

Політичний портрет України №25

ВИБОРИ-2002: ПІСЛЯМОВА

Фонд “Демократичні ініціативи” – неприбуткова, недержавна аналітична організація.

Фонд ставить за мету сприяти розбудові України як демократичної правової держави з відкритим громадянським суспільним ладом та ринковою економікою.

Фонд організує роботу висококваліфікованих експертів для вивчення актуальних проблем громадського та політичного життя країни; сприяє налагодженню контактів між організаціями демократичного спрямування та проведенню ними спільних заходів; розповсюджує інформаційні матеріали серед політичних організацій, владних структур, представницьких органів; інформує громадськість через засоби масової інформації.

Фонд “Демократичні ініціативи” висловлює щирі подяку Фонду Чарльза Стюарта Мотта (США), та Національному фонду підтримки демократії (США). Завдяки підтримці цих організацій видання цього числа бюлетеню “Політичний портрет України” стала можливою.

Редакція бюлетеня

Редактор	І.Кучерів
Наукове редагування	І.Бекешкіна
Літературне редагування	В.Гломозда
Літературне редагування	І.Філіпчук
Відповідальний за випуск	О.Дишлевий
Комп'ютерне макетування	І.Кучеренко

Адреса Фонду:

вул. Михайлівська 16-б, кв.34, м. Київ 01001, Україна

тел./факс (380 44) 490-7057

E-mail: dif@carrier.kiev.ua

<http://www.dif.org.ua>

Ресстраційне свідоцтво № КВ 187

При передруку або частковому використанні матеріалів посилання на Фонд “Демократичні ініціативи” обов’язкове.

ЗМІСТ

Ірина Бекешикіна

Переднє слово
Вибори-2002 у дзеркалі соціології

Ірина Бекешикіна

Вибори-2002: погляд соціолога

Сергій Макеєв

Вибори до Верховної Ради: статистичні підсумки

Валентин Королько

Особливості виборчих технологій 2002 року

Наталя Погоріла

Хто не голосував на виборах і чому

Ірина Демченко,

Вадим Місюра

Електоральна активність української молоді: вибори-2002

Вибори-2002: позитиви, негативи, несподіванки - опитування найавторитетніших журналістів України (прес-реліз)

Вибори-2002: уроки й підсумки (коментарі авторитетних журналістів)

Відомості про авторів

Ірина Бекешкіна – старший науковий співробітник Інституту соціології НАН України, науковий керівник Фонду “Демократичні ініціативи”, кандидат філософських наук

Ірина Демченко – заступник директора Центру політичних і електоральних досліджень “Соціс”, кандидат економічних наук

Валентин Королько – провідний науковий співробітник Інституту соціології НАН України, завідувач кафедри PR НаУКМА

Сергій Макеев – доктор соціологічних наук, завідувач відділу соціальних структур Інституту соціології НАН України

Вадим Місюра – народний депутат України III скликання

Наталя Погоріла – старший науковий співробітник Київського міжнародного інституту соціології

ПЕРЕДНЄ СЛОВО

ВИБОРИ-2002 У ДЗЕРКАЛІ СОЦІОЛОГІЇ

Ірина Бекешкіна

Після виборів, як водиться, починаються “розбори польотів”, які циркулюють навколо досить вузького кола питань – хто переміг і чому, хто скільки місць матиме у парламенті, хто з ким блокуватиметься тощо. Проте, окрім цього прагматично-політологічного підходу, існує більш суттєвий погляд на вибори та їх результати – соціологічний. Річ у тім, що вибори – це значна подія у житті суспільства не лише тому, що вони визначають вибір шляху країни принаймні на кілька років. Під час виборів настає своєрідний “момент істини”: вибори добре віддзеркалюють, що являє собою суспільство на даному етапі свого розвитку, як воно змінилося за кілька років, що минули від попередніх виборів, нарешті, які перспективи розвитку можливі, з урахуванням нинішнього стану суспільства та результатів виборів.

Надійним інструментом пізнання суспільства виступають соціологічні дослідження, яких під час виборів проводиться особливо багато. Соціологію часто називають дзеркалом, у яке дивиться суспільство. Але, на відміну від дзеркального відображення, соціологія дає змогу цю мить зафіксувати і назавжди зберегти як свідчення того, чим жила країна, чого прагнула і чого сподівалася у певний історичний період.

У бюлетені ми намагалися представити об’ємну картину виборчої кампанії та її результатів.

Ірина Бекешкіна у своїй статті подала комплексну картину виборів та виборчої кампанії, зафіксованої у кількох соціологічних опитуваннях – напередодні та після виборів. Особливий наголос зроблено на оцінці виборів із позицій розвитку громадянського суспільства та політичної культури населення.

Сергій Макеев представив цікаві статистичні підсумки порівняння нинішнього та попереднього складу Верховної Ради.

У матеріалі Валентина Королька йдеться про особливості виборчих технологій 2002 року. Він стане неоціненою підмогою для кожного, хто у майбутньому займатиметься плануванням виборчих кампаній.

Спеціальний блок бюлетеня присвячено узагальненим та особистим оцінкам виборів–2002, що їх дали авторитетні журналісти України.

Ірина Демченко та Вадим Місюра розмірковують про особливості молоді як електорату, чия виборча позиція вкрай важлива з огляду на перспективи розвитку демократії у нашій країні.

Нарешті, Наталя Погоріла представила цікавий матеріал, що стосується тих, хто не голосував. Причини неучасті потенційних виборців у голосуванні, зазвичай, викликають занепокоєння у країнах розвинутої демократії, яка будується на принципі, що кожен голос громадянина вагомий. Чому потенційні виборці проігнорували своє право голосу? Хто втратив цих виборців? Як би змінилися результати, якби вони використали свій голос?

Гадаємо, що думки, прагнення та сподівання виборців стануть інтересом не лише для майбутніх істориків, а й у першу чергу будуть корисні тим, кому в результаті народного волевиявлення було довірено втілювати ці прагнення та сподівання у життя. До того ж, як свідчать результати виборів, виграти їх неможливо, якщо згадувати про електорат лише напередодні виборчої кампанії.

Але найбільше ми сподіваємося на пересічного читача, який, подивившись у дзеркало своїх виборчих преференцій та орієнтацій, можливо, під час наступної виборчої кампанії стане більш вдумливим і свідомим виборцем.

Отже, вибори-2002: якою була країна і якими були ми?

Редактор бюлетеня *Ірина Бекешкіна*

ВИБОРИ-2002: ПОГЛЯД СОЦІОЛОГА

Ірина Бекешкіна

1. Напередодні виборчої кампанії

Завдячуючи Українській освітній програмі ринкових реформ та Українському освітньому центру реформ, Фонд “Демократичні ініціативи” отримав змогу у листопаді 2001 року змогу провести базове передвиборне соціологічне опитування¹. В опитування було включено запитання з соціологічного дослідження, що його проводив фонд під час виборчої кампанії 1998 року. Це дає змогу побачити громадську думку в динаміці. Хоча на той час ще не визначилися всі майбутні фігуранти виборчих перегонів, рейтинги кандидатів і не були основним предметом інтересу дослідження. Нам було цікаво насамперед з’ясувати, наскільки виборець знайомий з ідеями та пропозиціями партій, які, вочевидь, братимуть участь у виборах: як виборці ставляться до виборів і що спонукає їх узяти участь у голосуванні, а що стає на перешкоді; які суспільні проблеми, на думку виборців, мають стати фокусом майбутньої виборчої кампанії; і, нарешті, з яких джерел виборці отримуватимуть інформацію.

Отже, що було найбільш важливим у наших тодішніх розвідках?

Ставлення населення України до прийдешніх парламентських виборів

На жаль, населення України напередодні виборів 2002 року було налаштоване до них ще більш скептично, ніж перед виборами 1998 року. Майбутні виборці не вірили ні у те, що вибори пройдуть чесно, ні у те, що вони зможуть змінити ситуацію в країні на краще (табл.1). Особливих змін, як видно з таблиці, зазнала віра людей у те, що вибори будуть проведені чесно: якщо на виборах 1998 році у чесність результатів не вірили загалом 53% опитаних, то напередодні нинішніх виборів ця кількість зросла до 57%, а тих, хто вірив у повну чесність влади залишилося лише 3%.

Таблиця 1

Як, на Вашу думку, пройдуть вибори? (%)

Варіанти відповіді	лютий 1998	Листопад 2001
Пройдуть чесно, без підтасовок	7	3
Будуть окремі порушення, але вони істотно не вплинуть на загальний результат	23	23
Припускаю, що результати можуть бути перекручені	33	36
Обов’язково усе буде підтасовано	20	21
Важко відповісти	17	16

¹ Опитування було проведене у листопаді 2001 року Фондом “Демократичні ініціативи” спільно з фірмою СОЦИС, Українською освітньою програмою ринкових реформ та Українським освітнім центром реформ. Усього було опитано 1800 респондентів, які за соціально-демографічними характеристиками представляють доросле населення України старше від 18 років. Похибка вибірки не перевищує 2 %.

Чи допоможуть ці вибори до Верховної Ради поліпшити ситуацію в Україні? (%)

Варіанти відповіді	лютий 1998	листопад 2001
Вибори дозволять поліпшити ситуацію	25	21
Вибори нічого не змінять	44	49
Вибори лише погіршать ситуацію	7	5
Важко відповісти	24	25

Чи вплине Ваша особиста участь у виборах чи відмова на майбутнє України? (%)

Варіанти відповіді	Лютий 1998	листопад 2001
Безперечно вплине	11	7
Певною мірою вплине	31	29
Ніяк не вплине	47	52
Важко відповісти	11	13

Проте, попри увесь скепсис, значна частина населення – 46% “обов’язково” і ще 24% “швидше за все” – збиралась узяти участь у голосуванні. Що ж спонукало людей, які були не впевнені як у своїй здатності щось змінити на краще, так і у чесності самих виборів, іти на виборчі дільниці? Порівняймо мотиви участі у голосуванні тих, хто збирався йти на вибори у 1998 і 2002 році.

Таблиця 2

Чому виборці збиралися узяти участь у голосуванні? (% , можна було вказати дві причини)

Причини участі у голосуванні	Березень 1998	Листопад 2002
Участь у виборах – обов’язок кожного громадянина	37	49
Я звик до участі у виборах	17	17
Серед партій та блоків є такі, які мені подобаються	8	13
Участь у виборах – це можливість вплинути на ситуацію в Україні	28	23
Не хочу, щоб моїм голосом скористався хтось інший	27	33
Мені цікаво взяти участь у цих “змаганнях” – хто перемаже?	4	5
Інше	2	1
Важко сказати	1	2

Звертає на себе увагу той факт, що за чотири роки різко зросла кількість тих, хто вважає участь у виборах своїм громадським обов’язком. Цікаво, що під час минулих парламентських виборів у молоді віком до 30 років основним мотивом голосування було те, щоб з її голосу не зкористав хтось інший. Нині у цій віковій генерації переважає мотив громадянського обов’язку.

Основні мотиви неучасті у виборах були, напрочуд, ті самі, що й чотири роки тому: перше місце посідало те, що люди нікому не вірять – ні правим, ні лівим, ні партійним, ні безпартійним (на це вказало 37% в опитуванні 1998 р. і 36% у 2001 р. серед тих, хто не збирався йти на вибори). І зараз, і чотири роки тому на другому місці виявився мотив “мені байдужі ці вибори, бо моє життя від них не залежить” (19% у 1998 р. і 18% у 2001 р.).

Інформованість виборців. Джерела отримання інформації

Інформованість виборців – важливий показник, оскільки свідчить про згоду робити свідомий вибір. У передвиборному опитуванні листопада 2001 року ми попросили респондентів назвати партії, про які їм відомо: які ідеї вони обстоюють, які мають економічні пропозиції? Причому кількість партій, які можна було вказувати, не обмежувалася – хоча б і всі. Так само респондентам ставилося запитання щодо партії, яка б виражала їхні інтереси. І виявилось, що майже половина опитаних не змогла назвати бодай одної партії, щодо якої вона знає, які погляди та ідеї ця партія обстоює. А серед партій, щодо яких виборці висловили обізнаність, безумовно першість тримала Комуністична партія (25%). Досить відомими виявилися ідеї Народного Руху України (9%), Партії зелених України (9%), СДПУ(о) (7%), Соціалістичної партії України (6%), ПСПУ (4%). Найбільш відомими економічними пропозиціями виявилися економічні ідеї Комуністичної партії (11%), деяку обізнаність респонденти посвідчили щодо ідей ПСПУ (3%), Соціалістичної партії (3%). А от економічні пропозиції партій, що обстоюють ринковий вибір України, виборцям виявилися майже невідомі. Партію, яка виражала б їхні інтереси, не змогли назвати дві третини опитаних. Найбільший відсоток серед названих набрали Комуністична партія (14%) і деякий – Народний Рух України (5%), Партія зелених України (3%), Соціалістична партія (3%), СДПУ(о) (3%).

Логічно, що за таких умов значна частина виборців – 35% – на період листопада 2001 року ще не визначилася зі своїми виборчими симпатіями, і навіть серед тих, хто визначився, вибір був ще не остаточний. Серед тих, хто мав намір іти на вибори, лише 35% відповіли, що абсолютно впевнені у своєму виборі, ще 27% зазначили, що загалом впевнені, але можуть і передумати, решта взагалі виявилася або невпевненою, або ще не визначилася.

Отже, виборча кампанія мала вирішальне значення для значної кількості виборців. Які ж інформативні джерела були найбільш впливовими під час виборчої кампанії? Чи сталися зміни в інтересі до виборчої кампанії у порівнянні з попередніми виборами до Верховної Ради – 1994 та 1998 років?

Таблиця 3

Джерела, з яких виборці хотіли б отримувати інформацію щодо виборів і (%)

Джерела інформації	1994	Лютий 1998	Листопад 2001
Листівки з програмами партій та кандидатів	42	15	18
Зустрічі з представниками партій та кандидатами у депутати	15	24	37
Телебачення	54	57	62
Радіо	33	26	21
Газети	30	22	26
Обговорення з іншими людьми	21	12	12
Ця інформація не цікавить	7	14	14

Як бачимо, за час від парламентських виборів 1994 року відбулися істотні зміни у інформативних перевагах виборців. Більш ніж удвічі впав інтерес до листівок, що й не дивно, якщо згадати ту безліч продукції, якою виборця буквально завалюють під час виборчої кампанії. Дещо впало значення радіо як джерела інформації та газет. Менше стали також обговорювати виборчу тематику. Натомість різко зросла у вазі значущість спілкування з кандидатами та представниками партій. І, безумовно, інформаційним лідером стабільно залишається телебачення. Мало того, його питома вага серед інших джерел інформації постійно зростає. Напередодні цієї виборчої кампанії вже 62% опитаних (а серед тих, хто

збирався іти на вибори – 80%) вказали на телебачення як на головне джерело, з якого вони хотіли б діставати інформацію про партії та кандидатів.

Тому й не дивно, що жанр теледебатів, де до популярності телебачення додається певна форма “живого” спілкування з кандидатами, набув такого попиту перед виборами. У нашому передвиборному опитуванні 35% відповіли, що мають намір дивитися теледебати регулярно і ще 36% – якщо в цей час не буде інших цікавих передач. Серед тих, хто має намір іти на вибори, цей відсоток був значно вищий: відповідно, 55% і 32%. Ці цифри слугували істотним аргументом на користь проведення теледебатів.

Ідейні орієнтації виборців. Найбільш актуальні проблеми

Для того, щоб з'ясувати, наскільки змінилося суспільство, варто зіставити орієнтації виборців щодо шляхів, якими має йти Україна. Ми ставили ті самі запитання 1998 року та у нашому передвиборному опитуванні у листопаді 2001 року.

Таблиця 4

Як вплине на Ваше рішення голосувати “за” чи “проти” партії чи блоку, якщо вони: (%) *

Проблеми	Позитивно		Негативно		
	1998	2001	1998		2001
Обстоюють приєднання України до союзу Росії та Білорусі	51		51	22	23
Стверджують, що авторитарна влада – “залізний порядок” – найкращий вихід з кризи	38		35	28	36
Виступають за прискорення ринкових реформ	44		51	14	10
Виступають за повернення економіки до того стану, в якому вона була до перебудови	40		33	32	29
Обстоюють ідеї українського націоналізму	18		18	47	46
Виступають за тісне співробітництво України з НАТО	29		19	21	38
Підтримують надання російській мові статусу другої державної	51		42	21	24
Виступають за відродження СРСР	33		25	36	42
Виступають за вступ України до Європейського Союзу **	-		42		14
Виступають за дострокову відставку Президента Кучми **	-		32	-	19

* Відповіді “ніяк не вплине” та “важко сказати” опущені.

** Запитання у 1998 році не ставилося.

Як бачимо, за досить незначний час, що минув від попередніх виборів, позиції населення щодо деяких корінних питань розвитку країни зазнали змін. Насамперед це стосується ставлення до ринкових перетворень, яке стало більш “проринковим”. Істотно поменшало тих, хто прагне відродження СРСР та надання російській мові статусу другої державної. Щодо різкого погіршення ставлення до співробітництва з НАТО, можливо, це ситуативне явище, зумовлене подіями осені 2001 року та активними військовими діями в Афганістані.

Цілком ймовірно, на той час співробітництво з НАТО асоціювалося в українців з можливістю бути залученими до ведення військових дій. Принаймні, сьогодні важко сказати, чи це ситуативний результат, чи стабільна тенденція – це потребує дальшого дослідження.

Отже, можна констатувати, що за чотири роки значно зменшилися антиринкові настрої у суспільстві, а, значить, можна було очікувати зменшення рівня підтримки “лівих” партій.

Взагалі, часто-густо, виходячи з даних щодо значної підтримки населенням ідей надання російській мові статусу другої державної чи приєднання до союзу Росії та Білорусі, соціологам ставлять запитання: чому ж у такому разі на виборах мізерну підтримку дістали партії, які поставили ці ідеї за центральні у своїй виборчій кампанії – насамперед, “Руський блок” та “ЗУБР”? Проте слід мати на увазі, що у виборі населення партії чи блоку мають значення перш за все ті ідеї, які стосуються найбільш значимих для нього проблем. Так, скажімо, у США надзвичайно важливим на виборах є те, як ставиться той чи той кандидат до питання дозволу абортів. Зрозуміло, що в Україні це питання перебуває на периферії громадської свідомості.

У листопадовому опитуванні ми з’ясували співвідносну значимість для населення низки актуальних суспільних проблем. Суттєво, що актуальність проблем визначалася не методом їх вибору в одному питанні, що, зазвичай, призводить до концентрації на кількох проблемах і втраті значення інших (типу: “що важливіше – зарплата чи демократія?”), а методом оцінок кожної з запропонованих 30 проблем, що дало змогу чітко виявити їхню співвідносну значимість і ранг.

Наводимо першу десятку проблем, які було оцінено за 5-бальною шкалою (від “зовсім не актуально” до “надзвичайно актуально”). Гадаємо, що ця інформація буде корисна не лише на час виборів.

Таблиця 5

Проблеми, найбільш актуальні для населення (у балах, за 5-бальною шкалою)

Проблеми Загалом 18–29 років 30–54 роки 55 і старше

1. Підвищення загального рівня зарплат, пенсій, стипендій * .4.79 * 4.68 * 4.79 * 4.84 *
2. Своєчасна виплата зарплат, пенсій, стипендій * 4.69 * 4.59* 4.67* 4.74 *
3. Зниження цін на продукти і товари першої необхідності *4.67 * 4.45 * 4.67* 4.77
4. Поліпшення медичного обслуговування * 4.66 * 4.40 * 4.64 * 4.77*
5. Зниження плати за квартиру та комунальні послуги * 4.65 * 4.60 * 4.67 * 4.70 *
6. Соціальний захист малозабезпечених * 4.63 * 4.41 * 4.63 * 4.71*
7. Подолання безробіття * 4.60 * 4.56 * 4.66 * 4.56
8. Боротьба зі злочинністю * 4.48 * 4.33* 4.45 * 4.55
9. Пенсійна реформа * 4.47 * 4.03* 4.40 * 4.70
10. Повернення втрачених заощаджень * 4.33 * 4.10 * 4.31* 4.68

Отже, як бачимо, усі перші щаблі посідають економічні проблеми, і це характерно як для чоловіків, так і для жінок, для представників усіх вікових генерацій. Тому саме економічні питання перебували у центрі уваги виборців, саме відповідей на ці зловоденні питання очікували від представників партій виборці. Чи дочекалися? Проаналізувавши виборчі програми і особливо публічні виступи лідерів партій, можна зробити висновок, що вони надто загальні, і було дуже важко диференціювати їхні позиції з певних проблем, зокрема й економічних. Мало того, як зазначали доповідачі на Круглому столі “Партії та виборці:

що потрібно для успіху?”², партії часто-густо свідомо уникали конкретних відповідей на запитання, намагаючись охопити якомога більше виборців із різними орієнтаціями. Як же визначалися виборці за цих умов? На нашу думку, вони насамперед орієнтувалися на найбільш знайоме їм – на ті партії та блоки, на тих лідерів, яких вони принаймні загалом знають і передбачають, чого від них очікувати. До “темних конячок”, навпаки, ставилися з обережністю.

