

Волинський національний університет імені Лесі Українки
Міністерство освіти і науки України

Львівський національний університет імені Івана Франка
Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

РОЗІК МАРІЯ ВАСИЛІВНА

УДК 324(477)"1998/2019"

ДИСЕРТАЦІЯ
МОБІЛІЗАЦІЙНІ ЧИННИКИ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ УЧАСТІ ГРОМАДЯН
УКРАЇНИ НА ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ 1998–2019 рр.

23.00.02 – політичні інститути та процеси

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ М. В. Розік

Науковий керівник: **Бортніков Валерій Іванович**, доктор політичних наук, професор

Луцьк – 2020

АНОТАЦІЯ

Розік М. В. Мобілізаційні чинники електоральної участі громадян України на парламентських виборах 1998–2019 рр. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 – політичні інститути та процеси. – Волинський національний університет імені Лесі Українки; Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, 2020.

У роботі здійснено політологічний аналіз змісту, еволюції та ефективності мобілізаційних чинників електоральної участі громадян України в парламентських електоральних процесах 1998–2019 рр.

У межах поставлених мети і завдань обґрунтовано теоретичні підходи щодо розуміння сутності політичної мобілізації, природи, форм та спрямованості мобілізаційних чинників активізації електоральної участі. Виявлено, що електоральна поведінка залежать від факторів, що визначають електоральну участь та мобілізують до дії, а саме: належності індивіда до певної соціальної групи, психологічних особливостей особистості, ідентифікація з певної партією, економічних чинників (особисте матеріальне становище та економічна ситуація в країні), впливу засобів масової комунікації. У країнах, які переживають соціально-політичні трансформації електоральні переваги кардинально змінюються, носять ситуативний, латентний або ж взагалі прихований характер.

У розділі 1 «Теоретико-методологічні засади дослідження» з'ясовано, що мобілізаційні чинники електоральної участі є результатом впливу на виборців інших суб'єктів виборчого процесу з метою стимулювання або зниження явки на виборах. На основі аналізу концептуальних моделей та підходів електоральної участі (соціологічного, соціально-психологічного, раціонально-інструментального, політико-комунікативного, контекстуального (когнітивного), ресурсного й ін.), встановлено, що сучасні політичні системи поєднують

автономну та мобілізовану участь громадян у співвідношенні, зумовленому специфікою соціуму і його політично культурою. Констатовано, що характер політичної мобілізації залежать від об'єктивних і суб'єктивних факторів, що включають характер політичного режиму з системою інститутів, соціокультурний контекст, характер конкуренції, параметри самоідентифікації його основних суб'єктів. Крім того, участь громадян у виборчому житті зумовлена впливом низки мобілізаційних факторів політико-культурного спрямування: політичною ефективністю, інтересом населення до політики, політичною компетентністю, рівнем довіри громадян до державних та громадських інститутів, мірою громадянської відповідальності.

Виявлено мобілізаційні чинники електоральної участі, що проявляються у виборчій активності або пасивності громадян та здійснено їх класифікацію: нормативно-правові (комплекс законодавчих норм, що стимулюють/послаблюють електоральну участь до встановлення покарань за неучасть в голосуванні); чинники, що є наслідком використання виборчих технологій (прямі заклики політичних сил (прийти на вибори або ж навпаки, бойкотувати голосування), адмінресурс, підкуп виборців (прямий та непрямий), діяльність благодійних фондів, активізація участі за допомогою інтернет-комунікацій, публікацій соціологічних рейтингів та ін.; ситуативні або чинники, спричинені складною суспільно-політичною/економічною ситуацією в країні (політична та економічна криза, війна, непрофесійне керівництво державою тощо).

У розділі 2 «Нормативно-правові та інституційні засади участі громадян України в парламентських виборах» здійснено аналіз нормативно-правової бази електоральної участі на парламентських виборах в Україні. Охарактеризовано структуру, зміст і напрями вдосконалення нормативно-правової бази. Виявлено законодавчі норми, що мають безпосередній вплив на електоральну участь (система висування суб'єктів виборчого процесу, виборчі цензи, виборчий поріг, якість списків виборців, наявність/відсутність альтернативних методів голосування, грошова застава, інститут збору підписів,

поріг явки, тощо). З'ясовано, що протягом 1998–2019 рр., парламентське виборче законодавство зазнавало впливу кон'юктурних чинників, що ставало причиною перегляду виборчої системи майже під кожні вибори. Загалом електоральні правові норми змінювалося до потреб і вимог політичного процесу, міжнародних норм та зауважень вітчизняних і закордонних експертів: підвищено роль політичних партій, удосконалено правила висування суб'єктів виборчого процесу, створено Державний реєстр виборців, залучено до спостереження за виборами незалежні громадські організації та міжнародні спостерігачі, переглянуто розміри грошової застави, тощо.

Досліджено, що інституційну структуру участі громадян в електоральних процесах включає: інститут виборів, політичних партій, громадянського суспільства. Особливу увагу приділено типу виборчої системи, ідеологіям політичних партій, їхній природі, а також участі в громадських організаціях. Доведено існування в Україні проблеми природи політичного режиму, який мінімізує ефективність передбачених законодавством форм політичної та громадської участі, і відповідно стримує розвиток парламентаризму. Водночас після подій 2013 – 2014 рр. спостерігається процес активізації діяльності громадських об'єднань, що вилилося у створенні нових форм самоорганізації громадян, започаткуванні нових громадських організацій, посиленні діалогу між владою на громадянами, контролі над ходом виборчого процесу. Новим явищем стали мережеві громадські об'єднання діяльність яких направлена на пошук форм прямої демократії та можливостей контролю за роботою влади. Відтак, в умовах трансформації політичної системи України визначальною є позитивна мобілізація, яка пропонує бачення альтернатив розвитку суспільства, демократизацію всіх сфер суспільства, а не лише має на меті мобілізацію на виборах.

У розділі 3 «Практика використання мобілізаційних технологій на парламентських виборах в Україні» встановлено, що трансформація українського політичного ринку, сприяла збагаченню арсеналу виборчих технологій, що мобілізували електорат до політичної участі. Серед них:

використання маніпулятивних технологій в ЗМІ та засобах комунікації (маніпуляції залякування, маніпуляції надіями та цінностями виборців), поширення адресних технологій, спекуляції навколо регіональних відмінностей, публікації неправдивих соціологічних рейтингів, «клонування» партій та створення «двійників» для окремих кандидатів, використання адмінресурсу, технології «нарізання» округів тощо. Це свідчить про симбіоз в Україні існуючих світових виборчих тенденцій, які в результаті зводяться до боротьби технологій та конкретних персоналій, де розмитість законодавчих норм уможливорює розвиток деструктивних технологій, які легальні за формою, проте за змістом є аморальними.

З'ясовано, що для українського суспільства, яке характеризується значним розшаруванням, економічною поляризацією, низьким рівнем соціальних послуг, комплекс виборчих мобілізаційних технологій має успіх у тих випадках, якщо направлений на вирішення конкретних проблем. В той же час технології ідеологічного спрямування з кожною кампанією дають менший ефект. Дієвим способом впливу на електорат, який не залежить від рівня і типу виборчої кампанії, фінансових і ресурсних можливостей, специфіки регіону та обраної цільової аудиторії, залишаються адресні технології – безпосередні зустрічі кандидата (представників партії) з виборцями. Вплив адміністративного ресурсу поступово падає, однак зберігає ефективність у невеликих округах і сільській місцевості. Це пов'язано із відносно низьким рівнем електоральної культури населення України, внаслідок чого застосовуються ірраціональні технології, які апелюють до емоцій електорату.

В окремому підрозділі дисертації обґрунтовано, що глобалізаційні процеси та швидке поширення інформаційних обмінів спричинило розвиток нових форм і практик політичної активності. Інтернет змінив участь громадян відкривши нові можливості для формування модерної масової політичної поведінки. Традиційні форми електоральної політичної участі, змінилися безпосередніми діями громадян у вигляді петицій, маніфестів, відкритих дебатів, блогерства. Особливого значення в електоральних процесах набули

такі віртуальні прояви політичної поведінки: астротерфінг, флешмоби, подання й реєстрація петицій, віртуальне голосування, поширення демотиваторів і медіавірусів. Водночас, активізувався інтерес громадян до нестандартних форм участі у вигляді застосування театралізованих форм політичної активності. Як наслідок, учасники виборчих змагань за умов зростання інформаційних навантажень на пересічних виборців, почали уважніше ставитися до формування іміджу, наповнення агітаційних звернень, враховувати вплив політичних стереотипів. Водночас, винайдення нових форм політичної активності, створили модерні засоби політичного управління та впливу, що характеризуються витісненням реальної громадської думки. Саме тому, в перспективі очікуються подальші зміни в застосуванні виборчих технологій, норм, порядків, механізмів виборчого процесу.

Ключові слова: політична участь, електоральна поведінка, електоральна участь, електоральна мобілізація, мобілізаційні технології, парламентські вибори, виборча кампанія.

SUMMARY

Rozik M.V. Mobilization factors of electoral participation of the citizens of Ukraine in parliamentary elections in 1998–2019 – Qualification scientific paper as manuscript.

A thesis for obtaining a Degree of Candidate of Sciences in Politics in specialty 23.00.02 – Political Institutions and Processes; Lesia Ukrainka Volyn National University – Ivan Franko National University of Lviv; Lutsk –Lviv, 2020.

In this paper, a political analysis of the content, evolution and effectiveness of the mobilization factors of electoral participation of the citizens of Ukraine in parliamentary electoral processes of 1998-2019 was carried out.

Within the objective and tasks set, the theoretical approaches concerning an understanding of essence of political mobilization, the nature, forms and orientation

of the mobilization factors of activation of electoral participation were substantiated. It was found that the electoral behaviour depends on the factors that define the electoral participation and mobilize to action, and namely: belonging of the individual to a certain social group, psychological differences of the individual, identification with a certain party, economic factors (personal financial position and economic situation in the country), the influence of mass media. In countries experiencing social and political transformation, the electoral advantages are dramatically changing, are of situational, latent or insidious nature at all.

In Section 1 “Theoretical and methodological principles of the study”, it was found that the mobilization factors of electoral participation are the result of influence on the voters of other subjects of electoral process for the purpose of stimulating or reducing a voter turnout. On the basis of the analysis of conceptual models and approaches of electoral participation (sociological, social-psychological, rational-instrumental, political-communicative, contextual (cognitive), resource-based approaches etc.) it was established that modern political systems combine the autonomous and mobilised participation of citizens at the ratio caused by the specific character of the society and its political culture. It was stated that the nature of political mobilization depends on objective and subjective factors that include the nature of political regime with the system of institutions, sociocultural context, the nature of competition, parameters of self-identification of its main subjects. Furthermore, the participation of citizen in electoral life is caused by influence of a number of mobilization factors of political and cultural orientation: political effectiveness, people’s interest in politics, political competence, and the level of confidence of citizens in state and social institutions, extent of civil responsibility.

The mobilization factors of electoral participation which manifest themselves in electoral activity or passivity of citizens were found and classified: legal and regulatory (set of legislative regulations that stimulate/reduce the electoral participation before the imposition of punishment for nonparticipation in voting); the factors resulted from the use of electoral technologies (direct calls of political forces (to participate in elections or, on the contrary, boycott the vote), administrative

resources, bribery of voters (whether direct or indirect), activity of charitable funds, activization of participation by means of Internet communications, publications of sociological ratings etc.; situational factors or factors caused by difficult social-political/economic situation in the country (political and economic crisis, war, non-professional government of a state etc.).

In Section 2 “Regulatory and institutional principles of participation of the citizens of Ukraine in parliamentary elections”, the analysis of regulatory framework of electoral participation in parliamentary elections in Ukraine was carried out. The structure, content and directions of improvement of the legal and regulatory framework were characterised. The legislative regulations were identified that have a direct influence on electoral participation (system of recommendation of subjects of electoral process, electoral qualifications, vote threshold, quality of electoral register, availability/absence of alternative methods of voting, monetary deposit, signature collection institution, voter turnout, etc.). It was found that during 1998–2019 the parliamentary electoral legislation was influenced by market factors and was resulting in revision of electoral system almost for every elections. Generally, the electoral legal regulations have been altered to the needs and requirements of political process, international norms and observations of domestic and foreign experts: the role of political parties has been increased, the rules of recommendation of subjects of electoral process have been improved, the State register of voters has been created, independent civil society organizations and international observers have been involved to monitor the elections, the amount of monetary deposit has been revised.

It was studied that the institutional structure of participation of citizens in electoral processes is included in institution of elections, political parties, and civil societies. A special attention was paid to the type of electoral system, ideologies of political parties, their nature as well as the participation in non-government organisations. The existence of the problem of the nature of political regime in Ukraine has been proved that minimizes the effectiveness of the legislatively prescribed forms of political and public participation and thus hinders the development of parliamentarism. At the same time, after events of 2013 – 2014 one

can observe the process of activation of the activities of civic associations, which led to the creation of new forms of self-organization of citizens, laying the foundation for new civil society organizations, strengthening of dialogue between the government and citizens, control over the course of electoral process. The network civic associations have become a new phenomenon, the activity of which aims at searching for forms of direct democracy and opportunities of control over the government work. Hence, under the conditions of transformation of political system of Ukraine, the determining factor is a positive mobilization which offers a vision of alternatives of social development, democratization of all the spheres of society, and not only seeks to mobilize the elections.

In Section 3 “Practice of the use of mobilization technologies at parliamentary elections in Ukraine”, it was found that the transformation of Ukrainian political market has contributed to enrichment of number of electoral technologies that immobilized voters for political participation. Among them: the use of manipulative technologies in media and communication means (manipulations of intimidation, manipulations of hopes and voters’ values), the spread of targeted technologies, speculations around regional differences, publications of untrue sociological ratings, “cloning” of parties and creation of “the doubles” for individual candidates, the use of administrative resources, the technology of “cutting” the districts etc. It indicates a symbiosis in Ukraine of existing world election tendencies that are eventually centred about the fight of technologies and specific personalities where the fuzziness of legal standards (legislative regulations) allows the development of destructive technologies that are legal by the form but amoral by the content.

It was found that for Ukrainian society, which is characterized by stratification of society, economic polarization, low level of social services, a complex of electoral mobilization technologies has a success if aimed at solving specific problems. At the same time, the technologies of ideological orientation give a lesser effect with each campaign. An effective way of influencing the voters that does not depend from the level and type of election campaign, financial and resource opportunities, specific features of the region and selected targeted audience, is still targeted technologies –

direct meetings of the candidate (representatives of the party) with voters. The influence of administrative resource disappears gradually but is still effective in small districts and rural areas. It is connected with relatively low level of electoral culture of the population of Ukraine, in consequence of which, the irrational technologies are applied which appeal to the emotions of voters.

In a separate subsection of the thesis, it is substantiated that the globalized processes and rapid spread of information exchanges have caused the development of new forms and practices of political activity. The Internet has changed the participation of citizens by creating new opportunities for formation of modern mass political behaviour. The traditional forms of electoral political participation have been changed by direct actions of citizens in the form of petitions, manifests, open debates, blogging. A particular importance in the electoral processes was acquired by such virtual manifestations of political behaviour as astroturfing, flash mobs, submission and registration of petitions, virtual voting, and spreading demotivational posters and media viruses. At the same time, the interest of citizens to non-standard forms of participation in the form of application of theatricalized forms of political activity has become more dynamic. As consequence, the participators of election competitions, under conditions of increase in information loads on ordinary voters, have started to be more attentive to creation of an image, filling up of agitation address, and to consider the influence of political stereotypes. At the same time, the invention of new forms of political activity has created modern means of political management and influence, which are characterized by repression of real public opinion. This is why, in the near future, further changes in application of election technologies, standards, procedures, mechanisms of election process are to be expected.

Key words: political participation, electoral behaviour, electoral participation, electoral mobilization, mobilization technologies, elections to the Verkhovna Rada of Ukraine, election campaign.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ
Праці, у яких опубліковані основні наукові результати дослідження

1. Розік М. В. Електоральні технології як чинник мобілізації. *Гілея: наук. вісник*. Київ, 2016. Вип. 115 (12). Ч. 3. Політичні науки. С. 407–411.
2. Розік М. В. Особливості застосування електоральних технологій на парламентських виборах 2014 року в Україні. *Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії*: зб. наук. пр. Львів, 2017. № 10. С. 168–175.
3. Розік М. В. Теоретичні підходи до аналізу електоральної поведінки. *Гілея: наук. вісник*. Київ, 2019. Вип. 144 (5). Ч. 3. Політичні науки. С. 112–118.
4. Розік М. В. Правові засади електоральної участі громадян України на парламентських виборах 1998–2019 рр. *Політикус*: наук. журн. Південноукр. нац. пед. ун-ту ім. К. Д. Ушинського. Одеса, 2019. № 5. С. 25–33.
5. Розік М. В. Мобілізаційний потенціал інноваційних форм і практик участі громадян у парламентських електоральних процесах 1998–2019 рр. *Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії*: зб. наук. праць. Львів, 2020. № 28. С. 182–189.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

6. Розік М. В. Соціальні медіа як засіб політичної мобілізації. *Політологічні читання імені професора Богдана Яроша*: зб. наук. пр. / за заг. ред. В. І. Бортнікова, Я. Б. Яроша (Луцьк, 14 квіт. 2016 р.). Луцьк: Вежа-Друк, 2016. Вип. 5. С. 214–217.
7. Розік М. В. Політична мобілізація як базовий чинник політичної участі. *Стихія політики: революція і еволюція*: Другий Південноукр. конвент міжн. асоц. студ. політ. наук (Одеса, 25–27 жовтн., 2015 р.). Одеса: Нац. ун-т «Одеська юридична академія», 2016. С. 86–89.
8. Розік М. В. Типи політичної участі індивідів в процесі мобілізації. *Розвиток політичної науки: європейські практики та національні перспективи*: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. студ. та аспір. (Чернівці, 7–8 квіт. 2016 р.). Чернівці: Букрек, 2016. С. 96–98.

9. Розік М. В. Роль громадських організацій в активізації політичної участі. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень*: матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. студ. і аспір.: у 3 т. (Луцьк, 17–18 трав. 2016 р.). Луцьк: Терен, 2016. Т. 3. С.163–166.

10. Розік М. В. Флешмоб як форма активізації політичної участі. *Актуальні питання суспільних наук: наукові дискусії*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19–20 серп. 2016 р.). Київ: ГО «Київ. наук. суспільнознавча організація», 2016. С. 88–92.

11. Розік М. В. Маніпулятивні технології політичної реклами, як засіб мобілізації виборців. *Україна в гуманітарних і соціально-економічних вимірах*: матеріали II Всеукр. наук. конф. (Дніпро, 24–25 бер. 2017 р.). Дніпро: СПД «Охотнік», 2017. С. 56–58.

12. Розік М. В. Участь військових на парламентських виборах 2014 р. як засіб мобілізації електорату. *Політологічні читання імені професора Богдана Яроша*: зб. наук. пр. / за заг. ред. В. І. Бортнікова, Я. Б. Яроша (Луцьк, 11 трав. 2017 р.). Луцьк: Вежа-Друк, 2017. С. 99–103.

13. Розік М. В. Соціокультурні чинники мотивації політичної участі в електоральному процесі. *Історичні, соціологічні, політологічні науки: історія, сучасний стан та перспективи досліджень*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Херсон, 22–23 верес. 2017 р.). Херсон: Видавн. дім «Гельветика», 2017. С. 115–119.

14. Розік М. В. Фактори, що впливають на зміну електоральних орієнтацій виборців у процесі виборчої кампанії. *«UChoice: 4P» Ukrainian Choice: Public Policy, Politics, Psychology*: матеріали Третьої міждисцип. наук.-практ. конф. (Одеса, 6 жовтня 2017 р.). Одеса: Нац. ун-т. «Одес.юрид. акад.», 2017. С. 43–48.

15. Розік М. В. Мобілізаційні виборчі технології: види та особливості застосування. *Політологічні читання імені професора Богдана Яроша*: зб. наук. пр. / за заг. ред. В. І. Бортнікова, Я. Б. Яроша (Луцьк, 28 трав. 2019 р.). Луцьк: Вежа-Друк, 2019. С. 33–37.

16. Розік М. В. Практика застосування мобілізаційних технологій на парламентських виборах 2019 р. *Політологічні читання імені професора Богдана Яроша*: зб. наук. пр. / за заг. ред. В. І. Бортнікова, Я. Б. Яроша (Луцьк, 28 трав. 2020 р.). Луцьк: Вежа-Друк, 2020. С. 58–65.

17. Розік М. В. Референдум як інститут участі громадян у здійсненні політики. *Сучасні тенденції розвитку науки*: матеріали IV Міжнар. наук.-прак. конф. (Київ, 25–26 квіт. 2020 р.). Київ: МЦНІД, 2020. Ч 1. С.47–48.

ЗМІСТ

ВСТУП	15
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ..	23
1.1. Концептуалізація чинників мобілізації електоральної поведінки громадян в умовах демократичної трансформації	23
1.2. Методологія дослідження участі громадян у виборах в умовах переходу до демократії	39
1.3. Висвітлення проблеми мобілізації громадян в електоральних процесах у науковій літературі.....	54
Висновки до розділу 1	66
РОЗДІЛ 2. НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ УЧАСТІ ГРОМАДЯН УКРАЇНИ В ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ68
2.1. Нормативно-правова база участі громадян у виборах до Верховної Ради України	68
2.2. Інститути та процедури участі громадян у парламентських електоральних процесах	99
Висновки до розділу 2	123
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛІЗАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ В УКРАЇНІ	127
3.1. Особливості використання мобілізаційних технологій на виборах до Верховної Ради України в 1998 – першому десятилітті 2000-х рр.	127
3.2. Практика застосування мобілізаційних технологій на парламентських виборах 2012–2019 рр.	147
3.3. Мобілізаційний потенціал інноваційних форм і практик участі громадян у парламентських електоральних процесах	179
Висновки до розділу 3	195
ВИСНОВКИ	197
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	203
ДОДАТКИ	244

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Вибори у законодавчі та представницькі органи влади відіграють надзвичайно важливу роль у політиці. Вони є не лише головним інститутом, а й «лакмусовим папірцем» демократії. Від того як організовано електоральний процес, ступеня його демократичності, активності виборців тощо, залежить якість провідної верстви країни, яку ми обираємо й, відповідно, доля країни.

Вибори до українського парламенту часів незалежності відрізняються мінливістю її нормативно-правової бази, зміною правил і виборчих процедур залежно від політичної кон'юнктури: використанням різних типів виборчих систем, залученням до виборчого процесу політичних партій одноосібно або у складі блоків, маніпулювання розміром прохідного бар'єру та іншими чинниками, які віддзеркалюють розклад політичних сил у вищих ешелонах влади, а також стан зрілості парламентської демократії в Україні.

Уведення на парламентських виборах 1998 р. в Україні змішаної виборчої системи, відкрило шлях та можливість для політичних партій напряму впливати на результати виборчих перегонів, підняло їх статус й вагу як важливих суб'єктів політичного життя країни. Таким чином, відкрилася нова сторінка в їх відносинах з електоратом, почали поширюватися та розвиватися виборчі технології, у тому числі й мобілізаційні.

Із розвитком партійної системи, збагаченням структури громадянського суспільства, вибуховим розвитком мас-медіа, розгортанням у кіберпросторі мережових структур, змінами у характері комунікації між владою та суспільством, змінюється інституційна структура електоральної участі, яка набуває нового змісту та суспільно-політичного забарвлення. Відповідно виникають нові інтерактивні технології, засоби політичної мобілізації електорату, новітні форми громадсько-політичного активізму тощо, які можна означити поняттям «політичний акціонізм».

Попри існування певної кількості наукових праць, де здійснено аналіз сутності та форм залучення громадян до участі у виборах, у вітчизняній науковій літературі не отримали належного висвітлення сучасні детермінанти, інституційна структура й технології електоральної мобілізації громадян України, їх еволюція тощо в парламентських електоральних циклах наприкінці 1990-х – у 2000-х рр. Усе це актуалізує та зумовлює обрання теми наукового дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано в рамках науково-дослідницької теми кафедри політології та державного управління СНУ імені Лесі Українки: «Інституційні зміни процесу демократичної трансформації в Україні: Волинь» (номер державної реєстрації – 0119U002221).

Мета й завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є з'ясування змісту процесу еволюції мобілізаційних технологій та інноваційних форм участі громадян в парламентських електоральних процесах 1998–2019 рр. у контексті демократизації електоральної участі.

Поставлена мета дослідження передбачає виконання таких *завдань*:

- обґрунтування теоретичних підходів щодо розуміння сутності політичної мобілізації, природи, форм та спрямованості мобілізаційних чинників активізації електоральної участі громадян;
- узагальнення методів та визначення основних наукових підходів до аналізу електоральної поведінки та електоральної участі;
- з'ясування ступеня розроблення досліджуваної проблеми в зарубіжній та вітчизняній науковій літературі;
- визначення структури, змісту та процесу еволюції нормативно-правової бази електоральної участі на парламентських виборах в Україні;
- виявлення інституційної структури та процедур участі громадян у парламентських електоральних процесах;
- з'ясування особливостей використання мобілізаційних технологій на виборах до Верховної Ради України у 1998 – першому десятилітті 2000-х рр.;

- з'ясування характеру застосування та змісту мобілізаційних технологій на парламентських виборах у 2012–2019 рр., визначення їх ефективності;
- узагальнення мобілізаційного потенціалу інноваційних форм і практик участі громадян у парламентських електоральних процесах.

Об'єкт дослідження – мобілізаційні чинники електоральної участі громадян України на парламентських виборах в умовах демократичної трансформації.

Предмет дослідження – політико-правові умови, форми, засоби й технології мобілізації громадян України до електоральної участі в парламентських виборчих циклах 1998–2000-х рр.

Методи дослідження. У роботі використано низку загальнонаукових та спеціальних методів пізнання, які забезпечили реалізацію мети і завдань дослідження. Для всебічного та цілісного вивчення чинників мобілізації електоральної участі, важливим є використання *системного підходу*, оскільки він дозволив розглянути політичну мобілізацію як єдине, комплексне явище у якому всі чинники є взаємопов'язаними та взаємообумовленими. Застосування *неоінституційного підходу* та *структурно-функціонального аналізу* сприяло вивченню інститутів політичної системи, що забезпечують умови для повноцінної електоральної участі.

Для з'ясування тенденцій змін нормативно-правової бази виборів, форм та принципів участі суб'єктів електорального процесу, особливостей застосування виборчих технологій, засобів контролю, рекомендацій офіційних спостерігачів дисертантом використано *політико-правовий підхід*.

Соціокультурний метод дозволив виявити вплив соціальних умов і культурних цінностей як чинників мобілізації. *Компаративний метод* дав змогу порівняти особливості перебігу електоральних процесів на парламентських виборах, динаміку політичної активності громадян, застосування нових інституційних форм й мобілізаційних технологій.

Серед спеціальних методів політологічних досліджень в дисертації застосовано *біхевіоральний метод* (з'ясування поведінки суб'єктів виборчого

процесу). Для опрацювання й систематизації документів, виявлення їх політичного змісту, зокрема законів про вибори, програм політичних партій, публікацій у ЗМІ тощо, дисертантом використано метод *контент-аналізу*. Методи *ситуаційного аналізу* та *case-study* використано для в'яснення особливостей використання мобілізаційних технологій на конкретних виборах.

Наукова новизна одержаних результатів конкретизовано в таких положеннях.

Уперше:

– визначено мобілізаційні чинники електоральної участі, що проявляються у виборчій активності або пасивності громадян та здійснено їх класифікацію: нормативно-правові; чинники, що є наслідком застосування виборчих технологій; ситуативні або чинники, спричинені складною суспільно-політичною/економічною обстановкою в країні (політична та економічна криза, війна, непрофесійне керівництво державою та ін.);

– узагальнено систему законодавчих та правових норм із регулювання парламентських виборів, що мають безпосередній вплив на мобілізацію до електоральної участі;

– визначено сукупність, простежено еволюцію та ефективність застосованих мобілізаційних чинників електоральної участі громадян України на парламентських виборах 1998–2000-х рр. як складної системи, детермінованої комплексом політико-правових, інституційних, технологічних, соціокультурних умов і засад, що обумовили специфіку посткомуністичної трансформації України, яка полягає в одночасному вирішенні проблем національного і державного будівництва, створення демократичних інститутів держави і громадянського суспільства для повноцінної політичної участі населення на всіх рівнях – від центрального, до місцевого;

– узагальнено досвід використання мобілізаційного потенціалу інноваційних форм і практик участі громадян у парламентських електоральних процесах, зокрема практик політичного акціонізму, що об'єднують низку ненасильницьких технологій протесту на перетині політичного активізму й

артистизму, які спрямовані не стільки на масове охоплення аудиторії, скільки на увагу медіа й отримання подальшого публічного резонансу.

Поглиблено:

– розуміння шляхів вдосконалення нормативно-правової бази участі громадян у виборах до Верховної Ради України, що відбувався у напрямі її демократизації, усунення штучних перешкод і створення сприятливих умов для залучення більш широких верств населення та інститутів громадянського суспільства до організації та контролю перебігу виборчого процесу на усіх його етапах, налагодження шляхів забезпечення законності виборів та наближення їх до загальновизнаних міжнародних виборчих стандартів. Попри прийняття Виборчого кодексу України, залишаються нереалізованими деякі зауваження Венеціанської комісії щодо приведення українського виборчого законодавства до європейських стандартів;

– уявлення щодо ролі інститутів громадянського суспільства на збагачення форм та посилення впливу на електоральну активність виборців. Попри те, що абсолютна більшість українських громадян не належить до жодної громадської організації, запит на вплив інституцій громадянського суспільства в мобілізації до електоральної участі є помітним. Підтвердженням тому ефективна діяльність таких об'єднань як Громадська мережа ОПОРА та Громадський рух «Чесно».

Набули подальшого розвитку:

– вивчення інституційних засад участі громадян на парламентських виборах, з'ясування специфіки еволюції та якісних характеристик партійної системи України. Подальша концентрація капіталу, загострення протистояння регіональних еліт, утворення потужних фінансово-промислових груп, виокремлення так званих олігархів та ін., обумовило потребу у політичному забезпеченні їх економічних інтересів, що призвело до створення нових численних політичних партій та їх технологічних проектів;

– вивчення тенденцій поширення технологій, які використовують суб'єкти виборчого процесу – партії і кандидати, що спрямовані на мобілізацію

не лише виборців, а й технічного персоналу виборчих комісій, що забезпечують електоральний процес, спрямовуючи його на досягнення потрібного електорального результату;

– вивчення змісту інноваційних виборчих технологій, процесів їх віртуалізації та поширення мережевих структур, спрямованих на формування громадської думки та мобілізацію електорату. Доведено, що сучасні інформаційно-комунікаційні технології перетворюються на доступний та ефективний інструмент спрямування політичної активності мас у визначеному напрямку.

Теоретичне і практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання головних положень та висновків дисертації для подальшого наукового розроблення проблеми мобілізації громадян в електоральних процесах.

Фактичний матеріал та основні теоретичні положення дисертації можуть бути використані в навчально-виховному процесі під час читання курсів із суспільно-політичних дисциплін. Матеріали дисертації також можуть бути корисними для органів державної влади та управління, політичних партій і громадських організацій в їхній практичній діяльності, у розробленні основ внутрішньої політики, під час підготовки та проведення виборів різного рівня, а також для визначення оптимальної поведінки суб'єктів виборчого процесу у взаємодії з органами публічної влади й громадськістю.

Апробація результатів дисертації. Основні результати дослідження апробовано на 17 наукових конференціях, вісім із яких – міжнародні, дев'ять – вітчизняні, а саме: Другому Південноукраїнському конвенті Міжнародної асоціації студентів політичної науки «Стихія політики: революція та еволюція» (Одеса, 18–19 березня 2016 р.); VI Міжнародній науково-практичній конференції студентів та аспірантів «Розвиток політичної науки: європейські практики та національні перспективи» (Чернівці, 7–8 квітня 2016 р.); V Всеукраїнській науковій конференції «Політологічні читання імені професора Богдана Яроша» (Луцьк, 14 квітня 2016 р.); Фестивалі науки

Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, 17 травня 2016 р.); X Міжнародній науково-практичній конференції студентів і аспірантів «Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень» (Луцьк, 17–18 травня 2016 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні питання суспільних наук: наукові дискусії» (Київ, 19–20 серпня 2016 р.); Всеукраїнській науковій конференції «Україна в гуманітарних і соціально-економічних вимірах» (Дніпро, 24–25 березня 2017 р.); Всеукраїнському круглому столі «Україна та Польща: політичні дилеми та перспективи порозуміння» (Луцьк, 28 березня 2017 р.); VI Всеукраїнській науковій конференції «Політологічні читання імені професора Богдана Яроша» (Луцьк, 11 травня 2017 р.); Фестивалі науки Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, 15 травня 2017 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Історичні, соціологічні, політологічні науки: історія, сучасний стан та перспективи досліджень» (Херсон, 22–23 вересня 2017 р.); Третій міждисциплінарній науково-практичній конференції «UChoice: 4P» Ukrainian Choice: Public Policy, Politics, Psychology» (Одеса, 6 жовтня 2017 р.); VIII Всеукраїнській науковій конференції «Політологічні читання пам'яті професора Богдана Яроша» (Луцьк, 28 травня 2019 р.); IX Всеукраїнській науковій конференції «Політологічні читання пам'яті професора Богдана Яроша» (Луцьк, 28 травня 2020 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тенденції розвитку науки» (Київ, 25–26 квітня 2020 р.).

Результати дослідження обговорено на засіданнях кафедри політології та державного управління Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Публікації. Основні положення, результати та висновки дисертації відображено в 17 публікаціях, п'ять із яких – у наукових вітчизняних фахових виданнях із політичних наук, що внесено до міжнародних наукометричних баз, 12 – у збірниках матеріалів наукових конференцій.

Структура та обсяг роботи. Специфіка проблем, що стали предметом дисертаційного дослідження, зумовила її логіку та структуру. Робота складається зі вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків і списку використаних джерел (364 найменувань). Загальний обсяг – 247 сторінок, із них основний текст – 188.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Концептуалізація чинників мобілізації електоральної поведінки громадян в умовах демократичної трансформації

Сучасна демократія передбачає широку участь громадян у політичному житті країни. Така участь забезпечується, зокрема, інститутом виборів, який дозволяє суспільству впливати на владу шляхом формування складу політичної еліти та легітимізує існуючу владу. Саме участь у виборах є визначальною характеристикою народовладдя та складовою політичного процесу загалом.

Пройшовши етапи політичної соціалізації (засвоєння індивідом соціальних ролей, усвідомлення власного статусу та ролі, визначення місця в соціальному просторі, формування соціально-політичних орієнтацій) завершальним етапом для особистості є здійснення певних актів політичної поведінки. Складовими політичної поведінки є різні форми політичної участі, політичної активності/пасивності, а також голосування/відмови від голосування.

Загалом, політична поведінка – це будь-яка форма участі в здійсненні влади або, навпаки, у протидії владі. Відтак, ключовим елементом політичної поведінки є політична участь, наймасовішою формою якої є участь електоральна, що передбачає голосування в тій чи іншій формі як результат. Будучи багатофакторним явищем крім фактичної участі в голосуванні (електоральна участь), електоральна поведінка включає залучення громадян в електоральний процес на всіх його стадіях: напередодні виборів у політичних акціях, в безпосередній участі у виборах, політичної активності після виборів (стосунки виборців та обраних кандидатів – зустрічі, запити, відкликання, перевибори тощо) [101].

Періодичність та динамічність виборчого процесу наситили електоральну науку емпіричною інформацією, пожвавивши дослідницький інтерес до вивчення електоральної участі як комплексного процесу. Участь у виборах, як

акті голосування, є інструментом і підкатегорією електоральної поведінки, що являє собою пряме волевиявлення за суб'єкта виборчого процесу з метою делегування повноважень (результати виборів стають наслідком електоральної участі та ґрунтуються на активній волі виборця, що проявляє політичні преференції).

Протилежним явищем електоральній участі є електоральний абсентеїзм, тобто ухилення від участі у виборах. Абсентеїзм може бути формою протестної політичної поведінки, пов'язується з повсякденними життєвими обставинами людей або ж відсутністю у них громадянської самоідентифікації, інтересу до політичного життя [42]. У цьому контексті важливими є означення мотивів, якими керується громадянин, суб'єктів та чинників, що спонукають виборця здійснити пряме волевиявлення – взяти участь в голосуванні.

Перші спроби дослідження електоральних орієнтацій виборців були здійснено наприкінці XIX ст., а вже на початку XX ст. у США з ініціативи провідних ЗМІ опитування громадської думки набули широкого розповсюдження. США стала центром зародження та розвитку електоральних досліджень, завдяки багаторічному досвіду проведення демократичних виборів. З часом сформувався запит на розробку глибинного методологічного та методичного апарату досліджень внаслідок чого було створено інститути дослідження та прогнозування виборів. Це були комерційні організації, які залучили до своєї роботи професіоналів у галузі соціології, політології, психології. Поряд із практичними проектами поступово почали зароджуватись та розвиватись теоретичні концепції що намагались трактувати фактори та детермінанти електоральної поведінки [6, с. 174–183].

У західній політичній науці сформовано низку підходів, заснованих на аналізі виборів, що дають можливість пояснювати і передбачати електоральну поведінку населення. Дослідження в рамках кількох шкіл дозволяє різносторонньо аналізувати процес формування мотивації політичних переваг.

Хронологічно вивчення електоральної поведінки та її концептуальних характеристик поділяють на три етапи:

1. 1920–1940-ві рр. XX ст. – етап накопичення інформації про електоральну поведінку;

2. 1950-ті рр. – перша половина 1980-х рр. – етап формування наукових шкіл електоральної поведінки. У 1950-х рр. електоральна поведінка стає предметом вивчення одразу кількох суспільних наук;

3. Друга половина 1980-х рр. – наші дні – сучасний етап систематизації наукових теорій [165, с. 90–91].

До середини XX ст. в зарубіжній науці склалося три основних теоретико-методологічних підходу до вивчення електоральної поведінки: соціологічний, соціально-психологічний, теорія раціонального вибору (табл. 1.1). Увагу дослідників в рамках кожного підходу сфокусовано на виявленні факторів, що визначають електоральну поведінку.

Таблиця 1.1

Основні теоретико-методологічні підходи дослідження електоральної поведінки в зарубіжній науці

Назва	Роки	Представники	Ключовий фактор електоральної поведінки
Соціологічний	1913–1940	А. Зігфрід, Ф. Гогель, Р. Арон, М. Доган, Р. Херберле, Ч. Меріам, Х. Госнел, П. Лазарфельд, С. Ліпсет, С. Роккан, С. Верба, Н. Най та ін.	Соціальна приналежність індивіда та його соціальний статус; залежність між соціальними характеристиками виборців, набутим досвідом та електоральними уподобаннями.
Соціально-психологічний (теорія партійної ідентифікації)	1960-ті рр.	А. Кемпбел, Ф. Конверс, В. Міллер, Д. Стоукс, Р. Вольфінгер, С. Розенстоун, Р. Роуз, Я. Маккалістер	Психологічний зв'язок виборця з тією чи іншою партією, його відданість та симпатія; психологічна природа електоральних переваг, щодо розуміння механізмів прийняття рішень на індивідуальному рівні.
Теорія раціонального вибору (концепція економічного голосування)	1970-ті рр.	Е. Даунс, М. Фіоріна	Орієнтація на досягнення максимально вигідних результатів при мінімальних витратах.

Джерело: складено автором за: [39; 109; 122; 148, с. 716–721; 165, с. 89–94; 184].

