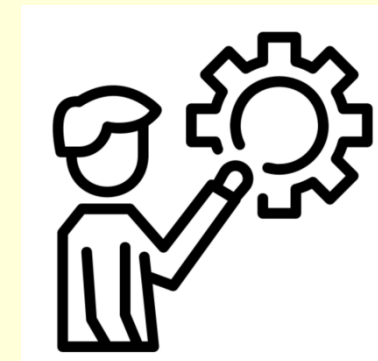


Жіноче лідерство

Досліджуємо громадську думку з 2017 року

Для 50 % опитаних респондентів стать керівника не має значення для виконання роботи. Це пояснюється такими причинами:

- Твердження про важливість статі керівника вважається застарілим і не відповідає сучасним реаліям (*«У нашому світі вже прийнято не ділити людей за статтю»*).
- Нерозумінням самої ідеї поділу керівників за статтю (*«Я не бачу різниці», «Я не думаю, що є різниця між керівником-жінкою та чоловіком»*).
- Жінки не поступаються чоловікам у професійних якостях (*«Дуже багато жінок будують свою кар'єру і не поступаються чоловікам»*).



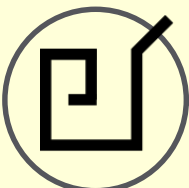
Основними критеріями ефективної роботи керівника є:

- Видатні особисті якості (*«Все залежить від особистих якостей, а не від статі»*).
- Схильність до цього виду діяльності (*«Кожен на своєму місці може бути потужним керівником»*).
- Відповідна кваліфікація (*«Головне — знання, кваліфікація та досвід, а також лідерські якості»*).
- Професійні навички та знання (*«Жінки такі ж компетентні, як і чоловіки на керівних посадах, важливі їхні навички»*).
- Необхідні знання (*«Знати, що робити, і фокусуватись на роботі»*).

Висловлюються думки, що успіх у роботі залежить не від статі, а від інших факторів:

- Наявність професійних помічників.
- Відповідальність за справу (*«Все залежить від людини, і не важливо, яка це стать, головне – відповідальність»*).
- Колектив (*«Жіночий колектив може мати чудового лідера-жінку, а в чоловічому колективі частіше лідером є чоловік»*).
- Управлінські здібності (*«Все залежить від того, як керівник ставиться до своїх працівників»*).

Незважаючи на зусилля деяких учасників груп відстоювати гендерно-нейтральну позицію, поширеним залишається стереотип, що чоловіки краще підходять для певних видів роботи, а жінки – для інших.



Жінки пояснюють перевагу чоловіків у певних видах роботи наявністю низки характеристик, частково стереотипних:

- Мають більше часу на самовдосконалення (*«У чоловіка більше часу»*).
- Більш принципові (*«Вони більш жорсткі і зосереджуються на одній справі»*).
- Впевнені у прийнятті рішень (*«Більш рішучі, ніж жінки»*).
- Більш виважені у діях та рішеннях (*«Жінки більш імпульсивні»*).
- Швидші, менш завантажені, стресостійкі (*«Вони швидше приймають рішення. Жінка більше думає логічно»*).
- Менше часу приділяють сім'ї.
- Менш чуттєві.
- Менше часу на плітки.
- Легше домовляються.

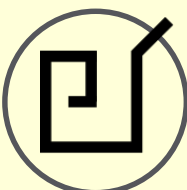


Висловлюються і заперечення: на думку 20 % жінок, такі твердження загалом принижують їх гідність.

- Жінки більше зосереджуються на деталях (*«Можуть помічати речі, які чоловіки не помічають»*).
- Раціонально приймають рішення (*«Жінка завжди думає перед прийняттям рішення»*).
- Більш виважені (*«Жінка мудра, в неї багато мудрості»*).

Респондентки наводять такі приклади упередженого ставлення (*«Коли приймаються важливі рішення, часто не враховують думку жінок»; «При прийомі на роботу питають, скільки у жінки дітей»*).

Ідея про те, що чоловіки кращі на управлінських посадах, підсилює проблеми, пов'язані з гендерними стереотипами.



82 % опитаних **чоловіків** традиційно погоджуються з ідеєю своєї переваги на управлінських посадах, хоча наводять менше аргументів на свою користь. Найпоширеніші з них:

Емоційна стриманість (*«Жінки мислять інакше, вони більш емоційні»*).

Унікальні риси характеру.

Стресостійкість (*«Жінки виплескують все назовні»*).

Розвинуте критичне мислення.

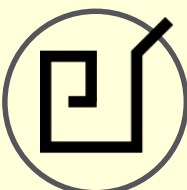
Вміння абстрагуватися для вирішення проблем (*«Швидкість реакції в екстрених ситуаціях»*).

Більше можливостей для кар'єрного зростання (*«Швидше роблять свої справи»*).

Більше часу приділяють роботі.



Кожен 7-ий опитаний, підкреслюючи свою значимість, визнають, що можуть робити помилки на роботі і що без жінки важко вирішувати різні питання.



Переваги жінок на управлінських посадах (думки ЖІНОК)

7

На думку **жінок**, вони більш ефективні на управлінських посадах з таких причин:

Функціональність.

Орієнтація на кар'єру («Я вважаю, що частина жінок може навіть дати фору чоловікам»).

Систематичність.

Виваженість («перед рішенням обдумують його, а не вирішують навмання»).

Уважність.

Прискіпливість у вивченні питань («скептичні до прийняття рішень на посаді»).

Дипломатичність.

Багатозадачність («жінки можуть одночасно виконувати декілька справ»).

Довіра.

Без симпатій і упередженого ставлення («як кажуть, не підкупні»).

Делікатність у вирішенні робочих питань («мають змогу спілкуватися з людьми глибше, ніж чоловіки»).

Цілеспрямованість («особливо в політиці»).

Креативність, нешаблонне та масштабне мислення.

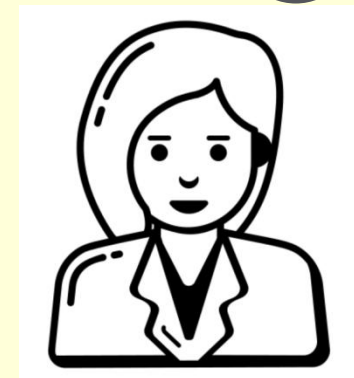


Попри ці переваги, жінки самі висловлюють багато стереотипів про те, що їм краще підходять ролі берегині вдома, ніж керівниці.



На думку **чоловіків**, жінки є ефективнішими на управлінських посадах з таких причин:

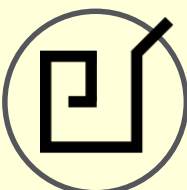
- Менша агресивність.
- М'якість у вирішенні конфліктів.
- Краща пам'ять.
- Більша витривалість.
- Здатність до співчуття (*«більше відчують, більше входять в становище, співчують»*).
- Можливість одночасно виконувати кілька завдань.
- Далекоглядність (*«Жінка добра, завжди бачить, що робити і як це зробити»*).
- Людяність (*«вони більш людяні на посадах»*).
- Справедливість.
- Інтуїтивність.



Чоловіки часто висловлюють думку, що безкомпромісність жінок на управлінських посадах значно знижує рівень правопорушень та можливості корупції (*«У жінки є перевага, бо з нею не домовишся»*).

Загалом, ідея непідкупності та відсутності схильності жінок до корупції виникає майже у всіх групах та отримує значну підтримку аудиторії.

Поширена думка, що *«жінки - це берегині і на роботі, і вдома»*, тому жінка здатна врятувати країну у складні часи. Чоловіки висловлюють запит на присутність жінок у політиці, сподіваючись, що вони наведуть порядок у державі.



Таке твердження частіше вважається застарілим:

- Зараз жінки майже на рівні з чоловіками (*«На даний момент жінки взагалі поза конкуренцією»*).
- Це стереотип ще з радянських часів, який зараз майже нівелювався (*«Ми наближаємося до такої епохи, де, в принципі, у нас рівні права»*).

Чоловіки пояснюють це такими причинами:

Жінка часто відпрошуватиметься з роботи для вирішення сімейних питань.

Вона може піти в декретну відпустку.

Жінки швидше втомлюються через свою емоційність.

Чоловіки більш гнучкі у вирішенні питань (*«легше домовитися під чарку чи між кумами»*).

Чоловіча солідарність (*«чоловік призначить чоловіка керівником, бо з ним легше порозумітися»*).

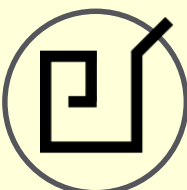
У чоловіків більше бажання керувати.

Чоловіки витриваліші (*«Чоловік сильніший, він здоровіший»*).

Якщо жінка не має чоловіка та дітей, у неї більше шансів стати керівником.



Такий стереотип часто зустрічається і потребує суттєвого спростування, оскільки може негативно вплинути на розвиток країни.



Причини меншої кількості жінок серед керівників (думки ЖІНОК)

10

Жінки пояснюють таку ситуацію наступними причинами:

Вони заціклені на сімейних проблемах та вихованні дітей.