А що може сказати соціологія з приводу електорального визначення виборців?

2. Як і чому ми голосували?

Слід сказати, що вже на початку виборчої кампанії постала цікава інтрига: думки населення та експертів у питанні про те, що потрібно партії для успіху на виборах, істотно розійшлися. У відповідях виборців у нашому листопадовому опитуванні ієрархія чинників, необхідних для виборів, мала такий вигляд:

1. Гарна виборча програма – 37%
2. Фінансові можливості – 33%
3. Успішна попередня діяльність – 29%
4. Наявність відомих лідерів – 18%
5. Наявність кваліфікованої команди – 17%
6. Доступ до засобів масової інформації – 16%
7. Великий адміністративний ресурс – 3%
8. Застосування брудних методів до суперників – 2%
9. Важко відповісти – 12%

Водночас це ж запитання ми помістили у експертному листопадовому опитуванні найавторитетніших журналістів України³. Думка українських журналістів (відповідь дав 31 журналіст) стосовно чинників, необхідних партії чи блоку для успіху на виборах, істотно відрізнялася від думки населення. На їхній погляд, ієрархія цих чинників мала такий вигляд:

1. Фінансові можливості (21 голос)
2. Наявність відомих лідерів (13 голосів)
3. Великий адміністративний ресурс (11 голосів)
4. Наявність кваліфікованої команди (10 голосів)
5. Доступ до ЗМІ (6 голосів)
6. Успішна попередня діяльність (2 голоси)
7. Гарна виборча програма (2 голоси)
8. Застосування брудних методів до суперників (0 голосів)
9. Інші чинники (прихильність Президента) (2 голоси)

Єдина позиція, де погляди населення й експертів в основному збігаються (а провідних журналістів, які пишуть на соціально-політичні теми і, отже, добре обізнані з політичною “кухнею”, ми вправі вважати експертами) – це фінансові можливості, які потрібно мати, щоб досягти успіху на виборах. Головні суперечності стосуються ролі виборчих програм, яким населення відводить перше місце, а журналісти ставлять майже на останню позицію. А от адміністративному ресурсу, на відміну від журналістів, населення майже не надавало значення.

² Докладний виклад дискусії див. у бюлетені “Політичний портрет України”, №24, стор. ???

³ Фонд “Демократичні ініціативи” проводить щомісячні опитування найавторитетніших журналістів України. Список журналістів було визначено наприкінці 2000 року методом “снігової кулі”.

Хто з них мав більшу рацію? Навчені досвідом журналісти чи дещо наївні пересічні виборці, яким, проте, випадало своїм голосуванням визначити, що є вирішальним для успіху на виборах, а що – не відіграватиме ролі.

У експертному опитуванні журналістів ми, крім усього, попросили їх визначити, які партії/блоки мають переваги із зазначених чинників перемоги. Відповіді розподілилися так:

Найкращі *фінансові можливості*, на думку журналістів, мали блок “За єдину Україну!” (29 голосів) та СДПУ(о) (25 голосів).

Найбільш *відомі лідери* були у блоці “Наша Україна” (27 голосів).

За наявністю *адміністративного ресурсу* безумовним лідером було визнано блок “За єдину Україну!” (26 голосів).

За наявністю *кваліфікованої команди* особливо було відзначено СДПУ(о) (20 голосів).

Найкращий *доступ до ЗМІ*, на думку журналістів, мали блок “За єдину Україну!” (27 голосів) та СДПУ(о) (26 голосів).

Призове місце за *успішною попередню діяльністю* залишилося вакантним, проте 11 журналістів відзначили СДПУ(о), 7 – блок “Наша Україна”.

Застосування *брудних методів* найбільше прогнозувалося з боку блоку “За єдину Україну!” (11 голосів) та СДПУ(о) (11 голосів).

Запитання про наявність кращої програми не ставилося, оскільки виборчі програми на той час ще не були оприлюднені.

Якщо зробити логічний висновок із загальної думки журналістів, то переможцем виборчих перегонів, безумовно, мав стати блок “За єдину Україну!”, який найбільшою мірою володів чинниками, необхідними для успіху на виборах – фінансовими можливостями, адміністративним ресурсом та доступом до ЗМІ. Друге призове місце, за цією логікою, мала посісти СДПУ(о).

Проте, як відомо, практика – вирішальний критерій істини. Переможцем виборчих перегонів став блок “Наша Україна”, який мав переваги лише за одним показником – наявності відомих лідерів. Блок “За єдину Україну!”, що, начебто, мав найкращі ресурси, посів третє місце, а СДПУ(о), яка мала не лише фінансові й медійні можливості, а й найкваліфікованішу команду опинилася на останньому місці серед тих, хто подолав 4% бар’єр. Натомість інші переможці – Комуністична партія України, блок Юлії Тимошенко та Соціалістична партія України – взагалі не згадувалися серед тих, хто має могутні ресурси.

Сумніватися у компетентності журналістів щодо того, хто і якими ресурсами володіє, навряд чи варто. А от у визначенні чинників, які реально зумовили електоральний вибір, більшу рацію мав пересічний виборець. Крім того, часто-густо використання перерахованих чинників (адміністративного ресурсу, “мочиловки” по телебаченню, розробок штабних команд) призводило до зовсім протилежного ефекту, ніж це планувалося.

Отже, які реально чинники вплинули на вибір електорату? Це питання ставилося й у листопадовому передвиборному опитуванні, й у квітні, по завершенні виборів, що дає можливість простежити, чи змінилася протягом виборчої кампанії питома вага тих чи тих чинників, які впливали на вибір електорату (табл.6) .

Таблиця 6

Виборці про причини вибору партії/блоку для голосування

(% до тих, хто збирався брати участь у виборах – в опитуванні листопада 2001 року і до тих, хто брав участь у виборах в опитуванні квітня 2002 року, обирати можна було дві основні причини)

Причина вибору партії(блоку)	листопад 2001	квітень 2002
Мені сподобалися програма, ідеї, пропозиції	32	39
Мені сподобалися лідери	18	30
Ця партія (блок) мала добрі шанси на перемогу	6	10
Ця партія (блок) виражає інтереси таких людей, як я	26	26
Її підтримують авторитетні для мене люди	5	7
Я за цю партію голосував на минулих виборах	6	5
Принаймні у порівнянні з іншими ця партія (блок) є “меншим злом”	9	7
Я давно є прихильником цієї партії (блоку) *	-	12
Цю партію (блок) підтримувала влада *	-	2
Ця партія (блок) виступала проти влади *	-	4
Партія (блок) були найбільш переконливими у дебатах *	-	3
Сподобалася реклама партії (блоку) *	-	2
Загалом я обрав цю партію (блок) випадково	1	3
Інше	3	3
Важко відповісти	32	19

*Ці питання не ставилися під час опитування у листопаді 2001 року

Як видно з таблиці 6, протягом виборчої кампанії справді дещо змінилася мотивація вибору, насамперед різко зросла роль лідерів у виборі електорату, так як само і набув великого значення змістовний аспект виборчої діяльності партій та блоків. Мало того, якщо подивитися на дані популярності партійних лідерів, що їх постійно вимірюють різні соціологічні служби, то побачимо, що порядок отриманих голосів на виборах майже збігається з ієрархією рейтингів довіри до лідерів відповідних партій (блоків): Ющенко – Симоненко – Тимошенко – Мороз – Медведчук. Єдиний виняток – не популярний Володимир Литвин. Проте рівень довіри до №2 у списку “За єУ” Анатолія Кінаха якраз перебуває на третьому місці! Крім того, вирішальний внесок у електоральний успіх блоку “За єдину Україну!” зробив густозаселений Донецький регіон, де виборча кампанія цього блоку, за свідченням керівника Донецької аналітико-соціологічної служби Євгена Копатька, центрувалася не на особистостях, а на гаслі надання регіону більше прав і повноважень.

Чи можна з цього зробити висновок, що насправді наші виборці орієнтуються зовсім не на програми, а на лідерів, обирають не партії, а лідерів, які їм подобаються? Тобто їхній вибір ґрунтується на особистості лідера, хай би що він пропонував?

Насправді така сильна орієнтація на лідера, на мою думку, вимушена, позаяк це – єдиний спосіб раціонального вибору за умов, коли виборець не дістав чіткої інформації, як розв’язуватиметься найбільш актуальні проблеми. І тоді справді залишається орієнтуватися на відомих лідерів, стосовно яких люди принаймні знають, які погляди та ідеї вони обстоюють.

Це – головна причина “прольоту” так званих “технологічних” партій, що у виборчій кампанії повністю поклалися на медіа-ефекти, насамперед, телерекламу. Ще не забулося, як швидко на початку кампанії набирали відсотки новоявлені “Жінки за майбутнє”, обіцяючи бути головною сенсацією виборів. Вочевидь, місце для політичної сили, яка

спеціалізувалася б на обстоюванні суто жіночих проблем у вищому законодавчому органі, було ніким не зайняте. Звідси – й значні аванси, які давав партії жіночий електорат. Проте високий рейтинг, який мала на початку і у середині виборчої кампанії ця партія, поволі став падати, і напередодні виборів (коли за законом вже не можна оприлюднювати виборчі рейтинги), соціологи мали серйозні сумніви щодо подолання партією 4% бар'єра. Виборці так і не почули, а, що, власне, пропонує їм ця партія. А якщо додати до цього ще й повну завуальованість загалу її лідерів, то й висновок, якого дійшли виборці, загалом невтішний – не стане розсудлива жінка купувати “кота в мішку”, навіть якщо це “кішка”. Програш “Зелених” взагалі можна вважати ганебним: партія і напередодні виборчої кампанії, і протягом принаймні половини дистанції мала високий рейтинг. Мало того, 13% опитаних зараховувало себе до прихильників ідеології захисту довкілля. Однак протягом виборчої кампанії виборці не почули від партії жодних конкретних пропозицій, а такі виборчі заходи, як спонсорвання телесеріалів чи затратної передачі “Останній герой” на далекому острові навряд чи можна вважати оприлюдненням екологічної програми.

Якими ж були чинники вибору тих партій та блоків, яким виборці довірили представляти себе у Верховній Раді?

Здебільшого мотивацію голосування виборців можна визначити як *лідерсько-програмну*, себто вирішальними чинниками вибору слугували підтримка ідей, пропозицій партій чи блоку та їхніх лідерів. Проте у кожному з електоратів існують певні особливості. Серед прихильників блоку “Наша Україна” приблизно порівно виражена мотивація на лідера (56%) та програму (45%), крім того, третина електорату цього блоку (31%) вважає, що він виражає їхні інтереси. А от серед прихильників Комуністичної партії орієнтації на лідера виражені слабо (14%), а основною мотивацією голосування, на відміну від інших партій та блоків, є те, що виборці вбачають саме у цій партії виразника їхніх інтересів (53%), їм подобається її програма (44%), а також значна частина виборців голосує за цю партію за звичкою, бо вона давно прихильна до неї (38%). При голосуванні за блок “За єдину Україну!” орієнтація на лідерів теж не була вирішальною (27%), головне – програма (46%), причому “провладний” аспект був виражений досить помітно: 22% прихильників блоку віддали йому свої голоси через те, що він має кращі шанси на перемогу і ще 15% – тому, що він підтримує владу. А от у голосуванні за блок Юлії Тимошенко, навпаки, серед усіх суб'єктів виборів був найбільше представлений протестний електорат: третина його прихильників (31%) проголосувала за нього тому, що він виступає проти влади. Проте домінувала все ж лідерсько-програмна мотивація: 56% орієнтувалися на лідера, 45% – на програму. Серед виборців Соціалістичної партії вочевидь переважала орієнтація на програму (71%), значна частина виборців вважала, що саме ця партія виражає їхні інтереси (45%), ще 48% орієнтувалися на лідера. Серед виборців СДПУ(о) мотивація була вочевидь програмно-лідерською (53% підтримували ідеї, 50% – лідерів), а ще 14% обрали цю партію як “найменше зло” серед усіх запропонованих.

Як бачимо, в усіх голосуваннях переважала раціональна мотивація. Рекламно-дебатний вплив на голосування був помітний лише серед прихильників СДПУ(о), де 15% проголосували за цю партію тому, що її лідери сподобалися їм у дебатах і ще 8% зазначили позитивний вплив телереклами.

Про те, що голосування у цілому було досить раціональне може свідчити відносна однорідність ідейно-політичних орієнтацій електоратів політичних сил, які пройшли до Верховної Ради.

3. Соціально-демографічні та ідейно-політичні характеристики електоратів партій та блоків

Особливості голосування представників різних соціально-демографічних груп постійно перебували у центрі уваги соціологів під час передвиборних та післявиборчих опитувань, так само як і соціально-демографічний склад електоратів партій та блоків. Проте найбільш надійними, звичайно, є дані, отримані в опитуванні, проведеному у день виборів на виході з виборчих дільниць (так званий exit-poll)⁴.

Опитування виборців безпосередньо після голосування дають унікальний матеріал стосовно реальної соціально-демографічної структури виборців та електоратів партій та блоків.

Отже, який мав би вигляд український парламент у його “молодіжному” чи “жіночому” варіанти?

Таблиця 7

Особливості голосування за партії та блоки залежно від віку та статі (% за даними exit-poll)

Партія (блок)	18-29 років	30-54 роки	55 років і старші	Чоловіки	Жінки
Блок Віктора Ющенка “Наша Україна”	26.2	24.6	24.2	25.4	24.1
Комуністична партія України	7.4	17.7	34.6	22.3	21.3
Виборчий блок “За єдину Україну!”	11.8	11.6	8.6	10.0	11.1
Виборчий блок Юлії Тимошенко	9.7	9.2	5.2	8.1	7.8
Соціалістична партія України	3.6	6.6	7.3	6.6	6.0
Соціал-демократична партія України	10.1	8.1	5.0	7.8	6.8
Виборчий блок “Команда озимого покоління”	4.8	2.5	1.0	2.2	2.7

Як бачимо, основні відмінності у голосуванні йдуть у віковому розрізі. Верховна Рада “у виконанні” молоді мала б зовсім іншу конфігурацію: у ній значно менше було б комуністів, а соціалісти, радше за все, не потрапили б до парламенту (хоча, нагадаємо, що 1% можна припасти на похибку вибірки). У молодіжному голосуванні до парламенту (хоча й з невеликим відсотком) потрапили й КОПи. Натомість у разі, якби у голосуванні брали участь лише представники найстаршого покоління, парламент більш ніж наполовину складався б із представників “лівих” сил (враховуючи велику “фору”, яка дісталася б КПУ за рахунок тих партій та блоків, які не подолали 4% бар’єр).

⁴ Exit-poll – опитування на виході з виборчих дільниць – був проведений на замовлення Всеукраїнського громадського моніторингового комітету Фондом “Демократичні ініціативи” об’єднаними зусиллями провідних соціологічних центрів України – Київського міжнародного інституту соціології, фірми СОЦІС та центру “Соціальний моніторинг”. Усього було опитано 18000 виборців (по 6000 кожним центром) на 850 виборчих дільницях. Результати опитування стосовно більшості партій та блоків майже збігаються з даними ЦВК, за винятком блоків “За єдину Україну!” та “Наша Україна”, де розбіжності становлять 1.5%: у першому випадку дані ЦВК більші, у другому – менші.

А от “жіночий” та “чоловічий” парламент майже не відрізняються. Цікаве голосування за партії та блоки, що їх очолюють жінки. Навіть “жіноча” партія – “Жінки за майбутнє України” – отримала у жіночому голосуванні лише 3.9% (серед чоловіків істотно менше – 0.9%). І блок Наталії Вітренко теж не має популярності у жінок – 3.6%. А от за блок Юлії Тимошенко, що цікаво, чоловіки голосували навіть більше. І це зрозуміло, оскільки серед протестного електорату, зазвичай, переважають чоловіки.

Тепер подивимося, як відрізняються електорати різних партій за своїми **ідейно-політичними орієнтаціями**.

За час, що минув від попередніх виборів, до двох стабільних ліній поділу суспільства – за ставленням до ринкових перетворень та зовнішньополітичними орієнтаціями – додався ще такий істотний вимір (принаймні він був одним із поділів партій та блоків на виборах), як ставлення до наявної влади. Отже, можна відзначити такі найбільш значимі політичні розмежування в Україні:

- 1) між прихильниками і противниками ринкових реформ;
- 2) між прихильниками прозахідної та проросійської зовнішньополітичної орієнтації;
- 3) між прихильниками та противниками нинішнього політичного режиму.

Якщо проаналізувати склад електоратів партій та блоків, що увійшли до складу Верховної Ради, побачимо, що за кожним із цих поділів конфігурація імовірного блокування виборців виглядає по-різному. У післявиборчому дослідженні, що його здійснив Фонд “Демократичні ініціативи” та фірма СОЦІС у квітні 2002 року, респондентам ставилося запитання з трьох ключових проблем, які розмежовують громадську думку, причому в контексті ймовірних практичних дій партій та блоків, за які вони проголосували⁵.

Домінуюча думка електорату партій, її однорідність чи розбіжність відображені у табл. 8–10.

Таблиця 8

Розподіл відповідей виборців на запитання щодо політики партії чи блоку, за які вони проголосували, у сфері ринкових перетворень (%)

Що має обстоювати партія (блок)	КПУ	“НУ”	“За єдУ!”	БЮТ	СПУ	СДПУ(о)
Більш швидкий рух до ринкових перетворень	9	35	20	37	13	32
Обережне, поступове просування до ринкової економіки	17	36	44	47	35	42
Потрібні не ринкові перетворення, а повернення до централізованої державної економіки	64	18	28	11	42	18
Важко відповісти	10	11	8	5	10	8

⁵ За основу аналізу взято дані післявиборчого опитування, проведеного 6–14 квітня 2002 року фірмою СОЦІС та Фондом “Демократичні ініціативи” на замовлення Всеукраїнського громадського моніторингового комітету. Усього було опитано 1200 респондентів, які за своїми соціально-демографічними характеристиками репрезентують доросле населення України. Похибка репрезентативності не перевищує 3%.

Таблиця 9

Розподіл відповідей на запитання “Чи повинні партія чи блок, за які Ви проголосували, обстоювати приєднання України до союзу Росії та Білорусі?” (%)

Варіант відповіді	КПУ	“НУ”	“За єдУ!”	БЮТ	СПУ	СДПУ(о)
Так	91	30	63	31	61	49
Ні	3	56	25	52	23	40
Важко сказати	6	15	12	16	11	

Таблиця 10

Розподіл відповідей на запитання “Чи повинні партії чи блок, за які Ви проголосували, домагатися дострокової відставки Президента Леоніда Кучми?” (%)

Варіанти відповіді	КПУ	“НУ”	“За єдУ!”	БЮТ	СПУ	СДПУ(о)
Так	57	50	24	75	84	36
Ні	21	25	51	6	3	34
Важко відповісти	22	25	24	19	13	30

Тож, як бачимо, навіть якби партії та блоки орієнтувалися на позиції своїх виборців, та різноплановість ліній поділу суспільства й перехресчуваність цих поділів в електоратах істотно ускладнює можливості блокування політичних сил у вищому законодавчому органі. Власне, ця ситуація знайшла прояв вже на початку роботи сесії новообраної Верховної Ради.

4. Громадська думка щодо діяльності громадських організацій під час парламентських виборів 2002 року

Демократичний характер виборів зумовлюється не лише виборчим законодавством, а й тим, як цього законодавства дотримуються як суб’єкти виборчого процесу, так і сама влада. Україна, за загальним визнанням, ще не повністю демократична держава і перебуває на етапі трансформації, переходу до демократичного суспільства. До того ж, на виборах 2002 року ситуація з дотриманням виборчого законодавства ускладнювалася тим, що влада була безпосереднім учасником виборчих перегонів, утворивши владний блок “За єдину Україну!” і задалегідь “визначивши” результат, який має отримати цей блок на виборах. Отже, влада, а конкретно – посадовці усіх рівнів, замість того, щоб бути об’єктивним безстороннім арбітром дотримання законодавства сама була активним гравцем на виборчому полі.

Тому громадськість мала докласти максимальних зусиль, аби вибори були чесними, прозорими й об’єктивними, а їх результати стали реальним волевиявленням народу.

Саме з цією метою різні громадські організації, які займалися моніторингом виборів, об’єднали свої зусилля, утворивши Всеукраїнський громадський моніторинговий комітет, одним із фундаторів якого був Фонд “Демократичні ініціативи”.

