

ВИБОРИ-1999

ЗМІСТ

НА СТАРТІ ВИБОРЧИХ ПЕРЕГОНІВ

Ольга Балакірєва. Електоральні наміри населення України: серпень-99

Олександр Стегній. Рейтинги кандидатів на посаду президента: серпень-99

Ірина Бекешкіна. Особливості орієнтацій електорату кандидатів на посаду президента України

ІМІДЖ КАНДИДАТІВ ОЧИМА ВИБОРЦІВ

Ольга Балакірєва, Михайло Міщенко, Олександр Яременко. Сприйняття виборцями особистісних якостей кандидатів на посаду Президента та мотивація голосування за них

Ірина Бекешкіна. Що переможе — досвід чи особисті якості?

Олександр Стегній. Соціально-політичні портрети головних претендентів

МОЛОДЬ І ВИБОРИ

Ольга Балакірєва, Олександр Яременко. Електоральні орієнтації молодих виборців

Олександр Стегній. Молодь у президентських виборах-1999

Михайло Міщенко. Чинники формування електоральних орієнтацій молоді

Олексій Ганюков. Ціннісні орієнтації та соціальне самопочуття української молоді

ВИБОРИ-99 У РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРІ

Ольга Балакірєва, Михайло Міщенко, Олександр Яременко. Електоральні орієнтації громадян в українських регіонах

Олександр Стегній. Політична географія України і вибори-99

Володимир Полторак. Політична географія президентських виборів

Валерій Хмелько. Вибори — 99: електоральний вибір населення

Микола Чурилов, Олександр Стегній. Динаміка електоральних орієнтацій населення України

ВИБОРИ-99 І СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ОРІЄНТАЦІЇ ЕЛЕКТОРАТУ

Анатолій Ручка. Політико-ідеологічна ідентифікація населення України

Михайло Міщенко. Соціально-політичні орієнтації та очікування громадян України напередодні президентських виборів

Ольга Балакірєва, Олександр Яременко. Соціальне самопочуття населення України: осінь 1999 року

Валерій Хмелько. Настрої населення України перед виборами президента — жовтень 1999 року

Олександр Стегній. Вибори — 99 і зовнішньополітичні орієнтації електорату

ПРЕЗИДЕНТСЬКІ ВИБОРИ: КАМПАНІЯ У ПІСЛЯВИБОРЧИХ ОЦІНКАХ

Олег Петров, Володимир Полторак. Проблеми і тенденції президентської виборчої кампанії 1999 року за результатами поствиборчих досліджень

Ольга Балакірєва, Михайло Міщенко, Олександр Яременко. Динаміка та чинники формування електоральних орієнтацій громадян України під час виборчої кампанії

Валерій Хмелько. Особливості електоратів основних кандидатів під час президентських виборів 1999 року

Олександр Стегній. Президентські вибори і мотивація електорального вибору

Ольга Балакірєва, Олександр Яременко. Електоральні орієнтації населення України: жовтень-99

Ірина Бекешкіна. Громадська думка щодо діяльності громадських організацій під час виборчої кампанії

Відомості про авторів

Ольга Балакірєва – керівник Центру “Соціальний моніторинг”, кандидат соціологічних наук

Ірина Бекешкіна – докторант Інституту соціології НАН України, науковий експерт Фонду “Демократичні ініціативи”, кандидат філософських наук

Олексій Ганюков – зав. лабораторією Центру соціологічних досліджень Українського інституту соціальних досліджень, кандидат філософських наук

Ілько Кучерів – директор Фонду “Демократичні ініціативи”

Михайло Міщенко – завідувач сектором політичного аналізу і прогнозування Українського інституту соціальних досліджень, кандидат соціологічних наук

Олег Петров – народний депутат України, кандидат соціологічних наук

Володимир Полторак – завідувач кафедри соціології праці та управління Українського державного хіміко-технологічного університету, доктор філософських наук

Анатолій Ручка – заступник директора Інституту соціології НАН України, доктор філософських наук

Олександр Стегній – докторант Інституту соціології НАН України, керівник відділу соціально-політичних досліджень компанії “Социс”, кандидат історичних наук

Валерій Хмелько – декан факультету соціальних наук і технологій Національного університету “Кієво-Могилянська академія”, доктор філософських наук

Чурилов Микола – генеральний директор компанії “СОЦИС”, доктор соціологічних наук

Олександр Яременко – директор Українського інституту соціальних досліджень, кандидат економічних наук

НА СТАРТІ ВИБОРЧИХ ПЕРЕГОНІВ

Ольга Балакірева

Електоральні наміри населення України: серпень-99

З метою вивчення електоральних орієнтацій населення України 17–25 серпня 1999 року Українським інститутом соціальних досліджень, Центром "Соціальний моніторинг" та Фонду "Демократичні ініціативи" проводилось опитування населення України. Всього опитано 2005 респондентів віком від 18 років у всіх областях України, АР Крим та м. Києві. Вибіркова сукупність територіально-поселенська, стратифікована, репрезентативна за основними соціально-демографічними ознаками. Стандартні відхилення становлять 1,3–2,2%. Опитування здійснене в межах моніторингу громадської думки населення України, що дає можливість порівняти отримані дані з попередніми опитуваннями та проаналізувати динаміку за окремими показниками.

Рівень участі населення у президентських виборах

Очікується високий рівень участі населення у президентських виборах: близько 80% громадян, які мають право голосу. Результати моніторингу громадської думки показують, що частка тих, хто висловлює готовність взяти участь у виборах, залишається практично незмінною за період від грудня 1998 року (див. табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка готовності електорату взяти участь у виборах Президента України, %

	Грудень 1998 року		Березень 1999 року		Червень 1999 року.		Липень 1999 року		Серпень 1999 року	
Впевнений, що братиму участь	49	брати муть 78	55	брати муть 82	56	брати муть 80	62	брати муть 82	59	брати муть 81
Радше за все братиму участь	29		27		24		20		22	
Радше за все не братиму участі	8	не брати муть 16	7	не брати муть 12	7	не брати муть 13	4	не брати муть 10		не брати муть 15
Впевнений, що не братиму участі	8		5		6		6		6	
Важко відповісти	6		6		7		8		4	

Серед вікових груп рідше висловлюють намір взяти участь у виборах представники молодшої вікової когорти (серед респондентів віком до 35 років — 76%, тоді як серед тих, кому від 36 до 55 років — 82%, серед старших за 55 років — 85%). Особливо помітною ця різниця є, якщо брати до уваги лише тих, хто впевнений у тому, що братиме участь у виборах — відповідно 51%, 62% і 65%.

Виборчі рейтинги кандидатів на посаду Президента України

Якщо у жовтні 1998 року ті, хто ще не визначився з вибором кандидата, становили 38%, то в березні — 31%, у червні — 32%, у липні — 24%, у серпні — 20%. Таким чином, невизначеність громадян України щодо того, за кого вони голосуватимуть на виборах Президента України, з наближенням виборів зменшується.

Таблиця 2

Динаміка намірів щодо голосування на президентських виборах, %

Кандидати	Жовтень 1998 року	Грудень 1998 року	Березень 1999 року	Червень 1999 року	Липень 1999 року	Серпень 1999 року
Л.Кучма	6	8	11	19	18	17
Н.Вітренко	7	13	18	11	15	16
П.Симоненко	8	9	5	10	12	11
О.Мороз	8	9	8	6	7	9
Є.Марчук	2	3	3	2	6	5
О.Ткаченко	1	1	2	2	2	2
Г.Удовенко	—	—	3	1	2	1
Інші кандидати	16	17	4	1	1	2
Не брав би участі в голосуванні*	14	9	7	14	10	16
Проголосував би проти всіх кандидатів	—	7	8	2	3	2
Ще не визначився	38	24	31	32	24	20

Примітка: (—) означає, що в опитувальнику прізвище цього політика не було включено до списку кандидатів на посаду Президента.

* Сюди віднесено респондентів, котрі від початку заявили, що не братимуть участі у виборах, а також тих, хто це зробив, ознайомившись зі списком претендентів у кандидати на посаду Президента.

Як видно з табл. 2, частка готових проголосувати за Л.Кучму в першому турі постійно зростала від жовтня 1998 до червня 1999 року, але після червня це зростання припинилось і відтоді ж до серпня рейтинг діючого Президента знизився на 2%. Підтримка Н.Вітренко незмінно зростала від опитування до опитування до березня 1999 року, а от червневим опитуванням зафіксувало помітний спад її підтримки з боку виборців. У липні та серпні її рейтинг дещо зріс порівняно з червнем, та все одно був нижчим, ніж у березні. Загалом же рейтинги Л.Кучми та Н.Вітренко у серпневому опитуванні були майже рівними. Рейтинг П.Симоненка зростав з березня 1999 року, однак у серпні порівняно з червнем він виріс лише на 1%. Підтримка О.Мороза з боку виборців порівняно з червнем зросла на 3%, а порівняно з липнем — на 2%. У липні порівняно з червнем на 4% зросла частка готових голосувати за Є.Марчука, однак у серпні порівняно з попереднім місяцем вона зменшилася на 1%. Підтримка виборцями інших кандидатів залишалася стабільно низькою. Можна констатувати, що основними суперниками діючого Президента на президентських виборах восени 1999 року виступатимуть Н.Вітренко, П.Симоненко та О.Мороз.

Л.Кучму більшою мірою підтримують у Західному регіоні (27%) та в Києві (24%), найменшою — в Центральному регіоні (7%) та в Криму (10%). За Н.Вітренко були готові проголосувати найбільшою мірою у Східному (21%) та Центральному регіонах (20%), найменшою — на Заході (8%). За О.Мороза найбільше — в Центральному регіоні (14%), найменше — у Києві (2%) та Криму (5%). За П.Симоненка найбільше — у Східному (16%) та Південному (16%) регіонах, найменше — у Києві (3%) та Західному регіоні (1%). За Є.Марчука найбільше були готові проголосувати на Заході України (12%), найменше — у Південному (2%), Північному (4%) та Східному (2%) регіонах.

Судячи з даних серпневого дослідження, основними конкурентами діючого Президента у боротьбі за підтримку виборців у Західному регіоні були Є.Марчук, Н.Вітренко та О.Мороз, у Центральному і Північному регіонах — Н.Вітренко, О.Мороз та П.Симоненко, у Східному — Н.Вітренко та П.Симоненко, у Південному регіоні й у Криму — Н.Вітренко та П.Симоненко, у Києві — Н.Вітренко і О.Мороз (див. табл. 3).

Таблиця 3

Рівень підтримки кандидатів у президенти України серед різних груп виборців у серпні 1999 року, %

<i>Кандидати в президенти</i>	<i>Серед усіх опитаних</i> <i>N = 2005</i>	<i>Серед опитаних, крім тих, хто не піде на вибори</i> <i>N = 1681</i>	<i>Серед тих, хто впевнений щодо участі у голосуванні</i> <i>N = 1158</i>	<i>Серед тих, хто радше братиме участь</i> <i>N = 450</i>	<i>Серед тих, хто вагається, чи братиме участь у голосуванні</i> <i>N = 73</i>
Олександр Базелюк	0.1	0.1	0.1	0.2	0.0
Наталія Вітренко	15.5	18.4	18.9	18.9	7.0
Микола Габер	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0
Віталій Кононов	0.2	0.3	0.1	0.6	1.3
Юрій Костенко	0.3	0.4	0.5	0.2	0.0
Леонід Кучма	17.4	20.6	22.2	18.7	5.9
Євген Марчук	5.2	6.2	6.6	5.7	2.7
Олександр Мороз	8.5	10.1	10.5	9.8	5.5
Володимир Олійник	0.5	0.6	0.5	1.0	0.0
Василь Онопенко	0.3	0.4	0.3	0.5	1.3
Олександр Ржавський	0.1	0.1	0.0	0.4	0.0
Петро Симоненко	10.7	12.7	13.6	11.7	3.5
Олександр Ткаченко	2.0	2.3	2.3	2.5	1.3
Геннадій Удовенко	1.4	1.6	2.1	0.5	0.0
Юрій Кармазін	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Проголосував би проти всіх	1.9	2.2	1.4	4.2	3.8

Не став би брати участі у голосуванні	0.2	0.2	0.1	0.3	1.3
Ще не визначився	20.0	23.7	20.7	24.8	66.4
Не підуть на вибори	15.6				

В електораті всіх кандидатів наявною була досить велика частка виборців, котрі вагалися у своєму виборі і ще могли його змінити. Причому впродовж місяця виборчої кампанії ця частка виборців невпинно зростала (див. табл.4).

Таблиця 4

Міра визначеності електорату кандидатів на посаду президента України (%)

<i>Кандидати*</i>	<i>Цілком упевнений і вибору не зміню</i>	<i>Загалом упевнений, але можу і передумати</i>	<i>Зовсім не впевнений, можливо, проголосую за іншого</i>	<i>Важко сказати</i>
Н.Вітренко	60	34	?6	3
Л.Кучма	62	31	?4	3
Є.Марчук	52	41	?4	4
О.Мороз	52	41	?4	4
П.Симоненко	67	26	?3	3
О.Ткаченко	69	13	13	5
Г.Удовенко	50	43	?3	3

* Для решти кандидатів кількість респондентів для аналізу виявилася недостатньою.

Рейтинги кандидатів на посаду президента: серпень–99

Дані наведено за результатами загальнонаціонального опитування, проведеного 16–24 серпня 1999 року Центром СОЦІС. Вибірка (2400 респондентів) презентує доросле населення України віком від 18 років за типом поселення, статтю, віком та рівнем освіти. Відмінності значущі на рівні 2.0%.

Якщо взяти до уваги розподіл голосів респондентів, котрі вже визначилися з вибором кандидата (а це 56% від усіх опитаних), результати на середину серпня були такими:

Л.Кучма	30.6%
Н.Вітренко	23.0%
П.Симоненко	19.9%
Є.Марчук	6.5%
О.Мороз	6.4%
О.Ткаченко	2.8%
Г.Удовенко	2.6%
Ю.Костенко	1.2%
В.Онопенко	0.5%
В.Олійник	0.2%
Інший	0.4%
Важко відповісти	4.6% ⁸
Проголосую проти всіх	1.4%

Таблиця 1

Регіональний склад електоратів кандидатів*, серпень 1999, %

Кандидат	Київ	Північний	Центральний	Північ.-Східний	Північ.-Західний	Півден.-Східний	Західний	Півден.-Західний	Південний	Крим	Східний	Всього
Н.Вітренко	2.6	15.3	15.6	17.6	18.8	14.7	12.3	12.0	16.2	11.0	14.0	100.0
Л.Кучма	7.1	10.4	8.8	14.9	5.6	11.5	15.0	9.1	9.6	5.2	13.0	100.0
Є.Марчук	4.6	14.6	9.2	13.4	9.2	9.2	39.1	6.9	5.8	4.6	3.5	100.0
О.Мороз	5.9	15.3	25.9	2.4	5.9	16.5	2.4	4.7	0.0	0.0	20.0	100.0
П.Симоненко	2.6	7.9	16.6	10.9	0.8	15.9	0.4	0.0	12.5	7.2	25.3	100.0
Важко відповісти	0.0	9.9	8.2	8.2	14.7	8.2	6.6	3.3	14.8	1.6	24.6	100.0
Проголосую проти всіх	0.0	22.2	0.0	5.6	5.6	5.6	16.7	11.1	0.0	11.1	22.2	100.0

* У таблиці наведені лише ті кандидати, електорат котрих дає змогу зробити статистично коректний аналіз.

Таблиця 2**Віковий склад електоратів кандидатів, серпень 1999, %**

Кандидати	До 25 років	26–40 років	41–54 роки	55 років і старші	ЗАГАЛОМ
Н.Вітренко	17.9	29.6	23.8	28.7	100.0
Ю.Костенко	43.8	18.8	6.3	31.3	100.0
Л.Кучма	14.5	31.9	22.6	31.1	100.0
Є.Марчук	18.4	34.5	24.1	23.0	100.0
О.Мороз	8.2	27.1	21.2	43.5	100.0
П.Симоненко	6.4	16.2	22.3	55.1	100.0
Важко відповісти	2.8	6.0	6.5	3.0	4.6
Проголосую проти всіх	22.2	44.4	16.7	16.7	100.0

Ірина Бекешикіна

Особливості орієнтацій електорату кандидатів на посаду президента України

Дані ґрунтуються на загальнонаціональному опитуванні громадської думки, здійсненому 17–25 серпня 1999 року Українським інститутом соціальних досліджень, Центром "Соціальний моніторинг" та Фондом "Демократичні ініціативи". Всього було опитано 2005 респондентів віком від 18 років в усіх областях України, АР Крим та м. Києві. Вибіркова сукупність територіально-поселенська, стратифікована, репрезентативна за основними соціально-демографічними ознаками. Стандартні відхилення становлять 1,3–2,2%.

На початку виборчої кампанії у складі електорату майже кожного з кандидатів фіксувалися потенційні виборці не лише з відмінними, а й з протилежними уявленнями щодо дій майбутнього президента (див. табл. 1). Проте, по-перше, однорідність електорату була різною у різних кандидатів; по-друге, вже на початку кампанії можна було говорити про те, що кожен кандидат мав в очах електорату доволі чітке політичне обличчя і відповідний склад виборців: різке переважання прихильників "соціалістичної справедливості" в електораті Симоненка, дещо менше — у Ткаченка і Мороза, ще менше — у Вітренко, а от серед електоратів Марчука, Кучми і особливо Удовенка явно переважали люди не-лівих поглядів (див. табл.1). Мороз взагалі сприймався як набагато "лівіший" кандидат, ніж Вітренко, серед прихильників якої виявилася майже однакова кількість тих, хто очікував ринкових і демократичних перетворень, і тих, хто сподівався на повернення до соціалістичного минулого.

Таблиця 1

Уявлення прихильників різних кандидатів про те, "Що має бути в першу чергу виявлено в позиції Президента України?", %

<i>Кандидати</i>	<i>Він має бути демократом і проводити ринкові реформи</i>	<i>Він має проводити політику соціальної справедливості</i>	<i>Погляди несуттєві, важливо, щоб він був сильною особистістю</i>	<i>Важко сказати</i>
Н.Вітренко	27	34	25	13
Л.Кучма	51	12	24	13
Є.Марчук	41	15	29	14
О.Мороз	24	44	22	10
П.Симоненко	29	52	25	14
О.Ткаченко	26	44	15	15
Г.Удовенко	63	13	23	20
Не визначилися	27	24	26	23

Щоб краще представити частку ліво- та правозорієнтованих виборців в електораті основних претендентів, розмістимо їх на "ліво-правій" шкалі з огляду на те, хто підтримує ринкові й демократичні перетворення (знак "плюс") і прагне політики соціальної справедливості (знак "мінус").

"Лівий" полюс _____ "Правий" полюс

Симоненко (-43%) Мороз (-20%) Ткаченко (-18%) Вітренко (-7%) Марчук (+26%) Кучма (+39%) Удовенко (+50%)

Другим індикативним показником, що зазвичай поділяє електорат, є ставлення до державної незалежності України та зовнішньополітичні орієнтації. Хоча в електораті кожного з кандидатів були виборці з протилежними орієнтаціями щодо приєднання України до союзу Росії та Білорусі, втім, відмінності електоратів стосовно цього досить очевидні: від цілковитої підтримки перспективи такого союзу у прихильників Симоненка і Ткаченка та переважно позитивного ставлення в електораті Мороза і Вітренко до переважно негативного ставлення в електораті Кучми та Марчука і цілковитого несприйняття симпатиками Удовенка (див. табл.2).

Таблиця 2

Відповіді прихильників різних кандидатів на питання “Чи варто Україні приєднатися до союзу Росії та Білорусі?”, %

Кандидати	Так	Ні	Важко сказати
Н.Вітренко	60	28	13
Л.Кучма	30	59	11
Є.Марчук	25	60	14
О.Мороз	59	31	10
П.Симоненко	92	76	72
О.Ткаченко	77	18	75
Г.Удовенко	10	90	70
Не визначилися	48	36	15

Якщо розташувати електорат кандидатів за шкалою “незалежники” – “про-союзники” з огляду на перевагу тут прихильників незалежного розвитку України (зі знаком “+”) або прибічників об’єднання з Росією та Білоруссю (переважання зі знаком “-“), матимемо таку картину:

“Просоюзники” _____ “Незалежники”

П.Симоненко (-84%) О.Ткаченко (-59%) Н.Вітренко (-32%) О.Мороз (-28%) Л.Кучма (+29%) Є.Марчук (+35%) Г.Удовенко (+80%)

Аналіз ідейних особливостей електорату яскраво свідчить, наскільки примарними є спроби “канівської четвірки” висунути єдину кандидатуру, адже їхні електорати зовсім різні: за ідейними орієнтаціями прихильники Марчука набагато ближчі до Кучми, ніж до Мороза, а симпатика Мороза, у разі його відсутності в списках, радше віддадуть голоси “соціально близькій” Вітренко, ніж “незалежнику” Марчуку.

Параметром, що поділяє “соціально близький” електорат, тобто подібний за своїми ідейними орієнтаціями, була оцінка людьми своєї життєвої ситуації: найбільше виражена готовність терпіти, ясна річ, в електораті діючого президента та Г.Удовенка, найменше — у кандидатів, яких підтримував чітко виражений лівий електорат — Симоненка і Ткаченка (див. табл.3).

Таблиця 3**Наявність в електораті кандидатів людей з різною життєвою ситуацією, %**

Кандидати	Все не так уже й погано і можна терпіти	Жити важко, але терпіти можна	Терпіти наше становище вже неможливо	Важко сказати
Н.Вітренко	5	29	60	6
Л.Кучма	8	52	37	3
Є.Марчук	10	39	48	3
О.Мороз	6	37	52	4
П.Симоненко	0	23	77	2
О.Ткаченко	5	18	72	5
Г.Удовенко	17	33	50	0
Ті, хто не визначився	9	31	53	7

ІМІДЖ КАНДИДАТІВ ОЧИМА ВИБОРЦІВ

Ольга Балакірєва, Михайло Міщенко, Олександр Яременко

Сприйняття виборцями особистісних якостей кандидатів на посаду Президента та мотивація голосування за них

Результати подані за даними загальнонаціонального дослідження електоральних орієнтацій громадян, здійсненого 17–25 серпня 1999 року Українським інститутом соціальних досліджень, Центром “Соціальний моніторинг” та Фондом “Демократичні ініціативи”. Всього опитано 2005 респондентів віком від 18 років в усіх областях України, АР Крим та м. Києві. Вибіркова сукупність територіально-поселенська, стратифікована, репрезентативна за основними соціально-демографічними ознаками. Стандарти відхилення при достовірних 95% становлять 1,3–2,2%. Рівень досяжності респондентів — 76%.

Характеризуючи якості, необхідні “ідеальному”, з точки зору респондентів, Президентів країни, вони найчастіше називають “чесність” (46%), “порядність” (24%), “справедливість” (18%), “турботу про інтереси народу” (15%), “розум” (13%), “вольові якості” (12%), “професіоналізм” (12%), “рішучість” (10%). Тобто, як бачимо, на першому місці стоять моральні якості, слідом за ними йдуть якості, що характеризують здатність Президента до ефективної діяльності.

На питання “Хто з кандидатів на президентську посаду найбільшою мірою відповідає уявленням респондентів про “ідеального” Президента”, відповіді були такі:

Н.Вітренко	32%	В.Онопенко	5%
Л.Кучма	28%	Ю.Костенко	4%
О.Мороз	28%	В.Олійник	3%
П.Симоненко	24%	В.Кононов	2%
Є.Марчук	20%	О.Ржавський	1%
О.Ткаченко	15%	М.Габер	0.4%
Г.Удовенко	10%	О.Базелюк	0.3%

Респондентів просили також назвати одну найважливішу рису, яка найповніше характеризує названого ними кандидата на президентську посаду (див. табл. 1). Серед респондентів, які “ідеальним” кандидатом назвали Н.Вітренко, найчастіше приписують їй “рішучість, сміливість”, “наполегливість, завзятість”, “справедливість” та “сильну волю”. Ті, хто називає ідеальним кандидатом Л.Кучму, зазвичай вказують, що він “досвідчений” та “врівноважений”. Прихильники П.Симоненка насамперед звертають увагу на його чесність, справедливість та порядність. На моральні якості своїх обранців вказують також прихильники О.Мороза, Г.Удовенка, О.Ткаченка та Є.Марчука (останньому, на думку респондентів, притаманні також вольові якості).

Загалом можна констатувати, що в сприйнятті особистісних якостей більшості опозиційних до діючого Президента кандидатів найчастіше домінують позитивні моральні характеристики. Лише у Н.Вітренко переважають вольові якості, а в О.Ткаченка — характеристика його як “господарника”.

Таблиця 1

Сприйняття респондентами особистісних рис кандидатів на президентську посаду, %*

Кандидати	Особистісні риси						
	Справедливість	Сильна воля	Енергійність	Розум	Чесність, правдивість	Досвідченість	Врівноваженість
Н.Вітренко	7	6	5	5			
Л.Кучма						11	5
Є.Марчук		6			5		
О.Мороз				5	9		
П.Симоненко	10	6			10		
О.Ткаченко		8		5	5		
Г.Удовенко				5	6	5	
	Порядність	Принциповість	Рішучість, сміливість	Наполегливість, завзятість	Прокомуністична орієнтація	Господар	Інтелектуал
Н.Вітренко			11	10			
Л.Кучма							
Є.Марчук	7	5	6				
О.Мороз	12						
П.Симоненко	9			6	8		
О.Ткаченко	7			6		15	
Г.Удовенко				6			8

* У таблиці наведені дані лише за тими політиками, котрих як "ідеального президента" називали не менше 10% опитаних, та за тими особистісними характеристиками, які назвали не менше 5% прихильників принаймні одного з кандидатів

Респонденти оцінювали також, якою мірою названі ними кандидати відповідають образу "ідеального" президента" за низкою характеристик (див. табл. 2). Оцінювання здійснювали за п'ятибальною шкалою; "1" означав, що претендент зовсім не відповідає "ідеалу" за цією характеристикою, "5" — цілком відповідає "ідеалу", інші значення шкали вважалися "проміжними". У табл. 2 наведені середні бали оцінок основних кандидатів за кожною оцінюваною рисою.

Серпневе опитування 1999 року довело, що Л.Кучма за наявністю цих якостей найменшою мірою відповідав образу "ідеального Президента" в очах своїх прихильників. Найнижче були оцінені його зовнішність, правильність мови, емоційність, стиль керівництва, воля та характер.

У Наталії Вітренко вольові якості здобули найвищу оцінку, вище за решту кандидатів оцінювався також рівень її емоційності.

За даними дослідження, в Є.Марчука, О.Мороза, О.Ткаченка та Г.Удовенка найбільшими були проблеми з емоційністю. Щодо останнього, то він найбільшою мірою

відповідав уявленням про “ідеального президента” за своїми інтелектуальними здібностями. Слід зазначити, що найчастіше інтелект усіх кандидатів оцінювався їхніми прихильниками вище за решту якостей.

Найменш критично до рис кандидата, якого вважають “ідеальним”, поставилися прихильники П.Симоненка. Таким чином, сприйняттю П.Симоненка та Н.Вітренко власним електоратом притаманні риси “харизми”.

Таблиця 2

Оцінки респондентами відповідності кандидатів образу “ідеального президента” за деякими характеристиками, середній бал

Якості	Кандидати						
	Н.Вітренко	Л.Кучма	Є.Марчук	О.Мороз	П.Симоненко	О.Ткаченко	Г.Удовенко
Зовнішність	4.3	3.5	4.2	4.3	4.2	4.1	3.8
Правильність мови	4.3	3.6	4.2	4.3	4.2	4.1	4.3
Інтелект	4.3	4.1	4.3	4.3	4.3	4.1	4.4
Емоційність	4.2	3.7	3.8	3.9	4.1	3.9	3.9
Воля	4.4	3.9	4.2	4.1	4.2	4.1	4.1
Характер	4.3	3.9	4.2	4.1	4.2	4.1	4.1
Поведінка	3.9	4.1	4.2	4.2	4.3	4.1	4.1
Стиль керівництва	3.9	3.7	4.0	4.1	4.3	4.1	4.1

Сприйняття особистісних якостей кандидатів їхнім електоратом зумовлювало мотивацію голосування за них. У табл. 3 наведені мотиви голосування за кандидатів на президентську посаду. Серед якостей кандидата, які найбільшою мірою вплинули на наміри респондентів підтримувати саме його, найчастіше називалися чесність, порядність, рішучість, сильна воля, здатність навести порядок у державі.

Ці риси, а також дуже активна критика існуючої влади домінували у мотивації голосування за Н.Вітренко. Лише 14% її електорату обґрунтовували підтримку лідера ПСПУ тим, що вона забезпечить відновлення соціалізму. 9% проголосують за неї внаслідок переконання, що вона не допустить до влади комуністів, 17% сподівалися, що вона сприятиме збереженню державної незалежності України, тоді як лише 13% очікували від неї сприяння входженню України до Союзу слов'янських держав. Ці дані підтверджують, що істотна частина її електорату дотримувалася поглядів, прямо протилежних поглядам самої Н.Вітренко.

Підтримка на виборах Л.Кучми вмотивована передусім наявністю у нього досвіду адміністративної діяльності та сподіваннями, що він сприятиме збереженню державної незалежності України.

Таблиця 4

Мотивація голосування за кандидатів на президентську посаду. Розподіл відповідей респондентів на питання “Які риси кандидата, за якого Ви маєте намір проголосувати, вплинули на Ваш вибір? (респондент міг вибрати до 5 варіантів відповідей, тому їх сума перевищує 100%)*

Мотиви голосування	Серед тих, хто вказав, за кого голосуватиме у першому турі виборів N = 1260	Серед тих, хто вказав, що у першому турі виборів голосуватиме за:						
		Н. Віт-ренко N=313	Л. Кучму N=351	Є. Мачука N=106	О. Мороз N=172	П. Симоненко N=216	О. Ткаченко N=40	Г. Удовенко N=27
Він (вона) чесна, порядна людина	58	62	37	52	82	62	68	84
Він (вона) забезпечить відновлення соціалізму в нашій країні	16	14	4	6	18	46	18	0
Він (вона) не допустить повернення до влади комуністів	14	9	28	22	4	0	8	37
Він (вона) сприятиме збереженню державної незалежності України	26	17	46	39	16	4	26	70
Він (вона) забезпечить входження України до оновленого Союзу слов'янських держав	15	13	7	3	15	37	27	4
Він (вона) найбільш активно критикує теперішню владу	19	42	5	15	10	20	11	9
Він (вона) рішуча, вольова людина	45	66	22	60	48	43	30	31
Він (вона) спокійна, врівноважена людина	26	10	31	37	53	14	32	39
Він (вона) має достатній досвід державної діяльності	31	10	58	35	35	15	25	36
Мені імпонує його (її) вміння поводитися	23	29	15	28	38	12	20	28
Він (вона) нічим не скомпрометував(ла) себе в минулому	18	24	12	23	19	15	23	19
Я вважаю цього кандидата здатним навести порядок у країні	43	49	28	48	39	60	48	38
Важко відповісти	2	1	4	1	1	3	0	0

* У таблиці наведені дані лише за тими кандидатами, за яких мали намір проголосувати не менш ніж 1% респондентів.

Що переможе — досвід чи особисті якості?

Мотиви, на підставі яких люди віддають перевагу тому чи тому кандидатові на президентську посаду, були досить різними. З метою виявлення чинників електорального вибору Фонд “Демократичні ініціативи” разом зі службою СОЦІС 8–16 липня провів опитування населення України. Всього було опитано 1200 осіб, які за своїми соціально-демографічними характеристиками представляли доросле населення України.

Ієрархія чинників, які стимулювали вибір кандидата, наведена в табл. 1. Привертає увагу особливий прагматизм (чи скепсис?) молодих респондентів, серед яких мотив “найменшого зла” виявився на першому місці.

Таблиця 1

Мотиви вибору певного кандидата, %*

Основні мотиви вибору	Загалом (відповіли 45% опитаних)	18–29 років	30–54 роки	55 років і старші
Подобається програма	32	32	33	32
Подобаються особисті якості	30	25	33	27
Виражає інтереси таких людей, як я	40	39	34	49
Вважають, що серед усіх кандидатів він є “найменшим злом”	30	42	34	21
Належить до партії, яку я підтримую	12	5	14	13
Порадили люди, котрим я довіряю	7	4	4	11
Не можу сказати чому, вирішив інтуїтивно	9	11	9	8

* Сума відповідей перевищує 100%, оскільки можна було обирати дві основні причини.

Як бачимо, особисті якості є одним із вирішальних чинників у виборі електорату, що відіграє принаймні таку саму роль, як і програми кандидатів. Ця обставина пояснює, зокрема, той факт, що в електораті більшості кандидатів представлені люди різних, подеколи навіть протилежних поглядів.

У цьому ж опитуванні було виявлено, які саме якості є найвагомішими для електорату (див. табл. 2).

Таблиця 2

Які особисті якості Ви вважаєте найважливішими для Президента України?*
(відповіли 100% опитаних)

Необхідні якості	% тих, хто відповів
Готовність захищати інтереси простих людей	53
Чесність, порядність, некорумпованість	50
Досвід господарської діяльності	29
Відповідальність, вірність своєму слову	29

Досвід політичної діяльності	24
Прагнення навести порядок будь-якими методами	20
Інтелектуальні якості, кваліфікованість, культура	15
Чітка, послідовна політична лінія	13
Вольові якості, сила, мужність	12
Державницька позиція	12
Активність, енергійність	9
Вміння чітко висловлювати свої думки	4
Простота	4
Оптимізм, віра у краще	4
Моральність у приватному житті	2
Особиста привабливість	1
Інше	1

* Сума відповідей більше 100%, оскільки можна було називати три основні якості.