Часто переключаються на сімейні проблеми.

Їм заважає наявність дітей (*«жінка просто пов'язана з дітьми, а так вона може бути дуже гарним керівником»*).

Переважно на керівні посади призначають чоловіків.

Поширена ідея, що жінок не хочуть допускати на керівні посади, тому що «чоловіки бояться жінок». Чоловіча аудиторія це підтверджує (*«їх насильно не допускають до керівних посад»*; *«Я думаю, що чоловіки не дають жінкам розвиватися»*).

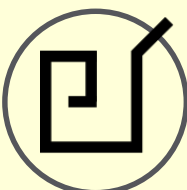
Відповіддю на це стає необхідність боротися за посаду (*«Жінки-керівники — це ті, хто здобували і виривали ці посади, впевнено йшли до мети»*). Змінюється і саме бажання жінок керувати (*«жінки стали боротися, вони прагнуть досягати вищих посад, тоді як раніше були більш тендітні»*).

З'являються приклади кар'єрного зростання за умов посилення мобілізаційних процесів (*«забрали в армію, і немає начальника, можу призначити жінку»*).

В умовах продовження війни жінки займають все більше керівних посад через нестачу чоловіків. Ця тенденція надалі буде тільки посилюватися.



Відповідно, зростає запит на курси з жіночого лідерства, а також на розвиток навичок менеджменту та управління персоналом.



25 % респондентів скептично ставиться до необхідності впливу керівництва країни на це питання:

Держава не повинна втручатися в ці процеси (*«Держава взагалі нічого не має робити. У нас відкритий ринок праці»*).

Є більш нагальні проблеми (*«Не потрібно щось змінювати»*).

Головне – це компетентність, а не стать (*«Неважливо, чи це чоловік, чи жінка. Має бути толкова людина», «Людина має бути компетентною у своїй справі»*).

Одним з ключових механізмів впливу держави визначено продовження політики впровадження гендерних квот на підприємствах та в органах влади:

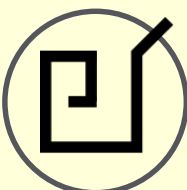
- Гендерний розподіл в органах влади (*«Квота у Верховній Раді та місцевих радах теж»*).
- Мотивація та роз'яснення (*«...Потім уже мотивація, реклама»*).

Є й **негативні відгуки** стосовно ідеї квот:

- Скасувати квоти (*«Я б квоти скасував, тут важлива компетентність, а не стать. Не як зараз призначають кого куди, як попало»*).
- Квоти як недієвий механізм справедливості (*«Має бути об'єктивність, але її нема, тому квоти не треба вводити»*).



Питання квот дискусійне, отже політична партія, яка підніме це питання отримає значну увагу і прихильність досить великого пласту населення.

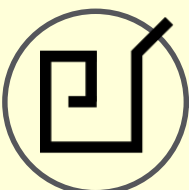


Жінки пропонують такі шляхи покращення ситуації з керівними посадами:

- Введення квот на законодавчому рівні (*«Співвідношення керуючих жінок та чоловіків має бути 50 на 50»*).
- Забезпечення фінансової підтримки жінки-керівника від держави.
- Введення штрафів за недотримання гендерної рівності.
- Розвиток механізмів мотивації жінок до роботи на керівних посадах через курси, проморолики та соціальну рекламу під патронатом партій чи громадських організацій.
- Підтримка європейських соціальних стандартів (*«Щоб жінки були такими ж вільними, як у Європі»*).
- Покращення побутових умов для жінок (*«Щоб було на кого залишити дитину»*, *«Держава повинна створити умови»*).
- Публічне оголошення вакансій для жінок-керівниць.
- Підвищення рівня довіри до жінок.
- Надання більше повноважень жінкам (*«Більше влади жінкам. Жінки мудріші за чоловіків»*).
- Забезпечення медіавпізнаваності (*«Жінкам потрібно більше проявляти себе в соцмережах, на телебаченні, у мас-медіа»*).
- Проведення справедливих конкурсів на робочі місця (*«Конкурси повинні бути справедливими, а комісії – незалежними»*).



Здебільшого вплив держави полягає у формуванні та впровадженні відповідних законів, а також у мотивації жінок до керівницької діяльності за допомогою різних заходів.



Дії на рівні держави для збільшення кількості жінок-керівників (думки ЧОЛОВІКІВ)

13

Чоловіки стримано ставляться до збільшення керівних посад для жінок і висловлюють обмежену кількість пропозицій для цього:

- Прийом на роботу без урахування статі претендента (*«Прибирати з резюме стат'я та ім'я, лише досвід»*).
- Брати жінок на посади суддів та прокурорів.
- Надавати жінкам можливість займатися сім'єю без впливу на роботу (*«Вона і керівник, і мама, вона може піти провести час з дитиною спокійно»*).
- Позбавитися радянської спадщини.

Чоловіки не впевнені, що жінкам взагалі потрібні керівні посади. Тож необхідно для початку дізнатись думки самих жінок з цього приводу (*«Треба спитати у жінок спочатку, чи хочуть вони на цих посадах бути чи ні»*).

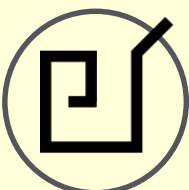


Для чоловіків ці проблеми не здаються актуальними, тому відповіді надаються скоріше у вигляді необов'язкових порад.

Чоловіки висловлюються переважно негативні думки:

- Не впроваджувати штрафи за відсутність на підприємстві гендерних квот (*«Ці умови і рамки ставити – це саме дурне рішення, яке може бути»*).
- Це створить конкуренцію для чоловіків (*«Жінки доб'ються свого, треба по можливості підтримувати, але трохи», «Чоловіків скоро не залишиться»*).
- Дефіцит чоловічих керівних кадрів (*«Призведе до панування жінок»*).
- Для жінки в першу чергу сім'я (*«Будь-якій жінці треба народжувати. Тому що це природа»*).
- Держава не повинна допомагати (*«Я вважаю, що їм ніяк не треба допомагати»*).

Наявні страхи втратити роботу, вплив та певні преференції через підтримку державою жінок-керівників. Цей застарілий стереотип продовжує існувати та проявлятися.



Дії на рівні міста/підприємства для збільшення кількості жінок-керівників

14

На рівні міста актуальність забезпечення керівних посад для жінок зменшилася на 42% за роки повномасштабної війни. Респонденти наводять позитивні приклади:

Умань: «У нашому місті мер — жінка, центр зайнятості, соцзахисту — жінка. У нас багато жінок на керівних посадах».

Буча: «У міській раді керівні посади займають жінки. Чоловіків там небагато. Це все прозоро».

Львів: «У міськраді проводять проєкт гендерної рівності та інформують населення».

У цьому контексті **чоловіки** радять краще нічого не робити («На рівні міста це не має сенсу регулювати. У жінок є усі важелі для просування, і у чоловіків є такі самі важелі»). Або висловлюють гумористичні ідеї («На жінку можна навороване оформити»).

Жінки здебільшого наполягають на поширенні в містах доступних семінарів та курсів для жінок-керівниць («Потрібно, щоб були більш доступні курси»), а також на популяризації образу жінки-керівника.

На рівні підприємств гендерні стереотипи суттєво знижуються. **Жінки** зазначають, що малий та середній бізнес дедалі частіше переходить під їх керівництво («Жінки тільки відкривають ФОПи, тому в приватних комерційних організаціях одні жінки»).

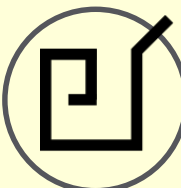
Основними характеристиками для жінки-підприємниці є:

- Професіоналізм, стійкість та бойовий характер незалежно від виду підприємства («Заводське управління, жінка теж може бути директором, якщо є профільна освіта»).
- Головне — «бажання відкрити свою справу».



Чоловіки зазначають, що на підприємствах повинен бути баланс («Повинно бути порівну»), проте головне — бути гарним спеціалістом, мати «ділову хватку» та працювати на спільну справу.

До 70% чоловіків висловлюються про доцільність передачі повноважень жінкам («Навчитися довіряти жінкам»).



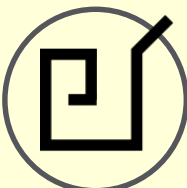
68 % респонденток підтримують ідеї введення квот (*«Для депутата не треба фізична сила, головне – розум»*).

Жінки вважають, що це можливість для молодих фахівчинь отримати роботу (*«Особливо це важливо для молодих дівчат, які можуть піти й змінювати щось»*).

Спостерігається, що в передвиборчих кампаніях зберігається домінування чоловіків (*«У виборчих списках менше жінок»*). Деякі **чоловіки** зазначають, що квота повинна бути рівною (*«Не 60 на 40, а 50 на 50»*) та забезпечувати права кожного незалежно від статі.