Зародження досліджень електоральної поведінки відносять до початку ХХ ст., коли вони проводилися в контексті політичної географії. Засновником цього напрямку став французький географ А. Зігфрід, який уперше розробив аналітичну модель, що пояснює мотиви голосування. На його думку, формування політичних поглядів і уподобань населення обумовлено такими факторами:

- особливостями адміністративного та соціально-політичного формування регіону;
- соціальною структурою і релігійними переваги місцевої громади;
- природно-географічними особливостями (ландшафт і ін.) [25, с. 34].

Вивчаючи поведінку виборців у Франції в період Третьої республіки, А. Зігфрід намагався пояснити, чому характер політичних поглядів в різних регіонах залишаються постійними не дивлячись на нестабільність та часто змінюючі структури партій і партійних систем [23]. Він пояснив стабільність індивідуальної поведінки поєднанням природних і соціальних умов та вбачав в природних умовах, наприклад, геологічних умовах того чи іншого регіону, основні передумови соціальної та політичної поведінки.

Праці А. Зігфріда сприяли початку багаточисельних досліджень, направлених на виявлення зв'язку між електоральною поведінкою та об'єктивними умовами існування людей. Вирішальна роль в становленні «екологічної школи» належить учню та послідовнику А. Зігфріда – Ф. Гогелю.

Ф. Гогель виокремив принципи положення даного напрямку, а також методику і техніку дослідження. Він сформулював основний постулат «екологічної школи», відповідно якому проведення наукових досліджень в області мотивації електоральної поведінки має ґрунтуватися на порівнянні результатів виборів і факторів, що їх пояснюють [122]. Особливу увагу вченим приділено аналізу впливу соціально-культурних чинників на електоральні уподобання населення. Вирішення поставленого дослідницького завдання він вбачав у зіставленні соціальної структури поселень та електоральної поведінки. Поняття «виборча географія» Ф. Гогель замінив на «соціологію виборів».

Загалом, всі дослідження, проведені в рамках представленого напрямку, мали прикладний характер, ґрунтувалися на кількісних даних і акумулювалися статистичними органами. При цьому саме методи «екологічної школи» дозволили розкрити географічну своєрідність електоральної поведінки населення.

Із часом деякі положення «екологічної школи», зокрема, об'єкт дослідження, зазнали критики французьким соціологом Р. Ароном. Об'єктом дослідження представників «екологічної школи» була територіальна одиниця, Р. Арон же запропонував аналізувати соціальні групи і їх специфічні риси. Електорат він розглядав як систему різних груп населення, що є розрізненими але одночасно контактуючими один з одним [8, с. 48]. При цьому численні методи аналізу «екологічної школи» не відкидалися, а використовувалися в поєднанні з даними опитувань думки населення.

Можна помітити, що географічний підхід до виборів носив чисто описовий характер, але він дозволяв виявити просторові розмиття поведінки виборців. У рамках цього підходу були розвинені статистичні методи дослідження укрупнених кількісних даних в прогностичних цілях.

У межах екологічного підходу написані праці М. Догана і Р. Херберле. Так, М. Доган, аналізуючи електоральний вибір французьких промислових робітників, поєднував методи екологічної школи з результатами соціологічних досліджень, а Р. Херберле для визначення чинників, що детермінують електоральну поведінку виборців, використовував переважно статистичні методи. На електоральний вибір, з погляду науковця впливали соціально-економічні і соціально-структурні показники, які, в тому числі, мали територіальну та історичну природу [193, с. 5].

У 1920-ті рр. ХХ ст. новим поштовхом у вивченні проблеми став біхевіористський напрямок політичної соціології. Американські вчені Ч. Меріам і Х. Госнел в роботі «Відмова від голосування: причини і методи контролю» (1924 р.) застосували сучасну техніку опитування (інтерв'ювання) виборців при вивченні питання абсентеїзму [165, с. 91]. Основне значення

біхевіоризму в електоральних дослідженнях полягає в зміні методології: визначальними стали соціологічні опитування (в рамках екологічної школи основний метод – статистичний).

Через зниження інтересу до проблем політичної (в тому числі електоральної) участі, дослідження тривалий час гальмувалися. Тільки в 1940 р. американським соціологом П. Лазарсфельдом уперше використано досвід панельного опитування виборців для виявлення механізму формування електоральної поведінки. П. Лазарсфельд довів, що вибір визначається не свідомими політичними уподобаннями, а приналежністю до великих соціальних груп, ступенем прояву солідарності індивіда з групою [165, с. 91]. Подібна поведінка електорату отримало назву експресивного.

Негативну роль це пояснення набуває у відкритому Е. Ноель-Нойманом законі «спіралі мовчання». Згідно цього закону, виборець може володіти думкою, що відрізняється від домінуючої. У подібній ситуації він відчуває себе самотнім, не висловлює публічно своїх уподобань або ж свідомо спотворює власне уявлення на користь лідируючих сил (боячись залишитися в меншості) [185, с. 153–155].

Соціологічний підхід до аналізу електорального вибору присутній в дослідженнях С. Ліпсета і С. Роккана. Вони обґрунтовують вплив соціальних конфліктів на партійну диференціацію. Пояснюючи вибір електорату, дослідники стверджують, що, голосуючи за партію, виборці висловлюють не лише ставлення до окремих питань, а й «зазвичай змушені обирати між історично заданими “пакетами” програм, зобов’язань, поглядів і навіть життєвих позицій» [158, с. 205].

Аналізуючи роль партій у сучасних демократіях, учені наголошують, що саме партії артикулюють інтереси політичних акторів та «змушують громадян позиціонувати себе стосовно окремих ліній структурних поділів» [158, с. 207]. Дослідники розрізняють чотири таких поділи. Зокрема, результатом національних революцій є релігійний та поділ між центром і периферією. Під час індустріальної революції виникли поділи між власниками і робітниками та

конфлікт між інтересами земельних власників і промисловців (поділ між селом і містом) [184]. Саме дослідження підстав і природи формування поділів, аналіз процесу трансформації так званих пакетів програм та зобов'язань політичних партій, за які повинні голосувати виборці, дозволяє визначити детермінанти електорального вибору.

С. Верба і Н. Най запропонували в рамках соціологічного підходу «ресурсну» теорію електорального поведінки: більш активно беруть участь представники вищого і середнього класів, чоловіки, молодь і люди, які мають високий рівень освіти [52, с. 152–159].

Основними досягненнями представників соціологічного підходу є:

- першими звернули увагу на проблему електоральної активності, «першопрохідці» у її дослідженні;
- розробники статистичного та соціологічного методів дослідження, які застосовуються і в даний час;
- уперше виділили фактори, що визначають характер голосування: особливості території (в рамках «екологічної школи»), приналежність до соціальної групи.

Загалом соціологічна модель електоральної поведінки заснована на голосуванні виборця за політичну партію на основі його приналежності до тієї чи іншої соціальної групи. Проте, часто в електораті відсутня чітка самоідентифікація, що пов'язується з відсутністю усталених уявлень про структуру суспільства (поділ на «бідних» та «багатих», визначеного «середнього класу», відсутність професійної самоідентифікації). Тому ступінь здійснення електорального вибору щодо партій на основі професійного, класового, культурного та іншого критерію може бути вкрай низькою. Це означає, що, за відсутності чіткого уявлення про власні соціальні, економічні, професійні, ідеологічні критерії, електорат не може співставити його із соціальною групою, щодо якої можна було б проявити солідарність на виборах, через що обґрунтовує свої електоральні орієнтації іншими факторами.

Соціологічна модель знаходить своє втілення при таких умовах: виборець не схильний до абсентеїзму і приходять на виборчу дільницю та виборець голосує за ту партію, за яку голосує його найближче оточення, яке віддзеркалює інтереси великої соціальної групи. До того ж, на електоральний результат впливають «горизонтальні» критерії самоідентифікації, тобто ті, які ділять електорат не на соціальні групи (професійні, етнічні, релігійні), а на категорії (за віком, рівнем освіти, статтю), які відносно стійкі незалежно від впливу змін соціальної структури суспільства [123].

На відміну від соціально-психологічної, соціологічна теорія не характеризується партійною ідентифікацією виборця. Тобто виборець не має психологічного зв'язку з партією, заснованої на переконанні, що саме ця партія найкраще представлятиме та захищатиме його інтереси. Такий зв'язок уособлює довіра до соціальної групи, з якою себе ідентифікує виборець.

У дослідженнях соціологічної школи електоральної поведінки не були розкриті психологічні основи політичного вибору. Ця прогалина вперше досліджена науковцями Мічиганського університету в 1950-х рр. в рамках соціально-психологічного підходу (теорія партійної ідентифікації). Голосування розглядалося як окремий, відособлений акт внутрішньої значимості, де головна увага приділялася індивідуальним психологічним процесам, що визначає політичний вибір.

У роботах представників Мічиганської школи була використана модель, що дозволяє враховувати сукупний вплив на голосування різних чинників: партійну ідентифікацію, орієнтацію на певного кандидата і позицію щодо спірних політичних питань. Шляхом комбінації цих показників можна пояснити причини електоральних рішень. Домінуючим фактором при цьому є партійна ідентифікація – частіше виборець голосує за кандидата від тієї партії, по відношенню до якого у нього сформувалися найбільш сприятливі установки [193, с. 19]. Передбачалося, що таким чином можливо встановити залежність між тривалими стійкими політичними уподобаннями і одноразовою політичною дією.

На думку А. Кембелла і П. Конверса, схильність до підтримки певної партії виробляється у індивіда в сім'ї [122]. В результаті людина часто голосує за ту ж партію, за яку голосували його рідні. Вибір здійснюється виходячи із психологічних характеристик людини, які закладаються в період соціалізації індивіда та залежать від соціально-психологічного оточення, тих норм та цінностей, які переважають у його середовищі.

На сьогодні однією з найбільш відомих напрацювань в рамках соціально-психологічного підходу є класична «американська модель» (Р. Вольфінгер і С. Розенстоун). Активність участі при електоральному виборі визначається в першу чергу психологічними особливостями особистості, її мотивацією, попереднім політичним досвідом, політичною культурою. Соціально-демографічні характеристики (стать, вік, рід занять, дохід, освіта, сімейний стан) відіграють менш значиму роль.

Особливостями теорії партійної ідентифікації є:

- проведення досліджень психологічної природи електоральних переваг, переконань виборців, щодо розуміння механізмів прийняття рішень на індивідуальному рівні;
- висунення ідеї про те, що на електоральну активність і вибір виборця впливають не один, а кілька факторів;
- посилення уваги до опитувань громадської думки (якість та періодичність яких розраховуються з метою визначення рейтингу/антирейтингу політичних партій і еліт) [169, с. 190–215].

Соціально-психологічна модель електоральної поведінки пояснює електоральну участь психологічними зв'язками громадянина з тією чи іншою партією, будує цей зв'язок на визначальній ролі сім'ї в політичній соціалізації та впливу інших чинників, які є менш суттєвими. Але, слід, враховувати, що така електоральна поведінка не завжди має позитивний вплив на партійну систему. Так, на виборця через родину можуть впливати основи політичної свідомості, сформованої суспільними традиціями (наприклад мобілізованою

електоральною поведінкою радянського виборця), що є неповноцінною для сучасної партійної демократії.

У процесі змін соціально-політичних умов 1970–1990-х рр. зародився новий напрямок – «політико-комунікативний», розвиток якого обумовлювався загостренням політичних умов та посиленням комунікативних зав'язків [184]. Представники цього напрямку Д. Маккуейл, Д. Бламлер і ін., ґрунтуючись на методології Колумбійської школи, стверджували, що виграти на виборах можна шляхом залучення уваги латентних прихильників і тих, хто вагається. У 1970-ті рр. цей напрямок продовжили розвивати Д. Гребер, Т. Паттерсон та Р. Роуз. Досліджуючи процес формування електоральної поведінки виборців, вони особливу увагу приділяли таким питанням, як політична реклама, поштові розсилки та комунікаційні технології (проте, деякі питання вчені залишили поза увагою: залежність електоральних переваг від рівня політичної культури населення, економічного становища тощо).

Існуючі прогалини в дослідженнях електоральної поведінки намагалися вирішити в рамках теорії «раціонального голосування», що пояснювала політику за допомогою економічних процесів. Нова модель голосування з'явилася в 1970-х рр. і базувалася на ідеях неокласичної економічної школи. Теорія раціонального вибору оформилася і набула статусу академічної після виходу в світ публікацій «Формула успіху» (Дж. Б'юкенен і Г. Таллок, 1962 р.), «Логіка колективної дії» (М. Олсон, 1965 р.) [337, с. 87]. Фундаментальним положенням концепції стало твердження висунуте Е. Даунсоном в роботі «Економічна теорія демократії». Відповідно до неї, результати виборів взаємообумовлені становищем в економіці країни, а кожен громадянин голосує за ту партію, яка, як він вважає, дасть йому більше вигод [303, с. 51]. Прихильники підходу не стверджують, що населення орієнтується в економіці більше, ніж в політиці, а обґрунтовує те, що при високому матеріальному благополуччі населення голосує за чинний уряд. Вони розглядають електоральну поведінку як вибір, детермінований політико-ідеологічними уявленнями та партійними уподобаннями раціонально-діючої особистості.

Основними досягненнями представників теорії раціонального вибору є:

– створення просторової моделі голосування, що описувала електоральне змагання як сукупність взаємодій основних акторів (партій, кандидатів, виборців). Згідно з цією моделлю, виборець голосує за кандидата, найближчого до нього в просторі різних факторів, що стосуються поведінки виборця [160, с. 89–94];

– розвиток формального моделювання (для аналізу електоральних уподобань почали використовувати пояснювальні та прогностичні математичні моделі, засновані на врахуванні одного або декількох факторів).

Теорія раціонального вибору пояснює електоральну поведінку, інтенція якої спрямована на ефективність управління, що має здійснюватися партією або її кандидатами, в разі перемоги на виборах. Іншими словами, виборець обирає ту партію, яка, на його думку, буде найбільш ефективно проводити державну політику в його особистих, групових чи громадських інтересах. Вибір, як правило, базується на двох критеріях: минула діяльність партії і позиція з актуальних питань [320].

Загалом раціонально-інструментальний підхід до аналізу електорального вибору відкрив нові можливості для аналізу поведінки виборців, проте він характеризувався певними недоліками. Зокрема, розробників моделей раціонального вибору критикували за фактичну неможливість систематичної перевірки їх гіпотез за допомогою емпіричних методів, оскільки моделі були насичені великою кількістю теоретичних елементів, які складно виміряти на практиці. Також, до недоліків згаданого підходу належать надмірне перебільшення раціональності індивіда, неможливість пояснити явку на вибори, неврахування експресивних мотивів голосування, особливостей політичної культури, традицій, інституційних характеристик політичних систем різних країн [39, с. 286–294]. Розглянутий підхід розкриває причини участі у виборах, а не фактори здійснення того чи іншого електорального вибору. Залишається не зрозумілим на чому базуються електоральні переваги: на аналізі власного економічного стану чи економіці в цілому.

Революційні зміни, що відбуваються в сфері комунікацій, призвели до і перегляду ролі факторів в електоральній поведінці. Так в останні десятиліття яскраво проявилася тенденція до вивчення механізмів впливу соціального середовища на політичну поведінку. Вчені Р. Харкфельд, Д. Спраг, Д. Заллер, М. Лодж, констатуючи інформатизацію сучасного суспільства, виділили контекстуальний (когнітивний) підхід електоральної поведінки [165, с. 90–92]. Він враховує принцип інтеграції інформаційного впливу навколишнього середовища і когнітивних здібностей індивіда.

Відповідно до теорії мотивованого політичного роздуму, запропонованої М. Лоджем і Ч. Тейбером в процесі дослідження електоральної поведінки [347], людина не просто реагує на інформацію, вона її специфічним чином обробляє, і ця обробка є визначальною в процесі прийняття політичних рішень. Процес обробки інформації залежить від того, якою мірою індивід орієнтований на досягнення конкретної мети і наскільки наполегливо і послідовно він діє.

Д. Заллер провідне місце в політичному дискурсі відводить політичній еліті, яка має доступ не лише до поширення інформації, але й просування через інформацію вигідних їй оцінок і суджень. Політична еліта впливає на громадську думку, і цей вплив посилюється нездатністю деяких людей до критичного осмислення політичної інформації. Проте, існує ряд факторів, що обмежують засвоєння політичної інформації. Мова йде про індивідуальний запас політичних знань, який має безпосередній вплив на сприйняття нової інформації та ігнорування повідомлень, які суперечать власним уявленням і ціннісним орієнтаціям [242]. Відтак, особистості властиві ментальні та психологічні процеси, які носять індивідуальний характер та від роботи яких залежить, яку частину інформації, поширюваної політичною елітою, сприймає кожна людина.

Когнітивна модель описує індивідуальні механізми сприйняття, оцінки, обробки інформації, що надійшла із зовнішнього середовища. Вона фокусує увагу на особистісній роботі людини з політичною інформацією, оскільки при всій значущості зовнішніх структурних факторів, соціального оточення

індивіда і політичного нормативного порядку, саме внутрішні когнітивні процеси, які переживаються кожним суб'єктом, задають його поведінку в контексті політичних подій.

Когнітивна модель електоральної поведінки базується на трьох емпірично верифікованих положеннях:

1. Людина може робити електоральний вибір тільки в інформаційному середовищі, в якому представлені різного роду повідомлення (про майбутні вибори, про дату їх проведення, про їх значимість, про конкуруючих кандидатів, їх передвиборчі заяви тощо). Це середовище, створюване різними комунікаторами, формує об'єктивне смислове, символічне поле, що впливає на індивідів.

2. Людина повинна володіти «внутрішньою інформацією» – набутими в ході політичної соціалізації знаннями і уявленнями, що дозволяють їй орієнтуватися в політичній реальності. Йдеться про розпізнавання представлених на політичній арені кандидатів, партій, інформації передвиборчих кампаній, висловлення особистого ставлення до подій.

3. Існують особливі когнітивні механізми «стикування» зовнішньої і внутрішньої інформації, які забезпечують сприйняття, розуміння, оцінку інформації, що надходить. Вони дають людині можливість інтерпретувати очікування інших людей, створюють відчуття необхідності в реагуванні, прийнятті рішення. У таких механізмах з'єднуються до кінця не усвідомлені ментальні процеси і активна, контрольована свідомістю розумова діяльність.

На думку Г. Пушкарьової, когнітивна модель долає обмеження, з якими зіткнулися традиційні теоретико-методологічні концепції електоральної поведінки, адже націлює дослідника на вивчення індивідуальних когнітивних процесів, які обумовлюють характер рішень, раціонально чи інтуїтивно прийнятих виборцями [242]. Загалом, когнітивна модель в дослідженнях електоральної поведінки дозволяє ширше вивчити мотиваційні чинники, що визначають дії виборця. Вона дозволяє розглядати електоральний вибір як результат послідовності ментальних реакцій і розумових актів індивіда, які

забезпечують сприйняття соціальної інформації, її розуміння, усвідомлення та прийняття на цій основі певного рішення. Іншими словами, щоб зрозуміти і по можливості передбачити електоральний вибір, необхідно знати, в якому інформаційному середовищі знаходиться індивід, які у нього склалися когнітивні структури (знання, уявлення, установки, стереотипи і т.д.), який спосіб обробки інформації, що надходить, він обере.

Оскільки електоральна поведінка, це одна з форм колективної поведінки, вона може визначатись як сукупність групових уявлень, настроїв, дії, направлених на вибір лідера, партії, або певного соціального порядку. В даному контексті варто згадати про таке явище, як «соціальний рефлекс». Під ним розуміють спонтанну, слабо контрольовану соціально-поведінкову реакцію на визначені суспільні обставини. Такі соціальні рефлекси поділяються на безумовні (які закладені генетично), та умовні, саме вони формуються в результаті соціалізації людини. Значна частина колективної соціальної поведінки регулюється саме соціальними рефлексами. Для «запуску» безумовних рефлексів існують певні стимули, які називають релізерами. Тому можна говорити про релізери, які «запускають» електоральну поведінку. Можна виділити три детермінації електоральної поведінки. Перша – це спрацьовує рефлекс субдомінування (результат – визнання виборцем права кандидата на лідерство як таке). Друга – спрацьовує рефлекс групової (стадної) поведінки (результат – виборець ідентифікує себе з групою, яку – очолює кандидат). Третя – спрацьовує рефлекс проходження. Тому дослідник робить висновок, що електоральна поведінка в своїй основі рефлекторна та по суті є ірраціональною [117, с. 17].

За трактуванням вітчизняних науковців, електоральна поведінка – це дії або бездіяльність електорату, пов'язані з делегуванням владних повноважень політичному суб'єкту (лідеру або партії) в процесах їхньої взаємодії (А. Маренкова) [166, с. 15]. В. Бунь, вважає електоральну поведінку системою дій і бездіяльності громадян поза їх фаховими обов'язками, пов'язаною із здійсненням місцевих або загальнодержавних виборів до органів влади і

пристосуванням до умов їхнього проведення [39]. В. Римський розуміє електоральну поведінку як систему взаємопов'язаних реакцій, дій чи бездіяльності громадян, що здійснюються з метою пристосування до умов проведення політичних виборів [243.1].

І. Охременко визначає електоральну поведінку як форму вияву політичної поведінки громадян стосовно делегування своїх повноважень; участь у періодичних діях, пов'язаних із делегуванням повноважень [193, с. 19]. Викликає інтерес формування згаданого поняття О. Захаровим, який трактує електоральну поведінку як сукупність дій і вчинків громадян, пов'язаних із здійсненням місцевих або загальнонаціональних виборів до органів влади, а також їх участю в референдумах [109].

Слід зауважити, ще електоральна поведінка, це не лише «сукупність дій» (О. Захаров, А. Маренков) або «форма» (Охременко І.), а «система» (Бунь В., Римський В.) [39; 243.1]. Отже, електоральна поведінка – це не лише сукупність дій, що визначають характер поведінки виборців і не лише відмова громадян від участі у виборах, а система, визначальним атрибутом якої є акт голосування.

В цьому контексті І. Поліщук зазначає, що категорія «електоральної участі» застосовується для опису поточних, кон'юнктурних процесів голосування [214, с. 37]. Відтак, електоральна поведінка – це процес прийняття виборцем рішення щодо участі у виборах та голосуванні за того чи іншого кандидата чи політичну силу, який базується на реалізації індивідуальної електоральної установки, що передбачає врахування когнітивного, емоційного та поведінкового рівнів, і реалізується під впливом низки об'єктивних раціонально-інструментальних та суб'єктивних індивідуально-психологічних чинників [147.1, с. 719]. З вище зазначеного, важливе розуміння основ пасивної електоральної поведінки, а саме відмови від голосування.

Російський науковець З. Джандубаєва виділяє два підходи до розуміння суті та причин абсентеїзму, а саме: абсентеїзм як «поведінка відхилення» (А. Коен, Р. Мертон) та абсентеїзм як фактор стабільності держави. Згідно

першого підходу, абсентеїзм розуміється як утримання громадян від участі у виборах, що суперечить основному принципу демократії – участі людини у формуванні політичної влади. Таку поведінку визначають як комформну і вона характерна для громадян, що свідомо бойкотують вибори під впливом політичних чи соціально-економічних чинників, заявляючи про це завчасно. Цей тип поведінки може бути притаманний і громадянам, що не підкреслюють своє негативне відношення до виборів, не бажаючи вступати у конфлікт з політичною системою. В той же час вони не беруть участі у виборах, знімаючи таким чином з себе відповідальність за те, що відбувається у державі [42]. В рамках підходу стабільності держави, абсентеїзм є причиною відсутності вагомих вимог і претензій до політичної системи. Громадяни задоволені станом речей і замість політичних дискусій займаються більш корисними для себе справами [92, с. 25–26].

Виходячи з трактування абсентеїзму як типу політичної поведінки, розрізняють активний і пасивний абсентеїзм. Для пасивного абсентеїзму характерною є неучасть громадян у виборах як наслідок відсутності зацікавленості політикою, несформованості політичних уподобань. Активний абсентеїзм передбачає неучасть громадян у виборах як висловлення своєї політичної позиції. Загалом, сучасна політична наука трактує абсентеїзм як негативне для розвитку держави і демократії явище, що спричиняє низький результат електоральної участі, наслідком чого стає зниження рівня легітимності влади. Тому, об'єктивним є бажання суб'єктів політики в розробці та втіленні заходів і технік, що активізують електоральну участь, мобілізуючи до голосування.

Отже, під час виборчої кампанії, і особливо під час акту голосування, електорат поводить по-різному. Одні голосують «за», інші – «проти», треті – псують бюлетені. Багато хто ігнорує вибори взагалі. Усі ці форми електоральної участі об'єднує поняття «електоральна поведінка», яка є ключовою в досліджуваній проблематиці, оскільки саме завдяки мобілізаційним чинникам поведінка виборців й змінюється. До того ж

електоральна участь є органічною складовою іншого поняття: «політична участь», яке є похідним для зазначеної дефініції, оскільки участь в обранні представників влади є справою політичною.

Концептуалізація чинників електоральної поведінки демонструє її залежність від факторів, що визначають електоральну участь та мобілізують до дії, а саме: приналежність індивіда до певної соціальної групи, психологічні особливості особистості (ідентифікація з певної партією), економічні моменти (особисте матеріальне становище і економічна ситуація в країні), вплив засобів масової комунікації. У вітчизняній науці де існує плюралізм думок, має місце використання усіх вище названих підходів з вивчення мобілізаційних чинників електоральної участі громадян. Так, у дослідженні механізмів формування індивідуального вибору використовується психологічний підхід; в з'ясуванні причин підтримки/непідтримки політичної партії чи кандидата, застосовують теорію раціонального вибору тощо. Варто зауважити, що чинники мобілізації, формування та визначення електоральної поведінки українського виборця, відрізняються від таких же в державах з розвиненими демократичними процесами (там набір мобілізаційних чинників, що впливають на електоральну участь, визначений і досить стабільний). У країнах, які переживають соціально-політичні трансформації, участь громадян в виборчих процесах та результати електоральних кампаній значною мірою залежать від соціальної, економічної, зовнішньої політики держави. Електоральні переваги часто змінюються (у зв'язку з появою на політичній арені нових гравців), носять ситуативний або ж і взагалі латентний (прихований) характер.

1.2. Методологія дослідження участі громадян у виборах в умовах переходу до демократії

Аналіз сутності електоральної участі громадян та її багатовекторність зумовлює необхідність виявлення природи чинників, що мобілізують до такої форми участі. У цьому контексті важливими є методи впливу, які активізують електорат знаходячи відображення у результатах виборів.

Електоральну участь можна розглядати в широкому та вузькому розумінні. У широкому – як участь громадян на певних етапах електорального процесу загалом, стадії якого визначені в нормативно-правових актах про вибори центральних та місцевих органів влади. Зокрема Виборчий кодекс України включає такі етапи виборчого процесу на парламентських виборах: 1) висування та реєстрація кандидатів у депутати; 2) утворення окружних та дільничних виборчих комісій; 3) проведення передвиборної агітації; 4) утворення спеціальних виборчих дільниць, що існують на тимчасовій основі; 5) складання списків виборців, їх перевірка та уточнення; 6) голосування; 7) підрахунок голосів виборців, встановлення підсумків голосування і результатів виборів депутатів та їх офіційне оприлюднення; 8) припинення повноважень окружних та дільничних виборчих комісій (ст. 137) [58].

У такому розумінні громадяни можуть виступати як технічні працівники або як суб'єкти спостереження, контролю над перебігом виборчого процесу тощо. Тобто політична складова такої участі є мінімальною або зводиться до нуля. Інша справа, коли громадянин бере участь у виборах депутатів безпосередньо. У такому, вузькому розумінні, електоральна участь є на сто відсотків політичною та може піддаватися зовнішньому впливу. Мова йде про активізацію участі в голосуванні агентами мобілізації з метою отримання бажаних результатів на виборах.

Агентами електоральної мобілізації виступають держава, політичні партії, групи інтересів, окремі лідери та громадяни. Завдання агента мобілізації полягає в тому, щоб трансформувати настрої громадян у потрібну йому площину, залучити до голосування за визначеного суб'єкта, переконати взяти участь у виборах або ж навпаки, створити умови при яких виборець утримається від електоральної участі. Ефективність застосованих агентом мобілізації методів визначаються співставленням очікуваних та фактичних результатів, що включає голосування та явку на виборах. Відтак, результати електоральної мобілізації громадян напряду залежать від ефективності застосованих інструментів, що уможливають поширення інформації та

акумулювання підтримки. Такими інструментами є соціальні медіа (соцмережі, блогосфера, Telegram та YouTube канали), ЗМІ (преса, радіо, телебачення, рекламні щити та панелі) тощо

Згідно визначення терміну «політична участь» американського соціолога Х. Макклоскі, політична участь – це добровільна діяльність, завдяки якій члени суспільства беруть участь у виборах правителів, і прямо чи опосередковано у формуванні державної політики [38, с. 289]. На противагу Х. Макклоскі науковці С. Хантінгтон та Дж. Моріс Нельсон критикують трактування терміну «політична участь» лише як добровільної діяльності, констатуючи, що індивід чи група людей можуть здійснювати політичну участь і з примусу. На основі цього розглядають: автономну (добровільну) та мобілізовану (примусову) політичну участь [215].

У визначенні електоральної мобілізації необхідно підкреслити, що це «організована здатність» з наявними у системі влади необхідних правил та інститутів. Причиною активізації мобілізаційних процесів виступає політична влада у двох проявах, а саме:

- діяльність певних груп, що оцінюється у негативному контексті та призводить до організації останніх у структури спротиву;
- суттєвий ресурс, що сам по собі є метою дій консолідованих груп [23].

Форма конфліктної групової організації може визначатися як горизонтальними умовами – можливим різноманіттям варіантів прояву конфліктної мобілізації, так і вертикальними обставинами, що проявляються в мобілізації системи «лідер-послідовник», обумовленої наявними в розпорядженні групи матеріальними джерелами й природою суспільства, усередині яких вона відбувається. Тобто, мобілізація пов'язується з формуванням нового політичного лідера, якому вони делегують свої повноваження і котрий, спираючись на ці народні маси, просувається по політичних сходах [23].

У межах такого підходу виділяють два засоби мобілізації соціальної спільноти: революційний та еволюційний. Перший засіб передбачає

екстремальне загострення протиріч між соціальними спільнотами в суспільній ієрархії, внаслідок яких, спільнота за малий термін досягає високого рівня мобілізації. Кінцевою метою є ґрунтовна зміна політичного (соціального) статусу в існуючій системі нерівності. Еволюційний варіант мобілізації, що представлений в дослідженні, ґрунтується на функціонуванні інститутів представництва, в яких групи впливу (представники) використовують політичні, економічні, медійні засоби з метою мобілізації електоральної участі цільових соціальних спільнот. В межах еволюційного засобу, його представники характеризуються слабкими зв'язками з мобілізованими спільнотами [358, с. 169]. Тобто, ступінь активності мас суспільства виражається через певні процеси мобілізації (здатності мас організовуватися, координувати власні дії задля досягнення політичних цілей).

Відтак, якщо автономна політична участь є свідомою дією активних громадян, що власні політичні рішення приймають без примусу політиків, то мобілізована політична участь, є вимушеною, спровокованою дією у подіях, акціях, виборах і залежить як від політичних, так і від неполітичних стимулів і чинників (страх, підкуп, фальшування) [76, с. 261]. Як наслідок, політичну мобілізацію розуміють процесом активізації людей та ресурсів державою, політичними партіями, суспільними рухами, окремими лідерами [116, с. 133], що є формою залучення індивідів і груп до різних практик політичної активності.

На електоральну активність можуть впливати особливості країни, регіону, пов'язані з історичними і політичними умовами їх розвитку. Мова йде про політичні традиції, особливості політичної системи, політичного режиму, правил електоральної гри, механізму політичної мобілізації. До них також відносять систему поділу влади, ефективність «роботи» інституцій стримувань і противаг, особливості виборчої і партійної систем. Вагомими факторами впливу на електоральну участь є індивідуальні та індивідуально-групові особливості політичної свідомості і поведінки (соціальні характеристики, ціннісні орієнтації, мотивація поведінки).

Аналіз парламентських виборчих процесів в дослідженнях чинників впливу на електоральний вибір ґрунтується на основі соціально-психологічного підходу та методу «лійки причинності». Відповідно до цієї моделі, аналіз здійснюється за такими умовними рівнями змінних електорального процесу:

- зовнішні чинники (підтримка міжнародних фінансово-промислових груп того чи іншого кандидата на виборну посаду або заангажованої політичної сили, латентний тиск урядів зацікавлених країн тощо);

- загальнонаціональні чинники (соціально-економічне становище, політико-правові умови виборчого процесу, соціальна стратифікація, політична культура та політична соціалізація електорату, адміністративний ресурс, участь у виборчих змаганнях політичних партій та виборчих блоків);

- регіональні чинники (діяльність регіональних представництв політичних партій, регіональної управлінської та політичної еліти, соціально-демографічні характеристики населення регіону, релігійний чинник);

- фактор малих соціальних груп, до яких належать громадяни (трудові колективи, академічні групи, сім'ї, коло друзів та ін.);

- індивідуально-психологічні характеристики регіонального електорату [214, с. 133]. Такий підхід у комплексі відображає всю складність та багатовекторність дослідження електорального процесу.

Головна ідея методу полягає в тому, що фактори впливу на електорат розташовуються ієрархічно, тобто мають різний ефект на виборчу поведінку. У найширшій частині «лійки причинності» розташовані соціально-економічні і культурні умови, які породжують соціально-політичні протиріччя, а саме, йдеться про економічну структуру, соціальну диференціацію, історичні традиції. Ці умови впливають на структуру партійної системи, проте не діють безпосередньо на голосування. На наступному рівні в цій моделі знаходиться соціально-групова лояльність (класова, регіональна) і ціннісні орієнтації, що формуються під впливом соціально-економічних і культурних розмежувань. Найвужчу частину «воронки» займають фактори, що безпосередньо впливають на голосування – установки щодо трьох складових політичного процесу:

кандидатів, політичних курсів і групових переваг (вони здійснюють порівняно незалежний вплив на електоральний вибір) [9, с. 48]. Центральне місце серед факторів займає партійна ідентифікація, яка справляє визначальний вплив на хід голосування. Менш важливими є зовнішні чинники, такі як діяльність уряду, думки друзів, ЗМІ, хід виборчої кампанії, конкретні політичні і економічні умови.

Загалом, виділяють чотири групи чинників, що визначають рівень електоральної участі:

1) суб'єктивні – характеризують самих виборців і визначають рівень їхньої політичної участі. Серед них демографічні (вік, стать, місце проживання, рівень доходів та соціальний статус) і ментально-психологічні особливості (освіта та рівень політичної культури);

2) об'єктивні – характеризують ситуацію в країні загалом, і виборчий процес, зокрема: стан політики у державі, особливості виборчого процесу та його регламентація, технічні фактори;

3) кон'юнктурні – чинники, які складаються під впливом збігу обставин (погода, сезонні роботи, сімейні справи);

4) ініціативні – чинники, які є результатом впливу на виборців інших суб'єктів виборчого процесу (заклики бойкотування виборів, тиск, залякування виборців, мобілізація електорату та ін.) [42].

Окремої уваги серед чинників електоральної участі особистості заслуговує рівень освіти та політичної культури. Адже саме через освіту (політичну та громадянську) і формування відповідної політичної культури стає можливим підготовка особистості до участі електоральної. Н. Ротар, підкреслює, що процес формування значної кількості компетентних громадян в умовах трансформації політичної системи уповільнюється недостатнім обсягом знань про політичні можливості інститутів демократії, недостатньою тривалістю процесу усвідомлення власних інтересів у період переходу до демократії, нерозумінням механізмів політичного вибору та відсутністю сильних спонукальних причин діяти відповідно до власних інтересів [278, с. 22–25].

М. Чабанна до чинників впливу на електоральну участь відносить риси тоталітарної та посттоталітарної свідомості, що збереглися у громадян, а саме: некритичність і конформізм, як причини невимогливості до влади. Їхнім проявом часто є нечіткі орієнтації виборців, які стають об'єктами психологічного маніпулювання; намагання уникати вибору, який відрізняється від вибору більшості, уникати відповідальності за суспільно-важливі рішення, пов'язане з відчуженням людей від влади; патерналізм, який суперечить формам активної участі громадян під час прийняття політичних рішень [321, с. 17–18].

А. Литвин наголошує, що домінуючий вплив на електоральний вибір належить соціокласовій ідентичності: «Соціокласова ідентичність і пов'язана з нею електоральна поведінка у сучасному українському суспільстві є домінуючою, суттєво переважаючи інші форми ідентифікації (етно-культурні, релігійні, статево-вікові, соціо-професійні, регіонально-територіальні тощо)» [159, с. 10]. Цей підхід дає можливість більш ґрунтовно дослідити взаємодії влади та населення з урахуванням латентних основ та причин поведінки суб'єктів соціальної взаємодії.

Процес електоральної мобілізації включає аналіз соціокультурних чинників, серед яких політична активність є комплексом свідомих, вибіркового дій особи в соціально-політичній сфері життя. Які саме дії або вчинки участі у політичному житті обере людина, залежить від її мотивації, адже поведінка завжди обумовлена різноманітними причинами, які ніколи не є ізольованими і наслідки яких не можна передбачити в повній мірі. Відтак, мотивацію розглядають як механізм вибору людиною певної форми поведінки, коли людина сама вирішує, що буде робити. Мотиви виступають особистісним побудженням до певної діяльності та можуть бути як потенційними, не включеними в структуру діяльності, так і актуальними – включеними в структуру діяльності, що реально виконується [147, с. 182–193]. Якими б мотивами особа не керувалася у своїй діяльності (прихованими чи явними), все це фіксується у культурі. Культуру можна розуміти як текст, в якому

зафіксована, записана мотивація особистостей, причому вони самі можуть це не рефлексувати [5, с. 85].

Практика мобілізації суспільства до електоральної участі демонструє, що часто політичні сили та політичні об'єднання, при проведенні передвиборчих кампаній використовуються матеріальні стимулятори та квазімотиви, які відносять до утилітарних мотивів. Результатом такої мотивації є непослідовні ситуативні поведінкові прояви. Щодо добровільної ініціативної участі громадян у виборах, характерної для демократичного суспільства, то вона базується на свідомій політичній поведінці, яка не потребує зовнішнього заохочення. Саме тому активізація електоральної участі потребує сформованої соціальної позиції та відповідних мотивів.

Електоральна участь є проявом складної соціальної діяльності, яка слугує одним із засобів вираження і досягнення інтересів, має на меті вплив на політичні процеси і процеси прийняття рішень. Відповідно мотивація політичної участі – це система мотивів, які спонукають соціально-політичну активність, визначають її переважні форми, а також діяльнісні та поведінкові прояви. Мотиви виступають безпосередніми внутрішніми причинами, що спонукають людину до здійснення цілеспрямованих політичних дій на основі об'єктивної інформації і суб'єктивного бачення конкретної соціальної ситуації, у вигляді негайного реагування або прийняття довготривалих політичних рішень. В основу соціально-політичних мотивів покладено уявлення громадян про необхідність участі у політичному житті, відчуття причетності до подій у суспільстві, політичну свідомість та громадянську відповідальність (Г. Алмонд, С. Верба, Н. Най) [147, с. 182–193].

До найбільш значущих мотивів участі особи у електоральній діяльності відносять ідеологічний, нормативний та рольовий. *Ідеологічний мотив* означає, що особа бере участь в виборах, поділяючи і підтримуючи принципи офіційної ідеології держави. Така мотивація участі забезпечує ідентифікацію політичних цінностей особи з політичними цінностями держави і більшості суспільства. Водночас, розходження особистих і політичних настанов може

визвати різко негативну, навіть ворожу реакцію проти держави та політичної системи. Отже, це стає підґрунтям для формування опозиційних поглядів, ідей та політичних структур.