В опитуванні, проведеному Фондом “Демократичні ініціативи” разом з Центром “Соціальний моніторинг” у середині серпня, ми намагалися з’ясувати, кому з кандидатів, на думку населення, найбільш притаманні ці якості. Отримані результати значною мірою пояснюють, чому саме у лідери президентських перегонів вийшли Л.Кучма і Н.Вітренко: саме вони є лідерами громадської думки з усіх перерахованих якостей (див. гістограми 1–12).

Причому якщо Кучма передував за якостями, що стосуються управлінського досвіду — політичного і господарського, державницької позиції та послідовної політичної лінії, то Вітренко вийшла вперед за рештою якостей, а її інтелектуальні здібності розцінювалися на одному рівні з Морозом та Кучмою.

Отже, можна стверджувати, що в розіграваній сценарій боротьби на виборах лівого і не-лівого кандидата владно втрутилося інше протистояння: досвідчений управлінець — яскрава, “харизматична” особистість.

Образи інших кандидатів теж простежуються, але менш виразно. Так, Мороза громадська думка наділяла насамперед інтелектуальними і моральними якостями, особистою привабливістю, Марчука — вольовими, а у Симоненкові бачили передусім “захисника інтересів людей”. Проте зазначимо, що вираженість цих якостей в іміджі Вітренко також була істотно вищою.

Отримані результати зайвий раз підтвердили, що тиражовані у засобах масової інформації іміджі кандидатів іноді знаходять втілення у масовій свідомості, а іноді — ні. Так, Ткаченко справді сприймався як “господарник” (хоча й у цьому Кучма оцінювався вище). А от на “сильну руку” в масовому сприйманні “тягнув” радше не колишній генерал Марчук, а “приваблива” Вітренко, адже в її образі, порівняно з Марчуком, виявилися

удвічі більш вираженішими вольові якості та мужність й у чотири рази — приписуване їй прагнення “навести порядок будь-якими методами”.

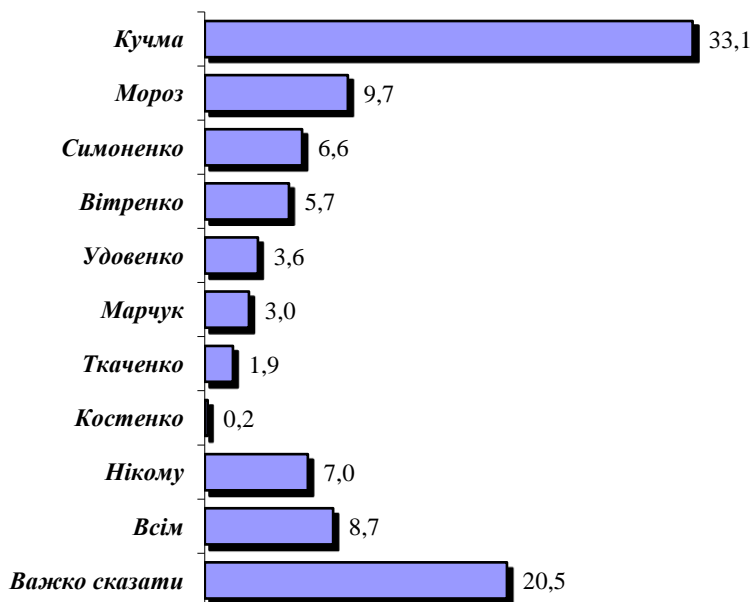
Втім, звернемо особливу увагу на те, що для найважливіших якостей, потрібних Президентів, громадська думка взагалі не знайшла “носія”. Так, скажімо, “готовності захищати інтереси людей” не вгледіли серед кандидатів 49% опитаних; “чесності, порядності, некорумпованості” — 60%, “відповідальності, вірності своєму слову” — 65%.

Наостанок зазначимо, що ці результати датовані кінцем серпня, коли в дію ще не вступив головний “іміджмейкер” — телебачення. Тому зміни у сприйнятті кандидатів ще були цілком можливі. Тим паче, що затребувані народом якості “відповідальних”, здатних “захистити інтереси народу”, “чесних, порядних і некорумпованих” залишаються вакантними...

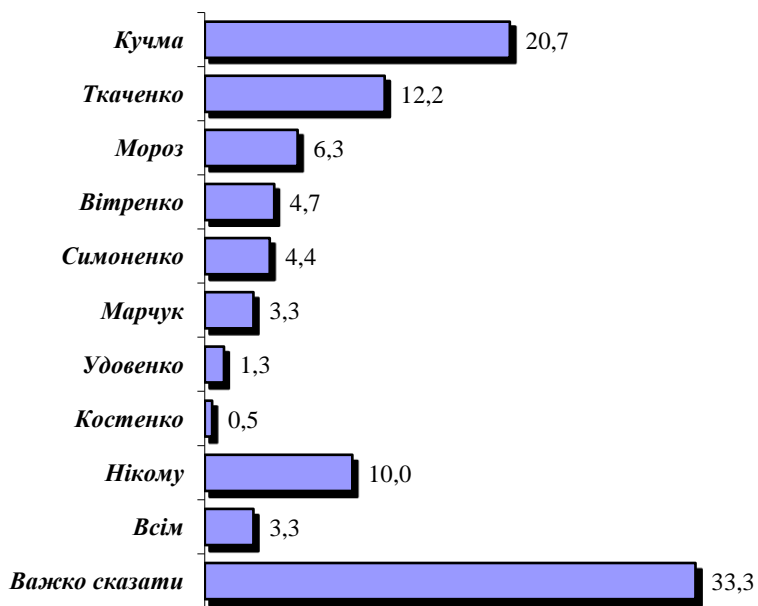
Кому з кандидатів найбільш притаманні наведені якості? (% , давалася лише одна відповідь)

Гістограма 1

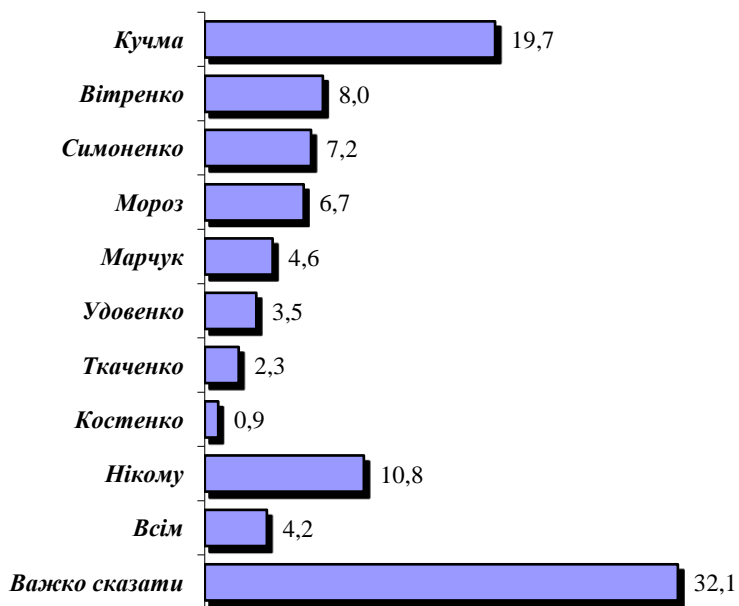
Досвід політичної діяльності



Гістограма 2
Досвід господарчої діяльності



Гістограма 2
Державницька позиція



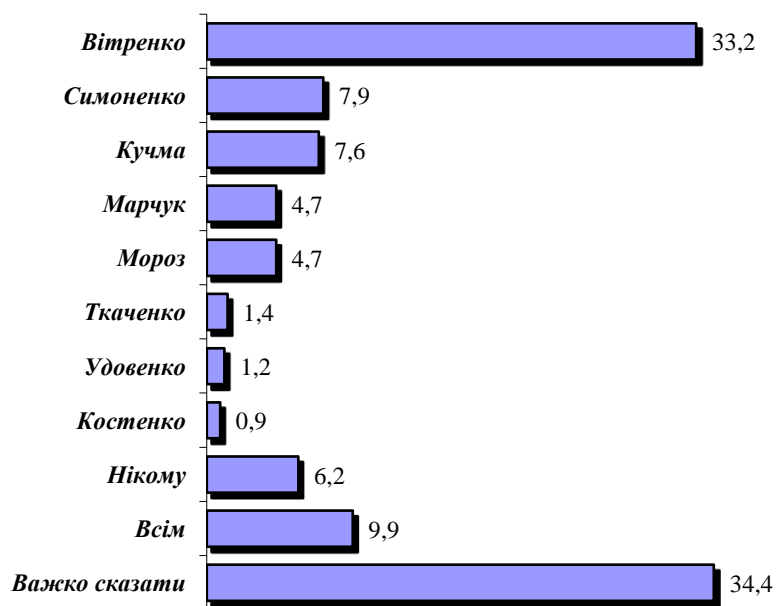
Гістограма 3

Чітка, послідовна політична лінія



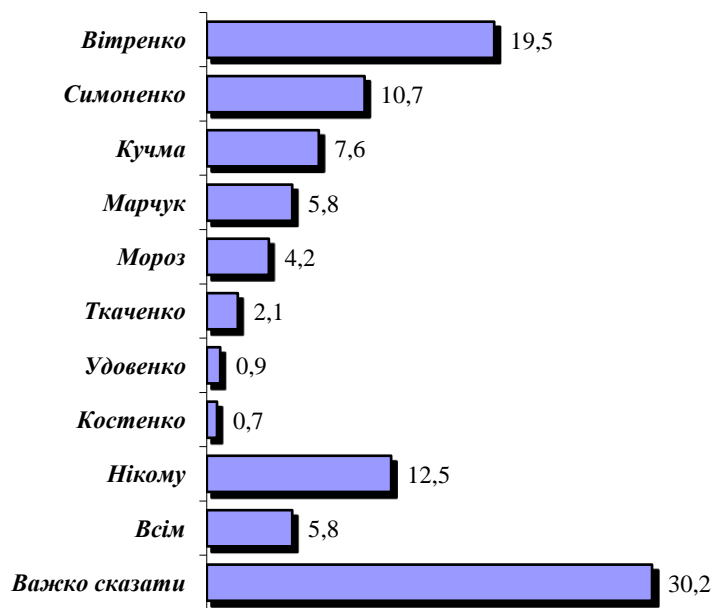
Гістограма 4

Активність, енергійність



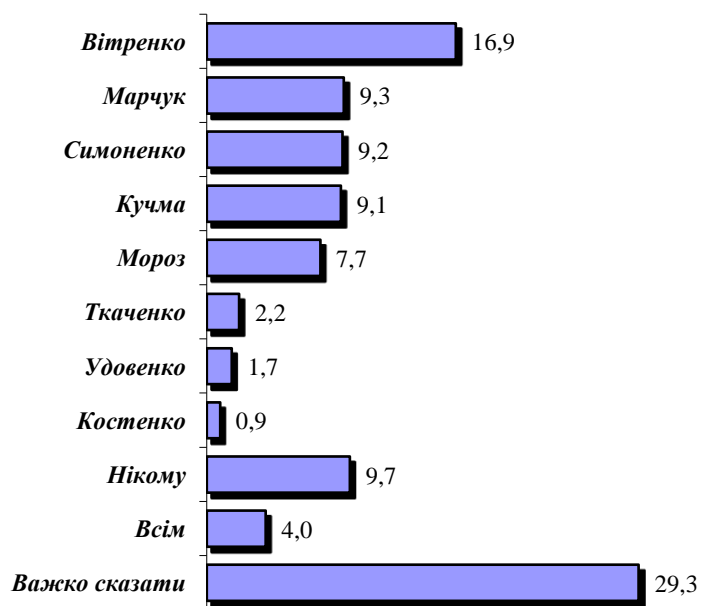
Гістограма 5

Прагнення навести порядок будь-якими методами



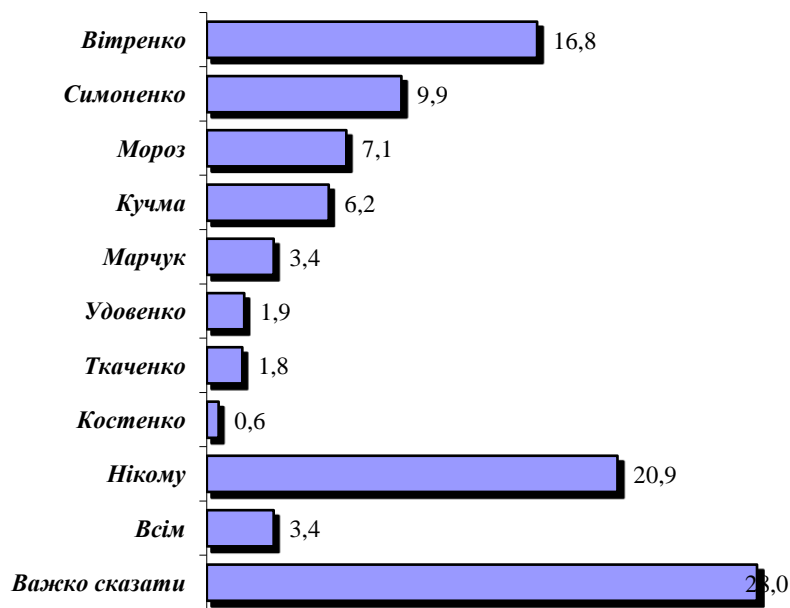
Гістограма 6

Вольові якості, мужність



Гістограма 7

Готовність захищати інтереси простих людей



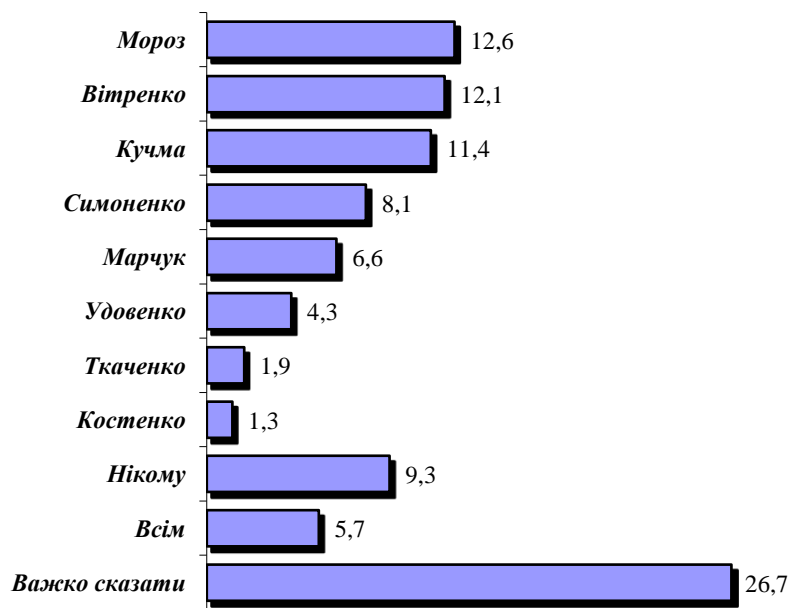
Гістограма 8

Особиста привабливість



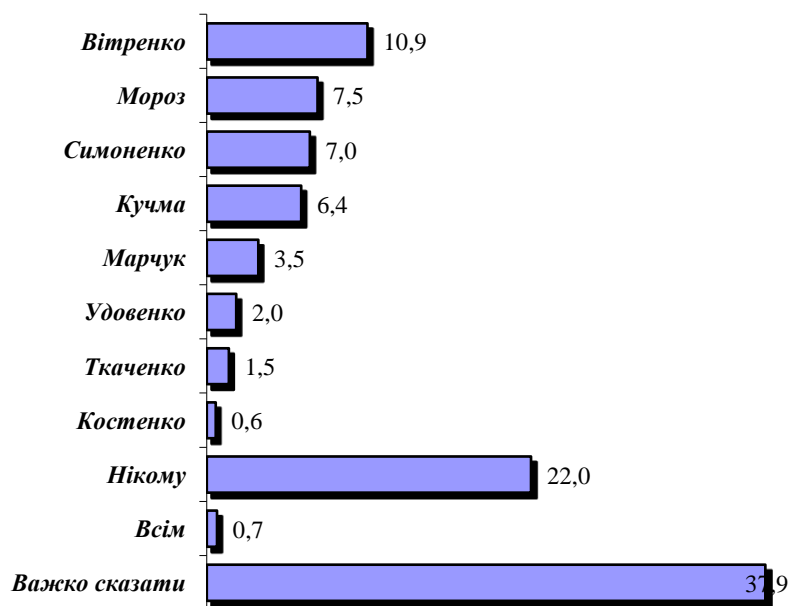
Гістограма 9

Інтелектуальні якості, кваліфікованість, культура



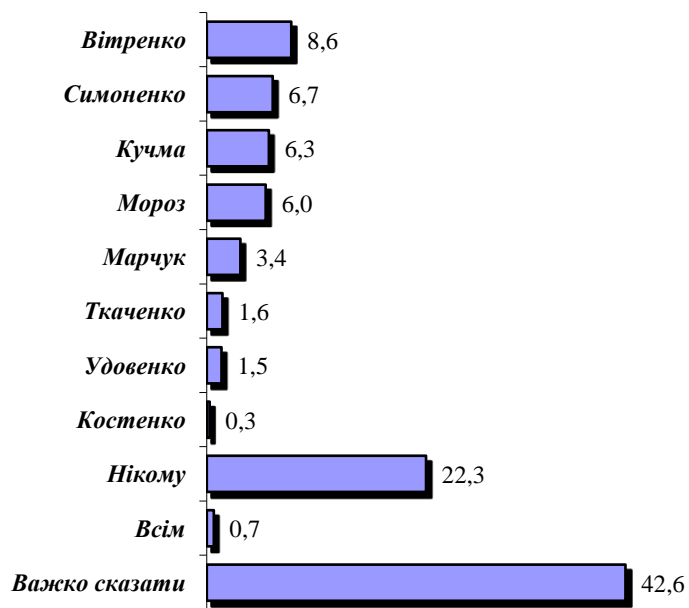
Гістограма 10

Чесність, порядність, некорумпованість



Гістограма 11

Відповідальність, вірність своєму народу



Олександр Стегній

Соціально-політичні портрети головних претендентів

Опитування проводилось Центром соціальних і маркетингових досліджень СОЦІС в усіх регіонах України 16–24 серпня 1999 року. Вибіркову сукупність становили 2400 респондентів, які за своєю соціально-демографічною характеристикою (вік, стать, рівень освіти та тип поселення) репрезентують доросле населення країни. Метод збору емпіричної соціологічної інформації -- стандартизоване інтерв'ю за місцем постійного проживання респондентів.

Щоб уявити соціально-політичні портрети претендентів на посаду Президента України, респондентам пропонували перелік позитивних особистісних якостей та рис характеру. Для зручності аналізу всі вказані ознаки залежно від отриманих результатів були поділені на окремі групи (кластери). Всього було виокремлено 8–9 груп. Кожну групу становили ознаки, які відрізняються між собою не більше, ніж на 5 відсотків.

На противагу лівим кандидатам, учасники опитування характеризують діючого Президента **Леоніда Кучму** передусім як прихильника економічних реформ та демократії в Україні (перші дві позиції). Значна частина опитаних вважає, що діючому Президентові притаманна підтримка демократії в Україні та якості справжнього політичного лідера і керівника держави (політична гнучкість, здатність до компромісів, організаторські здібності, наявність команди однодумців). Для іміджу Л.Кучми важливим є те, що більш як половина респондентів вказали на зміцнення нинішнім Президентом української нації і держави та відзначили його оптимізм.

З іншого боку, на думку учасників дослідження, в діяльності Л.Кучми малопомітними були практичні кроки в боротьбі з корупцією, турбота про інтереси всього народу, а відтак він особисто викликає довіру і відчуття надійності у менш ніж третини респондентів.

Характерними рисами соціально-політичного портрету **Наталії Вітренко** є насамперед активність, рішучість (перша група), а також впевненість і оптимізм (друга група). Менш притаманні для неї, з точки зору опитаних, такі риси, як прогресивність, патріотизм, підтримка демократії в Україні та зміцнення української нації і держави. Варто зауважити, що подібними якостями Н.Вітренко наділяють в першу чергу ті респонденти, котрі поділяють погляди лівих політичних партій.

Серед перелічених позитивних рис і якостей, притаманних Н.Вітренко, учасники опитування найменше згадували політичну гнучкість, доброту, здатність до компромісів. Тобто для громадської думки постать цього кандидата була уособленням харизматичного та імпульсивного політика, рішучого у своїх намаганнях, але водночас і малоздатного до компромісів, навіть у тих ситуаціях, коли ці кроки є необхідними.

Говорячи про риси та якості **Олександра Мороза**, громадська думка, порівняно з іншими кандидатами, наділяла його такою рисою, як інтелігентність, водночас виокремлюючи привабливу зовнішність з-поміж інших чоловіків-претендентів.

З точки зору переважної більшості опитаних до позитиву **Петра Симоценка** передовсім можна віднести наявність сильної команди однодумців, що безумовно асоціюється в масовій політичній свідомості населення України з найчисельнішою і розгалуженою системою низових організацій комуністичної партії. Цілком логічним видається те, що найменш притаманною для П.Симоненка була підтримка ринкової економіки.

Для ефективного ведення передвиборчої кампанії слід зважати на існування в масовій політичній свідомості громадян України певного узагальненого іміджу (портрету) кандидатів на посаду глави держави. Зокрема, громадська думка наділяє всіх кандидатів насамперед освіченістю (перша позиція), а також багатим життєвим досвідом, і навпаки, з

точки зору учасників опитування, найменшою мірою притаманна вказаним персоналіям така риса, як безхитрісність (остання позиція).

Між названими полюсами найбільш і найменш характерних ознак наше дослідження виявило також групу рис, які середньою мірою притаманні всім кандидатам. Сюди можна віднести високу професійність, патріотизм і зміцнення української нації та держави.

Доречно припустити, що населення України по-різному, залежно від власних зовнішньополітичних орієнтацій, розуміє патріотизм і зміцнення державності. Передусім ідеться про перспективу розвитку україно-російських відносин та можливості відновлення (реанімації) СРСР. Прихильники лівих кандидатів, вказуючи на патріотизм та зміцнення державності, вбачають у цьому першою чергою інтеграцію з Росією і можливість входження України до оновленої союзної держави, за що так наполегливо виступають зазначені претенденти. Своєю чергою, прихильники зовнішньополітичного курсу діючого Президента ототожнюють його патріотизм саме з національною незалежністю і державним суверенітетом нашої країни.

Окремо слід зауважити, що громадська думка відзначила недостатню притаманність всім кандидатам, крім Н.Вітренко, таких першочергових для успішної передвиборчої боротьби якостей як чесність, здатність викликати довіру й турбуватися про інтереси всього народу (див. табл. 1–4).

Таблиця 1

Соціально-політичний портрет Леоніда Кучми

<i>Риси та якості</i>	<i>Номер групи</i>	<i>Рівень притаманності (у % до тих, хто дав відповідь)</i>
Освіченість, підтримка економічних реформ, багатий життєвий досвід	1	78–82
Мироловність, підтримка демократії в Україні	2	69–73
Організаторські здібності, здатність до компромісів в складних політичних ситуаціях, політична гнучкість, інтелігентність, оптимізм, сильна команда однодумців, зміцнення української нації/держави	3	59–63
Висока професійність, впевненість, патріотизм, доброта	4	52–54
Активність, яскрава особистість, прогресивність, мудрість	5	44–48
Вміння оперативно приймати правильні рішення, порядність, відповідальність	6	37–42
Зовнішня привабливість, боротьба з корупцією, викликає довіру, надійність, турбота про інтереси всього народу	7	27–32
Чесність, відкритість, безхитрісність	8	20–25

Таблиця 2**Соціально-політичний портрет Наталії Вітренко**

<i>Риси та якості</i>	<i>Номер групи</i>	<i>Рівень підтримки (у % до тих, хто дав відповідь)</i>
Активність, освіченість, рішучість	1	84–87
Впевненість, оптимізм	2	78–79
Яскрава особистість, організаторські здібності, приваблива зовнішність	3	67–72
Прогресивність, підтримка демократії в Україні, привабливість, інтелігентність, патріотизм, багатий життєвий досвід, зміцнення української нації/держави	4	58–63
Висока професійність, вміння оперативно приймати правильні рішення, боротьба з корупцією, порядність, відповідальність, підтримка ринкової економіки, миролюбність	5	52–56
Має сильну команду, відкритість, мудрість, викликає довіру, турбота про інтереси всього народу, чесність	6	44–49
Доброта, надійність, здатність до компромісів у складних політичних ситуаціях, політична гнучкість	7	38–41
Безхитрісність	8	30

Таблиця 3**Соціально-політичний портрет Олександра Мороза**

<i>Риси та якості</i>	<i>Номер групи</i>	<i>Рівень притаманності (у % до тих, хто дав відповідь)</i>
Освіченість	1	85
Багатий життєвий досвід, інтелігентність	2	72–76
Миролюбність, оптимізм, приваблива зовнішність	3	61–65
Висока професійність, активність, впевненість, підтримка демократії в Україні	4	55–60
Здатність до компромісів, політична гнучкість, привабливість, рішучість, доброта, мудрість, патріотизм, зміцнення української нації/держави, яскрава особистість	5	50–53
Порядність, відповідальність, сильна команда однодумців	6	45–49
Вміння оперативно приймати правильні рішення, прогресивність	7	41–43
Боротьба з корупцією, надійність, чесність, відкритість, викликає довіру, турбота про інтереси всього народу	8	27–32
Безхитрісність	9	20

Таблиця 4
Соціально-політичний портрет Петра Симоненка

<i>Риси та якості</i>	<i>Номер групи</i>	<i>Рівень притаманності (у % до тих, хто дав відповідь)</i>
Освіченість	1	80
Багатий життєвий досвід, активність, оптимізм, впевненість, організаторські здібності	2	64–68
Інтелігентність, рішучість, сильна команда однодумців	3	58–61
Висока професійність, миролюбність, приваблива зовнішність, яскрава особистість, патріотизм, зміцнення української нації/держави	4	47–52
Здатність до компромісів, порядність, відповідальність, привабливість, доброта, мудрість, підтримка демократії в Україні	5	39–44
Вміння оперативно приймати правильні рішення, боротьба з корупцією, політична гнучкість, прогресивність, чесність, турбота про інтереси всього народу	6	33–38
Відкритість, надійність, викликає довіру	7	28–30
Підтримка ринкової економіки, безхитрісність	8	23–24

МОЛОДЬ І ВИБОРИ

Ольга Балакірєва, Олександр Яременко

Електоральні орієнтації молодих виборців

Дані наведено за результатами опитування населення України, проведеного 3-13 вересня 1999 року Українським інститутом соціальних досліджень та Центром “Соціальний моніторинг”. Опитування проводилося в усіх адміністративно-територіальних одиницях України: 24 областях, АР Крим, м. Києві та м. Севастополі. Всього опитано 3203 респонденти віком від 18 років і старших (у тому числі 753 віком до 28 років). Вибіркова сукупність репрезентативна за основними соціально-демографічними ознаками. Стандартні відхилення становлять 1.1–1.8%.

На першу декаду вересня висловили впевненість у тому, що вони візьмуть участь у виборах, 53% молодих громадян, ще 19% відповіли, що радше братимуть участь у голосуванні, 8% ще не визначилися. Наміри щодо участі у виборах у молоді є нижчими, ніж у старших вікових групах: серед тих, кому більше 28 років, впевнені, що прийдуть на вибори, 66%. Частіше впевнена в участі у виборах молодь Західного, Північного, Центрального, Східного регіонів та Києва, тоді як у південних областях та в АР Крим таких лише 34% (див. табл. 1).

Таблиця 1

Наміри щодо участі молоді різних регіонів у виборах (у %)

Регіон ¹	Впевнені, що братимуть участь	Радше братимуть участь	Радше не братимуть участі	Впевнені, що не братимуть участі	Ще не вирішили
Захід	61	18	11	6	5
Центр	55	13	10	9	14
Північ	56	18	15	4	8
Схід	54	21	12	8	6
Південь	34	24	13	18	12
Крим	34	28	15	19	4
Київ	58	17	12	4	9

Дещо частіше висловлюють впевненість щодо участі у виборах дівчата та молоді жінки (56%), ніж чоловіки (50%), тоді як у старших вікових групах істотних відмінностей у намірах прийти до виборчих урн між чоловіками та жінками не спостерігається. Помітно рідше таку впевненість висловлюють молоді люди з неповною середньою освітою (41%), мешканці міст з населенням понад мільйон чоловік (43%).

Досить істотними є відмінності між українцями та росіянами: впевнені, що прийдуть на виборчі дільниці, 57% молодих українців і лише 36% молодих росіян, тоді як між українцями та росіянами старших вікових груп у цьому відношенні немає відмінностей.

Скрутне матеріальне становище негативно позначається на намірах щодо участі у виборах: серед молодих людей, котрі, за власним визнанням, “ледве зводять кінці з кінцями”, 50% впевнені, що прийдуть на виборчі дільниці; серед тих, кому “загалом на життя вистачає”, — 57%. У старших вікових групах матеріальне становище не впливає на

¹ До Західного регіону належать Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Чернівецька, Закарпатська, Волинська та Рівненська області, до Північного — Київська, Чернігівська, Сумська, Житомирська, до Східного — Харківська, Луганська, Донецька, Запорізька, Дніпропетровська, до Центрального — Вінницька, Хмельницька, Черкаська, Кіровоградська, Полтавська, до Південного — Одеська, Херсонська, Миколаївська, в окремих регіонах виділено АР Крим та Київ.

наміри щодо голосування.

Стосовно намірів голосування за кандидатів на президентську посаду у першому турі виборів, найістотніші відмінності між молоддю й представниками інших вікових груп спостерігаються щодо рівня підтримки П.Симоненка — за нього готові проголосувати лише 5% молодих людей, що вдвічі менше, ніж серед представників інших вікових груп. Майже на 3% менше бажаючих голосувати за О.Мороза, на 1,5% — за Л.Кучму та Є.Марчука. Тобто підтримка молоддю основних претендентів на президентську посаду, як правило, нижча, ніж серед інших вікових груп. Лише підтримка Н.Вітренко приблизно на такому самому рівні, що й у респондентів віком понад 28 років. Серед молоді вищою є частка тих, хто ще не визначився, за кого голосуватиме (див. табл. 2).

Отже, можна констатувати, що **найрезультативнішою може бути виборча кампанія, орієнтована на молодіжний електорат, оскільки серед молоді більшою є частка тих, хто досі не вирішив, за кого віддасть свій голос.**

Таблиця 2

Наміри щодо голосування у першому турі виборів Президента України, %

	<i>Молодь віком від 18 до 28 років</i>	<i>Респонденти віком понад 28 років</i>	<i>Загалом по масиву</i>
Леонід Кучма	17.3	18.8	18.5
Наталія Вітренко	11.7	12.1	12.0
Петро Симоненко	4.7	10.0	8.8
Олександр Мороз	3.5	6.3	5.6
Євген Марчук	2.4	4.0	3.6
Геннадій Удовенко	1.9	1.4	1.5
Олександр Ткаченко	0.7	1.5	1.3
Юрій Костенко	0.6	0.6	0.6
Володимир Олійник	0.3	0.2	0.2
Василь Онопенко	0.3	0.1	0.2
Олександр Базелюк	0.0	0.1	0.1
Микола Габер	0.0	0.1	0.1
Юрій Кармазін	0.2	0.1	0.1
Віталій Кононов	0.4	0.0	0.1
Олександр Ржавський	0.2	0.0	0.0
<i>Проголосував би проти всіх</i>	<i>2.3</i>	<i>2.2</i>	<i>2.2</i>
<i>Не став би брати участі у голосуванні</i>	<i>20.5</i>	<i>14.8</i>	<i>16.1</i>
<i>Ще не визначився</i>	<i>33.2</i>	<i>27.7</i>	<i>29.0</i>

Підтримати на виборах Л.Кучму найчастіше готові молоді виборці Західного регіону (24%), Києва (22%) та Криму (21%), найменше — Південного регіону (11%). Наталію Вітренко — найчастіше у Південному (18%) та Центральному (18%) регіонах, тоді як за Заході — 7%, а в Криму лише 2%. П.Симоненко найбільше голосів молодих виборців може дістати в Криму (9%), найменше — у Києві (1%) та в Західному регіоні (0,4%).

Молодь у президентських виборах—1999

Матеріал підготовлений за результатами національних опитувань, проведених Центром СОЦІС в усіх регіонах України впродовж серпня—вересня 1999 року. Вибіркова сукупність за соціально-демографічними характеристиками (вік, стать, рівень освіти та тип поселення) є репрезентативною для дорослого населення країни. Метод збирання емпіричної соціологічної інформації — стандартизоване інтерв'ю за місцем постійного проживання респондентів. Всього було опитано 1200 респондентів. Молоддю вважали респондентів віком до 35 років (усього 410 осіб).

Участь молоді в майбутніх виборах Президента становила інтерес насамперед з двох головних причин: наскільки молоде покоління буде активним на цих виборах порівняно з виборцями старшої генерації і кому віддасть свої голоси.

Отримані дані свідчать, що на початок вересня готовність молоді взяти участь у виборах істотно не відрізнялася від інших вікових груп. На рівень електоральних намірів молоді суттєво не впливав тип населеного пункту, тоді як зафіксовано певну розбіжність результатів залежно від регіону проживання учасників опитування. Зокрема, найвищий рівень участі у виборах очікується серед молоді Північно-Західного, Західного та Центрального регіонів, тоді як найнижчий — серед молоді Південного, Південно-Західного і частково Східного регіонів.

Про віковий склад електоратів основних кандидатів на період вересня свідчать дані, наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Віковий склад електорату різних кандидатів (у %)

Електоральний вибір	до 25 років	26–35 років	36–49 років	50 років і старші	Загалом
Н.Вітренко	11	13	32	44	100
Л.Кучма	20	19	26	35	100
Є.Марчук	11	21	32	36	100
О.Мороз	19	19	24	38	100
П.Симоненко	11	6	22	62	100
Проголосують проти всіх	6	19	37	38	100
Не підуть на вибори	25	23	21	31	100
Важко відповісти	19	20	29	33	100

Як бачимо, найбільшою мірою молодь присутня в електораті діючого Президента і лідера соціалістів О.Мороза, і навпаки, мінімально — у лідера комуністів П.Симоненка. Але остаточні корективи мала внести позиція тих молодих виборців, які ще не визначилися. Регіональний поділ відповідей засвідчив, що найбільше молодь підтримує діючого Президента в Північно-Західному регіоні, а найменше — у Східному та Північно-Східному регіонах. Що ж до персоналії О.Мороза, то його прихильники найчастіше трапляються серед молоді Північно-Східного регіону, а найменше — серед молоді Києва і Західного регіону.