Жінки вважають такі ініціативи вкрай необхідними для розвитку громадянського суспільства в Україні. Вони відзначають:

- Це позитивні тенденції, часто згадується європейський досвід як приклад для України.
- Мотивацію та стимул до дії (*«Я б пішла, якщо б розуміла, що є місце»*; *«Це стимулює зайняти ту посаду»*).
- Можливість відстоювати свої права при їх порушенні (*«Жінки зможуть посилатися на конкретну статтю»*).
- Покращення можливості працевлаштування (*«Це обмежить негатив від чоловіків, які не хочуть брати жінок»*).
- Підкреслення сучасних тенденцій (*«Без квот шансів працювати було б менше»*).
- Забезпечення рівності (*«Жінка має змагатися на рівні з чоловіками в конкурсах, тому це не має значення»*).



Деякі респонденти висловлюють думку, що в майбутньому квоти можуть обмежувати права чоловіків.

Чоловіки частково підтримують ідею квот для жінок у різних органах влади, зокрема на рівні Верховної Ради, обласних та місцевих адміністрацій. Вони відзначають наступні позитивні моменти:



Загальний позитив (*«Квоти — це добре, як рамки»*).

Такі обмеження є сучасними.

Руйнування старих стереотипів.

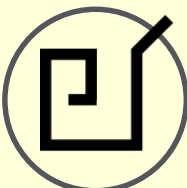
Квоти можуть бути вдалим експериментом (*«Можна спробувати експеримент»*).

Забезпечення розвитку країни (*«Якщо це буде приносити кращий результат для держави»*).

Зниження хабарництва на різних рівнях (*«Щоб це кумівство, сватовство закінчилося»*).

Загалом більшість респондентів підтримує квоти, вважаючи їх справедливим розподілом. Ідею підтримують як чоловіки, так і жінки.

Введення квот може розглядатися як шлях до подолання корупції.



35 % опитаних **Жінок** висловлюють скептицизм щодо квот:

Можливі негативні наслідки через те, що жінка може не відповідати посаді (*«Взяти жінку тільки тому, що вона жінка, а не тому, що вона підходить до вимог посади»*).

Квоти повинні бути розподілені відповідно до галузі (*«Там, де чоловічі професії, які там можуть бути квоти? А, наприклад, у Верховну Раду можна»*).

Тобто квоти на керівні посади більш прийнятні, ніж на «суто чоловічі» професії, де вони розглядаються як зайві.

Чоловіки висловлюють певний скептицизм щодо квот для жінок, зокрема через:

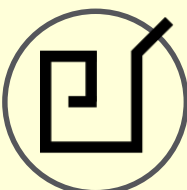
Неможливість закрити квоту (*«От є на 10 жінок квота, а прийшло 5. Де ще 5 взяти, по вулиці збирати?»*).

Обмеженість прикладів жінок-лідерів у владі (*«Яких ми знаємо жінок-лідерів в Україні? Чомусь на думку зараз ніхто не спадає»*).

У скептичному контексті згадували Юлію Тимошенко, яка вже не відповідає запитам сучасності, але в свій час була взірцем жінки-політика.



Чоловіки скептично ставляться до впровадження квот, пояснюючи це тим, що квоти – це застаріла ідея (*«це атавізм»*), і цього не потрібно робити (*«У нас консервативна держава»*).



Невелика кількість респондентів бачать в квотах щось негативне, висловлюють загальні страхи та побоювання щодо можливих наслідків таких заходів.

7 % опитаних **жінок** без чіткої мотивації зазначають, що такі державні заходи на даний час не потрібні.

Особливо ця думка поширена серед жінок похилого віку та тих, хто не бачить себе на керівних посадах.

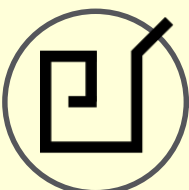
Критикують квоти з наступних причин:

Повинен бути професіоналізм (*«Не тільки квота, але й професіоналізм»*).

Жінки у Верховній Раді є, але не завжди поведуться професійно (*«Тільки ходять і в дзеркальце дивляться»*).

Можливе неспівпадіння квот та кандидатів (*«Квота повинна бути чимось заповнена»*).

Приниження гідності, оскільки жінки сприймаються як люди другого сорту, не здатні самостійно досягти успіху (*«Це взагалі приниження»*).



Чоловіками також висловлюються певні страхи стосовно прийняття квот:

Обмеження можливості отримати бажану роботу (*«чоловік може бути кращим і талановитішим, але не потрапить на посаду через квоту на жінок»*).

Відчуття дискримінації повторюється в різних групах (*«Хватить ущемлять мужчин»*).

Ірраціональні побоювання (*«Це до добра не доведе»*).

Повернення до матріархату.

Недоречність питання в умовах мобілізації.

Можливий вплив жінки-президента на роботу чоловіків (*«Потім всі підприємства, комерційні й некомерційні, будуть робити вибір на жінку»*).

Формула 50 на 50 в політичних списках може викликати негативні емоції (*«Це не нормально змушувати голосувати і за чоловіків, і за жінок»*).

Деякі респонденти висловлюють думку, що в майбутньому квоти можуть обмежувати права чоловіків.

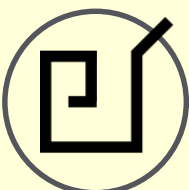


Забезпечення рівності може сприйматися як домінування жінок.

Введення квот може викликати негативні емоції у громадян, оскільки при загальному зменшенні кількості чоловіків це сприймається як популізм.

На такі страхи від чоловіків необхідно звертати увагу під час політичної кампанії.

Квоти знижують значення професійного потенціалу людини та примушують бізнес до їх виконання.



Жінки висловлюють наступні пропозиції:

- Медицина (акушер-гінеколог, медсестри).
- Освіта та виховання дітей (вчитель, директор дитячого садка).
- Соціальна політика.
- Мер (*«Я б краще мером міста жінок ставила. Вони б краще навели порядок»*).
- НАБУ.
- Сфера культури.
- Сфера харчування.
- Транспорт/водії (*«Далекобійників зараз багато жінок»*) як наслідок мобілізації.

Не всі жінки погоджуються з тим, що вони можуть працювати на будь-якій посаді (*«Фізичні можливості та особливості між статями теж потрібно враховувати»*, *«жінка не зможе працювати в шахті»*).

Чоловіки висловлюють наступні пропозиції:

- Медичні посади.
- Вчителі.
- Економічна сфера – фінансисти, бухгалтери (*«вони краще рахують»*).
- Гуманітарна сфера.
- Легка промисловість.
- Сфера культури.
- Президент.
- Прокурори, судді.

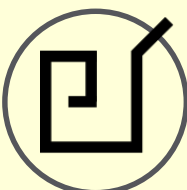
Підтверджується бачення жінок на цих посадах, оскільки, на думку респондентів, вони менш схильні до корупційних схем.

Чоловіки часто розглядають рівноправність з гумором і натяками, що не кожену роботу можна довірити жінці (*«жінок-асенізаторів немає»*).



- Залізниця.
- Головнокомандуючий.
- ЗСУ.
- ДСНС, поліція.

Чоловіки були б раді бачити жінок у лавах цих організацій, проте від самих жінок таких пропозицій не надходило.



Жоден з респондентів не вказав, що хотів би бачити президентом чоловіка. Проте постать жінки-президента позитивно сприймається кожним 5-им респондентом.

Саме **жінки** бачать себе у політиці та залюбки підтримали б кандидатуру жінки на пост президента (*«Якби була жінка президентом, то, думаю, не було б того всього, що зараз»*).

Такі настрої неодноразово висловлювались на групах, що свідчить про часткову зміну бачення президента як суто чоловічої ролі.

Скоріш за все, надалі кількість жіночого електорату буде збільшуватись, і такі настрої суттєво впливатимуть на політичні кампанії.

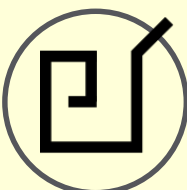
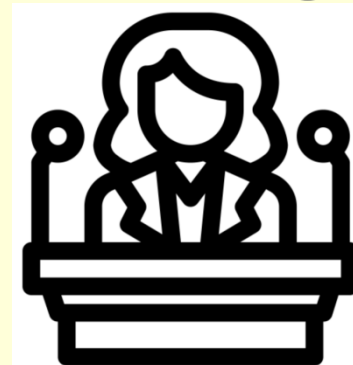
Жінки мотивують вибір жінки-президента:

- У багатьох країнах жінки (*«Нам чоловіки набридли»*).
- Добре керують
- Надія на зміни (*«Вже стільки було чоловіків, хотілося б побачити жінку. Можливо, вона дійсно щось змінить»*).

Є поодинокі згадки про Н. Савченко та надії, які на неї покладала жіноча аудиторія.

Чоловіки мотивують вибір жінки-президента:

- Запит на компетентність (*«Треба знайти толкову»*).
- Аналогія з порядком у домі (*«Якщо жінка прийде до влади в Україні, настане стабільність, порядок, добробут і процвітання»*).
- Лідерські якості (*«Ми чекаємо цю жінку-лідера»*).



Жінки висловлюють наступні пропозиції:

- ЗСУ.
- Міністр енергетики.
- Техніка/наука.
- Сільське господарство/агропромисловість.
- Металургійна промисловість.
- Головнокомандувач.
- Вантажник.
- ДСНС.
- Лікар вищої категорії.
- Будівництво.
- Очільник храму (*«Настоятелем чоловічого монастиря не може бути жінка»*).