Про ефективність роботи громадських організацій під час виборів можна судити з різних позицій. Проте найбільш правильно можуть оцінити їхню діяльність ті, для кого вона, власне, була призначена – себто, пересічні громадяни України. З тим, аби вивчити вплив діяльності Моніторингового комітету, Фонд “Демократичні ініціативи” та фірма СОЦІС 8–15 квітня провели післявиборче загальнонаціональне опитування громадської думки.

Загалом оцінка населенням важливості діяльності громадських організацій, які під час виборів опікуються тим, щоб вони були чесні та прозорі, виявилася дуже високою. Загалом

49% населення вважають діяльність цих організацій “дуже потрібною” і ще 32% – загалом потрібною. Лише 8% вважають, що така діяльність не потрібна і 11% своєї думки не визначили. Зазначимо, що визнання важливості діяльності громадських організацій під час виборів не залежить від статі, віку чи освіти і – що особливо важливо – від партійних симпатій. Ті, хто голосував за пропрезидентську “За єдУ!” так само, як і всі інші, вважають діяльність громадських організацій, які стежать за тим, щоб вибори були чесні, дуже важливою.

Вікова різниця оцінок проявилася лише у тому, що люди молодшого та середнього віку більш схильні вважати цю діяльність “дуже потрібною” (відповідно, 52% – у віці 18–29 років, 55% – у віці 30–44 і 43% серед тих, кому за 55 років). А от відсоток тих, хто не вважає таку діяльність потрібною, практично однаковий у всіх вікових категоріях – відповідно, 7%, 8% і 8%.

Цікавими виявилися уявлення населення щодо міри важливості різних напрямів діяльності громадських організацій під час виборів (табл.11).

Таблиця 11

Оцінка населенням потрібності різних напрямів діяльності громадських організацій під час виборів (у %)

Напрямок діяльності	Дуже потрібна	Загалом потрібна	Зовсім не потрібна	Важко сказати
Контроль за підрахунком голосів	79	18	1	3
Фіксація порушень виборчого законодавства та прав виборців	67	25	2	7
Контроль за фінансуванням виборчої кампанії	62	28	3	7
Контроль за рівним доступом кандидатів до ЗМІ	55	33	4	8
Діяльність громадських юридичних приймалень, де допомагають оскаржувати порушення виборчого законодавства	48	33	6	14
Допомога виборцям в аналізі передвиборних програм	46	32	13	10
Проведення незалежних соціологічних опитувань громадської думки	38	38	10	15

Як бачимо, найбільш значущими населення вважає ті напрями, які стосуються контролю за діяльністю влади. Це є наслідком чималого рівня недовіри населення до влади, яке зафіксовано у численних соціологічних опитуваннях. Проте звернемо увагу, що загалом немає жодного з напрямів, що його населення не вважало б важливим і потрібним.

Вікова різниця досить помітна у ставленні до таких видів діяльності, які найбільш зрозумілі молоді, особливо ж – у ставленні до соціологічних опитувань. Вони набагато більш важливі для молоді і значною мірою не зрозумілі для людей старшого віку.

* * *

Отже, які **висновки** про сучасний стан суспільства можна зробити, якщо виходити з результатів виборів?

1. Результати виборів засвідчують, що суспільство відчутно зсунулося з лівого полюсу політичних симпатій праворуч, а “ліві” ідеї та політичні сили мають значно менше симпатиків. Проти минулих виборів, Комуністична партія отримала значно менше голосів і її фракція у новообраній Верховній Раді майже вдвічі менша, ніж у минулому складі. Найбільших втрат Комуністична партія зазнала серед молодого електорату. Якщо на минулих виборах 1998 року (за даними exit-poll) за Комуністичну партію голосувало 14.3% молодих виборців у віці до 30 років, то на цих виборах – лише 8.8%. Але й у інших вікових категоріях втрати КПУ теж відчутні: серед електорату середнього віку (30–54 роки) у 1998 році за КПУ голосувало 23.4% виборців, а у 2002 – 17.7% і навіть серед найстарших виборців (старше 55 років) відсоток дещо зменшився – від 37.8% до 34.6%. Зменшення відсотків Комуністичної партії та очевидна тенденція до дальшого зменшення на наступних виборах мають не лише безпосередні, а й віддалені наслідки: владі дедалі важче стане розігравати карту “комуністичної загрози”, аби просувати до влади “менше зло”. Можна прогнозувати, що у 2002 році, на відміну від попередніх президентських виборів, протистояти будуть не комуніст-антикомуніст, а ставленик президента та його суперник.

2. Результати виборів виявилися вельми несподіваними як для суб’єктів виборчого процесу, так і для журналістів й аналітиків (зокрема й соціологів). “Пролетіли” повз Верховну Раду всі так звані технологічні проекти – “Жінки за майбутнє”, “Команда озимого покоління”, а також ті, хто у виборчій кампанії покладався на телерекламу, як то Партія зелених України та “Яблуко”. Результати засвідчили відсутність прямого зв’язку між коштами, вкладеними у виборчу кампанію, доступом до ЗМІ та підтримкою партії чи блоку на виборах. Український виборець довів свою здатність до самостійного вибору, він вже не ведеться на красиві рекламні картинки (як це було з “Зеленими” на минулих виборах 1998 року), а віддає перевагу тим партіям та блокам, де він хоч щось знає про ідеї та пропозиції або принаймні довіряє їхнім лідерам. Себто український виборець став більш *раціональним та розсудливим*.

3. Попри стереотипні уявлення про апатію, байдужість до політичного життя, що панують у суспільстві, виборча кампанія засвідчила, що громадськість була зацікавлена в отриманні інформації щодо виборів та кандидатів, зокрема, значна кількість телеглядачів стежила за теледебатами. За даними післявиборчого опитування, проведеного Фондом “Демократичні ініціативи” та фірмою СОЦІС, 19% населення постійно дивилися теледебати, ще 37% – час від часу. Серед мотивів участі у виборах головним було усвідомлення свого громадського обов’язку, яке значно зросло у порівнянні з минулими парламентськими виборами, особливо серед молодого електорату.

4. Вибори яскраво засвідчили, що суспільство прагне перемін. Позитивним є те, що серед учасників виборчих перегонів, нарешті, з’явилася політична сила, яка позиціонувалася як “партія влади”. Це дало змогу чітко визначити рівень підтримки влади у суспільстві – 11.5%. Отже, очевидно, що наявний політичний режим не влаштовує більшість у суспільстві.

5. У результаті виборів утворилася така конфігурація політичних сил, яка унеможливує існування стабільної політичної більшості у Верховній Раді. Це впливає не лише із тих складних політичних розкладів, пов’язаних із наступними президентськими виборами та особистими стосунками провідних політичних лідерів, а й орієнтацій пересічних виборців, які проголосували за партії та блоки, що мають виражати їхні інтереси в парламенті.

Три основні лінії розмежування суспільних позицій – між прихильниками і противниками ринкових реформ; між прихильниками прозахідної та проросійської зовнішньополітичної орієнтацій; між прихильниками та противниками нинішнього політичного режиму – можуть утворити три різні ситуативні більшості. За *економічними орієнтаціями* прихильники блоку Віктора Ющенка “Наша Україна”, блоку “За єдину Україну!”, блоку Юлії Тимошенко та СДПУ(о) підтримують ринкові перетворення, а ті, хто проголосував за Комуністичну партію

та Соціалістичну партію – висловились переважно за повернення до централізованої державної економіки. *За зовнішньополітичними орієнтаціями* однією з ліній поділу у всіх соціологічних опитуваннях є ставлення респондентів до приєднання України до союзу Росії та Білорусі. І за цим поділом у меншості виявилися б блок Віктора Ющенка “Наша Україна” та блок Юлії Тимошенко. *За ставленням до нинішнього політичного режиму* більшість утворили б блоки та партії, чії виборці підтримують ідею дострокової відставки Леоніда Кучми – Соціалістичної партії України, блоку Юлії Тимошенко та Комуністичної партії України.

Отже, вибори до Верховної Ради, що відбулися 31 березня 2002 року, не розв’язали проблеми політичного визначення України. І хоча за найбільш актуальними для українського виборця проблемами економічного характеру існує ідеологічна більшість, інші параметри розділу можуть виявитися значно впливовішими, що не дає сподівань на плідну роботу новообраного законодавчого органу.

б. Ситуація, що склалася після виборів у Верховній Раді, засвідчує нагальну необхідність ухвалити новий Закон про вибори до Верховної Ради на пропорційній основі, інакше політичне волевиявлення населення завжди буде знехтуване. Як і після виборів 1998 року, партія влади (тоді це була НДП), має фракцію, набагато більшу і набагато впливовішу, ніж це впливає з результатів виборів.

ВИБОРИ ДО ВЕРХОВНОЇ РАДИ: СТАТИСТИЧНІ ПІДСУМКИ

Сергій Макеєв

Активність виборців

Відповідно до зменшення чисельності населення України зменшується й кількість виборців, внесених у списки для голосування. Порівняно із 1998 роком кількість виборців у 2002 зменшилася на 2, 3 млн. громадян України. Найбільші втрати зазнали Автономна Республіка Крим (250 тисяч) та Київ (223 тисячі). Більше, ніж на 100 тисяч скоротилися списки виборців у Донецькій (172 тисячі), Дніпропетровській (158 тисяч), Одеській (133 тисячі), Житомирській (126 тисяч), Херсонській (111 тисяч), Київській (109 тисяч), Івано-Франківській (108 тисяч), тобто останні чотири області за період між голосуванням втратили 14-16% виборців. Лише у Чернівецькій області у списки внесено на 15 тисяч громадян більше, ніж на попередніх виборах.

На виборчі дільниці з'явилися й отримали бюлетені для голосування 69.7% тих, хто має право голосу. Це на 2.6% менше, ніж у 1998 році. Зниження активності найбільшим було у Чернівецькій області (-5.7%), Одеській (-5.2%), Львівській (-5%), Житомирській (-3.5%), Івано-Франківській (-3.1%). Більше виборців у порівнянні з минулими виборами прийшло на дільниці у Севастополі (+8.6%), Волинській області (+2.9%), Києві (+1.8%), Сумській (+0.2%), Рівненській (+0.1%). Проте у Києві й Севастополі найнижча в Україні явка на вибори – вона не перевищила 60%.

Водночас є підстави вважати, що зростає формальна виборча компетентність громадян України: вони акуратно заповнювали бюлетені (їхня кількість, нагадаємо, становила від 5 до 8 і існували побоювання, що виборці заплутаються в отриманих листках), а також майже всі опускали їх в урни для голосування. Якщо у 1998 році в середньому в урнах виборчі комісії знаходили на 0.4% бюлетенів менше, ніж їх видали виборцям, то у 2002 році по різних областях цей відсоток становив 0.1 – 0.15%, тобто майже у три рази менше. Крім того, на минулих виборах 4.4% бюлетенів були визнані недійсними, а нині по кожній області цей відсоток зменшився і становив 3 – 3.4%.

В результаті, якщо на дільниці 31 березня 2002 року прийшло на 2.6% виборців менше, то у визначенні політичних переможців та аутсайдерів взяло участь лише на 1.5% бюлетенів менше, ніж у 1998 році.

Результати виборів у багатомандатному виборчому окрузі

У 1998 році українські виборці вперше голосували за пропорційно-мажоритарною системою. І тоді 66% голосів були віддані за партії, які подолали 4% бар'єр. Чотири роки функціонування Верховної Ради минулого скликання навчили виборців чітко розрізняти партії та блоки партій. 31 березня 2002 року мандат на працю у вищому законодавчому окрузі отримали лише 6 партій, проте їх підтримали вже 76% виборців. Блок Віктора Ющенка “Наша Україна” не набрав більше 4% тільки у Луганській області та Севастополі. З області західної України (Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська) відмовили у політичній довірі як Комуністичній партії, так і “партії влади” – блоку “За єдину Україну”. Все це свідчить про кристалізацію політичних симпатій громадян України, а також про прагматизацію їхнього вибору. Крім цих 6 партій 4% бар'єр долали лише блок Наталії

Вітренко (у 10 областях), блок Єдність (у Києві), Команда озимого покоління (у Харкові) та “Руський блок” (у Севастополі).

Таблиця 1. Результатів виборів до Верховної Ради у 2002 та 1998 роках (%), для шести партій остаточно, для решти - попередні)

2002 рік		1998 рік	
Виборчий блок “Блок Віктора Ющенка “Наша Україна”	23.57	Комуністична партія України	24.65
Комуністична партія України	19.98	Народний Рух України	9.40
Виборчий блок «За єдину Україну»	11.77	Виборчий блок “За правду, за народ, за Україну!” (СПУ та СелПУ)	8.56
Блок Юлії Тимошенко	7.26	Партія зелених України	5.44
Соціалістична партія України	6.87	Народно-демократична партія	5.0
Соціал-демократична партія України (об’єднана)	6.27	Всеукраїнське об’єднання “Громада”	4.68
		Прогресивна соціалістична партія України	4.05
		Соціал-демократична партія України (об’єднана)	4.01
Усього частка голосів за ці партії	75.72	Усього частка голосів за ці партії	65.79
Виборчий блок політичних партій «Блок Наталії Вітренко»	3.22	Аграрна партія України	3.6
«Жінки за майбутнє» всеукраїнське політичне об’єднання (В.Довженко)	2.15	Партія Реформи і Порядок	3.13
Виборчий блок «Команда озимого покоління»	1.99	Виборчий блок “Трудова Україна”	3.06
Комуністична партія України (оновлена)	1.4	Виборчий блок партій “Національний фронт”	2.7
Партія зелених України (В.Кононов)	1.29	Виборчий блок “Партія праці та Ліберальна партія – разом!”	1.89
Політична партія «Яблуко» (М.Бродський)	1.15	Виборчий блок “Вперед, Україно!”	1.74
Виборчий блок політичних партій «Єдність»	1.01	Християнсько-демократична партія України	1.30
Виборчий блок Демократична партія України – партія Демократичний союз	0.88	“Блок демократичних партій – НЕП (народовладдя, економіка, порядок)	1.23
Партія «Нова генерація України»	0.77	Партія національно-економічного розвитку України	0.94
Виборчий блок політичних партій «Руський блок»	0.70	Виборчий блок “СЛОН – Соціально-ліберальне об’єднання”	0.91
Виборчий блок «Зубр» (за Україну, Білорусію, Росію)	0.43	Партія регіонального відродження України	0.91
Комуністична партія робітників і селян	0.41	Всеукраїнська партія трудящих	0.79
Селянська партія України	0.38	Партія “Союз”	0.70
Партія «Реабілітації тяжкохворих	0.35	Всеукраїнська партія жіночих ініціатив	0.58

України»				
Всеукраїнська партія трудящих	0.34		Республіканська Християнська партія	
Всеукраїнське об'єднання християн	0.28		Українська національна асамблея	0.54
Соціал-демократична партія України	0.26		Соціал-демократична партія України	0.40
Виборчий блок Народний Рух України	0.15		Партія захисників Вітчизни	0.32
Виборчий блок «Проти всіх»	0.11		Партія духовного, економічного і соціального прогресу	0.31
Українська морська партія	0.11		Партія мусульман України	0.20
Всеукраїнська партія «Нова сила»	0.10		Виборчий блок “Менше слів”	0.17
Народна партія вкладників та соціального захисту	0.10		Виборчий блок “Європейський вибір України”	0.14
Українська політична партія «Християнський рух»	0.09			
Партія всеукраїнського об'єднання лівих «Справедливість»	0.08			
Українська Національна Асамблея	0.04			
Виборчий блок політичних партій Українська партія та Всеукраїнська партія міжнародного порозуміння «Новий Світ»	0.04			
Ліберальна партія України (оновлена)	0.03			
Усього частка голосів за партії та блоки партій, що не подолали 4% бар'єр	24.28		Усього частка голосів за партії та блоки партій, що не подолали 4% бар'єр	34.21

. Основні тенденції у порівнянні з минулими виборами є такими:

- уперше в історії незалежної України ліві політичні сили не матимуть найчисленнішої фракції у Верховній Раді. Виборці України значно “поправшали” за останні чотири роки;
- про політизацію свідомості виборців свідчить й те, що в умовах, коли їм запропонували вибір між лояльністю до влади (блок “За єдину Україну”) й підтримкою радикальної опозиції до неї (блок Юлії Тимошенко, СПУ), більше громадян підтримали опозицію;
- партії, які працюватимуть у вищому законодавчому органі, є загальнонаціональними партіями: більше 4% голосів виборців вони отримали у більшості областей України;
- лише 6 партій окремо брали участь в обох кампаніях: КПУ, СДПУ(о), ПЗУ, Всеукраїнська трудящих, СДПУ, УНА. За виключенням СДПУ(о), усі вони отримали менше голосів, ніж у попередньому виборчому циклі;
- у порівнянні з минулими виборами громадяни України стали компетентнішими: вони акуратніше заповнювали бюлетені (нині менше бюлетенів визнані недійсними), чітко розрізняли “політичних двійників” (КПУ(о) отримала 1.4%, блок Народний рух України – 0.15%, Всеукраїнська партія трудящих на чолі з О.Морозом – 0.34%),

відмовили у мандатах “аполітичним” учасникам виборчого процесу – ПЗУ, об’єднання “Жінки за майбутнє”.

Порівняльний аналіз складів Верховної Ради 1998 та 2002 років скликання

В деяких аспектах соціально-демографічний склад Верховної Ради, обраної 31 березня 2002 року, помітно відрізняється від соціально-демографічного складу Верховної Ради 1998 року. Насамперед, посилилася тенденція до наступності складу. Якщо до Верховної Ради 1998 року було обрано 33% тих, хто був народним депутатом у минулих Радах (в тому числі 28% депутатів попереднього скликання і 5% депутатів декількох скликань), то тепер депутатів попереднього скликання було обрано 41%. Водночас й оновлення складу відбулося: 3\5 народних депутатів уперше займуть місця у вищому законодавчому органі країни.

Основні дані щодо характеристик народних обранців уміщені у таблиці 1. Інформація про тільки що обраних депутатів отримана Інститутом політики за попередніми результатами виборів у багатомандатному та одномандатному округах, а щодо депутатів 1998 року вона оприлюднена секретаріатом Верховної Ради станом на 01.12. 1998 року про зареєстрованих депутатів.

Таблиця 2. Порівняльна таблиця характеристик народних депутатів (%)

	2002	1998
Стать:		
Чоловіча	95	92
Жіноча	5	8
Вік:		
До 30 років	2	3
30-49 років	52	69
Більше 50 років	46	28
Освіта:		
Середня спеціальна	1	3
Незакінчена вища	1	1
Вища	98	96
Місце проживання:		
Київ	58	
Обласні центри	28	
Міста та селища міського типу	11	
Село	3	
Партійність:		
Члени партій	67	68
Безпартійні	33	32
Самовисування:	40	57

За результатами нових виборів Верховна Рада стала більш чоловічою і більш старшою. Якщо у попередній Раді було 8% жінок і тільки кожний четвертий (28%) у віці, старшому 50-ти років, то у новообраній жінок 5% і майже кожний другий старший (46%) старший за 50 років. Тільки 9 жінок були обрані в одномандатних округах. Водночас у прохідних частинах партійних списків зосереджені більш старші народні депутати, ніж ті, хто переміг в одномандатних округах.

Майже всі народні обранці мають вищу освіту: 98% у нинішньому складі і 96% у попередньому. Більше половини українських законодавців (58%) живе у Києві (в прохідній частині списків шести партій, які подолали 4% бар'єр три чверті депутатів постійно проживає у Києві).

Вибори 2002 року стали помітним кроком у розвитку партійної системи України. Хоча співвідношення членів партії та безпартійних фактично не змінилося – у нинішньому році до парламенту обрано 67% членів партій, а в попередній їх було 68%, – проте самовисуванців стало значно менше. Якщо в 1998 році серед обраних депутатів 57% були самовисуванцями, то у 2002 році обрано 40% самовисуванців. В одномандатних округах найбільше обрано від блоку “За єдину Україну” (68 депутатів) і блоку Віктора Ющенка “Наша Україна” (42 депутата).

Склад нової Верховної Ради за посадами (заняттям) зазнав певних, проте не радикальних змін. На 8% зросла частка власне народних депутатів. Не змінилася частка підприємців – кожний п'ятий і у 1998 році й у 2002 році займався до обрання бізнесом. На 3 відсотки зменшилася частка працівників громадських організацій, працівників соціально-культурної сфери, керівників та працівників державних підприємств: відповідно кожний двадцятий депутат цьогоорічного скликання працював саме там. На 2% зросла частка керівників та працівників міністерств та відомств і нині складає 5% депутатів. Кожний двадцятий новообраний працював або в апараті якоїсь партії, або в апараті парламенту. Стали народними депутатами й тимчасово непрацюючі, пенсіонери та робітники. Однак їх буквально одиниці.

Таблиця 3. Зміни у структурі Верховної Ради за посадами (заняттям) народних депутатів до обрання (%).