На рішення голосувати за певного кандидата впливатимуть не так політичні орієнтації виборців та їхня обізнаність з передвиборчих програм кандидатів, як симпатії до кандидата як людини та рівень довіри до нього як політика (див. табл. 2–3). Як і в попередньому разі, дані наводяться лише щодо лідируючих у передвиборчих перегонах на посаду Президента України кандидатів.

Таблиця 2**Віковий розподіл відповідей на питання “Кому з кандидатів Ви найбільше симпатизуєте як людині?” в електораті різних кандидатів, %**

<i>Кандидати</i>	<i>до 25 років</i>	<i>26–35 років</i>	<i>36–49 років</i>	<i>50 років і старші</i>	<i>Загалом</i>
Н.Вітренко	13	14	34	39	100
Л.Кучма	20	19	28	33	100
Є.Марчук	14	22	24	41	100
О.Мороз	20	21	25	34	100
П.Симоненко	12	7	19	62	100
<i>Важко відповісти</i>	<i>20</i>	<i>20</i>	<i>25</i>	<i>35</i>	<i>100</i>

Таблиця 3**Віковий розподіл відповідей на питання “Кому з кандидатів Ви найбільше довіряєте як політику?” в електораті різних кандидатів, %**

<i>Кандидати</i>	<i>до 25 років</i>	<i>26–35 років</i>	<i>36–49 років</i>	<i>50 років і старші</i>	<i>Загалом</i>
Н.Вітренко	11	16	27	46	100
Л.Кучма	23	19	24	34	100
Є.Марчук	9	22	37	33	100
О.Мороз	18	25	27	31	100
П.Симоненко	11	6	21	62	100
<i>Важко відповісти</i>	<i>19</i>	<i>18</i>	<i>29</i>	<i>34</i>	<i>100</i>

Наведені дані доводять, що саме достатній рівень симпатії до кандидата як людини та довіри до нього як політика істотним чином впливають на рейтинг претендентів на посаду глави країни. В електоральному виборі молоді передували діючий Президент та О.Мороз.

Чинники формування електоральних орієнтацій молоді

Дані наведено за результатами двох опитувань населення України, проведених у вересні 1999 року Українським інститутом соціальних досліджень та Центром “Соціальний моніторинг”. Опитування проводилися в усіх адміністративно-територіальних одиницях України: 24 областях, АР Крим, м. Києві та м. Севастополі. 3–13 вересня опитано 3203 респонденти віком від 18 років і старших (у тому числі 753 віком до 28 років) та з 17 по 24 вересня 3051 респондент віком від 18 років і старших (у тому числі 710 віком до 28 років). Вибіркова сукупність репрезентативна за основними соціально-демографічними ознаками.

Про чинники формування електоральних орієнтацій молоді значною мірою можна судити з того, як наміри проголосувати за певного кандидата пов’язані з політичними та світоглядними орієнтаціями молодих людей (див. табл. 1).

Таблиця 1

Рівень підтримки респондентами різних шляхів розвитку України, %

Пропоновані заходи	Так (радіше так)			Ні (радіше ні)			Важко відповісти		
	Молод віком 18– 28 років	Респон- дент и віком пона д 28 років	По маси ву	Молод віком 18– 28 років	Респон- дент и віком пона д 28 років	По маси ву	Молод віком 18– 28 років	Респон- дент и віком пона д 28 років	По маси ву
Щоб держава встановлювала рівень доходів громадян залежно від рівня їх кваліфікації та умов праці	7 3	7 9	7 7	9	6	7	1 8	1 6	1 6
Зміцнення незалежності України	5 8	5 6	5 6	1 9	2 2	2 1	2 3	2 2	2 2
Обмеження американської масової культури в Україні	3 7	5 6	5 1	4 2	2 4	2 8	2 1	2 0	2 0
Побудова ринкової економіки	5 9	4 2	4 6	1 2	2 4	3 1	2 9	3 3	2 7
Об’єднання України та Росії в єдину державу	3 7	4 8	4 6	4 2	3 5	3 6	2 1	1 7	1 8
Повернення до централізованої економіки	2 8	4 6	4 2	3 9	2 9	3 1	3 2	2 5	2 7
Повернення суспільства до доперобудовчого стану	2 4	4 4	4 0	5 0	3 6	4 0	2 6	1 9	2 1
Побудова суспільства на соціалістичних засадах	1 9	4 4	3 9	4 2	2 6	3 0	3 9	3 0	3 2
Щоб багатії були покарані	2 0	3 9	3 4	4 4	2 9	3 2	3 6	3 4	3 4

Щоб представників деяких національностей не допускали в Україну	7	2	2	2	3	5	2	5	2	2	2
Обмеження російської масової культури в Україні	1	2	4	2	4	5	9	5	5	6	2
Згортання відносин із Заходом	0	1	1	1	1	7	2	5	8	6	1
											2
											3

З табл. 1 ми бачимо, що рівень підтримки молоддю ідей, які полягають у відновленні доперебудовного устрою, помітно нижчий, ніж представниками старших вікових груп. Це зумовлює нижчу підтримку молоддю політиків лівої орієнтації. Разом з тим, попри більш високу підтримку ними ринкових перетворень, наміри голосувати за кандидатів, котрі декларують програмні принципи ринкового реформування, серед молоді не вищий, ніж серед представників старших вікових груп. На мою думку, це є свідченням зневіри значної частини молоді в тому, що ці політики здатні реалізувати декларовані ними ідеї.

З іншого боку, підтримка ринкових реформ властива значній частині навіть тих молодих людей, які мають намір голосувати за лівих політиків. Так, з-поміж молодих виборців, хто має намір голосувати за П.Симоненка, 30% вказали, що хотіли би побудови в нашій країні ринкової економіки, серед представників молодіжного електорату О.Мороза таких виявилось 42%, Н.Вітренко — 58%.

Таблиця 2

Розподіл відповідей респондентів на питання: “Яким чином, на Вашу думку, кандидат у Президенти, за якого Ви маєте намір проголосувати, доб’ється поліпшення становища в країні в разі його обрання?”, %

<i>Варіанти відповідей</i>	<i>Молодь віком 18–28 років</i>	<i>Респондент и віком понад 28 років</i>	<i>Всі вікові групи</i>
За рахунок проведення ринкових реформ в економіці	36	33	34
За рахунок повернення до централізованого планування економіки	6	16	14
За рахунок зростання іноземних інвестицій в економіку України	11	7	8
За рахунок допомоги Україні з боку Росії	3	6	5
За рахунок об’єднання України з Росією в єдину державу	8	12	12
За рахунок західних кредитів	8	5	6
За рахунок конфіскації власності ділків тіньової економіки та нечесних чиновників	21	26	25
За рахунок введення робітничого контролю над діяльністю підприємств	13	22	20
За рахунок зниження податків на діяльність підприємств	28	30	30
За рахунок ліквідації бюрократичних перепон для діяльності підприємств	16	19	18
За рахунок наведення дисципліни та порядку в державі	44	56	54
За рахунок усунення представників буржуазних та націоналістичних партій від управління державою	4	7	6

За рахунок усунення комуністів від управління державою	10	6	7
Інше	1	2	2
Я не думаю, що політику, за якого я проголосую, вдасться поліпшити становище в країні	14	8	9
<i>Важко відповісти</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>10</i>

Респондент міг вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума відповідей перевищує 100%.

Серед молодіжного електорату Н.Вітренко 22% вважають, що саме за рахунок проведення ринкових реформ у разі перемоги на виборах вона доб'ється покращання ситуації в країні, тоді як сподіваються, що їй вдасться це зробити за рахунок повернення до централізованого планування економіки, лише 6% (серед виборців Н.Вітренко віком понад 28 років 20% очікують від неї повернення до соціалістичних принципів управління економікою).

Серед тих молодих людей, хто має намір голосувати за Л.Кучму, 46% сподіваються, що йому вдасться покращити ситуацію в державі шляхом проведення ринкових реформ.

Молоді люди, які мають намір проголосувати за опозиційних політиків, покладають надію передусім на те, що їм вдасться навести дисципліну і порядок у державі. Так, з-поміж молодіжного електорату Н.Вітренко на це сподіваються 45%, серед електорату Є.Марчука — 57%, О.Мороза — 51%, П.Симоненка — 50%, тоді як серед молодих людей, які хотіли б проголосувати за Л.Кучму, очікують цього від діючого Президента лише 36%. Разом з тим, наведення дисципліни та порядку частіше очікує від Л.Кучми його електорат середнього та старшого віку — 49%.

І нарешті, значна частина молодіжного електорату різних політиків вважає, що кандидат, за якого вони проголосують, не зможе поліпшити становище в державі. На це вказують 19% молодих людей, які мають намір голосувати за П.Симоненка, 18% представників молодіжного електорату Л.Кучми, 13% — О.Мороза, 12% — Н.Вітренко, 9% — Є.Марчука. Серед електорату старшого віку такі песимістичні очікування щодо кандидата, якого вони хочуть підтримати, поширені менше. Так, серед бажаючих проголосувати за П.Симоненка віком понад 28 років лише 4% не очікують від нього змін на краще, серед виборців Л.Кучми середнього та старшого віку — 11%, Н.Вітренко — 6%.

На електоральні наміри молодих людей певний вплив справляє також їхнє соціальне самопочуття, емоційний стан. Серед респондентів, котрі вказали, що частіше в них поганий настрій, що їм властиве відчуття пригніченості, незадоволення, 31% зазначили, що взагалі не підуть на вибори, тоді як серед тих, у кого частіше або завжди гарний, піднесений настрій, не збираються йти на виборчі дільниці помітно менше — 21%. Серед перших мають намір голосувати за Л.Кучму лише 8%, серед других — удвічі більше (16%). На ставлення до решти кандидатів емоційний стан молодих виборців практично не впливає.

Ціннісні орієнтації та соціальне самопочуття української молоді

Дані наведено за результатами опитування населення України, проведеного 3–13 вересня 1999 року Українським інститутом соціальних досліджень та Центром “Соціальний моніторинг”. Опитування проводилося в усіх адміністративно-територіальних одиницях України: 24 областях, АР Крим, м. Києві та м. Севастополі. Всього опитано 3203 респондентів віком від 18 і старше, з них 753 — віком від 18 до 28 років. Вибіркова сукупність репрезентативна за основними соціально-демографічними ознаками. Стандартні відхилення становлять 1.1–1.8%.

Відмінності у ставленні молоді й дорослого населення до багатьох чинників суспільного життя свідчать про наявність вельми показових тенденцій у суспільному розвитку України. Своєрідність ціннісних орієнтацій молодих виборців певною мірою визначатиме спрямованість їх електоральної поведінки.

Таблиця 1

Розподіл відповідей на питання “Якою мірою Ви згодні з такими судженнями...” залежно від віку опитаних (у %)

Судження зліва	Згодні з судженням зліва		Нейтральна або невизначена позиція		Згодні з судженням справа		Судження справа
	18–28 років	Загалом	18–28 років	Загалом	18–28 років	Загалом	
Для людини важливіше спокійне, забезпечене життя, а не служіння ідеї	77	72	14	18	8	10	Важливіше служіння ідеї, а не спокійне, забезпечене життя
Події, які відбуваються у країні та світі, цікавлять мене лише тоді, коли якимось чином заторкують мої інтереси	57	53	25	26	18	21	Події, що відбуваються в країні й світі, часто цікавлять мене більше, ніж події у моєму власному житті
Щастя одних людей найчастіше побудоване на нещасті інших	38	39	23	26	38	35	Щастя одних людей сприяє щастю інших
Україна у своєму розвитку завжди відставатиме від Росії	29	30	40	39	30	30	Україна розвиватиметься швидше за Росію
Людині неможливо вижити у нашому суспільстві, не порушуючи моральних норм	51	45	17	19	31	35	Людина в нашому суспільстві може і має жити за нормами моралі, не заважаючи іншим
Людині в нашому суспільстві майже неможливо бути щасливою	37	41	23	24	39	34	Людина у нашому суспільстві цілком може бути щасливою

Доля моєї країни турбує мене більше, ніж власна доля	11	21	28	32	60	47	Моя власна доля турбує мене значно більше, ніж доля країни
--	----	----	----	----	----	----	--

Респонденти визначалися за шкалою, на якій обирали значення, що найбільше відповідало їхній власній згоді з одним із суджень

Розподіл відповідей на питання анкети підтверджує відому тезу про те, що молоді люди порівняно з населенням загалом більше схильні висувати на перший план особисті проблеми, нехтуючи проблемами загального гатунку (див. табл. 1–2). Так, 57% висловили згоду з судженням “події, які відбуваються у суспільстві, цікавлять мене лише тоді, коли якимось чином заторкують мої інтереси”. Альтернативний варіант судження обрали лише 18%. 60% молоді погоджуються з тим, що “їхня власна доля турбує мене значно більше, ніж доля країни”, і лише 11% обрали альтернативний варіант відповіді. Розподіл відповідей за вибіркою загалом свідчить, що питома частка тих, хто на перший план висуває суспільні проблеми, зростає з віком. Привертає увагу та обставина, що понад половину молодих людей вбачають суперечності між моральними нормами, які існують у суспільстві, та вимогами виживання за сучасних умов: 51% респондентів віком від 18 до 28 років стверджують, що “людині неможливо вижити в нашому суспільстві, не порушуючи моральних норм”. Оскільки за умов існування протиріччя між особистими та суспільними інтересами пересічна людина, як правило, робить вибір на користь перших, звідси випливає, так би мовити, глобальне завдання узгодження інтересів окремої людини і суспільства загалом. Тому чинником, здатним сприяти електоральній активності молоді, можуть бути не міркування якогось абстрактного суспільного обов’язку, а насамперед особиста зацікавленість у результатах виборів, впевненість у тому, що від цих результатів залежатиме подальша доля конкретної людини.

За результатами опитування, молоді респонденти сприймають реалії життя набагато оптимістичніше за старших (див. табл. 2).

Таблиця 2

Віковий розподіл відповідей на питання “Яке з суджень найбільш точно відбиває Ваш емоційний стан?”, %

<i>Варіанти суджень</i>	<i>18–28 років</i>	<i>Загалом</i>
Мене рідко полишає відчуття пригніченості, невдоволення	4	10
Частіше в мене поганий настрій, хоча й не завжди	10	19
Мені важко сказати, який настрій у мене буває частіше — добрий чи поганий	38	37
Частіше у мене гарний, піднесений настрій	35	24
Гарний настрій майже ніколи не полишає мене	8	5
<i>Важко відповісти</i>	6	5

Лише 14% респондентів віком 18–28 років обрали варіанти відповідей “мене рідко полишає відчуття пригніченості” та “частіше у мене пригнічений настрій”. Серед опитованих загалом питома частка “песимістів” вдвічі більша: 33% молодих людей задоволені тим, як складається життя в цілому; за вибіркою загалом цей показник на третину менший — 22% (див. табл. 3).

Таблиця 3**Віковий розподіл відповідей на питання “Якою мірою ви задоволені..?” (у %)**

Варіанти відповідей	Задоволені*		Незадоволені**		“Важко відповісти, задоволений чи ні” та “Для мене це не має значення”	
	18–28 років	Загалом	18–28 років	Загалом	18–28 років	Загалом
Розміром заробітної плати (пенсії, стипендії)	9	4	84	88	7	8
Регулярністю їх виплати	27	5	65	63	8	32
Розміром та регулярністю виплати (надання) соціальної допомоги	8	18	73	70	19	12
Умовами праці	34	20	47	46	19	34
Відносинами з адміністрацією Вашого підприємства (установи)	57	24	21	25	22	51
Можливостями службового просування	26	39	38	37	36	24
Роботою в цілому	51	20	31	34	18	46
Взаєминами у сім’ї	77	74	12	11	11	15
Можливістю дати Вашим дітям гарну освіту	12	25	53	63	35	12
Тим, як складається життя в цілому	33	22	41	54	26	24

*) Сума відповідей “цілком задоволений” та “радіше задоволений”

**) Сума відповідей “цілком незадоволений” та “радіше незадоволений”

Отже, молоді респонденти куди частіше за старших висловлювали задоволення регулярністю виплати заробітної плати (відповідно 27% і 5%), умовами праці (34% та 24%), а також роботою в цілому (51% та 20%). Показово, що перспективи власної кар’єри молоді люди оцінюють гірше, ніж представники старшої генерації. Це є свідченням не так реальної відсутності перспектив у просуванні на роботі, як наявності вищого рівня вимог і очікувань молодих людей (див. табл.3).

Молоді люди впевненіше почуваються на робочому місці, рідше за старших вважають імовірною перспективу лишитися без роботи (див. табл. 4).

Таблиця 4**Віковий розподіл відповідей на питання “Як Ви вважаєте, чи можете Ви найближчим часом залишитися без роботи?”, %**

Варіанти відповідей	Серед тих, хто працює	
	18–28 років	Загалом
Це, радше за все, станеться	5	9
Це дуже ймовірно	36	41
Це мало ймовірно	34	28
Впевнений, що цього не станеться	13	11
Я вже зараз безробітний	0.8	1
Важко відповісти	11	10

Загалом молодь оптимістичніше сприймає реалії сьогодення порівняно з представниками старшого покоління. Тому можна припустити, що передвиборчі програми деякого з кандидатів у президенти, ґрунтовані на критиці нинішніх реалій, містять негативну інформацію, не сприймаються значною частиною молоді, зорієнтованою на оптимістичне світосприйняття.

Молоді люди доволі критично оцінюють вплив владних інституцій на особисту долю. Так, серед чинників, які тією чи іншою мірою заважають молодій людині досягти життєвого успіху, варіант відповіді “політика влади” посідає друге місце, поступаючись лише такому чиннику, як “погане матеріальне становище” Якщо зважити на те, що скрутне матеріальне становище можна розглядати не лише як причину відсутності успіху в житті, а й як його наслідок, то можна сказати, що політика влади є, на думку молоді, головним чинником, якій заважає досягти життєвого успіху (див. табл. 5).

Таблиця 5

Віковий розподіл відповідей на питання “Що заважає Вам досягти життєвого успіху?”, %

Варіанти відповідей	Заважає значною мірою		Заважає деякою мірою		Не заважає		Важко відповісти	
	Вік		Вік		Вік		Вік	
	18–28 років	Загало м	18–28 років	Загало м	18–28 років	Загало м	18–28 років	Загало м
Погане матеріальне становище	46	49	31	24	18	17	5	10
Політика влади	35	37	25	22	19	20	21	21
Відсутність необхідних зв’язків	28	29	31	25	22	30	9	16
Відсутність нормального житла	18	11	20	13	57	66	5	10
Недостатній рівень освіти	17	12	32	22	43	53	8	13
Недостатньо висока кваліфікація	17	11	32	21	39	52	12	16
Місце проживання	14	9	16	11	63	69	7	11
Обтяженість сімейними турботами	9	12	20	19	64	57	7	12
Особисті якості	8	7	20	19	60	56	12	18
Соціальне походження	7	6	14	10	69	67	11	17
Інше	3	8	3	2	13	12	81	78

Наведені дані певною мірою спростовують поширені уявлення про аполітичність сучасної молоді. Втім, молоді люди відчують залежність між політикою та власною долею, і, напевне, усвідомлення цього зв’язку визначатиме практичну поведінку молодих виборців 31 жовтня.

ВИБОРИ-99 У РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРІ

Ольга Балакірєва, Михайло Міщенко, Олександр Яременко

Електоральні орієнтації громадян в українських регіонах

Дані наведено за результатами соціологічного опитування населення України, проведеного 17–24 вересня 1999 року Українським інститутом соціальних досліджень та Центром “Соціальний моніторинг”. Опитування проводилося в усіх адміністративно-територіальних одиницях України: 24 областях, АР Крим, містах Києві та Севастополі. Всього опитано 3079 респондентів віком від 18 років. Вибіркова сукупність репрезентативна за основними соціально-демографічними ознаками. Стандартні відхилення становлять 1.1–1.8%. Для виявлення динаміки електоральних орієнтацій дані цього опитування порівнюються з результатами соціологічного дослідження, проведеного цими установами в середині липня 1999 року (опитано 2013 респондентів віком від 18 років за репрезентативною вибіркою в усіх регіонах України).

Як видно з табл. 1, рейтинг Л.Кучми у вересні порівняно з липнем зріс у всіх регіонах, найбільшою мірою у Західному та Південному². У Західному регіоні ніхто з інших кандидатів не зміг добитися істотного зростання своєї популярності. Зменшилася підтримка виборцями цього регіону О.Мороза — з 9 % до 4 %. У центральних областях посилились наміри виборців голосувати за Н.Вітренко та О.Мороза, приріст голосів за Л.Кучму тут був найпомітнішим (4%). Динаміка підтримки кандидатів у Північному регіоні найменш виражена, спостерігалось лише деяке зростання рейтингу Л.Кучми та П.Симоненка. Мешканці Східного регіону у вересні рідше, ніж у липні, висловлювали підтримку Н.Вітренко та П.Симоненку і дещо частіше — Л.Кучмі та О.Морозу, хоча популярність останнього все ж таки поступається популярності П.Симоненка у цьому регіоні. Підтримка Л.Кучми у Південному регіоні зростала поряд зі зниженням підтримки П.Симоненка та О.Мороза.

² До Західного регіону належать Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Чернівецька, Закарпатська, Волинська та Рівненська області, до Північного — Київська, Чернігівська, Сумська, Житомирська, до Східного — Харківська, Луганська, Донецька, Запорізька, Дніпропетровська, до Центрального — Вінницька, Хмельницька, Черкаська, Кіровоградська, Полтавська, до Південного — Одеська, Херсонська, Миколаївська, в окремі регіони виділено АР Крим та Київ.

Таблиця 1. Динаміка намірів мешканців різних регіонів голосувати за кандидатів у Президенти України (у %)

Регіон	Прізвище кандидата*														Проголосують проти всіх		Ще не визначилися	
	Н.Вітренко		Л.Кучма		Є.Марчук		О.Мороз		П.Симоненко		О.Ткаченко		Г.Удовенко					
	л	в	л	в	л	в	л	в	л	в	л	в	л	в	л	в	л	в
	и	е	и	е	и	е	и	е	и	е	и	е	и	е	и	е	и	е
	п	р	п	р	п	р	п	р	п	р	п	р	п	р	п	р	п	р
	е	е	е	е	е	е	е	е	е	е	е	е	е	е	е	е	е	е
	н	с	н	с	н	с	н	с	н	с	н	с	н	с	н	с	н	с
	ь	е	ь	е	ь	е	ь	е	ь	е	ь	е	ь	е	ь	е	ь	е
		н		н		н		н		н		н		н		н		н
		ь		ь		ь		ь		ь		ь		ь		ь		ь
Захід	8	7	28	37	12	10	9	4	5	2	1	3	3	4	3	1	21	16
Центр	12	17	11	15	6	5	8	18	11	11	2	2	1	1	3	2	38	16
Північ	24	21	19	24	3	1	12	10	4	9	3	4	3	0	0	1	19	17
Схід	18	11	16	21	3	4	5	9	19	15	1	3	1	1	3	2	22	18
Південь	12	9	11	23	4	3	8	4	14	7	4	2	4	1	3	3	24	19
Крим	15	14	25	33	9	1	2	4	15	14	7	5	2	0	0	4	14	11
м. Київ	15	10	25	33	7	8	8	8	6	5	1	1	4	2	6	4	20	12

* Дані наведено лише за тими кандидатами, за яких мали намір проголосувати більше 1% респондентів.

У Криму спостерігалось зниження рейтингу Є.Марчука, у Києві — Н.Вітренко. Однак зазначимо, що через нижчу абсолютну кількість опитуваних у цих двох регіонах нижча, стандартне статистичне відхилення вибірки тут вище.

У всіх регіонах зменшилася частка респондентів, котрі на час опитування не визначилися, за кого голосуватимуть, найбільш помітно зменшилася вона в центральних областях.

За даними вересневого опитування, в разі, якщо до другого туру президентських виборів вийдуть Л.Кучма і Н.Вітренко, за діючого Президента мали намір проголосувати 37% респондентів, за Н.Вітренко — 28%. За діючого Президента частіше, ніж за лідера ПСПУ, мали намір голосувати мешканці Західного і Південного регіонів, Криму та Києва. На Сході та Півночі ці два кандидати мали однаковий рейтинг; мешканці Центрального регіону у другому турі виборів частіше мають намір проголосувати за Н.Вітренко (див. табл. 2).

Таблиця 2

Наміри мешканців різних регіонів щодо голосування у другому турі в разі виходу до нього Л.Кучми та Н.Вітренко, %

<i>Регіон</i>	<i>За кого проголосуєте у другому турі?</i>				
	<i>За Л.Кучму</i>	<i>За Н.Вітренко</i>	<i>Проти обох</i>	<i>Не братиму участі в голосуванні</i>	<i>Важко відповісти</i>
Захід	54	18	10	6	12
Центр	26	34	21	4	15
Північ	33	33	16	5	14
Схід	33	33	18	4	13
Південь	34	21	14	15	16
Крим	39	25	16	7	13
м. Київ	52	22	16	3	7

У разі виходу до другого туру Л.Кучми та П.Симоненка, за першого висловили намір проголосувати 39% респондентів, за другого — 22%. У всіх регіонах, за винятком Центрального, де підтримка діючого Президента та лідера КПУ була приблизно однаковою, перевагу мав Л.Кучма (але в Східному регіоні вона незначна) (див. табл. 3).

Таблиця 3

Наміри мешканців різних регіонів щодо голосування у другому турі в разі виходу до нього Л.Кучми та П.Симоненка, %

<i>Регіон</i>	<i>За кого проголосуєте у другому турі?</i>				
	<i>За Л. Кучму</i>	<i>За П.Симоненка</i>	<i>Проти обох</i>	<i>Не братиму участі в голосуванні</i>	<i>Важко відповісти</i>
Захід	57	7	16	7	13
Центр	27	28	22	4	19
Північ	35	20	21	6	18
Схід	35	30	15	4	15
Південь	36	15	13	17	19
Крим	45	23	9	7	16
м. Київ	52	15	18	4	10

Якби до другого туру вийшли Л.Кучма та О.Мороз, за Л.Кучму проголосували б 37% виборців, за лідера Соціалістичної партії — 25%. Л.Кучма мав помітну перевагу над О.Морозом у Західному і Південному регіонах, Криму та Києві, натомість О.Мороз передував у Центральному регіоні (див. табл. 4).

Таблиця 4

Наміри мешканців різних регіонів щодо голосуванням другому турі в разі виходу до нього Л.Кучми та О.Мороза, %

Регіон	За кого проголосуєте у другому турі?				
	За Л.Кучму	За О.Мороза	Проти обох	Не братиму участі в голосуванні	Важко відповісти
Захід	54	14	12	7	14
Центр	25	40	17	2	16
Північ	31	26	20	6	19
Схід	34	31	18	4	13
Південь	37	12	14	7	20
Крим	44	13	16	7	20
м. Київ	49	22	16	3	10

Таким чином, при протистоянні у другому турі з лівими кандидатами позиції діючого Президента були найслабкішими в Центральному регіоні.

Ми досліджували відмінності в очікуваннях виборців різних регіонів щодо кандидатів, за яких вони мають намір проголосувати. Ми ставили питання: “Яким чином, на Вашу думку, кандидат у Президенти, за якого Ви маєте намір проголосувати, доб’ється поліпшення становища в країні в разі його обрання?” Як видно з табл. 5, мешканці всіх регіонів найбільші сподівання покладали на наведення новообраним Президентом дисципліни та порядку в державі, найчастіше ж на це вказують мешканці Криму. На проведення ним ринкових реформ найбільше сподівалися кияни та мешканці Західного регіону.

Високий рівень симпатій мешканців центральних областей до лівих кандидатів пов’язаний, на нашу думку, не так зі сподіваннями на повернення до централізованого планування економіки, як із високою підтримкою гасел конфіскації власності ділків тіньової економіки та нечесних чиновників. Такі гасла підтримувалися в цьому регіоні найвідчутніше.

Таблиця 5

Розподіл відповідей на питання: “Яким чином, на Вашу думку, кандидат у Президенти, за якого Ви маєте намір проголосувати, доб’ється поліпшення становища в країні в разі його обрання?”, %*

Варіанти відповідей	В цілому серед тих, хто вказав, за кого голосуватиме	Регіони						
		Закарпатська	Львівська	Тернопільська	Хмельницька	Вінницька	Київська	Чернівецька
За рахунок проведення ринкових реформ в економіці	34	41	28	34	32	28	36	40
За рахунок повернення до централізованого планування економіки	14	6	14	12	17	17	27	7
За рахунок зростання іноземних інвестицій в економіку України	8	10	4	7	7	10	9	12
За рахунок допомоги Україні з боку Росії	5	3	3	5	7	4	10	4
За рахунок об’єднання України з Росією в єдину державу	12	3	7	11	16	17	24	8
За рахунок західних кредитів	6	8	2	6	6	2	7	12
За рахунок конфіскації власності ділків тіньової економіки та нечесних чиновників	25	22	30	25	27	19	16	22
За рахунок введення робітничого контролю над діяльністю підприємств	20	12	21	18	27	16	28	11
За рахунок зниження податків на діяльність підприємств	30	30	24	25	34	23	45	29
За рахунок ліквідації бюрократичних перепон діяльності підприємств	18	17	16	17	19	22	22	17
За рахунок наведення дисципліни та порядку в державі	54	57	44	51	57	54	70	40
За рахунок усунення представників буржуазних та націоналістичних партій від управління державою	6	6	6	8	7	7	5	5
За рахунок усунення комуністів від управління державою	7	16	4	5	4	5	8	8
Інше	2	1	1	2	2	6	0	4
Я не думаю, що тому політику, за якого я проголосую, вдасться покращити становище в країні	9	8	13	12	7	11	9	8
Важко відповісти	10	10	17	11	8	6	7	15

* Серед тих респондентів, які вказали, за кого вони голосуватимуть у першому турі, N = 2049. Респондент міг вибрати будь-яку кількість варіантів відповіді, тому сума відповідей перевищує 100%.

Політична географія України і вибори–99

Далі наведено результати національних опитувань, проведених Центром СОЦІС в усіх регіонах України впродовж серпня–вересня 1999 року. Вибіркова сукупність (1200 респондентів) за соціально-демографічними характеристиками (вік, стать, рівень освіти, тип поселення) є репрезентативною для дорослого населення країни. Метод збору емпіричної соціологічної інформації — стандартизоване інтерв'ю за місцем постійного проживання респондентів.

Аналіз електоральних орієнтацій виявив досить чіткі регіональні відмінності, зокрема між загальними позиціями кандидатів на посаду Президента у загальнонаціональному рейтингу та досить різними позиціями претендентів у окремих регіонах України. Наведені в таблиці дані дають змогу говорити про основні тенденції регіональних особливостей електоральної поведінки.

Таблиця

Регіональний розподіл електоратів кандидатів, %

<i>Регіони</i>	<i>Н. Ві тр енк о</i>	<i>Л. Ку чм а</i>	<i>О. Мо роз</i>	<i>П. Си мо нен ко</i>	<i>Ин ші кан дид ат и</i>	<i>Пр от и всі х</i>	<i>Ва жк о від пов іст и</i>	<i>Не під ут ь гол осу ва ти</i>	<i>Всь ого</i>
Київ	25	25	–	7	17	3	15	8	100
Північний	15	20	7	8	10	4	19	17	100
Центральний	14	25	12	16	2	2	18	11	100
Північно-Східний	11	6	10	13	15	8	32	5	100
Північно-Західний	6	42	5	5	8	2	25	7	100
Південно-Східний	12	23	8	14	7	5	19	12	100
Західний	4	46	2	–	18	4	22	4	100
Південно-Західний	21	17	6	–	14	2	25	15	100
Південний	8	24	3	12	7	5	21	20	100
Східний	12	12	5	17	9	9	34	12	100
Крим	4	22	4	15	20	4	22	9	100

До регіонів входять такі області:

Київ

Північний *Київська, Чернігівська, Житомирська*

Центральний *Черкаська, Полтавська, Кіровоградська, Вінницька*

Північно-Східний *Харківська, Сумська*

Східний *Донецька, Луганська*

Південно-Східний *Дніпропетровська, Запорізька*

Північно-Західний *Рівненська, Волинська, Хмельницька*

Західний *Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська*

Південно-Західна *Закарпатська, Чернівецька*

Південний *Одеська, Миколаївська, Херсонська*

Кримська АР

Отже, з таблиці видно, що потенційних виборців діючого Президента найбільше налічувалось у вересні в Західному та Північно-Західному регіонах. Саме в цих регіонах рейтинг інших основних кандидатів на посаду глави держави був суттєво меншим. Заслужує на увагу той факт, що в Західному регіоні на другу позицію впевнено вийшов Є.Марчук, за якого планують проголосувати 13% опитаних. На момент проведення опитування позиції Н.Вітренко видавалися кращими серед киян та мешканців Південно-Західного регіону. Своєю чергою, П.Симоненко мав дещо більшу підтримку в Східному та Центральному регіонах.

Доцільно зауважити, що кожен десятий опитуваний киянин планував проголосувати за Є.Марчука, а 11% мешканців кримського півострову збиралися віддати свій голос О.Ткаченку.

Найбільша частка тих, хто не бажав іти на вибори, була зафіксована в Південному й Північному регіонах, а найвищий показник тих, хто ще не визначився, виявився серед респондентів у Східному та Північно-Східному регіонах.