Нормативна мотивація виявляється в тому, що електоральна участь будується за правилами, які диктує політична система і приписує нормативно-правова підсистема. Цей мотив участі не обов'язково відповідає особистісним цінностями і настановам. Підпорядкування політичній системі розглядається особою як виключно правильна і цінна орієнтація, а політична поведінка (участь) за характером є завжди легітимною та законною.

Рольовий мотив пов'язаний із тією соціальною роллю, яку особа виконує в даній політичній системі, тобто – з її соціальними станом і власною самооцінкою: чим нижче соціальне положення, тим вірогідніше стає радикальний настрій особи проти існуючої влади. Прагнення певної частини людей у суспільстві підвищити свій соціальний статус закономірно підштовхує їх до опанування нових помітних політичних ролей за допомогою участі в виборах, а отже, й до підняття свого соціально-політичного статусу.

В умовах зростаючої конкуренції на виборах, визначальну роль в досягненні бажаного результату, відіграє ефективність використання виборчих технологій. При цьому, бажаний результат це не завжди перемога на виборах, адже метою участі у виборах можуть бути: бажання стати відомим і впливовим, відтягування голосів, забезпечення участю додаткових членів комісій, просування певної ідеї. Виходячи з досягнення цілей йде і оцінка ефективності виборчих технологій та чинників мобілізації. Ефективність виборчої технології означає співвідношення між кінцевим політичним продуктом, метою його використання і ресурсами, використаними для його створення. Ефективною вважається така виборча технологія, яка забезпечує якісне досягнення запланованого політичного результату при найменших ресурсних витратах.

Під час виборчої кампанії на ефективність застосовуваного суб'єктами процесу комплексу виборчих технологій впливає ряд чинників, які тісно взаємопов'язані між собою. Серед найбільш універсальних чинників

ефективності виборчих технологій український дослідник В. Мокан виділяє: врахування соціально-економічної та політичної ситуації в окрузі; відповідність технологій інтересам і потребам виборців; коректність у визначенні обраної цільової електоральної групи; наявність необхідного ресурсного забезпечення для проведення виборчої кампанії; рівень професійності та спрацьованості команди, яка забезпечує виборчу кампанію суб'єкта виборчого процесу; харизматичність політичного лідера, кандидата на обрані посади; врахування особливостей виборчого законодавства і типу виборчої системи; ідеологічне спрямування стратегії і тактики виборчої кампанії; рівень політичної культури виборців [178, с. 333–340].

У більшості випадків зазначені чинники ефективності виборчих технологій потребують опори на ресурси суб'єктів електорального процесу. В той же час для ефективного використання виборчих технологій необхідним є не тільки наявність певних ресурсів, а також їх правильний розподіл. Відтак, розуміння сутності ресурсів суб'єктів виборчого процесу та способів оптимального їх використання протягом кампанії є важливою умовою отримання позитивного результату на виборах.

Мобілізаційні чинники електоральної участі використовуються з метою цілеспрямованого впливу на електорат для збільшення або зменшення явки на виборах. Відтак, дисертант визначає три типи таких чинників:

– *нормативно-правові* (від комплексу законодавчих норм що стимулюють/послаблюють електоральну участь до покарань за неучасть в голосуванні – штрафи, заборона обіймати державні посади, ув'язнення, або ж взагалі позбавлення виборчих прав);

– *мобілізаційні чинники, що є наслідком застосування виборчих технологій* (прямі заклики політичних сил (прийти на вибори або ж навпаки, бойкотувати голосування), адмінресурс, підкуп виборців (прямий та непрямий), діяльність благодійних фондів, активізація участі за допомогою інтернет-комунікацій, публікацій соціологічних рейтингів та ін.);

– *ситуативні чинники, спричинені складною суспільно-політичною/економічною ситуацією* в країні (політична та економічна криза, війна, непрофесійне керівництво державою, анексія території тощо).

На сьогодні електоральна участь набула детермінантної ваги серед інших політичних процесів, відтак, основні фактори та чинники впливу на громадян сприяли пошуку та застосуванню класичних і новітніх методик досліджень. Розгляд електоральних традицій (спричинених зміною електоральної культури), змін електорального простору та системи влади, стали можливі завдяки застосуванню *еволюційного методу* дослідження. Електоральна культура (складовою якої є електоральна участь) в цьому випадку визначається як складова, «найактивніша» та концентрована частина політичної культури, яка виступає важливим індикатором політичного процесу трансформаційних суспільств [215].

Сутність даного методологічного підходу полягає в тому, що соціальні зміни (трансформації в електоральній культурі народів в тому числі) є природним, постійним і спрямованим процесом, який є нескінченним та об'єктивно зумовленим, має єдині джерела та притаманні для будь-якого суспільства. У цьому контексті виокремлено та охарактеризовано основні етапи в еволюції електорального простору України. Встановлено, що вирішальний вплив на його еволюцію здійснюють інституційні та соціетальні чинники: форма правління, виборча система, соціально-політичні поділи та особливості трансформаційного процесу.

Використання *методу структурного аналізу* дозволило розглянути електоральну участь як складову політичного процесу на рівні всієї системи. За аналогією визначення стадій політичного процесу (конституювання політичної системи, відтворення основних ознак та елементів політичної системи, розробка, прийняття і виконання політико-управлінських рішень, контроль за функціонуванням і напрямками розвитку політичної системи [69, с. 155]) виокремлюють такі етапи електорального процесу: конституювання, інституалізація, реалізація (безпосередньо вибори), контроль.

Конституювання електорального процесу передбачає визначення відповідної нормативно-правової бази, принципів і процедур виборів. Інституалізація розуміється як процес створення інституційної структури виборчого процесу. Щоправда, інституалізація принципу народного представництва відбувається ще на першій стадії електорального процесу, коли конституційна легалізація демократичних виборів закріплюється у таких фундаментальних принципах демократичного виборчого права як рівність, вільність, загальність і таємність голосування. Реалізація здійснюється шляхом забезпечення широкого комплексу заходів та процедур із організації та здійснення волевиявлення громадян та визначення його результатів і контролю (організації контролю за ходом виборів, підрахунком голосів, а також виконанням інших процедур відповідно нормативно-правової бази) [215]. Функцію контролю здійснюють державні органи, громадські організації й партії, а також міжнародні спеціалізовані організації та установи через інститут спостерігачів.

Зміст зазначених етапів залежить від багатьох чинників, які, зокрема, детерміновані історичним часом, національними традиціями, типом політичного режиму. За допомогою методу історичної ретроспективи досліджено електоральні традиції виборів до Верховної Ради з точки зору впливу застосованих мобілізаційних технологій на поведінку виборців. В комплексі цей метод включає дотримання хронології в часовому вимірі, виявлення зав'язків минулого, нинішнього й майбутнього. Хронологічна послідовність дозволяє відстежити зміни в чинниках мобілізації під час різних виборчих кампаній, створити цілісну картину електоральних перетворень досліджуваного періоду.

Системний метод дав можливість виділити мобілізаційні чинники, що спонукають громадян до вирішення поставлених завдань та реалізації конкретних цілей, зіставити і як наслідок пояснити їх вплив на виборчу активність. Застосування вказаного методу дозволило розглянути специфіку взаємодії частини й цілого та виділити мобілізаційні чинники активізації участі

громадян як окремого елемента у межах цілісного політичного процесу. Відтак, досліджуються процеси та взаємодії як в політичній системі загалом так і окремо легітимна політична участь громадян як система з комплексом залежних елементів (економічних, соціальних, політичних, духовних, технологічних тощо). Системний метод також передбачає з'ясування міри залученості особистості в електоральну практику, виявлення міри участі індивіда в політичній діяльності (добровільно чи з примусу), тощо.

Важливе значення з точки зору розвитку електоральної участі має рівень політичної інституалізації суспільства. *Неоінституціональний метод* ґрунтується на поясненні, що політична діяльність залежить не від конкретних психологічних особливостей і характеристик особистості, її соціального статусу, рівня освіти, а від можливостей громадян реально впливати на владу, зокрема за допомогою системи інститутів. Відтак, саме інституційні чинники визначають рівень виборчої активності і пояснюють електоральну поведінку [23, с. 389–392].

Інституційний метод загалом є передумовою та результатом зародження й становлення нових політичних інститутів, які забезпечують стабільність та стійкість політичної системи. Головне завдання інституціоналізму полягає в тому, щоб за допомогою багаторівневого аналізу показати взаємозалежність інститутів політичної системи та мотивів індивідуальної поведінки політичних акторів, виявити вплив і значення формальних і неформальних «правил гри», які самі по собі є автономними суб'єктами політичного процесу. У рамках методології неоінституціоналізму розглядається залежність результатів мобілізації до електоральної участі крізь призму інституціоналізованості (передумов та наслідків) суспільної діяльності громадян. Мова йде про мобілізаційний потенціал політичних партій, організацій громадянського суспільства тощо.

У рамках цього методу виокремлюються інституційні чинники мобілізації до електоральної участі (детермінанти політико-інституційного характеру): особливості нормативно-правового регулювання політичної участі в державі,

що залежить від політичного режиму; гарантованість державою політичних прав і громадянських свобод; розподіл ресурсів між політичними акторами; міра диференціації учасників політики; наявність політичних інститутів в системі влади, здатних відігравати мобілізаційну роль (політичні партії, організації громадянського суспільства, органи державного управління тощо).

Мобілізація громадян здійснюється такими політичними інститутами та організаціями: політичними партіями в ході виборчого процесу (шляхом прямих комунікацій з виборцями, включаючи традиційну низову активність, таку як агітація, розповсюдження листівок, проведення партійних зборів і мітингів, рекламних кампаній тощо); мобілізацію організаціями громадянського суспільства, суспільними рухами, профспілками; мобілізацію засобами масової комунікації (ЗМК) та інтернет-мережами, що забезпечують новітні інституційні форми горизонтальної та вертикальної комунікації, полегшують і збагачують обговорення в громадській сфері; мобілізацію громадян органами державної влади та місцевого самоврядування з метою участі в урядуванні, формальних процесах управління [348; 356].

При з'ясуванні методологічних основ дослідження електоральної мобілізації особливої уваги заслуговує парадигма мобілізації ресурсів (Ч. Тіллі, Дж. Маккарті, М. Зальд). У її методологічних рамках зручно аналізувати досліджувану проблематику, оскільки електоральна мобілізація не стихійне та несвідоме явище, а пов'язане із свідомо створеною організацією для досягнення певних цілей. У теорії мобілізації ресурсів основна увага переноситься з оперування психологічними категоріями (ходу й результатів дослідження) на організаційні аспекти й способи комунікації громадських рухів і раціонального вибору, як основи мотивації участі індивіда або групи [248].

Мобілізаційні чинники електоральної участі розглядаються і в рамках теорії модернізації, модернізаційного дискурсу. Суть цієї теорії-моделі полягає в аргументованому описі характеру і напрямів переходу від традиційного до раціонального суспільства в результаті взаємодії «тріади» глобальних факторів – науково-технічного прогресу, соціально-структурних змін і перетворення

нормативно-ціннісної системи. Модернізація виявляється в спроможності політичної системи постійно та ефективно адаптуватися до нових візій соціальних цілей і створювати нові види інститутів. Їх нова якість означає не тільки забезпечення контролю над ресурсами, але й створення каналів для діалогу між урядом і населенням [312].

У цьому контексті йдеться про мобілізацію як процес, у ході якого широкі соціальні верстви населення об'єднуються державою, партіями, соціальними рухами для досягнення суспільних цілей (модернізації) через узгодження їх цінностей, діяльність інститутів, груп, організованих для досягнення соцієтальних цілей (створення нації-держави, індустріалізація, здійснення економічного ривка тощо) [1, с. 174]. Такий процес електоральної участі через мобілізацію спостерігався в Україні у 2013–2014 рр., як наслідок революційних подій, дестабілізації політичної влади (неможливості прийняття політичних рішень через відсутність легітимних органів влади) та територіальної загрози країни.

Соціологічний метод використовується в дисертації для виявлення соціальної детермінації політичних процесів, наприклад, впливу на раціоналізацію електоральної поведінки соціальної структури, освіти, ідеології, культури, рівня життя, дослідженнях виборчого процесу та поведінки виборців. Його основою став статистичний аналіз результатів виборів, вивчення суспільної думки шляхом опитування громадян.

У дослідженнях парламентських виборчих кампаній соціологічний метод включає аналіз соціально-політичної ситуації в окрузі (вивчення електорального простору), виявлення факторів, що впливають на участь у голосуванні, мотиви участі або неучасті у виборах, аналіз структури електорату, особливостей сприйняття ним передвиборчих заходів, партій та особистостей кандидатів, прогнозування підсумків виборів тощо. Завдяки вказаному методу, вдалося аналізувати застосовані мобілізаційні чинники до електоральної участі з позицій розроблених стратегій і тактик партій/кандидатів на виборах (стратегічні плани виборчих кампаній включають

визначення цільової групи виборців, основної проблематики, навколо яких розгортається кампанія, визначення мети, якої прагне досягти суб'єкт на виборах).

Дослідження проблематики мобілізації до електоральної участі на стику із психологічною теорією зумовило використання *біхевіорального методу*, що дає пояснення схильності людей до мобілізації. Стимулом та результатом електоральної участі громадян з цієї позиції стають такі фактори як досвід «входження» громадян у політичну систему, стан політичного самоусвідомлення, самоствердження, громадянської самосвідомості; легітимізація або делегітимізація громадянами існуючого політичного режиму; схвалення/несхвалення політичної системи; відкритий або латентний примус до підтримки режиму; вплив з боку соціального оточення; дія випадкових або тимчасових чинників системи, середовища, особистості тощо.

Таким чином, дослідження мобілізації як чинника активізації електоральної участі громадян здійснюється на соціокультурному та інституційному рівнях. Узагальнення та систематизація понять політичної мобілізації в рамках згаданих методологічних підходів дає змогу виокремити потрібний інструментарій для розгляду об'єктивних та суб'єктивних факторів мобілізації громадян, виокремити зовнішні та внутрішні передумови мобілізації тощо. Відповідно до обраної методології побудована й структура дисертації, яка передбачає вивчення нормативно-правової бази електорального процесу, його інституційної структури, особливостей застосування виборчих технологій та виявлення характерних ознак, що властиві електоральному процесу досліджуваного періоду.

1.3. Висвітлення проблеми мобілізації громадян в електоральних процесах у науковій літературі

Активному дослідженню електоральної поведінки передувало введення загального виборчого права та наданням громадянам права голосу. Періодичність та динамічність виборчого процесу наситили електоральну

науку емпіричною інформацією, позбавивши дослідницький інтерес до вивчення електоральної участі як комплексного процесу. Зокрема, аналізу піддалися чинники які сприяють мобілізації до політичної участі, фактори, що впливають на поведінку виборця, а також мотиви, якими керується громадянин, надаючи перевагу тій чи іншій партії або кандидату.

На сьогодні накопичений чималий обсяг наукового доробку у вивченні електоральної участі, її суті, еволюції, підходів до розуміння форм здійснення тощо. Констатуючи глибоке концептуальне осмислення теоретичних та практичних проблем електоральної участі, аналізу її основних форм, широко представлених в науковій літературі, важливим є привернення уваги до питань, що не мають достатнього наукового висвітлення та обґрунтування, а саме: проблемі мобілізації до електоральної участі громадян України на парламентських виборах.

Одним з перших хто звернувся до трактування поняття «мобілізація» став Е. Юнгер в есе «Тотальна мобілізація» (1930) і «Робочий» (1932) [338, с. 56]. Головним предметом його досліджень стала діагностика «епохи людських мас і машин» періоду Першої світової війни та революційних рухів в Росії, Італії та Німеччини. Е. Юнгер вважав, що головною відмінністю епохи є особливе переживання війни, в якому поєднані відчуття людської маси і примусової жорстокості техніки. Під «переживанням» мається на увазі обов'язкове залучення всіх ресурсів людей і суспільства на тотальну мобілізацію в ім'я країни і держави, що стає принципом організації життя – від економіки і політики до психологічних основ людини.

Дещо пізніше поняття «мобілізації» з'явилося у західній соціології в рамках досліджень соціальних рухів, розвитку яких передував сплеск громадянської активності 1960-х рр. Термін «мобілізації» віддзеркалював раніше виниклі традиції, що ґрунтувалися на проблемах масового суспільства, стихійної поведінки та тоталітарних режимів. Мобілізація асоціювалося з процесами національного згуртування, з посиленням ролі інституційних

механізмів управління активністю населення (Г. Тард, Г. Лебон, Т. Адорно, Х. Арндт) [130, с. 7–15].

На цій основі сформувалася парадигма «колективної поведінки», яка досліджувала проблему з точки зору мобілізації дії. Згідно праць Г. Блумера, способом існування будь-якого колективного об'єднання є спільна діяльність. Будь-яка активність індивідів, спрямована на встановлення спільності, неважливо на яких підставах – раціональних, афективних, ціннісно-світоглядних, вже сама по собі є «мобілізацією дії» [346]. Феномен мобілізації, спричинений розвитком соціальної згуртованості, де колективна поведінка є процесом безперервної мобілізації дії, що приймає різноманітні форми і має на меті домогтися від суспільства визнання ситуації, важливої для певного кола людей.

Інші представники цієї парадигми (Дж. Девіс і Т. Гарр) в якості причин таких мобілізаційних феноменів, як соціальний протест, колективне насильство і революції, називали феномен «відносної депривації» – хворобливий синдромом свідомості, який епідеміологічно поширюється серед населення і не контролюється цінностями та нормами інституційної культури [130, с. 7–15]. Ця теорія визначає феномен мобілізації як комплекс індивідуальних і поведінкових схильностей (невдоволення, протест), що спонтанно перетворюється в форму колективного насильства.

Теоретичні основи досліджень виборчого процесу, політичного вибору, аналізу та виявлення факторів, в тому числі мобілізаційних, що мають вирішальний вплив на електорат закладені в зарубіжній політичній науці та політичній соціології. Концептуальні проблеми електоральної поведінки розкриті в роботах А. Зігфріда і Ф. Гогеля [351] (просторова диференціація електоральної поведінки); в дослідженнях проблем електорального вибору вчених Колумбійського і Мічиганського університетів (Б. Берельсон, Ф. Конверс, Е. Кемпбелл, П. Лазарсфельд, У. Міллер, Д. Сток і ін.) [6, с. 177–182], в працях представників теорії раціонального вибору Е. Даунса, Ф. Котлера, М. Фіоріни та ін. [169, с. 190–215].

Ще один напрям в дослідженнях мобілізації – парадигма ресурсів, яка є основою моделі раціонального вибору. М. Олсон зазначав, що будь-яка колективна діяльність спрямована на досягнення загальної цінності, тому заради її досягнення, актори роблять раціональні дії, контролюючи доступні ресурси та одержання «прибутків» [351]. Ця теорія визначає мобілізацію як процес, в ході якого індивідуальні ресурси членів групи передаються в розпорядження всієї групи, накопичуються і направляються на досягнення загальних цілей або для захисту групових інтересів». Представники цього напрямку прагнули описати механізми, за допомогою яких відбувається акумуляція ресурсів. Представник ресурсного підходу А. Етціоні ввів у науковий обіг такі поняття, як «мобілізаційний потенціал», «мобілізаційні бар'єри», «контрмобілізація» та ін. [349]. Він пов'язав концепцію мобілізації з поняттями модернізації, інтеграції і соціальних змін, показавши далеко неоднозначні залежності між цими явищами і процесами.

Не менш помітним напрямком стали дослідження політичної участі як комплексу дій, що задіюються соціальними рухами і громадськими організаціями (Ч. Тіллі, С. Терроу, Д. Макадам, Г. Кітчелт). Основна теза Ч. Тіллі полягає в тому, що соціальні рухи починають розвиватися, по-перше, в умовах інституційної ригідності владно-політичної системи суспільства і, по-друге, коли владні групи (в силу певних обставин) не можуть здійснювати повноцінний контроль над сферами суспільного життя. Різноманітні трансформації, що відбуваються як на соціетальному, так і на локальному рівні, ставлять перед людьми нові завдання, породжують у різних соціальних груп нові інтереси, які все важче задовольнити, не змінюючи інституційного порядку суспільства. Соціальні рухи небезпідставно розглядають політичну участь як одну з можливих стратегій реалізації своїх інтересів, вони вдаються до позаінституційних форм колективних дій з метою домогтися результату в сфері інституційній. В силу цього, згідно Ч. Тіллі, розвиток солідарності, організовані акції та позаінституційні дії є ланками політичної мобілізації, спрямованої на підірив монополії влади [363].

Вивченням політичної мобілізації займаються фахівці-практики у галузях політичної науки, соціології, психології, економіки, права тощо. Відповіді на питання про сутність, причини, основні форми, фактори й чинники, що впливають на вибір індивідів, є досить різними. Так не існує одностайної думки, що є визначальним фактором, який стимулює до електоральної участі. Згідно «конструктивної» теорії політичної участі Е. Ключенка, електоральна участь наділяється значним позитивним впливом на стан суспільства, і «критичну», прихильники якої розглядають її як елемент соціально-політичної буцафорії та підкреслюють розрив між очікуваною значимістю та її реальною роллю в суспільстві [133, с. 47].

Конструктивна теорія робить акцент на вищій якості рішень від такої участі, підвищення результативності політичних дій та рішень. На основі цього, взаємовідносини між керівною елітою та громадськістю будуються на взаємній довірі та відповідальності. Критична теорія наголошує на значну тривалість та технічну складність процесу електоральної участі, некомпетентність громадськості. З цього приводу російський дослідник Д. Гончаров говорить про періодичність, циклічність політичної активності, пояснюючи неготовність населення до трансформацій, що відбуваються в суспільстві [74, с. 58]. Він розкриває названі підходи в розумінні сутності електоральної участі та мобілізації громадян.

В окрему групу досліджень Д. Гончаров відносить роботи, присвячені соціальному суперництву, зокрема політичним конфліктам, які володіють значним потенціалом широкомасштабної мобілізації громадян (конструктивної та деструктивної). Ідеться про те, що енергія конфліктного сприйняття соціальної реальності стає основою для діяльної участі громадян. Прикладом конфліктної мобілізації може бути мобілізаційна активність масових партій, що опираються на традиції згаданої вище класової політики, а також нових рухів, які зародились на основі соціальних структур, породжених посткласовими конфліктами. Таку ж конфліктну мобілізацію простежено під час різноманітних виборчих кампаній. Враховуючи, що на пострадянському просторі політика

сприймається більшістю громадян саме як конфронтація, політична активність громадян у цих умовах може бути зумовлена емоціями боротьби, протистояння, ворожості [73].

Деякі вчені трактують електоральну участь як «охоронні», стабілізуючі фактори, що не дозволяють демократичному суспільству «скочуватися в політичний хаос або авторитарні чи тоталітарні режими» [281]. Американський соціолог Р. Мертон визначає таку участь як один з способів підтримки гомеостазу, рівноваги соціальної системи, найважливіший механізм «політичної машини», що забезпечує демократію [173, с. 451–461]. Для іншого американського вченого Б. Барбера електоральна участь є потужним інструментом, що дозволяє забезпечити соціальну стабільність, «врівноважувати вплив вищих соціальних класів, а часом і брати над ними гору» [17, с. 237].

Отож, електоральна участь громадян є однією з класичних тем вивчення політичної науки. Сучасні дослідники демонструють різносторонність в поясненнях її феномену: з точки зору структури, форм, ефективності, рівнів, методів, ідеології тощо. Зазвичай під політичною участю розуміються дії, що вживаються соціальною спільністю та окремими громадянами з метою впливу на державну політику, управління державними справами або на вибір політичних лідерів на будь-якому рівні політичної влади (місцевому чи загальнонаціональному) [24]. Форму активної поведінки особи в політичній сфері суспільства, дії пересічних громадян, які намагаються впливати на прийняття владою політичних рішень або на вибір політичних лідерів [196, с. 56].

На сучасному етапі проблемні питання теорії політичної активності, напрямки, концепції, технології політичної участі досліджені такими вітчизняними науковцями: В. Бебиком [21–22], Є. Головахою [71–72], Н. Кирилюк [128–129], А. Колодій [140–142], Т. Кремень [148–149], І. Поліщуком [212–215], О. Резніком [244–249], А. Романюком [275–276], О. Чемшитом [323], О. Шинкаренко [332] та ін. У їх роботах ґрунтовно проаналізовано еволюцію наукових теорій й методології дослідження

політичної участі, а також масштаби, інтенсивність, технології і засоби залучення громадян у політику. Науковцями здійснено порівняння політичної активності населення за умов функціонування різних політичних систем та режимів, виокремлено фактори й мотиви, що впливають на вибір форм суспільно-політичної діяльності, з'ясовано причини масової активності та пасивності в політичних процесах тощо.

Важливий доробок в напрямку досліджень партій, партійних систем та участі громадян, як її складової, зробили такі зарубіжні вчені як А. Ашихмина [12], А. Вилков, [60] М. Галлахер [350], Д. Гоулд [77], В. Кольцов [143], М. Лачний [354], П. Осколков [359], А. Прокешова [361], В. (Зев) Ханін [309], Хенлі С., Сікк А. [352]. Ними розкрито проблематику партійних та інших політичних акторів, зокрема, політичних партій регіонального значення і з «атрибутиками регіональності», їхніх ознак, особливостей і характеристик; формальних і неформальних політичних акторів; особливостей взаємодії регіональних і національних політичних акторів, проблематику політичного процесу в світі.

Електоральну поведінку в контексті вивчення політичної участі, політичних партій, виборів та виборчих систем розробляють українські вчені Р. Балабан [14–16], Д. Белов [29], В. Жадько [106–107], М. Палінчак [196], В. Полторак [216–219], О. Петров [216, 219], Ф. Рудич [279], О. Сушко [295–296], В. Шаповал [328], О. Яременко, М. Міщенко [343–345] та ін. Теоретичний і практично-політичний доробок з концептуалізації процесів електоральної участі під час яких використовуються мобілізаційні чинники впливу на виборців міститься в працях І. Бекешкіної [26–28], В. Бортнікова [36], О. Вишняка [63–65], А. Колодій [140–142], А. Романюка [275–276], Н. Ротар [277–278], В. Хмелька [311], Ю. Шведи [329–331], О. Ямельницького [344] та ін.

На особливу увагу заслуговує низка монографічних досліджень, зокрема В. Бортнікова [36], І. Кресіної та Є. Перегуди [150], О. Князевої [136], Н. Ротар [277], А. Романюка і Ю. Шведи [276] та ін. Зокрема, В. Бортніковим обґрунтовано поведінку українських громадян на різних етапах демократичної

трансформації, досліджено функціональні та соціокультурні чинники, що детермінують демократичну участь. Науковцем здійснено аналіз нормативно-правової бази участі громадян у виборах вищих представницьких органів влади, простежено динаміку змін інституціональної структури виборчого процесу, характер електоральних переваг на виборах українського парламенту. В. Бортніков аналізуючи партійну систему України, підкреслив важливість підвищення соціальної ролі українських партій через вдосконалення нормативної бази їх діяльності, забезпечення гендерної рівності.

Н. Ротар у своїй монографії вперше здійснила аналіз формування основних моделей політичної участі громадян: електоральної, дискурсивної і протестної в контексті циклічних електоральних процесів в Україні, «свідоме використання яких є основою перетворення фасадної, делегативної демократії на реальну». Зокрема, у зазначеному доробку авторки розкриваються інституційні мобілізаційні фактори електоральної участі громадян України [277, с. 78–93].

Монографічне дослідження І. Кресіної та Є. Перегуди стало підґрунтям в дослідженні електоральних практик кінця 90-х – початку 2000-х рр. В роботі здійснено аналіз еволюції виборчого законодавства України, які регламентують виборчий процес, роль в цьому процесі Верховної Ради України, організованих політичних сил, аналіз платформ, з якими партії та кандидати йшли на вибори, особливості виборчих технологій, взаємовідносини з владними структурами та інститутами громадянського суспільства. Важливим для роботи став аналіз еволюції передвиборчих кампаній у взаємозв'язку з тенденціями соціально-економічного розвитку, концептуалізація проблем реформування виборчої системи.

Дослідження технологій та прийомів, що застосовуються в політичному процесі та присвячені мобілізаційним технологіям у виборчому процесі висвітлені в працях таких учених, як М. Афанасьєва [10], А. Баронін [18], А. Біденко [32], О. Бойко [34–35], М. Бучин [42–46], Л. Дорош [153–

154], Ю. Ільчева [116], В. Колесников [139], В. Лісничий [160], В. Мокан [176–178], Г. Почепцов [220], Е. Хан [308] та ін.

М. Афанасьєва в праці «Виборча інженерія в Україні» (2014) розкрила структуру виборчої інженерії в Україні на основі аналізу конституційного законодавства. Особлива увага приділена виборчій системі як об'єкту виборчої інженерії, критеріям її конституційно-правового конструювання (проаналізовано сутність зловживань повноваженнями владного характеру як прояву суб'єктивізму у виборчих процесах) [10, с. 79–83].

М. Бучином проаналізовано основні підходи до визначення рівня демократичності виборів, визначено групи демократичних принципів виборів. Науковцем розглянуто історичні аспекти становлення демократичних виборів на теренах України, відстежено еволюцію політико-правового регулювання демократичних принципів виборів. Цінними є напрацювання, що стосуються явища абсентеїзму, активізації електоральної участі, можливості застосування альтернативних методів голосування.

О. Колесник, визначає виборчі технології як сукупність засобів і алгоритмів цілеспрямованого політико-психологічного впливу на електоральні настрої та поведінку, а також на результати голосування задля досягнення цілей у виборчій кампанії [139, с. 56]. Це визначення ґрунтується на політико-психологічному впливі на поведінку, не беручи до уваги сукупність організаційних та адміністративних дій, які безпосередньо впливають на результати виборів. Мається на увазі, обрання найбільш вигідної для влади виборчої системи (розміру прохідного бар'єру, створення або заборона виборчих блоків партій), використання адміністративного ресурсу тощо.

В. Мокан в своїх дослідженнях розглядає проблему ефективності виборчих технологій, ефективності методів впливу на електорат та способи їх підвищення за умов конкуренції на політичному ринку; визначає співвідношення результатів впроваджених технологій до витрат ресурсів, що забезпечили досягнення результату.

Дослідженнями правового регулювання електорального процесу, його вдосконаленням та адаптацією відповідно європейських стандартів виборів здійснили: Ю. Ключковський [134], І. Кресіна [150], М. Мельник [171], Є. Перегуда [150], В. Погорілко [204], С. Рябов [280], М. Ставнійчук [292], В. Чубаєвський [325], В. Шаповал [328] та ін.

Психологічні впливи (об'єктивний показник електоральної участі громадян, що голосують на виборах), такі як мотивація участі та її сприйняття індивідом, суб'єктивне відчуття причетності до політики, суспільно-політичних подій досліджено у працях І. Вільчинської [66–68], Г. Дилігенського [93], Ю. Ірхіна [119], В. Климчука [131–132], О. Мелешкіної [168–170], Д. Ольшанського [178], Ю. Шайгородського [326–327] та інших. У цих дослідженнях участь визначають однією з умов розвитку особистості, частиною політичної соціалізації та політичного самовизначення.

У дисертації важливе місце відводиться групі досліджень, які висвітлюють застосування в політичних процесах новітніх мобілізаційних технологій завдяки їх відкритому доступу до інформації, зокрема мережевих та інформаційно–комунікаційних. Серед них слід виділити роботи таких зарубіжних і вітчизняних дослідників, як Г. Асмолов [9], З. Бауман [19], Н. Бойко [34], О. Грішин [78], О. Груєва [79], Т. Ісакова [120], Т. Купрій [152], Є. Магда [161], Дж. Новак [357], Дж. Осборн [360], М. Остапенко [191], А. Сіленко [283], Д. Столл [362], М. Яковлеєв [342] та ін.

Джерельну базу дослідження складає широке коло документів і матеріалів: Конституція України, Закони України, законодавчі акти Верховної Ради України, Укази Президента України, Розпорядження Кабінету Міністрів України, міжнародні політико-правові акти; матеріали Європейської комісії за демократію через право (Венеціанської комісії) та Агентства ОБСЄ у справах демократії та прав людини, Резолюції Парламентської Асамблеї Ради Європи; рішення Конституційного Суду України; дані Державної служби статистики, Державного реєстру виборців; матеріали соціологічних опитувань, моніторинги соціальних змін українського суспільства; матеріали засобів масової

комунікації; програми політичних партій; інформаційні матеріали науково-дослідницьких та аналітичних центрів і фондів, зокрема: Інституту соціології НАН України, Центру Разумкова (УЦЕПД), Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса, Національного інституту стратегічних досліджень, Центру дослідження соціальних комунікацій НБУВ, Фонду «Демократичні ініціативи», Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), Комітету виборців України, громадської мережі «ОПОРА», громадського руху «ЧЕСНО», інформаційного порталу Комітету виборців України, інформцентру «Майдан Моніторинг» та ін.; інформації з сайту Інформаційного управління Верховної Ради України, дані офіційного інтернет-представництва Президента України, офіційного сайту ЦВК України; матеріали преси, численних інтернет-джерел та ін.

В роботі особливого значення набули матеріали Венеціанської комісії та Агентства ОБСЄ у справах демократії і прав людини щодо вдосконалення українського виборчого законодавства до міжнародних стандартів. Основна частина документів, використана дисертантом, стосується аналізу стану парламентського виборчого законодавства та рекомендацій щодо прийняття Виборчого кодексу України. Серед них важливо зазначити такі: Висновок Венеціанська комісії щодо Закону України "Про вибори народних депутатів України" (2006 р.), збірник документів «Європейський демократичний доробок у галузі виборчого права. Матеріали Венеціанської комісії, Парламентської Асамблеї, Комітету Міністрів, Конгресу місцевих і регіональних влад Ради Європи» (2009), Висновок Європейської комісії за демократію через право щодо проекту Виборчого кодексу Верховної Ради України (2010 р.), Аналіз стану парламентського виборчого законодавства України: напрямки та шляхи його удосконалення (2015 р.), звіти місії ОБСЄ зі спостереження за виборами різних років тощо.

Надзвичайно корисними для роботи над дисертацією є інформаційно-аналітичні звіти громадянської мережі ОПОРА за перебігом та результатами парламентських виборів в Україні: Підсумковий звіт за результатами

загальнонаціонального спостереження за парламентськими виборами 2012 р.; Звіт про підкуп виборців та застосування адміністративного ресурсу на позачергових виборах народних депутатів України (2014 р.); Звіт за результатами спостереження ОПОРИ на позачергових виборах народних депутатів України 21 липня 2019 р.; Аналітичний звіт «Ключові пріоритети реформ у сфері виборів, референдумів та фінансування політики» (2019 р.) в якому досліджуються поточні пріоритети реформ у сфері виборів та містяться конкретні рекомендації щодо вдосконалення виборчого законодавства України.

В своєму дослідженні дисертант спирався на інформаційні дані науково-дослідницьких, аналітичних та соціологічних центрів і фондів з дослідження розвитку суспільства, зокрема Фонду демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва. Особливо важливими в дослідженні мобілізаційних чинників електоральної участі на парламентських виборах стали матеріали: «Політичний портрет України № 25. Вибори – 2002 р.: післямова» (2002 р.); «Ставлення громадян України до виборів 2007 р.» (2007 р.); «Вибори – 2012 р.: громадська думка населення України» (2012 р.); «Парламентські вибори – 2014 р.: електоральні настрої населення України» (2014 р.); «Чи стала Революція Гідності рушієм розвитку громадянського суспільства – експертне опитування» (2019 р.); «Ставлення українців до політичних партій і джерел їх фінансування» (2019 р.) та ін.

Отже, проблема мобілізації до електоральної участі знайшла відображення у великій кількості джерел та наукової літератури. Однак, якщо теоретичні та практичні проблем політичної участі досить глибоко осмислені дослідниками, то проблематика електоральної мобілізації у наукових працях вивчалась фрагментарно, без комплексного підходу. Вивчення мобілізаційних чинників електоральної участі у парламентських електоральних процесах, потребують подальшого ґрунтовного дослідження, оскільки вітчизняними науковцями у цьому напрямку зроблено лише перші кроки. Поглибленого аналізу потребують інституційні та політико-культурні чинники електоральної участі, які визначають динаміку й характер мобілізації; особливості застосування виборчих технологій для мобілізації електорату; існує

необхідність в продовженні комплексної роботи науковців над теоретичним та практичним удосконаленням нормативно-правової бази з регламентації та проведення виборів.

Висновки до розділу 1

Отже, теоретико-методологічний аналіз в дослідженні проблеми політичної участі демонструє глибокий науковий доробок від часів існування політичної влади до сьогодні. Проаналізовані джерела демонструють глибоке концептуальне вивчення теоретичних та практичних питань політичної участі, електоральної поведінки, електоральної участі та політичної мобілізації.

Узагальнення та систематизація згаданих трактувань в рамках визначених методологічних підходів дозволило виділити специфічний інструментарій, який уможливорює розгляд об'єктивних та суб'єктивних факторів політичної мобілізації, виокремити зовнішні та внутрішні передумови й чинники мобілізації громадян до електоральної участі.

Визначено, що явище політичної мобілізації стало наслідком запровадження у політичний процес інституту виборів, процедурні характеристики яких обумовлені рівнем розвитку демократії в країні, інституційною структурою, правовим регулюванням проведення виборів тощо. Відповідно характер виборів та чинники впливу на електорат зумовлені рівнем розвитку суспільства, його здатністю організувати виборчий процес.

Виявлено, що проблематика чинників мобілізації до електоральної участі в наукових працях вивчалась фрагментарно, або ж з позиції загальнонаціональних виборчих кампаній, не зосереджуючи увагу на суто парламентських виборчих процесах, що важливо з позиції демократичної трансформації електоральної системи та її адаптації до міжнародно-правових стандартів. Відтак, вважаємо за необхідне комплексно зосередитися на конкретних, малодосліджених, аспектах і чинниках політичної мобілізації на виборах Парламенту, які досі недостатньо висвітлені й обґрунтовані в науковій літературі. Структура дисертації та її зміст побудовані на концептуальних

засадах дослідження основ політичної участі, електорального процесу, сутності політичної та соціальної мобілізації, засобах її активізації, особливостях та результатах прояву.

РОЗДІЛ 2

НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ УЧАСТІ ГРОМАДЯН УКРАЇНИ В ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ

2.1. Нормативно-правова база участі громадян у виборах до Верховної Ради України

Структура нормативно-правового забезпечення електоральної участі громадян включає широку систему юридичних норм, правил та процедур які гарантують належний рівень організації виборів усередині держави. Унормування виборів регламентує комплекс нормативно-правових актів, зокрема: Конституція, міжнародні політико-правові акти, національні закони (комплексний виборчий кодекс або ж низка законів, що регламентують окремі аспекти виборів), постанови/укази та розпорядження центральних або місцевих органів влади тощо.

Організація та адміністрування демократичних виборів – складний процес, що побудований на засадах змагальності, таємності, політичної рівності і транспарентності, тобто відкритості і прозорості. Такі вибори регулюються сталими законами та правилами, які не змінюються на догоду політичній кон'юнктурі. Виборче законодавство сукупно передбачає наявність детальних роз'яснень з питань електорального процесу, забезпечення активної участі громадян, його підконтрольності з боку інституцій громадянського суспільства, воно створює можливості для відстоювання та захисту прав громадян тощо.

В Україні за роки незалежності відбулися суттєві зміни у правовому регулюванні виборів. Налагодження шляхів забезпечення законності виборів та наближення їх до загальноновизнаних міжнародних виборчих стандартів триває і сьогодні. Виборче законодавство, яке складається із законів та нормативно-правових актів різного рівня (Виборчий кодекс, урядові постанови, накази, розпорядження, рішення інших державних установ і організацій, роз'яснення ЦВК), є правовою підставою виборів. Воно регламентує порядок формування списку виборців (Державний реєстр виборців), виборчих округів та дільниць,

центральної та дільничних виборчих комісій, положення, які деталізують право участі кандидатів у виборах різних рівнів, порядок фінансування суб'єктів виборчого процесу, правила агітації, висвітлення виборів у ЗМІ, тощо.