	2002	1998
Народні депутати	41	33
Підприємці	21	21
Керівники органів місцевої виконавчої влади та самоврядування	9	8
Працівники соціально-культурної сфери	6	9
Працівники громадських організацій	5	8
Керівники та працівники міністерств та відомств	5	3
Партійні працівники, працівники Секретаріату Верховної Ради	5	2
Керівники й працівники державних підприємств	4	7
Тимчасово непрацюючі	0.4	0.7
Пенсіонери	1	0.5
Робітники	0.6	1.3
Інші	2	6.5

Регіональний вимір виборів

Регіональний вимір виборів має низку особливостей.

По-перше, досвід “Громади”, яка у 1998 році левову частку голосів виборців отримала у Дніпропетровській області, був частково відтворений і на нинішніх виборах. У Донецькій області саме місцевий патріотизм керував волевиявленням жителів. Блок “За єдину Україну”, а фактично “Партія регіонів”, отримала тут 36.8% голосів виборців, а частка жителів Донецької області серед усіх громадян, які підтримали цей блок, склала 31%, тобто кожний третій прихильник блоку – це донеччанин. На виборах 1998 року “місцеві політичні об’єднання – блок “Трудова Україна” та блок “Партія праці та Ліберальна партія – разом!” – заручилися підтримкою 21.5% виборців.

По-друге, виборці Івано-Франківської, Львівської та Тернопільської областей сформували б парламент лише з двох блоків: “Наша Україна” та блоку Юлії Тимошенко. Інші партії та блоки не отримали тут більше 3.3% голосів.

По-третє, найпомітнішою тенденцією стало істотне зменшення електоральної підтримки лівих політичних партій на півночі України. Якщо у 1998 році на Сумщині за КПУ, блок Соціалістичної та Селянської партії, ПСПУ проголосувало 59% виборців, то нині тут перемагає блок “Наша Україна, а за КПУ, СПУ та блок Наталії Вітренко проголосували 36% тих, хто брав участь у голосуванні. Аналогічна картина у Чернігівській області: в 1998 році за КПУ, блок Соціалістичної та Селянської партії, ПСПУ голосували 56%, а тепер кожний четвертий підтримав “Нашу Україну”, а за КПУ та СПУ голосував кожний третій (32%).

ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ 2002 РОКУ

Валентин Королько

Під час майже всіх виборчих кампаній 1990-х років в Україні відчутну роль відігравав ідеологічний чинник. Помітною була й контрастність передвиборчих програм представників політичних течій і сил, що стояли по різні боки ліній політичного розмежування суспільства. Політичні партії, їхні виборчі блоки, так само як і окремі кандидати на ті чи інші виборні посади, здебільшого орієнтувалися на логічний доказ переваг свого бачення шляхів розбудови незалежної України. Щоправда, переважна частина кандидатів видавала себе за позапартійних, однак їхні програми були заангажовані політичними позиціями переважно тих самих течій, що конкурували між собою. В цей час спрацьовували й гучні популістські обіцянки.

На виборах 1990-х років (не тільки парламентських, але й президентських), політична реклама кандидатів на виборні посади, що поширювалася електронними засобами інформації, насамперед телебаченням, була скромною, якщо не примітивною; друківана пропагандистська література виконувала здебільшого не рекламні, а суто інформаційні завдання. Більше того, коштовні плакати, листівки на якісному папері справляли радше негативний, ніж позитивний ефект, часто сприймалися виборцями як знущення над народом, який в основній своїй масі потерпав від матеріальної скрути.

Картина істотно почала змінюватися вже перед парламентськими виборами 1998-го та особливо президентськими 1999 року. Цьому значною мірою сприяла боротьба навколо нового виборчого законодавства та впровадження змішаної виборчої системи. Зросла й кількість ліній політичного розмежування в українському суспільстві.

Насамперед, на додаток до найбільш принципового розмежування між національно-демократичними та комуно-соціалістичними силами, що й досі не втратило своєї гостроти, поглибилися розлами між окремими партіями всередині одного спектра політичних течій. Почала зникати відносна єдність серед сил, що стояли по різні боки головних політичних барикад. Але найпомітніший розлам стався всередині національно-демократичних, центристських сил. Внутрішньопартійні чвари та міжпартійні суперечки, надмірна амбітність окремих лідерів та клонування партій, розмитість політичних платформ, відмінність яких мала переважно символічний характер, — усе це було малозрозумілим для пересічних громадян. При спробі визначити «хто є хто» виборці потрапляли у скрутне становище. Як наслідок, електорат національно-демократичних сил виявився пошматованим на дрібні частини. Від цього виграш отримали насамперед ліві партії.

Крім того, вже на парламентських виборах 1998 року ми стали свідками незвичної обставини, коли за умов великої кількості політичних партій та виборчих блоків (як відомо, в бюлетені по багатомандатному загальнодержавному округу їх було 30) і невиразного позиціонування їхніх передвиборчих програм (особливо центристських партій) виборцям було просто фізично важко зробити виважений вибір. При цьому варто пригадати, що й у мажоритарних округах в середньому налічувалося близько двадцяти кандидатів, які здебільшого теж мали блідо контрастовані передвиборчі програми. Одночасно відбувалися й місцеві вибори. (За підрахунками, пересічний виборець був мішенню агітаційних атак з боку близько 70 суб'єктів виборчих змагань різного рівня.) Українські виборці вперше були вимушені віддавати перевагу тому чи іншому партійному списку або окремим кандидатам радше на основі не глибокого розуміння особливостей їхніх програм або передвиборчих платформ, а того враження, яке на них зуміли справити учасники виборчих перегонів. Фактично ми стали свідками першої спроби під час агітаційної кампанії перевести увагу виборців не на передвиборчі програм партій (блоків) або кандидатів, а на їхні іміджі.

Нарешті, під час попередніх парламентських виборів стала вимальовуватися ще одна особливість. Політичні партії й кандидати, наслідуючи представників західних демократій, вдалися до надзвичайно активного використання засобів масової інформації, насамперед телебачення, угледівши в ньому новий інструмент комунікації з виборцями. Створені під вибори партії та їхні лідери спробували довести, що і в Україні можна обійтися без легіонів постійно працюючих партійних агітаторів, щоб донести свої послання до електорату та добитися перемоги на виборах. Персональний контакт зі своїми виборцями можна встановити за допомогою агітації та політичної реклами, особливо по телебаченню. При цьому став зростати нова верства менеджерів виборчих кампаній — медіа радників, так званих іміджмейкерів, котрі активно почали заповнювати нішу політичного маркетингу і вже під час виборів 1998 року спробували рекламувати партії й політиків так само, як і будь-який інший товар для продажу.

Вже перші спроби активного використання політичної реклами на телебаченні проклали шлях для приходу в політику «нових» позапартійних, які започаткували формування в Україні верстви олігархів. Участь політтехнологів, іміджмейкерів у ліпленні політиків з числа перших вітчизняних магнатів стала не просто новим, а й, певною мірою, поворотним для України явищем. Подальше збереження змішаної виборчої системи експлуатуватиметься як «новими» українцями, так і владними структурами. Представники олігархічних кланів, котрі не просто кидають кошти на рекламу, а й мають у своєму розпорядженні потужні канали ЗМІ, дедалі ширше пробиватимуться до влади без «партійного возика». У такий спосіб створюються нетрадиційні канали їх сходження до політичної еліти. Партія ж влади компенсуватиме свій програш у багатомандатному окрузі можливістю перемогти в мажоритарних округах за допомогою прихованих форм використання адміністративного ресурсу. Це, своєю чергою, неминуче надаватиме процесу так очікуваної політичної структуризації парламенту нових, не завжди бажаних відтінків.

Означені тенденції не тільки дістали своє підтвердження на виборах 2002 року, а й набули особливих форм, насамперед у площині застосування виборчих технологій з використанням здебільшого таких ресурсів (або певної їх комбінації): особистісного, мас-медійного, адміністративного, фінансового, ідеологічного.

Але порівняно з попередніми виборами на виборах 2002 року особливого значення набув іміджевий ресурс, використання образу харизматичного лідера як засобу впливу на громадську думку, а отже, й електоральну поведінку. У зв'язку з цим особливо помітним був зсув стилю ведення політичних кампаній у напрямку до більш виразної персоніфікації корпоративних суб'єктів виборчих перегонів, персоніфікації політичних партій і виборчих блоків (глава Адміністрації Президента України В.Литвин, прем'єр міністр України А.Кінах очолили виборчий блок «За єдину Україну», В.Горбулін очолив блок «Демократична партія України — Демсоюз», Ю.Тимошенко утворила свій одноіменний блок тощо). Тому перед учасниками виборчої кампанії 2002 року постало прагматичне завдання розробки іміджевих стратегій.

Більше того, на виборах 2002 року вперше в українському політикумі була зроблена спроба практично зіставити та конвертувати електоральну вагу, з одного боку, рейтингового (харизматичного) лідера, а з іншого — відомих політичних партій. Свідченням цього стало формування списку блоку «Наша Україна», де частка персонального списку лідера Віктора Ющенка була близькою до частки кандидатів окремих політичних партій (НРУ, УНР, ПРП). Отже, на політичному ринку України (так само, як і на товарному ринку) ціна іміджу (бренду) окремої особистості наблизилася до ціни окремої політичної партії.

У результаті новостворений блок із використанням іміджу В.Ющенка спромігся забезпечити партіям більший електорат (а отже, й кількість місць у Верховній Раді), ніж можлива арифметична сума голосів виборців та мандатів, отриманих ними поодиночі.

Але таке цілком типове явище для цивілізованого ринку (як комерційного, так і політичного) важко сприймалося (а можливо, і не буде до кінця сприйняте), зважаючи на теперішню архаїчну політичну культуру багатьох суб'єктів українського політичного ринку.

При цьому, на думку ряду амбітних партійних керівників та активістів, при формуванні названого блоку виникла загроза розмивання іміджів партій, розчинення їх у назві блоку, попадання в тінь харизматичного лідера.

Формально цією обставиною не забарилися скористатися деякі претенденти на бренд Руху, зокрема створивши клоновий Блок “Народний Рух України” на чолі з Богданом Бойко. Фактично ж це була спроба створити “підсадну качку” та “кинути кістку” між електоратом Блоку Віктора Ющенка “Наша Україна”. Проте це виявилось марним.

Виборча кампанія 2002 року та її результати показали, що принциповим для учасників виборчих блоків має стати не стільки побоювання за іміджі окремих партій, що їх утворюють, не стурбованість можливістю потрапити в тінь єдиної назви блоку, а динамічна “розкрутка” та досягнення високого рівня впізнаваності як імен блоків, так і змісту їхніх передвиборчих програм.

Світова політична практика виявила ряд загальних закономірностей, пов’язаних саме з позитивною роллю іміджу (психологічного образу) в політичній сфері.

По-перше, імідж є таким же вагомим і самодостатнім (а за певних умов і більш значимим) чинником політичного (виборчого) процесу, як і окрема політична течія чи партія. Достатньо згадати Шарля де Голля та Маргарет Тетчер, які стали уособленням цілих політичних течій на тривалий час.

По-друге, в контексті передвиборчої агітації імідж набуває ваги символічного послання (message) блоку, партії чи окремого кандидата до виборців, які мало цікавляться глибинними питаннями політичного життя та деталями передвиборчих програм. А такі виборці, як відомо, завжди становлять абсолютну більшість.

По-третє, за умов символізації політичної інтеракції доцільність використання іміджу (символу) зумовлена необхідністю швидкого й ефективного виходу політичного актора на політичний ринок, більш контрастного позиціонування його на цьому ринку.

Нарешті, в соціально-психологічному сенсі імідж політика (так само, як і партії чи блоку) може сприйматися електоратом як символ певного набору злободенних людських (або суспільних) потреб. З точки зору виборців, голосування за носія певного іміджу, що уособлює їхні прагнення, стає актом символічного задоволення актуальної для них потреби.

Отже, можна зробити висновок: виборча кампанія 2002 наочно довела, що партіям треба пильніше придивлятися до процесів символізації політики, до зростання впливу політичних іміджів на електоральну поведінку. Тепер українським політологам потрібно досконаліше вивчити сутність цього об’єктивного чинника та скористатися світовим досвідом його практичного застосування. Як показала кампанія 2002 року, ті політичні партії та їхні технологи, які в ході передвиборчої агітації роблять це ефективніше, мають додаткові шанси на перемогу.

Важливою складовою виборчої кампанії 2002 року було контрастування змісту послань (сигналів) партій і блоків до виборців, які, хоча й були далекими від “апостольських”, проте дістали відповідний резонанс. Головні послання партій і блоків до виборців України на виборах 2002, на нашу думку, можна сформулювати таким чином.

Посланням Блоку Віктора Ющенка “Наша Україна” був “позитивний імідж Віктора Ющенка, що уособлює нового національного лідера-реформатора, який ділом довів спроможність повернути народу оптимізм і віру в краще життя”. Якщо коротко, посланням був позитивний візирець влади.

Послання Блоку Юлії Тимошенко: “У країні існує змова темних сил. Я непримиренний борець проти існуючого режиму влади. Президента Кучму як уособлення темних сил вже давно потрібно позбавити влади”. Тобто зміст послання становило войовниче заперечення існуючої влади.

Близьким до останнього послання було в цілому й послання Соціалістичної партії України.

Послання Блоку “За єдину Україну”: “Сильна влада в Україні існує. Тепер потрібно лише підвищити її ефективність в інтересах суспільства. Виборці, виконайте свій громадянський обов’язок і підтримайте владу”. У даному випадку послання містило апологетику існуючої влади. Однак таке послання не спрацювало. Відсоток голосів, відданих блоку, виявився близьким до рівня довіри громадян Президенту і Уряду України. У 2001 році їм цілком і радше довіряли відповідно 12% і 11%.

Послання Блоку “Яблуко” було приблизно таким: “Виборці — ви громадяни вільної країни, ви повинні стати підприємцями, багатими і незалежними від влади. А ми створимо для цього умови — скасуємо ПДВ!”. У даному випадку послання зводилося до тези: подолаємо патерналізм державної влади. Це послання теж не спрацювало, оскільки було адресоване вузькій верстві виборців.

Послання Блоку “Команди озимого покоління”: “Замінімо старий склад управлінців на молодий, який виріс за роки незалежності й уже довів свою ефективність власними справами”. Отже, зміст послання становило вдосконалення суспільства і влади через зміну кадрів. Дане послання теж було адресоване вузькій верстві виборців.

Послання СДПУ(о) містило заклик до вдосконалення суспільства і влади за соціал-демократичним взірцем: “Західноєвропейська соціал-демократія довела свою соціальну ефективність. Ми доведемо це на теренах України”.

Традиційним залишилося послання КПУ: “Повернемо людям кращі завоювання радянського соціалізму”. Якщо коротко, йдеться про відновлення режиму радянської влади.

Істотних змін зазнало використання адміністративного ресурсу в ході виборчої кампанії 2002 року. На відміну від попередніх виборів, коли адмінресурс мав централізований характер і діяв по всій вертикалі, від центру і до низів, тепер ця вертикаль переривалася на місцевому рівні завдяки кристалізації електоральних інтересів регіональних еліт.

Там, де інтереси центру і регіонів ситуативно збігалися, там головним чином голосували “ЗаЄДУ” (Донецька, Луганська, Харківська, Сумська, Запорізька області).

Там, де відбулася кристалізація регіональних інтересів, голосували за “Нашу Україну” або інші блоки (Західна Україна, Крим, м.Київ).

Крім того, попри всі заклинання та запевнення, мовляв, ніхто не використовуватиме адмінресурс, це відбувалося у прихованому вигляді.

Кандидати з числа посадовців (лідери, списочники та мажоритарники), як правило, експонували свої високі офіційні посади. Не було жодного випадку, щоб глава АПУ (В.Литвин), прем’єр міністр (А.Кінах), міністри, голови адміністрацій різного рівня та інші позиціонували себе як фахівців або особистостей, гідних бути депутатами парламенту.

Фактично спостерігалось прагнення підлеглих не просто виконувати неформальні вказівки керівників-кандидатів, а догодити, продемонструвати свою відданість, вислужитися для того, щоб і надалі зберегти своє робоче (хлібне) місце.

Керівне становище державних посадовців-кандидатів істотно впливало на державні ЗМІ. Такі засоби інформації робили все, щоб надати прайм-тайм для їхніх агітаційних зусиль. Наприклад, “Опівнічні бесіди” Рюміної з В.Литвином “крутилися” на УТ-1 у вечірній час.

Окремо потрібно звернути увагу на питання ідентифікації імен новостворюваних виборчих блоків.

Парламентські вибори в Україні 1998 року показали, що майже всі блоки партій з новими іменами (Виборчий блок партій “Менше слів”, “Вперед Україно”, “Блок Демократичних партій НЕП (народовладдя, економіка, порядок)”, “Трудова Україна”, “Європейський вибір України”, “Національний фронт”, “СЛОН — Соціально-Ліберальне Об’єднання”) виявилися погано впізнаваними навіть серед тих виборців, які симпатизували окремим партіям, що увійшли до складу блоків. Це особливо продемонстрував Блок Демократичних партій НЕП, назва якого та спотворений імідж (штучна апеляція до аббревіатури НЕПу 1920-х років) фактично “поховали” добре ідентифікований політичний

бренд Демократичної партії України, що давав їй можливість отримати більше 4% голосів виборців на свою користь.

З іншого боку, збереження в назві нового блоку брендів добре впізнаваних політичних партій, що його утворили (наприклад, Виборчий блок Соціалістичної партії України та Селянської партії України “За правду, за народ, за Україну”), дів змогу виборцям швидко ідентифікувати нове політичне утворення й масово за нього проголосувати. Можна з упевненістю сказати, що, якби назва даного блоку звелася до гасла “За правду, за народ, за Україну”, результати виборів для партій, що його утворили (особливо СПУ), були б маловтішними.

Слід зазначити, що певні висновки з попередніх невдач у ряді випадків були зроблені під час виборів 2002 року.

Зокрема, до назви виборчого блоку “Наша Україна” було додано ім’я Віктора Ющенка. У даному випадку ми були свідками нового для України підходу до ідентифікації імені блоку через проектування на нього добре впізнаваного імені та іміджу з елементами харизми відомого українського діяча.

Найпомітніші та добре акцентовані (щоправда, з точки зору комерційної реклами) акції з просування бренду на політичний ринок були зроблені партією “Яблуко”. Політтехнологи за допомогою різних варіацій відомого рекламного ролика добилися високої ідентифікації імені партії. Але майже нічого не було зроблено для ідентифікації та позиціювання передвиборчої програми, просування на політичний ринок “керівної команди” партії. Постійне акцентування уваги на лідерів партії (над яким почали кепкували як над “навіженим Карлсоном”) спричинило ефект бумерангу.

У цьому ж форматі діяла й молода партія “Нова генерація України”, яка, попри деяку нав’язливість своєї реклами, зуміла швидко ідентифікувати своє ім’я і як “товар” вийти на політичний ринок. Але подальші кількасекундні, часто надумані відеокліпи не збагатили імідж “Нової генерації”. Цим скористалися інші, винахідливіші молодіжні утворення.

Зокрема, особливу увагу необхідно звернути на стрімку “розкрутку” бренду “Команди озимого покоління” (КОП). Цей політичний проект виконувався стрімко, креативно і здебільшого в американському стилі (театралізація, символізація, образність, персоніфікація команди). Саме цим він привернув до себе увагу, особливо серед молоді. Проте для повної “розкрутки” у КОПів забракувало часу.

Варіант іміджу нового “озимого” покоління виявився привабливішим порівняно з дещо вже архаїчним іміджем “Нової генерації”, який встиг викликати оскому у багатьох громадян України. Відносно скромний результат КОПів (9 місце з 33) можна пояснити й тим, що не весь їхній електорат (головним чином молодь, якій подобався стиль КОПів) прийшов на виборчі дільниці.

Особливістю виборів 2002 року була спроба використати процес “клонування партій” як окремих технологічний прийом передвиборчої боротьби, спрямований на кілька цілей.

По-перше, мали на меті використати відомі “бренди” партій або імена популярних особистостей і в такий спосіб перехопити їхній електорат, скориставшись при цьому неуважністю частини виборців до того, “хто є хто” у бюлетені.

По-друге, якщо користуватися сленгом політтехнологів, — “кинути кістку” між партіями, що утворили виборчі блоки. Найбільш промовистим прикладом став НРУ за об’єднання Богдана Бойко. Це була спроба ослабити блок Віктора Ющенка “Наша Україна”. На щастя, вона не спрацювала так, як на це дехто розраховував.

По-третє, якщо користуватися тим же сленгом, — “підсадити качку”. Мета полягала в тому, щоб вивести на орбіту виборчої кампанії підставну партію, устами якої більш іменитий претендент міг би дискредитувати свого головного супротивника, залишаючись при цьому за

лаштунками з певних політико-етичних міркувань. Такою підсадною качкою був той же НРУ за об'єднання Б.Бойко з “хлопцями”.