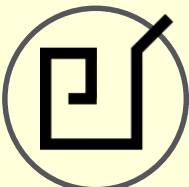
При цьому жінки висловлюють думки, що чоловік повинен забезпечувати сім'ю та шукати більш оплачувану роботу.



Чоловіки висловлюють наступні пропозиції:

- ДСНС.
- Міністр фінансів.
- Асенізатор (*«Це чоловіча робота, жінки там не бачу»*).
- Директор школи (*«Щоб хлопці теж не бачили, що всюди командують жінки»*).
- Силовий сектор.
- Очільник ОТГ.
- Військові.
- Будівництво.
- Машиніст потяга, літака, корабля.

Названо галузі, в яких потрібна або фізична сила, або керівні навички. Водночас не згадуються так звані «жіночі професії», що свідчить про стереотипне мислення у чоловічої аудиторії.



При підтримці лайком у соціальних мережах основну роль відіграє стать користувача. Майже немає одностайних думок щодо мотивів таких дій. Єдине, в чому сходяться всі учасники, – це необхідність конкретних дій людини, які можна перевірити.

Мотивація **жінок** поставити лайк:

Ораторські навички та зрозуміла мова (*«Повинна бути зрозуміла мова»*).

Ініціативність та наявні професійні досягнення

Відповідальність за свої слова (*«Свої обіцянки вона повинна виконувати»*).

Вміння орієнтуватися в статистиці та підтверджувати свої слова даними.

Викликати відчуття довіри, не корумпована (*«Про неї гарні відгуки»*).

Діловий стиль образу жінок (*«Пристойні, красиві, надихаючі»*).

Займається волонтерством (*«Якщо робить хорошу справу, волонтерить чи звітує»*).

Вихована, чесна (*«Щоб людина була на своєму місці, щоб вона була чесна з людьми»*).

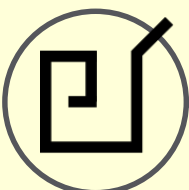
Організаторські навички (*«Компетентність у даній галузі»*).

Харизматична, щира.



Класичний політичний популізм та загальні обіцянки кращого майбутнього вже не спрацьовують, є запит саме на конкретні результати.

Основний мотив для лайків – це не зовнішній вигляд жінки, який може частково дратувати, а особистісні характеристики, які або є показовими, або відчуються користувачами мережі.



Є поодинокі висловлювання, що будь-яка жінка сприймається негативно (*«Ніякій. Ніякій не поставлю»*).

Мотивація **чоловіків** поставити лайк:

Професіоналізм: якщо відчувається, що людина професіонал

Уникнення показового марнотратства (*«Щоб вона не купувала сумочку за 30к баксів, а реально щось робила»*).

Образ красивої впевненої жінки (*«Ми ж всі любимо очима. Коли побачили гарну картинку»; «Зовнішність – це перше»*).

Відповідні фізіологічні характеристики (*«Має бути красивою, щоб фігура була»; «Чисто візуально»*).

Розумові здібності (*«Інтелект, можливо»*).

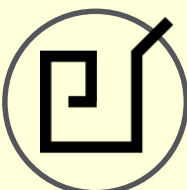
Вміння вирішувати складні питання (*«Характер не конфліктний, креативна, дипломатична»*).

Прозорість та чесність (*«Щоб брехні не було»*).

Професійна етика та стриманість

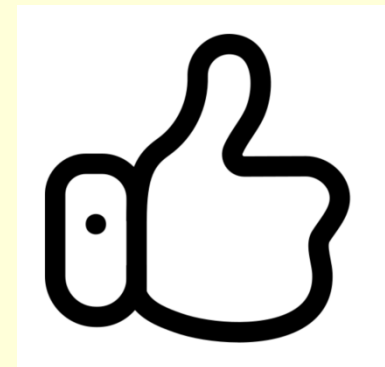


Наявність дорогих речей у політиків та публічних осіб викликає обурення у 85% опитаних.



Є й неперсоніфікована мотивація до виставлення лайків:

- Все залежить від особистих вподобань.
- «Від настрою».
- Людині, яку знаю («Колезі, подружці»).
- Цікавий контент посту в мережі («Якщо там щось цікаве, і вона ще й показує щось»).
- Якщо щось викликає позитивні емоції («Коло сім'ї, подорожі»).



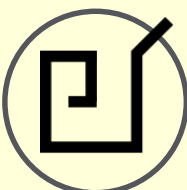
Чоловікам для лайку не суттєві саме особистісні характеристики жінки – основне це красивий образ, вміння зацікавити глядача та наявність позитивних аналогій з сім'єю чи гарними повсякденними справами.

Є поодинокі згадки позитивних образів жінок:

«Для мене прикладом є Маруся Звіробій».

Викликає повагу участь у бойових діях («Жінка, яка з 2014 створила полігон, називається Марусині Ведмеді. Вона брала участь у бойових діях»).

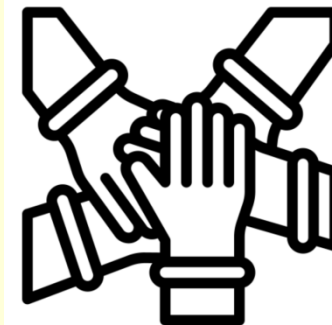
Історичні паралелі – Маргарет Тетчер («Образ дуже впевненої людини, харизматичної, яка йде до своєї мети»).



Для більшості респондентів, незалежно від статі, мотивом для підтримки є наявність власного прикладу та конкретних результатів попередньої роботи (*«Ти повинен показувати приклад, як це робиться. Тому що написати – це одне, а робити – зовсім інше»*).

Вирішальним фактором у 96% респондентів є особисте знайомство з людиною або медійна обізнаність у її справах/діях.

Наявність чіткого плану роботи та подальшого позитивного впливу на суспільство є другим спільним пріоритетом.

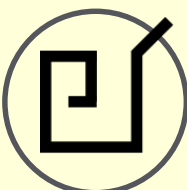


Мотивація жінок до подібних дій:

- Співпрацювати з людьми (*«Щоб вона робила те саме разом з людьми, а не тільки закликала»*).
- Показувати приклад віддачі для тих, хто потребує допомоги (*«Віддачою для людей, щоб вони йшли за нею»*).
- Подача якісного матеріалу, вміння писати статті.
- Організаторські здібності (*«Щоб людина була енергійна, ділова, вміла організувати»*).
- Відповідальність за свою справу.
- Особисте знайомство з людиною (*«Я повинна особисто знати її, тоді вийду»*).
- Наявність відкритої інформації про людину та її дії.
- Відчуття авторитетності особистості, яка закликає до дій.
- Володіння енергетикою/впливом на людей.
- Наявність ідеї та конкретної мети (*«Навіщо це робити»*).

Поодинокі респонденти висловлюють думку, що було б непогано отримати певне заохочення (*«Якщо не матеріально, то для якоїсь гарної справи з грамотою або подякою»*).

Підтримка дією мало залежить від статі того, кого підтримують. На перше місце виходить суть справи до якої закликають і довіра до особистості.



Мотивація чоловіків до дії:

Позитивні коментарі в соціальних мережах.

Приклад, який захоплює (*«Залежить від ідеї, ідейна, ініціативна»*).

Знання людини та відчуття довіри до її справ.

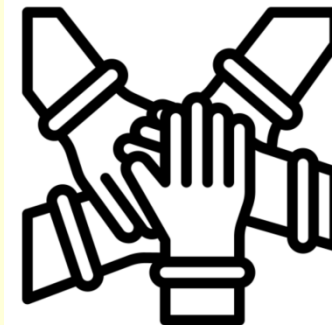
Цікава подача ідеї (*«Щоб зацікавило взяти участь»*).

Спільні цінності та погляди.

Вміння скласти план і бути цілеспрямованим.

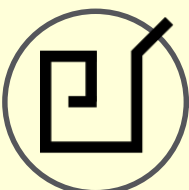
Наявність мотивації.

Відповідальність перед громадою.



Особливо важливим є відчуття довіри до людини, яке досягається через особистий приклад роботи того, хто закликає до дії.

Конкретні дії та особиста присутність на заходах сприймаються з більшою обережністю порівняно з лайками. Щоб взяти участь у спільній справі, учасники повинні бути впевнені в її результативності.



Для надання грошового донату стать людини не є визначальним фактором. Основні вимоги стосуються можливості перевірки та звітності за проведену діяльність. Довіру викликають волонтери, які працюють довго і мають схвальні відгуки про свою діяльність.

Можливості підтримки донатом від жінок:

Довіра до людини та її справ (*«Я не скину гроші людині, якій я не довіряю»*).

Особиста симпатія (*«Щоб запала в душу»*).

Знання про реальні справи та позитивна історія (*«Скільки вона зробила добра»*).

Розуміння, куди піде фінансування (*«Потрібні звіти»*).

Відкритий бізнес-план.

Донати тільки знайомим людям (*«Моя знайома волонтер»*).