Політична географія президентських виборів

Дані наведено за результатами загальнонаціонального опитування населення України, проведеного 17-30 вересня 1999 року Центром соціологічних та політичних досліджень і технологій “СОЦІОПОЛІС”. Опитування проводилося в усіх адміністративно-територіальних одиницях України, відповідно репрезентованих у вибірці: 24 області, АР Крим, міста Київ і Севастополь. Усього було опитано 2199 респондентів. Вибіркова сукупність репрезентативна за основними соціально-демографічними характеристиками. Проблеми політичної географії в Україні, навіть у періоди виборчих кампаній, загалом розробляються неглибоко й епізодично, хоча загальним питанням організації таких кампаній та виборчим технологіям вже приділяють значну увагу. Разом з тим неможливо заперечувати, що саме в регіональному ракурсі віддзеркалюються найважливіші тенденції електоральної поведінки населення, саме її використання дає можливість прогнозувати результати виборів чи вдосконалювати організацію виборчої кампанії.

Однією з основ політичної географії є те, що для електоральної поведінки громадян різних регіонів країни (зокрема такої, як Україна, де населення різних регіонів має протилежні орієнтації та інтереси) притаманні як основоположні цінності, так і цінності ситуативні, що виникають під впливом безпосередніх чинників електоральної ситуації, тобто є наслідком пропагандистської виборчої кампанії (див. табл. 1).

Таблиця 1

“Рейтинг вибору” (бажання проголосувати за конкретного кандидата) населення різних регіонів і типів виборців (% до кількості опитуваних, які збираються взяти участь у президентських виборах)

<i>Групи опитуваних</i>	<i>Н.Віт-ренко</i>	<i>Л.Кучма</i>	<i>Є.Марчук</i>	<i>О.Мороз</i>	<i>П.Симоненко</i>	<i>О.Ткаченко</i>	<i>Г.Удовенко</i>	<i>Ліві</i>	<i>Центристи</i>
Загалом по масиву	15	27	6	9	16	3	3	44	36
Київ	16	33	7	13	5	2	6	36	47
Північний регіон	20	25	1	19	17	4	2	60	28
Центральний Схід	10	19	5	18	14	4	3	47	28
Центральний Захід	15	23	8	7	8	4	3	34	34
Північно-Східний регіон	18	22	5	12	17	1	1	48	27
Північно-Західний регіон	12	15	13	7	6	6	8	31	36
Південно-Східний регіон	24	26	3	6	23	2	3	54	31
Південно-Західний регіон	7	36	18	14	4	4	0	29	54
Східний регіон	19	20	1	7	30	5	0	61	21
Західний регіон	6	47	20	2	1	0	8	9	75
Південний регіон	15	31	1	9	20	1	0	46	31
Крим	6	41	0	2	25	2	0	36	41
Тверді прихильники реформ	13	48	7	3	2	2	6	21	62
Ідейні прихильники реформ	16	34	8	8	7	2	3	34	45
Приховані противники реформ	16	21	6	13	16	3	2	48	29
Тверді противники реформ	16	12	2	13	33	4	1	66	15
Не визначилися	14	36	9	5	8	4	2	31	47

Наведені в таблиці 1 дані свідчать, що, по-перше, населення різних регіонів України збирається голосувати за різних політиків-кандидатів на посаду Президента України (у

західних регіонах та Києві — переважно за центристських кандидатів; у східних та північних регіонах — за лівих). По-друге, очевидно, що зумовлюють це саме основоположні цінності, пов’язані, як з’ясувалося, зі ставленням населення різних регіонів країни до ринкових реформ. З метою найбільш коректного визначення ставлення населення до радикальних ринкових реформ, ми пропонували так звану “соціально-ринкову типологію”, згідно з якою виборці поділялися, з одного боку, за їх ставленням до ринкових реформ, з іншого — з огляду на те, як вони оцінювали наслідки цих реформ в Україні для себе та своїх родин (див. табл. 2).

Таблиця 2

Співвідношення прихильників і противників ринкових реформ у різних регіонах України (% до кількості опитуваних, які збиралися взяти участь у президентських виборах)

<i>Групи опитуваних</i>	<i>Тверді й ідейні прихильники реформ</i>	<i>Приховані та тверді противники реформ</i>	<i>Не визначилися</i>
Загалом по масиву	38	53	9
Київ	44	39	17
Північний регіон	30	65	5
Центральний Схід	31	60	9
Центральний Захід	33	60	7
Північно-Східний регіон	33	63	4
Північно-Західний регіон	35	52	13
Південно-Східний регіон	43	51	6
Південно-Західний регіон	49	32	19
Східний регіон	36	57	7
Західний регіон	54	30	16
Південний регіон	37	49	14
Крим	34	59	7

Отже, “тверді” й “ідейні” прихильники реформ, як свідчать наведені дані, орієнтуються в першу чергу на центристських кандидатів, “приховані” й “тверді” противники реформ — на лівих кандидатів. І ця тенденція притаманна практично всім регіонам, за винятком Південно-Східного та Криму, де значною виявилася дія ситуативних чинників, пов’язаних зі ставленням до Л.Кучми (див. рис. 1 і 2).

Рис. 1. Кандидати, за яких збиралася голосувати переважна частина населення різних регіонів України на президентських виборах

Рис. 2. Позиції респондентів різних регіонів країни в моделі політико-семантичного простору українського суспільства напередодні президентських виборів 1999 року

** Методика розрахунку місця регіонів країни була такою. Місце регіонів щодо кожної осі розраховували на підставі відповідей респондентів на два питання, які торкалися “соціально-національної” типології: відповідям “націонал-ринкового” спрямування надавали позитивного значення, а “інтернаціонал-соціалістичного” — негативного. Для визначення “точки” на схемі віднімали відсоток кожної з альтернатив.

Якщо описані основоположні цінності зумовлюють загальну спрямованість електоральних інтересів виборців, то ситуативні дають змогу з'ясувати, чому серед різних кандидатів — лівих чи центристських — у різних регіонах виборці віддають перевагу тим чи іншим. Тож у вересневому дослідженні громадської думки ми зробили спробу визначити, яким чином сприймаються населенням програми та іміджі різних кандидатів. Питання ставилося так: “Скажіть, які дії, спрямовані на розв’язання нагальних проблем українського суспільства, той чи інший кандидат здійснюватиме в першу чергу, якщо стане переможцем на президентських виборах?”

З’ясувалося, що коли йдеться про центристських кандидатів, то виборці вважали, що саме Л.Кучма буде найбільш послідовно проводити ринкові реформи. Водночас щодо Є.Марчука доля впевнених у цьому втричі менша, проте потенційні виборці очікували, що він активізує боротьбу зі злочинністю, корупцією, жорстко контролюватиме дотримання законів. Що ж до Г.Удовенка, то практично 80% опитуваних взагалі не знали, що він робитиме, ставши Президентом України.

Не менш цікава ситуація склалася стосовно “іміджу програм” у лівих кандидатів. Так, П.Симоненко сприймався як не ортодоксальний, але все ж “послідовно лівий” кандидат, здатний припинити приватизацію, встановити державний контроль за цінами, відмовитися від економічної допомоги Заходу тощо. А от сприйняття виборцями Н.Вітренко дещо складніше (хоч експерти практично ідентифікують її наміри з властивими П.Симоненку). Потенційні виборці Вітренко очікують, з одного боку, що вона зможе встановити державний контроль за цінами, з іншого — буде продовжувати радикальні економічні реформи (це відзначили 15% респондентів, тоді як щодо Є.Марчука — тільки 11%). З точки зору населення, О.Мороз мав значно менш виразне обличчя, ніж Вітренко і Симоненко, і не сприймався як послідовний прихильник певної позиції. .

Ми вважаємо, що на увагу заслуговує й така обставина: саме сприйняття програми Н.Вітренко як еkleктичної (і реформи продовжуватиме, і ціни контролюватиме, і з корупцією боротиметься тощо) вможливило зростання її рейтингу після останніх подій^{**}, оскільки її електорат більш ситуативний за електорати інших лівих кандидатів.

* Мається на увазі замах на її життя.

Вибори — 99: електоральний вибір населення

Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) разом з кафедрою соціології Національного університету “Києво-Могилянська Академія” від 30 вересня до 8 жовтня цього року провели репрезентативне вибіркове опитування дорослого населення України. Методом інтерв’ю опитано 1772 респонденти у віці від 18 років, що мешкають у 132 селах, селищах міського типу та містах всіх областей та Криму, а також у Києві.

Нижче наведені розподіли (у відсотках) відповідей респондентів на питання, що висвітлюють передвиборні орієнтації дорослого населення України.

Таблиця 1

Як відомо, вибори Президента України відбудуться в неділю 31 жовтня. А якщо б вибори були у найближчу неділю і в бюлетень для голосування були включені ці кандидати (респонденту передавався список з усіх 15-ти зареєстрованих кандидатів), взяли б Ви участь у голосуванні на цих виборах?

Впевнена заперечна відповідь (звичайно, безумовно, без сумніву ні)	8.2
Невпевнена заперечна відповідь (скоріше, очевидно, мабуть ні)	3.7
Непевна відповідь (не знаю, ще не вирішив(ла), важко сказати)	7.9
Невпевнена стверджувальна відповідь (скоріше, очевидно, мабуть так)	18.4
Впевнена стверджувальна відповідь (звичайно, безумовно, без сумніву так)	61.1
Не дали відповіді	0.6

Таблиця 2

А за кого з цих кандидатів Ви б проголосували?

(Це запитання не задавалося тим, хто впевнено сказав, що не буде брати участь у голосуванні)

Базиліук О.	0.1
Вітренко Н.	15.0
Габер Н.	0.0
Кармазін Ю.	0.0
Кононов В.	0.0
Костенко Ю.	0.9
Кучма Л.	31.6
Марчук Є.	4.6
Мороз О.	5.1
Онопенко В.	0.2
Олійник В.	0.1
Ржавський О.	0.1
Симоненко П.	12.6
Ткаченко О.	3.5
Удовенко Г.	1.3
Проголосував би проти всіх	5.5
Важко сказати	17.8
Не дали відповіді	1.6

Аналогічне запитання ставилося також у листопаді 1998 року та у лютому і липні 1999 року.

Таблиця 3

Якщо б сьогодні були вибори Президента України і в бюлетень для голосування були включені ці кандидати (респонденту передавався список можливих кандидатів), то чи пішли б Ви на вибори, і якщо так, то за кого б проголосували?

	Листопад '98	Лютий '99	Липень '99
Вітренко Н.	8.9	17.4	12.3
Костенко Ю.	—	—	0.6
Кучма Л.	11.3	22.1	18.3
Марчук Є.	2.3	2.9	2.4
Мороз О.	9.6	9.0	6.6
Симоненко П.	6.7	6.4	12.1
Ткаченко О.	—	1.8	1.3
Удовенко Г.	—	3.0	2.8
Проголосував би проти всіх	17.8	10.5	5.5
Не пішов би голосувати	13.2	7.9	17.9
Важко сказати	21.6	17.5	18.5
Не дали відповіді	1.8	0.9	0.7

Таблиця 4

Використовуючи наявні дані, можна розрахувати, що якби вибори Президента були в першу декаду жовтня, і якщо б у виборах взяли участь:

	близько 60% виборців			близько 70% виборців			близько 80% виборців		
	то результати голосування найімовірніше були б такими:								
	близьк о	в межах		близьк о	в межах		близьк о	в межах	
від		до	від		до	від		до	
Кучма Л.	38.1	34.9	41.4	38.9	35.9	41.9	39.2	36.3	42.1
Вітренко Н.	18.6	16.0	21.2	18.7	16.3	21.1	18.8	16.5	21.1
Симоненко П.	18.3	15.7	20.9	17.4	15.0	19.7	16.5	14.3	18.7
Мороз О.	6.5	4.9	8.1	6.5	4.9	8.0	6.4	5.0	7.8
Марчук Є.	5.6	4.1	7.2	5.6	4.2	7.0	5.6	4.3	7.0
Ткаченко О.	4.9	3.4	6.3	4.7	3.4	6.0	4.5	3.3	5.7
Удовенко Г.	1.8	0.9	2.6	1.8	1.0	2.7	1.7	1.0	2.5
Костенко Ю.	1.3	0.6	2.1	1.3	0.6	1.9	1.2	0.6	1.9
Ржавський О.	0.2	0.1	0.5	0.2	0.1	0.5	0.2	0.1	0.4
Базилюк О.	0.1	до 0.3		0.1	до 0.3		0.2	до 0.3	
Олійник В.	0.1	до 0.3		0.1	до 0.3		0.1	до 0.3	
Онопенко В.	0.1	до 0.3		0.1	до 0.3		0.1	до 0.3	
Габер Н.	< 0.1	до 0.3		< 0.1	до 0.3		< 0.1	до 0.3	
Кармазін Ю.	< 0.1	до 0.3		< 0.1	до 0.3		< 0.1	до 0.3	
Кононов В.	< 0.1	до 0.3		< 0.1	до 0.3		< 0.1	до 0.3	
Проти всіх	4.3	3.0	5.6	4.6	3.3	5.9	5.5	4.2	6.9
	100.0			100.0			100.0		

Таблиця 5

Як відомо, деякі з кандидатів збираються зняти свою кандидатуру і передати свої голоси іншому кандидату. За кого Ви будете голосувати, якщо свою кандидатуру знімуть В.Олійник, О.Ткаченко і О.Мороз на користь Є.Марчука?

	<i>Жовтень '99</i>
За Вітренко Н.	15.6
За Кучму Л.	30.2
За Марчука Є.	9.6
За Симоненка П.	14.3
<i>Названо інше прізвище</i>	<i>2.1</i>
<i>Проти всіх</i>	<i>6.1</i>
<i>Не пішов би голосувати</i>	<i>1.7</i>
<i>Важко сказати</i>	<i>19.0</i>
<i>Не дали відповіді</i>	<i>1.3</i>

Таблиця 6

За кого Ви будете голосувати, якщо свою кандидатуру знімуть В.Олійник, Є.Марчук і О.Ткаченко на користь О.Мороза?

	<i>Жовтень '99</i>
Вітренко Н.	15.9
Кучма Л.	30.7
Мороз О.	9.8
Симоненко П.	13.6
<i>Інше прізвище</i>	<i>2.6</i>
<i>Проти всіх</i>	<i>6.4</i>
<i>Не пішов би голосувати</i>	<i>1.1</i>
<i>Важко сказати</i>	<i>17.8</i>
<i>Не дали відповіді</i>	<i>2.0</i>

Таблиця 7

За кого Ви будете голосувати, якщо ще й П.Симоненко зніме свою кандидатуру на користь О.Мороза?

	<i>Жовтень '99</i>
Вітренко Н.	18.6
Кучма Л.	31.6
Мороз О.	13.0
<i>Інше прізвище</i>	<i>3.5</i>
<i>Проти всіх</i>	<i>9.4</i>
<i>Не пішов би голосувати</i>	<i>2.0</i>
<i>Важко сказати</i>	<i>20.0</i>
<i>Не дали відповіді</i>	<i>2.0</i>

Таблиця 8

А якщо б зараз був вже другий тур виборів і у бюлетені для голосування були б тільки Наталя Вітренко та Леонід Кучма, то як би Ви повелися в цьому випадку?

<i>Проголосували б за:</i>	<i>Лютий '99</i>	<i>Липень '99</i>	<i>Жовтень '99</i>
Вітренко Н.	30.1	28.7	30.3
Кучму Л.	28.5	33.4	39.1
Проголосував би проти обох	16.4	18.4	12.6
Не пішов би голосувати	6.3	3.0	6.2
Важко сказати	16.0	15.7	10.3
Не дали відповіді	2.7	0.8	1.4

Таблиця 9

А якщо б у бюлетені для голосування у другому турі були б тільки Леонід Кучма та Петро Симоненко, то як би Ви повелися в цьому випадку?

<i>Проголосували б за:</i>	<i>Лютий '99</i>	<i>Липень '99</i>	<i>Жовтень '99</i>
Кучму Л.	31.1	36.3	43.4
Симоненко П.	19.3	27.6	24.1
Проголосував би проти обох	22.3	15.5	13.7
Не пішов би голосувати	7.2	3.4	6.4
Важко сказати	17.4	16.5	10.9
Не дали відповіді	2.8	0.7	1.4

Таблиця 10

А якщо б у бюлетені для голосування в другому турі були тільки Леонід Кучма та Олександр Мороз, то як би Ви повелися в цьому випадку?

	<i>Лютий '99</i>	<i>Липень '99</i>	<i>Жовтень '99</i>
Кучма Л.	—	34.8	42.8
Мороз О.	—	23.3	22.0
Проголосував би проти обох	—	21.3	16.1
Не пішов би голосувати	—	3.4	6.5
Важко сказати	—	16.0	11.2
Не дали відповіді	—	1.1	1.4

Таблиця 11

Чи знайомі Ви з даними соціологічних досліджень, в яких вказується відсоток виборців, що готові проголосувати за кожного з кандидатів у Президенти?

	<i>Жовтень '99</i>
Так	43.9
Ні	50.9
Важко сказати	5.2

Таблиця 12

Якщо за даними соціологічних досліджень Ваш кандидат має набагато менше шансів на перемогу, ніж інші, чи будете Ви за нього голосувати в цьому випадку?

	<i>Жовтень '99</i>
Так	67.4
Ні	12.3
Важко сказати	20.3

**Дані по регіонах (жовтень 1999).
Відсотки по відношенню до тих, хто відповів на запитання**

Склад регіонів:

Західний: Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області.

Західно-Центральний: м. Київ, області: Київська, Вінницька, Житомирська, Кіровоградська, Хмельницька, Черкаська області.

Східно-Центральний: Дніпропетровська, Полтавська, Сумська, Чернігівська області.

Південний: Крим, Запорізька, Миколаївська, Одеська, Херсонська області.

Східний: Донецька, Луганська, Харківська області.

Таблиця 13

Як відомо, вибори Президента України відбудуться в неділю 31 жовтня. А якщо б вибори були у найближчу неділю і в бюлетень для голосування були включені ці кандидати, за кого з них Ви б проголосували? (респонденту передавався список з усіх 15-ти зареєстрованих кандидатів)

(Це запитання не задавалося тим, хто впевнено сказав, що не буде брати участь у голосуванні)

	<i>Західний</i>	<i>Західно-Центральний</i>	<i>Східно-Центральний</i>	<i>Південний</i>	<i>Східний</i>
Базиліук О.	0.0	0.2	0.0	0.0	0.2
Вітренко Н.	8.4	18.6	23.0	14.9	11.9
Габер Н.	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Кармазін Ю.	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Кононов В.	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Костенко Ю.	2.1	1.3	1.8	0.0	0.0
Кучма Л.	57.3	24.3	24.0	35.7	22.2
Марчук О.	7.3	6.0	3.7	3.5	2.6
Мороз О.	3.2	8.4	7.3	2.5	4.6
Онопенко В.	0.0	0.2	0.4	0.4	0.0
Олійник В.	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ржавський О.	0.3	0.3	0.0	0.0	0.0
Симоненко П.	2.0	8.0	14.0	15.1	23.9
Ткаченко О.	0.8	2.7	1.8	4.2	7.8
Удовенко Г.	3.7	0.8	2.1	0.4	0.2
<i>Проголосував би проти всіх</i>	2.8	4.8	4.9	5.3	9.7
<i>Важко сказати</i>	12.0	24.3	17.0	18.1	16.9
<i>Важко сказати</i>	5.6	10.5	8.7	12.1	14.7

Динаміка електоральних орієнтацій населення України

Матеріал підготовлений за результатами загальнонаціональних опитувань, які проводилися Центром СОЦИС в усіх регіонах України. Вибіркова сукупність за своєю соціально-демографічною характеристикою (вік, стать, рівень освіти та тип поселення) є репрезентативною для дорослого населення країни. Метод збору емпіричної соціологічної інформації — стандартизоване інтерв'ю за місцем постійного проживання респондентів. Всього було опитано 1200 респондентів. Можлива похибка вибірки становить не більше 3%.

Згідно з даними жовтневого опитування, громадська думка з достатньо великою вірогідністю передбачає неминучість другого туру виборів — 41% опитаних, тоді як протилежної думки дотримувалося лише 14%. Решта респондентів або не змогла визначитися (24%), або вказала на рівнозначність двох можливостей.

Водночас половина учасників жовтневого опитування вважають, що другий тур у проведенні президентських виборів взагалі не потрібен, з цим не згоден лише кожен п'ятий опитаний і решта не визначилися. Вірогідно припустити, що певним негативним фоном для сприймання громадською думкою доцільності другого туру були публічні заяви відповідальних осіб ЦВК та інших представників істеблішменту про відсутність державних коштів на проведення другого туру. Тому не дивно, що майже чверть респондентів (23%) фактично виступає за обмеження кількості кандидатів, оскільки висловилися за те, щоб не допускати до виборів такого числа зареєстрованих претендентів. Крім того, громадська думка досить сильно налаштована на перенесення фінансових витрат за другий тур або на самих кандидатів-переможців першого туру, або на відповідні партії, об'єднання, які їх підтримують (відповідно 39% та 21%).

Таблиця 1

Динаміка намірів голосувати за певного кандидата в Президенти України (у % до тих, хто визначився з вибором кандидатів)

	1998					1999						
	т р а в е н ь	в е р е н ь	ж о в т е н ь	л и с т о п а д	г р у д ь	сі ч е р ез ь	б е р ез ь	т р а в е н ь	ч е р п е н ь	л и п н ь*	в е р е н ь	ж о в т е н ь
Вітренко Н.	5.3	5.8	7.0	9.7	14.2	14.8	19.8	20.9	18.5	17.4	18.6	20.9
Кучма Л.	9.8	15.2	11.8	14.9	10.4	13.3	19.0	18.0	25.3	22.8	38.3	43.0
Марчук Є.	2.4	2.2	3.2	2.2	2.1	3.1	3.1	2.8	3.8	4.5	7.2	5.2
Мороз О.	8.0	6.6	9.9	7.8	9.4	9.7	9.0	8.1	7.2	6.6	9.8	8.1
Симоненко П.	5.5	3.9	4.3	6.0	8.1	10.0	10.0	9.0	10.3	13.9	17.8	14.8
Ткаченко О.	—	1.0	0.8	0.9	1.7	2.2	2.4	1.9	2.5	2.1	3.0	4.1

* Опитування в липні проводилося за вибіркою, яка складала 2400 осіб. В усіх попередніх дослідженнях обсяг вибірки складав 1200 осіб.

Таблиця 2

**Електоральні орієнтації населення України
(у %, за даними опитування 29 вересня–7 жовтня 1999 р.)**

<i>Прізвища кандидатів</i>	<i>Кому з кандидатів Ви симпатизуєте як людині найбільше?</i>	<i>Кому з кандидатів Ви довіряєте як політику найбільше?</i>	<i>А хто, на Вашу думку, з цих кандидатів все ж таки переможе?</i>	<i>За кого з цих політиків Ви ніколи не будете голосувати?</i>
Вітренко Н.	16.5	12.8	4.5	7.9
Кучма Л.	20.3	26.1	56.7	21.2
Марчук Є.	4.2	3.6	1.5	4.8
Мороз О.	7.9	6.3	2.0	8.9
Симоненко П.	9.0	9.3	3.4	11.0
Ткаченко О.	3.3	2.6	1.1	7.4
Удовенко Г.	1.7	1.6	0.3	6,7

Таблиця 3

Перехід голосів з електоратів різних кандидатів до можливих фіналістів другого туру (жовтень 1999 р., дані у % до тих, хто відповів)

<i>Можливі пари другого туру</i>	<i>Вітренко Н.</i>	<i>Кучма Л.</i>	<i>Марчук Є.</i>	<i>Мороз О.</i>	<i>Симоненко П.</i>	<i>Ткаченко О.</i>	<i>Разом</i>
Кучма Л. - Мороз О.	26.6	98.4	18.4	1.7	7.3	10.0	40.3
Кучма Л. - Симоненко П.	29.2	0.6	55.3	96.7	59.6	46.7	21.6
Кучма Л. - Вітренко Н.	27.9	98.1	39.5	15.0	—	7.7	40.9
Кучма Л. - Марчук Є.	34.4	0.8	23.7	33.3	100.0	70.0	21.9
Кучма Л. - Ткаченко О.	1.3	96.2	34.2	15.0	7.3	10.0	36.3
Кучма Л. - Мороз О.	98.0	2.2	42.1	33.3	55.1	56.7	28.4
Кучма Л. - Марчук Є.	27.9	96.9	—	13.3	11.0	13.3	39.3
Кучма Л. - Вітренко Н.	19.5	1.9	100.0	30.0	26.6	26.7	15.2
Кучма Л. - Ткаченко О.	28.6	96.2	39.5	13.3	11.9	—	40.9
Кучма Л. - Мороз О.	23.4	1.6	23.7	43.3	45.0	100.0	16.5

ВИБОРИ-99 І СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ОРІЄНТАЦІЇ ЕЛЕКТОРАТУ

Анатолій Ручка

Політико-ідеологічна ідентифікація населення України

Політико-ідеологічна ідентифікація населення України — це питання, без розгляду якого неможливо отримати цілісної картини політичної культури суспільства та адекватно оцінити тенденції її розвитку. Показником політико-ідеологічної ідентифікації зазвичай вважається вибір електоратом певних політичних партій на виборах.

Проте тут можливий також більш «м'який» підхід. Політико-ідеологічну ідентифікацію населення можна з'ясувати на основі його самоідентифікації щодо політико-ідеологічних течій, які існують сьогодні в суспільстві. Соціологічні дані, які отримані Інститутом соціології НАН України протягом моніторингу 1994–1999 рр., свідчать про особливості політико-ідеологічної ідентифікації населення України, які властиві саме перехідним суспільствам. Проблема в тому, що багато людей у таких суспільствах не можуть визначити свою схильність чи симпатії щодо існуючих політико-ідеологічних течій. За результатами моніторингу 1994–1999 рр., таких «неідентифікованих» громадян 1995 р. виявилось 64%, 1999 р. — 54%. Отже, одна з особливостей перехідного суспільства полягає в наявності значної частки населення, яке не ідентифіковане в політико-ідеологічному відношенні. Водночас, за період 1995–1999 рр. спостерігається поступове зменшення цієї частки громадян. Цю обставину можна тлумачити наступним чином: згодом політико-ідеологічна ідентифікація населення має тенденцію до поширення і, мабуть, до певної кристалізації. Якщо 1995 р. політико-ідеологічна ідентифікація охоплювала 36%, то 1999 р. — вже 46% опитаних.

Проте яку форму і структуру має зазначена політико-ідеологічна ідентифікація населення? З'ясуємо це питання на основі вирізнення серед населення, яке ідентифікувало себе з різними політико-ідеологічними течіями, «лівих», «центристів» і «правих» (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка політико-ідеологічної ідентифікації населення (у %)

Ідентифікація	1995 рік	1999 рік
«Ліві»	18	27
«Центристи»	7	10
«Праві»	11	9
«Неідентифіковані»	64	54

Як бачимо, за період 1995–1999 рр. серед населення збільшилася частка «лівих» і «центристів». Водночас зменшилася частка «правих» і «неідентифікованих» громадян. Цікаво, що серед елітних груп України (центральної і регіональної разом) 1999 р. «лівих» виявилось 18%, «центристів» — 26%, «правих» — 10%, «неідентифікованих» — 46%. Наведені дані свідчать, що за формою і структурою політико-ідеологічна ідентифікація нашого населення суттєво відрізняється від форми і структури політико-ідеологічної ідентифікації населення розвинених країн. Там політико-ідеологічна ідентифікація населення має унімодальний, нормальний характер. Переважна частина населення зачисляє себе, як правило, до «центристів», підкреслюючи тим самим свою дистанцію стосовно радикалів чи екстремістів.

Форма і структура політико-ідеологічної ідентифікації нашого населення інші. Характерною ознакою її є дуже слабкий «центр» і значна частка «неідентифікованих» в політико-ідеологічному відношенні громадян. Ще одне питання стосується змісту понять «ліві», «праві», «центристи». Який саме зміст розуміється, коли відбувається відповідна політико-ідеологічна ідентифікація? Традиційно «ліві» сприймалися як прихильники прогресивних суспільних змін, соціальної рівності, справедливості, а «праві» — як

консерватори, прихильники збереження статус-кво, супротивники рівності. У перехідному суспільстві цей зміст скоріше змінюється. Тепер «ліві» висловлюються за повернення колишнього статус-кво, відновлення, наприклад, централізованої економіки тощо, а «праві» — за суспільні зміни, перехід до ринкової економіки тощо (табл. 2).

Таблиця 2

Ставлення опитаного населення до економічних перетворень, 1995–1999 рр.(у %)

Позиції	Потрібен повний перехід до ринку		Потрібні лише окремі зміни		Потрібно відновити централізовану економіку		Важко відповісти	
	1995	1999	1995	1999	1995	1999	1995	1999
Роки								
«Ліві»	7	8	15	16	66	64	11	12
«Центристи»	41	34	27	28	22	22	11	15
«Праві»	59	45	17	28	12	12	13	15
«Неідентифіковані»	27	20	20	25	31	34	22	21

Як бачимо, переважна більшість «лівих» висловлюється за відновлення централізованої економіки в країні. За цей шлях економічного розвитку країни висловлюється також третина «неідентифікованих» громадян. Натомість відносна більшість «правих» і «центристів» виступають за повний перехід до ринкової економіки. Отже, зміст понять «ліві», «праві» набуває в перехідному суспільстві нетрадиційного змісту.

Соціально-політичні орієнтації та очікування громадян України напередодні президентських виборів

Дані наведено за результатами соціологічного опитування населення України, проведеного Українським інститутом соціальних досліджень та Центром "Соціальний моніторинг" 1-8 жовтня 1999 року (опитано 3076 респондентів віком від 18 років) та опитування, проведеного цими ж установами 3-13 вересня 1999 року (опитано 3203 респонденти віком від 18 років в усіх адміністративно-територіальних одиницях України: 24 областях, АР Крим, м. Києві та м. Севастополі). Вибіркова сукупність репрезентативна за основними соціально-демографічними ознаками. Стандарти відхилення становлять 1.1–1.8 відсотка.

Про ідеологічні та політичні уподобання громадян України у першу чергу свідчать їхні відповіді на запитання: «Який ідейно-політичний напрям найбільше відповідає вашим власним переконанням?». За даними жовтневого опитування (див. таблицю 1), **найбільш поширені національно-демократичні та комуністичні орієнтації**. *Значну частину склали також ті, хто поділяє соціалістичні та соціал-демократичні погляди, а також прихильники ідеології, що поєднує переконання у необхідності об'єднання України та Росії в єдину державу з підтримкою ринкової економіки (далі ми будемо називати її «ринково-інтеграціоністською» ідеологією).*

Національно-демократичні ідеї найбільш популярними є у Західному регіоні (тут їх підтримують 39% респондентів) та у Києві (29%), найменшу підтримку вони мають у Південному регіоні (7%) та на Сході (11%). Частка людей з комуністичними поглядами є більшою на Сході (17%), а також у Криму (17%) та Південному регіоні (14%), тоді як на Півночі вона становить лише 6%, на Заході — 3%, з соціалістичними поглядами — приблизно однакова у всіх регіонах (7–10%), крім Західного, де вона становить 4%. Щодо соціал-демократичних ідей, дещо нижчою є їх популярність на Півдні (3%) й у Центральному регіоні (5%) порівняно з Північним (12%), Східним регіоном (10%) та Києвом (9%). У Криму найбільш поширеними є «ринково-інтеграціоністські» ідеї, прихильність до них тут висловили 22% респондентів, разом з тим помітна частина населення півострова (13%) назвали себе прихильниками національно-демократичної ідеології. Підтримка національно-радикальних ідей не перевищує 2% в жодному з регіонів України. У Західному регіоні, вищою, ніж в цілому по Україні, є частка респондентів з християнсько-демократичними поглядами — 8%.

Частка прихильників комуністичної ідеології помітно зростає із віком опитаних. Так, симпатії комуністичної ідеології становлять 6% серед осіб, молодших 35 років і 18% серед тих, кому за 55 років. Національно-демократичні погляди частіше поширені серед молодих людей — відповідно 21% і 13%.

Серед українців симпатії націонал-демократів становлять 21%, серед росіян — лише 9%, прихильники комуністичних ідей — відповідно 9% і 16%, «ринково-інтеграціоністських» — 4% і 9%.

Із зростанням освітнього рівня респондентів збільшується частка прихильників національно-демократичних ідей (від 11% серед людей з неповною середньою освітою до 19% серед тих, хто має вищу або незакінчену вищу освіту), соціал-демократичних ідей (відповідно 4% і 13%), зменшується частка прихильників комуністів (відповідно 15% і 6%) та тих, хто вказав, що не орієнтується в ідеологічних та політичних течіях (відповідно 27% і 11%).

Таблиця 1

Розподіл відповідей респондентів на запитання: «Який ідейно-політичний напрям найбільше відповідає вашим власним переконанням?» (у %)

Національно-демократичний	18
Комуністичний	11
Соціалістичний	8
Соціал-демократичний	8
Політичний напрям, що поєднує ідеї ринкової економіки з ідеями возз'єднання України з Росією	6
Християнсько-демократичний	3
Екологічний (“зелені”)	3
Ліберальний	1
Національно-радикальний	0,9
Анархістський	0,3
Інший	0,3
Жодний	14
Не орієнтуюся у політичних течіях	19
Важко відповісти	8

В опитуваннях ставилося запитання: «Які дії майбутнього Президента України, який буде обраний цієї осені, Ви схвалили би?» (див. таблицю 2).