Слід окремо звернути увагу на використання зарубіжних політичних технологів у виборчих кампаніях України і зважити на позитивні та негативні боки звернення до їхніх послуг

Взагалі практика запозичення зарубіжного досвіду при проведенні виборчих кампаній — досить поширене явище у багатьох країнах світу, особливо там, де розвиток демократії ще не досяг високого рівня, де виборчі кампанії починають базуватися на використанні новітніх мас-медійних ресурсів.

Але для України принциповим залишається питання, на досвід яких країн слід орієнтуватися: Західних чи СНД (насамперед Росії).

Західні, особливо американські, виборчі технології є корисними з точки зору розуміння забезпечення загального менеджменту політичних кампаній, структури, етапності та функцій політичної комунікації, використання політичної реклами. Що ж до запозичення емпіричних напрацювань, тих чи тих прийомів у ході кампанії, то досвід західних країн для нас малоприматний або, принаймні, потребує великої адаптації до політично-культурних особливостей нашої країни та ментальності місцевого електорату.

З цієї точки зору, ближчим до України є, безперечно, політичний досвід Росії.

Його використання має певні переваги, оскільки провідні російські політтехнологи істотно випереджають українських. Пояснюється це певними обставинами.

По-перше, російські фахівці мають набагато більший досвід проведення масштабних політичних кампаній, у тому числі виборчих, які майже перманентно проводяться в Російській федерації.

По-друге, в Росії вже сформувалися потужні професійні центри та агентства, що спеціалізуються на політичних технологіях і паблік рілейшнз. Серед них варто назвати такі найбільш рейтингові, як “Никколо М», «Имидж-контакт», «Фонд эффективной политики», Фонд «Политика», Фонд «Центр политических технологий» та ін.

По-третє, в Росії відбулася більш глибока спеціалізація з обслуговування політичних кампаній. Тут помітним став розподіл праці за такими складовими виборчого процесу, як стратегічне планування виборчих кампаній, загальний менеджмент виборчих кампаній та їхніх окремих ділянок, креативні рішення в ході виборчої кампанії, дизайн політичної реклами, іміджмейкерство тощо.

По-четверте, працюючи в Україні, російські політтехнологи користуються більшою самостійністю, фінансовою незалежністю та меншою політичною заангажованістю вузькими інтересами окремих українських політичних партій.

Але, як показує досвід, з огляду на вищезначені переваги та з урахуванням українських особливостей, російських політтехнологів краще використовувати як консультантів, ніж повноцінних керівників вітчизняними виборчими кампаніями.

Необхідність обережності при зверненні до послуг російських політтехнологів можна пояснити такими принциповими обставинами.

1. Пропоновані російськими фахівцями схеми виборчих кампаній та політичні технології у переважній більшості здійснюються за шаблонами, що використовувалися на виборах в тих чи інших російських регіонах. Інакше кажучи, ми стаємо полем для імплантації політтехнологічного “секонд-хенду”. Більше того, під час виборчих кампаній помітним стає вплив російських “політшабашників”, ремісників з окремих комунікаційних та психологічних технологій, так званих “PR-техніків”, завдяки яким і набуває особливого поширення в Україні “чорний PR”.
2. Виходячи з переконання, що “всі слов’яни однакові”, а також посилаючись на наше спільне радянське минуле, російські політтехнологи часто не беруть до уваги українську специфіку. Вони не особливо глибоко проникають у настрої

українського електорату, його окремих соціальних груп та верств. Більше того, часто помічається відверте або приховане нав'язування проросійських настроїв серед виборців окремих регіонів. Цьому значною мірою сприяють симпатії певних кіл українських політиків і підприємців до Росії.

3. Якщо говорити про провідних російських політтехнологів, то для них стало майже загальним правилом консультувати тих суб'єктів виборчого процесу в Україні, які мають потужний адмінресурс та необмежено користуються підтримкою з боку мас-медіа. Іншими словами, такі фахівці прагнуть працювати там, де шанси на перемогу найвищі. Провідні російські політтехнологи навіть неохоче працювати з тими кандидатами, які мають у своєму розпорядженні лише один фінансовий ресурс. Це означає, що без глибокого знання особливостей і настроїв місцевого електорату використання навіть великих фінансів не гарантує позитивного результату. Не випадково останні вибори продемонстрували провал багатьох виборчих кампаній, де працювали російські політтехнологи.

Разом із тим, звернемо увагу ще на одну обставину.

Досвід останніх виборів показав, що за наявності потужного адміністративного ресурсу для кандидатів-мажоритарників не існує принципової потреби як у високооплачуваних закордонних, так і у вітчизняних політтехнологах.

Але щоб камуфлювати свої справжні орієнтації на використання адмінресурсу в усіх його можливих формах, виборчі штаби політичних партій, блоків або окремих кандидатів запрошують зарубіжних, в основному російських, технологів. У таких випадках використовують здебільшого фахівців з дизайну політичної реклами, іміджмейкерів, психотронщиків та інших вузьких спеціалістів. Причому їхня участь особливо не приховується. Цим самим перемикається увага громадськості з фактичного використання адмінможливостей кандидатів на добре помітні, але другорядні речі.

Якщо вести мову про виборчі кампанії, переважно побудовані на використанні медіа-ресурсу, то в такому випадку для українських суб'єктів виборчих перегонів 2002 року справді існувала потреба в консультаціях з боку більш досвідчених закордонних медіа-спеціалістів.

Нашу власну неспроможність у цій сфері продемонструвала політична реклама зразка 1998 року. Це були непрофесійні, часто бездарні, суто плакатні, шаблонні відеокліпи. Вони здебільшого готувалися аматорами тих чи інших партій. Крім того, за браком креативу в українській політичній рекламі було помітно, що відеокліпи готувалися переважно одним виробником, а тому за своїм стилем були схожі між собою. Принаймні, достатньо пригадати телеролики, що ідентифікували номери партій і блоків у виборчому бюлетені 1998 року.

На виборах 2002 року реклама партій і блоків істотно змінилася. Більше уваги приділялося рекламним роликам, спрямованим на ідентифікацію та запам'ятовування назв окремих учасників виборчих змагань ("Яблуко", "КОП", "Нова Генерація"). Щоправда, при цьому використовувалися головним чином прийоми комерційної реклами.

Але орієнтація на такий підхід виявилася непридатною для ідентифікації та "розкрутки" передвиборчих програм, позиціонування платформ партій і блоків. Тут потрібна була зовсім інша логіка та форми просування ідей і доктринальних позицій партій і блоків на політичний ринок. Проте, як виявилось, не тільки вітчизняні, а й російські політтехнологи не впоралися з цим завданням.

Отже, на основі аналізу особливостей виборчих технологій 2002 року можна зробити деякі попередні узагальнення.

По-перше, передвиборча агітаційна кампанія як складне політичне явище починає будуватися на закономірностях політичної психології. Визначальну роль у цьому відіграє інформаційний компонент в усіх його символічних проявах, уміння, методи та прийоми донесення ключових послань суб'єктів виборчих перегонів до виборців, на підставі яких ті змогли б зробити свій вибір.

По-друге, учасники виборчих змагань за умов зростання інформаційних навантажень на пересічних виборців почали активніше вдаватися до символізації своїх агітаційних звернень, водночас зважаючи на вплив політичних стереотипів на електоральну поведінку.

По-третє, політичні партії та блоки тепер мають глибше проникати в суть сучасних інформаційних технологій, які передбачають поєднання традиційних і новітніх форм і методів проведення агітаційно-комунікаційних кампаній. Ті політичні партії і блоки, які зуміють це зробити цивілізовано, матимуть додаткові шанси на перемогу.

ХТО НЕ ГОЛОСУВАВ НА ВИБОРАХ І ЧОМУ

Наталя Погоріла

По закінченні виборів до Верховної та місцевих рад народних депутатів, а також по тому, як вщухли передвиборні пристрасті, час замислитись над орієнтаціями тієї частини виборців, яка залишилась дещо поза увагою соціологів та політологів, а саме тих, хто не брав участі у голосуванні. Адже передвиборна боротьба велася і за їхні голоси, і чи не найцікавіше питання, чому її не було виграно жодною з партій чи кандидатів. Явище невизначених виборців (“uncommitted voters” в англomовній літературі) – є досить значуще для прогнозу ситуації, яка склалася б у разі участі їх у голосуванні.

Причини неучасті у виборах можуть бути, звичайно, різні. Певну частку електорату завжди становлять політично пасивні виборці, тому сподіватися 100-відсоткової участі належало б хіба що за умов тоталітарного режиму. Проте було чимало таких, які мали виборчі симпатії та плани, проте деякі об’єктивні умови завадили їм їх зреалізувати. Як ті виборці, що вагались щодо участі у виборах, так і ті, що мали твердий намір взяти участь у виборах, зрештою, могли зіткнутися з непередбаченими обставинами, які зашкодили їм взяти участь у виборах. Аналізом мотивацій, соціально-демографічних характеристик та деяких виборчих настанов цих виборців ми і займемося у цій статті.

У поствиборних дискусіях між соціологами, політологами та журналістами було висловлено декілька гіпотез щодо причин неучасті у виборах майже третини виборців. По-перше, з усіх регіонів України надходила інформація про погану організацію роботи виборчих дільниць: виборці нарікали на величезні черги, на те, що приміщення погано пристосовані до прийому великої кількості відвідувачів – душні та тісні. Тому, ймовірно, деякі виборці, зазирнувши на хвилину до дільниці, відмовилися стояти у чергах. А що 31 березня була винятково гарна погода, один із перших теплих весняних днів, то цілком імовірно, що частина цих виборців не повернулась вже на виборчі дільниці. Частина виборців з тієї ж самої причини не вирушила в напрямку виборчих дільниць взагалі. Поширеною є думка, що така виборча пасивність притаманна радше людям молодшого та середнього віку, ніж людям пенсійного віку, навченим “виборчій дисципліні” іще за часів Радянського Союзу. Можливим наслідком цієї ситуації була втрата голосів не-лівими партіями, які мають дещо молодший електорат⁶. Такими політичними угрупованнями є блок “Наша Україна”, блок Юлії Тимошенко, а з міркувань спрямованості передвиборної пропаганди такими партіями можуть бути Партія Зелених України та блок “Команда озимого покоління”.

Розглянемо правомірність цих суджень на основі даних соціологічного опитування, що його після виборів провів Київський міжнародний інститут соціології. Перш за все зазначимо, що відсоток тих, хто “зійнався” про свою неучасть у виборах (24%), в опитуванні виявився майже на 6% меншим, аніж фактична частка неучасті у виборах за даними Центральної Виборчої Комісії. Завищені дані про участь у голосуванні є відомим для західного дослідника явищем: це – тенденція, притаманна певним прошаркам населення, які вважають голосування своїм обов’язком⁷. Іншим поясненням може слугувати та обставина, що соціологічне опитування не охоплює так званої “важкодосяжної” частини респондентів, які

²Див.: Хмелько В.Є. Особливості електоратів лівих. У кн.: “Українські ліві: між ленінізмом і соціал-демократією”. Київ: “КМ Академія”, 2000.

³ Див.:

⁷ Bernstein, R. (2001) Overreporting Voting: Why It Happens and Why It Matters. *Public Opinion Quarterly* 65 (1), pp.22-45.

або відсутні за місцем проживання, або схильні відмовляти давати інтерв'ю. До виборчих списків їх, проте, включено.

Більш ніж дві третини респондентів, що не взяли участі в голосуванні (78%) в опитуванні вказали, що вони збиралися це зробити. Проте тільки 16% із них повідомили, що причиною зміни рішення була занадто велика черга. Решта відповіла, що на заваді стали справи особистого характеру. Щоправда, це запитання ставилося як закрите – було подано тільки дві, і саме такі альтернативи відповіді, які не виключають одна одної: адже могло бути, що саме очікування в черзі завадило вирішенню особистих справ. У кожному разі не слід проблему великих черг перебільшувати. Більшість тих, хто не узяв участі у виборах, просто не пішла голосувати.

Дуже цікавим є питання про те, як збиралися проголосувати виборці, що повідомили про своє бажання піти на вибори, але не здійснили свого наміру. Змістовно на це запитання відповіли 652 респонденти, що становить трохи більше від половини учасників виборів (1116 осіб). У таблиці 1 ми наводимо розподіл відповідей цієї категорії респондентів щодо партій і блоків – основних претендентів на місця у Верховній Раді. В другому стовпчику наведено розподіл голосів на виборах за даними ЦВК. Можна припустити, що у випадках, коли різниця між цими даними є статистично значимою, то участь цих виборців могла би мати вплив на розподіл голосів. Якщо рейтинг партії або блоку є вищим у нездійснених планах, ніж був фактично, то, можливо, ця партія втратила кілька відсотків свого електорату. Звісно, що участь цих виборців збільшила б електорат кожної партії взагалі, але тільки декільком принесла б перевагу у відносному значенні.

Таблиця 1

Наміри голосування серед тих, хто не узяв участі у виборах, та результати виборів згідно з даними Центральної Виборчої Комісії (%)

Партії та блоки	Наміри тих, хто не брав участі у голосуванні	Дані ЦВК	Різниця у відсотках
Блок Ющенка “Наша Україна”	27.0	23.4	3.6
Комуністична партія України	22.8	20.1	2.7
Блок “За єдину Україну!”	10.8	12.5	-1.7
Соціал-демократична партія (об’єднана)	5.2	6.2	-1.0
Блок Юлії Тимошенко	3.8	7.2	-3.4
Блок “Команда озимого покоління”	2.9	1.9	1.0
Всеукраїнське політичне об’єднання “Жінки за майбутнє”	2.7	2.1	0.6
Соціалістична партія України	2.3	7.0	-4.7
Партія зелених України	2.6	1.3	1.3
Проти усіх партій і блоків	9.6	2.4	7.2
Інша**	10.3	15.9	-5.6

1 Різницю, значиму на рівні одного відсотка, зазначено грубим шрифтом, значиму на рівні п’яти відсотків, нахиленим.

2 Решта 26 партій, що здобули один або менше

відсотків голосів виборців.

Аналіз даних у таблиці 1 дає змогу сказати, що принаймні двом партійним утворенням – блоку “Наша Україна” та партії Зелених участь виборців, що не проголосували, додала б трохи голосів. Адже серед цієї категорії прибічників блоку Ющенко на 3.6%, а “Зелених” – на 1.3% більше, ніж серед виборців, які пішли на виборчі дільниці. Можливо, це і була молодша частина електорату, орієнтаціям якої відповідають програми цих партій, спрямовані на ринкові реформи та екологічний рух, популярні радше серед молодшої частини населення.

Дані також засвідчують, що участь додаткових виборців додала б напевно голосів, поданих проти будь-якої партії та блоку (9.6% відсотків проти 2.4% серед тих, хто прийшов на виборчі дільниці). Розчарування цих виборців у всіх кандидатах за партійним списком, можливо, й стало причиною рішення не брати участі у виборах, оскільки ці виборці не бачили гідного кандидата для себе і не дуже переймалися “змарнуванням” свого голосу.

Щодо блоку “Команди озимого покоління” та об’єднання “Жінки за майбутнє”, то висновки важко зробити через надто малу кількість респондентів серед неучасників виборів, які хотіли віддати голоси за ці утворення – 19 та 18 осіб відповідно. Проте можна впевнено сказати, що ані блоку “За єдину Україну!”, ані, тим більше, блоку Юлії Тимошенко участь додаткових виборців не принесла б нових голосів: для двох останніх, відповідно, частка їхніх прибічників вдвічі та втричі менша серед неучасників, ніж серед тих, хто проголосував.

Можна також припустити, що тим меншою була можливість у партії отримати додаткові голоси за рахунок неучасників виборів, чим більш сталий електорат у цієї партії. Іншими словами, ті люди, що впевнені у своєму виборі, зробили його давно і скоріш за все з’явилися на виборчих дільницях. Виборці ж, які зробили свій вибір відносно недавно, утворюють електорат несталий, який формувався під впливом нещодавніх подій та PR акцій. Його представники могли не піти на вибори через свою слабку політичну заангажованість або непевність у виборі.

Дані екзит-полу у день виборів⁸ дають змогу стверджувати, що головні претенденти на місце у Верховній Раді значно різняться з погляду сформованості їхніх електоратів. Так, 90% електорату Комуністичної партії ухвалили рішення щодо голосування більш ніж за місяць до дня голосування, відповідний відсоток для “Нашої України” становить 81%. Серед партій, більше третини електорату яких визначилися пізніше ніж за місяць до дня голосування – блок “За єдину Україну!” (35%), партія Зелених (38%), об’єднання “Жінки за майбутнє” (43%) та блок “Команда озимого покоління” (61%).

Нагадуємо, що в екзит-полі це був “фактичний електорат”, який прийшов на вибори і проголосував. Дані ж зазначеного вище березневого дослідження КМІСу стосуються “потенційного електорату”, тобто всіх, хто “обіцяв” чи принаймні не заперечував, що візьме участь у виборах. Проте й ці, березневі, дані демонструють схожу картину. З тією лише різницею, що в середньому за даними стосовно 10 партій, основних претендентів на місце в парламенті, “потенційний” електорат виявився більш стабільний, ніж електорат “фактичний”, представники якого на 10% частіше відповідали, що визначилися місяць тому або пізніше. Проте так само, як в екзит-полі, електорат блоків “Команда озимого покоління”,

⁸ Екзит-пол у день виборів був проведений об’єднаними зусиллями трьох фірм - КМІС, СОЦІС та “Соціальний моніторинг” за проектом Фонду “Демократичні ініціативи” та Всеукраїнського громадського моніторингового комітету. Усього було опитано 17966 виборців (приблизно по 6000 кожною з фірм) на 850 виборчих дільницях.

“За єдину Україну!” та об’єднання “Жінки за майбутнє” мав найбільшу частку тих, хто визначився пізно – 43%, 28% та 20% відповідно, а прибічники Комуністичної та Соціалістичної партій на 96% та 90% відповідно були певні свого вибору раніше ніж за місяць до дослідження. Тобто можна впевнено зробити висновок щодо стабільності лівого електорату та блоку Ющенка. Про інші вищеназвані партійні утворення можна сказати, що їхній електорат формувався і доформовувався аж до дня виборів, оскільки і самі ці партії постали недавно.

Можемо припустити, що якась частина менш стабільних електоратів не пішла на вибори і могла б поповнити як відсотки цих партій, так і проголосувати проти всіх партій та блоків. Проте не маємо даних, необхідних для того, щоб довідатись, чи ті, хто прийняв рішення давно більш масово вийшли на вибори, аніж ті, хто прийняв рішення недавно. Такий висновок впевнено можна зробити тільки стосовно Комуністичної партії, де поясненням служить скоріше вік та “виборча дисципліна”, а не стабільність орієнтацій. Проте не можемо зробити таке припущення щодо блоків “Наша Україна”, Юлії Тимошенко, ані інших партій та блоків. Оскільки частка тих, хто визначився давно, є більшою серед “потенційних виборців”, ніж серед “фактичних”, очевидно, що частка нестабільного електорату пішла на вибори, а частка стабільного – залишилась вдома. Тому додаткові голоси “Зеленим” та блоку Ющенка могли б надійти за рахунок осіб молодшого віку з числа як сталих, так і нових симпатиків, яким нагальні справи перешкодили піти на виборчі дільниці.

Аналіз демографічних даних показує, що серед тих, хто не взяв участі у голосуванні справді значно більше молодих людей у віці до 29 років, трохи більше чоловіків, людей із середньою освітою, жителів великих міст та східних областей України, ніж серед виборців, які взяли участь у голосуванні (таблиця 2). Щодо жителів сіл, то можна припустити, що їхня виборча активність – то спадщина Радянського Союзу, коли сільські регіони були більш слухняними, через те, що там легше здійснювати політичний контроль. Отже, молодші виборці, менш освічені, жителі великих міст, жителі Сходу України та чоловіки є менш активними виборцями, ніж старші люди, більш освічені, мешканці сіл, західних областей та жінки. То є очікуваний висновок, якщо зважити на результати численних досліджень, проведених у передвиборні місяці, та світовий досвід виборчої активності загалом.

Водночас соціальна група тих, хто не брав участі у виборах, є неоднорідною, оскільки серед них є люди, які взяли б участь у голосуванні, якби їм не зашкодили обставини, а є й такі, які свідомо голосувати не хотіли. Припускаємо, що ці останні є найбільш політично пасивною частиною електорату, чия апатія спричинена розчаруванням в політиках та засобах масової інформації, або ж завжди була рисою певної соціальної групи, яку можна назвати “політично відчуженою”. Таблиця 2 добре ілюструє різницю у соціально-демографічних характеристиках тих, хто хотів, але не зміг проголосувати, і тих, хто принципово відмовився від участі у виборах.