До законодавчих норм з регулювання парламентських виборів, що мають безпосередній вплив на мобілізацію до електоральної участі дисертант відносить:

- *систему висування суб'єктів виборчого процесу* (участь у виборах окремо чи блоками партій; самовисування або як член партії для мажоритарників);

- *виборчі цензи* – сукупність вимог, яким повинен відповідати потенційний виборець для отримання права на участь у виборах. Виборчі цензи застосовуються стосовно активного (віковий ценз, ценз дієздатності) і пасивного виборчих прав (ценз осілості, ценз володіння державною мовою) тощо;

- *виборчий поріг* – мінімальна частка первинного голосування, яку кандидат або політична партія повинні досягти для того, щоб отримати право на будь-яке представництво в законодавчому органі;

- *якість списків виборців* (детальний запис про кожну зареєстровану особу яка має право голосу). Для того щоб гарантувати, що особи, які мають право голосу зможуть проголосувати, і не допустити до голосування осіб, які такого права не мають, списки виборців повинні бути повними (містити всі необхідні дані виборця), точними (коректно записані ПІП, адреса проживання), уточненими (містити підтвержені дані щодо осіб, які недавно отримали право голосу, змінили місце проживання, померли, тощо);

- *наявність/відсутність альтернативних методів голосування* (голосування за допомогою відкріпних посвідчень або посвідченням про тимчасову зміну місця голосування);

- *грошова застава* (стосується пасивного виборчого права та є фактично внесенням коштів за участь у виборах). Встановлення занадто високої

грошової застави є причиною неучасті у виборах потенційних кандидатів з обмеженими фінансовими ресурсами;

– *збір підписів* – реєстраційна норма на підтримку партії/кандидата. В Україні повністю скасована у 2009 р. – ця норма зазнала дискредитації та перетворилася на механізм недопущення реєстрації опозиційних кандидатів шляхом оголошення про порушення виборчого законодавства (підроблені підписні листи) та подачі неправдивих підписів провладними кандидатами;

– *поріг явки* – норма про мінімальний відсоток участі громадян на виборах (у 1998 році в Україні поріг явки було скасовано, тож низька активність виборців не є підставою не визнавати чинність результатів виборів);

– *територіальна організація виборів* – особливості утворення виборчих округів та виборчих дільниць (наявність звичайних, спеціальних та закордонних дільниць);

– *система виборчих комісій* – порядок організації та формування комісій з підготовки та проведення виборів, забезпечення додержання та однакового застосування законодавства до всіх суб'єктів виборів;

– *гарантії діяльності кандидатів* – з дня реєстрації кандидати мають рівні права (на виступи, поширення інформації в засобах масової інформації, відпустку з основного місця роботи тощо);

– *умови ведення передвиборчої агітації* – здійснення діяльності з метою спонукання виборців голосувати за або не голосувати за кандидатів/партії (зустрічі з виборцями, організація мітингів, проведення публічних дебатів, поширення політичної реклами, виборчих листівок, проведення іншого роду заходів на підтримку, публічні заклики голосувати/не голосувати та ін.);

– *спостереження за ходом виборчого процесу* – спостереження напередодні та в день виборів на дільницях, за процесом підрахунку голосів, оголошенням результатів виборів, дотримання виборчих прав, законності тощо.

Перші вибори до Верховної Ради України, що проводилися за дії нової Конституції України, відбулися 29 березня 1998 р. В Основному Законі на конституційному рівні було закріплено основні демократичні норми виборів до

вищого законодавчого органу країни, чисельність українського парламенту та строки його повноважень тощо. Згідно ст. 75 єдиним органом законодавчої влади в Україні є парламент. Конституційний склад Верховної Ради налічує чотириста п'ятдесят народних депутатів України, які обираються на основі загального, рівного і прямого виборчого права шляхом таємного голосування строком на чотири роки (ст. 76) [146]. Процедуру обрання та формування Верховної Ради України мали регламентувати спеціальні закони.

Законом України «Про вибори народних депутатів України» від 24.09.1997 р. (із змінами від 11.12.97 р., від 25.12.97 р., від 30.12.97 р.) запроваджено змішану (мажоритарно-пропорційну) систему виборів [221]. 225 депутатів обиралися в одномандатних виборчих округах за мажоритарної системи відносної більшості, а 225 депутатів – за списками кандидатів у депутати від політичних партій (блоків) у багатомандатному загальнодержавному виборчому окрузі на основі пропорційного представництва. Конституцією було знижено віковий ценз для народних депутатів з 25 до 21 року. Напроти ценз осілості збільшено з двох до п'яти років. Виборчий ценз складав 4 %.

Право висувати кандидатів у депутати мали громадяни України, політичні партії, блоки партій (які утворилися відповідно до законодавства України політичними партіями та зареєстровані Міністерством юстиції України) і безпосередньо громадянами шляхом самовисування, а також збори громадян і трудові колективи (ст. 20, ч. 1).

Активізації політичної участі сприяв той факт, що згідно закону для реєстрації кандидатів в депутати, партії або блоки партій подавали до Центральної виборчої комісії підписні листи встановленої форми з підписами не менше 200 тис. виборців, у тому числі не менше ніж по 10 тис. підписів виборців у кожній із будь-яких чотирнадцяти адміністративно-територіальних одиниць України (ст. 24, ч. 9). Ця норма сприяла утвердженню потужних політичних партій, що мали підтримку великої кількості виборців на значній території

країни. Що стосується одномандатних виборчих округів, кандидату потрібно було зібрати не менше 900 підписів виборців на свою підтримку (ст. 25, ч. 2).

Виборчі комісії наділялися правом перевіряти достовірність підписів зібраних за певного кандидата чи партію. Крім базових даних, підписний лист, що затверджувався Центральною виборчою комісією мав містити прізвище, ім'я, по батькові виборця, число, місяць та рік його народження; місце проживання; номер і серію паспорта або іншого документа, що посвідчує особу; особистий підпис виборця (ст. 23, ч. 2). Вище перелічені норми закону, обмежували можливості махінацій при зборі підписів та сприяли активному залученню до виборчого процесу. Умовою реєстрації партії (блоку) стало внесення нею грошової застави у розмірі 1 тис. неоподаткованих мінімумів доходів громадян (ст. 24, ч. 8).

Закон впровадив інститут уповноважених. Кожна політична партія, блок партій після реєстрації списків кандидатів у депутати подавала до Центральної виборчої комісії список до 30 осіб, що мали право від імені політичної партії, блоку партій представляти їх інтереси у взаємовідносинах з виборчими комісіями, органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, об'єднаннями громадян, виборцями (ст. 28, ч. 1). Повноваження уповноважених осіб починалися з дня реєстрації та закінчувалися після опублікування результатів виборів по багатомандатному загальнодержавному виборчому округу (ст. 28, ч. 5).

Кандидат у депутати в одномандатному виборчому окрузі мав право на п'ять довірених осіб для допомоги йому в проведенні виборчої кампанії, ведення передвиборної агітації, представлення інтересів кандидата у відносинах з виборчими комісіями, органами державної влади і органами місцевого самоврядування, об'єднаннями громадян, а також виборцями (ст. 29, ч. 1). Новацією закону стало те, що у заходах, пов'язаних з виборами мали право брати участь офіційні спостерігачі від інших держав та міжнародних організацій, а також від громадських організацій (ст. 30).

За 15 днів до дня голосування заборонялося оголошувати в державних і недержавних засобах масової інформації результати соціологічних досліджень, опитувань громадської думки та інших прогнозів про рейтинг політичних партій чи окремих кандидатів у депутати (ст. 35, ч. 12). Важливим є той факт, що офіційно заборонялося проводити передвиборчу агітацію, що супроводжувалася наданням безплатно чи на пільгових умовах товарів, кредитів, лотерей, грошей чи послуг.

Виборчий закон 1997 р., що передбачав змішану, мажоритарно-пропорційну виборчу систему, сприяв підвищенню ролі партій у суспільному житті. Політичні партії почали розглядатися як механізм впливу на державну політику, зокрема, і на діяльність парламенту. Основною метою їх діяльності став безперервний вплив на формування політичної волі шляхом участі у виборах, що сприяло структуруванню суспільних інтересів та представництва партій в органах державної влади.

Наступні парламентські вибори в Україні відбулися 31 березня 2002 р. за пропорційно-мажоритарною системою на основі оновленого Закону України «Про вибори народних депутатів України», прийнятого 18.10.2001 р. [222]. Закон про вибори народних депутатів, прийнятий у жовтні 2001 р. після накладення президентом п'яти вето, являв собою більш досконалий законодавчий акт у порівнянні з попереднім законодавством і забезпечував адекватні умови для проведення демократичних виборів. У новому законі було враховано більшість рекомендацій ОБСЄ/БДПІЛ та Ради Європи.

Так, було значно розширено та деталізовано загальні положення закону, що сприяли участі в голосуванні. Зокрема, документом, що підтверджував громадянство України виборця, визначено не лише паспорт громадянина України, а й паспорт громадянина України для виїзду за кордон, тимчасове посвідчення громадянина України, дипломатичний паспорт, службовий паспорт, посвідчення особи моряка, посвідчення члена екіпажу, військовий квиток для військовослужбовців строкової служби (ст. 2, ч. 2). Громадянин України, який проживав або перебував в період підготовки і проведення

виборів за межами України на законних підставах, наділявся правом голосу на виборах депутатів (ст. 2, ч. 6) [222]. Прохідний бар'єр для партій і блоків становив 4 %.

Незмінними залишилися вимоги до кандидатів у депутати: обраним міг стати громадянин України, який на день виборів досяг двадцяти одного року, наділений правом голосу та проживав в Україні протягом останніх п'яти років (ст. 6, ч. 6). Право висування кандидатів у депутати належало громадянам України, які досягли 18 років і мали право голосу. Це право реалізувалося через партії (блоки) або шляхом самовисування у порядку, встановленому Законом (ст. 9).

Законом унормовано склад окружних виборчих комісій, що утворювалися Центральною виборчою комісією не пізніше як за 80 днів до дня виборів та налічували від 12 до 20 осіб (ст. 20, ч. 1). До складу окружних виборчих комісій (ОВК) обов'язково входили представники партій (блоків), які подолали 4 % бар'єр на попередніх виборах та партії, які у поточному складі Верховної Ради України мали свої партійні фракції (фракції блоків) (ст. 20, ч. 2). Представники інших партій мали можливість потрапити до складу окружних виборчих комісій шляхом жеребкування.

Для дільничних виборчих комісій (ДВК) норма представництва встановлювалася на рівні не менше восьми осіб (верхня межа не конкретизована). Проте, на дільницях, де кількість виборців не перевищувала п'ятдесяти осіб, дільнична виборча комісія могла утворюватися у складі голови, секретаря та двох, чотирьох членів комісії (ст. 21, ч. 2). Важливо, що керівний склад ОВК та ДВК мали представляти особи різної партійної приналежності. Таким чином, запроваджувалося багатопартійне представництво в окружних та дільничних виборчих комісіях, а також пропорційний розподіл посад голів дільничних виборчих комісій серед представників партій. Суб'єкти виборчого процесу подавали до окружної виборчої комісії списки осіб (партійних або безпартійних) для включення їх до

складу дільничних виборчих комісій (ст. 21, ч. 5), що сприяло активній участі громадян у виборчому процесі.

Для підготовки та проведення голосування виконавчі органи влади до 1 вересня року, що передував рокові проведення чергових виборів, склали загальні списки виборців, які проживали на відповідній території (ст. 30, ч. 1). Не пізніше як за 30 днів до дня виборів списки передавалися дільничним виборчим комісіям (ст. 30, ч. 2). ДВК уповноважувалася уточнювати списки виборців та доповнювати їх на підставі особистих звернень громадян, подань органів та посадових осіб. Підписані та скріплені печаткою комісії, списки виборців не пізніше як за 15 днів (у винятковому випадку не пізніше як за 3 дні до виборів) подавалися для загального ознайомлення (ст. 31, ч. 1).

Закон запроваджував інститут відкріпних посвідчень, який дозволяв виборцю голосувати у разі його відсутності за межами виборчої дільниці. Так, за 25 днів до виборів, громадянин міг звернутися до ДВК із заявою про виключення його із списку виборців. На підставі цієї заяви та документа, що підтверджує особу, ДВК видавала відкріплювальне посвідчення (ст. 31, ч. 4). Виборець вносився у списки виборців не за місцем свого проживання на основі заяви, документа з посвідчення особи та відкріпного посвідчення.

Через відсутність централізованих реєстрів виборців у 2002 р., списки виборців були ненадійними, містили застарілу інформацію, включаючи дані виборців, що переїхали до інших округів, залишили Україну або померли, але їхні прізвища залишалися у списках виборців [26, с. 22–27]. Ці неточності були використані недобросовісними політичними технологами для маніпуляції у ході виборів.

Щодо порядку висування кандидатів у депутати, це право належало партіям, що були зареєстровані не пізніше як за рік до дня виборів (виборчий блок партій висував кандидатів за умови, що до його складу входять партії, зареєстровані у вище зазначений період) (ст. 38, ч. 1). В одномандатних виборчих округах громадянин України міг стати кандидатом у депутати шляхом самовисування або висування партією (блоком партій). При цьому

партія (блок) могла висувати кандидатом у депутати особу, яка є членом цієї партії або позапартійного громадянина (ст. 40, ч. 4). Під час висування кандидата від партії (блоку) на відповідних форумах мали брати участь не менше 200 делегатів.

Серед основних нововведень закону – відмова від збору підписів виборців. Це рішення пояснюється скороченням до 90 днів виборчого процесу та дискредитацією інституту підписів виборців на попередніх виборах. Для реєстрації кандидатів від політичних партій і кандидатів, що балотувалися в одномандатних виборчих округах, було збільшено розмір грошової застави, відповідно до 15 тис. і 60 неоподаткованих мінімумів доходів громадян (ст. 43, ч. 1, 2). Ця норма призвела до зменшення кількості кандидатів від мажоритарних округів, а також кількості партій та політичних блоків через неповернення грошової застави тим, хто програв вибори.

Що стосується перевиборчої агітації (ст. 50–56), вона розпочиналася за 50 днів до дня виборів та закінчувалася о 24 годині останньої п'ятниці перед днем виборів. Із вказаного часу заборонялося проведення активної агітації, а також оприлюднення результатів опитування виборців (результати опитувань щодо волевиявлень громадян дозволялося публікувати після офіційного закриття дільниць).

Закон не передбачав чіткого визначення поняття «передвиборна агітація». Це призвело до ситуацій, коли державні посадові особи, що виступали кандидатами на виборах, робили «офіційні заяви» в період передвиборної кампанії під час виконання ними службових обов'язків [56]. До недоліків закону де регламентується проведення передвиборчої агітації, також відносимо відсутність незалежних засобів масової інформації державної служби, які забезпечували безсторонню та політично збалансовану інформацію про учасників передвиборних перегонів

Із метою демократизації виборів, їх прозорості і визнання на міжнародному рівні легітимності результатів виборів, підвищено правовий статус інституту офіційних спостерігачів від політичних партій (блоків),

кандидатів в народні депутати, що балотувалися в одномандатних округах, міжнародних спостерігачів тощо. Якщо раніше правовий статус спостерігачів регулювався спеціальним Положенням, яке приймала ЦВК, то в оновленому законі про вибори їх діяльність регламентовано безпосередньо в законі (ст. 59–61). Водночас, законом не передбачено залучення до спостереження за виборчим процесом позапартійних вітчизняних спостерігачів. Повноваження всіх спостерігачів були обмежені, тобто не забезпечувалася можливість спостереження за всіма аспектами зведення результатів голосування в окружних виборчих комісіях [56]. Також закон не регламентував порядку присутності/відсутності неуповноважених осіб на виборчих дільницях та в приміщеннях окружних виборчих комісій.

Уперше запроваджено норму, за якою ДВК могла визнати голосування недійсним у разі встановлення нею порушень вимог закону, внаслідок яких неможливо достовірно встановити результати волевиявлення виборців: у разі виявлення порушень голосування у кількості, що перевищує 10 % кількості виборців, які взяли участь у голосуванні або у разі виявлення у виборчих скриньках виборчих бюлетенів у кількості, що перевищує більше ніж на 10 % кількість виборців, які взяли участь у голосуванні (ст. 70, ч. 1, 2). Проте, в законі не було чітко визначено обставин, за яких необхідно проводити перерахунок голосів або визнавати вибори недійсними.

26 березня 2006 р. відбулися чергові парламентські вибори, що проходили відповідно до Закону України «Про вибори народних депутатів України», ухваленого парламентом 25.03.2004 р. і який набрав чинності 1.10.2005 р. [223]. Уперше вибори парламенту відбувалися за пропорційною виборчою системою, відповідно до якої кандидати у народні депутати України могли бути висунуті лише політичними партіями або виборчими блоками політичних партій. Усі 450 народних депутатів України обиралися в єдиному загальнодержавному окрузі. У розподілі депутатських мандатів брали участь партії (блоки), виборчі списки яких за підсумками голосування на виборах депутатів набрали не менше 3% голосів виборців, що взяли участь у

голосуванні (ст. 1, ч. 4). Таким чином, новим Законом зменшено прохідний бар'єр з 4% до 3%. До того ж, Верховна Рада України обрана 2006 року відрізнялася від попередніх довгим терміном її повноважень – п'ять років (відповідно до внесення змін в Конституцію від 08.12.2004 р.).

Зазначимо, що для забезпечення більшої стабільності правової бази Законом «Про вибори народних депутатів України» від 1.10.2005 р. встановлювався 240-денний термін до дня проведення виборів, протягом якого не дозволялося вносити будь-які зміни та доповнення до закону. Цю норму можна було б трактувати як стабілізацію виборчого законодавства, проте, після офіційного публікування Закону лишався тільки один місяць для внесення будь-яких змін. У подальшому парламент неодноразово переглядав цю норму, скоротивши цей термін удвічі, а згодом зовсім скасував [54].

Кандидатів у депутати могла висувати партія, яка зареєстрована в установленому законом порядку не пізніше ніж за триста шістдесят п'ять днів до дня виборів, або виборчий блок партій за умови, що всі партії, які входять до його складу, зареєстровані не пізніше як за триста шістдесят п'ять днів до дня виборів (ст.10, ч. 2).

Вибори депутатів проводилися в єдиному загальнодержавному багатомандатному виборчому окрузі, який включав в себе всю територію України та закордонний виборчий округ. Для проведення виборів депутатів територія України поділялася на 225 територіальних виборчих округів (ст. 18, ч. 1, 2).

Виборчі дільниці, що утворювалися для організації, проведення голосування та підрахунку голосів виборців могли бути звичайні, спеціальні або закордонні. Згідно ст. 19, ч. 3, вони поділялися на малі (кількість виборців до 500 осіб), середні (від 500 до 1500 виборців), великі (понад 1500 осіб). Зменшення кількості виборців на одну виборчу дільницю до 2,5 тис. (порівняно з попередньою кількістю в 3 тис. виборців у 2002 р.) покращило умови забезпечення виборцям реалізації свого права голосу в належних умовах.

Поправками до закону про парламентські вибори від 07.07.2005 р. було запроваджено нові правила формування окружних виборчих комісій. За новою

редакцією Закону «Про вибори народних депутатів України» окружні виборчі комісії вперше набули статусу юридичних осіб, запроваджено принцип юридичної відповідальності членів цих комісій. Враховуючи недоліки президентських виборів 2004 року, коли склад виборчих комісій був чисельним, максимальну кількість членів окружних виборчих комісій було визначено в кількості не менше 12 і не більше 18 осіб.

Закон передбачав, що до складу окружної виборчої комісії обов'язково включалися (за наявності відповідного подання) по одному представнику від партій (блоків), які в поточному складі Верховної Ради України станом на 15 вересня року, що передує рокові проведення виборів, мали свої партійні фракції (фракції блоків). По одному представнику від інших партій (блоків) – суб'єктів виборчого процесу включалися до складу окружної виборчої комісії шляхом жеребкування (ст. 27, ч. 3). Склад дільничних комісій залежно від розмірів передбачав від 10 до 24 членів комісій. Право подавати кандидатури до складу дільничних виборчих комісій належало партіям (блокам), які в поточному складі Верховної Ради України станом на 15 вересня року, що передує рокові проведення виборів, мали свої партійні фракції (фракції блоків), а також інші партії (блоки) – суб'єкти виборчого процесу (ст. 28, ч. 2, 4).

Згідно ст. 39, ч. 1, 2, для підготовки проведення голосування виборців до 1 жовтня року, який передує року проведення чергових виборів, складалися загальні списки виборців. Для складання та уточнення загальних списків виборців, які проживають на певній території, виконавчими органами міських рад утворювалися робочі групи обліку виборців на період з 1 серпня року, що передує року проведення чергових виборів, до дня проведення чергових виборів включно [223]. Закон передбачав створення центральної та регіональних контрольних груп для забезпечення громадського контролю за достовірністю та процесом складання загальних списків виборців.

Незважаючи на попередні рекомендації місії ОБСЄ/БДПЛ, надані у 2002 р., у 2006 р. Україна так і не створила централізовану систему реєстрації виборців. Існуюча система ґрунтувалась на об'єднанні численних списків,

наданих місцевими органами виконавчої влади. Якість наданих даних значною мірою варіювалася в різних регіонах через різні технології, що застосовувалися на місцях для зберігання даних, та через різний рівень відповідальності місцевих адміністрацій щодо виконання цього завдання [54]. Участь різних суб'єктів у складанні списків виборців спричинила недостатню визначеність стосовно того, який орган мав бути відповідальним за вчинені недоліки.

Якщо попередній закон про вибори народних депутатів 2001 р. лише запроваджував інститут відкріпних посвідчень, то в новому законі цьому інституту присвячено цілу статтю (ст. 42). У ній регламентовано порядок використання відкріпних посвідчень, їх облік і контроль. Відкріпні посвідчення, як документи суворої звітності, виготовлялися у кількості 2% від кількості виборців, внесених до уточнених загальних списків виборців (ст. 42, ч. 4, 6). При цьому, дільничним виборчим комісіям спеціальних виборчих дільниць бланки відкріпних посвідчень не передавалися. Кожна дільнична виборча комісія могла видати відкріпне посвідчення виборцю, зареєстрованому для голосування на території відповідної виборчої дільниці, якщо він мав бути відсутнім на місці свого проживання в день виборів. Загалом вважалося, що проблему неконтрольованих відкріпних посвідчень, що спостерігалася на попередніх виборах, було розв'язано.

Висування кандидатів у депутати розпочиналося за 119 днів і закінчувалося за 90 днів до дня виборів (ст. 55). Кількість кандидатів у депутати, що висувалися партією (блоком), не мала перевищувати кількості депутатів, яка становить склад Верховної Ради України, визначений Конституцією України, та не могла бути меншою від 18 осіб (ст. 57, ч. 1). При цьому, партія або блок партій міг висувати кандидатом у депутати особу, що є членом партії або позапартійну особу. Умовою реєстрації кандидата в депутати була грошова застава, яка становила 2 тис. мінімальних розмірів заробітної плати (ст. 59, ч. 1). Грошова застава поверталася партіям (блокам) при умові участі в розподілі депутатських мандатів. В разі, якщо партія або блок не

подолали прохідний бар'єр, внесена грошова застава перераховувалася до Державного бюджету.

Вище зазначений порядок висування та реєстрації кандидатів, унеможливив балотування незалежних кандидатів, які не належали до жодної політичної партії чи блоку. Це обмеження суперечило пункту 7.5 Копенгагенського документа ОБСЄ 1990 р. і ще більше посилювалось через те, що подавати списки кандидатів могли лише ті політичні партії, які були засновані принаймні за рік до дня виборів [54]. Незалежність кандидатів чи обраних народних депутатів надалі обмежувалася через запровадження в Конституції концепції «імперативного мандату», яке не дозволяло парламентареві переходити до іншої партії/блоку чи покидати свою фракцію, залишаючись при цьому незалежним депутатом у парламенті.

Що стосується виборчої агітації, новий Закон значно деталізував порядок та умови її проведення, регламентував діяльність ЗМІ. Так, усі матеріали передвиборної агітації повинні бути відокремленими від інших матеріалів і означені як такі (ст. 71, ч. 17). Засобам масової інформації усіх форм власності, що діяли на території України, заборонялося протягом останніх п'ятнадцяти днів перед днем виборів поширювати інформацію про результати опитувань громадської думки щодо партій (блоків) (ст. 71, ч. 20).

Гарантії діяльності партій (блоків) у виборчому процесі забезпечувалися участю представника партії (блоку) у ЦВК, уповноважених осіб у виборчих комісіях різного рівня (не більше п'яти уповноважених осіб у загальнодержавному виборчому окрузі та не більше двох уповноважених осіб у кожному територіальному окрузі) (ст. 72, ч. 1, 5). Уповноважена особа партії (блоку) наділялася правом дорадчого голосу на засіданнях виборчих комісій, правом бути присутньою під час голосування та при підрахунку голосів виборців, мала права офіційного спостерігача від партії (блоку) (ст. 72, ч. 15).

Право спостерігати за ходом виборчого процесу законом надавалося офіційним спостерігачам від партій (блоків), громадських організацій, іноземних держав та міжнародних організацій (ст. 74, ч. 1–3), діяльність яких

регламентувалася окремими статтями. Офіційний спостерігач від партії (блоку) мав право перебувати на виборчих дільницях під час голосування, спостерігати за діями членів виборчої комісії, у тому числі під час підрахунку голосів; робити зйомку процесу; бути присутнім при видачі виборчих бюлетенів членам дільничної виборчої комісії, бути присутнім на засіданнях дільничних та окружних виборчих комісій; звертатися до відповідної виборчої комісії чи до суду з вимогою про усунення порушень в разі їх виявлення; складати акт про виявлення порушення; вживати необхідних заходів щодо припинення протиправних дій під час голосування та підрахунку голосів виборців; отримати копії протоколів (ст. 75, ч.1–8).

Уперше за історію парламентських виборів України, право мати офіційних спостерігачів надавалося громадським організаціям. Так, громадські організації, до статутної діяльності яких належало питання виборчого процесу та спостереження за ним, зареєстровані не менш як за 2 два роки до виборів, наділялися правом за дозволом Центральної виборчої комісії мати офіційних спостерігачів, що вели спостереження за перебігом виборчого процесу (ст. 76, ч. 1). У порівнянні з правами офіційних спостерігачів від партії (блоку), офіційні спостерігачі від громадських організацій мали дещо вужчі повноваження.

30 вересня 2007 р. відбулися позачергові парламентські вибори. Вони стали п'ятими парламентськими виборами з часів набуття Україною незалежності та були наслідком політичної кризи. Конфлікт між Президентом України та правлячою коаліцією виник у зв'язку з розподілом повноважень і відповідних конституційних прерогатив, яку ускладнювала неефективна система стримувань і противаг. Із червня 2007 р. унаслідок дострокового припинення повноважень народних депутатів, обраних від виборчих блоків політичних партій БЮТ і «Наша Україна», Верховна Рада виявилася неправоздатною. 27 травня 2007 р. Президент, Прем'єр-міністр та Голова Верховної Ради України досягли згоди про проведення дострокових парламентських виборів.

Вибори проходили за Законом України від 25 березня 2004 р. «Про вибори народних депутатів України», зі змінами і доповненнями від 1.06.2007 р. [223]. Позачергові вибори народних депутатів України проводилися на пропорційній основі з прохідним бар'єром у 3 % від числа виборців, що взяли участь у голосуванні. Зміни стосувалися організації роботи виборчих комісій, голосування виборців за місцем перебування, встановлення результатів голосування, а також заміщення депутатів, повноваження яких були припинені достроково.

Згідно ст. 84, ч. 5, виборець, який не здатний самостійно пересуватися, подавав поштою або через інших осіб власноручно написану заяву з проханням забезпечити йому голосування за місцем його перебування. Така заява повинна була подана до дільничної виборчої комісії не пізніше 20 години останньої п'ятниці перед днем виборів. Законом скасовувалася законодавча норма, що забезпечували підтвердження голосування громадян за місцем їхнього перебування, а саме довідка, про факт неможливості пересування.

Закон забороняв утворювати нові закордонні виборчі дільниці (ст. 102-1). На позачергових виборах використовувалися закордонні виборчі дільниці, утворені для останніх виборів народних депутатів України. Положення статті 102-1 не сприяло втіленню в життя принципу загального виборчого права, оскільки обмежувало можливість утворення дільниць у країнах, де кількість українських громадян суттєво зросла після дати проведення останніх чергових виборів.

Згідно ст. 102-2 Закону «Про вибори народних депутатів України» кандидатури до складу окружних виборчих комісій подавалися від депутатських фракцій, які були утворені у поточному скликанні Верховної Ради України. При цьому, кількість кандидатур, які включаються до складу окружної виборчої комісії за поданням кожної фракції, визначалася Центральною виборчою комісією з дотриманням рівного представництва коаліції депутатських фракцій та опозиції, сформованих у Верховній Раді України поточного скликання (ст. 102-2). Монопольне право на подання кандидатур до

складу виборчих комісій закріплене лише за парламентськими партіями і блоками фактично позбавляло всіх інших суб'єктів виборчого процесу у здійсненні пасивного виборчого права.

Складання списків виборців здійснювалося з використанням механізмів і процедур, визначених Законом України «Про Державний реєстр виборців» [229]. 22 лютого 2007 р. парламентом був прийнятий Закон «Про Державний реєстр виборців», реалізація якого дозволила б забезпечити втілення в життя принципу загального виборчого права. Однак у силу того, що робота над Державним реєстром виборців ще не була завершеною і сам Закон набув чинності лише 1 жовтня 2007 р., позачергові вибори у вересні 2007 р. проводились на основі чинної нормативно-правової бази з урахуванням новел Закону «Про внесення змін до Закону України «Про вибори народних депутатів України» та деяких інших законодавчих актів України (щодо порядку проведення позачергових виборів до Верховної Ради України та заміщення народних депутатів України, повноваження яких були достроково припинені)» [223]. Ряд положень в частині уточнення списків виборців, насамперед в останні дні перед голосуванням, залишилися без відповідей.

Суб'єктивним, на нашу думку, було право громадського контролю за процесом складання та достовірності загальних списків виборців, що надавалося центральній та регіональним контрольним групам до складу кожної з яких входили по одному представнику від партій (блоків), які в поточному скликанні Верховної Ради станом на 15 вересня року, що передуює рокові проведення виборів, мали свої партійні фракції (фракції блоків) (ст. 39, ч. 18) [223]. Відповідно, сумнівним виявився принцип рівності суб'єктів виборчого процесу, адже парламентські політичні партії мали ряд прав, яких не мали інші партії і блоки.

Законом не було передбачено використання відкріпних посвідчень. Частина 7 статті 102 Закону України від 25 березня 2004 р. «Про вибори народних депутатів України», зі змінами і доповненнями від 01 червня 2007 р., передбачала, що при проведенні позачергових виборів народних депутатів

України відкріпні посвідчення не виготовляються і не використовуються. Відповідно всі виборці, які з об'єктивних причин не змогли проголосувати на загальних дільницях або за місцем свого перебування, фактично позбавлялись права голосу [223]. Закріплення цієї норми у виборчому законодавстві, виявилася під сумнівами, адже процедура виготовлення і використання відкріпних посвідчень на попередніх виборах виправдала себе. Суттєвих нарікань на згадану процедуру не виникало ні з боку суб'єктів виборчого процесу, ні офіційних спостерігачів. Проте, існування фактів масових фальсифікацій за допомогою відкріпних посвідчень (президентські вибори 2004 р., парламентські вибори 2006 р.) не залишилися поза увагою законотворців, що і пояснюється їх відсутністю на парламентських виборах 2007 р.

Відповідно до ст. 102-2, ч. 9, органи державної прикордонної служби за три дні до дня виборів подавали до окружних виборчих комісій відомості про осіб, які зареєстровані в межах відповідної адміністративно-територіальної одиниці, фактично перетнули державний кордон України і на момент подання відомостей відсутні дані про їх повернення на територію України [223]. Ця норма фактично позбавляла права участі у виборах громадян, що за три дні до дня виборів не встигли повернутись в Україну з-за кордону (або повернулися, але даних про їхнє повернення в Україну не було).

Міжнародні експерти зі спостереження за парламентськими виборами 2007 р., висловлювали низку рекомендацій щодо удосконалення регулювання діяльності ЗМІ під час виборів. Значна частина таких рекомендацій стосувалася реформування ЗМІ в цілому (посилення рівня незалежності Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, створення суспільного мовлення, забезпечення прозорості власності щодо ЗМІ). Рекомендації торкалися безпосередньо регулювання діяльності ЗМІ у виборчому процесі, а саме уточнення поняття передвиборної агітації та її форм, скасування заборони на оцінку діяльності партій і блоків упродовж 20 хвилин до і після теле- або радіотрансляції передвиборної агітації та ін. [223].

Після проведення позачергових виборів 2007 р., українські законотворці залучалися до діалогу з міжнародними установами та організаціями щодо вдосконалення виборчої системи. Венеціанською комісією було запропоновано у ході виборчої реформи запровадити пропорційну систему на основі регіональних виборчих округів, що дозволило б уникнути недоліків виборчих систем допущених на попередніх виборах.

28 жовтня 2012 р. відбулися чергові парламентські вибори, що проходили в умовах дії змін та доповнень Конституції України 1996 р. (Законами України від 8.12.2004 р., від 1.02.2011 р.). Зокрема, відповідно ст. 76 Основного Закону строк повноважень Верховної Ради України було збільшено до п'яти років. Вибори відповідно до Закону України «Про вибори народних депутатів України», який прийнято 17.11.2011 р. проводилися за змішаною (пропорційно-мажоритарною) системою з 5% виборчим бар'єром [223].

Депутатом міг бути обраний громадянин України, який на день виборів досяг двадцяти одного року, мав право голосу і проживав в Україні протягом останніх п'яти років (ст. 9, ч. 1). Ця вимога, на думку Венеціанської комісії, була надмірною, а тривалість проживання не повинна перевищувати шість місяців. Триваліший термін може встановлюватися винятково з метою захисту національних меншин або відносно громадян, які балотуються на місцевих і регіональних виборах [286]. Законом заборонялося, висувати чи обирати депутатом особу, що має судимість (за винятком ситуації, коли судимість погашена або знята). Це означало, що громадянину, за вчинення умисного злочину (незалежно від природи або тяжкості злочину) відмовлялося у наданні пасивного виборчого права.

Ст. 26, ч. 3, визначала вимоги до членів окружних виборчих комісій. До складу окружної чи дільничної виборчої комісії не могли входити громадяни, що мають судимість за вчинення тяжкого або особливо тяжкого злочину, злочину проти виборчих прав громадян (якщо ця судимість не погашена або не знята у встановленому законом порядку). Закон передбачав обов'язкове навчання, організоване Центральною виборчою комісією, керівного складу

окружної комісії (ст. 26, ч. 7). Позитивною зміною стало виключення положення, що вимагало від окружних виборчих комісій сприяння кандидатам у проведенні заходів передвиборчої агітації.

Розширювався перелік партій, які могли висувати кандидатів до складу виборчих комісій. До нього увійшли всі політичні партії, що висунули кандидатів на виборах, а не лише ті, які представлені у поточному скликанні парламенту (ст. 27, ч. 2). Водночас, законом не було передбачено процедури забезпечення представництва позапартійних кандидатів в окружних виборчих комісіях.

Позитивним зрушенням в напрямку належного забезпечення організації та проведення виборчої кампанії стало застосування єдиного централізованого та комп'ютеризованого Державного реєстру виборців (відповідно до вимог Закону України «Про державний реєстр виборців», прийнятого 22 лютого 2007 р.) [229]. Закон був створений і вперше використаний під час виборів Президента у 2010 р.

Списки виборців друкувалися у двох примірниках, один з яких зберігався в окружній виборчій комісії, а другий надавався дільничній виборчій комісії для ознайомлення виборців (ст. 40, ч. 1). Голосування за відкріпними посвідченнями у Законі про вибори народних депутатів України від 17.11.2011 р. не передбачалося. Була введена процедура, згідно з якою виборці могли тимчасово змінити свою виборчу адресу без зміни місця проживання, якщо вони не можуть проголосувати на своїй виборчій дільниці. Ця процедура також стосувалася виборців, які у день виборів тимчасово перебували за кордоном. Заява подавалася до відповідної окружної виборчої комісії або дільничної виборчої комісії, що були зобов'язані передати її до органу ведення Державного реєстру виборців не пізніше ніж за п'ять днів до дня голосування (ст. 41, ч. 3).

Для фінансування виборчих кампаній, партії, кандидати у депутати від якої зареєстровані в загальнодержавному окрузі та кандидати у депутати в одномандатних округах, зобов'язувалися утворити власний виборчий фонд

(ст. 42, ч. 2). Виборчі фонди кандидатів і партій склалися з власних коштів партії та добровільних внесків фізичних осіб (ст. 50, ч. 1). В законі не було взято до уваги рекомендацію ОБСЄ/БДПЛ щодо негрошових внесків громадян [286]. На думку міжнародних фахівців, це обмежувало політичну участь у підтримці кампанії для осіб, які не можуть зробити фінансові пожертви до виборчих фондів.

Закон про вибори народних депутатів України від 17.11.2011 не встановлював обмежень щодо витрат партії або кандидата в одномандатному виборчому окрузі під час кампанії. На нашу думку, відсутність обмежень щодо витрат передвиборної кампанії призвело до переваг заможніших кандидатів та партій. До того ж, партії з недостатнім фінансуванням могли відмовлятися брати участь у виборах, через фінансову слабкість.

Висування кандидатів у депутати розпочиналося за 90 і закінчувалося за 79 днів до дня голосування. Право висування кандидатів у депутати у одномандатних округах реалізувалося виборцями через партії або шляхом самовисування (ст. 52, ч. 1,3). Одна і та ж особа могла балотуватися лише по одному з округів: загальнодержавному або одномандатному.

Законом про вибори народних депутатів (зі змінами від 05.04.2012), заборонялося створення виборчих блоків. На думку ОБСЄ/БДПЛ і Венеціанської комісії, таке обмеження зачіпало право партій на свободу об'єднань. Якщо не існує законних підстав для заборони формування блоків, політичні партії повинні мати право обирати, чи хочуть вони об'єднатися з іншими партіями у коаліцію, чи братимуть участь у виборах самостійно [223]. Законом передбачалося внесення грошової застави від партій у розмірі 2000 мінімальних зарплат, та кандидатів в одномандатних округах – 12 мінімальних зарплат (ст. 56, ч. 1, 2). Право на повернення застави мали партії та кандидати в одномандатних округах, що пройшли до парламенту. Подібне фінансове зобов'язання призвело до зниження виборчої участі дрібних партій та окремих кандидатів-самовисуванців, котрі не володіли достатніми ресурсами.

Що стосується інформаційного забезпечення виборів, нововведенням стало скорочення періоду, протягом якого заборонялося публікувати результати опитування громадської думки у ЗМІ (ст. 67, ч. 3). У порівнянні з минулими виборами цей термін зменшили з 15 до 10 днів. У ст. 71 передбачалося право кандидатів на використання ЗМІ усіх форм власності для проведення передвиборної агітації. Разом з тим, заборонялося проведення передвиборчої агітації у закордонних ЗМІ, що працюють на території України, а також у зареєстрованих в Україні ЗМІ, в яких частка зарубіжної власності перевищує 50 % (ст. 74, ч. 18). Таким чином, вказане обмеження забороняло проводити передвиборчу агітацію, спрямовану на українців, що перебували за кордоном.