Таблиця 2

Розподіл відповідей респондентів на запитання: «Які дії майбутнього Президента України, який буде обраний цієї осені, Ви схвалили би?» (у %)*

Наведення дисципліни та порядку в державі	70
Зниження податків на діяльність підприємств	42
Проведення ринкових реформ в економіці	40
Конфіскація власності ділків тіньової економіки та нечесних чиновників	39
Ліквідація бюрократичних перепон діяльності підприємств	30
Введення робітничого контролю над діяльністю підприємств	27
Об'єднання України з Росією в єдину державу	23
Повернення до централізованого планування економіки	18
Усунення представників буржуазних та націоналістичних партій від управління державою	16
Сприяння іноземним інвестиціям в економіку України	13
Усунення комуністів від управління державою	11
Одержання західних кредитів	9
Звернення за економічною допомогою до Заходу	7
Звернення за економічною допомогою до Росії	6
<i>Важко відповісти</i>	7
<i>Інше</i>	5

* Респондент міг вибрати будь-яку кількість варіантів відповіді, тому сума відповідей перевищує 100%.

Найчастіше підтримали б проведення новообраним Президентом ринкових реформ в економіці люди з національно-демократичними (60%) та соціал-демократичними (60%) поглядами. Тобто в Україні прихильники соціал-демократичної ідеології досить близькі за своїми орієнтаціями до симпатиків правих та правоцентристських політичних течій. Однак потрібно зазначити, що навіть серед прихильників комуністичної ідеології 22% підтримали б такі реформи, а серед симпатиків соціалістів — 29%. Підтримують повернення до централізованого планування економіки люди з лівими поглядами не

набагато частіше. За це висловилися 40% людей з комуністичними орієнтаціями і 37% — з соціалістичними. Значно більше симпатиків комуністів підтримали б і об'єднання України та Росії в єдину державу (54%). Тобто можна стверджувати, що для симпатиків комуністичної ідеї помітно більше значення має проблема політичної інтеграції України та Росії, ніж власне соціалістичні принципи побудови економіки.

Про соціально-політичні орієнтації громадян свідчать також їхні відповіді щодо бажаності для них певних шляхів розвитку українського суспільства (табл. 3). Серед запропонованих для оцінки респондентам заходів найбільш привабливим виявилось судження про те, що держава повинна встановлювати рівень доходів громадян залежно від рівня їх кваліфікації та умов праці. На нашу думку, тут мова йде не стільки про те, що громадяни вважають, що держава має директивно встановлювати залежність рівня доходів від кваліфікації та умов праці, скільки про те, що держава повинна створювати відповідні соціальні та економічні умови для цього. Лише у такому випадку майнова диференціація між різними групами населення буде сприйматися суспільством як легітимна. Свідченням же низької легітимності такої диференціації в очах громадян є те, що *третина всіх опитаних заявили, що вони хотіли б «щоб багатії були покарані», очевидно вважаючи, що джерело багатства завжди є незаконним. Серед тих, хто характеризував власний рівень матеріального добробуту як «дуже низький», такої точки зору дотримуються 48%, як «низький» — 40%, «нижчий за середній» — 29%, «середній» — 20%. Найчастіше із цим судженням погоджуються прихильники комуністичної (59%) та соціалістичної (53%) ідеології, люди віком понад 55 років значно частіше (50%), ніж ті, кому менше 35 років (21%).*

Таблиця 3

Ставлення населення до деяких ідеологем, поширених у громадській свідомості (у %)

Чи хотіли б Ви?:	Так і скоріше, так	Ні і скоріше, ні	Важко відповісти
Щоб держава встановлювала рівень доходів громадян залежно від рівня їх кваліфікації та умов праці	77	7	16
Зміцнення незалежності України	56	21	22
Обмеження поширення американської масової культури в Україні	51	28	20
Побудови ринкової економіки	46	22	32
Об'єднання України і Росії в єдину державу	46	36	18
Повернення до централізовано планованої економіки	42	31	27
Повернення суспільства до стану, який був до перебудови	40	40	21
Побудови суспільства на соціалістичних засадах	39	30	32
Щоб багатії були покарані	34	32	34
Щоб представників деяких національностей не допускали в Україну	26	52	22
Обмеження поширення російської масової культури в Україні	24	56	21
Згорання відносин із Заходом	16	61	23

Більше половини опитаних заявили, що вони хочуть зміцнення незалежності України. Але тут потрібно звернути увагу на те, що 15% усіх респондентів вказують, що вони хотіли би зміцнення незалежності України і водночас ствердно відповідають на запитання: «Чи хотіли б Ви об'єднання України та Росії в єдину державу?». Тобто ці громадяни не мають чіткої позиції у цьому питанні і здатні сприйняти як незалежну Україну, так і створення єдиної держави з Росією. Слід сказати, що відсутність чіткої

позиції проявляється не лише в ставленні до незалежності. Так, 10% всіх респондентів одночасно заявляють, що хотіли б побудови ринкової економіки і повернення суспільства до стану, який був до перебудови. Тобто можна констатувати, що **значна частина громадян України практично не має власної точки зору на шляхи розвитку українського суспільства**. У цьому відношенні характерним є те, що серед тих респондентів, хто назвав себе прихильником комуністичної ідеології, 23% підтвердили, що хотіли б побудови ринкової економіки.

Потрібно вказати також, що серед респондентів, які хотіли би об'єднання України та Росії в єдину державу, майже дві третини (63%) вказали, що взагалі б хотіли повернення суспільства до стану, який був до перебудови. Тобто *«інтеграційні» настрої у суспільстві є переважно настроями «реставраційними», спрямованими на відновлення Радянського Союзу у тому вигляді, в якому він існував до середини вісімдесятих років, а не на створення принципово нового політичного об'єднання двох слов'янських народів.*

*Ольга Балакірева,
Олександр Яременко*

Соціальне самопочуття населення України: осінь 1999 року

Матеріал підготовлений за результатами національних опитувань, які проводилися Українським інститутом соціальних досліджень та Центром “Соціальний моніторинг” у вересні та жовтні цього року в усіх адміністративно-територіальних одиницях України: 24 областях, АР Крим, м. Києві та м. Севастополі. Загальна кількість опитаних становила 3203 та 3076, відповідно, віком від 18 років та старші. Вибіркова сукупність репрезентативна за основними соціально-демографічними ознаками. Стандартні відхилення не перевищують 2%.

Таблиця 1

Розподіл відповідей на запитання “Якою мірою Ви задоволені ...” серед тих, кого стосується кожна з зазначених проблем (у %)

	<i>Кількість тих, кого стосується проблема, N</i>	<i>Задоволений</i>	<i>Незадоволений</i>	<i>“Важко відповісти, задоволений чи ні” та “Для мене це не має значення”</i>
Розміром заробітної плати (пенсії, стипендії)	2712	4	88	8
Регулярністю їх виплати	2705	5	63	32
Розміром та регулярністю виплати (надання) соціальної допомоги	1168	18	70	12
Умовами праці	1822	20	46	34
Відносинами з адміністрацією Вашого підприємства (установи)	1778	240	25	51
Можливостями службового просування	1478	39	37	24
Роботою в цілому	1824	20	33	46
Взаєминами у сім'ї	3059	14	11	75
Можливостями дати Вашим дітям гарну освіту	2054	25	63	12
Тим, як складається життя в цілому	3150	22	53	25

Таблиця 2

Розподіл відповідей на запитання “Яким Вами бачиться майбутнє України через десять років?” (у %)

Україна стане процвітаючою країною	26
Ситуація в Україні залишатиметься приблизно такою ж, як і зараз	26
Ситуація в Україні буде гіршою, ніж зараз	23
Важко відповісти	24

Таблиця 3

Розподіл відповідей на запитання “Якою мірою Ви згодні із такими судженнями:” (у %)*

	<i>Згодні з судженням зліва</i>	<i>Нейтральна або невизначена позиція</i>	<i>Згодні з судженням справа</i>	
Для людини важливіше спокійне, забезпечене життя, а не служіння ідеї	72	17	10	Для людини важливіше служіння ідеї, а не спокійне, забезпечене життя
Події, які відбуваються в країні та світі, цікавлять мене лише тоді, коли якимось чином зачіпають мої інтереси	53	26	21	Події, що відбуваються в країні і світі, часто цікавлять мене більше, ніж події у моєму власному житті
Щастя одних людей найчастіше побудоване на нещасті інших	39	26	35	Щастя одних людей сприяє щастю інших
Україна у своєму розвитку завжди буде відставати від Росії	30	40	30	Україна буде розвиватися швидше від Росії
Людині неможливо вижити у нашому суспільстві, не порушуючи моральних норм	45	19	35	Людина в нашому суспільстві може і повинна жити за нормами моралі, не шкодячи іншим
Людині у нашому суспільстві майже неможливо бути щасливою	41	24	34	Людина у нашому суспільстві цілком може бути щасливою
Доля моєї країни турбує мене навіть більше, ніж моя власна доля	21	32	47	Моя власна доля турбує мене значно більше, ніж доля країни

* Респонденти визначалися за шкалою, на якій обирали значення, яке найбільш відповідало їхній власній згоді з одним із суджень.

Таблиця 4

Розподіл відповідей на запитання “Що заважає Вам досягти життєвого успіху?” (у %)

	<i>Заважає значною мірою</i>	<i>Заважає деякою мірою</i>	<i>Не заважає</i>	<i>Важко відповісти</i>
Поганий матеріальний стан	49	24	17	10
Політика влади	37	21	20	22
Відсутність необхідних зв'язків	29	25	30	15
Обтяженість сімейними турботами	12	19	57	12
Недостатній рівень освіти	12	22	52	13
Відсутність нормального житла	11	12	66	11
Недостатньо висока кваліфікація	11	21	52	16
Місце проживання	9	11	68	12
Особисті якості	7	19	56	17
Соціальне походження	6	10	67	16
Інше	8	2	12	76

Таблиця 5

Розподіл відповідей на запитання “Як Ви вважаєте, економічне становище підприємств (установ), подібних Вашому, протягом найближчих п’яти років:” (у %)

	<i>Серед тих, хто працює, N=1436</i>
В цілому покращиться	20
Залишиться таким же, як і зараз	30
В цілому погіршиться	26
Важко відповісти	23

Таблиця 6

Розподіл відповідей на запитання “Як Ви вважаєте, чи можете Ви найближчим часом залишитися без роботи?” (у %)

	<i>Серед тих, хто працює, N=1436</i>
Це, скоріше за все, станеться	9
Це дуже вірогідно	41
Це малоймовірно	28
Впевнений, що цього не станеться	11
Я вже зараз безробітний	1
Важко відповісти	10

Таблиця 7

Розподіл відповідей на запитання “Чи потребуєте Ви (Ви особисто або Ваша сім’я) соціальної допомоги (тобто виплат матеріальної допомоги, пільг, інших видів підтримки)?” (у %)

Ні, не потребую (не потребуємо)	14
Деякою мірою потребую (потребуємо)	34
Відчуваю (відчуваємо) гостру потребу в такій допомозі	46
Важко відповісти	5

Таблиця 8

Розподіл відповідей на запитання “Від кого, в першу чергу, Ви або Ваша сім’я сподіваєтесь отримати соціальну допомогу?” (у %)*

Від держави	47
Від підприємства, на якому Ви працюєте (або працювали)	12
Від добровільних організацій	4
Від політичних партій та об’єднань	1
Від громадських організацій	1
Від інших організацій	1
Розраховую лише на власні сили	45
Важко відповісти	7

* Респондент міг вибрати до 2 варіантів відповідей, тому сума перевищує 100%.

Настрої населення України перед виборами президента — жовтень 1999 року

Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) разом з кафедрою соціології Національного університету «Києво-Могилянська Академія» 30 вересня - 8 жовтня 1999 року провели репрезентативне опитування дорослого населення України. Усього було опитано 1772 респонденти у віці від 18 років, що мешкають у 132 селах, селищах міського типу та містах всіх областей та Криму, а також у Києві.

Аналогічне опитування з тих же питань КМІС та кафедра соціології НаУКМА провели також у листопаді 1994, у жовтні 1995 та 1996, у листопаді 1997 та 1998, та в липні 1999 року.

Нижче наведені розподіли (у %) відповідей респондентів на питання, що висвітлюють низку соціально-економічних та політичних орієнтацій дорослого населення України наприкінці 1994 (перша колонка, опитано 2123 респонденти), 1995 (друга колонка, 1530), 1996 (третья колонка, 1466), 1997 (четверта колонка, 2130), 1998 (п'ята колонка, 1566), у липні 1999 (шоста колонка, 1981) та в жовтні 1999 року.

Таблиця 1

Якою мірою Вас не задовольняє чи задовольняє те, як йдуть зараз справи в Україні? (у %)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999 липень	1999 жовтень
Зовсім не задовольняє	67	61	57	—	70	62	55
Скоріше не задовольняє, ніж задовольняє	20	23	22	—	19	24	26
Наскільки задовольняє, настільки і не задовольняє	7	9	9	—	7	9	12
Скоріше задовольняє, ніж не задовольняє	3	3	5	—	2	3	5
Повністю задовольняє	2	1	2	—	1	1	2
Важко сказати	1	2	4	—	1	2	—

Таблиця 2

Якою мірою Вас не задовольняє чи задовольняє те, як складається зараз Ваше життя? (у %)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999 липень	1999 жовтень
Зовсім не задовольняє	58	55	53	55	60	52	46
Скоріше не задовольняє, ніж задовольняє	18	20	21	21	21	23	27
Наскільки задовольняє, настільки і не задовольняє	12	13	13	14	12	14	12
Скоріше задовольняє, ніж не задовольняє	7	8	9	6	4	8	12
Повністю задовольняє	3	2	3	2	2	2	4
Важко сказати	1	2	2	1	1	1	—

Таблиця 3

Розподіл відповідей на запитання “Яке з наведених висловлювань більш відповідає тій життєвій ситуації, яка склалася у Вас?” (у %)

	99 липень	99 жовте нь
Все не так вже і погано і жити можна	8	10
Жити важко, але терпіти можна	47	49
Терпіти наше злиденне становище вже неможливо	44	39
Важко сказати	1	1

Таблиця 4

Розподіл відповідей на запитання про те, яку економічну систему треба мати в Україні. (у %)

	1999 липень	1999 жовте нь
Потрібно відновити державне управління економікою без будь-якого приватного підприємництва	23	23
Потрібно відновити державне управління економікою, зберігаючи при цьому деякі можливості для приватного підприємництва	23	22
Потрібно створити рівні можливості державному управлінню економікою та розвитку приватного підприємництва	30	28
Потрібно дати шлях приватному підприємництву, зберігаючи деякі можливості для державного управління економікою	11	12
Потрібно дати свободу приватному підприємництву без будь-якого державного втручання	5	7
Важко сказати	9	8

Таблиця 5

Якими б Ви хотіли бачити взаємовідносини України з Росією? (у %)

	199 4	199 5	199 6	199 7	199 8	1999 липень	1999 жовте нь
Вони повинні бути такими ж, як з іншими державами — з закритими кордонами, візами, митницями	15	14	18	13	11	10	16
Україна та Росія повинні бути незалежними, але дружніми державами — з відкритими кордонами, без віз та митниць	49	49	53	53	50	52	53
Україна та Росія повинні об'єднатись в одну державу	34	31	25	30	36	35	27
Важко сказати	3	6	4	4	3	3	3

Таблиця 6

Розподіл відповідей на запитання “Яке з наведених суджень найбільш відповідає фінансовому становищу Вашого домогосподарства?” (у %)

<i>Матеріальне становище</i>	<i>1996</i>	<i>1997</i>	<i>1998</i>	<i>1999 липень</i>	<i>1999 жовтень</i>
Нам не вистачає грошей навіть на їжу	36	43	50	43	38
Нам вистачає грошей на їжу, але купувати одяг чи взуття вже складно	52	48	41	43	47
Нам вистачає грошей на їжу, одяг, ми можемо щось відкласти, але цього недостатньо для придбання таких речей як, наприклад, холодильник чи телевізор	9	7	6	11	11
Ми можемо купувати деякі дорогі речі (як, наприклад, телевізор чи холодильник), але ми не можемо собі дозволити все, що ми хочемо	3	1	2	2	4
Ми можемо дозволити купити собі все, що ми хочемо	0	0	0	0	0
Важко сказати	0	0	0	0	0

Дані за регіонами (жовтень 1999)

Відсотки наведені по відношенню до тих, хто відповів на запитання

Склад регіонів:

Західний: Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області.

Західно-Центральний: м. Київ, Київська, Вінницька, Житомирська, Кіровоградська, Хмельницька, Черкаська області.

Східно-Центральний: Дніпропетровська, Полтавська, Сумська, Чернігівська області.

Південний: Крим, Запорізька, Миколаївська, Одеська, Херсонська області.

Східний: Донецька, Луганська, Харківська області.

Таблиця 7

Якою мірою Вас не задовольняє чи задовольняє те, як йдуть зараз справи в Україні? (у %)

	<i>Західний</i>	<i>Західно-Центральний</i>	<i>Східно-Центральний</i>	<i>Південний</i>	<i>Східний</i>
Зовсім не задовольняє	37	61	54	58	62
Скоріше не задовольняє, ніж задовольняє	38	18	30	24	22
Наскільки задовольняє, настільки і не задовольняє	13	12	12	11	11
Скоріше задовольняє, ніж не задовольняє	10	6	1	6	3
Повністю задовольняє	2	2	3	1	3

Таблиця 8

Якою мірою Вас не задовольняє чи задовольняє те, як складається зараз Ваше життя? (у %)

	<i>Західний</i>	<i>Західно-Центральний</i>	<i>Східно-Центральний</i>	<i>Південний</i>	<i>Східний</i>
Зовсім не задовольняє	30	47	51	48	53
Скоріше не задовольняє, ніж задовольняє	34	27	28	25	23
Наскільки задовольняє, настільки і не задовольняє	14	11	11	10	12
Скоріше задовольняє, ніж не задовольняє	19	12	6	12	8
Повністю задовольняє	2	4	4	5	4

Таблиця 9

Розподіл відповідей на запитання “Яку економічну систему треба мати в Україні?” (у %)

	<i>Західний</i>	<i>Західно-Центральний</i>	<i>Східно-Центральний</i>	<i>Південний</i>	<i>Східний</i>
Потрібно відновити державне управління економікою без будь-якого приватного підприємництва	15	26	24	22	27
Потрібно відновити державне управління економікою, зберігаючи при цьому деякі можливості для приватного підприємництва	19	21	25	22	24
Потрібно створити рівні можливості державному управлінню економікою та розвитку приватного підприємництва	31	27	30	27	27
Потрібно дати шлях приватному підприємству, зберігаючи деякі можливості для державного управління економікою	18	12	9	12	9
Потрібно дати свободу приватному підприємству без будь-якого державного втручання	12	7	4	7	3
Важко сказати	6	8	9	9	10

Таблиця 10**Якими б Ви хотіли бачити взаємовідносини України з Росією? (у %)**

	<i>Західний</i>	<i>Західно-Центральний</i>	<i>Східно-Центральний</i>	<i>Південний</i>	<i>Східний</i>
Вони повинні бути такими ж, як з іншими державами — з закритими кордонами, візами, митницями	41	16	12	8	5
Україна та Росія повинні бути незалежними, але дружніми державами — з відкритими кордонами, без віз та митниць	48	63	54	46	52
Україна та Росія повинні об'єднатись в одну державу	7	17	31	44	39
Важко сказати	3	4	3	3	4

Таблиця 11**Розподіл відповідей на запитання “Яке з наведених суджень найбільш відповідає фінансовому становищу Вашого домогосподарства?” (у %)**

<i>Матеріальне становище</i>	<i>Західний</i>	<i>Західно-Центральний</i>	<i>Східно-Центральний</i>	<i>Південний</i>	<i>Східний</i>
Нам не вистачає грошей навіть на їжу	27	44	34	38	45
Нам вистачає грошей на їжу, але купувати одяг чи взуття вже складно	55	42	53	47	41
Нам вистачає грошей на їжу, одяг, ми можемо щось відкласти, але цього недостатньо для придбання таких речей як, наприклад, холодильник чи телевізор	14	9	11	11	10
Ми можемо купувати деякі дорогі речі (як, наприклад, телевізор чи холодильник), але ми не можемо собі дозволити все, що ми хочемо	4	5	2	4	4
Ми можемо дозволити купити собі все, що ми хочемо	0	0	0	0	0
Важко сказати	0	1	0	0	0

Дані за віковими групами (жовтень 1999)

Відсотки дані по відношенню до тих, хто відповів на запитання.

Таблиця 12**Якою мірою Вас не задовольняє чи задовольняє те як йдуть зараз справи в Україні? (у %)**

	<i>18–29 років</i>	<i>30–44 років</i>	<i>45–59 років</i>	<i>60 і старш і</i>
Зовсім не задовольняє	48	47	61	65
Скоріше не задовольняє, ніж задовольняє	25	33	22	21
Наскільки задовольняє, настільки і не задовольняє	19	13	10	6
Скоріше задовольняє, ніж не задовольняє	7	6	4	5
Повністю задовольняє	2	1	3	3

Таблиця 13**Якою мірою Вас не задовольняє чи задовольняє те, як складається зараз Ваше життя? (у %)**

	<i>18–29 років</i>	<i>30–44 років</i>	<i>45–59 років</i>	<i>60 і старш і</i>
Зовсім не задовольняє	30	37	54	63
Скоріше не задовольняє, ніж задовольняє	31	31	26	21
Наскільки задовольняє, настільки і не задовольняє	17	14	9	6
Скоріше задовольняє, ніж не задовольняє	16	15	8	7
Повністю задовольняє	7	3	3	3

Таблиця 14**Розподіл відповідей на запитання “Яку економічну систему треба мати в Україні?” (у %)**

	<i>18–29 років</i>	<i>30–44 років</i>	<i>45–59 років</i>	<i>60 і старш і</i>
Потрібно відновити державне управління економікою без будь-якого приватного підприємництва	9	18	26	38
Потрібно відновити державне управління економікою, зберігаючи при цьому деякі можливості для приватного підприємництва	22	22	24	20
Потрібно створити рівні можливості державному управлінню економікою та розвитку приватного підприємництва	34	32	27	19
Потрібно дати шлях приватному підприємництву, зберігаючи деякі можливості для державного управління економікою	18	13	13	5
Потрібно дати свободу приватному підприємництву без будь-якого державного втручання	11	9	3	3
Важко сказати	6	5	7	15

Таблиця 15**Якими б Ви хотіли бачити взаємовідносини України з Росією? (у %)**

	<i>18–29 років</i>	<i>30–44 років</i>	<i>45–59 років</i>	<i>60 і старш і</i>
Вони повинні бути такими ж, як з іншими державами — з закритими кордонами, візами, митницями	19	19	14	13
Україна та Росія повинні бути незалежними, але дружніми державами— з відкритими кордонами, без віз та митниць	57	55	56	45
Україна та Росія повинні об'єднатись в одну державу	22	23	27	37
Важко сказати	2	3	3	6

Таблиця 16**Розподіл відповідей на запитання “Яке з цих суджень найбільш відповідає фінансовому становищу Вашого домогосподарства?” (у %)**

<i>Матеріальне становище</i>	<i>18–29 років</i>	<i>30–44 років</i>	<i>45–59 років</i>	<i>60 і старш і</i>
Нам не вистачає грошей навіть на їжу	20	28	42	62
Нам вистачає грошей на їжу, але купувати одяг чи взуття вже складно	52	56	45	35
Нам вистачає грошей на їжу, одяг, та ми можемо щось відкласти, але цього недостатньо для придбання таких речей як, наприклад, холодильник чи телевізор	20	12	10	3
Ми можемо купувати деякі дорогі речі (як, наприклад, телевізор чи холодильник), але ми не можемо собі дозволити все, що ми хочемо	8	5	2	0
Ми можемо дозволити купити собі все, що ми хочемо	1	0	0	0
Важко сказати	0	0	1	0

Вибори – 99 і зовнішньополітичні орієнтації електорату

Матеріал підготовлений за результатами національних опитувань, які проводилось Центром соціальних і маркетингових досліджень СОЦИС в усіх регіонах України протягом вересня-жовтня 1999 року. Вибіркова сукупність за своєю соціально-демографічною характеристикою (вік, стать, рівень освіти та тип поселення) є репрезентативною для дорослого населення країни. Метод збору емпіричної соціологічної інформації-стандартизоване інтерв'ю за місцем постійного проживання респондентів. Опитування проводилось в усіх регіонах України.

Отримані дані дозволяють зробити висновок, що громадська думка населення України надає перевагу насамперед збалансованому зовнішньополітичному курсу майбутнього Президента: такої точки зору дотримується від 72% опитаних у вересневому опитуванні до 82% у жовтневому. Тому ідея багатовекторності зовнішньої політики, якої дотримується керівництво МЗС України, має достатню підтримку серед населення країни. В свою чергу, кількість “західників” не перевищує і 10%, а прихильників про-східного вектору зовнішньої політики виявилось майже вдвічі менше.

На фоні загального домінування підтримки багатовекторності зовнішнього курсу нового глави держави, регіональний розподіл виявив істотні відмінності точок зору. Зокрема, серед опитаних мешканців столиці, Західного та Північного-Західного регіонів виявилось більше прихильників прозахідної зовнішньої політики (в середньому 15%). Що ж до вікових груп, то найбільшими прихильниками пріоритетності розвитку стосунків із Заходом виявилась молодь до 25 років, тоді як опитані пенсійного віку, навпаки, тяжіють до про-східної орієнтації.

З точки зору учасників дослідження, *найбільш активні і продуктивні двосторонні відносини* на сучасному етапі наша країна має насамперед з Росією та Польщею (див. табл.1).

Таблиця 1

Розподіл відповідей на запитання ”З якими країнами, на Ваш погляд, сьогодні Україна має найкращі стосунки?” (у %)

	<i>Вересень 1999</i>	<i>Жовтень 1999</i>
Росія	39	39
Польща	30	28
Білорусь	27	27
Важко відповісти	26	24
США	20	20
Німеччина	19	20
Молдова	13	12
Туреччина	7	7
Угорщина	3	4
Румунія	2	1

В той же час, громадська думка вважає, що наша країна недостатньо розвиває відносини з такими провідними країнами Заходу, як США та Німеччина. Цікаво також зауважити, що на доцільність збереження у майбутньому існуючих тісних контактів з Польщею висловилось лише 15% опитаних, тоді як зміцнення взаємовідносин з Москвою підтримує більше половини (54%). Можна припустити, що це продиктоване не тільки бажанням розвитку взаємовигідних економічних стосунків з нашим північним сусідом, але і пересторогою погіршення відносин з ядерною державою.

Подібне припущення підтверджує і той факт, що громадська думка передбачає можливість загрози для України насамперед з боку таких ядерних країн як США і Росії. Причому частка тих, хто виокремлює потенційну небезпечність Росії зростає у порівнянні з минулим місяцем на 4 відсотки і зрівнялась за цим показником із США. Можна припустити, що вказана пересторога є реакцією на активізацію широкомасштабних воєнних дій Росії проти Чечні з важкопрогнозованими наслідками. Зауважимо, що більше половини опитаних не змогли дати відповідь на це запитання.

Таблиця 2

Розподіл відповідей на запитання "Від яких країн, на Вашу думку, може бути загроза для України? (у %)

	<i>Вересень 1999</i>	<i>Жовтень 1999</i>
Важко відповісти	57	58
США	24	18
Росія	14	18
Туреччина	7	8
Німеччина	5	4
Румунія	3	3
Білорусь	2	1
Молдова	1	1
Польща	1	1
Угорщина	0.3	1

У зв'язку із перспективою вступу Польщі, Угорщини і Чехії до НАТО, перед Україною об'єктивно постає питання: яким саме чином регулювати державні відносини країни з цим військовим блоком? Громадська думка насамперед вважає, що нашій державі доцільно підтримувати конструктивний діалог з Альянсом з урахуванням національних інтересів. Такої позиції дотримується 61%, тоді як дистанціювання від НАТО підтримали не більше 14%. Решта не змогла визначити свого ставлення до цього питання.

Що ж до загальних напрямків розвитку зовнішньої політики України, то тут громадська думка надає перевагу в першу чергу розвитку взаємовигідного співробітництва з усіма країнами, тобто підтримує вже згадану багатовекторність зовнішнього курсу. Приблизно однакова кількість респондентів вважає за доцільно приділяти більше уваги стосункам з країнами СНД (27%), країнами-сусідами та стосункам з Росією (відповідно по 24%). Зауважимо, що 14% висловились за поглиблення відносин з США, а кожний десятий — за активізацію відносин з Німеччиною.

ПРЕЗИДЕНТСЬКІ ВИБОРИ: КАМПАНІЯ У ПІСЛЯВИБОРЧИХ ОЦІНКАХ

Олег Петров, Володимир Полторак

Проблеми і тенденції президентської виборчої кампанії 1999 року за результатами поствиборчих досліджень

Науковий і практичний потенціал поствиборчих електоральних соціологічних досліджень поки що вивчений мало. Однак досвід авторів щодо використання таких досліджень у виборчій кампанії з виборів до Верховної Ради України 1998 року та президентських виборів 1999 року свідчить про їх значні можливості в плані аналізу всього комплексу проблем виборів та електорату.

У чому ж переваги, оригінальні методичні можливості поствиборчих досліджень порівняно з дослідженнями передвиборчими або безпосереднім аналізом статистики виборів? З одного боку, при проведенні передвиборчих досліджень ми маємо змогу проаналізувати потенційний електорат того чи іншого кандидата (або партії) за всіма соціально-демографічними та іншими характеристиками, але не можемо відповісти на питання: яким чином поводитися респонденти у кабінах для голосування. З іншого боку, аналізуючи результати виборів, що відбулися, ми не можемо визначити, як саме проголосували конкретні категорії виборців (скажімо, окремо чоловіки та жінки).

Поствиборчі дослідження дають змогу у випадках, коли їх результати здебільше збігаються з результатами виборів, простежити глибинні тенденції, що мали місце у процесі голосування.

Зробимо такий аналіз на підставі даних низки електоральних досліджень, здійснених Центром соціологічних та політичних досліджень і технологій “СОЦІОПОЛІС” під час президентської виборчої кампанії. Загальнонаціональні дослідження проводилися Центром в усіх областях України, Автономній Республіці Крим, Києві та Севастополі у вересні, жовтні, листопаді 1999 року та в січні 2000 року. За репрезентативною квотною вибіркою було опитано відповідно 2199, 2194, 2199, 2198 осіб.

Отже, перша важлива і цікава проблема: **наскільки оприлюднені ЦВК результати виборів збігаються з оцінками виборців, зробленими після голосування, чи не було їх масової фальсифікації?** Результати наших досліджень та прогнозів з цього приводу наведено в табл. 1. Результати вересневого дослідження (вони мало чим відрізняються від одержаних у жовтні) були оприлюднені на одному з круглих столів “Вибори-99 у регіональному вимірі”, організованому Фондом “Демократичні ініціативи”; результати жовтневого та листопадового досліджень доводились до відома замовників за 5–7 днів до дня голосування, оскільки ми не мали змоги опублікувати їх згідно з положенням Закону про вибори Президента України.

Таблиця 1

Прогноз Центру “СОЦІОПОЛІС” щодо результатів першого туру президентських виборів, їх реальні результати і поствиборчі думки виборців про своє голосування (*% виборців, котрі мали намір взяти і які брали участь у голосуванні; **% тих, хто пам’ятає про свою участь у голосуванні і голосував)

Кандидати на посаду Президента	Результати передвиборчих досліджень Центру	Реальні результати виборів 31 жовтня 1999 року*	Результати січневого опитування 2000 року**

	Жовтневе опитування 1999 року *	Прогноз для основних кандидатів		
О.Базилюк	0,3	–	0,14	0,1
Н.Вітренко	13,9	15–19	10,97	9,7
М.Габер	0,0	–	0,12	0
Ю.Кармазін	0,4	–	0,35	0,1
В.Кононов	0,1	–	0,29	0,4
Ю.Костенко	1,9	–	2,17	2,7
Л.Кучма	33,9	35–39	36,49	39,8
Є.Марчук	6,0	4–8	8,13	7,6
О.Мороз	8,2	8–12	11,29	9,3
В.Онопенко	0,2	–	0,47	0,3
О.Ржавський	0,2	–	0,37	0,5
П.Симоненко	14,3	3–17	22,24	22,5
Г.Удовенко	1,8	–	1,22	2,4

*У жовтневому дослідженні також вивчалися думки стосовно голосування за кандидатури В.Олійника (за якого збиралися голосувати 0,2% виборців, які визначилися щодо участі у виборах) та О.Ткаченка (2,3%), котрі пізніше зняли свої кандидатури.

Розглянемо ситуацію, що склалася в громадській думці через три місяці після голосування щодо результатів першого туру виборів. Одразу ж зазначимо, що 3,5% опитаних не змогли пригадати, за кого вони голосували і навіть чи голосували взагалі. Відсоток взагалі незначний і засвідчує, що вибори Президента виявилися досить важливою подією для населення. Лише 11% заявили, що не брали участі у виборах, тоді як насправді таких було майже 30%. Проте відомо, що саме в питаннях щодо участі в голосуванні найбільшою мірою виявляється “ефект опитування”, тобто прагнення людей давати більше соціально схвалюваних відповідей.

Водночас зазначимо, що результати поствиборчого опитування адекватно відбивають співвідношення голосів, оприлюднене ЦВК. Тільки стосовно Л.Кучми розбіжності перевищили 3%, що цілком пояснюється психологічними причинами. Тож не можна говорити про масштабні фальсифікації результатів виборів, які б істотно вплинули на результати.

Цікаво, що навіть там, де наш передвиборчий прогноз (як і прогнози інших центрів) виявився недостатньо точним (див. табл. 1 стосовно П.Симоненка і Н. Вітренко), поствиборче дослідження продемонструвало цілком задовільну точність.

Тепер розглянемо результати дослідження щодо голосування громадян у другому турі виборів (див. табл. 2).