Таблиця 2

Склад груп виборців – тих, хто проголосували і тих, хто – ні, за статтю, віком, освітою та місцем проживання (%)

Соціально-демографічні характеристики електоратів	Виборці, що не проголосували			Виборці, які проголосували
	Всі неучасники	Ті, хто хотіли проголосувати, але не проголосували	Ті, хто не збирались голосувати і не проголосували	
		819	238	3489
Чоловіки	47	47	47	42
Жінки	53	53	53	58
ВСЬОГО	100.0	100.0	100.0	100.0
18-29 років	30	31	27	18
30-44 років	30	29	34	28
45-59 років	19	18	25	25
> 59 і більше років	21	23	14	29
ВСЬОГО	100.0	100.0	100.0	100.0
Менша від	21	22	14	19
Загальна середня	37	37	40	33
	25	24	28	28
Вища (повна і	17	17	17	20
ВСЬОГО	100.0	100.0	100.0	100.0
Місце проживання виборців	1087	819	238	3489
Село	23	25	18	36
Невелике місто	24	26	20	27
Середнє місто (від 100 тис. до 500 тис.)	27	25	33	19
Велике місто (від 500	26	24	29	18
ВСЬОГО	100.0	100.0	100.0	100.0
Регіони				
Західний	15	16	12.	22
Західно-Центральний	23	23	26	24
Східно-Центральний	16	17	13	16
Південний	20	19	24	19
Східний	25	26	25	20
ВСЬОГО	100.0	100.0	100.0	100.0

Як бачимо, серед неучасників загалом молоді віком до 29 років більше, ніж серед фактичних виборців, а серед найбільш пасивних виборців переважає генерація віком від 30 до 44 років. І хоча серед неучасників більше осіб з освітою нижчою від середньої

спеціальної, аналіз політично відчуженої групи показує, що найбільша пасивність притаманна аж ніяк не виборцям із початковою освітою. Згідно з відміченою тенденцією, населення великих та середніх міст є найбільш політично пасивне, проте проживає переважно не на Сході, а в Центрально-Західних та Південних областях. А отже, “політично відчужений” виборець – то людина середнього віку з середньою освітою, яка проживає скоріше всього у великому місті.

Наведені дані підтверджують гіпотезу про те, що ті, хто не пішов на вибори, то передусім молодші та менш освічені виборці. Проте цікаво було б довідатись, який виборець прийшов та не прийшов до певних партій та блоків, що балотувалися до складу парламенту. Таблиця 3 дає змогу дістати таку інформацію. Можна переконалися, що не тільки неучасники виборів є молодшими і менш освіченими, але і зберігається вікова та освітня структура груп виборців основних партій: з найстаршим та найменш освіченим електоратом комуністів, трохи молодшим блоку Ющенко і наймолодшим та краще освіченим у інших не-лівих партій. Єдине, що їх різнить: неучасники є більш диференційованою за віком групою, ніж учасники. Це видно з величини коефіцієнта η . Можна висновити, що голоси молодих виборців втратили найбільшою мірою саме не-ліві партії та блоки. Аналіз причин неучасті в голосуванні за цими ж трьома групами електоратів засвідчує, що саме електорату шести не-лівих партій також найбільше зашкодили довгі черги: серед тих, хто назвав цю причину, не-лівого електорату 43%, тоді як електорату КПУ – 22%, а блоку Ющенко – 35%.

Таблиця 3

Середній вік та освіта електорату Комуністичної партії, блоку “Наша Україна” та шести інших партій, які набрали на виборах найбільшу кількість голосів* (вік – у роках, освіта – у роках навчання)

Електорати партій та блоків	Ті, хто хотіли проголосувати, але не проголосували (потенційний електорат)		Виборці, які проголосували (фактичний електорат)	
	Вік	Освіта	Вік	Освіта
	1087		3498	
	Вік	Освіта	Вік	Освіта
Комуністичної партії	55	10	56	10
Блоку “Наша Україна”	43	11	45	11
Шести партій*	37	12	449	12
Коефіцієнт η	0.134	0.038	0.089	0.038
У середньому за цими партіями	44	11	48	11

* Оскільки кількість респондентів, які хотіли б підтримати ці партії серед тих, хто не голосував є надто малою, то ми взяли середні за їх сумарною кількістю. Серед шести партій узято тільки електорати не-ліво орієнтованих партій та блоків - “За єдину Україну!”, Соціал-демократичної партії (об’єднаної), блоку Юлії Тимошенко, блоку “Команда озимого покоління”, всеукраїнського політичного об’єднання “Жінки за майбутнє” та Партії Зелених.

Останнє запитання стосується того, наскільки неучасть у виборах є результатом розчарування у політиці або байдужості до суспільних справ взагалі. Це розрізнення є важливим, позаяк вказує на два процеси, важливі для розвитку громадського суспільства. Перший є виявом певної громадської позиції, і його виразники є ареною битви для політиків

“нової генерації”. В свою чергу, соціальна байдужість взагалі є невід’ємною рисою масового суспільства. Таблиця 4 дає змогу побачити тісний зв’язок між політичною активністю та оцінкою чесності проведення виборів та об’єктивності висвітлення виборчого процесу на телебаченні України. Якщо уявити собі, що “фактичні” виборці, неучасники виборів та політично відчужені виборці являють собою певну шкалу політичної активності, то вона перебуває у прямому зв’язку з оцінкою виборів та висвітлення передвиборної боротьби як нечесних. Частка тих, хто вважає вибори до Верховної Ради чесними, є втричі меншою серед неучасників виборів, ніж серед учасників, а серед політично пасивних вона є меншою в шість разів. Різниця щодо оцінки телевізійної презентації передвиборної боротьби є більш згідними у учасників та неучасників, проте політично пасивні респонденти вочевидь відрізняються у своєму скептицизмі щодо телебачення. Показовою є також частка відмови від відповіді, максимальна серед політично пасивних (12% та 11% відповідно, на два запитання, проти 3% та 1% серед тих, хто узяв участь у виборах).

Таблиця 4

Оцінка об’єктивності виборчого процесу різними групами виборців (%)

Як Ви вважаєте, наскільки чесно чи нечесно проходили вибори до Верховної Ради цього року?	Виборці, які не проголосували			Виборці, які проголосували
	Всі неучасники	Ті, хто хотіли проголосувати, але не проголосували	Ті, хто не збирались голосувати і не проголосували	
	1087	819	238	3489
В основному чесно	14	17	7	35
Важко сказати	46	47	41	37
В основному нечесно	35	33	41	27
Відмова від відповіді	5	3	11	1
ВСЬОГО	100.0	100.0	100.0	100.0
Як Ви вважаєте, наскільки чесно чи нечесно висвітлювалася передвиборна боротьба на телебаченні? еб?				
В основному чесно	13	15	6	20
Важко сказати	50.	52	47	46
В основному нечесно	31	29	35	32
Відмова від відповіді	6	4	12	2
ВСЬОГО	100.0	100.0	100.0	100.0

ЕЛЕКТОРАЛЬНА АКТИВНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ: ВИБОРИ-2002

Ірина Демченко, Вадим Місюра

Аналізуючи підсумки парламентських виборів і розробляючи прогнози розвитку подальшої політичної ситуації в Україні, не можна залишити поза увагою їх молодіжну складову щонайменше за декількома причинами. По-перше, молодь – це значна політична і соціальна сила, здатна передусім під час виборів реально впливати на перебіг суспільно-політичного життя. На початок 2002 р. чисельність українських громадян у віці 18 – 28 років становила близько 8 млн. Це означає, що кожен четвертий потенційний виборець в Україні був молодою людиною. По-друге, молодь є найбільш чутливою до соціально-економічних змін групою. Від її економічних, політичних орієнтацій, які здебільшого формуються під час переходу від дитинства до дорослого життя, в період професійного самовизначення та усвідомлення себе як громадянина, значною мірою залежать кількісні та якісні характеристики соціальної бази подальших ринкових перетворень, формування в Україні дійсно громадянського суспільства. Водночас рівень електоральної активності молоді, її ідеологічні уподобання можуть свідчити і про виваженість стратегії та результативність практичної діяльності багатьох політичних сил. Причому ці показники відносяться до одних із найбільш очевидних (надійних), оскільки саме на електоральну підтримку молоді розраховувала значна кількість партій і блоків, які брали участь у нинішніх парламентських виборах, а програми і особливо передвиборчі технології декотрих, зокрема “Нової Генерації”, “Команди озимого покоління”, взагалі були орієнтовані здебільшого на молодих людей.

Отже, розглядаючи результати парламентських виборів, можна впевнено говорити про їх стимулюючий вплив на формування світогляду і громадської позиції у молоді. Якщо в період між виборами значна частка молодих людей зовсім не цікавиться проблемами політичного життя (до 40%), не орієнтується в ідейно-політичних напрямках (кожен третій), то під час передвиборчої агітації інтерес молоді до політики помітно зростає. Ця закономірність, яка була визначена ще під час минулих, 1998 р., парламентських і президентських, 2000 р., виборів, підтвердилась і в нинішньому році. Так, за місяць до виборів три з чотирьох потенційних виборців у віці 18-28 років могли конкретно визначити власні ідейно-політичні орієнтації, найбільш поширеними серед яких були підтримка соціал-демократичного (30%), екологічного (16%) та націонал-демократичного (12%) політичних напрямків (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл відповідей респондентів на запитання

“Який із політичних напрямків Вам найбільш близький?” (% тих, хто дав відповідь⁹)

	18-28 років	29-44 років	45-59 років	60 років і старше	Усі
Комуністичний	8	12	23	39	22
Ліберальний	5	3	1	1	2
Націонал-демократичний	12	12	12	9	11
Націоналістичний	2	4	4	2	3
Соціал-демократичний	30	19	20	12	19
Соціалістичний	1	7	7	7	6
Екологічний, природоохоронний	16	13	6	4	9
Важко відповісти	26	31	27	27	28

⁹ За даними соціологічного дослідження, проведеного компанією “Соціс” у наприкінці лютого 2002 р. Всього опитано 2200 респондентів, у тому числі 440 – у віці 18-28 років. Похибка вибірки не перевищує 2%.

Досить високим напередодні виборів був рівень готовності молоді щодо участі в них. За соціологічними даними, 56% громадян у віці 18-28 років планували “обов’язково” і 20% “скоріше за все” прийти 31 березня 2002 р. на виборчі дільниці, лише 11% на момент опитування остаточно вирішили не брати участь у виборах.¹⁰

Реально у виборах 2002 р. взяло участь 69% громадян, у тому числі близько 60% молоді.¹¹ Що практично співпадає з рівнем електоральної активності населення і, зокрема, молоді на минулих парламентських виборах і є трохи нижчим – показника участі в виборах Президента України, коли частка виборців серед молоді становила близько 70%.¹² Внаслідок зазначеного рівня електоральної активності, питома вага голосів молоді в загальній кількості виборців була дещо меншою, ніж можлива, і складала близько однієї п’ятої.

Порівняльні результати голосування всього населення і молодих виборців, за даними exit-pool, з високою мірою надійності віддзеркалюють особливості політичних уподобань молодіжного електорату (табл. 2). Якщо 31 березня 2002 р. брали б участь в голосуванні у багатомандатних округах лише громадяни віком 18 - 28 років, то до Верховної Ради України пройшли б партії і блоків, а саме: “Наша Україна” (25%), “За Єду” (13%), “БЮТ” (11%), СДПУ(о) (9%), КПУ (7%), Команда озимого покоління (5%). Значну, проте “непрохідну” частку голосів молоді “вибороли” на виборах “проринкові” ПЗУ, “Жінки за майбутнє”, “Яблуко” (разом 9%) і ліві, очолювані Морозом і Вітренко, (разом 5%).

Таблиця 2

Результати голосування 31 березня 2002 р., %

	Офіційні результати виборів ¹³	Дані exit-pool ¹⁴	
		Усі виборці	Виборці віком 18-28 років
1. ВБ політичних партій "Блок Віктора Ющенка "Наша Україна"	23,57	23,33	25,33
2. Комуністична партія України	19,98	21,42	7,37
3. ВБ політичних партій "За Єдину Україну!"	11,77	11,82	13,22
4. ВБ політичних партій "Виборчий блок Юлії Тимошенко"	7,26	7,44	11,2
5. Соціалістична партія України	6,87	6,39	2,83
6. Соціал-демократична партія України (об'єднана)	6,27	7,34	8,78
7. ВБ політичних партій "Блок Наталії Вітренко"	3,22	3,48	2,32
8. "Жінки за майбутнє" ВПО	2,11	2,61	3,94
9. ВБ політичних партій "Команда Озимого Покоління"	2,02	2,43	4,94

¹⁰ За даними соціологічного дослідження “Омнібус”, проведеного компанією “Соціс” у середині березня 2002 р. Всього опитано 1200 респондентів, у тому числі 236 – у віці 18-28 років. Похибка вибірки не перевищує 3%.

¹¹ За даними ЦВК і соціологічного дослідження “Омнібус”, проведеного компанії “Соціс” у квітні 2002 р. Всього опитано 1200 респондентів, у тому числі 228 – у віці 18-28 років. Похибка вибірки не перевищує 3%.

¹² За даними соціологічного дослідження Українського інституту соціальних досліджень, проведеного у червні 1998 р. Всього опитано 3304 респондента, у тому числі 1513 – у віці 18-28 років. Похибка вибірки не перевищує 2,5%.

¹³ За даними ЦВК.

¹⁴ Exit-pool – дослідження проведене у день виборів поряд з виборчими дільницями спільно компанією “Соціс”, УІСД, КМІС. Всього опитано 6060 виборців. Опитування не здійснювалося в лікарнях, містах позбавлення волі тощо.

10. Комуністична партія України (оновлена)	1,39	1,44	0,81
11. Партія Зелених України	1,30	1,60	3,63
12. Політична партія "Яблуко"	1,15	1,80	2,72
13. ВБ політичних партій "Єдність"	1,09	1,19	1,41
14. ВБ політичних партій "Демократична партія України - партія "Демократичний союз"	0,87	0,68	0,61
15. Партія "Нова генерація України"	0,77	0,83	3,23
16. ВБ політичних партій "Руський блок"	0,73	0,94	1,11
17. ВБ політичних партій "ЗУБР" (За Україну, Білорусію, Росію)	0,43	0,45	0,20
18. Комуністична партія робітників і селян	0,41	0,41	0,30
19. Селянська партія України	0,37	0,4	0,2
20. Партія реабілітації тяжкохворих України	0,35	0,33	0,10
21. Всеукраїнська партія трудящих	0,34	0,08	
22. Політична партія "Всеукраїнське Об'єднання Християн"	0,29	0,21	0,30
23. Соціал-демократична партія України	0,26	0,30	0,20
24. ВБ політичних партій "Народний Рух України"	0,16	0,23	0,40
25. ВБ політичних партій "Проти всіх"	0,11	0,15	0,40
26. Українська морська партія	0,11	0,07	-
27. Всеукраїнська партія "Нова сила"	0,10	0,07	-
28. Народна партія вкладників та соціального захисту	0,10	0,07	-
29. Українська політична партія "Християнський рух"	0,09	0,10	-
30. Партія всеукраїнського об'єднання лівих "Справедливість"	0,08	0,25	0,40
31. Українська Національна Асамблея	0,04	0,08	0,20
32. ВБ політичних партій УП та Всеукраїнська партія міжнародного порозуміння "Новий світ"	0,04	0,05	-
33. Ліберальна партія України (оновлена)	0,03	0,05	-
34. <i>Не підтримую кандидатів ... від жодної політичної партії</i>	-	2,0	3,83

Отже, переважна частка молодих виборців підтримала партії та блоки, програмні документи яких наголошують на цінностях вільного підприємництва та ринку, пріоритетності розвитку демократичних свобод. Сьогодні понад 70% молодих виборців вважають, що партії та блоки, за які вони проголосували, мають впроваджувати політику, орієнтовану на подальші ринкові перетворення, у тому числі 38% - впевнені в необхідності суттєвого їх прискорення, і лише 15% - є прибічниками повернення до централізованої державної економіки. З віком чисельність виборців, які підтримують продовження ринкових трансформацій, поступово зменшується і серед осіб похилого віку (60 років і старше) становить лише 40%, що дорівнює (серед громадян цього віку) частці прибічників централізованої економіки.¹⁵

Щодо зовнішньополітичних орієнтацій виборців, то на відміну від осіб середнього і старшого віку у молодіжному середовищі найбільш поширені "прозахідні" настрої та помітно менше популярність ідеї відродження реального союзу України, Росії та Білорусі. Якщо на думку кожного другого виборця старше 40 років, партія чи блок, за які вони

¹⁵ За даними соціологічного дослідження "Омнібус", проведеного компанією "Соціс" у квітні 2002 р.

голосували, повинна обстоювати приєднання України до союзу Росії та Білорусі, то серед молодих виборців таких залишається менше третини.

Хоча більшість молоді віддала свої голоси на користь опозиційних партій, водночас можна зазначити про її відносно вищу у порівнянні з іншими віковими групами підтримку діючого Президента та пропрезидентських партій/блоків, таких, зокрема, як “За Єдину Україну”, СДПУ(о), “Жінки за майбутнє”. Це підтверджується також і розподілом думок молодих виборців стосовно дострокової відставки Президента Л.Кучми: 44% підтримують її необхідність, 31% - висловлюються проти, 25% - утруднилися з відповіддю. Серед виборців у віці 29-59 років дострокову відставку підтримує кожен другий, а проти неї виступає 25%.

Водночас було б перебільшенням стверджувати, що результати голосування за багатомандатними округами є повним відзеркаленням політичних орієнтацій та ідеологічних переконань молодих виборців, як, до речі, і електорату загалом. За соціологічними даними менше половини громадян молодше 29 років під час голосування за партію/блок свій вибір робили, спираючись на її програмні та ідейні положення. Значна частка молодих виборців (43%) відверто зазнала, що і нині добре не знає ідей та поглядів хоча б однієї партії/блоку, які брали участь у виборах до Верховної Ради України. До речі, серед молодих людей, які проігнорували останні вибори, таких було 80%.

Не достатня інформованість про виборчі програми партій/блоків компенсувалася під час виборів увагою молодих до політичних лідерів. Про свій персоніфікований вибір зазначило 41%, хоча, досить вірогідно, що частка молоді не до кінця усвідомила мотивацію щодо власного вибору 31 березня 2002 р., й роль в ньому лідерів партій/блоків, можливо була більшою, ніж про неї повідомили молоді респонденти. Проте ця гіпотеза потребує подальших досліджень і верифікації.

Таблиця 3

Розподіл відповідей респондентів, що брали участь у виборах, на запитання “Чому Ви обрали саме ту партію чи блок, за яку проголосували?”, %¹⁶

	Усі виборці	Виборці віком 18-28 років
Мені сподобалися програма, ідеї, пропозиції	49	45
Мені подобаються лідери	37	41
Ця партія (блок) виражає інтереси таких людей, як я	34	28
Я давно є прихильником цієї партії/блоку	14	10
Ця партія (блок) мала добрі шанси на перемогу	13	11
Принаймні у порівнянні з іншими ця партія (блок) є “меншим злом”	10	11
Її підтримують авторитетні для мене люди	8	7
Я за цю партію голосував на минулих виборах	6	1
Ця партія/блок виступала проти влади	4	4
Партія/блок були найбільш переконливими у дебатах	4	7
Інше	4	8
Цю партію/блок підтримувала влада	2	3
Сподобалась реклама партії/блоку	2	6
Загалом я обрав цю партію (блок) випадково	2	6
<i>Важко відповісти</i>	4	2

¹⁶ Респондентам пропонувалось вказати не більше 3-х варіантів відповідей.

Аналізуючи мотивацію електорату щодо вибору за багатомандатними округами, слід також зауважити про незначний вплив на свідомість людей передвиборчих технологій, зокрема трансляцію теледебатів, політичної реклами тощо. Хоча молодь виявилася найбільш чутливою у порівнянні з іншими віковими групами до таких заходів, проте про вирішальну роль останніх у виборі партії/блоку повідомило менше 15% молодих виборців.

Звертає на увагу певна частка молоді (6%), яка взагалі визнала свій вибір за багатомандатними округами випадковим.

Не менш актуальним постає запитання щодо впливу передвиборчої боротьби на громадську активність молоді. Сьогодні, на жаль, бракує виважених і змістовних досліджень, які стосуються участі молодіжних організацій та їх лідерів в формуванні програмних документів, розробці стратегії та тактиці окремих партій/блоків, що брали участь в виборах, міри залученості молодих людей та їх мотивації щодо участі в передвиборчій агітації на підтримку різних політичних сил, використання протестного потенціалу молоді в боротьбі опозиції з владою. Виходячи із списків партій/блоків, що були ними подані в ЦВК, контент-аналізу повідомлень ЗМІ, пов'язаних з темою виборів, власних спостережень, можна впевнено стверджувати, що усі партії/блоки, що пройшли до парламенту фактично використали молодь, не створюючи реального союзу з її представниками. Так, зокрема, вік лише 3% обраних до Верховної Ради депутатів не перевищує 30 років, 23% є 31-40-річними.