Законом заборонялася участь у передвиборній агітації іноземців та осіб без громадянства, у тому числі через журналістську діяльність чи у формі участі у концертах, виставах, спортивних змаганнях, інших публічних заходах, що проводилися на підтримку чи за підтримки суб'єкта виборчого процесу (ст. 74, ч. 1). Проте, свобода висловлювання є одним з основоположних прав відповідно до Європейської конвенції про захист прав людини (Україна взяла на себе зобов'язання гарантувати ці права кожному у межах її юрисдикції). Введена норма не відповідає принципам демократичного суспільства, обмежуючи право на електоральну активність.

Ст. 79 закону про вибори народних депутатів України передбачала можливість участі у виборчому процесі офіційних спостерігачів від іноземних держав і міжнародних організацій (законопроект передбачав участь у виборчому процесі спостерігачів від неурядових організацій, але з закону це положення виключили). Групи спостерігачів від іноземних держав або міжнародних організацій могли утворювати тимчасові групи для координації своєї діяльності в межах повноважень, з інформуванням про це протягом одного дня Центральної виборчої комісії (ст. 79, ч. 6).

15 грудня 2013 р. відбулися повторні вибори народних депутатів організовані у п'яти округах внаслідок скасування результатів парламентських виборів 2012 року. Законодавча база для проведення повторних виборів загалом

не змінилася у порівнянні з 2012 р. Проте, оскільки закон про вибори не містив чітких положень щодо проведення повторних виборів, повторні вибори у цих округах не можна було провести, поки парламент не створив для них правового підґрунтя. З цієї причини повторні вибори у п'яти округах були організовані майже через рік після виборів 2012 р. 5 вересня 2013 р. парламент прийняв спеціальний закон про повторні вибори у мажоритарних округах 94, 132, 194, 197, та 223 [239], призначивши повторні вибори на 15 грудня 2013 р.

Законодавча база, що регулювала ці вибори, складалася з Конституції, Закону України «Про вибори народних депутатів України» від 2011 р., Закону України «Про Центральну виборчу комісію» та Закону України «Про Державний реєстр виборців». Також застосовувалися положення інших законів, включаючи Кодекс адміністративного судочинства та Кримінальний кодекс. Крім спеціального закону про проведення повторних виборів у п'яти округах, законодавство з регулювання повторних виборів залишилося майже незмінним (так закон, що передбачав використання веб-камер на виборчих дільницях, стосувався лише виборів 2012 р.; він не застосовувався на повторних виборах). Поправки до виборчого законодавства щодо регулювання парламентських виборів були прийняті парламентом у листопаді 2013 р.

Повторні вибори відбувалися за мажоритарним компонентом змішаної виборчої системи. У порівнянні з виборами 2012 р., відбулися зміни у системі висування та обрання членів окружних та дільничних виборчих комісій, а офіційні спостерігачі від іноземних держав та міжнародних організацій наділялися правом отримувати копії протоколів.

Проблемними залишалися питання формування виборчих комісій, реєстрації кандидатів, зловживання адміністративним ресурсом на користь деяких кандидатів, ознаки підкупу виборців, недостатнього забезпечення дотримання правил передвиборчої агітації та роботи ЗМІ [300, с. 1]. Водночас у ході повторних виборів спостерігалось покращення у технічній процедурі реєстрації кандидатів, мирному перебігу передвиборчої агітації, а також відносно спокійному та безпечному процесі визначення підсумків голосування.

Зважаючи на рекомендації місії ОБСЄ/БДПЛ щодо необхідності внесення поправок до виборчого законодавства з метою передбачити можливість для проведення повторних виборів, у листопаді 2013 р. такі зміни були прийняті парламентом [227]. Законом було деталізовано порядок утворення спеціальних, окружних та дільничних виборчих дільниць, уточнено функції і повноваження місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування та Центральної виборчої комісії у разі дострокового припинення повноважень Верховної Ради України (ст. 107, ч. 12, 13, 14).

26 жовтня 2014 р. в складних політичних та безпекових умовах відбулися позачергові парламентські вибори. Проведення виборів народних депутатів регулювалося Конституцією, Законом України від 17.11.2011 р. «Про вибори народних депутатів України» зі змінами від 17.04.2014 р. [224], Законом України «Про Центральну виборчу комісію», Законом України «Про Державний реєстр виборців», іншими законами, а також постановами Центральної виборчої комісії. Були збережені основні правила проведення попередніх виборів, а саме змішана пропорційно-мажоритарна система, 5 % прохідний бар'єр.

Закон про вибори народних депутатів України все ж зазнав деяких змін, що були внесені за рекомендацією ОБСЄ/БДПЛ. Так, визначалися критерії створення меж одномандатних округів враховуючи інтереси національних меншин, запроваджувався механізм виправлення помилок і неточностей у реєстраційних документах кандидатів, зменшено розмір грошової застави. Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення законодавства з питань проведення виборів» №709-VII від 21.11.2013 внесено зміни до ст. 92 закону про вибори народних депутатів України [224]. Відповідно до змін зменшено мінімальні відсотки (з 10 до 5 %) кількості порушень, що повинні бути скоєні, щоб вибори були визнані недійсними.

Управління виборчим процесом здійснювалося трирівневою системою виборчих комісій. Незважаючи на істотне навантаження, а також скорочені

строки для проведення позачергових виборів, вдалося дотриматися визначених законом термінів. Серед негативних тенденцій, що виникали під час виборчої кампанії та рівні виборчих комісій, слід відзначити постійні зміни у складі ОВК. Велика кількість замін членів ОВК стало результатом корупції серед суб'єктів виборчого процесу. Зокрема, політичні партії, які отримали місця в комісіях та квоти на керівні посади, обмінювали/продавали ці місця іншим зацікавленим суб'єктам виборчого процесу, щоб вони могли отримати більшість у виборчих комісіях [301, с. 11]. Таким чином, вдалося установити контроль за прийняттям рішень та діяльністю відповідних комісій.

Щодо дільничних виборчих комісій, основною проблемою за час їх діяльності стало кратне (продубльоване) внесення кандидатур більш ніж одним суб'єктом виборчого процесу. Це пояснюється тим, що кандидати на посаду членів комісії зверталися до різних суб'єктів подання, для гарантованого працевлаштуватися в комісії, або ж суб'єкт подання використовував без попередньої згоди відповідних осіб заяви, отримані під час попередніх виборів [301, с. 12–13]. Тому, заміни членів ДВК розпочалися одразу після їх створення та суттєво вплинула на ефективність роботи комісій усіх рівнів.

Списки виборців були складені відповідно до Закону України «Про Державний реєстр виборців». Закон дозволяв громадянам, які мають право голосу, тимчасово змінювати місце голосування. 7 жовтня 2014 р. ЦВК затвердила спрощений порядок, з метою сприяння участі у виборах внутрішньо переміщених осіб та виборців з Донецької та Луганської областей. Виборці з Кримського півострова також могли тимчасово змінити виборчу адресу за спрощеною процедурою [238]. Однак така процедура, спрямована на виборців, що мешкали на неконтрольованих територіях, вимагали здійснення двох поїздок за межі регіону для реєстрації та голосування (це було фінансово затратно та ризиковано через ситуацію на лініях розмежування). Тому серед рекомендацій ОБСЄ/БДПЛ були передбачені зміни в законодавстві для усунення перешкод при тимчасовій перереєстрації виборців з Кримського півострова та інших неконтрольованих урядом територій. Це сприяло б

реалізації конституційного права виборців та активізації електоральної участі загалом.

Парламентські вибори 2014 р. проходили в умовах зменшення розміру грошової застави, що позитивно вплинуло на електоральну активність. Так партія яка висувала виборчий список кандидатів у загальнодержавному окрузі, вносила суму в розмірі 1000 мінімальних заробітних плат, кандидати в одномандатних округах – 10 мінімальних заробітних плат (ст. 56, ч. 1). Зміна цього положення у порівнянні з минулими виборами сприяла участі у виборах невеликих партій та кандидатів-самовисуванців для яких втрата грошової застави несла значні фінансові ризики.

20 травня 2019 р., в день інавгурації, Президентом Володимиром Зеленським було заявлено про розпуск Парламенту та проведення позачергових парламентських виборів. Указом президента від 21 травня 2019 р. позачергові вибори до Верховної Ради України призначено на 21 липня 2019 р. [240]. Рішенням Конституційного Суду № 6-р/2019 від 20.06.2019 Указ визнано таким, що відповідає Конституції України (є конституційним) [257].

Проведення парламентських виборів регулювалося Законом України «Про вибори народних депутатів» від 17.11.2011 р. з внесеними змінами від 07.02.2019 р. Законодавство не зазнало суттєвих змін з часу проведення парламентських виборів 2014 р., за винятком, реформування положень про фінансування кампаній. До того ж, у 2015 р. був прийнятий Закон України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки», згідно якого, були заборонені партії комуністичного і націонал-соціалістичного (нацистського) спрямування, а також висунення кандидатів у депутати такими партіями [236]. Зміни впроваджені у процедурі реєстрації кандидатів та спостерігачів, заміни кандидатів у партійних списках після виборів. До того ж, всі агітаційні матеріали повинні були друкуватися українською мовою (у квітні 2019 р. був прийнятий Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної»).

На основі змішаної пропорційно-мажоритарної виборчої системи парламент обирався на 5 п'ять років. Політичні партії повинні були отримати 5 % усіх відданих голосів, щоб брати участь у розподіленні місць (виборчі блоки партій не допускалися для участі у виборах). В одномандатному виборчому окрузі переможець визначався за мажоритарною системою відносної більшості. Зважаючи на виклики територіальної цілісності України, вибори проводились лише у 199 з 225 одномандатних виборчих округів.

Актуальними залишилися і зміни до законодавства 2013 та 2014 рр., що прописували критерії для визначення меж одномандатних виборчих округів (враховуючи інтереси національних меншин), право виправляти помилки у реєстраційних документах кандидатів, зменшення розміру грошової застави для реєстрації кандидатів та посилення покарань за порушення виборчого законодавства.

Право голосу на виборах депутатів мали громадяни України, яким на день голосування виповнилося вісімнадцять років (ст. 2, ч. 1). Згідно ч. 10, ст. 2, виборець, який проживає або на день проведення голосування на виборах депутатів перебуває на території іноземної держави, а також громадянин України, якому тимчасово змінено місце голосування (без зміни виборчої адреси) на іншу виборчу дільницю поза межами одномандатного округу, мав право голосу на виборах депутатів лише у загальнодержавному окрузі [224]. Цим положенням забезпечувалось загальне виборче право для внутрішньо переміщених осіб, що не змогли проголосувати за місцем реєстрації. До того ж, у травні 2019 р. ЦВК спростила процедуру зміни виборчої адреси – більше не вимагалось надання доказів про відсутність на місці постійної реєстрації, що позитивно вплинуло на електоральну участь.

Балотуватися в парламент міг громадянин України який досяг 21 року, мав право голосу та проживав в країні протягом останніх п'яти років (ст. 9, ч. 1). Кандидати, які брали участь у перегонах по одномандатним виборчим округам, могли бути висунуті політичними партіями або шляхом самовисування. Партії наділялися правом подавати виборчі списки з кількістю

кандидатів, що не перевищує 225 у загальнодержавному виборчому окрузі та по одному кандидату в одномандатному виборчому окрузі (ст. 52).

Закон про вибори передбачав численні вимоги до подання заявок на висування, включаючи велику кількість документів та грошову заставу. Ст. 60, ч. 3 передбачала, що помилки або неточності, виявлені в документах, поданих кандидатами для реєстрації, підлягають виправленню і не є підставою для відмови в реєстрації кандидата [224]. Однак закон не давав чіткого роз'яснення, що вважається помилкою чи бездіяльністю і залишив це на розсуд ЦВК. До того ж, законодавчою базою не було передбачено механізмів повідомлення потенційних кандидатів про помилки або неточності в поданих документах. Як наслідок, часто це призводило до неможливості виправлення помилок кандидатами та унеможлиблювало їх участь як суб'єктів виборчого процесу. Згідно даних ОБСЄ, 14 кандидатів не зареєстрували через невідповідність вимогам проживання в країні; 106 відмов було спричинено відсутністю даних в автобіографіях; близько 60 кандидатів відмовили через відсутність інформації щодо громадської роботи, відсутність фотографій чи номеру телефону або інші дрібні помилки; 15 кандидатам відмовили через відсутність згоди припинити діяльність несумісну з виконанням обов'язків народного депутата України, у разі обрання. Більше 20 кандидатів не було зареєстровано, оскільки грошова застава не була сплачена ними особисто, що було розцінено як несплату [302, с. 9–10]. Загалом, під час проведення виборчої кампанії, через відсутність всіх документів, в реєстрації відмовлено більше 400 кандидатам та кільком політичним партіям.

Офіційно розпочинати виборчі кампанії кандидатам дозволялося на наступний день після реєстрації та звершувати опівночі п'ятниці перед днем виборів. Фінансування передвиборчої кампанії відбувалося згідно закону «Про вибори» та закону «Про політичні партії». Політичні партії та мажоритарні кандидати не обмежувалися сумою власних внесків. Фізичним особам дозволялося робити внески, що не перевищували 1,6 млн грн, юридичним – вдвічі більше. Заборонялися внески з іноземних та анонімних джерел, від

незареєстрованих представників громадянського суспільства, благодійних та релігійних організацій, інших політичних партій, фізичних та юридичних осіб з якими укладено договір про державні закупівлі або які мають податкову заборгованість.

Закон передбачив можливість спостереження за виборчим процесом міжнародних та національних спостерігачів, включаючи недержавні організації (статут яких містить діяльність пов'язану з виборчим процесом). Кандидати в одномандатних округах наділялися правом призначати довірених осіб та спостерігачів. Зміни до законодавства, прийняті в лютому 2019 р., заборонили участь у спостереженні за виборами в Україні громадянам Російської Федерації та особам, пропозиції щодо яких ініційовано або внесено Російською Федерацією.

Дослідження законодавчої бази, якою здійснювалося правове регулювання виборів підтвердило обґрунтовану потребу в уніфікації виборчого законодавства. Прийняття Виборчого кодексу 19 грудня 2019 р. формально завершив довготривалий етап кодифікації та вдосконалення електорального законодавства в Україні. Головна орієнтація нового Кодексу – пропорційна система з відкритими списками. Це значить, що виборці можуть голосувати за конкретного кандидата та за партію, до якої він належить. Виборчим кодексом передбачено запровадження гендерних квот (включення до кожної п'ятірки кандидатів у списках на парламентських та низці місцевих виборів не менше ніж двох жінок) та відповідальності за їх недотримання, удосконалення порядку адміністрування і ведення Державного реєстру виборців, запровадження електронної системи фінансової звітності партій і кандидатів на виборах, посилення гарантій виборчих прав людей з інвалідністю, удосконалення порядку проведення передвиборної агітації, підрахунку голосів, встановлення підсумків голосування та результатів виборів. Парламентські вибори проводитимуться у єдиному загальнодержавному багатомандатному окрузі, а голосування проходитиме у 27 виборчих регіонах (збігаються з межами областей).

Проведений аналіз нормативно-правової бази парламентських виборів 1998 – 2019 рр. свідчить про недосконалість в регулюванні електорального процесу, що призводило до частих змін законодавства суб'єктами політики. Корективи стосувалися як виборчої системи загалом, так і окремих її положень, що мали вплив на мобілізацію громадян до електоральної участі. Такі дії навіть стали наслідком законодавчого прецеденту – скасування результатів виборів [254]. Верховний Суд ухвалив рішення про неправомірні дії ЦВК щодо встановлення результатів повторного голосування другого туру президентських виборів 21 листопада 2004 р. Порушення виборчого законодавства призвели до масштабної фальсифікації результатів волевиявлення і відповідно викривили результати голосування. Зазначений «сценарій» виборів став можливим через відсутність Державного реєстру виборців, масовому застосуванні адмінресурсу та підконтрольності членів виборчих комісій на усіх рівнях.

Найбільше виборчих порушень стосувалися саме внесення в списки виборців так званих «мертвих душ» – схема, коли члени виборчої комісії, які беруть участь у фальсифікації, вносять до виборчих списків померлих, студентів, військовослужбовців (голосують за місцем навчання чи служби), або ж взагалі вигаданих, неіснуючих виборців. Загальний потенціал влади для фальсифікацій лише за рахунок цього методу у списках становив понад мільйон голосів. Результативно спрацювала технологія вкидання бюлетенів («карусель»), коли учасники фальсифікації отримували кілька (або й десятки чи сотні) відкріпних талонів (тепер – це посвідчення про тимчасову зміну місця голосування), їздили від однієї виборчої дільниці до іншої, і голосували. До того ж, владою організовувалися додаткові дільниці в Росії, які давали змогу сфальсифікувати велику кількість голосів [195]. Застосування вказаних методів з мобілізації до голосування є незаконними, проте, вину за неправомірні дії довести вкрай складно (число розкритих злочинів щодо порушень виборчого законодавства є малочисельними).

Ще одним проблемним аспектом залучення до електоральної участі є мобілізація через поширення фейкової інформації, джинси. Незважаючи на

розвинену вітчизняну нормативно-правову базу у сфері функціонування медіа під час виборів, багато з її положень є дискусійними, двозначними чи неадаптованими до використання в умовах реальної інформаційної діяльності. Зокрема, Закон України «Про інформацію» [231], що є базовим для виборчого процесу, не дає критеріїв визначення того, яка інформація вважається «достовірною» чи «повною», що закладає основу для маніпуляцій. В законодавстві не існує реальних інструментів щодо недопущення дезінформації виборців, відтак, електорат є незахищеним з боку впливу неправдивої інформації про суб'єктів виборчого процесу, що кінцевому результату викривлює волевиявлення.

Отже, з прийняттям Конституції України розпочався активний період законотворення, у тому числі становлення виборчого права. Основний закон визначив та деталізував умови формування законодавчого органу влади, що стало базою для прийняття Закону України «Про вибори народних депутатів». Крім них, участь громадян у виборах парламенту унормовує низка інших політико-правових актів, зокрема про Центральну виборчу комісію, про Державний реєстр виборців, про зміни до згаданих законів, а також законодавчі акти суміжних галузей права та підзаконних нормативних актів, які регулюють окремі питання політичної участі та електорального процесу загалом.

Протягом досліджуваного періоду 1998–2019 рр., виборче законодавство зазнавало впливу кон'юнктурних чинників, що стало причиною перегляду виборчої системи майже під кожні вибори: змішаної у 1998 р. та 2002 р., пропорційної у 2006 р. та 2007 р., і знову змішаної у 2012 р., 2014 р. та 2019 р.; прохідного бар'єру: 1998 р., 2002 р. – 4%, 2006 р., 2007 р. – 3%, 2012 р., 2014 р., 2019 р. – 5%. До того ж, змін зазнавали і терміни повноважень Верховної Ради – Парламент 2006 р., 2007 р. та 2012 р. обиралися на п'ять років згідно поправок до Конституції 2004 р. З часом не виправдалися такі форми масового залучення громадян до електорального процесу як інститут збору підписів та участь в електоральній практиці трудових колективів. Загалом, електоральні правові норми змінювалося до потреб і вимог політичного процесу,

міжнародних норм та зауважень вітчизняних і закордонних експертів: підвищено роль політичних партій, удосконалено правила висування суб'єктів виборчого процесу, створено Державний реєстр виборців, залучено до спостереження за виборами незалежні громадські організації та міжнародні спостерігачі, переглянуто розміри грошової застави, тощо.

2.2. Інститути та процедури участі громадян у парламентських електоральних процесах

Рівень розвитку, спрямування та життєдіяльність соціуму загалом визначають якість їх інституційної структури, яка має відповідати суспільним потребам. Політологи розглядають політичний інститут як «впорядковану систему структур, правил та механізмів організаційного втілення і правового закріплення узвичаєних норм, роль якої полягає як у відтворенні та забезпеченні повторюваності суспільних практик, так і в самостійній регламентації політичного життя та продукуванні подальших зразків політичної поведінки» [252, с. 288–289]. Політичні інститути з'являються в суспільстві як результат інституціоналізації – «перетворення якогось політичного явища, події, руху на формалізований, упорядкований процес, організовану установу з певною структурою відносин, ієрархією влади різних рівнів та ін.» [102, с. 284]. Відповідно, інституалізація надає створюваним організаціям та подіям певної цілісності та усталеності.

У контексті інституціоналізації республіканської форми правління, суспільство розглядається як внутрішньо структурована сукупність індивідів і колективів, за якими визнаються і яким гарантуються політичні права, тобто юридичні можливості для участі в управлінні суспільними й державними справами. Зазначена інституціоналізація передбачає створення правових та політичних інститутів, як закріплення у законодавстві прав, свобод та законних інтересів суб'єктів політичних відносин, визначення системи прав і свобод, юридичних форм і гарантій їх реалізації, взаємної відповідальності з органами публічної влади тощо. У підсумку республіканська форма правління постає як

система суспільних інституцій, за допомогою яких акумулюється, формалізується і втілюється в життя суверенна воля, упорядковується життя державно організованого суспільства [281].

Інституційне забезпечення політичної участі громадян України є формуючим чинником розвитку парламентаризму. Завдяки його складовим: способу формування парламенту, виборчої системи, наявності повноцінної партійної системи, структурованого громадянського суспільства – відображається структура політичних та громадських інтересів. Відповідно, характер та форми участі громадян в електоральних процесах, їх діяльність в політичних партіях та громадських організаціях конвертується у якість парламентаризму.

Історично склалося так, що Україна, перебуваючи у складі інших держав, зіткнулася з проблемою політичного відчуження. Особливо коли йдеться про перебування України у складі СРСР. В умовах існування однопартійної системи і монополії на політичну владу з боку КПРС, політична участь громадян не була затребуваною, оскільки від окремої людини практично нічого не залежало.

Запровадження демократичних практик після здобуття незалежності у 1991 р. мало змінило традиції політичної участі. Незважаючи на суперечності демократичного транзиту, Україна не стала авторитарною, як більшість країн постсоціалістичного простору, а набула рис гібридного політичного режиму. Його специфіка полягає у монополізації влади фінансово-промисловими групами і конструюванні ними політичних інститутів у такій спосіб, який би уможлиблював їх відтворення у владі [207]. Наслідками зазначеного впливу стало спотворення демократичних структур та інститутів за наявності формальних ознак їх змісту. Відповідно змін зазнали й інституційні форми та процедури участі громадян в електоральних процесах. Таку форму гібридного політичного режиму ще визначають як електоральний або «електоральною демократією».

Найважливішим із інститутів безпосередньої участі громадян в парламентських електоральних процесах є вибори. Інститут виборів складається із сукупності правових, інституційних та організаційних структур, які разом забезпечують належний рівень організації та проведення виборів. Вибори слід розглядати не лише як політичний інститут, а й політичний процес із відповідними етапами або фазами протікання. У процесі виборів відбувається передача громадянами свого права керувати державою представницькому інституту на окреслений в законодавстві період.

Інститут виборів як політичний процес має складну структуру і є продуктом історичної еволюції української виборчої системи, яка передбачає типізовані (унормовані) моделі поведінки суб'єктів виборчого процесу та сукупність певних процедур. Головними серед них є такі: призначення виборів та визначення дати їх проведення; визначення територій виборчих округів та виборчих дільниць; утворення виборчих комісій різного рівня; складання (уточнення) списку виборців; формування виборчих штабів партій і кандидатів; висування та реєстрація партій і кандидатів; проведення передвиборчої агітації; власне голосування; підрахунок голосів; оприлюднення результатів голосування; проведення в разі необхідності повторного голосування чи повторних виборів; оскарження в суді окремих неправомірних рішень виборчих комісій різного рівня; реєстрація обраних депутатів [224]. Органічною складовою демократичного виборчого процесу є державний і громадський контроль за їх проведенням.

Виконуючи важливі соціальні функції, вибори дають можливість змінювати політичний курс країни через голосування. Водночас, вони стимулюють традиційні форми участі, запобігаючи несанкціонованим демонстраціям та інших формам неконвенційної участі, сприяють стабільності політичного життя, формуванню демократичного типу політичної культури. Вибори стають легітимним, ефективним механізмом зміни владних структур. Громадяни можуть не лише балотуватися, а й грати важливу роль у відборі та просуванні кандидатів на посади, підтримці політичних сил, актуалізації насущних проблем життя

соціуму, що закладено у передвиборні програми кандидатів і партій тощо. Усе це надає громадянам впевненості в тому, що держава діє в інтересах народу, що надає їй легітимності в очах громадськості [36, с. 102].

Результати соціологічних опитувань досліджуваного періоду засвідчують, що майже половина громадян України не погоджуються з думкою, що інститут виборів є реальним механізмом впливу громадян на владу. Слід зазначити, що населення загалом перед усіма виборами скептично ставилося до того, що виборчі перегони проходять чесно, а підсумки їх підбиватимуться справедливо (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Думки громадян про те, як пройдуть вибори? (%)

Як пройдуть вибори?	Лютий 1998	Листопад 2001	Серпень 2004	Листопад 2005	Червень 2007
Пройдуть чесно, без підтасувань	7	3	12	7	4
Будуть окремі порушення, але вони істотно не вплинуть на загальний результат	23	23	32	36	23
Припускаю, що результати можуть бути перекручені	33	36	25	27	41
Обов'язково усе буде підтасовано	20	21	18	18	19
Важко відповісти	17	16	13	12	12

Джерело: [290].

Перед проведенням дострокових парламентських виборів 2007 р. лише 28 % виборців були впевненими, що перегони відбуватимуться вільно і чесно, натомість 52 % [290] переконані у зворотному.

Опитування напередодні парламентських виборів 2012 р. показали, що громадяни досить песимістично оцінювали вплив виборів: переважна кількість (43 %) вважали, що вибори нічого не змінять, 31 % сподівалися, що вибори зможуть поліпшити ситуацію у країні, а 6 % висловили побоювання, що вибори ситуацію погіршать. Майже такі самі очікування були у населення і напередодні виборів – 2007 (42 % – «нічого не змінять», 28 % – «поліпшать», 12 % – «погіршать»). Лише 13 % громадян мали впевненість, що своєю участю

у виборах вони безперечно здатні чинити вплив на ситуацію в Україні, 38 % – що певний вплив таки буде, а 39 % – не бачать ніякого впливу [55].

Порівняно з виборами 2012 р., на парламентських виборах 2014 р., що проводилися в умовах загрози національній безпеці, більш ніж удвічі зменшився відсоток тих, хто пояснював свою відмову від участі у виборах недовірою до чесності проведення виборів (з 25 % до 13 %), зменшилася й кількість тих, хто вважає, що вибори нічого не змінять (з 19 % до 13%). 20 % пояснює свою неучасть у виборах тим, що їхнє життя від виборів ніяк не залежить [198].

Довіра до інституту виборів дещо покращилася після парламентських та президентських виборів 2019 р. Українці стали частіше вважати голосування важливим і вбачають у ньому спосіб впливу на можливі зміни у країні. Порівняно з опитуванням напередодні президентських виборів більш поширеною стала думка про те, що голосування дає можливість людям в Україні впливати на прийняття рішень (60 %, на 22 % більше), що виборці відіграють певну роль у вирішенні проблем в Україні (44 %, на 16 % більше) і що такі люди, як вони, можуть впливати на рішення, які приймає уряд (32 %, на 10 % більше). Окрім цієї тенденції менш поширеною стає думка про те, що «не має значення, хто як голосує, нічого не зміниться» (43 %, на 21 % менше) [190]. Громадяни стали частіше розглядати голосування як можливість впливу з боку пересічних людей.

Форми та процедури участі громадян в електоральних процесах значною мірою залежить від типу виборчої системи. Виборча система закладає основи електоральної стратегії учасників виборчої кампанії, впливає на партійне будівництво і процеси легітимації політичної влади. В ідеалі, тип виборчої системи країни повинен обиратися з урахуванням національних традицій державного будівництва, етнічної, міжконфесійної специфіки взаємовідносин в суспільстві, особливостей менталітету і політичної культури громадян. Практика ж демонструє іншу реальність: виборча система відноситься до компетенції влади, а політичні сили, що борються за владу, оцінюють виборчі

системи з тієї вигоди, яку вони матимуть в кінцевому результаті. «Правильно» підібрана виборча система дозволяє політичним силам потрапити у владу та реалізовувати владні амбіції.

Загалом результати і рівень довіри до виборів визначає не лише тип виборчої системи. В процесі становлення та зміцнення демократії важливу роль відіграє система адміністрування виборів. Головним керуючим органом виборчого процесу в Україні є Центральна виборча комісія (ЦВК), якій підпорядковуються окружні та дільничні виборчі комісії. Саме на виборчі комісії покладені повноваження із забезпечення виборцям умов для здійснення свого волевиявлення щодо обрання представницьких органів влади, в тому числі й Парламенту. ЦВК є постійно діючим державним колегіальним органом [235], що в загальних аспектах парламентських виборів наділена такими повноваженнями (рис. 2.1).

Організаційно-розпорядчі	Нормативно-методичні	Контрольні
Забезпечення підготовки організації та проведення виборів народних депутатів України	Забезпечення консультативно-методичного та нормативного забезпечення діяльності виборчих комісій, інших суб'єктів виборчого процесу на підставі і в межах, встановлених законом	Забезпечення реалізації і захисту виборчих прав громадян, дотримання принципів і засад виборчого процесу, здійснення контролю за додержанням вимог виборчого законодавства

Рис. 2.1. Повноваження центральної виборчої комісії

Джерело: [224].

Система організації й проведення Центральною виборчою комісією виборів народних депутатів України включає: підготовку й проведення виборів; захист конституційних виборчих прав громадян; контроль за виконанням виборчого законодавства; розробку й затвердження кошторису на підготовку та проведення виборів; контроль використання виборчих фондів політичних партій, що беруть участь у виборах; утворення виборчих округів; реєстрацію кандидатів

та їх довірених осіб; встановлення результатів виборів; реєстрацію обраних депутатів; встановлення результатів виборів в цілому по Україні та ін. [235].

Центральна виборча комісія є впливовою інституцією у вітчизняному державному механізмі. Вона не належить до будь-якої з гілок державної влади і є органом з унікальним статусом. Ця особливість полягає у тому, що діяльність Центральної виборчої має на меті забезпечення легітимності державної влади, демократичність її формування. Робота Центральної виборчої комісії сприяє балансу функціонування різних органів державної влади, за сучасних умов виконує роль одного з елементів «стримувань і противаг» [329]. Організаційна незалежність Центральної виборчої комісії від фундаментальних гілок влади дає їй можливість діяти неупереджено та об'єктивно визначати результати виборів народних депутатів України.

Важливою функцією Центральної виборчої комісії є створення Державного реєстру виборців – автоматизованої інформаційно-телекомунікаційної системи, призначеної для зберігання та обробки даних, що містять відомості державного обліку громадян України, які відповідно до законодавства України мають право голосу [90]. В Україні діє публічна (обов'язкова) реєстрація виборців, яка здійснюється органами ведення Державного реєстру виборців, належне впорядкування якого є одним із чинників проведення чесних виборів.

Введення інформаційно-телекомунікаційної системи «Державний реєстр виборців» стартувало в період 2007–2010 рр. після прийняття 22.02.2007 р. Закону України «Про Державний реєстр виборців» [89]. До органів Державного реєстру виборців належать: Центральна виборча комісія – розпорядник Державного реєстру виборців, регіональні органи адміністрування, відділи ведення Державного реєстру виборців. Органи ведення реєстру забезпечують його ведення в порядку, встановленому Законом України «Про Державний реєстр виборців» та розпорядником реєстру. Автоматизована інформаційно-телекомунікаційна система «Державний реєстр виборців» використовується для обліку виборців у масштабах всієї країни. Вона дає можливість здійснювати

оновлення бази даних про виборців в режимі реального часу, включення до реєстру всіх виборців незалежно від їх місцезнаходження, забезпечує цілісність даних і однократність внесення виборців до реєстру [90].

Основними завданнями Державного реєстру виборців є забезпечення обліку громадян України, які мають право голосу, а також складання списків виборців для проведення виборів усіх рівнів. Саме процес формування списків виборців є важливою складовою організації та порядку проведення вільних, прозорих виборів у країнах, де підставою функціонування держави та виборчого процесу є демократичні та правові принципи. З цієї причини спискам виборців приділяється особлива увага в розвитку сучасного виборчого процесу в Україні. Дані про громадян, що включені до списку виборців, є повними та підтверджують, що виборець має виборче право. Виборець може бути включений тільки до одного списку виборців і тільки по одній виборчій дільниці на підставі документа, що підтверджує його місце проживання на території відповідної виборчої дільниці.

У виборчій практиці України формування списків виборців мало проблемний характер. Це пояснюється непостійністю виборчих списків, отриманням інформації для їх формування з різних джерел, а також цілеспрямованим застосуванням фальсифікаційних технологій (включення до списків виборців померлих, а також неіснуючих осіб за певною адресою). Проте, із введенням Державного реєстру виборців якість списків виборців вдосконалюється з кожною виборчою кампанією. Цьому сприяє як громадський інтерес до захисту виборчих прав (перевірка включення до списків виборців), так і покращення якості інформаційних технологій в системі обробки персональних даних.

Неодмінним учасником процесу формування вищих законодавчих органів в демократичних країнах є політичні партії. Ці політичні утворення пройшли тривалі етапи становлення, розвитку та легітимації, ставши невід'ємною частиною плюралістичного суспільства й демократичних політичних систем. Від інших політичних інститутів партії відрізняються специфічними функціями

та характерними способами їх здійснення, визначеною внутрішньою організацією, структурою, наявністю політичних програм, ідеологічною системою орієнтацій.

Політичні партії в демократичних суспільствах виконують роль механізмів інкорпорації громадян до політичного класу, тобто своєрідних соціальних ліфтів. Проте наскільки ефективною є роль партій як соціальних ліфтів, залежить від ступеня їх інституціоналізації – процесу перетворення політичних партій зі звичайної асоціації у повноцінний конституційно-правовий інститут. Інституціоналізація політичних партій проявляється у конституціюванні, тобто включенні до конституції основних принципів статусу політичних партій та у законодавчій інституціоналізації, внаслідок якої правове становище партій отримує подальше регулювання у законі [118]. Відповідно, інституціоналізація політичних партій – це процес правового оформлення, відведення та закріплення їх ролі у державному механізмі, регламентація діяльності, що прописана в законі.

Із проголошенням незалежності розпочався період інституціоналізації партій, що характеризувався створенням правового поля їх діяльності, прийняття Закону України «Про об'єднання громадян» 16 червня 1992 р. Особливістю механізму утворення політичних партій та участі громадян у їх діяльності стало те, що нові партії, як правило, формувалися в результаті об'єднання вже існуючих, або ж шляхом розколів діючих партій. Аналіз динаміки процесу створення партій протягом 1990–2019 рр. засвідчує «вибухове» зростання кількості партій в окремі роки (табл. 2.2).

Це пояснюється впровадженням змішаної (1998), а згодом пропорційної системи виборів (2006, 2007), яка дозволяла потрапити представникам окремих політичних сил до парламенту за списками партій. Згодом чинником зростання чисельності політичних партій напередодні чергових та позачергових парламентських виборів стала технологія створення штучних політичних проєктів під брендом політичних партій, які мали забезпечити перемогу або

віртуальне представництво окремих політичних сил та їх лідерів під час виборів.

Таблиця 2.2

Динаміка утворення політичних партій

Рік	Кількість зареєстрованих партій	Рік	Кількість зареєстрованих партій	Рік	Кількість зареєстрованих партій
1990	1	2000	19	2010	14
1991	9	2001	22	2011	17
1992	7	2002	2	2012	8
1993	16	2003	2	2013	6
1994	7	2004	8	2014	39
1995	4	2005	24	2015	79
1996	5	2006	12	2016	42
1997	12	2007	4	2017	3
1998	13	2008	20	2018	1
1999	25	2009	12	2019	3

Джерело: [91].

У 1990-х рр. у політичному середовищі набуло поширення явище, яке збереглося до сьогодні, – це формалізоване членство в партії упродовж одного-двох електоральних циклів. Воно має кон'юнктурний характер і пов'язано із прагненням окремих політиків за будь-яку ціну потрапити до парламенту, мобілізувавши електорат на свою користь.

Намагаючись заволодіти прихильністю громадян, стати привабливішими для окремих соціальних верств суспільства і як наслідок отримати голоси на виборах, новостворювані партії обирали найрізноманітніші назви. Оскільки ресурс таких ідеологій, як комуністична, соціалістична, національна, ліберальна, консервативна у маркуванні партій з часом був вичерпаний, виникла потреба у створенні нових брендів, які б актуалізували для електорату певну ідею і примусили його відгукнутися на запит. Назва партії ставала одним із засобів маніпулювання свідомістю виборця. Так, для ностальгуючих за радянськими часами активно використовувалися назви партій, які так чи інакше асоціювалися із ідеологією марксизму та існуванням СРСР. В їх назвах були присутніми такі поняття, як «комуністична», «прогресивна соціалістична»,

«більшовистська», «марксистська», «Союз». Ідеологема, «руського миру» відтворювалася у назвах таких партій, як «Руський блок», «Русько-Український союз» (Русь), «Слов'янський народно-патріотичний союз», «Слов'янська партія».

Значну кількість політичних партій створено за соціальною, гендерною та професійною ознаками (Партія освітян України, Морська партія, Партія за військових, Селянська партія, Всеукраїнська партія пенсіонерів, Жінки України, Солідарність жінок України). Свою «нішу» в ідейно-політичному спектрі зайняли й партії, створені за релігійним спрямуванням (Партія мусульман України, Республіканська християнська партія, Християнсько-демократична партія України, Християнсько-ліберальна партія України). Прагматизм центристських партій змушував експлуатувати у назвах такі позитивно «заряджені» терміни, як «трудова», «труд», «захист», «захисники», «патріотизм», «батьківщина», «свобода», «новий», «молодий», а також «зелена», «екологічна» [126].

Стрімкий розвиток багатопартійності порушив питання правомірності існування окремих політичних партій. Формально-фіктивний характер існування політичних партій в Україні засвідчує той факт, що при зареєстрованих 352 політичних силах (станом на 01.01.2019 р.) лише 2 % громадян заявляють про своє членство у політичній партії. Подібна невідповідність проявляється на виборах коли партії, які заявляють, що їх членами є мільйони осіб, на парламентських виборах не долають прохідний бар'єр. Тобто результати виборів унаочнюють проблему фіктивного членства у партіях, коли політичні сили не отримують бажаної електоральної підтримки [207]. Зачасту партії створюються як бізнес проекти, перетворюючись на товар до якого реальна електоральна підтримка не включена.

У 1990 р. Міністерством юстиції здійснено перевірку відповідності політичних партій існуючому законодавству. За результатами перевірки анульовано 78 (22,03 %) реєстраційних свідоцтва зареєстрованих політичних партій (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Кількість партій, зареєстрованих Міністерством юстиції України
впродовж 1990–2020 рр., які припинили діяльність (на 01.01.2020 р.)**

Рік	Кількість партій, що припинили діяльність	Рік	Кількість партій, що припинили діяльність	Рік	Кількість партій, що припинили діяльність
1990	-	2000	8	2010	2
1991	5	2001	16	2011	4
1992	3	2002	0	2012	1
1993	7	2003	0	2013	1
1994	5	2004	2	2014	1
1995	2	2005	0	2015	1
1996	0	2006	1	2016	0
1997	3	2007	0	2017	0
1998	7	2008	2	2018	0
1999	7	2009	0	2019	0

Джерело: [91].

Ці партії не змогли пройти шлях інституціоналізації (зміцнення, набуття значення, стійкості). Можна припустити, що їх створення передбачало виконання певних функцій у конкретно визначений час (створення під вибори та отримання політичних дивідендів), після чого вони ліквідовувалися. У 2016 р. Національне агентство запобігання корупції (НАЗК) повідомляло, що 86 партій відсутні за адресою офіційної реєстрації. Крім того виявлено осіб, на яких зареєстровано 17, 10 і 5 партій [126], що говорить про фіктивну діяльність політсил.