Таблиця 2

Прогноз результатів другого туру президентських виборів, їх реальні результати і поствиборчі думки виборців про своє голосування (*% виборців, котрі мали намір взяти і які брали участь у голосуванні; **% до тих, хто пам’ятає про свою участь у голосуванні і голосував)

Кандидати	Результати передвиборчих досліджень Центру “СОЦІОПОЛІС”	Реальні результати виборів 14 листопада 1999 року*	Результати січневого опитування 2000 року**

	Листопад 1999 року*	Прогноз		
Л.Кучма	50,4	51–55	56,3	59,6
П.Симоненко	31,3	33–37	37,8	33,0

Щодо другого туру прогнозні дані виявилися точнішими за результати поствиборчого опитування. Проте говорити про фальсифікацію виборів і тут не доводиться, оскільки зміна рейтингів сталася в порядку, зворотному тому, який був би в разі фальсифікацій з боку адміністративних органів: рейтинг Л.Кучми збільшився, а П.Симоненка зменшився. “Зростання” рейтингу Президента практично таке саме, як і в опитуванні відносно голосування в першому турі.

Що ж до П. Симоненка, то внаслідок того, що другий тур був вирішальним, спрацював “синдром Альхена” (за І.Ільфом і Є.Петровим). Він полягає в тому, що, як виявляється в ході електоральних досліджень, у процесі виборів має місце не тільки “ефект зсуву останньої хвилини” на кінцевих етапах голосування (тобто приєднання деяких виборців, котрі не визначилися, до більшості), а й поствиборчий ефект, коли значна доля виборців відповідають не так, як голосували насправді. Причому це може проявлятися в двох формах. По-перше, деякі виборці ототожнюють себе з тими, хто голосував за переможця. По-друге, деякі виборці голосують, а під час опитування “соромляться” свого вибору. Мабуть, саме це спрацювало в разі з П.Симоненком.

Друга важлива проблема, яка вирішується в процесі поствиборчих досліджень — це виявлення *специфіки “перетікання” голосів виборців від кандидатів, котрі брали участь у першому турі, до тих, хто вийшов у другий*. Відповідні дані нашого дослідження наведені у табл. 3.

Таблиця 3

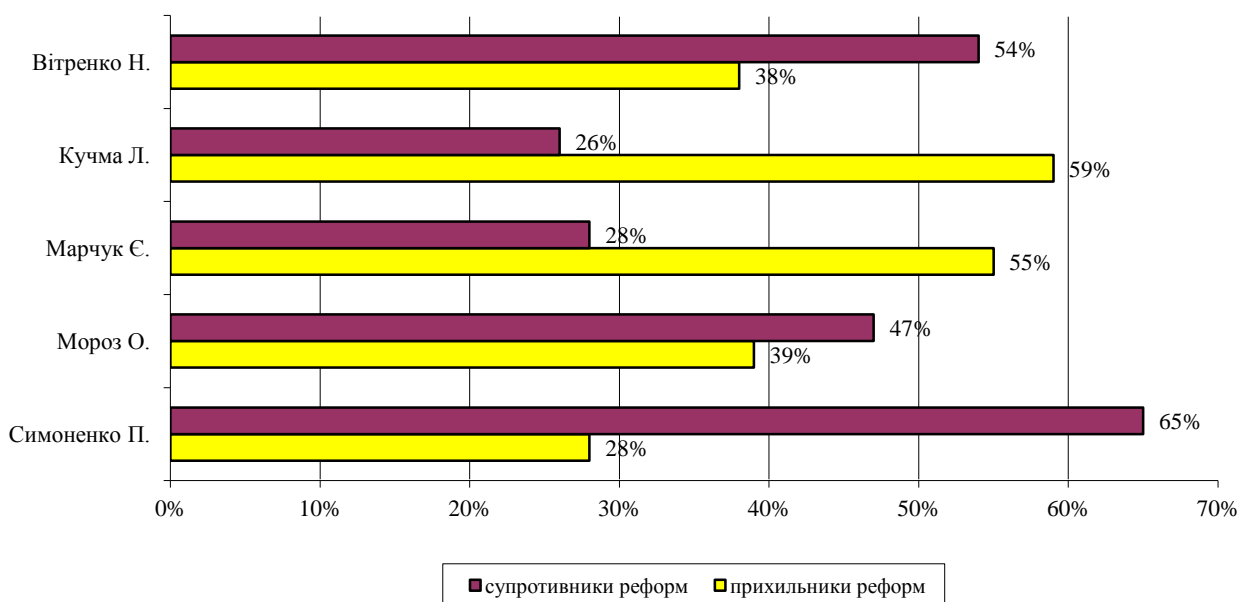
Дані про голосування у другому турі виборців основних кандидатів, котрі брали участь у першому турі, за даними січневого опитування 2000 року, % опитаних виборців кожного кандидата

Кандидати у другому турі	Н.Вітренко	Л.Кучма	Є.Марчук	О.Мороз	П.Симоненко	Не підтримали жодного кандидата	Не брали участі в першому турі
Кучма Л.	33,7	96,4	66,2	24,1	5,7	27,1	21,5
Симоненко П.	40,3	1,7	15,5	56,9	91,0	3,5	5,7
Не підтримали жодного кандидата, не брали участі в другому турі або не дали відповіді	26,0	1,9	18,3	19,0	3,3	69,4	72,8

Як бачимо, по-перше, виборці Л. Кучми повелися більш дисципліновано, ніж виборці П.Симоненка. Якщо Президент “розгубив” до другого туру 3,4% своїх прихильників, то лідер комуністів — 9%. По-друге, Л.Кучма у другому турі отримав

відчутну підтримку з боку тих виборців, які не підтримали в першому турі жодного кандидата. Це, щоправда, лише 4% від усіх виборців, котрі брали участь у другому турі, але П.Симоненко отримав у кілька разів менше голосів таких виборців. По-третє, виборці трьох опозиційних кандидатів у другому турі більшою мірою відмовилися від підтримки кандидатури П.Симоненка. Найбільше голосів йому дісталось від О.Мороза, але і серед них не побажали голосувати за комуніста понад 40%. У разі з Н. Вітренко “втрата” істотно перевищила 50% (щоправда, вона й не закликала своїх виборців голосувати за П. Симоненка). Прихильники Є.Марчука здебільшого вважали за краще голосувати не за абстрактну опозицію, а за продовження реформ. Зрештою перевага опозиційних виборців, що сформувалася в першому турі, до другого туру перетворилася на свою протилежність.

Така поведінка виборців, зокрема, пояснюється причинами ідеологічного характеру. Попри те, що частина українців не задоволена перебігом і, особливо, соціальними наслідками реформ, втім, необхідність проведення реформ для більшості громадян є безперечною. Згідно з розробленою співробітниками Центру “СОЦІОПОЛІС” “соціально-ринковою” типологією, 47% наших співгромадян певною мірою є прихильниками реформ, тоді як противниками їх — лише 40%. Співвідношення прихильників і противників реформ серед виборців п’яти основних кандидатів, котрі брали участь у першому турі президентських виборів, демонструє діаграма.



Діаграма. Співвідношення прихильників і противників реформ серед виборців п’яти основних кандидатів, котрі брали участь у першому турі президентських виборів 31 жовтня 1999 року (% виборців кожного кандидата)

Хоча в електораті всіх опозиційних кандидатів кількість противників реформ істотно перевищує кількість прихильників, легко побачити, що й кількість прихильників тут чимала. Навіть серед виборців, котрі в першому турі проголосували за кандидатуру П.Симоненка, 28% визначили себе прихильниками реформ. Тож не дивно, що в другому турі багато хто з “лівих” виборців проголосував за реформаторський вибір. Проте легко переконатися, що прямої залежності тут немає. Навіть серед прихильників Президента 26% визначили себе противниками реформ. Така сама невідповідність спостерігається і в інших кандидатів.

Отже, важливу роль в електоральному виборі відігравали й інші, конкретніші питання програм кандидатів. Наприклад, кількість противників і прихильників вступу України до Союзу Росії та Білорусі серед симпатиків Президента становить відповідно 5% і 13%, а серед виборців П.Симоненка — 8% і 60%; відсоток виборців, котрі позитивно і

негативно ставляться до приватної власності та підприємництва, в електораті Л.Кучми становить 46% і 11%, а серед прихильників П.Симоненка — 17% і 37%.

Наступною важливою проблемою, розв'язати яку дають змогу результати поствиборчих досліджень, є виявлення соціально-демографічної та інших структур реального електорату кожного з кандидатів. Дані опитування щодо розподілу виборців за статтю свідчать, що за цією характеристикою структура електоратів Л.Кучми та П.Симоненка практично ідентична, так само, як і кількість тих, хто не підтримав жодного з кандидатів або не брали участі в голосуванні. Іншу “картину” виявлено в дослідженні щодо розподілу електорату цих кандидатів за віком, зокрема молодь здебільшого підтримувала Л.Кучму і практично не голосувала за П.Симоненка (див. табл. 4).

Таблиця 4

Розподіл відповідей на питання: “За кого Ви проголосували у другому турі виборів 14 листопада 1999 року?” (% респондентів у січневому опитуванні 2000 року)

Групи опитаних	За Л. Кучму	За П. Симоненка	Не підтримали жодного з кандидатів	Не пам'ятають	Не брали участі у другому турі виборів
Загалом по масиву	51	28	6	3	12
Чоловіки	52	27	7	3	11
Жінки	50	30	6	2	12
До 30 років	58	13	9	3	17
30–50 років	55	24	7	3	11
Понад 50 років	43	43	4	3	7

Поствиборчі дослідження вможливили також визначення ролі політичних партій у президентських виборах. Відомо, що більшість кандидатів на посаду Президента України представляли певні політичні партії, й усі без винятку кандидати користувалися підтримкою коаліцій політичних партій та громадських організацій. Розглянемо дані дослідження, проведеного Центром “СОЦІОПОЛІС” у вересні 1999 року (опитано 2199 осіб), в ході якого, зокрема, аналізувалися передвиборчі орієнтації прихильників партій та їх готовність підтримати під час виборів тих або тих кандидатів на посаду Президента (див. табл. 5). На підставі результатів досліджень можна вирізнити принаймні дві групи партій за критерієм здатності мобілізувати прихильників. До першої слід віднести ПСПУ, СПУ, КПУ, СДПУ(о) і НДП; до другої — УНР, НРУ, СелПУ, ПЗУ і ПРП. Характерним є те, що до першої групи належать як ліві, так і праві партії, тоді як до другої — праві й центристські, до яких потрапила СелПУ з її невизначеною ідейною орієнтацією.

Таблиця 5

Підтримка прихильниками найбільших українських партій кандидатів на посаду Президента України, висунутих або підтриманих цими партіями, % прихильників кожної партії

Політичні партії	Кандидат від партії	Вересень 1999 року	Січень 2000 року
Комуністична партія України	П.Симоненко	64	71

Народний Рух України	Г.Удовенко	56	22
Народно-демократична партія	Л.Кучма	62	68
Партія зелених України	В.Кононов	5	10
Партія “Реформи і порядок”	Г.Удовенко	15	8
Прогресивна соціалістична партія України	Н.Вітренко	82	91
Селянська партія України	П.Симоненко	–	13
Соціал-демократична партія України (об’єднана)	Л.Кучма	33	70
Соціалістична партія України	О.Мороз	68	81
Український Народний Рух	Ю.Костенко	36	41

Прихильники Прогресивної соцпартії взагалі голосували практично тільки за Н. Вітренко (вказали, що голосували за інших кандидатів, лише кілька осіб). Однак серед загалу тих, хто голосував за Н. Вітренко, прихильники партії становили лише 16%. Передвиборче дослідження засвідчило також високу готовність проголосувати за лідера партії, і вибори ще більше зміцнили відданість прихильників “вождеві”.

Друге місце посідає Соціалістична партія, прихильники якої забезпечили О.Морозу 39% голосів. Міра консолідації партії досить висока, водночас майже 10% соціалістів підтримали П.Симоненка, іще 4% — Є.Марчука. Цікаво, що прихильники Соцпартії практично не відреагували на висунення “канівською четвіркою” “єдиного” кандидата.

Далі йде Комуністична партія, прихильники якої становили 57% виборців П.Симоненка. Підтримка інших кандидатур була незначною: Н.Вітренко отримала голоси 8% прихильників комуністів, Л.Кучма — 7%, О.Мороз — 6%. Прихильники КПУ віддали голоси здебільшого лівим кандидатам. У вересні висловлювали намір голосувати за свого лідера трохи менше, ніж виявилось на виборах. За тими самими даними, за Н.Вітренко планували голосувати 10% симпатиків Компартії, за О.Мороза — 9%, за Л.Кучму — 5%.

На противагу нашим передвиборчим прогнозам, прихильники СДПУ(о) стверджують, що досить дружно проголосували за Л.Кучму. Найближчим суперником Президента серед прихильників цієї партії виявився Є.Марчук, котрий набрав 6% голосів прихильників соціал-демократів. Передвиборче дослідження фіксувало дещо іншу картину: за Л.Кучму мала намір голосувати тільки третина опитаних, за Є.Марчука — 16%, за Н. Вітренко — 26%. Останні, мабуть, зрештою переглянули свій намір. Високу міру консолідованості продемонстрували і прихильники НДП, які підтримали кандидатуру Президента практично такою самою мірою, що й симпатиками “есдеків”.

Динаміка та чинники формування електоральних орієнтацій громадян України під час виборчої кампанії

У розділі використано результати соціологічних опитувань населення України, які впродовж 1999 року проводилися Українським інститутом соціальних досліджень і Центром “Соціальний моніторинг” в усіх регіонах України (а починаючи з серпня — в усіх областях). Вибіркова сукупність репрезентативна за основними соціально-демографічними ознаками. Стандартні відхилення не перевищували 2,5%.

Процес формування електоральних орієнтацій починається заздалегідь до виборчої кампанії, коли громадянин має остаточно вирішити, за кого саме слід віддати свій голос. Спершу формується образ, імідж “ідеального” (з точки зору виборця) кандидата, відповідність характеристикам якого значною мірою визначає, наскільки реальною є підтримка того чи іншого претендента на президентську посаду.

Якщо рівень підтримки кандидатів, котрі виборюють президентську посаду, під час виборчої кампанії істотно змінюється, то уявлення про іміджеві характеристики “ідеального” кандидата, як свідчать соціологічні дослідження, є доволі усталеними. Ми намагалися дослідити уявлення, притаманні громадянам України на початку виборчої кампанії.

Про бажані іміджеві характеристики майбутнього президента можна судити на підставі відповідей на питання “Які якості необхідні кандидату в Президенти України, за якого Ви могли б проголосувати?”. Під час березневого опитування (було опитано 2002 осіб віком від 16 до 70 років, у тому числі 1927 — віком від 18 років) респондентам, котрі досягли виборчого віку, пропонували перелік альтернативних суджень-характеристик, в якому треба було вказати ті, що, на їхню думку, найбільшою мірою мають належати кандидату, якому респондент планував віддати свій голос (див. табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл електоральних преференцій щодо необхідних кандидатів у Президенти якостей, %

<i>Судження про якості, необхідні кандидату в президенти</i>	<i>Вибір судження зліва</i>	<i>Нейтрална чи невизначена позиція</i>	<i>Вибір судження справа</i>	<i>Судження про якості, необхідні кандидату в президенти</i>
Прихильник ринкової економіки	45	26	28	Прихильник планової економіки
Прихильник радикальних реформ	33	24	42	Прихильник поступових перетворень
Прихильник незалежності України	46	15	39	Прихильник об'єднання України з Росією
Обіймає високі державні посади	38	39	22	Раніше не обіймав високих державних посад
Сильна особистість	85	11	4	М'яка людина
Комуніст	22	41	36	Антикомуніст
Прихильник авторитарної, жорсткої	28	26	45	Прихильник демократії

влади				
Закликає до злагоди в суспільстві	73	17	9	Закликає народ до боротьби
Перебуває в опозиції до нинішньої влади	40	41	17	Співпрацює з нинішньою владою
Багатий	46	40	13	Бідний, малозабезпечений
Чоловік	55	29	15	Жінка
Молодий	41	36	22	Людина похилого віку
Стежить за своєю зовнішністю	74	19	7	Не надає великого значення своїй зовнішності
Намагається знайти винуватців страждань народу	48	25	27	Не шукає винуватців народних страждань
Представник суспільної еліти	34	36	30	Представник простого народу
Є членом політичної партії або об'єднання	31	44	24	Не належить до політичних партій
Інтелектуал	84	11	5	Людина з середніми здібностями
Задоволений своїм життям	56	27	16	Невдоволений своїм життям
Спокійна, розсудлива людина	70	20	10	Рішуча, гаряча людина

Респондент мав обрати позицію за семибальною шкалою. Чим ближче значення до одного з суджень він вибирав, тим привабливішим це судження було для нього. Вибір середнього значення означає, що обидва судження є рівнозначними для респондента, або йому важко зробити вибір між ними. В таблиці для зручності наведено лише дані щодо вибору однієї якості або "нейтральної" позиції.

Як видно з табл. 1, **більшість виборців хотіли б віддати свій голос за компетентного, респектабельного та врівноваженого політика.** Та обставина, що орієнтації кандидата на подальші ринкові перетворення, збереження незалежності України, демократію та антикомунізм називаються респондентами частіше за протилежні ним, свідчила про обмеженість соціальної бази ліворадикальних політиків, тож сподіватися на розширення свого електорату могли ліві політики, здатні до політичного дрейфу в бік лівоцентризму. Водночас високий протестний потенціал виборців, тобто готовність віддати голоси за кандидата з протестним іміджем (це знайшло вияв, наприклад, у тому, що в березні порівняно з жовтнем 1998 року з 33% до 48% зросла частка респондентів, котрі мали намір проголосувати за кандидата, який "намагається знайти винуватців страждань народу") *утруднювала участь у виборах діючого Президента.* За таких обставин найбільш вигідною для нього була б ситуація протистояння з ліворадикальним політиком, а найменш вигідною — протистояння з політиком, здатним консолидувати протестний електорат різного політичного спрямування.

На перших етапах передвиборчої боротьби політиком, який найбільшою мірою приваблював протестний електорат різної політичної орієнтації, була Н.Вітренко. Так, за даними березневого опитування, при гіпотетичній ситуації, якби до другого туру виборів вийшли Л.Кучма та Н.Вітренко, голоси тих виборців, котрі хотіли б бачити Президентом

прихильника ринкової економіки, рівним чином (по 30%) розподілилися б між Л.Кучмою та Н.Вітренко, при цьому відносна більшість (41%) прихильників планової економіки також проголосувала б за Н.Вітренко (за Л.Кучму — лише 13% з-поміж них). Серед прихильників незалежності України 27% віддали б перевагу у такій ситуації Н.Вітренко; серед тих, хто мав намір проголосувати за кандидата-антикомуніста — 25%. Той факт, що четверта частина тих, хто сподівався бачити на посту Президента антикомуніста, мали намір голосувати за лідера Прогресивної соціалістичної партії, є доволі показовим. Серед тих, хто хотів би віддати свій голос за політика, котрий перебуває в опозиції до нинішньої влади, за Н.Вітренко планували голосувати 40%. Отже, Н.Вітренко користувалася підтримкою не тільки значної частини лівого електорату, а й центристського, правочентристського і навіть правого (див. табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка відповідей респондентів щодо їх намірів голосувати за кандидатів на посаду Президента у першому турі виборів*

(% до кількості опитаних, які впевнено відповіли, що братимуть участі у голосуванні)

Кандидати на посаду Президента	берез. 1999 р.	червень 1999 р.	липень 1999 р.	серпень 1999 р.	3–13 вересня 1999 р.	16–26 вересня 1999 р.	1–10 жовтн. 1999 р.	Офіційні результати першого туру (% до тих, хто проголосув.)
Леонід Кучма	13	25	21	22	23	31	34	36,5
Петро Симоненко	7	14	16	14	12	14	14	22,2
Олександр Мороз	10	8	9	11	8	11	8	11,3
Наталія Вітренко	23	13	18	19	15	16	16	11,0
Євген Марчук	3	3	7	7	4	6	5	8,1
Олександр Ткаченко	3	3	2	2	2	3	5	зняв кандидатуру
Юрій Костенко	*	0,8	0,8	0,5	0,8	1	0,7	2,2
Геннадій Удовенко	4	2	3	2	2	2	2	1,2
Василь Онопенко	*	*	0,2	0,3	0,2	0,3	0,4	0,5
Олександр Ржавський	*	*	0	0,0	0,1	0,3	0,1	0,4
Юрій Кармазін	*	*	2	0,0	0,2	0,1	0,1	0,3
Віталій Кононов	*	0,4	0,1	0,1	0,1	0,4	0,1	0,3
Володимир Олійник	*	*	0,3	0,5	0,3	0,2	0,1	зняв кандидатуру
Олександр Базелюк	*	*	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1
Микола Габер	*	*	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1
Інші	4	0,7	0,0					
Проголосував би проти всіх	7	2	2	1	2	2	2	1,8
Ще не визначився	26	29	22	21	31	15	14	
								4% бюлет. визн.недійс

* Оскільки до липня 1999 року ще не були визначені кандидати на посаду Президента, під час опитувань, які проводилися в березні та червні 1999 року, респондентам пропонували зробити вибір за списком кандидатів, який відрізнявся від того, що використовувався після офіційної реєстрації кандидатів.

Електоральна база О.Мороза була дещо вужчою. Її становили переважно люди з лівими поглядами (прихильники планової економіки та возз'єднання України з Росією). Ще більшою мірою це стосувалося П.Симоненка.

З наведених причин у березні Н.Вітренко вийшла на перше рейтингове місце за підтримкою виборців. Утім, слід зазначити, що висловлена підтримка була радше

намаганням виразити невдоволення владою, ніж реальним наміром проголосувати за цього політика. Більшості нелівого електорату, якого приваблював пасіонарний стиль її політичної поведінки, все ж таки мало імпонували її ліворадикальні політичні заяви. Разом з тим, іншого політика, здатного втілити їхні протестні настрої, ця частина виборців серед кандидатів не бачила. На цю роль претендував також Є.Марчук, але йому заважав імідж розважливого політика, стиль його політичної поведінки виявився менш привабливим для протестного виборця.

Потрібно зважити також на те, що до виборів залишалось відносно багато часу і ситуація голосування ще не набула для респондентів актуальності, тому значна частина респондентів, виявляючи під час опитування підтримку Н.Вітренко, залишала за собою право змінити власну думку і в реальній ситуації вибору проголосувати за іншого кандидата. Значною мірою саме цим можна пояснити, що з наближенням виборів, коли виборча ситуація ставала дедалі реальнішою, наміри проголосувати за неї як серед правоцентристського, так і серед лівого електорату втрачали виразність. Так, якщо у березні серед респондентів з національно-демократичними поглядами за неї були готові проголосувати 12%, то за даними опитування, проведеного одразу після першого туру виборів (з 2 по 5 листопада, опитано 2807 респондентів віком від 18 років), за неї проголосували лише 2% симпатиків націонал-демократів, серед людей з комуністичними переконаннями — відповідно 22% і 8%, серед прихильників соціалістів — 35% і 11%, у таборі симпатиків соціал-демократичної ідеології — відповідно 24% і 8%. Цікаво, що найменше скоротилася підтримка Н.Вітренко серед виборців з невизначеними політичними поглядами (з 13% до 8%).

Якщо симпатії соціалістів з наближенням виборів більше схилилися на користь О.Мороза та П.Симоненка (причому частіше на користь останнього), комуністів — П.Симоненка, то преференції націонал-демократів і соціал-демократів — на користь Л.Кучми. Так, якщо серед прихильників соціал-демократичної ідеології за діючого Президента у березні були готові голосувати 14%, то реально (за даними листопадового опитування) проголосувало 46%, серед прихильників національно-демократичних ідей — відповідно 22% і 70%. За Л.Кучму проголосувало також 40% виборців з невизначеними політичними поглядами (тоді як у березні намір проголосувати за нього висловлювали 9% з-поміж них).

“Перетікання” до О.Мороза та П.Симоненка лівого електорату Н.Вітренко зумовлене, на нашу думку, перш за все, тим, що їй не вдалося створити імідж доволі сильного політика, здатного протистояти діючому Президентові. До того ж, явна конфронтація з О.Морозом та П.Симоненком за певного послаблення антипрезидентської риторики в останні місяці перед виборами також знизила прихильність до неї лівого електорату, який зробив ставку на “традиційних” лівих лідерів, і передусім на П.Симоненка. Причому успіх останнього в першому турі зумовлювався тим, що йому вдалося створити імідж “основного” лівого кандидата (зокрема й за рахунок зняття О.Ткаченком своєї кандидатури на його користь).

Серед тих, хто на початку виборчої кампанії ще не визначився, за кого голосуватиме в першому турі, помітно більше було тих, хто мав намір віддати свій голос за прихильника незалежності України (у березні — 50%, тоді як за прихильника возз’єднання України з Росією — 33%) і тих, хто хотів голосувати за прихильника ринкової економіки (44%), за прихильника планової економіки — 21%), за політика антикомуніста — 36% (за комуніста — 10%), за політика, опозиційного до влади — 32% (за того, хто співпрацює з владою — 15%).

Отже, ті, хто за півроку до виборів не визначився, за кого голосуватиме, частіше ладні були підтримати політика з нелівими поглядами, але з “протестним” іміджем. Це зайвий раз підтверджує думку, що зростання електорату лівих політиків було можливе передусім за рахунок “протестних” настроїв. Але цей лівий політик мав бути доволі поміркованим, щоб не “відлякувати” правоцентристський і правий протестний електорат.

Внаслідок наведених вище причин діючому Президентові не було ніякого сенсу намагатися залучити на свій бік електорат із лівими політичними орієнтаціями. Доцільнішою була передвиборча стратегія, спрямована на отримання підтримки правоцентристського та центристського протестного електорату, який переважав серед тих, хто досі не визначився з вибором.

Ситуація протистояння Л.Кучми та П.Симоненка у другому турі давала змогу застосувати так званий “російський” сценарій передвиборчої боротьби, основу якого становило використання небажання переважної частини населення повертатися до “комуністичного минулого”. За такої ситуації П.Симоненко мав менше шансів на перемогу, ніж політик, не обтяжений іміджем “ортодоксального комуніста”. Власне кажучи, це розумів і сам П.Симоненко; цим зумовлювалося його прагнення “пом’якшити” свою позицію (наприклад, заяви про можливість співробітництва з Міжнародним Валютним Фондом, відмова від форсування процесу політичного об’єднання з Росією тощо) (див. табл. 3).

Таблиця 3

Динаміка відповідей респондентів щодо їхніх намірів голосувати у другому турі виборів Президента України в разі виходу до нього Л.Кучми та П.Симоненка

(% до кількості опитаних, які впевнено відповіли, що братимуть участь у голосуванні)

Електоральні наміри	березень 1999 р.	червень 1999 р.	серпень 1999 р.	16–26 вересня 1999 р.	1–10 жовтня 1999 р.	2–5 листопада 1999 р.	Офіційні результати другого туру виборів (% до тих, хто проголосував)
За Кучму	32	41	40	43	50	52	56,3
За Симоненка	23	27	31	27	28	33	37,8
Проти обох	25	19	18	18	15	3	3,4
Важко відповісти	20	13	12	12	8	11	2,5%
							бюлетенів визнано недійсними

Можна сказати, що лідеру комуністів певною мірою вдалося привабити частину лівого, але не комуністичного електорату, судячи з того, що серед тих, хто, за даними жовтневого опитування (вибірка становила 3076 респондентів віком від 18 років), мав намір голосувати за нього в другому турі, 29% очікували від новобраного Президента проведення ринкових реформ в економіці (хоча треба зазначити, що серед власне комуністичного електорату, тобто серед тих, хто назвав себе прихильником комуністичної ідеології, схвалили б такі реформи не набагато менше — 22%).

Те, що для електорату П.Симоненка найпопулярнішим заходом новобраного Президента (після “наведення дисципліни та порядку в державі”) стала б “конфіскація власності ділків тіньової економіки та нечесних чиновників”, свідчить, що основний мотив голосування за лідера комуністів у другому турі був пов’язаний з “протестно-антиелітарними” настроями, а не з бажанням повернутися до соціалістичного устрою, — лише 33% електорату П.Симоненка підтримали б повернення до централізованого

планування економіки (див. табл. 4).

Таблиця 4

Розподіл відповідей на питання: “Які дії майбутнього Президента України Ви б схвалили?”*

Соціальні очікування електорату Л.Кучми та П.Симоненка	Загалом серед опитаних	Серед тих, хто мав намір голосувати у другому турі за:	
		Л.Кучму	П.Симоненка
Наведення дисципліни та порядку в державі	70	71	78
Зниження податків на діяльність підприємств	42	47	43
Проведення ринкових реформ в економіці	40	50	29
Конфіскація власності ділків тіньової економіки та нечесних чиновників	39	36	52
Ліквідація бюрократичних перепон діяльності підприємств	30	33	32
Введення робітничого контролю над діяльністю підприємств	27	24	41
Об'єднання України з Росією в єдину державу	23	14	42
Повернення до централізованого планування економіки	18	12	33
Усунення представників буржуазних та націоналістичних партій від управління державою	16	11	26
Сприяння іноземним інвестиціям в економіку України	13	18	9
Усунення комуністів від управління державою	11	18	2
Одержання західних кредитів	9	12	6
Звернення за економічною допомогою до Заходу	7	10	5
Звернення за економічною допомогою до Росії	6	5	12
<i>Важко відповісти</i>	7	5	5
<i>Інше</i>	5	4	5

* Респондент міг вибрати будь-яку кількість варіантів відповіді, тому сума відповідей перевищує 100%

Президентські вибори 1999 року — перші в Україні, на яких переміг кандидат, проти якого голосував лівий електорат. Перемога Л.Кучми забезпечена насамперед підтримкою антикомуністично налаштованого електорату, тож у післявиборчий період лише він може становити соціальну базу, на яку міг би спиратися Президент. Як видно з табл. 4, однією з основних вимог електорату Л.Кучми є проведення ринкових реформ в економіці.

Зазначимо, що правоцентристський електорат, на відміну від лівого, є вимогливішим і більш упереджено ставиться до соціальних обіцянок, що їх дають політики. Кредит довіри, наданий виборцями діючому Президентові, за відсутності реальних дій останнього з реалізації соціальних очікувань цього електорату, надто скоро може вичерпатися. Це примушуватиме Президента активізувати свою діяльність у реформуванні економіки та системи державного управління, що, своєю чергою, може призвести до конфлікту як з лівими політичними силами, так і з економічними групами, інтереси яких можуть заторкнуті ці реформи.

У разі ж відсутності таких дій відбудеться падіння рівня довіри до нього з боку частини суспільства, яка підтримала його на виборах, внаслідок чого Президент, втративши опору в суспільстві, може втратити і політичний ресурс для прийняття самостійних політичних рішень. Такий перебіг подій створюватиме підґрунтя для дестабілізації ситуації в державі.

Одне слово, найближчий політичний рік обіцяє бути багатим на події, оскільки можливості збереження “стагнаційного” розвитку суспільства, супроводжуваного реформаторською риторикою, за відсутності реальних реформаторських дій уже практично вичерпані.

Особливості електоратів основних кандидатів під час президентських виборів 1999 року

Одним з питань, яке майже завжди виникає після виборів, є таке: хто саме віддав свої голоси тим або тим кандидатам, якими є соціально-економічні й політичні погляди їхніх виборців. Дані, зафіксовані результатами самих виборів, дають змогу проаналізувати лише територіальний розподіл електоратів різних кандидатів. Решту характеристик їхніх прихильників можна оцінити тільки на підставі даних соціологічних опитувань. Водночас ці дані лише тією мірою характеризують відповідні електорати, лише тою мірою, якою розподіл голосів між кандидатами наближений до результатів виборів.

Щоб відповісти на поставлене питання, ми скористалися даними опитування, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології спільно з кафедрою соціології Національного університету “Києво-Могилянська академія” за три тижні до першого туру останніх президентських виборів, які найтісніше корелюють з результатами голосування³. Порівняння даних цього опитування з результатами голосування свідчить, що для деяких кандидатів, котрі брали участь у виборах, різниця між ними дещо виходить за межі статистичної похибки. Але загалом розподіл голосів, зафіксований у зазначеному опитуванні й безпосередньо під час виборів, виявився дуже близьким. Коефіцієнт кореляції даних опитування з результатами голосування дорівнює 0,97, якщо брати до уваги всіх 14 кандидатів (з огляду на те, що 14-ий, О.Ткаченко, “передав” свої голоси П.Симоненкові), та 0,96 серед семи кандидатів, частка голосів за кожного з яких перевищувала 1%. Сумарна частка виборців цих семи кандидатів становила понад 98% голосів за 13 кандидатів разом, тож подальший аналіз обмежимо розглядом даних щодо електорату саме цих кандидатів і О.Ткаченка.

За основні показники орієнтацій електоратів ми вважали середні бали відповідей на два питання, які є ключовими для ідентифікації соціально-економічних і національно-політичних орієнтацій респондентів. Перше з них формулювалося таким чином: “На цій картці (інтерв’юєр передавав респондентові картку) представлені основні точки зору щодо того, яку економічну систему треба мати в Україні. Прочитайте їх, будь ласка, і скажіть, яку точку зору Ви вважаєте правильнішою за інші”.

Картка (бали від –1 до + 1)	
Потрібно відновити державне управління економікою без жодного приватного підприємництва	–1
Потрібно відновити державне управління економікою, залишаючи при цьому певні можливості для розвитку приватного підприємництва	–0.5
Потрібно створити рівні можливості для державного управління економікою та розвитку приватного підприємництва	0
Потрібно відкрити шлях приватному підприємництву, зберігаючи певні можливості для державного управління економікою	0.5
Потрібно надати свободу приватному підприємництву без жодного державного втручання	1

³ Опитування проводилось з 30 вересня до 8 жовтня 1999 року у 132 населених пунктах усіх областей, у Криму та в Києві. Було опитано 1772 респонденти, відібраних за репрезентативною для дорослого населення України віком від 18 років вибіркою. Дані опитування зберігаються в архіві Київського міжнародного інституту соціології і є доступними для дослідників.