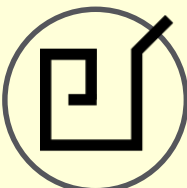
Наявність близьких цінностей.

Донати виключно на потреби ЗСУ.

Наявність фотозвіту.



Часто виникають запити на відомість та впізнаваність у медіапросторі, що сприяє донатам.



Розповсюдженою є думка, що людина не є ключовим фактором для донату («головне – ідея, яка мені подобається»).

Серед жінок наявність ідеї, яка подобається або вважається правильною, суттєво перевищує бажання знати конкретну особистість, яка просить донати.

Багато жінок висловлюють скептичне ставлення до практики донатів («багато благодійних коштів ідуть не за призначенням, тому люди зараз вагаються, чи давати ці кошти», «Віддай — все одно, що викинь»). Деякі респондентки ставлять питання до органів влади («Що, в державі грошей нема?»).

Чоловіки можуть підтримувати донати за таких умов:

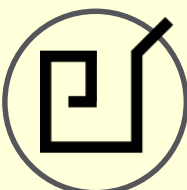
- Обов'язкова наявність публічних звітів про попередню діяльність («Должен быть проверен и отчёт, тогда скину»; «щоб воно наліво не пішло»).
- Відчуття довіри.
- Рекомендації друзів.
- Підняття актуальних тем/проблем: «наболілі проблеми. Проблеми війни, коли йде війна».
- Наявність розкрученого аккаунту/реклами в соціальних мережах («якщо є негативні відгуки, от які донати?»).
- Медіавідомість («якщо ти з села, то що ти хочеш?»).

Наявне негативне ставлення до збору коштів серед чоловіків («зараз опошили систему донатів»), особливо якщо це роблять політики («Депутат сам може забезпечити своїх, або може зібрати з депутатів»).

Чоловіки більш скептично ставляться до донатів, серед них поширена думка, що краще допомогти своїми силами, але не грошима. Загалом, практика донатів значно зменшується через зниження фінансового стану людей та наявності негативних прикладів і шахрайства.



При наявності негативної медіа-історії/відгуків (навіть якщо вони згенеровані), спроба збору донатів може суттєво провалитися.



В даному контексті стать не є вирішальним фактором для таких дій; основне — це відстоювання певних ідеалів та цінностей (*«якщо влада зарветься та забуде про народ»*). Важливі не тільки сама людина, за якою йдеш на протест, але й її оточення (*«Мати команду однодумців, згуртованість, бути впевненою»*).

Причини, чому **жінки** можуть вийти на протест:

Очікування результативності протестних дій (*«Не просто вивезти людей на мітинг і на цьому все скінчилось, а щоб був результат цього мітингу»*).

Суспільно значимий вплив (*«Якби цей мітинг проводився в інтересах всього народу, це перше»*).

Лідерство ділової жінки з бойовим характером (*«щоб привселюдно дала відсіч»*).

Безстрашність (*«жінка-вікінг»*).

Протидія свавіллю місцевої влади (*«щоб садочок не зносили»*).

Довіра до лідера.

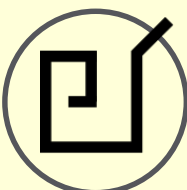
Чітке пояснення мети протесту (*«Щоб вона розуміла, куди вона людей веде, а не просто так її бажання»*).

Наявність конкретних результатів та розуміння проблеми (*«що ми не просто так йдемо»*).



Запит на публічно жорстку/принципову позицію щодо вирішення суспільно-значимих проблем.

Ця характеристика є важливою для будь-яких дій, від лайків до протестів.



Поодинокі респондентки згадують Юлію Тимошенко, яка часто вдавалася до протестів, але цей образ зараз викликає більше негативні емоції (*«Зараз би я за нею не пішла, вона не дуже себе показала в кінцевому результаті»*).

Причини, чому **чоловіки** можуть вийти на протест:

- Жінка-лідер сильна духом.
- Чесна людина.
- Володіє ораторськими здібностями.

Здебільшого для **чоловіків** стать не має значення:

- Головне – ідея (*«Вийти не за когось, а за цінності та ідеї»*).
- Невдоволення керівництвом країни (*«Якщо влада прогніє, то вийду»*).
- Відчуття необхідності (*«За справедливість піду!»*).
- Конкретна мета (*«Вирішити те, що наболіло», «Якщо допекло»*).

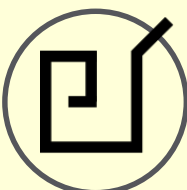
Також чоловіки скептично ставляться до ідеї протестів, жінки цього майже не висловлювали:

- Повна відмова (*«Ні, не пішов би у будь-якому разі»*).
- Негативне ставлення до успіхів (*«Політики кажуть одне, а роблять інше»*).
- Невіра в результативність таких дій (*«Результату все одно не буде»*).
- Сприйняття протесту як протиправної дії (*«Якщо це незаконно, то не піду. Зараз протести заборонені»*).

Якщо влада «зарветься» та піде проти народу, протести розглядаються як позитивний механізм впливу на керівництво країни.



Протести проти влади сприймаються як спроба просунути свої політичні позиції або отримати підтримку від потенційного електорату. Такі дії вважаються застарілими та небезпечними в сучасних умовах.



Незалежно від статі, респонденти хочуть голосувати за жінку, яка має чіткий план дій та програму, яку реально виконати. Вони очікують, що така кандидатка буде чітко висловлювати свої наміри (*«дієві речі говорити, програма повинна бути»*) та постійно висвітлювати свої думки через різні медіа (*«озвучувати чітко, що і як буде робити»*).

Жінки проголосували б за кандидатку за умови:

Співпадіння поглядів на життя (*«Підтримаю, якщо мої погляди будуть схожі»*).

Відчуття правильності дій (*«Якщо мені це імпонує, я проголосую»*).

Чіткого розуміння подальших кроків та рішень (*«Як вона дивиться вперед, що збирається робити далі»*).

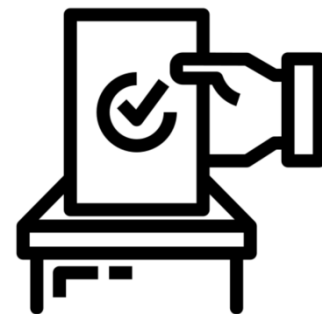
Забезпечення зворотного зв'язку з людьми (*«Треба спілкуватись з народом, чути їхні ідеї та потреби»*).

Відкритості щодо життєвого шляху кандидатки (*«Як вона дійшла до балотування, її історія»*; *«Життєва історія, в якій видно послідовні дії на благо країни»*).

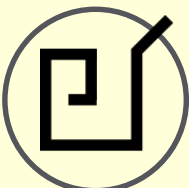
Конкретних результатів діяльності (*«Список справ, які зроблені»*).

Результатів боротьби з корупцією (*«Вона має показати, розповісти, пояснити людям, що потрібно робити з корупцією»*).

Наявності міжнародної підтримки та зв'язків (*«Може мати міжнародних консультантів, підтримку з боку іноземних партнерів»*).



Враховуючи наявність політиків з брудним минулим, цей запит є важливим навіть на початкових етапах політичної кампанії.



Існують поодинокі запити на скасування негативних законів, прийнятих діючою владою (*«Скасувати якісь неправильні закони»*).

Визначивши непопулярні серед населення закони та обіцявши їх відмінити, можна здобути певні електоральні симпатії.

Чоловіки проголосували б за кандидатку за умови:

Наявності досвіду та відповідних професійних якостей.

Актуального заклику до дії (*«Щоб зацікавило»*).

Жорсткості, чесності та не жадібності.

Позитивної історії в медіапросторі (*«Читаю відгук, якщо ок, то може проголосую»*).

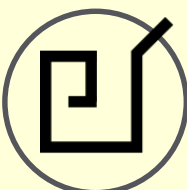
Бути українкою (*«Давно тут жити, і люди мають її знати. Місцева, своя»*).

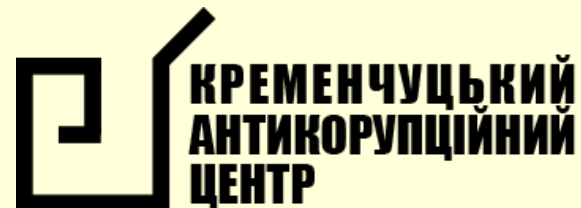
Забезпеченості та бездоганної репутації (*«Репутація, ділова репутація має бути. І сама не бідна»*).



Певні аналогії з сімейним життям, екстрапольовані на політику.

Для чоловіків важливі публічно висвітлені позитивні коментарі.





**Виклики, пов'язані з
корупцією.**

**Рекомендації щодо
антикорупційний
програм.**

Досліджуємо громадську думку з 2017 року

Більшість респондентів, майже не замислюючись, на перше місце після війни ставлять загострення проблем з корупцією (*«Якби не була такою корупція, то проблем було б набагато менше»*). Також респонденти вказують на наявність інших проблем, які умовно можна поділити на три блоки.

Проблеми у самому суспільстві:

Безвідповідальність та безініціативність людей (*«Інфантильність суспільства»*).