Партії та політичні проекти, що створюються останнє десятиліття не обтяжуються розробками ґрунтовних програм – провідною є тенденція відмови від чіткої ідеологічної позиції. Причому це не лише мода сьогодення, а прагматична політика, спрямована на залучення якомога більшої кількості прихильників, що згодом може конвертуватися у електоральні вподобання, оскільки само центризм дозволяє рекрутувати електорат право- і лівоцентристського спрямування.

Активність політичних партій у парламентських виборах значною мірою залежить від їх фінансової спроможності. Внаслідок неврегульованої

фінансової підтримки, партії відстоюють не так інтереси громадян, як своїх спонсорів, від цього зменшуючи електоральний потенціал. Частково цю проблему могло б вирішити введення державної підтримки партій та виборчих кампаній. Її метою є мінімізація впливу великого капіталу на політичні партії і, відповідно, на ухвалення політичних рішень. До того ж, ця норма в законі передбачає створення нових політсил, чесної та прозорої міжпартійної конкуренції, активніше залучення громадян до суспільно-політичного життя через інститут партій, розширення вибору під час місцевих та загальнодержавних виборів.

Запровадження державного фінансування політичних партій було однією з умов безвізового режиму між Україною та ЄС. Відповідні зміни набули чинності 1 липня 2016 р. та були складовою антикорупційного пакету законопроектів і вводилися в дію Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запобігання і протидії політичній корупції» [225]. Норма про державну підтримку партій стосується сил, які потрапили до парламенту (набрали більше 5 % голосів), та партій, які подолали встановлений законом бар'єр у 2 % голосів виборців. Згідно результатів дострокових парламентських виборів 2019 р. таке фінансування отримали 11 політсил.

У теорії, державне фінансування політичних партій – шанс отримати сталі політичні партії у майбутньому. Проте, громадяни України не проявляють активності ні в особистому фінансуванні політичних сил (через низький рівень життя, недовіру до політичного інституту), ні в підтримці механізмів державного фінансування. Згідно опитувань, основну відповідальність за фінансування партій українці покладають на їхніх лідерів і членів. Лише 15 % населення підтримує фінансування партій із державного бюджету [91].

Важливою інституційною формою участі громадян у процесі формування якісного складу парламенту, окрім політичних партій, є об'єднання та мережеві структури громадянського суспільства. Основою громадянського суспільства є

громадяни та їх об'єднання, які усвідомлюють свої інтереси та права і готові до активної участі у справах держави та суспільства. На нормативному рівні в Україні поняття «інститути громадянського суспільства» вперше закріплено у 2007 р. в «Концепції сприяння органами виконавчої влади розвитку громадянського суспільства» [234, с. 89].

Аналіз розвитку громадянського суспільства в Україні, показує, що попри те, що абсолютна більшість українських громадян не належить до жодної громадської організації, запит на вплив інституцій громадянського суспільства є помітним. Соціологічні опитування, свідчать, що участь у громадських організаціях сприймається як одна з найефективніших форм участі громадян у прийнятті рішень і управлінні на державному та місцевому рівнях [299, с. 621]. На громадські організації покладаються очікування у розв'язанні низки суспільних проблем. Згідно загальнонаціонального опитування населення України, що проводилося у 2011 р. Фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» спільно з фірмою «Ukrainian sociology service», призначення громадських організацій вбачається передусім у контролі за діями влади; виконанні правозахисної та соціальної функцій; участі в прийнятті політичних (державних) рішень та в дорадчих органах, наданні пропозицій; захисті природного середовища; організації акцій протестів; проведенні незалежних аналітичних досліджень тощо. При цьому зазначені показники в більшості позицій є вищими серед тих, хто безпосередньо бере участь у діяльності громадських організацій, ніж серед тих, хто не бере. Згідно даних, станом на 2013 р. (до початку масових громадських протестів) 52 % громадян України були переконані, що громадські організації потрібні країні, 25 % вважали їх діяльність важливою і лише 9 % дотримуються думки, що громадські організації не є потрібними [228, с. 208].

За даними Державної служби статистики України, за роки незалежності спостерігається зростання кількості легалізованих об'єднань громадян (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Кількість легалізованих об'єднань громадян в Україні

Рік	2000	2005	2007	2009	2011	2012
К-сть	1267	2259	2678	3108	3548	3943

Джерело: [91].

Події революції Гідності сприяли розвитку громадянського суспільства і в кількісному, і в якісному вимірах. В останні роки істотно зросла кількість громадських організацій: станом на 1 грудня 2013 р. в Україні було зареєстровано 77 065 таких організацій, на 1 січня 2014 р. їх зареєстровано 77 286, на 1 лютого 2015 р. – 64 526 (без урахуванням організацій на тимчасово окупованих територіях), на 1 січня 2016 р. – 70 321, на 1 січня 2017 р. – 75 988, на 1 січня 2018 р. – 80 461, на 1 січня 2019 р. – 84 608, на 1 серпня 2020 р. – 90 924 [91]. Загалом після подій Революції Гідності та мобілізації суспільства у відповідь на агресію Росії став очевидним суспільний запит на радикальне оновлення як політики, так і громадських інститутів. Разом з тим, за даними Інституту соціології НАН України, 80 % українців не є і ніколи не були членами жодної ГО. Відповідно, збільшення кількості громадських організацій не обов'язково спричинює їх якість та зростання громадянської активності. Проте, актуальною залишається позиція безпосереднього залучення громадських організацій до процесу проведення реформ, зокрема і виборчої, здійснення моніторингу та контролю за електоральним процесом.

Дані вітчизняних аналітичних центрів, що відстежують стан та розвиток «третього сектору» в Україні засвідчують – тільки менша частина з легалізованих громадських організацій постійно й активно працює. Більшість же існує формально або ж припинили свою діяльність, так і не розпочавши. Особливу групу складають організації, що активізуються лише в період передвиборних кампаній і працюють в межах агітації за того чи іншого кандидата, партію чи виборчий блок [293, с. 63]. Вони не роблять істотного внеску в розвиток громадянського суспільства (забезпечення прав і свобод

людини, інформованості та політичної освіти громадян, залучення громадськості до вирішення соціальних проблем). Загалом через існування значної кількості таких псевдоорганізацій потерпає репутація третього сектору як інституту участі.

На сьогодні, в основі громадянського суспільства наявна істотна диференціація ролей: одні організації активно включаються в розвиток громадських ініціатив, а інші часто виступають в ролі інструмента, який залучається або для громадської підтримки влади, або якоїсь з груп, зацікавлених у лобіюванні своїх інтересів та позицій, або ж для дискредитації опонентів [206]. Поширеною є практика створення «кишенькових» благодійних фондів при держструктурах, окремих особах (особливо під час та напередодні проведення виборчих кампаній). Такі організації використовуються для реалізації корупційних схем та часто носять бізнесовий характер.

Щодо негативних тенденцій розвитку інституту громадянського суспільства в електоральних процесах, то на сьогодні вони мають певні особливості. Найперше – це гібридне використання зацікавленими акторами квазігромадянської активності в цілях політичної боротьби, маніпулювання громадською активністю та демократією участі (проплачені протестні заходи, «кишенькові» громадські ради, псевдогромадські слухання). Викликами щодо розвитку громадянського суспільства можна вважати й відновлювальні практики використання неурядових організацій різними політичними та фінансово-економічними акторами, створення громадських організацій з боку політичних партій та олігархічних структур [85, с. 7–15].

Впродовж останніх років істотно розширилися комунікативні можливості громадянської діяльності, утворилася велика кількість спільнот, ідейні засади яких формувалися на Майдані. Пік виникнення та розвитку громадських організацій припав на 2014–2015 рр., тоді ж громадянське суспільство в Україні мало найбільший рівень впливу на владу. Поширеним явищем стало утворення мережевих організацій, які сприяли швидкій мобілізації людей та інституцій в кризові моменти суспільного життя. Сформувалося безліч волонтерських та

соціально-політичних груп, які виявили високу здатність до самоорганізації (наприклад, «Автомайдан», Всеукраїнське об'єднання «Майдан») та заявили про себе як про нових повноправних суб'єктів суспільно-політичного життя [186].

Оскільки після подій Революції Гідності владні структури залишилися фактично незмінними, як в плані інтересів, так і механізму дій, а цілі Майдану не були досягнуті в повному обсязі, мережеві співтовариства, що утворилися як представники інтересів Євромайдану, продовжують вимагати політичних, правових та інших суспільних змін, а від влади – конкретних рішень, прозорості та відповідальності. Діяльність громадських організацій, завдяки використанню соціальних мереж, набула прозорості, відкритості та ефективності [186]. Існує ряд проблем, які завдяки використанню соціальних мереж, волонтери вирішують ефективніше, ніж уповноважені державні структури.

Аналізуючи діяльність мережевих громадських об'єднань, виділяється ряд переваг порівняно з іншими організаціями: відсутність правових обмежень (окрім обмежень для інтернет-сайтів); свобода входу і виходу з мережевого об'єднання, можливість анонімності, віртуальності; ефективний пошук односторонців; формальна відсутність ієрархії, декларована рівність учасників [206]. Оскільки Інтернет спрощує і прискорює комунікації членів мережевих спільнот, вони вимагають налагодження зворотного зв'язку із владними структурами, прозорості і звітності щодо виконання владних рішень і передвиборчих обіцянок.

Опитування представників українських недержавних організацій проведене Фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» 14–17 лютого 2019 р. з метою з'ясувати думки та дати оцінки щодо розвитку громадянського суспільства після Революції Гідності показало, що Майдан дав суттєвий імпульс розвитку громадянського суспільства в Україні. Третина опитаних вважають, що громадянське суспільство вже зробило значні кроки у своєму розвитку. Деяка менша частина вважає, що Майдан відкрив нові

можливості розвитку. На думку опитаних, цей імпульс відбувся завдяки тому, що Майдан активізував громадянську активність людей, показав їхні можливості та силу, примножив «соціальний капітал» у суспільстві та виробив навички самоорганізації [324]. Завдяки подіям Революції відбулося оновлення політики через інститут виборів в обличчях громадських діячів, а також збільшився їх вплив на прийняття владних рішень.

Хоча відсоток членів громадських організацій в Україні є відносно низьким (у порівнянні з країнами Європейського Союзу), мотиви українців щодо створення громадських організацій та участі в їх діяльності є суспільно значущими. Це підтверджують дані опитування 2018 р., в якому респонденти, відповідаючи на запитання щодо причин участі в діяльності громадських організацій. Найчастіше обирали такі варіанти: «небайдужість до стану справ у країні» (20 % опитаних), «допомога нужденним» (20%), «прояв громадської позиції» (17 %) та інші [189].

Процес становлення громадянського суспільства в Україні без перебільшень можна назвати процесом «відвойовування» суспільних сфер компетенції у держави. Причому держава охоче ділиться власними компетенціями у галузях, які є найбільш обтяжливими для неї і найменш привабливими з точки зору прибутків, але дуже неохоче «допускає» громадські організації у сфери, де формуються правила гри або у фінансово привабливі галузі [207]. Так, при усіх органах державної влади і державних установах функціонують громадські ради. Однак на практиці їх функціональність часто залежить від керівництва цих органів, а правове закріплення (рішення Рад носять рекомендаційний характер) не дозволяє громадськості бути активними у прийнятті владних рішень. Тому створення громадських рад зазвичай є формою самолегітимації політичного режиму, коли за рахунок імітації залучення створюється видимість врахування думки громадськості.

В Україні наслідки громадських обговорень і публічних консультацій мало впливають на діяльність органів влади. Зокрема, зареєстровані в Верховній Раді законопроекти якщо й змінюються змістовно, то здебільшого в

результаті різних міжвідомчих, міжпартійних та внутрішньопартійних узгоджень, а не за наслідками публічного обговорення. Громадяни та експерти мають право висловитися з того чи іншого законопроекту, однак їх думку ніхто не зобов'язаний враховувати. Тому, інститут громадських обговорень перетворюється на декоративний, завданням якого є швидше надання легітимності прийнятим рішенням [206]. Відповідно, можна говорити про спроби штучного конструювання елементів демократії при обмеженні впливу громадянського суспільства на процеси трансформації та прийняття рішень. Адже здорова демократична система – це процес зворотного зв'язку між суспільством і владою, який здійснюється в ході регулярних вільних виборів різних рівнів, а якість законів забезпечується багаторівневим, відкритим обговоренням не лише законотворців, а й експертного середовища.

Важливу нішу політичної залученості в мобілізації громадян займають спостереження від громадських організацій, які допомагають нарощувати довіру суспільства до чесності виборчих процесів та сприяють просуванню й захисту громадянських і політичних прав учасників виборчого процесу. Громадське непартійне спостереження мобілізує громадян з метою здійснити їх право на участь у суспільному житті шляхом спостереження та інформування про хід виборів. Головними завданнями такого спостереження є об'єктивна оцінка чесності виборчого процесу, підвищення його прозорості завдяки наданню аналітичних звітів; захист політичних прав громадян; надання рекомендацій органам державної влади та відповідальним особам за вибори щодо покращення виборчого процесу в цілому. Проте, існуюча практика, а саме відсутність достатнього фінансування громадських організацій, уможливила використання їх в якості інструменту політичної боротьби.

Зачасту у виборчих кампаніях громадські організації використовуються політичними партіями чи кандидатами для політично вмотивованого втручання у виборчий процес. Так на позачергових парламентських виборах 2019 р. із 163 зареєстрованих громадських організацій, що отримали дозвіл ЦВК на спостереження лише 95 (58%) мали досвід спостереження за виборами. Інші

спостерігали за виборами один раз – на чергових виборах Президента України 2019 р. Для 68 громадських організацій цей виборчий процес став першим – вони були створені напередодні виборів. 6 громадських організацій були зареєстровані Міністерством юстиції вже після старту виборчої кампанії. Серед них 3 організації назва яких співзвучна з назвою політичної партії: ГО «За слугу народу», ГО «Слуги народні»; ГО «Слуга народний». 15% керівників таких громадських організацій брали участь у виборчому процесі у ролі кандидатів у депутати (Клименко Ю. – керівниця ГО «Справжні зміни» була кандидаткою по списку партії «Голос»; Мандзій С. – керівник ГО «Сильне місто» та кандидат по списку партії «Слуга народу», Митрофанський С. – керівник ГО «Батьківщина Молода» та кандидат по списку партії Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина» та ін.). 12 керівників громадських організацій балотувалися до Верховної Ради в одномандатних округах: Боярчук О. – керівник ГО «Міжнародна правозахисна громадська організація «Континент» був кандидатом по мажоритарному виборчому окрузі №92; Сердюк Р. – керівник ГО «Інститут реформ та інновацій» кандидат по мажоритарному виборчому окрузі № 25; Ільюк А. – керівник ГО «Партія миколаївців» та кандидат у мажоритарному виборчому окрузі № 128 та ін. [82]. Відтак, реєстрація власних лояльних та політично заангажованих громадських організацій стало поширеною практикою для виборчих перегонів, що може негативно впливати на процес виборів та дискредитувати інструмент громадського спостереження.

Варто зауважити, що зв'язки громадських організацій з політичними партіями прямо суперечать принципам їх діяльності, а саме політичної нейтральності організації та рівному ставленню до всіх учасників виборчих перегонів. Окрім цього, велика кількість зареєстрованих громадських організацій для спостереження на виборах створює адміністративні та репутаційні ризики для кампанії.

Важливою формою залучення громадян до електоральної участі політичними суб'єктами є діяльність через благодійні фонди. Згідно

законодавству, фінансування передвиборчої агітації здійснюється виключно через виборчі фонди, сума яких є лімітованою. Відтак, щоб залучити додаткові ресурси та посилити вплив на електорат, в передвиборчі перегони залучається благодійний сектор. В період виборчих змагань кількість благодійних фондів зростає: одні активізуються перед виборами (між виборами вони існують на папері), інші працюють в міжвиборчий період для привернення уваги до певних кандидатів. З закінченням виборчих кампаній фонди або зникають або їх робота стає менш активною (неактивною зовсім).

Залучення благодійних організацій до агітації на користь кандидата чи партії є дуже поширеною і форми такого залучення є різноманітними: кандидати створюють «іменні» фонди або фонди, які не містять в своїй назві прізвища кандидата, проте в яких кандидати виступають засновниками або керівниками (або ж асоціюються з кандидатом або партією, яку він представляє). Такі благодійні фонди, як правило, орієнтовані на специфічну аудиторію – економічно чутливі верстви населення, що мають право голосу. Їх проекти, розраховані з одного боку, для піару, а з другого – для мобілізації електорату за того чи іншого політика.

«Передвиборчі» благодійні фонди від постійно діючих відрізняються певними ознаками: політичною заангажованістю, прив'язкою до імені кандидата чи партії, активною піар-складовою, активністю лише у передвиборчий період, відсутністю постійної візії, місії та цінностей, несистемністю роботи, єдиним джерелом фінансування, непрозорість діяльності. Однак сьогодні вже існує багато фондів, які фінансуються політиками й при цьому працюють стало. Зазвичай їх діяльність розгортається далеко до початку виборів, вони мають стратегічний план дій поза політикою (громадські ініціативи, підтримка освіти, культури тощо), а в період передвиборчої кампанії такі фонди підтримують конкретного кандидата.

Діяльність фондів найчастіше розгортається в соціальній сфері: пенсіонери, діти (чиї батьки голосують), а їх робота концентрується здебільшого на кількох видах допомоги: гуманітарна (продуктові набори,

медикаменти, іграшки); будівництво дитячих та спортивних майданчиків, облаштування просторів, парків; організація свят, фестивалів; допомога сиротинцям, школам, дитячим садкам; екоактивність, освітні та культурні ініціативи [112]. Всі ці види допомоги переслідують одну мету – досягнути якомога більшої підтримки на виборах мобілізувавши електорат.

На сьогодні в Україні існують потужні громадські мережі, які сприяють залученню населення у електоральні процеси, здійснюють громадський контроль, стимулюють прозорість, підзвітність та відкритість влади. Серед провідних організацій України – громадська мережа ОПОРА, Всеукраїнська громадська організація «Комітет виборців України» (ВГО КВУ), громадський рух ЧЕСНО та ін.

ОПОРА, неурядова та позапартійна всеукраїнська організація громадського контролю у сфері виборів, парламентаризму, місцевого самоврядування та ін. До основних завдань відносять моніторинг дотримання законності, сприяння поширенню демократичної культури, активізацію громадян для участі в демократичних процесах, участь у розробці політики. З 2007 р. організація займається аналізом та спостереженням за виборчим процесом, працює над удосконаленням виборчого законодавства згідно міжнародних стандартів. Із 2013 р. моніторить діяльність парламенту та політичних партій, надає рекомендації щодо підвищення якості роботи депутатів та парламентських комітетів, створює інструменти громадського контролю за діяльністю Верховної Ради, реалізуються просвітницькі кампанії для підвищення рівня політичної культури виборців та розвитку потенціалу громадських активістів [81]. Організація проводить ґрунтовний аналіз виборчих кампаній, надання рекомендацій та моніторинг змін в електоральних процесах.

До ефективних практик в сфері виборів, можна віднести створення ОПОРОЮ мережі громадських омбудсменів із захисту виборчих прав. Відтак, в Україні діє 25 представників, які забезпечують системний аналіз застосування законодавства та практик розслідування виборчих злочинів. Вони виступають комунікаторами між виборцями, кандидатами, медіа та правоохоронними

органами з питань впровадження практик протидії порушенням на виборах. Активна фаза діяльності мережі омбудсменів припала на президентські та парламентські вибори 2019 р. Вони аналізували доступність дільниць для людей з інвалідністю, консультували виборців щодо внесення себе до списку виборців через суд, проводили просвітницьку роботу, навчали представників поліції ефективній профілактиці та протидії виборчим злочинам [81]. Кожні вибори, починаючи з 2007 р., організація, чи не єдина в Україні, проводить масштабне незалежне спостереження по всій країні на дільницях, організовує паралельний підрахунок голосів.

Напередодні президентських виборів 2019 р. ОПОРА задля захисту права українців на свободу волевиявлення проводили масштабну інформаційну кампанію з метою уникнення фальсифікацій при підрахунку голосів. У межах спільної ініціативи «Чесні та вільні вибори» зі StarLightMedia транслювалися соціальні відеоролики, сюжети про національний екзит-пол та громадське спостереження за виборами, про права та обов'язки виборців на виборчій дільниці в день голосування, перевірку своїх даних у списку виборців та ін.

Всеукраїнська громадська організація «Комітет виборців України» створена 1994 р. як незалежна позапартійна організація з метою сприяння поглибленню демократичних перетворень у державі, у тому числі шляхом здійснення незалежного громадського моніторингу виборчих процесів та процесів референдуму, а також громадського лобювання відповідних законодавчих змін [49]. За час безперервної діяльності, Комітетом здійснено моніторинг всіх без винятку загальнонаціональних виборчих кампаній. Важливу увагу організація приділяє розвитку та активізації громад напередодні виборів, а також створення умов та надання можливостей впливу на прийняття рішень, шляхом підвищення якості публічних і адміністративних послуг.

Окрім спостереження за виборчими кампаніями, організація через своїх представників здійснює моніторинг стану та діяльності політичних партій в Україні, бере участь у реформуванні виборчого законодавства, проводить

навчання членів виборчих комісій та спостерігачів з питань підготовки та проведення виборів. ВГО КВУ здійснює громадський контроль за діяльністю органів влади різних рівнів (слідкує за діяльністю виборних посадових осіб, комунікацій влади і громадськості, відкритості органів влади, проводить експертизу виконання і дотримання взятих на себе органами публічної влади зобов'язань в частині доступу до публічної інформації, консультацій влади і громадськості, міжнародних зобов'язань. В епіцентрі уваги організації – надання консультацій громадськості: забезпечення функціонування «гарячої лінії» під час проведення всеукраїнських кампаній з виборів, просвіта виборців щодо новел виборчого законодавства, реалізації їхніх прав у сфері взаємодії з органами влади тощо.

Громадський рух ЧЕСНО мету своєї діяльності вбачає в стимулюванні прозорості, підзвітності та відкритості представників влади. Рух об'єднує активістів з громадських організацій, а також волонтерів по всій території України та за її межами. Мережа реалізує проекти з фінансової прозорості політичних партій, як одного з критеріїв електорального вибору; проводить моніторинг відповідальності та відкритості депутатів місцевих рад; збирає і поширює інформацію про народних депутатів України; відповідно до положень Конституції України про свободу вираження поглядів та забезпечення вільного волевиявлення на виборах, поширює інформацію про осіб, які претендують або можуть претендувати на посаду народного депутата України [83]. Діяльність Руху спрямована на забезпечення виборцям можливості доступу до різнобічної та неупередженої інформації, потрібної для здійснення усвідомленого, поінформованого, вільного вибору.

ЧЕСНО висвітлює питання виборчого процесу та діяльності депутатів: фінансові звіти, вартість кампаній, аналіз голосувань нардепів, з 2011 р. фіксує факти кнопочаства та бореться за дотримання народними депутатами конституційної вимоги голосувати особисто. Так, за час роботи Верховної Ради 9-го скликання у 2019 р. зафіксовано щонайменше 15 депутатів, які порушили цю вимогу [83].

Отже, інституційну структуру участі громадян в електоральному процесі включає: інститут виборів, політичних партій, громадянського суспільства. Її аналіз демонструє низький рівень довіри до інститутів електорального процесу: виборчої системи, політичних партій, громадських організацій. Проведений аналіз підтвердив існування в Україні проблеми природи політичного режиму, який мінімізує ефективність передбачених законодавством форм політичної та громадської участі, і відповідно стримує розвиток парламентаризму. Водночас спостерігається процес активізації діяльності громадських об'єднань, насамперед у контролі над ходом виборчого процесу. Останнім часом сфери у яких суспільство відчуває свою ефективність, швидко наповнюються громадськими ініціативами (найяскравіший приклад – створення волонтерських організацій у 2014–2015 рр.). Наслідком громадської мобілізації в Україні стали зміни у владній еліті та сприяли мобілізації по всій країні, що вилилося у створенні нових форм самоорганізації громадян, започаткуванні нових громадських організацій, посиленні діалогу між владою на громадянами.

Післяреволюційні періоди сприяють відродженню довіри громадян в працездатність політичних механізмів впливу (шляхом різноманітних форм політичної участі) на органи публічної влади, державного апарату й місцевого самоврядування, прийняття соціально-значимих рішень. Проте з часом, такі форми впливу не виправдовують себе, адже змін не зазнає законодавство та відсутня політична воля владних еліт. Відтак, основним завдання держави є створення механізмів з демонополізації влади, інституційне забезпечення конвенційних форм політичної участі.

Висновки до розділу 2

Нормативно-правова база політичної участі громадян в електоральному процесі формувалась під впливом посттоталітарних, з одного боку, та демократичних тенденцій суспільного розвитку, – з іншого. Перехідний період відзначився впровадженням демократичних європейських цінностей, остаточному закріпленню яких заважали посттоталітарні настрої, основою яких

стала мінімізація впливу громадянського суспільства на формування політичної влади, прагнення владної еліти зберегти свої прерогативи. Виразно ці тенденції простежуються при аналізі законодавства на виборах до Верховної Ради України.

Маючи прямий вплив на законотворення, правлячі кола роблять усе можливе, щоб залишитися при владі. Свідченням тому відсутність стабільності виборчого законодавства, регулярне оновлення законів про вибори відповідно до політичної кон'юнктури. Предметом маніпуляції стає тип виборчої системи, розмір прохідного бар'єру, кількість зібраних підписів на підтримку того чи іншого кандидата, грошова застава, можливість участі у виборах блоків політичних партій, створення перешкод на шляху до виборів новим політичним партіям.

Водночас простежується тенденція до розробки комплексних нормативно-правових актів, які забезпечують незалежність і доброчесність виборів, сприяють послідовності і рівності в адмініструванні виборів, забезпечують повноцінну та поінформовану участь політичних партій, громадських організацій та виборців у виборчому процесі. Йдеться про розширення кола офіційних спостерігачів, допуск до участі у виборчому процесі представників громадських організацій, розширення міжнародного співробітництва у сфері правового забезпечення виборів. Враховуються зауваження і рекомендації міжнародних спостерігачів з демократичних інституцій, зокрема щодо зменшення розмірів грошової застави для кандидатів, ліквідації штучних перешкод для новостворених політичних партій у вигляді їх реєстрації не раніше ніж за рік до виборів, позбавлення пільг для політичних партій, які мали фракції в парламенті. Важливим кроком на шляху до забезпечення європейських стандартів виборів стало створення Державного реєстру виборців.

На сьогодні, експертне середовище відстоює позицію пропорційної виборчої системи з відкритими списками, адже деякі зміни виборчого законодавства, що їх запроваджують, стали вимогою часу. Мова йде про

активніше застосування ІТ в окремих виборчих процедурах, запровадження механізмів реагування на безпекові та інформаційні ризики, регулювання та моніторинг передвиборної агітації з використанням нових медіа (у тому числі Інтернет), введення гарантій політичної нейтральності публічної служби під час перебігу виборчого процесу, запровадження механізмів запобігання використанню адміністративних ресурсів та ефективних санкцій за порушення виборчого законодавства.

Мобілізація громадян до активної політичної участі відбувається завдяки наявним у суспільстві інститутів та інституцій, що складають основу формального та неформального регулювання сфер діяльності громадян. На інституціональному рівні електоральна мобілізація можлива за допомогою технологій, що використовуються політичними партіями в ході виборчого процесу, організаціями громадянського суспільства, суспільними рухами, ЗМК тощо, органами державної влади з метою забезпечення виборчої участі громадян.

Участь громадян в парламентських електоральних процесах напряму залежність від інституційної структури, його суб'єктів, а також типу виборчої системи. Всі розглянуті інститути, відіграють важливу роль у житті сучасного суспільства, забезпечують інституціоналізацію не тільки електоральної участі громадян, а й зменшують міру стихійності соціальної активності в політиці, мобілізують маси на виконання запропонованих програм суспільного розвитку, формуючи у такий спосіб необхідні для цього навички та якості. Проте, політичні партії зосереджуючи увагу на перемозі у виборах (застосовуючи мобілізаційні виборчі технології різного ґатунку), розглядають пересічних виборців лише як політичних об'єктів, а не як можливість артикуляції та агрегації інтересів пересічних громадян. Відтак, наявний досвід мобілізаційного функціонування сприяє негативному відношенню до інститутів та процедур участі громадянами України.

Проведення парламентських виборів в Україні, наявні виборчі системи продемонстрували неефективність у забезпеченні демократичних стандартів

виборів і як наслідок втрату довіри до інститутів участі. Ситуація дещо змінилася після Революції Гідності, що спровокувало сплеск громадянської активності та нових форм політичної участі. Новим явищем стали мережеві громадські об'єднання діяльність яких направлена на пошук форм прямої демократії та можливостей контролю за роботою влади. Відтак, в умовах трансформації політичної системи України визначальною є позитивна мобілізація, яка пропонує бачення альтернатив розвитку суспільства, демократизацію всіх сфер суспільства, а не лише має на меті мобілізацію на виборах. Таким чином, ефективність української державності безпосередньо залежить від трансформації політичних інститутів суспільства, запозичення кращих європейських та світових практик.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛІЗАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ В УКРАЇНІ

3.1. Особливості використання мобілізаційних технологій на виборах до Верховної Ради України в 1998 – першому десятилітті 2000-х рр.

Характер електоральної активності у перехідних політичних системах є індикатором рівня їх демократизації, що істотно впливає на стабільність політичної системи. У цьому контексті, особливої актуальності набуває дослідження виборчих технологій як сукупності засобів та дій політико-психологічного впливу на електоральні настрої та поведінку громадян.

Право обирати громадянами своїх представників у владі та впливати на політичну спрямованість є фундаментальною складовою демократії. Жодну цивілізовану країну неможливо уявити без чесного, справедливого, регулярного волевиявлення громадян. Виборчі кампанії, організовані у демократичний спосіб, стали невід’ємною складовою частиною вітчизняних електоральних процесів. Водночас існує чимало проблем в ході проведення виборів – політична свідомість громадян в умовах трансформації може виступати об’єктом маніпуляцій та технологічного впливу, адже електоральна поведінка зазнає впливу мобілізаційних чинників.

Політичну активність громадян засобами мобілізації визначають як високий рівень участі мас в політиці, їх політичне ангажування шляхом підтримки тих чи інших політичних дій значними масами населення [344, с. 101–106]. Найактивніше засоби політичної мобілізації проявляються у виборчий період, коли є потреба спрямування великої частини електорату на голосування за певну політичну силу, з відповідним бажаним результатом: бути обраним чи переобраним на певну посаду. У країнах, які обрали шлях демократичного розвитку, зазвичай не зустрічається, коли той чи інший кандидат або політична партія мають гарантовану підтримку сталого електорату, що забезпечує реальну й рішучу перемогу [133]. Тому особливу

увагу політичних технологів привертає та частина електорату, яка може суттєво змінювати свої електоральні орієнтації у період проведення виборчої кампанії.

Початком масштабної технологізації виборчих кампаній в Україні вважаються парламентські вибори 1998 р. Саме тоді запрацювали виборчі штаби, які застосовували різноманітні виборчі технології, політичну аналітику та професійне консультування. Як зазначає О. Колесніков, стрімку експансію виборчих технологій у вітчизняну політичну сферу у другій половині 90-х рр. ХХ ст. обумовлено декількома чинниками:

- зростання кількості ліній політичного розмежування українського суспільства;
- запровадженням змішаної виборчої систем, що сприяло перенесенню центру виборчих кампаній на національний рівень, де вони почали потребувати якісно іншого рівня організації (у поєднанні з зростанням рівня недовіри до основних політичних інститутів цей чинник призвів до необхідності пошуку нових форм та засобів політичної боротьби);
- бурхливим розвитком вітчизняної медіа сфери в якому політики побачили якісно новий засіб комунікації з виборцями [133].

Розповсюдження виборчих технологій наприкінці 1990-х рр. відбувалося на тлі поширення політичного плюралізму – збільшення кількості політичних партій переважно центристського спрямування, що сприяло загостренню політичної конкуренції. Якщо у 1995 р. зареєстровано одну політичну парію, у 1996 р. – п'ять, то у 1997 р. – дев'ять [91]. Серед зареєстрованих у цей час партій багато таких, що ставали переможцями на парламентських виборах і вирішальним чином впливали на форми та зміст політичної боротьби. Серед них: ВО «Свобода», НДП, СДПУ (о), ПСПУ, «Реформи і Порядок», «Партія регіонів».

За результатами виборів до парламенту потрапило вісім політичних сил та 101 позапартійний депутат, що обиралися по одномандатних виборчих округах (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Результати виборів до Верховної Ради України III скликання 1998 р.

Партії і партійні блоки	Всього мандатів
Компартія України	123
Народний рух України	46
СПУ–СелПУ	35
Партія зелених України	19
НДП	31
«Громада»	24
ПСПУ	17
СДПУ(о)	17
Позапартійні	101
Всього	448

Джерело: [314].

Цей час характеризується розколами в партіях одного спектра політичних течій. Започатковано тенденцію і до утворення партій адміністративним шляхом, а також партій – «політичних проектів» фінансово-промислових груп та окремих осіб [75]. На відміну від Росії та країн СНД, українські комуністи розділилися на конкуруючі ліві партії, що послабило вплив як окремих діячів так і Комуністичної партії України загалом. Активно діяла Соціалістична партія України, яка була менш чисельною, проте очолювалася лідером національного масштабу (О. Мороз). У 1996 р. створено пропрезидентську Народно-демократичну партію (НДП), що попри відсутність дієвих первинних осередків, але завдяки застосуванню адміністративному ресурсу, мала вагомий вплив у східних, південних і центральних областях України.

Безкомпромісний характер мало й ідеологічне протистояння націонал-патріотичних і прокомуністичних сил. Названі чинники спровокували необхідність оновлення організації виборчих кампаній, впровадження інноваційних методів та засобів політичної боротьби.

Парламентські вибори 1998 р. відбувалися за пропорційно-мажоритарною системою. Соціологічне опитування громадян, проведене напередодні виборів показало, що 65 % опитаних до початку виборчої кампанії вже знали, за кого голосуватимуть (показник достатньо високий зважаючи на те, що переважна

кількість партій були щойно створеними) [183]. Під час цих виборів уперше проведено національний «екзит-пол», як технологія і процедура, що надавала можливість оперативного прогнозування волевиявлення громадян та накопичення статистичних даних про електорат [205].

У виборах брали участь 30 політичних партій та виборчих блоків, мажоритарні округи в середньому налічували по двадцять кандидатів, що засвідчувало високий рівень демократизму і змагальності. Їх особливістю було і те, що одночасно відбувалися місцеві вибори. Як результат, пересічний виборець був «мішенню» агітаційних і пропагандистських впливів з боку близько 70 суб'єктів виборчих змагань різного рівня [210]. Тому використання виборчих технологій мало специфічні характеристики зумовлені процесами демократизації.

Саме на виборах 1998 р. почалося застосування адмінресурсу в Україні. Проте ця технологія ще не мала значного впливу на результати голосування і, відповідно, формування парламенту. Так, очолювана тодішнім Прем'єр-міністром України В. Пустовойтенком Народно-демократична партія змогла отримати на виборах лише 5,01 %. Натомість адмінресурс спрацював на користь об'єднаної Соціал-демократичної партії України, що дало їй змогу потрапити в Парламент з результатом 4,01 % [313].

Під час парламентських виборів 1998 р. простежується ще одна технологічна особливість. Політичні партії й кандидати почали активно використовувати засоби масової інформації, як новий інструмент комунікації з виборцями. Саме телебачення та застосування в ньому політичної реклами і агітації, слугувало методом донесення електорату основних гасел та послань. Для досягнення переможних результатів, почали з'являтися так звані лідери громадської думки – спортсмени, артисти, впливові бізнесмени, які закликали голосувати за певного кандидата або ж політичну силу. До прикладу, у телевізійній рекламі Партії зелених: задіяна група «Скрябін» з піснею «Танець пінгвіна», написаної спеціально для виборчої кампанії та білборди зі слоганом

«Приколись, присядь на траву!» (орієнтувались на молодь), що не в останню чергу сприяло електоральному успіху «зелених».

Інформаційний простір початку 1998 р. в Україні був заповнений рекламою партій та політиків. Участь політтехнологів, іміджмейкерів у «створенні» політиків стала новим і, певною мірою, поворотним для України явищем. Представники фінансово-промислових груп, маючи у своєму розпорядженні фінансові ресурси, потужні ЗМІ тощо, за допомогою підконтрольних політичних партій, а також штучних технологічних політичних проектів, мали значні переваги у політичній боротьбі.

Наслідком цих дій, стало здорожчання виборчих кампаній для кандидатів і партій. На виборах 1998 р. балотувалися такі відомі олігархи як В. Пінчук та А. Деркач. Однією з найдорожчих кампаній, було визнано роботу на окрузі № 97 І. Бакая [86]. Кошти витрачалися не лише на традиційну рекламу та агітацію, а й на великі інфраструктурні об'єкти: ремонт доріг, допомогу навчальним закладам, придбання обладнання лікарням тощо. Усе це надавало згаданим кандидатам у депутати значні переваги порівняно з кандидатами у депутати з обмеженими фінансовими можливостями.

Новинкою у виборчій кампанії було об'єднання та мобілізація електорату на свою підтримку за допомогою соціокультурного дискурсу. Уперше на парламентських виборах 1998 р. була проведена віртуальна виборча кампанія з використанням відеороликів поза політичної тематики. Так, Партія зелених, робила акценти на захист довколишнього середовища та раціональному використанні ресурсів, а СДПУ(о) активно використала футбольну тему. До того ж, кампанії деяких партій були націлені на активну роботу в конкретних регіонах – ПСПУ (Сумщина), СДПУ(о) (Закарпаття), «Громада» (Дніпропетровщина) [56]. Позиції партій та їх представників у цих областях були значно сильнішими, ніж в інших. Підсумки виборів, показали що на виборах 1998 р. велике значення мав ідеологічний чинник, що засвідчила перемога КПУ.

На виборах 2002 р. особливого значення набув іміджевий ресурс, використання образу харизматичного лідера, як засобу впливу на громадську думку, а отже, й електоральну участь громадян. У зв'язку з цим особливо помітним був зсув стилю ведення політичних кампаній у напрямі 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 – колишній секретар РНБО, радник Президента України, очолив блок «Демократична партія України – Демсоюз», Ю. Тимошенко утворила свій однойменний блок, тощо) [210]. Відповідно, виборча кампанія 2002 р. проходила в умовах змагань іміджів та персоніфікації політичних сил.

Вибори 2002 р. відбувалися за змішаною виборчою системою, участь у яких взяли 33 політичні сили. Під час виборчої кампанії вперше прослідковується переведення електоральної ваги з харизматичного лідера на політичну партію. Так після загибелі у 1999 р. В. Чорновола, демократичний табір був розділений між кількома політичними силами. У 2001 р. набрала обертів державна та політична діяльність колишнього голови НБУ, діючого прем'єр-міністра В. Ющенка. Покинувши прем'єрську посаду, 16 липня 2001 р., в річницю проголошення Декларації про державний суверенітет, ним було оголошено про створення опозиційної до Президента України політичної сили – блоку В. Ющенка «Наша Україна» [56]. До складу блоку увійшло вісім політичних сил. У результаті новостворений блок із використанням іміджу В. Ющенка забезпечив партіям-членам блоку більшу електоральну підтримку, ніж вони могли отримали якби йшли на вибори поодиночі. До того ж, популярність партійних лідерів, що їх постійно вимірювали різні соціологічні служби, показали, що порядок отриманих голосів на виборах майже збігається з ієрархією рейтингів довіри до лідерів відповідних партій (блоків).