Друге питання стосувалося бажаних відносин України з Росією, які респондентам пропонували оцінити за такою шкалою:

Вони мають бути такими самими, як з іншими державами (закриті кордони, візи, митниця)	+1
Україна й Росія мають бути незалежними, але дружніми державами — з відкритими кордонами, без віз та митниць	0
Україна і Росія мають об'єднатися в єдину державу	-1

Обчисливши середні значення цих індексів окремо для прихильників кожного з зазначених вище кандидатів, ми змогли визначити переважні напрями національно-політичних та соціально-економічних орієнтацій в їхніх електоратах (див. табл. 1).

Таблиця 1

Національно-політичні та соціально економічні орієнтації прихильників восьми кандидатів у Президенти

Електорат	Середні значення індексів орієнтацій прихильників кандидатів	
	Національно-політичних	Соціально-економічних
Наталії Вітренко	-0.21	-0.28
Юрія Костенка	+0.45	-0.27
Леоніда Кучми	+0.11	-0.06
Євгена Марчука	+0.16	-0.07
Олександра Мороза	-0.19	-0.32
Петра Симоненка	-0.53	-0.61
Олександра Ткаченка	-0.39	-0.49
Геннадія Удовенка	+0.62	-0.14

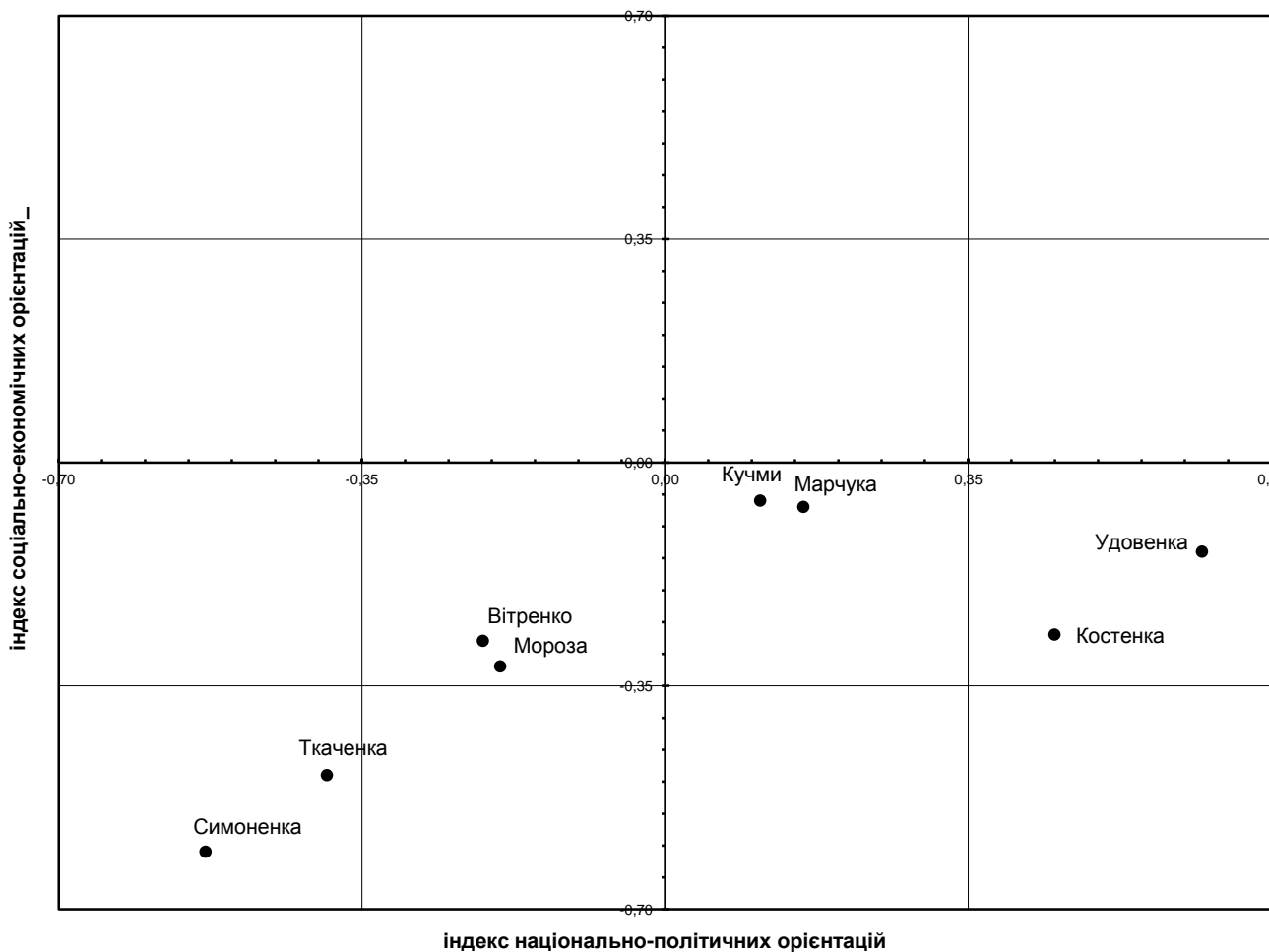
Тут позитивні значення індексів позначають праву спрямованість орієнтацій, а негативні — ліву. Отже, серед прихильників усіх восьми кандидатів переважали соціально-економічні орієнтації більші лівого спрямування. Незабаром помітити, що електорат П.Симоненка виявився найлівішим за своїми соціально-економічними (індекс - 0,61) і національно-політичними (індекс -0,53) орієнтаціями. Наступним за “лівизною” — найближчим до електорату П.Симоненка за національно-політичними і соціально-економічними орієнтаціями — був потенційний електорат О.Ткаченка (за індексами обох орієнтацій відмінності від орієнтацій електорату П.Симоненка статистично незначущі на рівні $p < 0.05$)⁴. Від двох найлівіших електоратів меншою “лівизною” помітно відрізнялися електорати О.Мороза і Н.Вітренко, практично однакові за цими параметрами (за індексами обох орієнтацій відмінності між ними статистично незначущі на рівні $p < 0.05$).

Співвідношення прихильників усіх восьми кандидатів у просторі національно-політичних і соціально-економічних орієнтацій демонструє наведена нижче діаграма, на якій легко побачити, що в національно-політичному аспекті позицію, протилежну групі прихильників П.Симоненка і О.Ткаченка, посідали прихильники Ю.Костенка й

⁴ Латинською літерою p позначається рівень статистичної значущості відповідних даних.

Г.Удовенка (за індексами обох орієнтацій відмінності між прихильниками останніх також статистично незначущі на рівні $p < 0.05$). А за соціально-економічними орієнтаціями найбільші відмінності знову-таки зафіксовано між електоратом П.Симоненка і О.Ткаченка, з одного боку, й електоратами Л.Кучми та Є.Марчука. Останні за соціально-економічними орієнтаціями фактично не відрізнялись, а в національно-політичному аспекті електорат Є.Марчука лише статистично незначуще (на рівні $p < 0.05$) був правішим за електорат Л.Кучми.

Національно-політичні і соціально-економічні орієнтації прихильників восьми кандидатів в Президенти



Електорати восьми кандидатів помітним чином поділяються на чотири пари, і цей поділ підтверджується результатами кластерного аналізу, проведеного за згаданою раніше процедурою. Але в нашій вибірці прихильники Ю.Костенка й Г.Удовенка, які в першому турі виборів загалом становили 3.4% голосів, представлені лише 37 респондентами (з 1198 прихильників усіх вирізнених кандидатів), тож далі цей електорат не розглядатиметься. Для детальнішого аналізу виборців лівих орієнтацій найдоцільніше, мабуть, аналізувати окремо електорати О.Мороза і Н.Вітренко. Але на виборах 1999 року розподіл поглядів прихильників цих двох кандидатів у соціально-економічному (зокрема, й за рівнями незадоволеності ситуацією в Україні та рівнем свого життя) та політичному плані (з огляду на розподіл на електорати Симоненка й Кучми у другому турі⁵) відрізнялися лише за оцінками здатності О.Мороза і Н.Вітренко

⁵ За даними exit-poll' (опитування виборців, що проводиться на виході з виборчої дільниці), серед виборців,

“навести порядок у країні” (див. табл. 2). Тому далі ми порівнюватимемо тільки три наступні електорати: лівий (комуністичний) електорат (прихильники П.Симоненка й О.Ткаченка разом); ближчий до центра спільний електорат О.Мороза і Н.Вітренко (електорати цих двох кандидатів разом на президентських виборах 1999 року фактично презентували лівоцентристську частину всього електорату України); наближений до центра з правого флангу — фактично правоцентристський — електорат Л.Кучми (оскільки частка прихильників Є.Марчука виявилася в 4,5 рази меншою, далі його електорат не розглядається).

Таблиця 2

Оцінка прихильниками восьми кандидатів здатності кожного з них навести порядок у країні

Кандидати	Середні значення оцінок (за 9-ти бальною шкалою)*
Наталія Вітренко	4.7
Юрій Костенко	3.2
Леонід Кучма	4.5
Євген Марчук	4.1
Олександр Мороз	4.1
Петро Симоненко	4.3
Олександр Ткаченко	3.7
Геннадій Удовенко	3.3

* За цією шкалою респондент мав змогу оцінити здатність кандидата навести порядок у країні такими варіантами відповідей: “дуже низька” = 1, “низька” = 2, “в основному низька” = 3, “радіше низька” = 4, “середня, не висока й не низька,” = 5, “радіше висока” = 6, “в основному висока” = 7, “висока” = 8, “дуже висока” = 9.

Дані, що детальніше характеризують зафіксовані в опитуванні аспекти соціально-економічних і національно-політичних орієнтацій трьох електоратів, наведені в табл. 3.

Таблиця 3

Ставлення трьох електоратів до деяких аспектів соціально-економічних і національно-політичних орієнтацій на виборах 1999 року, %

Аспекти орієнтацій	Електорати		
	Симоненка	Мороза і Вітренко	Кучми
	N=251	N=327	N=512
Потрібно відновити державне управління економікою без жодного приватного підприємництва	44.6	23.7	13.1

котрі в першому турі проголосували за Н.Вітренко, у другому турі 35.2% проголосували за Л.Кучму, 54.5% — за П.Симоненка і 10.3% — проти обох кандидатів, а з числа виборців, котрі в першому турі проголосували за О.Мороза, у другому турі 29.2% проголосували за Л.Кучму, 58.6% — за П.Симоненка і 12.2% — проти обох кандидатів (відмінності в розподілах статистично незначущі на рівні $p < 0.05$).

Потрібно відновити державне управління економікою, залишаючи при цьому певні можливості для розвитку приватного підприємництва	24.4	26.2	20.1
Потрібно створити рівні можливості для державного управління економікою та розвитку приватного підприємництва	20	27.5	33.9
Потрібно відкрити шлях приватному підприємництву, зберігаючи певні можливості для державного управління економікою	2.2	9.9	17.5
Потрібно надати свободу приватному підприємництву без жодного державного втручання	1.5	5.1	8.8
Не мали певної думки	7.3	7.6	6.5
ЗАГАЛОМ	100.0	100.0	100.0
Відносини України з Росією мають бути такими самими, як з іншими державами (закриті кордони, візи, митниці)	3.5	10.5	15.6
Україна й Росія мають бути незалежними, але дружніми державами — з відкритими кордонами, без віз і митниць	41.8	56.9	55.5
Україна й Росія мають об'єднатися в єдину державу	52.2	30.2	26.7
Не мали певної думки	2.5	2.4	2.2
ЗАГАЛОМ	100.0	100.0	100.0

З таблиці випливає, що прихильники відновлення колишньої системи державного управління економікою — без жодного приватного підприємства — становили відносно більшість тільки серед найлівішого електорату Симоненка–Ткаченка. Хоча й там їх було не більше за прихильників функціонування в суспільстві — певною мірою — приватного підприємства (близько 45% проти 48%, різниця статистично незначуща на рівні $p < 0.05$). Натомість в електораті Кучми частка прихильників надання тих чи тих можливостей приватному підприємству більш як у шість разів перевищувала частку прихильників відновлення державної економіки без приватного підприємства (80% проти 13%). Частка тих, хто вважав за доцільне взагалі віддати перевагу розвитку приватного підприємства, в електораті Кучми була в сім разів більшою, ніж у найлівішому (26,3% проти 3,7%).

Ці електорати дуже помітно відрізнялися й за національно-політичними орієнтаціями. На питання “Якими б Ви хотіли бачити відносини України з Росією” лише в найлівішому електораті прихильники самостійності України не становили більшості — понад 52% цього електорату висловилися за об'єднання України й Росії в єдину державу; в електораті Кучми таких виборців було на 26% менше, а в електораті Мороза і Вітренко — на 22%. Прихильники таких відносин з Росією, коли зберігається незалежність України, в електораті Кучми становили понад 71%, а в електораті Мороза і Вітренко — понад 67%. Частка тих, хто висловлювався на користь того, щоб Україна і Росія були незалежними, але дружніми державами — з відкритими кордонами, без віз і митниць — перевищувала половину електорату Мороза та Вітренко і практично дорівнювала кількості таких прихильників в електораті Кучми (57% і 56%, відповідно).

Належність до одного з трьох вирізнених електоратів практично однаково щільно пов'язана як із соціально-економічними, так і з національно-політичними орієнтаціями виборців. Але під час президентських виборів постав іще один чинник, який так само щільно зумовлював належність до одного з трьох електоратів. Ним виявилася оцінка респондентами рівня терпимості для них тієї життєвої ситуації, в якій вони опинилися.

Щоб отримати такі оцінки, під час опитування ставили таке питання (його формулювання та варіанти відповідей запропоновані Н.Паніною):

“Як Ви вважаєте, яке з наведених висловлювань більше відповідає тій життєвій ситуації, яка склалася у Вас:

- (1) все не так уже й погано і жити можна;**
- (2) жити важко, але терпіти можна;**
- (3) терпіти наше злиденне становище вже неможливо.”**

Коефіцієнт рангової кореляції між відповідями на це питання і належністю до одного з трьох електоратів дорівнює 0,33 (рівень значущості $p < 0,001$). Детальніше зв'язок між розподілом варіантів відповідей на це запитання та належністю до певного електорату характеризують дані, вміщені в табл. 4.

Таблиця 4

Оцінки життєвої ситуації виборцями трьох вирізнених електоратів, %

Оцінки життєвої ситуації	Електорати		
	Симоненк а	Мороза і Вітренко	Кучми
	N = 251	N = 327	N = 512
Терпіти наше злиденне становище вже неможливо	64.2	43.6	23.6
Жити важко, але терпіти можна	34.0	49.8	62.2
Все не так уже й погано і жити можна	1.8	6.6	14.2
ЗАГАЛОМ	100.0	100.0	100.0

Ці дані засвідчують, що, умовно кажучи, “протестний електорат”, тобто виборці, які вважали, що терпіти своє злиденне життя вже неможливо, становили переважну більшість (майже дві третини) тільки серед прихильників П.Симоненка і О.Ткаченка. Серед симпатиків О.Мороза й Н.Вітренко таких було менше половини (близько 44% — майже стільки, скільки й серед виборців загалом, де вони становили близько 40%). А в електораті Л.Кучми таких виборців взагалі виявилось менше чверті, тоді як переважали переконані, що хоча жити й важко, але терпіти можна.

З огляду на викладене, можна дійти висновку, що розподіл виборців між трьома вирізненими електоратами практично однаковою мірою визначався і рівнем нестерпності для них їхніх умов життя, і їхнім ставленням до державної самостійності України, і їхнім баченням бажаної для країни економічної системи. Втім, під час цих виборів визначився чинник, який впливав на прихильність виборців сильніше за зазначені три чинники разом. Ним була суб'єктивна оцінка виборцями рівня спроможності кандидатів навести порядок у країні. Образи кандидатів, сформовані у виборців доступними їм засобами інформації зумовили те, що розподіл їх між трьома вирізненими електоратами найбільшою мірою був пов'язаний з оцінкою рівня здатності навести порядок у країні, властивий, на думку виборців, Л.Кучмі та П.Симоненку (величини відповідних коефіцієнтів рангової кореляції дорівнюють 0,62 і

0,51). Хоча такий розподіл певною мірою був пов'язаний з оцінкою виборцями рівня здатності навести порядок у країні, яким вони наділяли О.Мороза і Н.Вітренко (величини відповідних коефіцієнтів рангової кореляції дорівнюють 0,24 і 0,23, рівень значущості всіх коефіцієнтів — $p < 0,001$).

Неабиякий інтерес становлять також соціально-демографічні характеристики трьох вирізнених електоратів (див. табл. 5). Тут увагу привертає те, що на президентських виборах 1999 року обидва лівіші від центру електорати за статевим складом були подібні, водночас помітно відрізняючись від правоцентристського. В лівих електоратах частка чоловіків була значно меншою за частку жінок (відповідно, на 17 і 14%; різниця статистично значуща на рівні $p < 0,05$), натомість в електораті Кучми вона була в п'ятеро меншою і статистично незначущою (2,8%).

За віковим складом ліво- і правоцентристський електорати були вельми подібними, а обидва лівіші від центра електорати помітно відрізнялися один від одного. У найлівішому електораті частка молодшої вікової категорії виборців (18–30 років) була майже вдвічі меншою, ніж у лівоцентристському й правоцентристському (14,3% проти 26,4% і 24,6%, відповідно). Значно меншою порівняно з ліво- і правоцентристським електоратом була тут і частка виборців віком від 30 до 44 років — 19,4% проти 29,8% і 33,0% відповідно. Частка найстарших виборців (віком 60 років і більше) у найлівішому електораті виявилася майже вдвічі більшою: 40,5% проти 22,6% і 20,6% відповідно, тоді як у лівоцентристському електораті — на 19,2%. Слід зауважити, що вже під час парламентських виборів 1998 року лівоцентристський електорат за своїм віковим складом був значно ближчим до найлівішого електорату, ніж до правоцентристського, і лише під час президентських виборів він виявився майже так само відносно молодим, як і правоцентристський електорат.

Але помолодшав лівоцентристський електорат не за рахунок найосвіченіших виборців. Частка виборців із вищою освітою у лівоцентристському електораті помітно зменшилась (на 9,2%). І хоча вона зменшилась і в правоцентристському електораті (на 7,1%), останній залишився більш освіченим за два лівіші електорати, які під час президентських виборів практично не відрізнялися за рівнем освіти.

Таблиця 5

Склад трьох електоратів за соціально-демографічними характеристиками, %

Соціально-демографічні категорії	Електорати		
	Симоненка	Мороза і Вітренко	Кучми
	N = 251	N = 327	N = 512
	41.5	43.0	48.6
Жінки	58.5	57.0	51.4
ЗАГАЛОМ	100.0	100.0	100.0
18–29 років	14.3	26.4	24.6
30–44 роки	19.4	29.8	33.0
45–59 років	25.9	21.2	21.8
60 років і більше	40.5	22.6	20.6
ЗАГАЛОМ	100.0	100.0	100.0
Нижче середньої	27.2	24.1	20.6
Загальна середня	30.5	34.5	35.0
Середня спеціальна	27.3	28.1	23.2

Вища (повна і неповна)	15.0	13.4	21.3
ЗАГАЛОМ	100.0	100.0	100.0
Українці	64.3	85.0	79.1
Росіяни	30.8	12.1	14.5
Інші	4.9	3.0	6.4
ЗАГАЛОМ	100.0	100.0	100.0
Зручна мова*			
Українська	27.7	53.7	56.3
Російська	72.3	46.3	43.7
ЗАГАЛОМ	100.0	100.0	100.0
Українці україномовні	24.4	51.9	54.1
Українці російськомовні	39.9	33.0	25.0
Росіяни російськомовні	28.5	10.8	13.3
Інші	7.2	4.3	7.6
ЗАГАЛОМ	100.0	100.0	100.0

* Яка з двох мов — українська чи російська — є зручнішою для респондента, з'ясовували на початку кожного інтерв'ю за розробленою автором методикою.

Водночас ці електорати помітно відрізнялися за етнічною структурою. Так, серед електорату Симоненка українців за етнічною самоідентифікацією було помітно менше, ніж в електоратах Кучми (на 14,8%) та Мороза й Вітренко (на 20,8%), а частка росіян майже вдвічі перевищувала їх у двох інших електоратах, які за часткою росіян у своєму складі відрізнялися невідчутно (на 2,4%, на рівні $p < 0,05$ різниця статистично незначуща).

Ще помітнішими виявилися відмінності між найлівішим та іншими електоратами за пропорціями в їх складі комунікативно україномовних і російськомовних виборців. Належність до цих категорій визначали на підставі вербально-поведінкової самоідентифікації респондентів у спілкуванні з інтерв'юєром. У цьому разі україномовних виборців у найлівішому електораті було не тільки не більше, ніж російськомовних, а істотно — в 2,8 рази — менше (27,7% проти 72,3%), тоді як у лівоцентристському електораті Мороза й Вітренко україномовних виборців зафіксовано в 1,2, а в електораті Кучми — в 1,3 рази більше, ніж російськомовних.

Зважаючи на розбіжності між етнічною самоідентифікацією та мовною поведінкою респондентів, можемо констатувати: при дуже схожих пропорційних структурах лівоцентристського і правоцентристського електоратів за складом основних етнічних і мовних груп, за одним із параметрів лінгво-етнічної структури цих електоратів була зафіксована статистично значуща різниця. Якщо російськомовні українці становили тільки чверть правоцентристського електорату, то до складу лівоцентристського електорату входила майже третина таких виборців (33,0%; відмінність від 25,0% для даної вибірки статистично значуща на рівні $p < 0,05$).

Наголосимо, що певна частка респондентів кожного електорату спілкувалися з нашими інтерв'юєрами фактично й не українською й не російською, а змішаною “українсько-російською” мовою. Частка виборців, що спілкувалися так званим суржиком (коли інтерв'юєру важко було визначити, яка мова переважає — українська чи російська), за нашими даними, була найбільшою в найлівішому електораті (9,2%), а найменшою — в лівоцентристському (5,1%). Використання змішаної мови, коли інтерв'юєр мав змогу визначити, яка мова у спілкуванні з ним респондента переважає, найменшою мірою була зафіксована серед представників електорату Кучми (18,1%), а

найбільшою — серед прихильників Симоненка (26,4%; різниця статистично значуща на рівні $p < 0,01$).

Відмінності між етнічною самоідентифікацією та мовною поведінкою виборців в Україні, як відомо, тісно пов'язані з регіонами (вісь Захід–Схід) і типом поселення (села, мале або велике місто). Це зайвий раз підтверджують дані, вміщені в табл. 6.

Таблиця 6

Розподіл електоратів за типом поселення та регіонами, %

Тип поселення	Електорати		
	Симоненка N = 251	Мороза і Вітренко N = 327	Кучми N = 512
Село	24.2	33.2	33.3
Селище міського типу	18.7	10.2	8.9
Невелике місто (менше 200 тис.)	27.8	19.3	14.8
Середнє місто (від 200 до 500 тис.)	14.8	15.6	18.5
Велике місто (від 500 тис.)	14.5	21.7	24.6
ЗАГАЛОМ	100.0	100.0	100.0
Регіони*			
Західний	3.1	9.0	33.7
Західно-Центральний	17.8	37.2	19.8
Східно-Центральний	19.1	23.6	14.4
Південний	23.9	14.7	15.4
Східний	36.1	15.6	16.7
ВСЬОГО	100.0	100.0	100.0

* **Західний регіон** тут: Волинська, Рівненська, Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Закарпатська і Чернівецька області; **Західно-Центральний регіон:** Хмельницька, Житомирська, Вінницька, Кіровоградська, Черкаська, Київська області та місто Київ; **Східно-Центральний регіон:** Дніпропетровська, Полтавська, Сумська і Чернігівська області; **Південний регіон:** Одеська, Миколаївська, Херсонська, Запорізька області та АР Крим; **Східний регіон:** Харківська, Донецька, Луганська області. Регіональний розподіл електоратів здійснено на підставі даних, уміщених у: *Вибори Президента України 31 жовтня 1999 року. Підсумки голосування.* — К., Центрвиборчком, 1999. — С.7.

Отже, зазначені вище відмінності між лівоцентристським і правоцентристським електоратами цього разу не були пов'язані з поселенською структурою, за якою вони майже не відрізнялися (коефіцієнт кореляції між відповідними розподілами більше 0,94). Але поселенська структура електорату Симоненка від двох інших відрізнялася досить суттєво. Так, частка сільських виборців у ньому була меншою, ніж у кожному з двох інших електоратів, а частка міських виборців — на 9% більшою (24,2 проти 33,2 та 75,8 проти 66,8; відмінності статистично значущі на рівні $p < 0,05$). Водночас кількість мешканців великих міст (з населенням не менше 500 тисяч) в електораті Симоненка була помітно меншою порівняно з електоратами Мороза й Вітренко та, особливо, Кучми (відповідно, на 7,2% і 10,1%; відмінності статистично значущі на рівні

$p < 0,05$ і $p < 0,01$). Частка мешканців міст із населенням від 200 до 500 тисяч у всіх трьох електоратах була приблизно однаковою (зафіксовані в опитуванні відмінності статистично незначущі). І лише частка мешканців міст з населенням менше 200 тисяч та селищ міського типу в електораті Симоненка (46,5%) суттєво перевищувала цю категорію в двох інших електоратах (на 17% і на 22,8% відповідно).

З табл. 6 також випливає, що лінгво-етнічні відмінності у лівоцентристському і правоцентристському електоратах зумовлювалися саме територіальним розподілом, точніше — різницею між внесками в їх склад мешканців Західного і Центральних регіонів. Так, хоча внесок Західного регіону в електорат Мороза і Вітренко був помітно більшим за електорат Симоненка (9% проти 3,1%), втім, він виявився значно меншим за внесок цього регіону в електорат Кучми (9% проти 33,7%). І навпаки, частка обох центральних регіонів — Західно-Центрального і Східно-Центрального — в електораті Мороза і Вітренко була значно більшою порівняно з електоратами Симоненка (на 23,9%) і Кучми (на 26,6%). Саме ці два регіони дали електорату Мороза і Вітренко левову частку голосів — 60,8%. Практично стільки ж (60,0%) електорату Симоненка дали Південний і Східний регіони.

Стосовно територіального розподілу вирізнених електоратів слід зауважити, що тенденція, яка спостерігалась на виборах 1994 і 1998 років, на виборах 1999 року збереглася лише частково. Як і раніше, чим лівішим був електорат, тим меншою була в ньому частка Західного регіону, на відміну від Східного регіону, збільшення частки якого вже не залежало від міри того, наскільки лівим був електорат: у першому турі виборів в правоцентристському електораті Л.Кучми вона виявилася навіть дещо більшою, ніж в електораті О.Мороза й Н.Вітренко.

Президентські вибори і мотивація електорального вибору

Розділ ґрунтується на результатах двох загальнонаціональних опитувань, проведених фірмою СОЦІС у листопаді та грудні 1999 року. За статтю, віком, рівнем освіти і типом поселення респондентів вибірка (1200 осіб) репрезентує доросле населення України.

Тур перший

Соціологічні дослідження дають змогу не лише прогнозувати можливі результати й вивчати електоральну базу того чи того кандидата, а й з'ясувати мотиви голосування, встановлювати причини надання виборцями переваги цьому претендентові.

Листопадове опитування 1999 року засвідчило, що серед різноманітних засобів передвиборчої агітації найбільший вплив на електоральне рішення виборців справляли виступи кандидатів у засобах масової інформації та реклама на телебаченні й радіо. Найменш ефективними засобами агітації виявились, на думку опитаних, наочна агітація та розповсюдження листівок (див. табл. 1).

Таблиця 1

Міра впливу передвиборчої агітації на прийняття електоральних рішень, %

Агітаційні заходи	Дуже сильно впливал и	Вплива ли деякою мірою	Май же не вплива ли	Зовс ім не вплива ли	Ва жко відпов істи
Виступи кандидатів у ЗМІ	17	36	14	27	6
Наочна агітація на вулицях, у транспорті	3	16	26	49	6
Розповсюдження листівок	4	17	20	53	7
Роздавання рекламно- поліграфічної продукції (календарики, ручки)	2	8	16	66	8
Особисті зустрічі з кандидатами	11	10	9	60	10
Реклама на телебаченні й радіо	14	32	15	33	6
Діяльність груп підтримки кандидатів	7	15	16	52	10

Стосовно часу прийняття електорального рішення картина була такою. 58% респондентів зазначили, що зробили свій вибір на користь одного з кандидатів за місяць-півтора до виборів, ще 14% — за 2–3 тижні. Щоп'ятий опитаний прийняв рішення у термін від одного тижня (11%) до одного дня (6%), а безпосередньо на виборчій дільниці вирішили, за кого голосуватимуть, 3% виборців; 8% респондентів не дали відповіді на це питання.

Аналіз чинників, які впливають на час “визрівання” електорального вибору, не виявив вагомості рівня освіти. Натомість цей показник корелює з конкретною персоналією обраного виборцем кандидата. Зокрема, майже три чверті виборців лідера комуністів зробили свій вибір заздалегідь (за один-півтора місяця). А от чимала частина виборців Є.Марчука і особливо О.Мороза зробили свій вибір впродовж останнього передвиборчого тижня (відповідно 34% і 43%).

Наскільки перший тур виявився чесним в очах виборців? Понад третину опитаних (36%) впевнені, що вибори були проведені чесно; протилежного погляду дотримувались 16%; 31% вагалися щодо цього питання; 16% респондентів не відповіли на це питання.

Згідно з даними опитування, лише 29% цілком довіряли результатам першого туру, ще 30% радше довіряли, ніж не довіряли. Своєю чергою, зовсім не довіряли цим результатам 11%, часткову недовіру висловили 18% опитаних, 12% респондентів не висловили своєї думки з цього приводу.

Рівень довіри до результатів першого туру виборів виявився вищим серед респондентів із незакінченою вищою та вищою освітою, а найнижчим — серед респондентів із початковою та неповною середньою освітою. Так, серед першої групи респондентів 45% були переконані в чесності результатів першого туру президентських виборів, тоді як серед другої групи таких зафіксовано 34%.

Вказаний розподіл значною мірою зумовлювався складом електоратів Л.Кучми та лідера комуністів П.Симоненка. Зокрема, виборці з високим рівнем освіти частіше голосували за діючого Президента, ніж за П.Симоненка. І навпаки, електорат П.Симоненка відрізнявся нижчим рівнем освіти. Цілком імовірним є припущення, що доволі вагомий відрив Л.Кучми від лідера комуністів спричинився до виникнення сумнівів щодо чесності результатів першого туру саме у прихильників останнього.

Намір прийти до виборчих дільниць у другому турі висловили майже 80% опитаних. З огляду на можливий ефект присутності інтерв'юєра і “соціальної бажаності” участі у виборах, ми прогнозували ймовірний рівень електоральної активності у межах 75–78%. Мотивація відмови голосувати у другому турі зводилась до продовження “традиції” відмови від голосування у першому турі (20%), відсутності серед кандидатів у другому турі свого претендента та зневіра в можливість щось змінити завдяки власній участі в голосуванні (відповідно 14% і 12%).

Вихід у другий тур діючого Президента і його комуністичного опонента поставив виборців перед дилемою: або збереження існуючої державності та курсу на інтеграцію в європейські міждержавні структури, або повернення до “світлого” минулого, зокрема реанімація радянської системи влади й відновлення СРСР. Крім того, зайняті в приватному секторі економіки серйозно переймалися долею приватної власності в разі перемоги комуністів. Ця дилема змусила тих, хто вагався щодо участі у виборах у першому турі, прийти до виборчих дільниць у другому.

Отримані результати дали змогу організаторам дослідження передбачити перемогу у другому турі діючого Президента. Зокрема, за діючого главу держави планували

проголосувати близько половини респондентів (47%), тоді як за П.Симоненка погоджувалися віддати свій голос третина опитаних. Найбільшу підтримку діючому Президенту могли надати виборці Північно-Західного та Західного регіонів (відповідно 84% і 78%). Найслабкіші позиції Л.Кучми виявились серед опитаних у Криму — лише 24%. Що ж до лідера комуністів, то “бастіони” його підтримки розташовані насамперед у Криму (56%), а також у Східному та Південно-Східному регіонах (по 47%).

Які чинники могли вплинути на зростання шансів кандидатів на перемогу? Громадська думка виокремила насамперед пересторогу приходу до влади гіршого кандидата – тобто принцип “найменшого зла”. Близько чверті опитаних вказали на ділові й моральні якості претендента та бажання обрати кандидата, котрий їм подобався; 22% респондентів назвали свої ідейні переконання. Досить вагомою виявилася й частка тих, хто вказав на вплив виступу обраного кандидата з передвиборчою програмою на телебаченні (18%). З огляду на досвід першого туру, малоефективними виявились безпосередні зустрічі з кандидатом та його виступи в центральній і місцевій пресі. Окремо слід зазначити, що кожного п’ятого респондента можна віднести до сталого електорату кандидатів на посаду Президента ще з першого туру.

Тур другий

Згідно з отриманими під час грудневого опитування даними, майже половина виборців (47%) у другому турі проголосувала за Л.Кучму, тоді як його головному конкурентові П.Симоненку віддали голоси 28%. Викреслили обох претендентів 5%, ще 4% не дали жодної відповіді. Не прийшли до виборчих дільниць 17% опитаних.

Аналіз соціально-демографічних характеристик електорату головних претендентів на посаду глави держави виявив певні закономірності (див. табл. 2).

Таблиця 2

Соціально-демографічний склад електоратів Л.Кучми та П.Симоненка, %

<i>Соціально-демографічні характеристики</i>	Електорат Л.Кучми	Електорат П.Симоненка
<i>Вікові групи</i>		
До 30 років	29	12
31–50 років	38	34
51 рік і старші	33	54
Загалом	100	100
<i>Рівень освіти</i>		
Початкова/неповна середня	32	48
Середня загальна	36	26
Середня спеціальна	19	17
Незакінчена вища та вища	13	9

Загалом	100	100
<i>Тип поселення</i>		
Київ	5	5
Інші міста	61	59
Село	34	35
Загалом	100	100
<i>Регіон проживання</i>		
Північний	8	8
Центральний	10	18
Північно-Східний	9	10
Північно-Західний	6	7
Південно-Східний	11	13
Західний	18	1
Південно-Західний	7	1
Південний	10	11
Східний	14	19
Крим	3	7
Загалом	100	100

Якщо електорат Л.Кучми загалом рівномірно представлений різними віковими групами, то лідер комуністів найбільшу підтримку дістав з боку виборців старшої генерації. Звертає на себе увагу і той факт, що рівень електоральної підтримки обох кандидатів поступово зменшується з рівнем освіти опитаних. Цей, на перший погляд парадокс, можна пояснити тим, що саме серед респондентів із високим рівнем освіти щодесятий викреслив обох кандидатів. Для порівняння: у групі з рівнем освіти не вищим за неповну середню таких виявилось 2%.