Соціальна несправедливість (*«Закон є закон і має бути для всіх, а його немає»*).

Кумівство та сватовство на всіх рівнях.

Обмеженість свободи слова та наявність цензури (*«Вже боюсь щось казати»*).

Гальмування демократичних процесів (*«Закриваємось в націоналізмі й консерватизмі»; «Не до ЄС рухаємось, а до якогось СРСР»*).

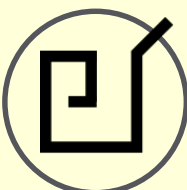
Відчуття невизначеності (*«Політична невизначеність, що далі в суспільстві буде»*).

Мобілізаційні процеси (*«Відсутність мотивації у чоловіків йти воювати»*).

Патерналістські настрої (*«Немає бажання нести за себе відповідальність»*).



Активізуються процеси повернення до ідеї «всі винуваті», відповідальність за проблеми в суспільстві покладаються на ворога, владу та корупцію. Знижується бажання донатити та займатися волонтерством.



Проблеми у владних структурах:

Корупція та бюрократія.

Корупційні схеми у правовому секторі (*«Прокурори та судді всі продажні»*).

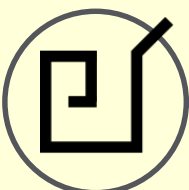
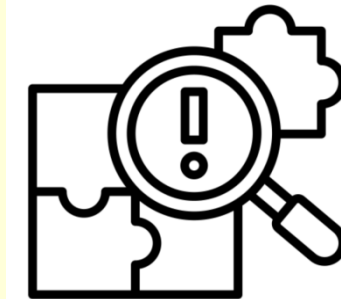
Невиконання владою своїх функцій.

Зростання недовіри до влади (*«Усталость. Ни одного обещания не выполнили»*).

Відсутність зворотного зв'язку між владою та громадянами (*«Не дослухаються до наших думок»*).

Систематичне порушення законів (*«Політики недотримуються Конституції»*).

Посилення боротьби з корупцією та бюрократією, забезпечення прозорості у правовому секторі та суворе дотримання законів сприятимуть відновленню довіри до влади.



Економічні проблеми:

Низькі зарплати, особливо для вчителів і медиків.

Високі ціни та інфляція, що «нищать людей».

Маленькі виплати на дитину (*«платили б більше, пішла б в керівники»*).

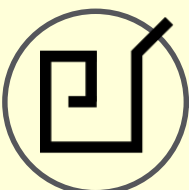
Незрозумілий фінансовий розподіл (*«ніхто не знає, куди йдуть державні кошти в усіх сферах»*).

Непрозора система державних закупівель та робіт (*«підставні фірми деребанять ті тендера»*).

Зниження рівня життя (*«Більше людей живуть майже за межею бідності»*).

Зупинка експорту та обмеження виробництва.

Низькі пенсії.



Проблеми в соціальній сфері:

Нестача дитячих садочків та шкіл, особливо в Одесі.

Незадовільна якість вищої освіти (*«Знання, які я отримувала в університеті, недостатні»*).

Надмірна теоретичність освіти (*«немає практики, потім доводиться навчатися на підприємстві»*).

Незадовільний стан соціального захисту.

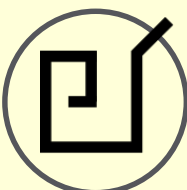
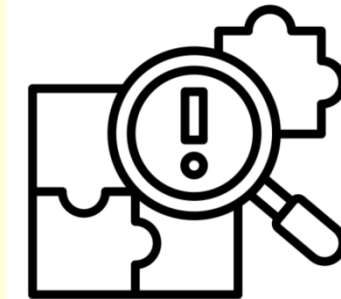
Високі ціни на медичне обслуговування (*«У нас немає безкоштовної медицини, на жаль»*).

Зниження уваги до проблем внутрішньо переміщених осіб (ВПО).

Релігійна криза через заборону УПЦ МП.

Старіння населення та недостатня інклюзія (*«країна перетворилася на старих, інвалідів, дітей»*).

Демографічні проблеми: низька народжуваність.



72 % респондентів одностайно вказує на значне зростання корупції за останній рік. Більшість з них пов'язують це з військовими діями, зазначаючи, що *«з'являється більше можливостей для корупції»*.

Формулюється й низка інших причини збільшення цього явища:

1. Висвітлення корупційних випадків та відкритість даних:

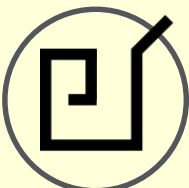
Відчуття збільшення корупції багато в чому пов'язане з широким висвітленням у медіапросторі (*«більше, тому що освітлюється медіа новинами»; «по телебаченню показують»*).

Відкритість декларацій про доходи чиновників посилює усвідомлення корупції (*«разве может за год заработать столько»; «в декларациях жён СБУ»*).

Коли зменшується кількість публічних прикладів ув'язнення корупціонерів, у громадян з'являється враження, що антикорупційні заходи на державному рівні послаблюються (*«якщо меньше посадили, то корупції больше»*).



Такі настрої можуть значно зменшити позитивний ефект від прозорості рівня заробітних плат.



2. Обмеженість наявних процесів запобігання корупції на державному рівні:

Відчуття безкарності корупціонерів.

Відсутність громадського контролю над використанням міжнародної допомоги (*«немає перевірок, уводять допомогу від народу, і люди не бачать коштів»*).

Недостатня ефективність правових механізмів покарання корупціонерів (*«не бояться нічого і немає покарань»*).

Обмеження свободи слова та зникнення інакомислення.

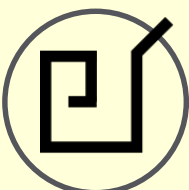
Прийняття нових законів, які не покращують ситуацію (*«більше, приймають недолугі закони»*).

3. Корупція на рівні організацій:

У судових органах (*«нікого не саджають, відкуповуються і все, вони недоторканні»*).

У медичних закладах (*«якщо не принесеш, то наступного разу не прийме»*).

У освітніх закладах (*«в школах і дитячих садочках корупція зростає»*).



4. Наслідки військових дій:

Війна сприяла збільшенню корупції (*«з'явилося більше можливостей красти»*).

Корупціонери отримали більше можливостей для заробітку.

Корупція у ТЦК (*«ВЛК кажуть, хочеш, напишемо тобі, що ти інвалід, давай 6000 доларів»*).

Недостатня забезпеченість армії сприймається як наслідок корупції (*«солдати самі купують необхідне спорядження»*).

Будівельні роботи в прифронтових містах (*«Все одно прилетить. Це відмивання грошей»*).

Деякі респонденти зазначають, що цифровізація зменшила корупцію, але війна суттєво її збільшила.

5. Загальне відчуття/спостереження підвищення рівня корупції:

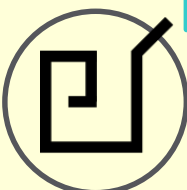
Покращення матеріального стану певних верств населення (*«Збільшення кількості мільйонерів»*).

Значне зростання кількості дорогих автомобілів після початку війни.

Корупційні схеми при розподілі гуманітарної допомоги (*«гуманітарна допомога йде не за призначенням, а в кишені»*).



Поява гуманітарної допомоги в магазинах (*«ти дивишся на військову форму і бачиш на ній лейбу – не для продажу»*); *«волонтери теж беруть і продають гуманітарну допомогу»*).



80 % респондентів не побачили жодних змін у рівні корупції в країні за останній рік. Найпоширеніша відповідь полягає в тому, що ситуація суттєво не змінилась (*«Залишилась на рівні», «так само залишилась»*).

Відсутність змін пояснюється не лише поганою роботою влади, а й звичними поясненнями (*«це наш менталітет»; «вона завжди буде, ми звикли», «продовжуємо традиції СРСР»*).

Деякі респонденти вважають, що корупція залишилась на тому ж рівні, але тепер люди почали більше про неї дізнаватися (*«Я вважаю, що корупції не стало більше, вона просто стала явною»; «багато викривають»*).

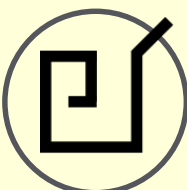
Висвітлення корупційних випадків у медіа частково підвищує відчуття збереження корупції на високому рівні.

Тільки поодинокі респонденти зазначають **зменшення корупції** в країні. Здебільшого це пов'язано з особистими враженнями (*«Думаю, менше»; «Хочу вірити, що менше, але я не стежу. Мені здається за відчуттями»*).

Найявні позитивні відгуки щодо зменшення корупції завдяки процесам діджиталізації та розширенню потенціалу додатку «Дія» (*«менше стало побутової корупції, тепер немає хабарів за довідки», «Дія зменшує корупцію однозначно»*).



Образ жінки, яка бореться з корупцією та сприяє процесам цифровізації процесам, буде прийнятим незалежно від статі.



Респондентам було складно згадати конкретні позитивні приклади боротьби з корупцією. Найчастіше згадували не конкретних осіб, а представників певних галузей:

Народ/громадськість (*«влада не бореться»*).

Міжнародні партнери (*«Найпотужніші борці — це Америка, ЄС»*).