Відсутністю сильного лідера можна пояснити поразку на виборах партій, що поклалися лише на медіа-ефекти, насамперед, телерекламу. Йдеться про Партію зелених та новостворену політсилу «Жінки за майбутнє». Остання розраховувала на жіночий електорат, який був практично поза впливом політичних партій, декларуючи вирішення питань жінок у законодавчому органі. Водночас активно набираючи рейтинг, напередодні виборів, партія «Жінки за майбутнє» втратила частину електорату через розмитість програми та непрозорість її лідерів. Партія зелених, що вже мала досвід парламентського представництва, очікувала підтримки електорату з числа прихильників ідеології захисту довкілля. Проте, під час виборчої кампанії виборці не почули конкретних пропозицій, а виборчі заходи, що зводилися до спонсорвання телесеріалів та передачі «Останній герой» не стало переконливим аргументом вирішення екологічних проблем.

На виборах 2002 р. істотно змінилася формат реклами партій і блоків у напрямі спрямування уваги на ідентифікацію та запам'ятовування назв окремих учасників виборчих змагань («Яблуко», «КОП», «Нова Генерація») [210]. При цьому використовувалися прийоми комерційної, а не політичної реклами (ці методи активно застосовувалися російськими політтехнологами). Такий підхід виявився не дієвим для ідентифікації та піару виборчих програм, продемонструвавши, що український виборець має іншу логіку голосування.

Парламентські вибори 2002 р. проходили в умовах масового застосування адміністративного ресурсу. Після входження в блок «За єдину Україну!» глави адміністрації Президента України В. Литвина та Прем'єр-міністра України А. Кінаха було остаточно визначено «партію влади», в якій був сконцентрований значний адміністративний потенціал. Передвиборчий список блоку партії на 22 % складався з працівників держадміністрацій та рад різних рівнів, міських голів та керівників податкових інспекцій; 20 % учасників списку були підприємцями; 12 % представляли директорський корпус, а 9 % – це міністри уряду, їх заступники та працівники урядових структур [336, с. 19–28.].

Проте, на відміну від попередніх виборів, коли адмінресурс мав централізований характер і діяв по всій вертикалі, від центру і до низів, у 2002 р. ця вертикаль переривалася на місцевому рівні завдяки кристалізації електоральних інтересів регіональних еліт. В ситуації коли інтереси центру і регіонів ситуативно збігалися, там голосували «За єдину Україну!» (Донецька, Луганська, Харківська, Сумська, Запорізька області). В областях, де відбулася кристалізація регіональних інтересів, голосували за «Нашу Україну» або інші блоки (Західна Україна, АР Крим, м. Київ) [210]. Свідченням застосування адміністративного ресурсу на виборах 2002 р. стали результати волевиявлення, згідно якого партія влади набрала в рази більші результати ніж показували соціологічні опитування напередодні.

У ході виборчої кампанії 2002 р. застосування адмінресурсу вплинуло на іншу виборчу технологію, а саме використання мас-медіа. Починаючи з 2001 р. на відомих телеканалах та інших інформаційних ресурсах з'являються так звані «темники», суть яких полягала в нав'язуванні журналістам переліку тем та порад щодо висвітлення політичної ситуації в країні.

Ідею темників в Україну привіз російський політтехнолог і галерист М. Гельман, а практичним застосуванням прихованої цензури керував голова Адміністрації Президента Л. Кучми – В. Медведчук [137]. Владні рекомендації «темників» містили фрази на кшталт «тема важлива й актуальна», «аналітики вважають...», «рекомендований заголовок для газет – ..», «інтерпретація – важливо», «прохання ігнорувати» [144]. За вказівками, ігноруванню піддавалися заходи опозиції: прес-конференції Ю. Тимошенко та В. Ющенка; створення нових політсил – блоку Хорошковського «НЛО» та партії «Молода Україна»; мітинги та демонстрації – Всеукраїнський протест чорнобильців проти дискримінації прав та заборгованості соціальних виплатах; заходів проведених Комітетом виборців України і центрів політичного аналізу, тощо. На висвітлення діяльності влади підконтрольні журналісти отримували дозвіл та настанови щодо «правильного» подання інформації.

Впровадження політичної цензури під час виборчої кампанії 2002 р. викликало незгоду з боку інформаційних агентств (УНІАН) та окремих журналістів. На їх захист стали опозиційні політики та громадськість, завдяки чому вдалося зберегти об'єктивність та створити Незалежну профспілку працівників ЗМІ у жовтні 2002 р. Проте, «темники» існували фактично до президентських виборів 2004 р.

На парламентських виборах 2002 р. уперше масово застосовували «чорний» піар, зокрема технологію «двійників». Так, було створено Народний Рух України «За єдинство» («НРУ(є)'), де у першій п'ятірці балотувався син экс-лідера НРУ – А. Чорновіл. «НРУ(є)» мав на меті забрати голоси у націонал-демократичних сил, фаворитів виборів. У лютому 2002 р. після судових розглядів було скасовано реєстрацію блоку «За Ющенка!», який створював нардеп О. Ржавський. ЦВК було зареєстровано блок-клон «Жінки за майбутнє дітей» (на противагу партії «Жінки за майбутнє») та виборчий блок «Проти всіх» [121].

У 2001 р. було презентовано книгу-розвідку Д. Чобота «Нарцис» із компроматом на В. Медведчука – опонента В. Ющенка. Книга присвячувалася деяким фрагментам біографії політика, зокрема, його засудженню у 1974 р. строком на два роки за кримінальною статтею, а також діяльності Медведчука в ролі адвоката дисидента В. Стуса. Робота так і не побачила світ – за позовом В. Медведчука наклад книги було арештовано в друкарні.

Апогеєм застосування чорних передвиборчих технологій став фільм «Піар», що вийшов на провладному каналі *ICTV*. У стрічці йшлося про замовлення «касетного скандалу» та акції «Україна без Кучми» 2000–2001 рр. спецслужбами США, які мали на меті привести до влади В. Ющенка (тодішній Прем'єр-міністр мав замінити на чолі держави президента Л. Кучму) [144].

За результатами виборів 2002 р. участь у голосуванні взяло 65 % громадян. Перемогу отримав новостворений блок В. Ющенка «Наша Україна», посунувши з лідерських позицій КПУ (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Результати виборів до Верховної Ради України IV скликання, 2002 р.

Партія	Офіційні результати виборів, %
ВБ політичних партій «Блок Віктора Ющенка “Наша Україна”»	23,57
Комуністична партія України	19,98
ВБ політичних партій «За Єдину Україну!»	11,77
ВБ політичних партій «Виборчий блок Юлії Тимошенко»	7,26
Соціалістична партія України	6,87
Соціал-демократична партія України (об'єднана)	6,27

Джерело: складено автором за: [315].

Формально програвши парламентські вибори 2002 р. влада, за допомогою низки політичних маніпуляцій створила найбільшу (39,3 %) фракцію в парламенті. До її складу приєдналося 56 самовисуванців, а також ввійшло 86 депутатів-мажоритарників, що у чотири рази більше, ніж депутатів, які були обрані за партійними списками блоку «За єдину Україну!» [45]. Виборча кампанія відзначилася символізацією агітаційних звернень, впливом на свідомість людей передвиборчих технологій з використанням таких ресурсів: особистісного, мас-медійного, адміністративного, фінансового, ідеологічного.

Парламентські вибори 2006 р. відбувалися в нових політико-інституційних умовах через набуття чинності змін до Конституції України щодо перерозподілу повноважень між президентом, Верховною Радою і Кабінетом Міністрів. Виборча кампанія проходила в умовах зміни владних еліт в результаті Помаранчевої революції, коли президентом став кандидат від опозиції. Уперше вибори відбувалися за пропорційною системою де участь у виборах взяли 45 політичних сил, з яких п'ять подолали трьохвідсотковий бар'єр і розділили між собою депутатські мандати.

У 2006 р. в Україні з'явився відчутний середній клас – цьому сприяла позитивна економічна ситуація у світі. Збільшення доходів населення давало

відчуття впевненості та стабільності. Проте, зростало відчуття несправедливості, соціальної нерівності та відсутності рівності перед законом. Уявна незалежність ЗМІ, що проголошувалася після перемоги Помаранчевої революції, не сприяла підвищенню їх свободи й відповідальності. Серед публікацій траплялось чимало «джинси» – оплачених політиками чи бізнесменами маніпулятивних матеріалів. Політики продовжували нехтувати виконанням обіцянок, а завдяки великим капіталовкладенням і набуттям досвіду проведення виборів, ринок політтехнологій процвітав. Виникли команди, що спеціалізувалися на схемах купівлі голосів, з'явилися групи «мінусовщиків» – тих, хто працює на зниження рейтингу конкурента [86].

Виборча кампанія 2006 р. в Україні створила нові виклики через загрозу поглиблення суспільно-політичного розколу країни, який стався під час президентських виборів 2004 р. [341, с. 10–15]. У ході цієї кампанії мало місце застосування «чорного» піару та використання конфліктогенних тем. Відмінності у зовнішньополітичних орієнтаціях, мовне питання та культурно-історичні відмінності – основні аргументи на користь протиставлення регіонів. Об'єктивний характер міжрегіональних відмінностей, а також відсутність в українських громадян чітко сформованих політичних інтересів, політизація відмінностей між різними регіонами стала зручним засобом для сегментації електорату, і як наслідок мобілізації виборця регіональною проблематикою [138]. Проте, політики вже не вдавалися до різкого протиставлення Сходу та Заходу України як це мало місце на виборах Президента України у 2004 р., а зосереджувалися на розбіжностях «ми – вони».

Упродовж виборчої кампанії 2006 р. траплялись випадки запозичення рекламних технологій конкурентів (розміщення слогану, емблеми). Політичні сили застосовували різноманітні способи поширення негативної інформації про суперників – листівки, плакати, телебачення, Інтернет. Усі ці канали зв'язку стали інструментом для маніпуляції свідомістю виборців. При підготовці партіями та блоками текстового супроводження передвиборчої кампанії

домінували агресивний та енергійний типи текстів зі стратегіями залякування, самовихваляння та лестощів.

Так, Партія регіонів значну увагу приділяла залякуванню електорату майбутнім економічним крахом у разі, якщо переможуть не вони. Крім того, використовувалися емоційні доводи – звернення до уявлень, характерних для певної релігійної, етнічної, соціальної групи, які виражалися у виступах проти НАТО, за російську мову як другу державну без особливого роз'яснення переваг такої позиції, спираючись на стереотипи та упередження своєї частини електорату [86]. Заклики партії були спрямовані на мобілізацію виборців В. Януковича 2004 р., викликаючи почуття повернення втраченої перемоги.

Найрізноманітнішою на виборах 2006 р. була передвиборча кампанія Блоку Юлії Тимошенко. Використовуючи агресивний підтекст у публічних виступах, вона «примушувала» помаранчевий електорат відчувати себе обманути деякими представниками нової влади. При цьому месидж: «Справедливість є, за неї варто боротися», уособлював саму Ю. Тимошенко. На користь політичної сили вдало спрацював технологічний прийом листів до виборців, які останні отримували поштою особисто від лідера Блоку. У листах містився заклик підтримати політичну силу та обіцянки створити чесну владу.

Значна частина політичних сил, незважаючи на активну рекламну та *PR*-кампанію, так і не змогла переконати електорат голосувати за себе (Народний Блок Литвина, Блок «Пора-ПРП», Блок Наталії Вітренко «Народна Опозиція», Партія «Віче», Блок «Не Так!» та ін.). Серед головних причин провалу – неефективні підходи до текстового супроводу кампанії та відсутність комплексного підходу до пропаганди.

Під час кампанії 2006 р. зустрічалися намагання приховати політичну рекламу під виглядом реклами соціальної чи комерційної, у матеріалах телеканалів. Так, демонстровані на телеканалі «Тоніс» ролики, що позитивно висвітлювали діяльність партії зелених у Швеції та Новій Зеландії містили гасло «Вибирай життя!», яке було гаслом Партії зелених України. До того ж,

ролики демонструвались після блоку політичної реклами, останнім у якому був ролик згаданої партії [95, с. 65–68].

У 2006 р. громадяни почали брати участь у мітингах за гроші [333]. Є свідчення, що цю традицію започаткувала Ю. Тимошенко, щоб організувати свою підтримку на річницю Майдану [340]. Починаючи з цього року у великих містах України формуються мережі громадян, які за фінансову винагороду оперативно збиралися «мітингувати» під визначеним замовником прапором та ідеєю. Сотні людей, переважно студенти та пенсіонери, були задіяними для протестів або створення «підтримки» певної політичної сили.

У 2000-х рр. з'явилися окремі комерційні структури, які пропонували кандидатам «гарантовану» кількість виборців, що проголосують за винагороду. Зазначена технологія найефективніше працювала в день виборів за умови постійного контакту представників кандидата і з виборцями (безпосереднє доведення останніх до дільниці).

Вибори 2006 р. характеризуються відсутністю централізованого адміністративного ресурсу. Якщо факти застосування адміністративного ресурсу й зустрічалися, то більшість з них стосувалися його позитивного розуміння (адміністративний ресурс використовували провладні суб'єкти виборчого процесу для ефективної побудови власної виборчої кампанії, а не проти виборців і конкурентів) [46, с. 56]. Така ситуація пояснюється позицією влади, яка була націлена на демократичний підхід в управлінні державою.

Поширеним засобом мобілізації електорату у період виборчої кампанії 2006 р. стало проведення соціологічних досліджень, опитувань громадської думки та публікація результатів опитувань. Йдеться про технологію «фургона з оркестром», суть якого полягає в публікації високих рейтингів партій та політиків, які вступили у електоральні перегони. Рівень популярності політичної сили, оголошений після проведення соціологічного дослідження, справляє враження об'єктивності й у такий спосіб впливає на електорат. Побачивши рейтинг політичної сили або окремого політика, виборець, що не

визначився за кого голосувати, долучається до «народної» підтримки та віддає свій голос лідерам соціопитування.

На парламентських виборах ця виборча технологія відзначається меншим напруженням в оцінці політичних рейтингів, як скажімо президентська кампанія. Для потужних партій похибка у кілька відсотків не є критичною, чого не скажеш про політичні сили, які знаходяться на межі потрапляння в парламент. Так, у грудні 2005 р. лідер блоку «Не так!» Л. Кравчук висловив недовіру опитуванням, згідно яким, блок не проходив до Верховної Ради. Щоправда за результатами виборів, прогноз підтвердився.

В арсеналі виборчих технологій кампанії 2006 р. застосовано таку політичну технологію, як «відкладене/скасоване рішення» – коли прийняття відповідного рішення державним органом влади свідомо зтягується чи скасовується з політичних причин [47]. До прикладу, оголошена у 2005 р. президентом В. Ющенком необхідність проведення податкової реформи так і не була реалізована – впровадження реформи спричинило б скорочення надходжень у державний бюджет, що у свою чергу не дало б можливості виконати соціальні програми. Не бажаючи втратити голоси виборців реформа була відкладена на невизначений владою термін. Подібна ситуація спостерігалася весною 2006 р. – через чотири дні після виборів, Урядом була опублікована постанова Національної комісії регулювання електроенергетики про підвищення тарифів на послуги житлово-комунального господарства. Непопулярне рішення набуло чинності після голосування, чим убезпечило провладну партію не втратити підтримку електорату.

Напередодні парламентських виборів 2006 р., методом залучення електорату на свою підтримку, стало включення знаменитостей зі сфери музики, кіно, спорту у списки партій. Так, у 2006 р. до Верховної Ради потрапили Р. Лижичко, телеведуча О. Герасим'юк та ін. Активною залишалася концертна підтримка політсил зірками шоу-бізнесу.

Під час виборчої кампанії 2006 р. найкраще мобілізувати електорат вдалося Партії регіонів, що засвідчив результат виборчих перегонів. На виборах

вони здобули найвищий результат і сформували найбільшу парламентську групу (186 мандатів). Друге місце зайняв блок Юлії Тимошенко, який основну підтримку отримав в Центрі – 129 депутатських місць; третім став блок «Наша Україна» із електоратом на Заході – 81 мандат. Подолали прохідний бар'єр і Соціалістична партія О. Мороза – 33 мандати та Комуністична партія України – 21 мандат (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Результати виборів до Верховної Ради України V скликання, 2006 р.

Партія		Офіційні результати виборів, %
1.	Партія Регіонів	32,14
2.	ВБ політичних партій «Виборчий блок Юлії Тимошенко»	22,29
3.	ВБ політичних партій «Блок Віктора Ющенка «Наша Україна»	13,95
4.	Соціалістична партія України	5,69
5.	Комуністична партія України	3,66

Джерело: [54].

30 вересня 2007 р. відбулися позачергові парламентські вибори до Верховної Ради України. Особливістю цих виборів є те, що вони були своєрідним продовженням виборів до Верховної Ради у 2006 р., а обмеженість у часових рамках зумовило схожість технологій, агітаційних матеріалів, стратегічної лінії загалом. Однак, виборчій кампанії 2007 р. були властиві технологічні особливості раніше незнайомі українському виборцю.

Виборчі кампанії 2004–2006 рр. засвідчили, що в Україні визріли об'єктивні передумови для застосування порівняно «чистих» виборчих технологій маркетингового типу. Позитивним моментом виборів стали технології прямої роботи з виборцями: зустрічі кандидатів з виборцями, телефонний обзвін, кампанії «від дверей до дверей» у загальнодержавних масштабах [164, с. 364–367]. На перший план поступово вийшли адресні

технології комунікації з електоратом: політичні сили, які значну увагу приділяли зустрічам з виборцями, отримали найбільшу кількість голосів.

У 2007 р. передвиборча боротьба домінувала у інформаційному полі. На телебаченні потужний вплив на громадян мали: загальнонаціональні канали – 47, 8 %, регіональні – 32, 4 %, міські – 13,7%, районні – 2,3% [22, с. 54]. Найбільша частка рекламних повідомлень належала Партії регіонів – 25 % (21 % – у січні 2006 р.), БЮТу – 23 %, «НУ – НС» – 22 %, Блоку Литвина – 9 % [208].

Учасники виборчого процесу активно використовували друковані ЗМІ розповсюджуючи політичну рекламу в газетах і журналах, що стала вагомим фактором електорального вибору. За даними Академії української преси та Інституту соціології НАН України напередодні виборів (серпень 2007 р.) чітко простежувалася конкуренція рекламної кампанії трьох основних політичних сил – Партії регіонів, БЮТу та «Нашої України – Народної самооборони».

Більшість рекламних роликів Партії регіонів була спрямована на те, щоб подати свою політичну силу у максимально позитивному світлі, а опонентів в негативному. Для цього використовувалася тривожна музика, спотворені відтінки кольорів виборчої кампанії суперників, застосовувалися прийоми порівнювання, перебільшення, а також психологічний тиск. Учасниками виборчих змагань наголошувалося на економічних та соціальних досягненнях своїх політсил.

Блок Юлії Тимошенко використовував маніпулятивні піар-технології, антирекламу, іміджеві та популістські методи боротьби з конкурентами. До прикладу, існував конкретний посил, спрямований на ліберально налаштованих виборців – «створення професійної армії» (контрактні війська). Розрахунок політтехнологів робився на отримання прихильності жінок, які не хочуть віддавати дітей в дискредитовану армію за призовом.

Блок «Наша Україна – Народна Самооборона» відзначився використанням технологій популізму, антиреклами, іміджевих технологій, маніпулятивних психологічних технологій тощо. Пропрезидентський блок, як і БЮТ, критикував досягнення уряду В. Януковича в соціально-економічній

сфері, застосовував технологію порівняння в образах бідних та багатих українців. До того ж, безпосередньо участь у кампанії брав Президент України В. Ющенко, який активно закликав підтримати його політсилу. Причиною, чому блок не зміг поліпшити результати 2006 р., стала відсутність конкурентоспроможного офіційного лідера та розмитість програми.

Новим, в арсеналі «чорних» піар технологій, став метод маніпуляції, завдяки якому намагалися знизити явку виборців по районах, де була найбільша підтримка Партії регіонів. В. Янукович заявляв, що дострокові вибори є незаконними. Підхопивши цю позицію, конкуренти видали листівки, ідентичні за дизайном і фотографіями до тих, які робили «регіонали». У листівках було звернення від В. Януковича з закликом проігнорувати вибори, адже з явкою менше 50 % волевиявлення буде визнано недійсними й він залишиться при владі. Цим масово засипали райони у Дніпропетровській та Житомирській областях [88]. «Чорна» технологія дала бажаний результат, ввівши в оману електорат конкуруючої партії.

Нечіткі політичні платформи з переважно символічними відмінностями призвела до їх слабого сприйняття виборцями. Тому замість програмових документів, партії та блоки пропонували виборцям меседжі, які коротко формулювали змістову сутність кампанії. Партія регіонів просувала меседжі: «Майбутнє має народитися!», «Успішна людина – успішна держава!»; Блок Юлії Тимошенко – «Виведемо суд з-під політичних, адміністративних, корупційних впливів!», «Докорінно реформуємо житлово-комунальне господарство!»; Блок «Наша Україна – Народна самооборона» – «Для людей – а не для політиків!», «Наведемо порядок у країні і повернемо людям право на гідне життя!»; Комуністична партія України – «За народовладдя! Геть диктатуру!»; Блок Литвина – «Від безладу – до справедливого порядку!», тощо [99].

Важливим засобом політичної мобілізації 2000-х рр. став Інтернет. Починаючи з виборів 2004 р. інтернет-технології проникли в політичну сферу та стали новим явищем у виборчих кампаніях. Після прецеденту вдалого використання Інтернет-мережі «помаранчевими» силами у вітчизняному

електоральному просторі, українські політики та їхні партії почали активно застосовувати всевітню павутину для самопіару, готуючи електронні інформаційні майданчики для побудови власної виборчої кампанії [153, с. 37–48].

Зважаючи на те, що у 2007 р. в Україні було небагато користувачів мережі, це знижувало ефективність застосування Інтернету, як засобу інформаційно-комунікативної технології у виборчому процесі. Проте, кількість користувачів зростала з кожним роком, що видавалося достатньо перспективним. З'явилася «нова» аудиторія, прихильність якої могли завойовувати політичні сили, мобілізуючи електорат на свою підтримку.

Прикметною рисою дострокових виборів 2007 р. в Україні стала нечесна віртуальна конкуренція політичних сил, що вилилася в почастишанні випадків злому сайтів супротивників або в організації *DDos*-атак. Протягом серпня-вересня 2007 р. жертвами хакерських ударів стали сторінки Прогресивної соціалістичної партії, Соціалістичної партії та Партії регіонів [33]. Водночас, у використанні зазначеної технології, політики безпідставно можуть заявляти про несанкціоновані атаки з метою привернення уваги до суб'єкта виборчого процесу.

Політичні сили вдавалися до технології «накрутки» сайтів, коли за рахунок фіктивних відвідувачів їм вдавалося вийти на перші позиції Інтернет-рейтингів. Це робилося за допомогою систем «розкруток» чи клік-клубів. Саме за таке «накручування» кількості відвідувань 10 вересня 2007 р. з рейтингу порталу *bigmir.net* було видалено сайт Партії регіонів [167]. Під час виборчої кампанії були зафіксовані випадки створення сайтів-«двійників» (зі схожою інтернет-адресою або ж дизайном, але протилежним, часто пародійним змістом).

У виборчій кампанії 2007 р. було апробовано технологію проведення віртуального з'їзду партії, який, однак, не мав юридичних наслідків. 6 вересня ініціатори створення виборчого блоку «Проти всіх» на чолі з популярним артистом А. Данилком (В. Сердючкою) на сайті www.zaverku.org.ua провели партійний з'їзд, участь в якому могли взяти всі охочі, пройшовши попередню

процедуру реєстрації. Відвідувачам пропонувалося обговорити виборчу програму блоку та скласти партійний список [2].

У позачергових виборах 2007 р. з двадцяти політичних сил, що брали участь у виборах, п'ять подолали виборчий бар'єр (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Результати виборів до Верховної Ради України VI скликання, 2007 р.

Партія	Офіційні результати виборів %	Кількість мандатів
Партія регіонів	34,37	175
Блок Юлії Тимошенко	30,71	156
Блок «Наша Україна – Народна самооборона»	14,15	72
КПУ	5,39	27
Блок Литвина	3,96	20

Джерело: [205].

Виборча кампанія пройшла в активному й конкурентному форматі, надаючи виборцям різноманіття вибору, спостерігався високий ступінь поваги до свободи слова та зібрань. Серед суперечливих моментів були: активна політична агітація з боку держслужбовців на користь усіх політичних сил, участь у політичній агітації президента, надання матеріальних заохочень виборцям, застосування маніпулятивних, деструктивних технологій, антиреклами.

Таким чином, досліджуваний період характеризується зародженням та впровадженням у виборчі кампанії технік, раніше не відомих українському виборцю. Якщо на виборах 1998 р. лише починалося активне використання політичної реклами в медіа, адмінресурсу, а ключову роль у виборі відігравав ідеологічний фактор, то вже результати наступних виборів демонстрували інші реалії. Парламентська кампанія 2002 р. стала змаганням іміджів (рейтинги лідерів партій фактично співпадали з результатами підтримки партій), меншим став вплив адмінресурсу та ідеологічного чинника. Вперше в українській виборчій практиці застосовано «двійників», як методу розсіювання голосів;

суб'єкти виборчих перегонів апробували використання «чорного» піару для мобілізації електорату.

Відтак, кожними наступними електоральними кампаніями арсенал мобілізаційних технологій збільшувався та удосконалювався в залежності від їх сприйняття виборцями та очікуваного ефекту. Багатими на технологічні прийоми стали вибори 2006 р. – перші вибори після 2004 р., де реванш могли взяти аутсайтери президентських перегонів. Запрацювали «мінусовщики» (люди, які діяли на зниження рейтинга опонента), проплачені мітинги, активно поширювалася політична реклама під виглядом соціальної інформації; новинкою стали замовні соціологічні рейтинги, що не відображають реального виявлення громадської думки, технологія «відкладеного/скасованого» рішення. Ефективними мобілізаційними техніками стали конфліктогенні теми (регіональне протистояння), включення в списки партій відомих особистостей (зірок шоу бізнесу, спортсменів), поштові розсилки з проханням про підтримку, а також використання махінацій безпосередньо в день виборів (шляхом прямого підкупу, вкидання бюлетнів, «каруселі»).

В розрізі застосування мобілізаційних технологій, позачергові вибори парламенту 2007 р. уможливили використання мережі Інтернет, де боротьба точилася за «незайнятий» електорат, тісною стала пряма комунікація з виборцем, що проявилася в застосуванні адресних технологій. Суттєвої ролі для виборця вже не відігравала ідеологія, а вплив адмінресурсу був незначним через дотримання демократичних правил «виборчої гри» керівною елітою. Відтак, технологізація виборчих змагань в контексті мобілізаційного потенціалу демонструє, що не завжди великі фінансові ресурси та впровадження зарубіжних виборчих технологій (без врахування ментальних на національних особливостей) дають позитивні результати на виборах. Український виборець з кожною наступною кампанією вчиться відрізнити яскравий бренд із порожніми гаслами від активної роботи з виборцями, і це стосується не лише виборчої гонки, а й діяльності суб'єктів політики в міжвиборчий період.

3.2. Практика застосування мобілізаційних технологій на парламентських виборах 2012–2019 рр.

Вибори Верховної Ради 2012 р. стали шостими парламентськими виборами в історії незалежної України. У виборах взяли участь 22 політичні партії та 2653 кандидатів-мажоритарників (в середньому більше 11 претендентів на одне місце), 1151 – самовисуванців. Інші претенденти на депутатство в мажоритарних округах висувалися 87-ма партіями [162].

Ці вибори позначені використанням багатьох електоральних технологій, які тією чи іншою мірою мали мобілізаційний характер. Так, технологія формування виборчих округів на користь певної політичної сили не має відверто мобілізаційного характеру. Натомість, сам факт концентрації прихильників однієї партії або кандидата у межах окремого округу під час проведення масових зібрань має кумулятивний, мобілізаційний ефект і створює відповідні електоральні переваги. Законодавством України не закріплювалося вичерпних критеріїв формування одномандатних округів (за винятком необхідності утворення округів із врахуванням меж областей, АР Крим, міст Києва та Севастополя, а також вимоги приблизно рівної кількості виборців у кожному окрузі з допустимим відхиленням 12 %). Саме тому існувала реальна можливість «нарізання» округів задля досягнення бажаних результатів суб'єктами виборчого процесу.

Деякі новоутворені округи на виборах 2012 р. були значно більшими за протяжністю та площею порівняно з 2002 р. Так, в Кіровоградській області змінилися межі трьох виборчих округів (№ 100, 101, 103), у результаті чого вони стали менш компактними та більш розтягнутими географічно [202]. При формуванні округів були розділені населені пункти, які раніше не відокремлювалися. У Полтавській області територію міста Кременчук розділили між двома виборчими округами № 146 (м. Кременчук) та № 150 (м. Комсомольськ), хоча кількість виборців дозволяло в Кременчуку сформувати окремий округ. На Закарпатті центри округів було змінено з міст Берегове та Рахів до Виноградова та Тячева [188], що пов'язують з

політичними мотивами. Ці зміни або новації утруднили комунікацію між ОВК та ДВК, спричинили незручності в транспортуванні виборчої документації, а також проведенні інформаційних виборчих кампаній кандидатами.

Були зафіксовані випадки утворення виборчих округів із несуміжних територій або ж територій, транспортне сполучення між якими пролягає через інші округи. Зокрема, Києво-Святошинський район розбили між округом № 91 (смт Макарів) та № 95 (м. Ірпінь), а м. Буча Києво-Святошинського району повністю відрізали від району та приєднали до округу № 96 з м. Славутич та районами (Бородянським, Вишгородським, Іванківським, Поліським) [188], що географічно знаходяться далеко. Такий поділ був незрозумілим та не виправданим з точки зору логістики, але логічним з точки зору створення преференцій для певного кандидата, оскільки межі округу співпадали з попередньою політичною активністю кандидата або ж, навпаки, розбивалася територія, на якій працював кандидат-опонент конкуруючої партії із високим рейтингом. Так, скориговані межі округу № 56 у Донецькій області, поєднували у собі території, виборці яких прихильно ставилися до народного депутата України, члена Партії регіонів І. Шкірі. В Івано-Франківській області новоутворений округ № 89 із центром у м. Снятин (Косівський, Верховинський і Снятинський райони), збігався з районами, позначеними активною діяльністю з населенням народного депутата від Партії регіонів В. Чуднова [188].

На цих та подібних ним виборчих округах була налагоджена потужна агітаційно-пропагандистська робота. В партійних офісах та приймальнях діючих депутатів проводилися прийоми громадян, кандидати відзначалися широкою меценатською діяльністю, допомагали бюджетним установам і організаціям соціальної та освітньої сфери (лікарні, дитячі будинки, садочки, школи та ін.), роздавали продуктові набори малозабезпеченим, організовувалися на власний кошт концерти тощо.

Поширеною технологією, яка мобілізувала виборців до голосування під час парламентської кампанії 2012 р., стало застосування адмінресурсу – бюджетного та силового (всього зафіксовано 179 випадків по всіх регіонах

України, найбільше – у Дніпропетровській, Київській, Тернопільській та Харківській областях) [335]. Зазначений адмінресурс проявлявся у зловживаннях з боку адміністрації використанням бюджетних коштів на вибори, здійсненням тиску на своїх працівників з метою залучення їх у політичну діяльність на користь певних політичних сил чи виконання ними дій, які прямо або опосередковано створювали переваги для окремих партій або кандидатів. Адмінресурс виявлявся й у непередбачених ремонтах та благоустроях територій. У місті Харкові були зафіксовані непоодинокі випадки, коли працівники державних установ та організацій, що здійснювали роботи, були одягнуті у рекламні футболки з прізвищами майбутніх кандидатів по мажоритарних округах [162].

Напередодні виборів повідомлялося про залучення бюджетників – соціальних працівників, до діяльності, напряду пов'язану із майбутніми виборами. Вони обходили помешкання і опитували людей про ставлення до Партії регіонів. Як з'ясувалося, держава в травні 2012 р. найняла на роботу 12 тис. соціальних працівників терміном на шість місяців [162]. Усі вони, а їх діяльність охопила всю Україну, отримували зарплату з державного бюджету. Масовими були випадки агітації (особливо в Одеській, Харківській областях та в АР Крим) та розміщенні агітаційних матеріалів усередині та назовні будівель – державних установ та органів місцевого самоврядування: шкіл, лікарень, бібліотек, поштових відділень, ЖЕКів. У школах таких міст, як Житомир, Черкаси, Донецьк, Луганськ та ін., відбувалося вручення сувенірної продукції з символікою Партії регіонів школярам (зошити, сумки, дощовики), перетворивши таким чином учнів на «носії» реклами, що прямо заборонено законом.

Силовий адмінресурс являв собою незаконний захист або тиск органів державної влади, що мають повноваження здійснювати примус (міліція, Прокуратура, СБУ, митниця, податкова). Втручання цих структур у вибори проявлялося в складанні протоколів про адміністративні порушення щодо агітаторів від окремих партій та кандидатів, а також вибіркового затримання.

Активність силовиків в передвиборчих перегонах простежувалися на Сході (Луганська, Харківська області) та в Центрі України (Київська, Черкаська, Хмельницька області). Міліція і представники кандидатів в депутати заважали активістам кампанії «Помста за розкол країни» та їх симпатикам агітувати проти Партії регіонів і мажоритарних кандидатів, які були діючими депутатами Верховної Ради України [202]. Мали місце й епізодичні випадки судових заборон на проведення агітаційних заходів, а також випадки тиску та перешкоджанню журналістської діяльності (недопущення на окремі агітаційні заходи та ін.).

Застосування адмінресурсу у 2012 р. простежувалося також у вказівках керівникам організацій та установ щодо забезпечення певного відсотку підтримки відповідного кандидата під час процедури голосування. Поради, «правильного» голосування на виборах поширювалися на найманих працівників державних установ і організацій, великих підприємств, а також категорій громадян, що перебували в лікарнях та установах сфери соціального захисту. Факти систематичного застосування адмінресурсу засвідчують показники явки та результатів волевиявлення в місцях позбавлення волі (понад 90 % арештантів завжди беруть участь в голосуванні, більшість голосує за провладну партію). У 2012 р. 75 % ув'язнених підтримали Партію регіонів [243]. Винятком стали дві дільниці де перемогла партія УДАР Віталія Кличка.

Одним із ефективних засобів мобілізації електорату є технологія підкупу виборців. За час виборчої кампанії зафіксовано 126 випадків у 23 областях України (найбільше в Одеській, Київській та Хмельницькій областях) [335]. Особливо поширеним цей метод був серед мажоритарників – самовисуванців та кандидатів – представників від партії влади (значно менше підкуп застосовували опозиційні кандидати).

Найбільш поширеною схемою, через яку здійснювали підкуп виборців, було створення та діяльність благодійних фондів. Групи агітаторів, що фінансувалися з бюджету зазначених фондів, під виглядом соціальних опитувань вивчали потреби населення виборчого округу, з наступним

розподіленням продуктових наборів серед малозабезпечених (їх супроводжувала агітаційна продукція всередині). Масову, системну роздачу таких дарунків фіксували в Києві та області, а також Харкові, на Вінниччині, Чернігівщині, Донеччині [124].

Маючи контроль над коштами держбюджету, кандидати за державний кошт відкривали дитячі майданчики, закупували медичну техніку для лікарень, сприяли ремонту доріг тощо. Зафіксовані випадки дарування кандидатами велосипедів листоношам та автомобілів лікарням і відділкам міліції. В Одеській і Хмельницькій областях та Лисичанську, від імені Партії регіонів школам дарувалися комп'ютери з китайської гуманітарної допомоги, надісланій українській державі [162]. Виконання буденного обов'язку держави щодо розвитку інфраструктури та покращення якості послуг у соціальній сфері, кандидати від влади видавали за особисті здобутки. З метою мобілізації виборців окремі кандидати застосовували нетрадиційні методи підкупу:

- перегляд футбольних матчів (О. Герега, округ № 215, Хмельниччина, подарував медикам 15 квитків на матч «Україна-Англія» у Донецьку);
- вручення ветеранам сертифікатів, завдяки яким можна було скористатися послугами перукаря (С. Горохов, округ № 105, Луганщина);
- відкриття соціального магазину, в якому можна було купити дешеві товари за спеціальною картою від благодійного фонду (П. Лебедев, округ № 224, м. Севастополь);
- страхування школярів від травм та нещасних випадків (В. Стахів, Хмельниччина);
- організація допомоги людям похилого віку в обробці земельних ділянок (І. Рибаків, округ № 207, Чернігівщина) [124].

Зафіксовано також випадки винесення бюлетенів із приміщення виборчої дільниці і спроби передачі бюлетеня третім особам. Такі дії засвідчують існування технології «карусель» (передача виборцем незаповненого бюлетеня в обмін на заповнений бюлетень), з метою фальсифікації результатів волевиявлення. Так в Донецькій області на виборчій дільниці №101909 члени

ДВК та офіційні спостерігачі затримали особу з кількома виборчими бюлетенями із заздалегідь проставленими позначками. Повідомлення «каруселі» протягом дня голосування надходили з Київської, Одеської, Луганської, Херсонської, Запорізької областей [202]. Ця мобілізаційна технологія за рахунок підкупу прямо сприяла збільшенню електоральної підтримки «замовника».

Не новою, проте часто застосованою в практиці українських виборчих кампаній, стала технологія підвезення електорату на виборчі дільниці (успішно використана на президентських виборах 2004 та 2010 рр.). Її сутність полягала в мобілізації «свого» електорату в областях активної підтримки кандидата (політсили): виборців повідомляли, що о певній годині, на заздалегідь визначеному місці їх чекатиме транспорт, що доведе до виборчої дільниці. Повідомлення про випадки централізованого підвезення виборців до дільниць були зафіксовані у Донецькій, Дніпропетровській, Волинській, Кіровоградській, Одеській областях [202]. Застосування цієї технології є порушенням норм закону та може класифікуватися як прямий підкуп виборців, за який передбачено кримінальну відповідальність.

Фінальна стадія виборчої кампанії 2012 р. відзначилася масовим застосуванням «чорного» піару (розповсюдженням неправдивої, часто компрометуючої інформації про кандидатів і партії). Традиційними засобами чорного піару були підробка листівок кандидатів з метою їх дискредитації, поширення неправдивої інформації. У вересні в м. Житомир та м. Чуднів (округ № 67) розповсюджено листівки проти кандидата в народні депутати від ВО «Свобода» С. Кізіна. На аркушах паперу формату А-4 зображено змонтовану фотографію кандидата у військовій формі гітлерівської німецької армії та нацистською символікою, кандидата також звинувачено в рейдерських атаках. У м. Чернівці (округ № 201) невідомі особи розповсюджували по поштових скриньках багатоквартирних будинків агітаційні листівки без вихідних даних. На них одного із лідерів Об'єднаної опозиції А. Яценюка зображено у вигляді

керованої ляльки. Невідомі автори матеріалів стверджували, що Яценюк – «маріонетка в руках влади та запроданець» [335], тощо.

Наймасовішим випадком розповсюдження чорного піару була трансляція 24 жовтня телеканалами *УТІ*, *ІНТЕР*, *ICTV* матеріалів з Інтернету під назвою «Сколько стоит сделать революцию в Украине?», в якій представники опозиції нібито погоджувалися «робити революцію» на американські гроші. Ці репортажі могли побачити більше 20 млн громадян України. Масовим було розповсюдження газети «Славянские новости» заявленим накладом 700 тис. примірників де містилася інформація, що партія УДАР Віталія Кличка, яка ідентифікувала себе як нова політична сила, насправді входить до табору «помаранчевих» [162]. Продукція, спрямована на дискредитацію політичних опонентів, майже завжди була високої поліграфічної якості, що засвідчувало фінансову спроможність замовників.