Активно залучаючи молодь до агітаційної діяльності, більшість партій/блоків не пішли на створення реального союзу з молодіжними об'єднаннями, залишили їх лідерів поза прохідною до парламенту межею. До його нового складу потрапило усього 2 керівника молодіжних організацій за списком "Нашої України", по одному – від СДПУ(о) і КПУ. Фактично ставлення до молоді та її об'єднань як з боку пропрезидентського блоку, так і з боку радикальної опозиції помітно не відрізнялося.

Тому, прогнозуючи наслідки виборів 2002 для молоді, на нашу думку, було б найвіщим очкувати помітних прогресивних змін у соціально-економічній політиці, яка і дотепер мало враховувала молодіжні потреби і інтереси, здебільшого була зорієнтована на старі, номенклатурні напрями і форми роботи з молоддю. Хоча майже усі партії/блоки, що брали участь в передвиборчих перегонах, декларували нагальну потребу вдосконалення молодіжної політики, підтримки окремих програм, спрямованих на розвиток професійного становлення та економічної активності молоді, підтримку молодих сімей, материнства і дитинства, формування у молодих людей відповідального ставлення до свого здоров'я тощо, проте шанси для того, що ці напрямки роботи парламенту можуть стати пріоритетними, є невисокими.

Отже, за цих умов надзвичайно актуальними сьогодні стають проблеми розробки і впровадження інших, можливо, альтернативних механізмів безпосередньої участі молоді у формуванні і реалізації політики і програм, що стосуються суспільства взагалі, молоді зокрема; формування громадського контролю з боку молодіжних організацій з урахуванням першочергових потреб і інтересів молодих людей у діяльності парламенту, уряду, органів місцевого самоврядування; мобілізації ресурсів усіх молодіжних об'єднань щодо підвищення громадської самосвідомості молоді в Україні.

ВИБОРИ-2002: ПОЗИТИВИ, НЕГАТИВИ, НЕСПОДІВАНКИ – ОПИТУВАННЯ НАЙАВТОРИТЕТНІШИХ ЖУРНАЛІСТІВ УКРАЇНИ

Прес-реліз

- Найбільшим позитивом минулих виборів більшість журналістів вважає їхні результати: проходження до парламенту двох опозиційних сил (блоку Юлії Тимошенко та СПУ) і непроходження “технологічних” партій і блоків
- Найбільші негативи виборчої кампанії журналісти вбачають у діяльності ЗМІ під час виборів, їхній політичній заангажованості, а також використання брудних інформаційних технологій
- Основною несподіванкою виборів-2002 стали їхні результати: насамперед, несподівана поразка ПЗУ, з одного боку, з іншого – проходження у Верховну Раду з досить високим результатом СПУ та блоку Юлії Тимошенко
- Думки журналістів щодо ефективності діяльності Верховної Ради України 4-го скликання розділилися навпіл: майже половина вважає, що діяльність майбутнього парламенту буде ефективнішою, і трохи менше половини – що ця діяльність буде такою самою за ефективністю
- Майже всі опитані журналісти скептично оцінюють можливість утворення стабільної більшості у майбутній Верховній Раді і вважають, що більшість буде лише ситуативною з різних питань
- Серед прогнозів конфігурації можливої більшості у Верховній Раді найбільше голосів дістав варіант більшості у складі виборчих блоків “Наша Україна” і “За єдину Україну!”
- Безумовну першість у прогнозах журналістів стосовно того, хто буде обраний Головою Верховної Ради України, посів Іван Плющ. Серед можливих претендентів називалися також Володимир Литвин і Віктор Медведчук
- Половина опитаних журналістів вважає, що в першу чергу новообрана Верховна Рада має ухвалити Податковий кодекс
- Найбільш вдалимими політиками у березні 2002 року журналісти назвали Юлію Тимошенко, Віктора Ющенка й Олександра Мороза
- Найбільш невдалими політиками у березні 2002 року журналісти назвали Володимира Литвина, Віктора Медведчука, Наталію Вітренко і Віталія Кононова

5–22 квітня 2002 року Фонд “Демократичні ініціативи” провів опитування найбільш авторитетних журналістів України.

Список найавторитетніших журналістів України було визначено за результатами експертного опитування 490 журналістів, що його провів Фонд “Демократичні ініціативи” у листопаді 2001 року – січні 2002 року. Ці журналісти щомісяця дають оцінку найважливішим подіям, які відбулися в Україні.

За підсумками березня 2002 року всього було отримано 53 відповіді. Список опитаних журналістів і анкета додаються.

Основні позитиви виборчої кампанії 2002 року: погляд журналістів

Найбільшим позитивом минулих виборів більшість журналістів вважає самі їхні результати (34 голоси):

- Проходження до парламенту з непоганим результатом обох опозиційних сил: блоку Юлії Тимошенко та Соціалістичної партії Олександра Мороза (13 голосів). Дев'ятеро опитаних відзначили перемогу у виборах за партійними списками виборчого блоку Віктора Ющенка “Наша Україна”
- Непроходження “технологічних” партій і блоків і “проектів Банкової” (11 голосів): поразка на виборах до Верховної Ради України таких політичних сил, як Всеукраїнське політичне об'єднання “Жінки за майбутнє” (4 голоси), виборчий блок “Команда озимого покоління” (3 голоси), виборчий блок Демократична партія України - партія “Демократичний союз” (3 голоси), ПСПУ (2 голоси), Партія зелених України (1 голос), “Руський блок” (1 голос), “ЗУБР” (1 голос), “Єдність” (1 голос)
- Більш чітка структуризація політичних сил, підвищення ролі партій у суспільстві (10 голосів)
- Провал адмінресурсу у пропорційній частині виборів (7 голосів)
- Відносно низький результат виборчого блоку “За єдину Україну!” та виявлення недовіри до партії влади (6 голосів)
- Зменшення фракції КПУ у Верховній Раді та зменшення впливу лівих сил взагалі (5 голосів)
- Більш низький, ніж очікувалося, результат СДПУ(о) (2 голоси)

Чимало журналістів зазначило позитивні зрушення у свідомості виборців та зростання їхньої активності і політичної культури як крок у напрямку демократизації суспільства – 18 опитаних. (“Українці довели, що можуть зробити самостійний вибір, незважаючи на брудну кампанію за участі електронних ЗМІ”).

Одинадцятьох журналістів зазначило поразку на теренах України російських політтехнологій.

Шестеро опитаних побачило чимало позитивних сторін у проведенні виборчої кампанії: дебати у ЗМІ, особливо на телебаченні.

Четверо журналістів вказало на виявлення продажності деяких ЗМІ та втрату довіри до них населення. (“Свідоме доведення ситуації до абсурду, що дало змогу громадянам зробити правильний вибір”).

Окремо було зазначено позитивну роль соціології та соціологів у виборчій кампанії – 3 журналістів.

Двоє журналістів зазначило як позитив кампанії те, “що під час виборів декому вдалося непогано підзаробити” (“частина коштів із товстих гаманців перейшла до більш тонких”).

По одному разу називалися:

Активна позиція громадських організацій, зокрема – Всеукраїнського громадського моніторингового комітету”

Різка реакція на порушення з-за кордону, де зрозуміли, “що Україна – недемократична держава”.

Основні негативи виборчої кампанії-2002

Найбільші негативи виборчої кампанії 2002 року журналісти пов'язують із тією роллю, що відігравали у ній засоби масової інформації (на це вказали 24 журналісти). Це, насамперед, використання у ЗМІ брудних технологій, політична заангажованість, тиск влади на ЗМІ, дискредитація теледебатів, деградація журналістів, падіння у суспільстві довіри до ЗМІ.

Чимало журналістів (15 голосів) вказали на широке (подекуди – “нахабне”) використання владою адміністративного ресурсу.

Багато нарікань викликало також застосування брудних технологій, методів компромату та чорного піару у виборчій кампанії (14 голосів). Зокрема, як приклад “чорного піару” наводився фільм “Піар” та кампанія, розв'язана проти Ющенка на телеканалах, контрольованих СДПУ(о).

Журналісти перераховували різноманітні зловживання під час виборчої кампанії та підрахунку голосів – махінації з відкріплювальними талонами, використання “мертвих душ”, фальсифікація результатів (6 голосів), особливо в мажоритарних округах (5 голосів).

По п'ятеро опитаних як негатив відзначили:

“Надто високий відсоток, отриманий блоком “За єдину Україну!”, особливо на Східній Україні”

“Спекуляції на відмінностях між Сходом і Заходом України”.

Деякі журналісти вказали на пряме використання кримінальних методів та криміналітету у виборчій кампанії (4 голоси): вбивство Миколи Шкрібляка, погрози фізичної розправи, залучення до виборчої кампанії бандитів (зокрема, у Донецькій області).

Також чотирма голосами були зазначені такі негативи, як:

“Погана організація самого виборчого процесу, повне безладдя у день голосування”

“Заангажованість ЦВК і особисто Михайла Рябця”.

По троє опитаних вказали на:

“Недосконалість виборчого законодавства”

“Одночасне проведення виборів до парламенту та місцевих рад різного рівня”

“Участь у виборах іноземних політтехнологів, політиків та ЗМІ”

“Успіх блоку “Наша Україна”

Двоє журналістів зазначили такі негативи:

Склад нової Верховної Ради, відсутність реального оновлення (“Старі обличчя”, “Мінімум професійних політиків і максимум представників “груп впливу”)

“Підлеглість та заангажованість судових інстанцій”, “Використання судів і виборчих комісій на користь пропрезидентського блоку”

“Повна аморальність і “безпредел” нинішньої влади”, її неготовність до демократії

“Нерівність можливостей учасників передвиборної кампанії”

“Низька ефективність роботи іноземних спостерігачів”.

Крім того, по одному разу згадувалися:

Низький рівень політичної культури як населення, так і учасників виборчих перегонів

“Неусвідомлення виборцями значимості виборів до місцевих рад”

“Передвиборна ситуація на Івано-Франківщині”

“Політичне заробітчанство музикантів, зокрема, ВВ”
“Використання теми вбивства Шкрібляка у політичних цілях”
“Антизахідна істерія”
“Сірість, нецікавість кампанії”
“У жодної з партій не було плану виходу з системної кризи”
Повторне обрання О.Омельченка мером Києва.

Основні несподіванки виборів 2002 року

Головною несподіванкою виборів 2002 року майже для всіх журналістів став їхній результат (на це вказали 52 журналісти).

Перш за все – це несподівана поразка на виборах Партії зелених України (16 голосів) та ВПО “Жінки за майбутнє” (11 голосів). З іншого боку – проходження у Верховну Раду із досить високим результатом, насамперед, Соціалістичної партії Олександра Мороза (15 голосів) та блоку Юлії Тимошенко (8 голосів). Для 8 журналістів несподіваним виявився відносно низький результат СДПУ(о). Дещо менше здивувала поразка на виборах КОПів (4 голоси), “Яблука” (2 голоси), ПСПУ (2 голоси), ДемПУ-Демсоюзу (2 голоси).

Деякі журналісти висловилися більш узагальнено:

“Провал на виборах “віртуальних”, “технологічних” партій” (3 голоси)
“Перемога одразу 4 не-президентських сил” (1 голос)
“Високі результати “партії влади”, особливо у мажоритарних округах” (1 голос)
“Комуністи не стали найбільшою парламентською фракцією” (1 голос)
“Поразка Бакаїв” (1 голос).

Другим аспектом виборів-2002, де журналістів очікували несподіванки, стали більш висока, ніж сподівалися, свідомість і політична культура виборців, їхня “невразливість до впливу брудних технологій” – на це вказало восьмеро журналістів. (“Інтуїтивна мудрість українського “піпла”, який виявив всі ознаки нормального народу”).

До несподіванок власне виборчої кампанії було віднесено:

“Надто брудний характер і жорстокість виборчої кампанії” (3 голоси)
“Фільм “Піар” в якості “антиющенківського тарану” (2 голоси)
“Поразка відомих журналістів” (2 голоси)
“Неефективність піар-зусиль соціал-демократів” (1 голос)
“Ганебна поведінка колишніх рухівців Конєва, Бойка, Андрія Чорновола” (1 голос)
“Частковий доступ опозиції до ефіру” (1 голос)
“Падіння “1+1” (1 голос)
“Відсутність громадянської позиції ЗМІ” (1 голос)
“Ефективна співпраця проти адмінресурсу різних сил” (1 голос)
“Дії та висновки вітчизняних та зарубіжних спостерігачів” (1 голос).

Двоє журналістів вказало на таку подію, як вбивство кандидата у народні депутати Миколи Шкрібляка.

Для двох журналістів несподіванок вибори-2002 не принесли.

Чи буде діяльність майбутньої Верховної Ради України більш ефективною, ніж Верховної Ради попереднього скликання?

Думки журналістів щодо ефективності діяльності Верховної Ради 4-го скликання розділилися майже навпіл: 24 журналісти вважають, що діяльність майбутнього парламенту

буде ефективнішою, і 22 опитаних вважають, що ця діяльність буде такою самою за ефективністю.

Водночас, на думку трьох журналістів, діяльність майбутньої Верховної Ради буде менш ефективною, і чотирьом опитаним було важко відповісти.

Чи буде у Верховній Раді України створено стійку більшість, чи вона буде лише ситуативною?

Майже всі опитані журналісти скептично оцінюють можливість утворення стабільної більшості у майбутній Верховній Раді: у це вірить лише четверо опитаних. На думку ж 46 журналістів, більшість буде лише ситуативною з різних питань.

Декілька журналістів висловили особливу думку, а саме: що спочатку більшість буде ситуативною, а з наближенням президентських виборів або після них – стабільною (2 голоси). На думку одного журналіста, “буде створено ілюзію стабільної більшості на певний час, але потім вона буде ситуативною”.

Якщо існують певні перспективи щодо утворення більшості у парламенті, з яких партій і блоків вона складатиметься?

Прогнози, які давали журналісти щодо конфігурації можливої більшості у Верховній Раді, майже завжди супроводжувалися зауваженнями щодо проблематичності створення і нестійкого характеру такої більшості.

Серед запропонованих варіантів найбільше голосів дістав варіант більшості у складі виборчих блоків “Наша Україна” і “За єдину Україну!” (“Банкова звалтує Ющенко, і він пристане до Єди”) (15 голосів).

Досить поширеними були варіанти:

- блок “За єдину Україну!” + КПУ + СДПУ(о) (7 голосів) та
- блок “За єдину Україну!” + блок “Наша Україна” + СДПУ(о) (6 голосів).

Окрім того, згадувалися ще такі варіанти:

- блок “За єдину Україну!” + СДПУ(о) + частина блоку “Наша Україна” (за принципом “Не убій Президента!”) (4 голоси)
- блок “Наша Україна” + блок Юлії Тимошенко + СПУ (4 голоси)
- блок “За єдину Україну!” + СДПУ(о) (2 голоси).

Решта варіантів отримала по одному голосу:

- блок “Наша Україна” + блок Юлії Тимошенко + СПУ + КПУ (“комуністи приєднуються під час імпічменту”)
- блок “Наша Україна” + блок “За єдину Україну!” + блок Юлії Тимошенко + СДПУ
- блок “За єдину Україну!” + КПУ
- блок “Наша Україна” + блок Юлії Тимошенко
- КПУ + блок Юлії Тимошенко + СПУ
- “Всі, хто любить Кучму”.

П’ятнадцятеро журналістів вважає, що будь-яка конфігурація більшості у принципі неможлива.

Спроба прогнозу: хто буде обраний Головою Верховної Ради України?

Безумовну першість щодо прогнозів журналістів стосовно того, хто буде обраний Головою Верховної Ради України, мав Іван Плющ (30 голосів). Семеро журналістів вважають, що ним буде обрано Володимира Литвина, і двоє – Віктора Медведчука.

Серед імовірних претендентів по одному разу згадувалися також: Олександр Бандурка, Степан Гавриш, Петро Симоненко, Володимир Семиноженко, Михайло Сирота, Валерій Пустовойтенко, “Ющенко, якщо не стане прем’єром, або зручний для всіх кандидат рівня Кінаха”, “хтось нейтральний, хто не лякатиме главу держави своєю безконтрольною харизмою”, “не Іван Плющ”, “не Віктор Ющенко”, “представник блоку “За єду”.

Троє журналістів відповіді не дало.

Закони, які має ухвалити нова Верховна Рада в першу чергу

Половина опитаних журналістів вважає, що в першу чергу новообрана Верховна Рада має ухвалити Податковий кодекс (28 голосів).

Дванадцятьоро журналістів наголошує на необхідності вдосконалити виборче законодавство стосовно: виборів Президента (2 голоси), проведення парламентських виборів на пропорційній основі (6 голосів). Решта наголошувала на вдосконаленні самої процедури виборів: закон про виборчі права громадян, закон про посилення контролю за діяльністю органів виконавчої влади у перебігу виборів, перегляд усіх законів про вибори тощо.

Десятьоро журналістів наголосило на першочерговій потребі в ухваленні закону про опозицію, по восьмеро - закону про Кабінет Міністрів України і закону про імпичмент Президента.

Восьмеро журналістів вважає за необхідне внести зміни до Конституції щодо перерозподілу повноважень між різними гілками влади (закон про Президента України, закон про адміністративний устрій, надання більшості у ВР права формувати уряд і права Президентіві розпускати уряд тощо).

По троє журналістів вбачає першочергову потребу в ухваленні закону про спеціальні слідчі комісії та спеціального прокурора, закону про ЗМІ, закону про пенсійне забезпечення, по двоє – Бюджетного кодексу, закону про внесення змін до Регламенту Верховної Ради України, закону про мови (“про мовний іспит для бажаючих стати державним службовцем чи кандидатом у депутати”).

Решту законів було названо у низці першочергових для ухвалення Верховною Радою по одному разу:

Цивільний кодекс

Кримінальний кодекс

Пакет законопроектів у розвиток Земельного кодексу

Закон про інформаційну відкритість органів державної влади та вищих посадових осіб України

Закон про введення надзвичайного економічного стану в Україні

Закон про реприватизацію

Закон про акціонерні товариства

Закон, що спрощує реєстрацію підприємств, запропонований А.Кужель

Закон про повернення вкладів

Закон про контрабанду
Закон про страхову медицину
Закон про наркоманію
Внесення змін до Конституції АРК
“Які підсунуть, такі й ухвалять, це неістотно”.

Шестеро журналістів відповіді не дало.

Найбільш вдалі політики у березні 2002 року

Найбільш вдалими політиками у березні 2002 року журналісти назвали Юлію Тимошенко (42 голоси), Віктора Ющенка (41 голос) і Олександра Мороза (35 голосів).

По три голоси отримали Володимир Литвин і Петро Симоненко, по два – Юрій Оробець (“таки прорвався в парламент у Києві”) та Микола Томенко.

Решта політиків отримала по одному голосу: Роман Безсмертний, Віталій Бойко (“голова Верховного Суду, який все більше засвідчує незалежність судової гілки влади від адміністративних та олігархічних впливів”), Микола Вересень, Леонід Грач, Олександр Зінченко, Віталій Кононов, Леонід Кучма, Юрій Луценко, Віктор Медведчук, Іван Плющ, Петро Порошенко, Сергій Тигипко й Андрій Шкіль.

Один журналіст вважає, що таких політиків не було.

Найбільш невдалі політики у березні 2002 року

Найбільш невдалими політиками у березні 2002 року журналісти назвали Володимира Литвина (“світ його побачив”) (28 голосів), Віктора Медведчука (“суспільство показало, що воно не терпить цинізму”) (24 голоси), Наталію Вітренко (21 голос) і Віталія Кононова (19 голосів).

Одинадцятьох журналістів зазначило як невдалого політика Леоніда Кучму (“на виборах провалилися усі відкриті і приховані провладні проекти”), дев’ятеро – Михайла Бродського, по шестеро – Володимира Горбуліна і Віталія Хорошковського, четверо – Олександра Омельченка, і по троє – Богдана Бойка, Анатолія Кінаха і “представників озимого покоління”.

По два журналісти вважають невдалими політиками Петра Симоненка і Віктора Ющенка.

Решта політиків згадувалася по одному разу: Ігор Бакай, Інна Богословська, Михайло Гладій, Леонід Грач, Едуард Гурвіц, Валентина Довженко, Євген Марчук, Петро Порошенко і “велика кількість лідерів партій, що не потрапили до парламенту”.

Прес-реліз підготували Ірина Бекешкіна й Олександр Дишлевий.

25 квітня 2002 р.