Міжнародні організації (*«наприклад, Transparency International Ukraine»*)

Громадські організації.

Центр протидії корупції.

Публічні юристи й адвокати (*«якщо ведуть блоги, то роз'яснюють»*).

Молоді активісти.

Журналісти (*«їхні розслідування допомагають у боротьбі з корупцією»*).

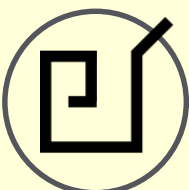
Є позитивні згадки про роботу «Bihus.Info»

Блогери.

Волонтери.



Позитивно сприймається образ незалежних, майже індивідуальних борців з корупцією, оскільки великі комітети та організації не викликають довіри і не демонструють результатів своєї діяльності.



Поодинокі респонденти невпевнено називають органи влади, які повинні опікуватися питанням корупції (*«звітують періодично, але вірити чи ні, не знаю»*).

Президент.

НАБУ.

СБУ, поліція (*«можливо вони?»*).

Сайт «Prozorro» (*«може щось там є»*).

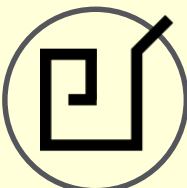
Антикорупційний суд (*«є позитивні приклади»*).



У спроби влади подолати корупцію респонденти вже не вірять, тому переносять ці повноваження на представників громадянського суспільства.

Було названо дуже обмежене коло конкретних осіб, які асоціюються з боротьбою проти корупції:

- М. Ткач.
- Яніна Соколова.
- В. Шабунін.
- Лачен (*«опосередковано, але допомагає»*).
- О. Дубинський (*«йому платив Коломойський за викриття корупції»*).



Ті, хто заважають боротися з корупцією

45

Від загального відчуття, що ніхто не бореться з корупцією і *«тільки всі чекають, щоб нажитися»*, респонденти переходять до спроби знайти винних і тих, хто гальмує ці процеси.

Влада, яка у своїх помилках звинувачує корупціонерів (*«сказати, от корупціонери в усьому винуваті»*).

Верховна Рада, Кабінет Міністрів.

Недосконала система, яка включає чиновників та керівників.

Силові органи (*«вони корумповані й не борються»*).

СБУ, поліція, податкова служба (*«заважають силові методи держави»*).

Корумповані представники влади та судів (*«безкарність заважає. Не наказують тих, кого ловлять»*).

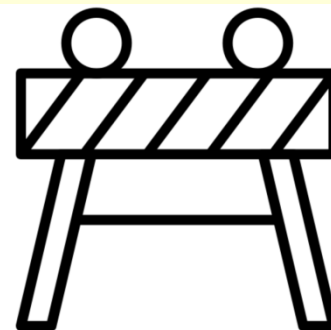
НАБУ (*«тільки роблять вигляд, що працюють»*).

Великі застави для корупціонерів, які вони спокійно сплачують (*«от сьогодні взяли й 1-го під заставу в 150 мільйонів відпустили»; «їм мільйони дати – це копійки»*).

Законодавча база/закони (*«юристи їх двояко трактують»*).

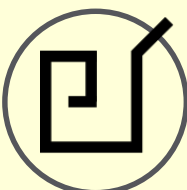
Олігархи.

Домінує впевнений меседж (*«В вищій владі всюди є корупція»*).



Традиційні звинувачення у корупції пов'язані з тим, що чим більше в органі влади владних повноважень, тим більше він підозрюється у корупції.

Чим більше буде в медіапросторі прикладів мільйонних застав для корупціонерів, тим швидше буде знижуватися довіра людей до будь-яких антикорупційних процесів.



Низка респондентів звинувачує у проблемах боротьби з корупцією не конкретні органи, а українську ментальність (*«Масовий менталітет народу: не підмажеш — не поїдеш»*), та особистісні характеристики самих людей:

Жадібність.

Жага влади.

Схильність людини до корупції (*«Якщо знизу перестати давати, то почне змінюватись»*).

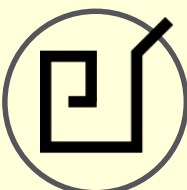
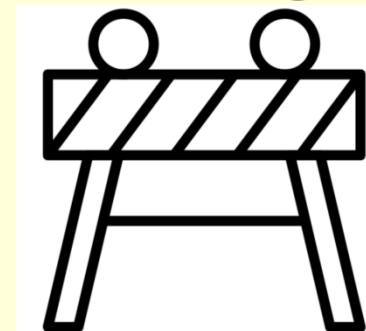
Страх перед змінами (*«Я знаю, що це погано, але боюся змінювати»*).

Бажання спростити своє життя (*«Всередині хочемо отримати щось легше. Проще дати хабар»*).

Бідність (*«Человек живёт в нищете, это порождает взять взятку»*).

Необхідність зберегти роботу (*«Якщо ти не будеш брати, то тебе турнуть просто»*).

Розповсюдженою є думка (*«Всі люди винні в якійсь мірі», і головне починати з себе: «Не давати хабар, навіть якщо потрібно»*).



Респонденти пропонують низку механізмів та заходів, які, на їхню думку, могли б суттєво знизити рівень корупції.

1. Найпоширенішою є ідея запровадження вкрай жорстких і агресивних рішень та дій:

Карати за корупційні дії всіх учасників (*«Наказувати і того, хто дає хабар, і того, хто отримує»*).

Покарання для тих, хто пропонує хабар (*«Перш ніж дати хабар, ти теж подумаєш»*).

Силові методи від громадян для протидії корупції (*«Якби у людей був дозвіл на зброю. Бо по факту тебе просто ногами заб'ють у тому ж ТЦК»*).

Покарання на всіх рівнях: від чиновника до громадянина (*«Жорсткі покарання для всіх, від низів до верхів»*).

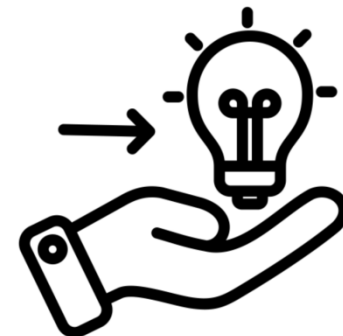
Для таких дій обов'язковими елементами повинні бути публічність та висвітлення результатів

Конкретні приклади (*«Тоді всі зрозуміють»*).

Показові покарання (*«Покарання повинні бути реально видимими»*).

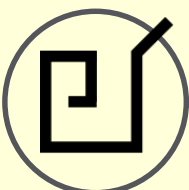
Смертна кара (*«Я не знаю, найбільшого корупціонера в країні розстріляти»*).

Проте це скоріше емоційні очікування, оскільки трансляція процесу смертної кари в європейській країні виглядає дивно.



Проти ідеї смертної кари виступають жінки (*«Смертної кари не треба, у нас і так гинуть люди»*).

У цьому контексті з захопленням наводяться приклади авторитарних країн (*«Китай розстрілює», «Клеймо ставили й руки рубили»*).



2. Залучення міжнародної підтримки:

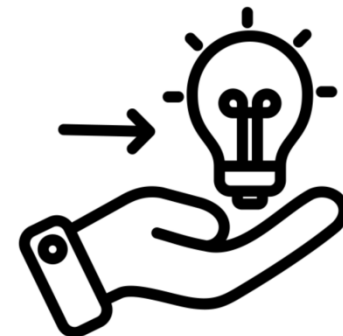
Використання досвіду інших країн (*«Як вони з цим боролись»*).

Забезпечення міжнародного контролю (*«Покликати іноземних суддів»*).

Залучення незалежних кураторів, які не мають інтересу у підтримці корупційних схем в Україні (*«Мають приїхати люди, які не отримують зарплатню від України»*).

Повний контроль з боку Європи над процесом боротьби з корупцією (*«Щоб європейський представник контролював цей процес»*).

Висловлюється певний скептицизм щодо дієвості європейських методів у поточних умовах (*«Рада Європи, конвенція з прав людини, ми не можемо це реалізувати»*).



Повторюється класичний наратив, що ми самі не зможемо, тож потрібна допомога ззовні.

3. Покращення законодавчої бази:

Запровадження жорстких законів.

Введення довічного ув'язнення для корупціонерів.

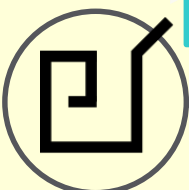
Радикальні зміни в законодавстві, зокрема в Конституції та законах.

Збільшення прозорості тендерів для забезпечення належного контролю.

Виключення можливості виходу корупціонерів під заставу (*«Якщо вже посадили людину за корупцію, ніякої застави»*).

Затвердження застави робить суди та прокуратуру в очах респондентів співучасниками корупціонерів

Негативні відгуки проти застав для корупціонерів часто лунають від учасників та викликають суттєве обурення діями влади й суддів.



4. Зміни на державному та організаційному рівнях:

Проведення радикальних змін у владі, заміна всіх корумпованих посадовців.

Усунення некомпетентних працівників з антикорупційних органів.

Руйнування існуючої корупційної системи.

Забезпечення реагування поліції на будь-які прояви корупції.