Що ж до регіонального розподілу електоральних преференцій, то тут виокремлюється насамперед Західний і частково — Південно-Західний регіони, де перевага Л.Кучми була безумовною. Своєю чергою, перевага П.Симоненка чітко зафіксована у Центральному та Східному регіонах.

Як свідчать результати грудневого опитування, більшість симпатиків і одного, і другого кандидатів зробила свій вибір заздалегідь до другого туру. Зокрема, 63% виборців Л.Кучми і 57% П.Симоненка відповіли: “завжди знав, що голосуватиму саме так”. Після проведення першого туру кількість прихильників дещо зросла у П.Симоненка (28% проти 23% у Л.Кучми).

Значна частка тих, хто проігнорував вибори (40%), не змогли пояснити своє рішення. Серед названих мотивів відмови участі у голосуванні переважають: “традиція” не брати участі у виборах взагалі (26%) та вплив результатів першого туру (14%).

Мотивацію електорального вибору учасників опитування під час проведення другого туру президентських виборів в узагальненому вигляді представлено у табл. 3.

Таблиця 3

Мотивація електорального вибору у другому турі, % (грудневе опитування)

Мотивація електорального вибору	Голосували за Л.Кучму	Голосували за П.Симоненка	Викреслили обох	Не голосували
Голосував за цього кандидата у першому турі	65	33	–	–
Пересторога перемоги конкурента “свого” кандидата	51	48	–	–
Передбачуваність дій “свого” кандидата і пересторога дій його конкурента	93	6	–	–
Побоювання повернення комуністів	94	–	–	6
Це мій протест проти існуючого режиму	4	77	11	8
Це мій протест проти повернення до минулого	87	8	5	–
Це мій протест проти одного і проти другого кандидата	5	6	35	51

Головний аргумент тих, хто підтримав переобрання Л. Кучми на другий термін, може бути окреслений передбачуваністю його політики та страхом перед можливою реставрацією комуністичного режиму в разі перемоги П.Симоненка. Водночас симпатии лідера комуністів розглядають підтримку його на виборах передусім як протест проти існуючого режиму.

Які ж очікування плекало населення щодо перспектив і наслідків дій новообраного Президента? Серед респондентів переважала надія на те, що переобрання Л.Кучми сприятиме продовженню реформ в інтересах всього населення України (29%) та забезпеченню стабільності й порядку (25%). Проте майже щоп’ятий респондент вказав на можливість подальшого зубожіння народу: такої точки зору дотримуються передусім прихильники П.Симоненка. У соціальній сфері від Л.Кучми громадська думка надалі очікує виплати грошових заборгованостей і гарантованих робочих місць (відповідно 29% і 16%). У сфері внутрішньої політики виборці сподіваються на зміцнення законності та правопорядку, а в сфері зовнішньої політики — на розвиток конструктивних відносин з іншими державами з огляду на інтереси України.

Електоральні орієнтації населення України: жовтень-99

Дані наведено за результатами соціологічного опитування населення України, проведеного 1-8 жовтня 1999 року Українським інститутом соціальних досліджень та Центром “Соціальний моніторинг”. Опитування проводилось в усіх адміністративно-територіальних одиницях України: 24 областях, АР Крим, м. Києві та м. Севастополі. Всього опитано 3076 респондентів віком від 18 років і старших. Вибіркова сукупність репрезентативна за основними соціально-демографічними ознаками. Стандартні відхилення становлять 1.1–1.8. Рівень досяжності респондентів становив 73.5%. Опитування проводилось у межах моніторингу громадської думки населення України, що дає змогу порівняти отримані дані з попередніми результатами та простежити динаміку за окремими показниками.

Виходячи з даних опитування, соціологи прогнозували високий рівень участі населення у президентських виборах — на рівні 70-80% від загальної кількості виборців. Серед вікових груп менше схильні до участі у виборах представники молодшої когорти, переважно 20–28-річні, найбільше — представники старших вікових груп. На тлі високої електоральної готовності вирізняються АР Крим та південний регіон України, де щодо участі у виборах впевнені лише 52% і 57% відповідно. Деяко нижчими за середні є показники серед мешканців столиці.

Респондентам ставили питання, за кого б вони проголосували, якби вибори відбулися наступної неділі. Динаміка електоральної підтримки кандидатів у Президенти простежується у таблицях 1 і 2.

Таблиця 1

Динаміка електоральної підтримки кандидатів на виборах Президента України: жовтень-98 — жовтень-99, %

Кандидати	10. 98	12. 98	03. 99	06. 99	07.99	08. 99	3–13. 09. 99	16– 26.09. 99	10. 99
Л.Кучма	6	8	11	19	18	17	19	25	31
Н.Вітренко	7	13	18	11	15	16	12	12	14
П.Симоненко	8	9	5	10	12	11	9	10	11
О.Мороз	8	9	8	6	7	9	6	9	7
Є.Марчук	2	3	3	2	6	5	4	5	5
О.Ткаченко	1	1	2	2	2	2	1	3	5
Г.Удовенко	*	*	3	1	2	1	2	1	2
Інші кандидати	16	17	4	1	1	2	1	1	1
Не збираються голосувати	14	9	7	14	10	16	16	15	4
Проти усіх	*	7	8	2	3	2	2	2	3
Не визначилися	38	24	31	32	24	20	28	17	17

*Означає, що цього варіанту в опитувальнику не було.

Підтримка виборцями діючого Президента у жовтні 1998 року була низькою, але постійно зростала до червня 1999 року; до першої половини вересня практично не змінювалась, втім надалі почала швидко зростати.

Рейтинг Вітренко незмінно зростав від опитування до опитування аж до березня 1999 року, проте . Однак червневє опитування зафіксувало помітний спад підтримки виборців. У липні та серпні її рейтинг дещо зріс порівняно з червнем, хоча й не сягнув березневого рівня. У вересні зафіксовано невелике зниження рівня електоральної підтримки, але на початку жовтня він досяг планки липневого рівня. Отож, що серед прихильників Вітренко певна частина виборців вагалась у своєму виборі. Крім того, ці дані дають підстави стверджувати, що замах на Вітренко не додав їй, прихильників (опитування тривало впродовж трьох днів напередодні інциденту в Кривому Розі й протягом чотирьох днів по тому).

У жовтні дещо збільшився відсоток прихильників П.Симоненка (до 11%) і О.Ткаченка (до 4.5%). Незмінним залишився рівень підтримки Є.Марчука (5%) та Г.Удовенка (2%).

У першій половині вересня спостерігалось певне зниження частки виборців, готових віддати свій голос за О.Мороза. Опитування другої половини вересня зафіксувало, що рівень його підтримки знову дістався серпневого рівня, натомість у жовтні трюхи знизився (до 7%).

Щодо відмінностей електоратів за статтю, то серед прихильників єдиної серед кандидатів жінки дещо переважали жінки (16%, чоловіків — 13%). А от в електораті Марчука переважали чоловіки (7%, жінок — 4%). У решти кандидатів відмінностей залежно від статі респондентів не виявлено.

З огляду на вік респондентів, прибічники діючого Президента явно переважали у віковій групі 20-28 років (35% серед тих, кому 20–24 роки і 37% у групі 25–28-річних). Тобто Л.Кучму більше підтримували люди активного віку, натомість респонденти похилого віку ставилися до нього критичніше. З віком лінійно зростала кількість тих, хто збирався проголосувати за лідера комуністів П.Симоненка (від 5% серед опитаних віком 18-19 років до 19% серед тих, кому понад 60 років). Ставлення до інших претендентів практично не залежало від віку.

В плані освітнього рівня ця залежність найбільше була виражена серед електорату Є.Марчука. За нього мали намір проголосувати 9% респондентів з вищою освітою і лише 3% — з незакінченою середньою. Зворотна тенденція спостерігалася стосовно П.Симоненка: найбільшу підтримку він мав серед респондентів з незакінченою середньою освітою — 17%, найнижчу — серед людей з вищою освітою — 8%.

У регіональному вимірі у Л.Кучми найміцніші позиції серед виборців Західного регіону (45%) й у столиці (38%). Мешканці Заходу також переважали серед тих, хто мав намір підтримати кандидатуру Є.Марчука (11%). У П.Симоненка найбільше прихильників виявилось у Східному регіоні (19%) і в АР Крим (17%). Мінімальною була кількість прибічників лідера комуністів на Заході (1,5%) й у столиці (4%).

Щодо можливого голосування у другому турі, то в разі протиборства Л.Кучми та Н.Вітренко, за діючого Президента висловили намір проголосувати 43%, за Н.Вітренко — 31% (у серпні це співвідношення становило 29% і 30%). У варіанті виходу до другого туру Л.Кучми та П.Симоненка співвідношення їх прихильників згідно з даними опитування, становить 47% і 25%, а в парі Л.Кучма — О.Мороз — 45% і 26%.

Найстабільнішим виявився електорат Л.Кучми та П.Симоненка. Серед їхніх прихильників близько 70% стверджували, що здійснили остаточний вибір. Найменш упевненими у своєму виборі були прихильники Є.Марчука і О.Ткаченка.

Очікування виборців щодо дій майбутнього Президента були досить усталеними впродовж кількох передвиборчих місяців. Дві третини опитаних передусім сподівалися на наведення дисципліни та порядку в державі, далі визначали зниження податків на

діяльність підприємств, подальші ринкові реформи в економіці та ліквідацію власності ділків тіньової економіки і нечесних чиновників.

Оцінка виборцями здатності “їхнього” кандидата вивести Україну з кризового стану, засвідчує, як це не парадоксально, що найменші надії у щодо цього покладалися на діючого Президента, натомість серед його прихильників було значно більше тих, хто вважав, що в разі його переобрання Л.Кучми не зміниться (див. табл. 2).

Таблиця 2

Розподіл відповідей на питання “Якою мірою кандидат, за якого Ви вирішили проголосувати, буде здатний вивести країну з кризи?”, %

Очікування	Н.Вітренко	Л.Кучма	Є.Марчук	О.Мороз	П.Симоненко	О.Ткаченко
Думаю, йому це вдасться повною мірою	18	18	19	15	29	12
Вважаю, йому вдасться багато зробити в цьому напрямі	53	39	50	50	46	58
Йому вдасться зробити дуже мало	14	16	19	19	13	17
За його правління ситуація не зміниться	5	15	3	4	3	4
За його правління ситуація може погіршитися	1	2	0	0	2	1
Важко відповісти	8	11	9	11	7	8

На підставі отриманих даних було зроблено деякі прогнози:

1. *Вибори Президента України відбуватимуться у два тури, адже жоден з кандидатів не міг розраховувати на 50% голосів у першому турі.*
2. *Явка виборців очікувалася досить високою — 70–80%.*
3. *Діючий Президент має значні переваги перед іншими кандидатами. Напевне, у першому турі він отримає 28–36% голосів виборців.*
4. *Другим кандидатом у другому турі можуть бути Н.Вітренко або П.Симоненко.*
5. *У другому турі в будь-якому разі прогнозується перемога Л.Кучми.*

Ірина Бекешкіна

Громадська думка щодо діяльності громадських організацій під час виборчої кампанії

Вільні змагальні вибори зазвичай називають “святом демократії”, бо саме в цей період відбувається процес визначення народом напряму розвитку суспільства на певний час. Проте сама лише наявність регулярних виборів іще не гарантує демократичності суспільства. Вибори — це не тільки відбір людей, котрим суспільство на певний час делегує повноваження, це активізація політичної свідомості всього населення. Вибори можуть стати школою справжньої демократії, громадянської культури, громадянської активності й громадянського суспільства загалом, а можуть спричинити остаточну втрату надій змінити життя на краще.

Щоб вибори стали по-справжньому адекватним засобом волевиявлення суспільства та ефективним механізмом зв'язку суспільства та влади, виборці не повинні обмежуватися правом обирати з-поміж кількох суб'єктів, а мають робити це усвідомлено, використовувати усю потрібну інформацію, тримати під контролем весь процес виборчої кампанії. Звичайно, Україні ще далеко до демократичних стандартів розвинених країн. Але ж демократизація — процес, який “не піде” сам по собі; щоб бути дієвою, а не декоративною, демократія має стати справою зацікавленої сторони, тобто “демосу”.

З метою максимального дотримання демократичних принципів під час виборчої кампанії і було створено Коаліцію українських громадських організацій “Свобода вибору”, до складу якої увійшли понад 400 членів з усіх регіонів України⁶. Коаліція принципово відмовилася підтримувати когось із кандидатів, спрямовуючи свою діяльність саме на досягнення максимально демократичного процесу виборів, працюючи не на конкретну політичну силу, а на усіх виборців, незалежно від їхніх політичних переваг.

Під час виборчої кампанії Коаліція розгорнула найактивнішу діяльність. Ця робота схвально оцінювалася на засіданнях Круглих столів й у публікаціях журналістами, політиками, науковцями, представниками громадських організацій та фондів тощо. Проте весь час відкритим залишалося питання: а чи доходять ці заходи до свого “кінцевого” адресата, тобто пересічного виборця, чи не замикаються вони у колі самих громадських організацій і тих, хто, так би мовити, “професійно” пов'язаний з виборами — пише, досліджує, організовує, агітує, тобто, чи впливає ця діяльність на широкий загал?

Щоб оцінити вплив діяльності коаліції “Свобода вибору” на електоральний загал Фонд “Демократичні ініціативи” спільно з Київським міжнародним інститутом соціології після I туру президентських виборів (1-7 листопада) здійснив загальнонаціональне опитування. Вибірка становила 1253 респонденти в усіх областях України та АР Крим, котрі за соціально-демографічними характеристиками (стать, вік, освіта, національність, тип поселення) репрезентували доросле населення України.

Не було потреби прямо запитувати респондентів про оцінку діяльності коаліції “Свобода вибору”, бо зрозуміло, що зазвичай люди не схильні звертати увагу на назви різноманітних організацій, яких забагато фігурує під час виборів, до того ж, часто-густо - з подібними назвами. Тому були вирішені основні напрями діяльності Коаліції у загальнонаціональному масштабі:

1. Просвітницька діяльність — публікація різноманітної літератури, створення телероліків з поясненням основних принципів виборів, надання об'єктивної інформації про кандидатів та їхні програми.

2. Інформативно-аналітичне забезпечення виборів — соціологічні опитування громадської думки та поширення через засоби масової інформації об'єктивної інформації

⁶ Декларація Коаліції громадських організацій “Свобода вибору” наводиться у додатку.

про рейтинги кандидатів, орієнтації та очікування виборців, мотиви голосування. Ця діяльність здійснювалася під егідою Фонду “Демократичні ініціативи”.

3. Мобілізаційна функція - агітація взяти участь у виборах, спрямована передовсім на групи, здатні ухилятися від голосування, зокрема на молодь. Серед найпомітніших у загальнонаціональному масштабі акцій слід назвати попереднє голосування студентів, проведене Комітетом виборців України.

4. Функція громадського контролю за перебігом виборів і підрахунком голосів та паралельний підрахунок голосів у день виборів. Координатором й організатором цієї діяльності був Комітет виборців України.

За кожним із цих напрямів діяльності коаліції з’ясовували, по-перше, чи вважають її респонденти в принципі потрібною; по-друге, чи відчули вони відповідні заходи під час виборчої кампанії і, нарешті, чи була відповідна діяльність громадських організацій корисною для виборця при прийнятті рішення.

Крім того, дослідження мало й ширшу мету — визначити “точки росту” третього сектора, виявити резерви зростання громадських організацій, з’ясувати ставлення до них у суспільстві та можливості активнішого залучення громадян до їх діяльності.

Поінформованість населення і ставлення до діяльності громадських організацій під час виборів

Перш за все ми з’ясували, чи взагалі населення має уявлення про те, що під час виборів працювали не лише партії та виборчі штаби кандидатів, а й недержавні громадські організації (НДО), які мали на меті, так би мовити, “сам процес”. Про міру важливості для пересічних громадян наявності такої діяльності свідчать дані, вміщені у таблиці 1.

Таблиця 1

Розподіл відповідей на це запитання “Чи знаєте Ви щось про діяльність під час виборів громадських організацій, які не підтримували певних кандидатів, а здійснювали контроль за чесністю виборів, освітою виборців тощо?”

Варіанти відповідей:

- Так, знаю — 22%
- Щось про це чув — 21%
- Не знаю нічого — 44%
- Мене це зовсім не цікавить — 9%
- Важко сказати — 4%

Як бачимо, кількість тих, хто знає або щось чув про діяльність НДО приблизно однакова. Оцінімо цей результат з певним оптимізмом — вважаймо, що зал “наполовину повний”. Привертає увагу те, що тих, кого взагалі не цікавить діяльність цих громадських організацій, дуже мало — менше 10% опитаних, як і тих, хто вважає таку діяльність непотрібною (9%). Натомість абсолютна більшість респондентів вважають цю діяльність конче потрібною (38%) або взагалі потрібною (36%). Втім, особиста участь у діяльності таких організацій виявилася незрівнянно меншою за впевненість у її доцільності — лише 9%. На жаль, найменше бажання брати участь у роботі громадських організацій на виборах висловила молодь (5%), тоді як з числа респондентів віком 30-54 років таких було 9%, а і серед тих, кому за 55 — 10%.

Що заважає громадянам брати участь у діяльності таких організацій? Розподіл відповідей на це питання містить табл. 2.

Таблиця 2

Розподіл відповідей на питання "Якщо Ви ніколи не брали участь у діяльності таких громадських організацій, то чому?" *

У мене немає на це часу - 24%
Мене взагалі не цікавить подібна діяльність — 23%
Я вважаю, що моя участь нічого не змінить — 21%
Я не знаю, як це реально зробити - 21%
Я не вірю цим організаціям — 8%
Інше — 7%
Важко сказати — 10%

*Можна було вказати на дві основні причини, тому сума відповідей перевищує 100%.

Аналіз наведених причин неучасті у діяльності громадських організацій додає певного оптимізму. Передусім наголосимо високий рівень довіри до НДО, особливо порівняно з надзвичайно низькою довірою політичним партіям та майже усім державним інституціям. Отже, громадські організації сприймаються людьми як "свої", які обстоюють їхні інтереси й чия діяльність потрібна і викликає довіру. До речі, з'ясувалося, що п'ята частина респондентів не бере участі в діяльності НДО тому, що не знає, як це зробити. Причому й серед тих, хто дав відповідь "інше", 2% опитаних прямо вказали, що їм "ніхто не пропонував". Отже, громадські організації мають істотний резерв для залучення нових активістів до своєї роботи.

Просвіта виборців

Одним із важливих напрямів діяльності організації Коаліції були просвітницькі акції, які пояснювали виборцям порядок голосування, надавали об'єктивну інформацію стосовно програм кандидатів тощо. Чи доходила ця інформація до свого "споживача", чи була вона корисною, чи спонукала людей до участі у виборах? У нашому опитуванні з'ясувалося ставлення виборців до телевізійних роликів, що транслювалися на загальнодержавних каналах, не агітували за конкретного кандидата, а роз'яснювали виборцям механізм голосування.

Телеролики дивилися 55% опитаних і майже стільки ж — 48% - вважали, що вони були дуже корисними (18%) або взагалі корисними (31%). Відповіли, що від тих роликів користі не було, лише 18%, 9% опитаних вважали, що така інформація людей не цікавить, ще 24% не мали певної думки з цього приводу.

Просвітницька література мала меншу аудиторію, але теж значну — відповіли, що вона їм траплялася, 40% (цифра вражає, особливо завваживши на те, що книжки, брошури чи листівки розповсюджувалися з рук у руки). З-поміж тих, хто знайомився з літературою, 61% оцінили її як корисну, 29% - ні і лише 10% опитаних ця література взагалі не цікавила.

Особливої ваги цій діяльності додає те, що здебільшого на важливість подібних акцій вказували молоді люди віком до 30 років, котрі більшою мірою схильні ігнорувати вибори і менше цікавляться політикою (див. табл. 3).

Таблиця 3

Ставлення до просвітницьких акцій Коаліції виборців різних вікових генерацій (%)

Участь у просвітницьких заходах	18-29 років	30-54 роки	55 років і старші
Дивилися по телебаченню просвітницькі ролики	68	64	41

Вважають ці ролики дуже корисними	21	19	15
Вважають ці ролики здебільшого корисними	39	31	28
Знайомі з просвітницькою літературою щодо виборів	45	46	32
Вважають таку літературу дуже корисною для себе	26	21	17
Вважають таку літературу взагалі корисною для себе	43	40	39

Регулярні соціологічні опитування під час виборчої кампанії постійно фіксували істотно меншу налаштованість молодих людей іти на вибори, причому зазвичай вони не висловлювали категоричне "ні", а здебільшого обирали відповідь “ще не вирішив” або “важко сказати”. На нашу думку, на остаточне рішення взяти участь у виборах певний вплив справили просвітницькі акції, здійснювані громадськими організаціями. А оскільки політичний вибір молоді суттєво відрізнявся від вибору старшого покоління, то, мобілізуючи молодь, громадські організації, таким чином, зумовили більш адекватний результат волевиявлення виборців.

Мобілізаційні акції та ставлення до них виборців

З метою мобілізації виборчої активності молоді Комітет виборців України провів надто цікаву акцію - попереднє голосування студентів, яка викликала неоднозначні відгуки у засобах масової інформації. Подивимось, як до неї поставилися пересічні виборці взагалі та зокрема молодь, на яку вона була безпосередньо розрахована.

З'ясувалося, що про цю акцію знає напрочуд велика кількість громадян — 43% читали або щось чули про неї. Стосовно доцільності проведення цієї акції думки у засобах масової інформації й у суспільстві загалом поділилися: 23% опитаних вважали її доцільною, 22% - марною, решта або не знали про неї або вагалися з приводу цього. Причому характерно, що молодь оцінила цю акцію більш позитивно: серед респондентів віком 18-29 років схвалили її 30%, ні — 21%, серед опитаних середнього віку (30-54 роки) думки поділилися приблизно навпіл — відповідно, 24% і 23%, а серед людей літнього віку дещо переважало неприйняття цього заходу — 22% (позитивно - 18%).

Зазначимо, що до проведеного Комітетом виборців України попереднього голосування студентів справді можна висунути справедливі претензії, які стосуються перш за все інтерпретації заходу, який неправомірно розглядали і як прогноз майбутніх результатів, і як варіант соціологічного опитування. Звісно, результат аж ніяк не міг бути адекватним, бо не було дотримано канонів вибірки; в деяких містах, де вузівське начальство чинило перешкоди, голосування не проводилося взагалі, у деяких, де студентське керівництво поставилося до цього без упередження, голосування проводилося суцільно. Не кажучи вже про те, що не було дотримано правил виборчого законодавства — видачі бюлетенів за паспортом, голосування за місцем проживання, анонімності голосування тощо.

Втім, якщо розглядати це як акцію, спрямовану на мобілізацію виборчої активності студентства, вона свою роль відіграла. По-перше, частина студентів задумалися, за кого голосувати, по-друге, з'явився цікавий змагально-ігровий момент — чи переможе “мій” кандидат? Отже, слід іти на вибори, щоб йому “допомогти”. І ті 30% молодих людей, котрі висловили своє позитивне ставлення до цієї акції — результат, який, попри всі зауваження, досяг своєї мети.

Ставлення громадської думки до соціологічних опитувань

Як відомо, свобода вибору забезпечується не тільки можливістю обирати з-поміж кількох кандидатів, а й доступністю інформації, змогою робити свій вибір усвідомлено. Немає нічого шкідливішого за гасло “голосуй серцем”. Голосувати слід розумом, зваживши всі “за” й “проти”.

Поінформованості виборців значною мірою сприяють соціологічні опитування, які впродовж десятиліть є невід’ємною складовою виборчих кампаній у країнах розвинутої демократії. У нашій країні такі опитування поки не стали звичними як для громадської свідомості, так і для мас-медіа, що висвітлюють виборчі перегони. Більше того, в середовищі українських журналістів побутують упереджені уявлення щодо соціологічних опитувань — від зумовлених невіглаством тверджень про те, що “хто платить гроші, той і замовляє музику” до тверджень, що нібито наведені рейтинги кандидатів надто сильно впливають на свідомість виборця, аж до прямої маніпуляції, тож їх не слід оприлюднювати.

У період виборчих кампаній вкрай важливо, щоб об’єктивну неупереджену інформацію суспільству постачали “нейтральні осередки” — зокрема, замовляли організації, не пов’язані з жодним із кандидатів. Фонд “Демократичні ініціативи” під час виборів відповідав у Коаліції за забезпечення суспільства через засоби масової інформації та громадські організації, що входили у Коаліцію, даними соціологічних опитувань та аналітичним кваліфікованим осмисленням їх. Цю діяльність Фонд здійснював у тісній співпраці з провідними соціологічними опитувальними фірмами України — СОЦІС, Київським міжнародним інститутом соціології та “Соціальний моніторинг”. Це значною мірою знімало проблему фальсифікації даних та звинувачень в “упередженості”.

А як сприймали виборці ці дані? Чи були цікаві їм рейтинги, що постійно фігурували у засобах масової інформації? Оскільки в нашому дослідженні йшлося про оцінку роботи Коаліції, було важливо з’ясувати ставлення саме до тих даних, які надавав засобом масової інформації Фонд “Демократичні ініціативи”, тому ставилося питання про рейтинги та цифри, оприлюднювані на центральних телеканалах, бо практично всі вони бралися з щотижневих “Круглих столів”, організованих Коаліцією.

Соціологи були приємно здивовані великим інтересом до цих даних - 62% опитаних відповіли, що вони звертали увагу на дані соціологічних опитувань, які транслювались у телепрограмах. У відповідь опонентам, котрі вважають, що соціологічні результати не слід оприлюднювати, бо вони начебто “тиснуть” на рішення виборців, наведемо такі відповіді наших респондентів: 68% респондентів вважають, що соціологічні рейтинги оприлюднювати потрібно і лише 14% з цим не згодні (решта не визначилися).

Але чи справді “тиснуть” на волевиявлення ці результати? Більшість з тих, хто стежив на рейтингами — 52% - вказали, що ця інформація була для них корисною, але на рішення не вплинула, 28% брали її до уваги і тільки 16% вважали, що інформація корисною не була. Отже, якщо зважити на відсоток тих, хто стежив за рейтингами і хто брав участь у голосуванні, доходимо висновку, що вплив на рішення коливається у межах 12-15%.

Про те, що інформація про рейтинги не має “фатальної” сили на рішення виборців, свідчить той факт, що ті, хто слідкував за рейтингами, віддали голоси за різних кандидатів, а не лише за тих, хто посідав у них перші місця. Більше того, найбільший відсоток зацікавлених рейтингами виявився не серед електорату тих, хто постійно передував у соціологічних опитуваннях (Кучми, Симоненка чи Вітренко), а серед прихильників Марчука, а це є наслідком вищого освітнього рівня його електорату. Щоб покласти край спекуляціям щодо маніпулятивної ролі рейтингів, зазначимо, що будь-яка інформація впливає на рішення виборців, для того, зрештою, вона призначена. Інша річ — якою є ця інформація — об’єктивною чи фальшивою. І роль аналітико-дослідницьких

організацій під час виборів полягає в тому, щоб забезпечити суспільство об'єктивною науковою інформацією і викривати усілякі фальсифікації.

Щодо проведення опитування у день виборів на виборчих дільницях - звичні у світовій практиці дослідження exit-poll — та оприлюднення попередніх результатів у телепрограмах раніше, ніж будуть отримані офіційні, громадська думка не була одноставною, хоча переважає позитивне ставлення до таких досліджень: на користь цього висловилися 40% опитаних, 19% були проти, 25% нічого про це не знають (завважимо, що відсоток дуже незначний) і ще 17% своєї позиції не сформували.

На користь проведення exit-poll'ів, окрім звичних аргументів, що це, зокрема, єдиний спосіб отримати реальні дані про особливості електорату кандидатів і надійний шлях контролю за чесністю підрахунків, наше дослідження надало ще один аргумент для роздумів. Дослідження виявило несподівано низький відсоток тих, хто дивився у ніч виборів телепрограми, присвячені виборам. З огляду на те, що такі програми транслювалися на п'яти телеканалах, 26% телеглядачів слід визнати цифрою незначною. Гадаємо, це пов'язано з пізнім часом, коли йшли ці програми. Своєю чергою, такий пізній початок зумовлений тим, що "пік" програм має припадати на оголошення офіційних (хоч і попередніх) даних з Виборчкому. Вочевидь, більш ранній початок цих передач міг би істотно збільшити їхню аудиторію, а будувати передачі до отримання офіційних даних можна було на результатах exit-poll'у, тим паче що вітчизняні опитувальні фірми вже довели свою здатність здобувати якісні результати, несуттєво відмінні від остаточних даних.

Громадський контроль за підрахунками результатів

З метою контролю громадськості за результатами виборів Комітет виборців України здійснював незалежний паралельний контроль за підрахунками голосів. Зважаючи на глибоко вкорінену недовіру населення до владних інстанцій, особливо коли влада є інстанцією зацікавленою, цей напрям участі громадських організацій у виборчій кампанії отримав найбільшу підтримку громадської думки. Виявилось, що 52% респондентів знали, що Комітет виборців здійснює цю акцію, у підсумку 81% опитаних вважали за потрібне контролювати діяльність громадських організацій під час виборів (48% - дуже потрібною, 34% - загалом потрібною) і лише 5% не вбачали у тому сенсу. Завважимо, що на заваді широкому розгортанню такої діяльності стала відсутність у Законі про вибори зафіксованого права громадських організацій здійснювати подібний контроль. На нашу думку, цю ваду законодавства слід заповнити, адже річ навіть не в самих підрахунках, а у тому, що в разі збігу неофіційних і офіційних даних, це істотно підвищує довіру населення до чесності й справедливості виборів, позбавляє ґрунту настрої, що "все підтасовано" і, зрештою, підвищує довіру людей до влади взагалі.

Ставлення до громадських організацій та оцінка громадянами свого впливу на майбутнє України

У демократичних країнах вільні змагальні вибори є головним інструментом впливу громадян на визначення курсу та програм суспільного розвитку. А гарантом втілення цих програм у життя й контролю за їх виконанням обраною владою є третій сектор — розгалужена мережа громадських організацій, які об'єднують громадян і чинять тиск на владу з метою реалізації інтересів певних соціальних груп. Україна перебуває в процесі демократизації, і головною перешкодою успішнішого поступу цього процесу є слабкий розвиток громадянського суспільства й відсутність дієвих важелів впливу громадськості на владу.

Тому об'єднання майже 400 громадських організацій у коаліцію "Свобода вибору" заради сприяння вільному волевиявленню виборців, є кроком уперед на шляху

демократичного розвитку України. Можливість організованого впливу на владу зміцнює у людей впевненість у своїх силах і громадських можливостях. Надзвичайно цікавим відкриттям нашого опитування стало виявлення прямого зв'язку між участю в громадських організаціях під час виборчої кампанії, позитивним сприйняттям їх діяльності й упевненістю в тому, що участь у виборах може вплинути на подальший розвиток України. Цей висновок підтверджує виявлений зв'язок між мотивами неучасті у діяльності громадських організацій та уявленнями про можливість власного впливу на майбутнє України. Ті, хто аргументує свою відстороненість від участі у громадських організаціях такими чинниками, як недовіра до них чи невіра у можливість щось змінити, так само песимістично розцінюють і шанси на те, що їхня участь у виборах спричинятиме вплив на майбутнє України. І, навпаки, у тих, хто зазначив, що не знає, як приєднатися до громадської організації або просто не має часу, впевненість у власних потенційних можливостях значно вища (див. табл.4).

Таблиця 4

Розподіл відповідей на запитання “Чи вплине Ваша особиста участь (або неучасть) у президентських виборах на майбутнє України?” і ставлення до громадських організацій, %

<i>Ставлення до громадських організацій</i>	<i>Безперечно, вплине</i>	<i>Певною мірою вплине</i>	<i>Ніяк не вплине</i>	<i>Важко відповісти</i>
<i>Ті, хто брав участь в роботі громадських організацій під час виборів</i>	39	36	23	2
<i>Ті, хто не брав участі у роботі громадських організацій під час виборів</i>	25	41	26	10
<i>Ті, хто вважає діяльність громадських організацій під час виборів дуже потрібною</i>	34	38	22	6
<i>Ті, хто не знає, як приєднатися до громадських організацій</i>	34	43	18	5
<i>Ті, кому просто бракує часу для участі в роботі громадських організацій</i>	27	45	22	6
<i>Ті, хто не вважає діяльність громадських організацій під час виборів потрібною</i>	20	33	40	7
<i>Ті, хто вважає, що участь у громадських організаціях нічого не змінить</i>	19	40	33	8
<i>Ті, хто не вірить громадським організаціям</i>	15	35	40	10
<i>Ті, кого діяльність громадських організацій не цікавить</i>	13	44	32	11

Отже, шлях до оптимізму, віра у свої сили й можливості прямо пов'язані із власною активністю, здатністю об'єднуватися з іншими громадянами і впливати на розвиток своєї країни у бажаному напрямі. Коаліція “Свобода вибору”, яка плідно діяла під час

президентських виборів і чия активність була помічена і високо оцінена громадянами — один із прикладів такого об'єднання.

Проведене дослідження засвідчило, що в суспільстві є поки що не задіяні резерви зростання громадських організацій, які мають стати більш відчутнішим суб'єктом демократичного процесу в Україні, причому не тільки в період чергових виборів.