ДОДАТКИ:

1. Список опитаних журналістів

1. Ансімова Ольга
2. Бондаренко Кость
3. Брагинський Борис
4. Буджурова Лілія
5. Бурда Ольга
6. Бутирський Захар
7. Бугусов Юрій
8. Вальчук Поліна
9. Ватаманюк Калина
10. Власова Валентина
11. Гаврилова Ірина
12. Гармаш Сергій
13. Глібовицький Євген
14. Горбань Юрій
15. Грабовський Сергій
16. Дорош Світлана
17. Дуцик Діана
18. Зам'ятін Віктор
19. Кац Інна
20. Керпель Анна
21. Кіпіані Вахтанг
22. Коханець Людмила
23. Кривенко Олександр
24. Кульчинський Микола
25. Левицька Галина
26. Лигачова Наталія
27. Москалюк Тарас
28. Мустафін Олексій
29. Набока Сергій
30. Назарчук Василь
31. Петренко Любомир
32. Петричук Микола
33. Пирожук Марина
34. Положій Євген
35. Понамарчук Дмитро
36. Починок Олексій
37. Притула Володимир
38. Романюк Валентина
39. Руденко Сергій
40. Скачко Володимир
41. Сльозко Віктор
42. Соболев Єгор
43. Соколовська Яніна
44. Сохар Орест
45. Терещенко Олесь
46. Тичина Андрій
47. Ткачук Тарас
48. Федорина Алла
49. Федченко Євген
50. Швець Олександр
51. Шевченко Андрій
52. Шлінчак Віктор
53. Яценко Дмитро

2. Анкета

- 1. Що Ви вважаєте найбільш позитивним у виборчій кампанії 2002 року (до трьох позицій)?**
- 2. Що Ви вважаєте найбільш негативним у виборчій кампанії 2002 року (до трьох позицій)?**
- 3. Що стало для Вас несподіванкою виборів-2002?**
- 4. Як Ви вважаєте, чи буде діяльність майбутньої Верховної Ради України більш ефективною, ніж Верховної Ради попереднього скликання:**
 - 1 – буде більш ефективною
 - 2 – буде менш ефективною
 - 3 – такою самою за ефективністю
 - 4 – важко сказати
- 5. Як Ви вважаєте, чи буде у Верховній Раді України створено стійку більшість, чи вона буде лише ситуативною?**
 - 1 – так, буде створено стійку більшість
 - 2 – більшість буде лише ситуативною з різних питань
 - 3 – інше (що саме?)
 - 4 – важко сказати
- 6. Якщо Ви бачите певні перспективи щодо утворення більшості у парламенті, з яких партій і блоків вона складатиметься?**
- 7. І знову спроба прогнозу: як Ви гадаєте, хто буде обраний Головою Верховної Ради України?**
- 8. Як Ви вважаєте, які закони має ухвалити нова Верховна Рада в першу чергу (до трьох)?**
- 9. Кого з політиків Ви назвали б найбільш вдалими у березні 2002 року (до трьох)?**
- 10. Кого з політиків Ви назвали б найбільш невдалими у березні 2002 року (до трьох)?**

ВИБОРИ-2002: УРОКИ Й ПІДСУМКИ (коментарі найавторитетніших журналістів)

Поліна Вальчук, газета “Сім днів” (м. Рівне)

Ці вибори засвідчили, що система управління державою потребує термінової зміни. Люди зневірилися у владі і своїм волевиявленням намагалися змінити цю систему. Щоправда, єднання українського народу з цього приводу немає. Після виборів державу наче навпіл розрізали два антагоністичні політичні табори, у яких різні підходи щодо зміни ситуації в країні. Єднання, якого так прагнув Віктор Ющенко, не відбулося. Тому президентські вибори проходитимуть у дуже складній обстановці в державі. Найголовніше, щоб цією ситуацією не скористалися деякі політики, які прагнутимуть дестабілізувати ситуації в країні. Демократичним силам потрібно дійсно не словом, а ділом довести, що вони здатні змінити життя на краще і готові нести відповідальність за ухвалені рішення.

Діана Дуцик, газета “Україна молода”

Ці вибори стали серйозним уроком для багатьох політиків. Надто жорстока боротьба в останні дні виборів з використанням брудних технологій довела, що ці парламентські вибори дали старт наступним – президентським. Можна зробити декілька висновків:

Про суспільство. З одного боку частина його залишається байдужою до того, що відбувається в політичному житті України. У багатьох регіонах, особливо малих містечках, де найбільшою проблемою є безробіття, відбувається люмпенізація свідомості людей, які там живуть. Можу говорити це із впевненістю, оскільки побувала під час цих виборів у всіх областях України. Така тенденція не може не лякати. Проте радує, що ця люмпенізація не є тотальною, вона локалізована в окремих місцях. Вибори показали, що є й активна громадськість, є місцева, нехай і дуже слабка, еліта. Вона вже досягла певного рівня розвитку і прагне змін, щоб розвиватися далі.

Про ЗМІ. Ці вибори лише ще раз підтвердили, що про свободу слова в Україні говорити завчасно. Загальнонаціональні канали, незважаючи на певні потуги, так і не змогли забезпечити справжні теледебати. Вони швидше виглядали, як гра в одні ворота. Але найбільше вражає стан місцевої преси. Матеріальні злидні місцевої журналістики змушують її продаватися всім, причому дуже дешево. Регіональні журналісти або залякані, або закомплексовані (хоча не хочеться нікого ображати, бувають і приємні винятки). Вони не хочуть псувати стосунків із місцевою владою, яка почувається ледь не Богом на землі. І на особну увагу заслуговує питання інформаційної безпеки держави. Ці вибори ще раз продемонстрували, як деякі країни можуть безсоромно втручатися у наші внутрішні справи через медіа-простір.

Про Президента. Леонід Кучма поставив за мету через ці парламентські вибори забезпечити собі гарантії на майбутнє. Він разом із прихильними політичними силами, зокрема представниками блоку “За єдину Україну!”, робив і робитиме все можливе, аби забезпечити собі безпеку. Саме тому він робитиме ставку на тих, хто, як він гадає, ці гарантії йому надасть. Такий розклад політичних сил, який є в новому парламенті, Кучму влаштовує. Він знову отримав парламент, в якому важко буде створити антипрезидентську (та й навіть будь-яку) більшість. У такій ситуації Президент знову може опинитися на коні.

Загальний висновок. Ці вибори остаточно довели, що головна проблема в суспільстві полягає не в комуністах, на яких постійно киває влада. Вони були для неї лише зручною політичною силою. Проблема полягає у самій владі, яка просто догниває. Якщо в будинку не прибрати зараз, потім буде надто багато клопоту. Проте навряд чи хтось захоче займатися цією невдячною справою. Усі пригрілися у теплих куточках.

Віктор Зам'ятін, журналіст

Вибори-2002 показали, що, по-перше, політика й бізнес в Україні залишаються єдиним цілим, про що свідчить статистика: десять депутатів-банкірів, величезна кількість «почесних президентів» і так далі.

По-друге, голосування знову відбувалося або за принципом «проти влади», на що вказують показники соціалістів, блоку Тимошенко, комуністів, або під бульдозерним тиском влади: показники «За ЄДУ!» на Сході та Півдні.

По-третє, вибори-2002, можливо, навчать когось рахувати гроші й не купувати місцевий непотріб у Москві.

По-четверте, Україна знову досягла «нульової точки» відліку: або цей новий парламент, де знайомі обличчя вже планують нові конфігурації, вироблять нормальні правила гри, за якими можна починати жити, або ж... Гравцям у політику варто б пам'ятати, що «чорний піар» не спрацьовує, власний народ не слід вважати за бидло (хоча б дивлячись на результати виборів на Полтавщині, Черкащині, Чернігівщині), і що рівень реальної довіри населення до двох третин обраних депутатів якщо не від'ємний, то наближається до нуля.

Анна Керпель, «Укрінформ» (м. Одеса)

"Выборы-2002 в Украине" можно охарактеризовать банальной фразой: "против лома нет приема". Вы помните замечательный рассказ - "Билет на планету Транай"? Применительно к выборному процессу в Одессе заявленное невмешательство УМВД в политику выглядело весьма специфично: ну, поймали наблюдатели кого-то, кто вбрасывал бюллетени, ну и что? Ведь не с ножом на кандидата напал? Пусть идет... И никаких тебе "дел". В результате официальная информация – "никаких серьезных нарушений не произошло". Конечно, "не произошло" – их же не фиксировали документально, значит, можно признать выборы состоявшимися! А 38 уголовных дел по выборам в облпрокуратуре – это уже постфактум, поезд ушел. Деятельность большинства иностранных наблюдателей была замечательна по своему идиотизму: люди не знали толком Закона, не знали языка, не знали подоплеку событий... Среди одесситов, публики в целом аполитичной, наибольший интерес вызывали выборы мэра. По результатам экзит-пола, два основных кандидата шли "ноздря в ноздю", а пришли... – любимый Президентом действующий мэр обогнал опального кандидата на 55 тысяч голосов! Финишный рывок... при подсчете. На резкое увеличение протестного электората указывают и результаты КПУ – почти 30%, уровень для торгового города небывалый. Замечательные технологические новшества – обилие в списках "мертвых душ": часть из них попадала не из ЖЭКовских списков, а непосредственно с надписей на кладбищенских памятниках, отсутствие специальных бюллетеней для слепых – и отсутствие в законе какого-либо механизма для фиксации воли этой категории граждан, то же – для украинских моряков, работающих на судах под иностранным флагом. Речь идет о десятках тысяч человек в приморском регионе.

Перечень позабытых категорий граждан можно продолжать. В целом, нынешний выборный процесс приведет к еще большему недоверию граждан к структурам власти как таковым, неприятию нынешней украинской государственности – и страх перед ее всемогуществом, но самое печальное – усугубит разделение на "мы – люди, и наша цель – выжить" и "они – там, наверху". "Гражданское общество" не может существовать при таком восприятии власти.

Послесловие. Ночь выборов в Одессе плавно перешла в День смеха. "Чем выборы отличаются от Юморины? Юморина – чаще"... – сказал губернатор Одесской области Сергей Гриневецкий, открывая памятник Рыбачке Соне, Косте Моряку и Шаланде.

Людмила Коханець, газета “Голос України”

Головний урок – потрібен новий виборчий закон на пропорційній основі. На законодавчому рівні треба утверджувати принципи свободи слова, особливо в галузі електронних ЗМІ. Свободу слова не плутати з “чорним піаром”.

Олександр Кривенко, “Хартія-4”

Найважливіше для нашої братії (мас-медійної) зробити свої висновки – корпоративні. Один з найбільш назрілих – це ідентифікація канонів ремесла. Аби відділити журналістів од працівників рекламних чи пропагандистських відділів. А то в нас виходить, що кореспондент Інтерфаксу і Піховшек належать до однієї професійної групи. Список може продовжити кожен з урахуванням практики в рідному місті. Журналісти з причин власної незахищеності перед редактором/продюсером/власником, власної бідності матеріальної та убогості моральної стільки нажерлися лайна на цих виборах, що мали би щось зробити, аби на наступних не було так гидко в роті. Хтось, звичайно, скаже, що пачка жуйок справу поправить, але багатьом, мабуть, захочеться системних змін.

А досвід вчить, що треба кувати залізо, поки не охолонуло – тобто, доки пече власна ганьба і доки нові депутати ще запобігатимуть прихильності ЗМІ на безоплатній основі. Потрібні власні лобісти, аби провести нові закони, які реально захистять журналістів, і потрібно, аби ці лобісти примусили ті закони запрацювати. Лише самоорганізація мас-медійної братії (чи то через реформу Спільки журналістів, чи то в інший спосіб) дасть змогу змінити стан справ.

Микола Кульчинський, газета “Панорама” (м. Рівне)

Має рацію Гельман, коли каже, що вибори виграв Рябець. Безумовно, якби проголосували всі, хто хотів, то результати могли б бути й іншими. Сама манера зводити разом усі можливі вибори є порочною.

Вибори міських голів треба відмінити. Це дуже ненадійна схема. Треба використати британський досвід. Тим паче, що він майже повністю відповідає нашому радянському і є дуже ефективним. Отже: місто обирає міську Раду. Міська Рада обирає Голову Ради (політика) з числа депутатів. І міська ж Рада бере на роботу/призначає голову міськвиконкому (господарника) – людину, яка, на думку експертів, може найкраще справитися з цією роботою. Те саме треба робити й на рівні області. А всі вибори – розвести між собою у часі.

Галина Левицька, газета “За вільну Україну”

Нині широко у світі, передовсім у Росії, говориться, що по виборах Україна розколеться по Дніпру. Вибори засвідчили протилежне: більшість українського суспільства орієнтується на Європу. Окрім комуністів, програли всі політичні сили, які розігрували російську карту. Російський блок на чолі з колишнім львів’янином Свистуновим набрав 0,68% голосів, себто за нього проголосувало менше 165 тисяч осіб. Навіть у Криму, який російські політики-шовіністи часто називають особливим регіоном Росії, Російський блок посів одне з віддалених місць. Ще більше не поталанило й ініціаторам приєднання України до союзу Росії та Білорусі. За підтримку цієї ідеї висловилося трошки більше як 100 тисяч осіб. Не думаю, що причина такого провалу ідеї створення слов’янського “союзу трьох” – лише цинічна зневага до українців та українських цінностей лідера блоку Олександра Чародеева. Ще менше — приблизно 22 тисячі осіб підтримало ідею створення союзу на основі православ’я (російського, звісно). Отже, нині можемо сказати, що вже знаємо відповідь на запитання, яке хвилювало багатьох, особливо закордонних аналітиків. Питання про

європейський вибір України повинно перейти з рівня політичних декларацій на рівень практичної реалізації. Лідер “Нашої України” повторив тезу, що питання темпів європейської інтеграції залежить у першу чергу від України.

За моїми підрахунками, понад 2/3 нового українського парламенту буде твердо орієнтоване на європейську інтеграцію.

Проте, є також інший урок з виборів: попри тяжіння суспільства до Європи, нинішня політична еліта (та, що є нині при владі) у ментальному розумінні далека від Європи. Про це свідчать на лише “дикі” методи ведення агітаційної виборчої кампанії, а й не менш “дикі” методи впливу на виборчі комісії кандидатів від владного блоку, які програли.

На мою думку, вибори показали, що суспільство забрало у Леоніда Кучми узурповане ним право виступати у ролі арбітра нації, де він з висоти свого крісла “чесав” перед світом парламент. З цього волевиявлення суспільства висновок повинен зробити не лише Президент, а й політична еліта у широкому розумінні цього слова.

Наталія Лигачова, “Телекритика”

Выборы-2002 в парламент Украины засвидетельствовали один безусловный факт: в своем желании сохранить все властные позиции и после выборов 2004-го года команда Банковой (Президента) уже не остановится ни перед чем.

Но одновременно выборы-2002 зафиксировали и один безусловный диагноз: еще не тотальное, но очень и очень существенное недоверие народа Украины к этой власти.

А, значит, Банковой для сохранения своих полномочий и после 2004-го необходимо “лечить” свой народ, т.е., тех избирателей, голосами которых она намерена распорядиться на президентских выборах.

Можно предположить, что политически это будет выражаться в прежних попытках раскалывать общество и бизнесовые элиты, законодательную и исполнительную части власти во имя принципа “разделяй и властвуй”. В основу принципа формирования как большинства в ВР, так и правительства будет закладываться отнюдь не стремление консолидировать общество для решения главной проблемы – повышения жизненного уровня народа. Нет, ВР будет формироваться по старому принципу – гарантий лояльности к Президенту и К^о, лояльности хоть истинной, хоть вынужденной. Основой взаимоотношений с оппозицией будет избрана не конкуренция, а тотальная ее дискредитация, достигаемая любыми способами. В экономике лишь усилится контроль государства – над олигархическими теневыми капиталами, контроль олигархов – над монополично-приватизированными отраслями, а контроль России – над экономическим потенциалом Украины.

Социальный популизм достигнет к 2004-му своего апогея, под видимостью борьбы с популизмом левых. Ни о каком создании Общественного вещания на уровне страны не будет и речи, закручивание информационных потоков и тотальность манипуляций с общественным мнением станет реальностью для практически всей системы СМИ в стране, как станет реальностью и полная «приватизация» Банковой всех якобы частных наших медиа... “Игры в демократию” – ради сохранения хорошей мины при плохой игре в глазах мировой общественности – будут отброшены раз и надолго. Власть уже поняла опасность этих игр, включая теледебаты, во время прошедших выборов...

Значит, интрига ближайших месяцев – и, скорее всего, лет – будет заключаться лишь в том, насколько существенные и какие именно коррективы смогут силы, оппонирующие “лекарю”, внести в методы и способы подобного “лечения” народа властью. Проще говоря, насколько проклюнувшееся в родном Отечестве гражданское общество сможет “поломать игру” властному “лекарю”. Именно успешность этих контртехнологий со стороны общества и будет, собственно, определять итоги этих парламентских выборов. Итоги, которые, на самом деле, можно будет подводить окончательно, только ответив на вопрос: кто же будет третьим Президентом Украины в ее постсоветский период?

Сергій Набока, радіо “Свобода”

Найбільше потішило мене те, про що я лише здогадувався – український виборець трохи розумніший від того уявного виборця, який досі живе в уяві росіян, більшості українського владного істеблішменту та тих, хто досі вважає себе журналістами. Скажені гроші, вкинуті в УТ-1, ICTV, “1+1”, різноманітні проекти типу “Дмитрій Кісельов”, “Питання дня” тощо – спрацювали на опонентів. Хотілося б і далі побільше гетьманів та павловських на наших виборах.

Василь Назарчук, газета “Галичина” (м. Івано-Франківськ)

Парламент став більш структурованим. Посилиться національно-демократичне крило, стане слабше – комуністичне. На жаль, більшості немає, що буде знижувати ефективність його роботи.

Любомир Петренко, газета “Поступ” (м. Львів)

Окрім безлічі порушень і фальсифікацій під час виборів, можна однозначно стверджувати: процес голосування навмисне було організовано так, щоб до виборчих дільниць потрапило якнайменше електорату із Західної України, а також молодих виборців. Щоб у такий спосіб понизити відсотки “Нашої України” та БЮТ. Загалом, вибори-2002 ще раз чітко продемонстрували, що східні області України і Західна Україна мають діаметрально протилежні пріоритети як у внутрішній, так і у зовнішній політиці.

Єгор Соболев, “Українські новини”

Українці почали голосувати розумом та справді боротися із зловживаннями на виборах. Це здобутки. Вони ще недостатні, але втішні. Українці досі не мають спільної провідної політичної сили чи політика, реально існує поділ на Схід-Захід і ще багато менших поділів існує. Влада ще не покинула погані звички – красти. Це проблеми. Вони загрозливі, але здобутки все одно є. Та й шанси, що вони й надалі множитимуться, на мій погляд, зросли.

Яніна Соколовська, власкор газети “Известия” в Україні

Українські вибори ще раз підтвердили: адмінресурс має в Україну вплив, але він грає тепер не у вищій, а у першій лізі: на мажоритарному та місцевому рівнях. Перемога Руслана Боделана на мерських виборах в Одесі, а “За єдУ!” – в одномандатних округах про це свідчить.

Те, що Ющенко не набрав 25 відсотків, свідчить, що відтепер “жалует царь” не означає “жалует псарь”. Якщо б це правило діяло, “президентський наступник” разом із “харчоблоком” отримали б “контрольні” 300 мандатів.

На нинішніх виборах грали не так внутрішньо-давильні чинники, як зовнішньо-поблажливі. Олбрайт, яка “вимагала”, за словами Симоненка, першого місця для Ющенко, його отримала. Росія, яка вирішила не перенапружуватись, позбавилась великої частки впливу. Однією лише зустріччю Путіна з Симоненком вона не змогла зробити доброї гри при традиційно “поганій міні”.

Ці вибори вперше вкрай поляризували Україну, поділивши її на три частини і віддавши їх під вплив трикутника: Росії залишився Схід, Америці – Захід, Туреччині – Крим. Влада, яка під час виборів грала на цій поляризації, обдурила сама себе. Країна фактично вийшла з-під впливу Києва, тепер їй буде важко тримати вкупі, особливо зважаючи, що ця “купа” не потрібна жодній з учасниць “трикутника”. З країною сталося те, з чим так “кокетував”

президент Кучма – вона потрапила у “сіру зону”, з якої тяжко вийти -- наш вектор, який вказував напрямок, давно перетворився на флюгер.

Андрій Шевченко, “Новий канал”

Ці вибори обдурили нас, спостерігачів.

Кампанія розвивалася як змагання у медіа-можливостях трьох серйозних чоловіків – Литвина, Медведчука і Пінчука.

Згодом ці вибори виявилися тестом на імунітет країни проти “дутих” речей, які їм нав’язували медіа і адмінресурс. І цей іспит країна з горем пополам пройшла.

Насамкінець вся інтрига звелася до складних “шлюбних” ігор двох команд – влади і Віктора Ющенка. Це як в анекдоті – і виходжу я назад, на Дерибасівську...