Призначення порядних людей на керівні посади.

Покращення роботи судів, наведення порядку в правових органах.

Створення «гарячої лінії» для повідомлень про корупцію.

Продовження процесів діджиталізації, включаючи впровадження цифрових валют і усунення людського фактора.



Є запити на продовження розвитку концепту цифрової країни для зменшення корупції та підвищення прозорості.

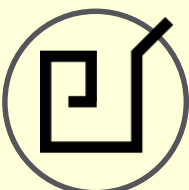
5. Покращити економічний стан країни:

Боротися з бідністю, адже *«сам народ винуватий та бідність»*.

Підвищувати заробітні плати, оскільки *«тоді не будуть красти»*.

Забезпечити достатній рівень зарплат, адже *«коли він буде достатнім, не буде сенсу в хабарях»*.

Водночас є й інші думки, що *«у наших депутатів теж хороша зарплата, але результату нуль»*, і заперечення, що слід підвищувати не лише зарплати, а й рівень життя громадян.



6. Змінювати відношення себе та оточуючих до корупції:

Починати з себе, адже *«я почала своїм рідним пояснювати»*.

Не розвивати культуру корупції, тобто *«не носити самим хабарів»*.

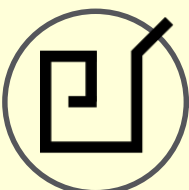
Дотримуватися букви закону (*«Чітко дотримуватися тих законів, які є»*).

Вести роз'яснювальну роботу, показуючи, що *«життя буде нормальне тільки коли не буде корупції»*.

Якщо сам не будеш давати, то й вимагати не будуть (*«А то так, лікарю пішов дав, школа дав, там дав. То з нас треба не з них починати»*).

Зменшення практик побутової корупції позитивно вплине на ситуацію (*«Будуть менше нести, будуть менше брати, я вам скажу»*).

Прослідковується чіткі наративи громадянського суспільства, навіть якщо не довіряєш владі – потрібно починати зміни з себе.



Попри великий список запропонованих дій, які можуть знизити рівень корупції, респонденти не дуже впевнено називають потенційних виконавців. **ТОП 5 включає:**

Владу.

НАБУ.

САП.

Правоохоронців.

Суспільство/людей.

Учасники також невпевнено намагаються сформулювати пояснення, чому зазначені виконавці не виправдовують покладених на них надій:

Відсутність лідера.

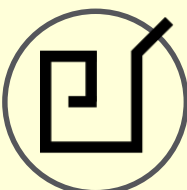
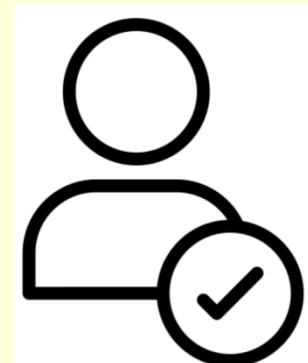
Відсутність результатів боротьби.

Очікування людей якихось змін.

Погана репутація антикорупційних органів.

Політики винні.

Застаріла корупційна система.



Розуміння, що політик чи політична сила реально бореться з корупцією

52

Для того щоб дізнатися про реальні результати боротьби з корупцією, респонденти висловлюють низку пропозицій та запитів:

Підтримувати або пропонувати антикорупційні закони.

Висвітлювати інформацію в медіапросторі, зокрема в ЗМІ (*«В ЗМІ, всюди, а не так по тихому, як то кажуть»*).

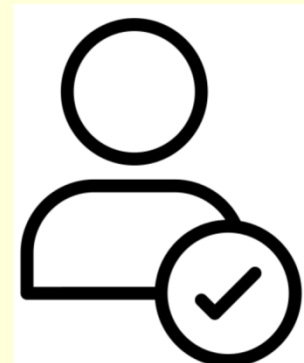
Чітко прописувати антикорупційний напрямок у політичних програмах (*«Щоб все проти корупції було прописано»*).

Забезпечити повну та відкриту біографію людини (*«Щоб ніколи не брав хабаря»*).

Активно демонструвати боротьбу в соціальних мережах (*«Щоб було в соцмережах, і люди один одному розповідали про те, що прочитали»*).

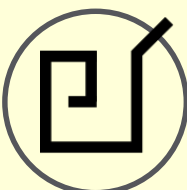
Показувати реальну роботу партії проти корупції (*«Когда раскрыли, посадили, как наказали»*).

Надати можливість перевірити статки політика (*«В декларацію треба заглянути, подивитись, яке майно є»*).



Основний запит стосується коротких відеороликів з показовими антикорупційними діями, бажано з силовим затриманням.

Пропозиція використовувати соціальні мережі є однією з найбільш поширених і прийнятих для респондентів.



Образ політика повинен включати такі компонент:

Активно бореться з корупцією (*«Обов'язково потрібно показувати і розповідати про це»*).

Демонструє результати своєї діяльності (*«Якщо буде кінцевий результат, значить ці люди борються»*).

Має лідерські якості, політичну відповідальність і бездоганну репутацію.

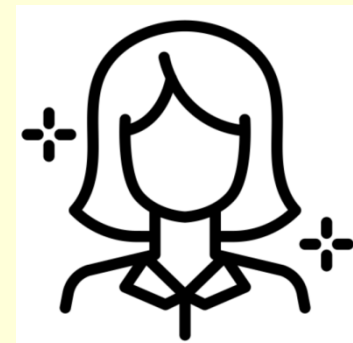
Виступає проти підвищення податків і обмеження свобод.

Отримує позитивні відгуки та чутки (*«щоб люди про нього говорили»*).

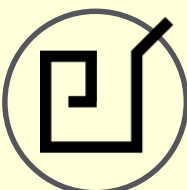
Надає постійну звітність про боротьбу з корупцією (*«щоб чітко було видно, що зроблено»*).

Веде сторінку в соціальних мережах самостійно (*«надає відеофіксацію»*).

Має сильну команду однодумців (*«команда щоб була сильна, щоб люди не боялися. Одну людину усунули і все»*).



Наявність сильної команди підвищує довіру (*«тоді можна приєднуватися, можна вірити і довіряти, бачити»*).



Реальні дії політика проти корупції асоціюються з його активною громадянською позицією:

Політик повинен брати участь у військових діях (*«Всі політичні сили, яким я так більш-менш довіряю, вони всі на фронті»; «у владі повинні бути люди, які заплатили кров'ю за свободу»*).

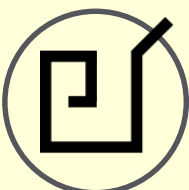
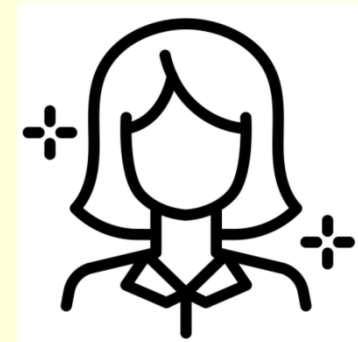
Участь політика в затриманні корупціонерів (*«спільно з муніципальною поліцією затримувати зловмисників»*).

Зберігається бажання бачити агресивні дії, прив'язані до образу політика. Формується відчуття суспільного запиту на серіал-бойовик типу «Політики проти корупціонерів» або «Політик-воїн».

Низка респондентів висловлює скептичне ставлення, зазначаючи, що наразі жоден політик чи політична сила не бореться з корупцією (*«Поки нема політиків, які б реально боролись»*).

Протидія корупції розглядається як спосіб самореклами політиків (*«Хто більше кричить про це, той найбільше і бере»*).

У негативному ключі згадуються П. Порошенко та А. Яценюк (*«Кричали, але нічого не зробили»*).



71 % респондентів мають песимістичні погляди на майбутнє, що зумовлено триваючими війсьними діями, зростанням мобілізаційних процесів, економічним спадом та загальним відчуттям невпевненості в завтрашньому дні.

Ті, хто налаштовані більш позитивно, уявляють Україну:

«Вільною та процвітаючою».

«Успішною та багатою».

«Переможницею».

«Без війни».

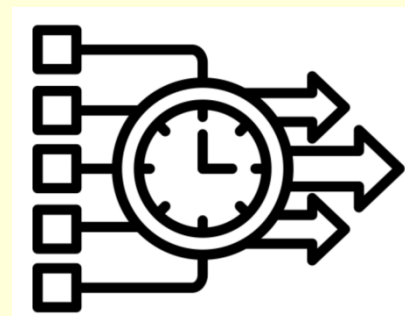
«Справедливою».

Процвітаючою: «підприємства запрацювали, а люди стали жити краще».

«Без корупції та олігархів».

«Без брехливих політиків».

«Безпечною».



У найближчі 3-5 років Україна може зіткнутися з серйозними викликами, спричиненими продовженням військових дій та економічними труднощами, що може призвести до зростання соціальної напруженості та зниження довіри до державних інституцій.

Однак, у разі стабілізації військової ситуації та успішного впровадження реформ, можливо є поступова економічна відбудова, зростання підприємницької активності та покращення рівня життя, що сприятиме відновленню віри у краще майбутнє країни.