Під час парламентських виборів 2012 р. по одномандатних округах активно застосовували технологію «двійників». «Двійниками» могли бути і бренди (назви) відомих політичних партій і прізвища популярних на окрузі політичних діячів. Кандидат-двійник підбирався за схожим або аналогічним прізвищем (Тимошенко, Луценко, Мороз та ін.), іноді навіть співпадали ім'ям та по батькові. В окрузі № 92 було два Світовенка Віктора Вікторовича, в окрузі № 191 два Бондаря Віктора Васильовича [138]. Мобілізаційна складова цієї технології полягала у тому, щоб розпорошити голоси виборців – прихильників певної політичної сили або кандидата і таким чином спотворити їх мобілізаційний потенціал і, відповідно, зменшити їх шанси на перемогу у виборах.

Технологія двійників була використана в 11 округах, а саме: № 23 (Волинська область), № 83 (Івано-Франківська область), № 92 (Київська область), № 104 (Луганська область), № 160 (Сумська область), № 165 (Тернопільська область), № 191 (Хмельницька область), № 199 (Черкаська область), № 206 (Чернігівська область), № 211 та 222 (обидва – місто Київ) [138]. В усіх виборчих округах кандидати – «двійники» формально були

самовисуванцями, що забезпечувало анонімність використання цієї технології з боку її конкретних виконавців.

За результатами голосування у восьми виборчих округах відсоток голосів, відданих виборцями за кандидатів – «двійників», не перевищував показник 10 % від кількості голосів, відданих кандидату, чиє ім'я використовувалося двійниками, і лише у трьох округах цей показник становив більше 10 %. У середньому кожен дванадцятий виборець голосував за «двійника» [138]. Використання однієї цієї технології, не могло вирішальним чином вплинути на результати волевиявлення виборців, однак разом з іншими «брудними» технологіями вона сукупно могла мати сумарний ефект і дати потрібний політичний результат.

Подальша концентрація капіталу, загострення протистояння регіональних еліт, утворення потужних фінансово-промислових груп (ФПГ), виокремлення так званих олігархів та ін., обумовило потребу у політичному забезпеченні їх економічних інтересів, що призвело до створення усе нових політичних партій та їх технологічних проектів. Набуває поширення нові технології, які вже не напряму, а опосередковано, спрямовані на мобілізацію вже не виборців, а технічного персоналу виборчих комісій, який забезпечує електоральний процес, спрямовуючі його на досягнення потрібного електорального результату.

Так, «технічні» партії, від імені яких подавалися списки членів комісій, використовували для забезпечення якомога більшого представництва в окружних та дільничних виборчих комісіях. Непрямим свідченням того, виникнення ситуацій, коли одні й ті самі особи подавались від нібито різних політичних сил. До прикладу, понад 12 % поданих заяв у Рівненській області дублювалися, а інколи використовуються по три рази у різних виборчих округах. У Хмельницькій області, округ № 192, подання фракції «Наша Україна – Народна самооборона» збігалася з поданням «Союз. Чорнобиль. Україна»; прізвища кандидатів до виборчих дільниць партії «УДАР» повторювалися у поданнях партії «Молодь – до влади!», «Християнсько-демократичної партії України»; особи від кандидата у народні депутати Й. Вінського дублювалися у

поданнях партій «Справедлива Україна», «Партія пенсіонерів України», «Солідарність жінок України», «Держава» [335]. Таким чином створювалася ситуація, коли представники різних, здебільшого маловідомих політичних сил працювали на одну партію (лідером з використання технології стала Партія регіонів).

Важливим чинником мобілізації електорату є використання інтернет-комунікацій, які у перше десятиліття 2000-х рр. набули значного поширення. Так у 2002 р. кількість інтернет користувачів в Україні сягала 7 %, у 2007 р. 20 %, а вже у 2012 р. – 43 % [91]. Саме тому, до нових технологій електоральної кампанії 2012 р. можна віднести використання такого відеоресурсу, як *YouTube.com*, для розміщення роликів із виступами політичних діячів, записами прес-конференцій, тематичних передач на суспільно-політичну тематику тощо. Він надавав широкі можливості комунікації в обхід традиційного телебачення. До того ж, ця виборча кампанія була першою, коли політичні сили та окремі політики вперше використали блоги та сторінки в соціальних мережах для просування політичного бренду чи ідеї. Цей різновид Інтернет-технологій почав експлуатуватися для розповсюдження позитивної інформації про себе та негативної – проти своїх політичних опонентів. Основними напрямками використання «блогосфери» для політичної комунікації стало введення Інтернет-сторінок (персональні сайти, сайти політичних партій, сторінки в соцмережах), замовлення позитивних чи негативних коментарів під Інтернет-матеріалами.

Кампанія 2012 р. підтвердила, що навіть величезні фінансові можливості політичної сили не гарантують їй потрапляння до українського парламенту. Найдорожчою та водночас найменш вдалою стала кампанія партії «Україна – Вперед!» Наталії Королевської, розроблена російськими політтехнологами (за підрахунками, один голос обійшовся політсилі у 400 дол.) [53]. Яскрава картинка, безліч реклами у засобах масової комунікації, залучення до першої п'ятірки відомих особистостей (футболіст А. Шевченко) не змогли мобілізувати електорат на їх підтримку. Партія без чіткої платформи та

програми дій, з незрозумілим для широкого загалу гаслом «У мене є мрія», не мала шансів на перемогу в умовах тогочасного вітчизняного політичного ринку.

За результатами виборів 2012 р. у парламент потрапили п'ять політсил (табл. 3.5). Застосовані технології електоральної мобілізації свідчать про їх вплив на виборців протягом усіх етапів виборчого процесу – від агітації до встановлення результатів.

Таблиця 3.5

Результати виборів до Верховної Ради України VII скликання, 2012 р.

	Партія	Офіційні результати виборів %	Кількість мандатів
1.	Партія регіонів	30	72
2.	ВО «Батьківщина»	25,54	62
3.	УДАР В. Кличка	13,96	34
4.	КПУ	13,18	32
5.	ВО «Свобода»	10,44	25

Джерело: [316].

26 жовтня 2014 р. в Україні відбулися позачергові вибори народних депутатів. У виборах взяли участь 29 партій, а також 3322 мажоритарних кандидати, які балотувалися як від політичних сил, так і в порядку самовисування. Усього вибори проводилися в 198 округах, де обирали 423 депутатів. Через проведення антитерористичної операції вибори не проводилися в дев'яти округах Донецької області та в шести округах Луганської області [298]. Відповідно до закону про статус тимчасово окупованих територій, вибори не проводилися в Криму і Севастополі, на території яких розташовані дванадцять мажоритарних округів.

Електоральна кампанія 2014 р. мала низку особливостей, зумовлених суспільно-політичною ситуацією, що і визначала її характер. Перед виборцями стояло завдання обрати дієвий законодавчий орган, адже за умови втечі глави держави і відповідно зникнення пропрезидентської більшості в парламенті, початку військового конфлікту, анексії Криму та економічних труднощів,

передчасні вибори були неминучими. Кампанія 2014 р. істотно відрізнялася від попередніх, оскільки була достроковою і, відповідно, її організатори були обмежені в часі. Уперше вони не були в центрі уваги суспільства, зосередженого передовсім на окупації РФ Криму, військових діях на Донбасі, проблемі біженців.

Важливим аспектом виборів стало і те, що із зникненням з політичної арени такого потужного гравця, як Партія регіонів, значна кількість виборців залишилися без політичного представництва. На парламентських виборах 2012 р., більшість південних і східних областей України підтримали Партію регіонів і В. Януковича з їх популістськими проектами швидкого економічного зростання, забезпечення високих стандартів життя, налагодження тісних відносини з Росією, а також утвердження російської мови в якості другої офіційної. У Донецькій і Луганській областях, Партія регіонів отримала перемогу в усіх округах з результатами від 42% до 90% [262, с. 33–37]. Проте, через драматичні події на Євромайдані, втечу лідерів партії, вже у березні 2014 р. опитування громадської думки показало значне падіння підтримки Партії регіонів у всіх областях, насамперед, у східній частині України. Тому найкращі результати на парламентських виборах 2014 р. отримали політичні сили, які знайшли переконливі аргументи на свою користь і змогли використати ефективні засоби мобілізації електорату (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Результати виборів до Верховної Ради України VIII скликання, 2014 р.

	Партія	Офіційні результати виборів %	Кількість мандатів
1.	«Народний Фронт»	22,14	64
2.	«Блок Петра Порошенка»	21,82	63
3.	Об'єднання «Самопоміч»	10,97	32
4.	«Опозиційний блок»	9,43	27
5.	Радикальна партія Олега Ляшка	7,44	22
6.	ВО «Батьківщина»	5,68	17

Джерело: [317].

Вибори проходили за змішаною виборчою системою де основна боротьба відбувалася між політичними однодумцями, представниками колишньої опозиції, які підтримували Євромайдан, європейський вектор розвитку та декларували прагнення до побудови в Україні правової демократичної держави. Йдеться, насамперед, про «Народний фронт» і «Блок Петра Порошенка». Цим обумовлено схожість політичних гасел основних фаворитів виборів та незначна роль змісту писаних програм політичних сил [142]. Довіра виборців базувалась насамперед на попередній політичній діяльності, участі у захисті Майдану, а також у війні на Сході країни.

Критично короткий термін виборчої кампанії під час позачергових виборів до Верховної Ради України, що складав 45 днів, визначило характер і спрямування діяльності всередині політичних партій та їх найближчого оточення. Так, «Народний фронт» вміло використав мілітаристську тематику, незважаючи на те, що урядова команда А. Яценюка, яка була кістяком новоствореної партії, мала доволі опосередковане відношення до проведення АТО і війни на Сході. Партія «Самопоміч» за рахунок потужної рекламної кампанії на телебаченні та гарному виборчому списку, що не містив колишніх чи нинішніх нардепів та жодної одіозної особи, зуміла перебрати на себе значну кількість електорату. Організатори кампанії вміло використали імідж реформаторів, громадських діячів і євромайданівців чий список «прикрасив» відомий комбат.

Драматичні події у країні суттєво вплинули на зменшення обсягів використання в ході виборів брудних маніпулятивних технологій. Якщо на попередніх виборах їх кількість мала тенденцію до збільшення, то у 2014 р. суттєво зменшилась. Водночас бойові дії на Сході країни стали причиною появи нового виду піару, адже з'явилися «кандидати-фронтвики», «кандидати-волонтери» та кандидати, які «дуже співпереживали» людям, які залишилися на Донбасі. Якщо раніше політичні сили для привертання уваги більшої кількості населення залучали відомих спортсменів, зірок естради, то трендом позачергових виборів до парламенту 2014 р. стало включення до списків

керівників добровольчих батальйонів та бойових офіцерів, імена яких були мало або ж зовсім невідомими.

Майже в усіх партійних списках були командири добровольчих батальйонів, а також кадрові та мобілізовані військові. Зокрема, у партії «Блок Петра Порошенка» шостим номером у списку був Ю. Мамчур, який відзначився героїзмом у боротьбі проти російських окупантів в Криму. Лідер «Батьківщини» Ю. Тимошенко поступилася першим місцем учаснику бойових дій на Донбасі Н. Савченко, яка перебувала в російському полоні. ВО «Свобода» під номером п'ять включила до своїх списків О. Миргородського – командира взводу 22-го мотопіхотного батальйону Збройних сил України. У політичній партії «Народний фронт» частину прохідних місць також віддали добровольцям: номер п'ять – А. Тетерук із батальйону «Миротворець» МВС, номер десять – Ю. Береза із батальйону «Дніпро-1» МВС. У Радикальній партії О. Ляшка під номером три йшов командир батальйону «Айдар» С. Мельничук, а під номером сім – комбат «Луганська-1» А. Вітко. У списки партії «Самопоміч» А. Садового входили три бійці з добровольчих батальйонів «Донбас» – комбат С. Семенченко, командир групи інформаційної війни П. Кишкар та боєць Я. Маркевич [262, с. 170].

Аналогічна ситуація була і по мажоритарних округах, де серед кандидатів з'явилося чимало фронтників. По мажоритарному округу № 95 (місто Ірпінь та частина Києво-Святошинського району) йшов всім відомий боєць батальйону «Золоті ворота» МВС М. Гаврилюк (козак Гаврилюк, що прославився своєю мужньою поведінкою під час Євромайдану). Сотник майдану, командир батальйону особливого призначення «Дніпро-1» В. Парасюк балотувався по округу № 122 (Львівська обл., м. Яворів, Жовківський та Яворівський райони). Командир другої роти, батальйону «Айдар» І. Лапін виборов депутатський мандат на окрузі № 22 (м. Луцьк).

Абсолютно новим трендом під час виборчої кампанії стала допомога силовикам та добровольцям, які брали участь у Антитерористичній операції (АТО) на Донбасі. Кандидати навипередки демонстрували свою матеріальну

підтримку фронту, збирали та доставляли волонтерську допомогу, «затримували» сепаратистів, фотографувались із солдатами. Відео з поїздок у зону бойових дій та передачі гуманітарної допомоги постраждалим використовувалися у рекламних роликах. Паралельно з цим поширювалась інформація про діяльність кандидатів всіма доступними засобами (через ЗМІ, соцмережі, власні канали зв'язку).

Під час парламентських виборів 2014 р. уперше на українському виборчому ринку кінця ХХ – початку ХХІ ст. так масштабно використовувалася тема війни і людських страждань з апелюванням до емоцій. У класичному розуміння ця технологія не є «брудною», однак має усі ознаки маніпуляції. Свідченням цього і є масове використання представників добровольчих батальйонів як інструменту політичного передвиборчого піару.

Як і на попередніх виборах, збереглася низка позаправових форм взаємодії кандидатів з виборцями, таких як спроби підкупу (індивідуального й колективного), а також «вкладання» ресурсів в округ, за яке виборці були готові «віддячувати» (віддати голос за потрібного кандидата), залишаючи поза увагою питання про те, звідки беруться ресурси. Проблема крилася у виборцях і політиках, які упродовж усіх років незалежності привчали людей ставити знак рівності між матеріальною і політичною спроможністю кандидатів у депутати.

Поширеним технологічним прийомом, із розряду «брудних», стало використання проти кандидата неправдивої інформації. У Києві проти члена ВО «Свобода» Ю. Левченка було висунуто звинувачення, що нібито він розмістив на білборді плакат із написом: «Росія має стати цвинтарем». Однак сам «свободівець», спростував свою причетність до таких радикальних заяв [88, с. 367]. Деякі кандидати використовували білборди, у яких кольори та шрифт були такими ж, як і в найрейтинговіших партій: Блоку Петра Порошенка, Всеукраїнського об'єднання Батьківщина та Радикальної партії [50]. Так колишній міський голова Полтави А. Матковський запозичив дизайн фірмової реклами від президентського блоку, а кандидат в народні депутати С. Каплін у

своїй рекламній кампанії використав червоні та чорні кольори з тим же нахилом тексту та великим фото.

Під час виборчих перегонів зафіксовано значну кількість випадків підкупу виборців товарами або послугами. Чимало новостворених благодійних організацій, що названі на честь зареєстрованого кандидата або його сім'ї, використовувалися для підкупу виборців. Діяльність благодійних фондів в окремих випадках прямо ототожнювалася з конкретним кандидатом або ж надавалася виборцям приховано. Протягом виборчого процесу спостерігачі зафіксували постійне функціонування благодійних фондів, які прямо чи опосередковано пов'язували із С. Івахівим (ОВО № 21, Волинська обл., самовисуванець), І. Констанкевич (ОВО № 22, Волинська обл.), І. Єремєєвим (ОВО № 23, Волинська обл., самовисуванець), Ю. Солодом (ОВО № 47, Донецька обл., партія «Опозиційний блок»), С. Валентировим (ОВО № 81, Запорізька обл., самовисуванець) [112] та іншими кандидатами.

Крім того, під час проведення свят та різних заходів кандидати та партії займалися благодійністю, в основному для уразливих груп населення, щоб прорекламувати себе. Спектр товарів та інших матеріальних цінностей, якими кандидати спонукали виборців голосувати за себе є надзвичайно широким. Зокрема, агітаційна діяльність в інтересах В. Хомутичника (ОВО № 171, Харківська обл.), Н. Іванової (ОВО № 129, Миколаївська обл.), І. Рибаківа (ОВО № 207, Чернігівська обл.) супроводжувалася розподілом продуктових наборів.

Низка кандидатів чи інші особи, що діяли в інтересах кандидатів, надавали виборцям безоплатні або на пільгових умовах, товари чи послуги:

– безкоштовний громадський транспорт – Р. Сольвар (ОВО № 91, Київська обл., «Блок Петра Порошенка»), В. Мошенський (ООВ № 114, Луганська обл., самовисуванець);

– безоплатні екскурсії – В. Зубик (ОВО № 195, Черкаська обл., самовисуванець);

– ліки, лікарські засоби та медичні послуги – В. Скобленко (ОВО № 136, Одеська обл., самовисуванець), О. Доровський (ОВО № 169, Харківська обл.), М. Апостол (ОВО № 166, Тернопільська обл.);

– продаж товарів на пільгових умовах – Я. Безбах (ОВО № 24, самовисуванець), Аграрне об'єднання «Заступ» (Миколаївська обл.), В. Токар (Сумська обл., ОВО № 158), Д. Шидєрев (ОВО № 143, Одеська обл., самовисуванець) та інші [112].

Важливо, що виборці, які не визначилися за кого голосувати до початку виборів, обирали між двома-трьома лідируючими партіями. Тому, перевагу отримав той, хто зробив ставку на день виборів. Наприклад, агітація Блоку Петра Порошенка, яка розпочалася задовго до початку виборів, почала дратувати людей. Як наслідок, відбувся спад популярності БПП (від початкових 35 % залишилося менше 25 % голосів) [198]. Агітаційні маркери П. Порошенко, такі як «єднаймося», «розмивалися» на тлі низької якості кандидатур, що висувалися на мажоритарних округах, призначеннями непопулярних політиків у виконавчій гілці влади, ухваленням Закону про «Особливий статус Донбасу» та девальвацією гривні.

Мобілізувати електорат Сходу країни вдалося Опозиційному блоку, головним конкурентом якого була «Сильна Україна» С. Тігіпка. Опозиційний блок зіграв на неприйнятті великою кількістю людей на Півдні і Сході країни стихійної люстрації, процесів декомунізації і повалення пам'ятників Леніна. Такі популярні і харизматичні політики, як Н. Шуфріч і М. Добкін, виступали тут у ролі героїв – перший, пройшовши через люстрацію, став образом ображених, другий – єдиний хто став на захист цінностей пострадянської людини. Агітаційна ж кампанія С. Тігіпка була дуже узагальненою, де акцент робився на питаннях економічного зростання і добробуту людей, які менше хвилювали електорат колишніх регіоналів, що був зацікавлений в розв'язанні питань зближення з Росією та надання російській мові статусу державної.

Однією з головних чинників мотивації голосування за того чи іншого кандидата на цих виборах ставав медійний образ – імідж політиків. Програми

політиків, боротьба ідей, професійні дискусії та дебати опинилися на маргінесі електоральної мотивації виборців. Відбувалася боротьба медійних ресурсів, адже жодна політична партія, що не використовувала телевізійної реклами у великих обсягах, не подолала 5 % виборчого бар'єру. Як зауважували журналісти, реклама на телебаченні «перемогла» проплачених агітаторів з листівками [99]. З іншого боку, політична реклама стала інтелектуально більш насиченою. Виборці вже не велися на меседжі «покращення життя». З'явився запит на конкретні реформи і на нові обличчя реформаторів. Але найголовніше, виборці почали аналізувати дії політиків, тому лише реклами для перемоги виявилось замало.

Порушенням правил в ході виборчих перегонів стало розміщення під виглядом соціальної реклами політичної реклами у так званій День тиші, 25 жовтня, коли згідно Закону «Про вибори народних депутатів», агітація забороняється. Чотири політичні партії – «Блок Петра Порошенка», «Народний Фронт», «Батьківщина» та «Радикальна партія Олега Ляшка» обійшли норму закону розмістивши рекламу своїх політичних партій на білбордах по всій країні. «Соціальна реклама» із зображенням партійної символіки та з використанням типової кольорової гами і стилістики, з якими виборці асоціювали той чи інший партійний бренд, була розміщена завдяки недосконалості законодавства та відсутності практики оперативного реагування на подібні випадки з боку контролюючих органів [97, с. 106].

Не зважаючи на потужну кампанію щодо мобілізації виборців, парламентські вибори 2014 р. відзначилися досить низькою явкою (52,4 %) [142]. Для післяреволюційного періоду з його очікуваннями масового включення молоді в політичний процес, це виглядало дещо алогічно. Попри наявності соціальних очікувань щодо появи на політичній арені нової еліти, суспільство й надалі «доручило» її обрання більш дисциплінованому старшому поколінню. Переважна частина молоді, яка захопилася революційним процесом під час Майдану, дуже швидко демобілізувалась, проявивши соціальну апатію і неготовність до рутинної політичної участі.

Аналізуючи електоральні технології на виборах 2014 р., можна стверджувати, що на відміну від попередніх років, їх форми та обсяг зазнали деяких змін. Насамперед, це використання політтехнологіями військової тематики, як мінімум привабливості воєнної форми, яка масово експлуатувалася кандидатами. Зважаючи на те, що парламентські вибори відбувались на тлі воєнних подій та надзвичайного героїзму українських солдат, використання електоральних технологій не було настільки цинічним та поширеним, як раніше. Суцільний негативізм, обливання брудом суперників, неправдиві заяви виглядали неприйнятними, адже йшлося про змагання між політиками одного, проєвропейського напрямку, які декларували свою відданість демократії і прагнення до творення нової України. Результати виборів продемонстрували зміни виборчих уподобань та пріоритетів українського виборця.

Позитивними відмінностями виборів 2014 р. стали мінімізація застосування адмінресурсу, менша кількість фальсифікацій, вищий рівень прозорості та чесності виборчого процесу з запитом на нові обличчя у парламенті.

Парламентські вибори 2019 р. фактично стали продовженням президентської виборчої кампанії. Маючи значну підтримку електорату (рейтинг пропрезидентської команди сягав 73 %), президент В. Зеленський своїм указом припинив повноваження Верховної Ради України VIII скликання, призначивши дострокові парламентські вибори на 21 липня 2019 р. Вибори проходили за змішаною системою з 5 % виборчим бар'єром. Унаслідок окупації частини східних територій країни та Криму, голосування проводилося у 199 одномандатних виборчих округах, які не включали територію АР Крим та частини Донецької та Луганської областей.

Загалом участь у виборах взяли 22 політичні партії (2764 осіб у виборчих списках) і 3220 кандидатів-мажоритарників [317]. Усього кількість партій-суб'єктів виборчого процесу складала 65 політичних сил (94 % зареєстрованих

партій участі у парламентських виборах у багатомандатному окрузі не брали). Переконливу перемогу одержала партія «Слуга народу» (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Результати виборів до Верховної Ради України ІХ скликання, 2019 р.

	Партія	Офіційні результати виборів %	Кількість мандатів
1.	Політична партія «Слуга народу»	43.16	124
2.	Політична партія «Опозиційна платформа – За життя»	13.05	37
3.	Політична партія «Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина»	8.18	24
4.	Політична партія «Європейська солідарність»	8.10	23
5.	Політична партія «Голос»	5.82	17

Джерело: [317].

Уперше явка на виборах склала менше 50 % – лише 49,84 %. Певним поясненням такої рекордно низької активності електорату стало те, що виборчий процес припав на час масових відпусток громадян.

Виборча кампанія фактично розпочалася ще до офіційної реєстрації кандидатів у народні депутати. Її особливістю стали часті випадки зміни кандидатами суб'єкта висування (у порівнянні з суб'єктами від яких вони балотувалися у 2014 р.). Так, М. Бурбак, обраний в 2014 р. в окрузі № 204 (Чернівецька обл.) від партії «Народний Фронт», голова фракції «Народний фронт» у Верховній Раді VIII скликання, йшов на вибори шляхом самовисування. У Вінницькій області кандидат в народні депутати С. Кудлаєнко у 2014р. ішов по виборчому списку партії «Блок Петра Порошенка «Солідарність» (округ № 63), а на виборах 2019 р. балотувався шляхом самовисування в окрузі № 11, А. Ковальов, депутат Вінницької обласної ради від партії «Самопоміч», балотувався в окрузі № 11 від партії «Сила і честь» та ін. [305]. Така зміна суб'єктів висування пояснюється падінням рейтингів экс-президента П. Порошенка та партій, що були представлені в українському парламенті за результатами виборів 2014 р.

Парламентська кампанія 2019 р. стала однією з небагатьох, коли вплив адміністративного ресурсу був мінімальним. Нова команда, яка впевнено зайняла провідні позиції після перемоги новообраного президента, не мала достатніх важелів для його застосування. Як наслідок, відсутність монополії на контроль владної вертикалі у межах країни, позитивно вплинула на перебіг виборчої кампанії. Лише на рівні одномандатних виборчих округів та окремих територіальних громад фіксувались випадки порушення посадовими особами принципу політичної неупередженості.

Інциденти із ознаками зловживань адміністративним ресурсом найчастіше стосувалися прямого або прихованого залучення державних службовців та працівників органів місцевого самоврядування до агітаційних заходів. Так, на підтримку чинного депутата та кандидата у депутати у виборчому окрузі № 118 (Львівська область) Б. Дубневича виступили голови сільських рад у Пустомитівському районі. В Івано-Франківську міський голова Р. Марцінків активно підтримував кандидатів від ВО «Свобода» О. Савчука (округ № 83) та В. Поповича (округ № 84), включаючи використання для цього майданчики офіційних заходів органів публічної влади. В окрузі № 205 (Чернігівська область) зовнішня реклама на підтримку кандидата-самовисуванця В. Кулініча містила фотографію чинного міського голови обласного центру В. Атрошенка та його заклик «Ваш голос за Куліча – це підтримка Чернігова». При цьому міський голова та кандидат неодноразово спільно відвідували комунальні підприємства міста. Міський голова Харкова Г. Кернес проводив спільно з кандидатом-самовисуванцем в окрузі № 169, народним депутатом України О. Грановським зустрічі з виборцями та окремі офіційні заходи [111].

Крім публічної демонстрації підтримки з боку посадових осіб, у виборчій кампанії зафіксовані випадки зловживання бюджетним адміністративним ресурсом. Народні депутати, зареєстровані кандидати на позачергових виборах, активно використовували заходи з реалізації державних та місцевих програм соціально-економічного розвитку для агітації на свою користь. Цим же

методом користувалися і локальні кандидати в народні депутати, які мали посадовий або політичний доступ до місцевих бюджетних програм.

Упродовж червня 2019 р. зафіксовано 364 випадки використання народними депутатами бюджетних ресурсів у агітаційних цілях. У 77,6 % випадків їх використання в агітаційних цілях стосувалися субвенцій на соціально-економічний розвиток. В окремих випадках депутати використовували для власного піару кошти Державного фонду регіонального розвитку (3,3 %), субвенцію на ремонт доріг (5,2 %) та інші бюджетні ресурси (16,8 %). Наприклад, народний депутат А. Денисенко (округ № 173) на сторінці у соціальній мережі *Facebook* повідомив про своє активне сприяння будівництву станцій метро «Державинська» та «Одеська». Кандидат в народні депутати І. Кононенко, округ № 94 (балотувався шляхом самовисування), чинний депутат Верховної Ради, розмістив інформацію про зустріч з виборцями в селі Ковалівка Васильківського району, що на Київщині. У записі було вказано на те, що за його сприяння в селі Мар'янівна збудовано фельдшерсько-акушерський пункт [114].

Значна частина кандидатів використовували інформацію про залучення бюджетних коштів на округ за роки свого депутатства. Інформація про розміри залучених субвенцій стала частиною агітаційної кампанії та доносилися до виборців через зовнішню рекламу, агітаційні листівки, інтерактивні вебкарти та інфографіку, а також під час публічних звітів про свою роботу. Так, в Херсоні (округ № 182), агітаторами кандидата у депутати О. Співаковського (входив до фракції «Блок Петра Порошенка») роздавалися листівки, де описувалась здійснена робота за п'ять років. Зазначено, що депутатом було залучено 150 млн грн. державних коштів на придбання обладнання, реконструкцію, ремонт та будівництво низки об'єктів інфраструктури міста. На Рівненщині, округ № 154, кандидатом у депутати О. Дехтярчуком у *Facebook* поширено листівку про результати роботи в парламенті. Вказано, скільки коштів та субвенцій депутат залучив на «свій» округ [114]. Негативний вплив зловживань

бюджетним адміністративним ресурсом дещо компенсувався тим, що доступ до цих ресурсів фактично мали представники різних політичних сил.

У ході парламентської виборчої кампанії 2019 р. зафіксовано непоодинокі випадки застосування технології підкупу виборців (особливо в мажоритарних округах). Протягом електорального періоду кандидати в народні депутати масово надавали виборцям, закладам, установам та організаціям різноманітні товари, послуги, інші матеріальні цінності. Переважно роздача товарів і послуг здійснювалася від імені благодійних фондів та громадських організацій, які містили імена та прізвища кандидатів депутати. Перелік товарів та послуг, які надавались упродовж агітаційної кампанії, був надзвичайно широким:

– розповсюдження серед виборців продуктових наборів, пригощання готовими стравами за «рецептами» кандидатів, проведення сімейних пікніків. У м. Кремінна Луганської області (округ № 114) зафіксовані випадки видачі 5 кг цукру від імені фонду «Наш край» С. Шахова. У м. Миколаєв (округ № 128), видавали продуктові набори учасникам зустрічі з кандидатом від партії «Опозиційна платформа – За життя» А. Дворником та ін.;

– транспортування виборців до туристичних центрів та місць відпочинку. Кандидат-самовисуванець в окрузі № 85 (Івано-Франківська обл.) В. Шевченко серед виборців округу агітував за себе та партію «Слуга народу» на території туристичного комплексу «Буковель»;

– ремонти місцевих доріг. Акції з відновлення дорожнього полотна були складовою передвиборчої кампанії кандидата-самовисуванця в окрузі № 107 (Луганська область), народного депутата України С. Рибалки;

– проведення медичних оглядів та надання медичних товарів. В окрузі № 17 (Вінницька область) за сприяння народного депутата України, кандидата-самовисуванця М. Кучера реалізувалася соціальна ініціатива «Лікар іде у село». У брендovаних наметах кандидата-висуванця партії «УДАР» в окрузі № 165 (Тернопільська область) І. Побера проводився безкоштовний тест на визначення рівня глюкози у крові. Одночасно з проведенням аналізів із наметів розповсюджувались друковані матеріали передвиборної агітації кандидата;

– вручення грошових або інших винагород випускникам шкіл від імені кандидатів. У м. Яворов (округ № 112) під час випускного вечора кандидат у депутати від партії «Європейська Солідарність» І. Самардак вручив для одинадцяти випускників грошову нагороду у розмірі 1 тис. грн.;

– матеріальна підтримка спортивних або оздоровчих акцій. В окрузі № 64 благодійним фондом імені С. Пашинського, відбулося відкриття зони відпочинку в місті Олевську та організовано змагання з рибної ловлі;

– надання різноманітних безкоштовних або пільгових послуг підприємствами та організаціями, пов'язаними із кандидатами в народні депутати України. Від імені кандидата-висуванця ВО «Батьківщина» в окрузі № 202 А. Маковея жителі округу мали можливість отримати безкоштовні послуги на автомобілі [111; 305].

Поширеними методами підкупу виборців також були проведені благодійні акції на підтримку дітей-сиріт, учасників АТО, встановлення дитячих майданчиків, матеріальна підтримка спортивних та оздоровчих акцій, допомога релігійним організаціям тощо.

Однією з найпоширеніших виборчих технологій парламентської кампанії 2019 р. стало дублювання брендів суб'єктів висування. Не втратила актуальності й технологія «клонування» партій, яка довела свою ефективність на парламентських виборах 2012 р. Однак на парламентських виборах 2019 р. зазначена технологія мала зовсім інший аспект і працювала не проти популярних політичних сил, а за них. Йдеться насамперед про новостворену партію «Слуга народу», лідер якої В. Зеленський на президентських виборах отримав вотум довіри 73 % виборців.

На тлі популярності цієї партії найчастішими були випадки реєстрації в одномандатних округах кандидатів під брендом партії «Слуга народу». Такі особи балотувалися як самовисуванці, але при цьому в основних відомостях про себе зазначали, що вони є представниками громадських організацій, благодійних фондів, приватних підприємств із назвою «Слуга народу» або семантично схожими назвами. Причому, як це не парадоксально, у такому

клонуванні були зацікавлені й прихильники, і опоненти партії «Слуга народу», оскільки зазначений бренд надавав їм вагомі переваги під час виборів.

В окрузі № 37 (Дніпропетровська область, м. Кривий Ріг) було зареєстровано відразу п'ять кандидатів-самовисуванців, які використовували бренд «Слуги народу». Це Грижук В. (Громадський рух «Слуга Народу»), Кравченко А. (Громадська організація «Громадський рух «Слуга Народу»), Приходько П. (ПП «ЗЕ! Слуга Народу»), Рябовол О. (Громадська організація «Слуга для народу»), Товкун А. (приватне підприємство «ЗЕ! Слуга народа»). В окрузі № 94 (Київська область), три різні особи вказували, що пов'язані із брендом «Слуги народу». Це Дубинський В. («ПП “Слуга народу”»), Дубинський М. («ПП “Слуга народу”»), Новосельцев Ж. (громадська організація «Слуга народу»). В окрузі № 137 (Одеська область) балотувався шляхом самовисування Маланін О., який представляв благодійний фонд «Слуга народу» [305]. Подібні спекуляції вводили в оману, оскільки громадяни могли не розрізнити кандидатів, висунутих партією «Слуга народу» та кандидатів-самовисуванців, які вказували в автобіографіях, що вони є представниками громадських організацій, благодійних фондів, приватних підприємств із такою ж назвою.

За даними дослідження ГО ОПОРА, технологія «клонування» була успішною в округах № 37, 64, 78, 119, 146, 198, 210. Так, у окрузі № 37 Дніпропетровської області самовисуванець Д. Шпенюк (колишній депутат, член фракції «Партії регіонів») випередив представника «Слуги народу» І. Фартушного з різницею у 1208 голосів. При цьому п'ятеро кандидатів-самовисуванців, які вказали на свою приналежність до організацій, що містять в назві словосполучення «Слуга народу», разом отримали 11 365 голосів. В окрузі № 64 у Житомирській області самовисуванець В. Арешонков, випередив В. Сігачова зі «Слуги народу» на 640 голосів. Водночас самовисуванець А. Арешков, який вказав місцем роботи ПП «Слуга Народу!», набрав 5872 голоси. В окрузі № 119 на Львівщині, переможець М. Бондар випередив кандидата від партії «Слуга народу» О. Кавецького на 140 голосів. За

В. Кравчука, який працював головою правління громадської організації «Слуга народу України», проголосували 2398 виборців [111].

На відміну від попередніх парламентських виборів однією з найпоширеніших технологій мобілізації, стало проведення концертів на підтримку політичних сил чи окремих кандидатів в народні депутати. Знову стали трендом розважальні заходи, зокрема проведення музичних концертів за участю місцевих колективів та популярних українських артистів. Так, студія «Квартал 95», діяльність якої асоціювалася із В. Зеленським, анонсувала серію музично-гумористичних концертів в дев'ятнадцяти містах України. В регіонах України відбувалися концерти гурту «Океан Ельзи, лідером якої є С. Вакарчук, що очолював виборчий список політичної партії «Голос». Аграрна партія України анонсувала спільні концерти виконавців М. Поплавського та О. Винника.

Проведення агітаційних концертів та розважальних шоу набули масового явища, широко використовувалися і у більшості одномандатних округах та стали головною технологією для місцевих політиків. У Харківській області в окрузі № 178 (м. Балаклія) відбувалися концерти за сприяння різних кандидатів: за сприяння Д. Добкіна («Опозиційний блок») концерти проводила співачка О. Полякова, а за сприяння А. Русецького виступали співачки «Tarabarova» та О. Цибульська, а також гурт «Boney M». У Сумській області у місті Конотоп (округ № 160) відбувся фестиваль «Зіркове літо» за участі груп «Фрістайл» та «Авіатор». Фестиваль організували за сприяння кандидата І. Молотка. Фестиваль рекламувався під гаслом «Все буде молотОК» [305]. У липні 2019 р. в місті Києві відбувся великий концерт, організований кийвською командою партії «Слуга Народу» з відомих вітчизняних виконавців. Під час заходу було презентовано команду кандидатів у народні депутати від партії «Слуга Народу», що балотувалися в місті Києві.

Напередодні виборів Верховної Ради 2019 р. також зафіксовано використання в агітаційних цілях результатів соціологічних опитувань, проведених у межах загальнодержавного та одномандатних виборчих округів.

При цьому, дані різних соціологічних агенцій суттєво відрізнялися. Такі дії можна розцінювати як використання маніпулятивної виборчої технології, що має ознаки неправдивого поширення результатів опитування громадської думки, пов'язаних з виборами.

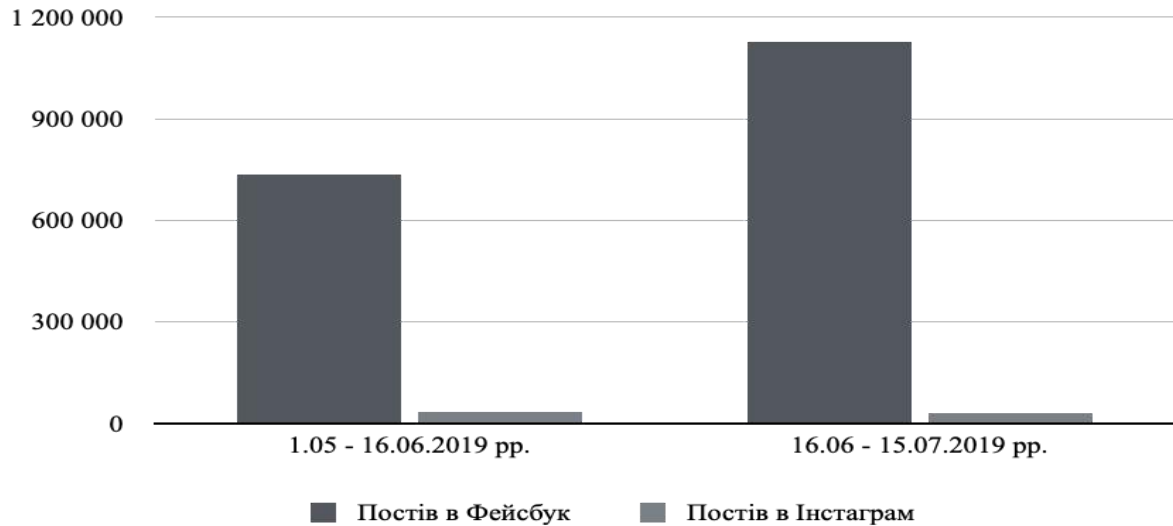
Під час електоральної кампанії було задіяно кілька типів маніпуляцій соціологічними рейтингами, а саме: ігнорування результатів поважних соціологічних компаній, оприлюднення даних сумнівними компаніями-одноденками, хибне трактування результатів опитування (наприклад ігнорування значення похибки), виривання «потрібних» замовнику даних з контексту одержаних результатів опитувань. Так, в окрузі № 201 (Буковина), соціологічне опитування в газеті «Чернівці» від 20 червня 2019 р. під назвою «Американські соціологи зафіксували стрімке падіння рейтингу Тимошенко», найвищі шанси пройти до Верховної Ради України прогнозували політичній партії «Слуга народу», друге і третє місце займали «Опозиційна платформа «За життя» та «Голос». Цей же рейтинг був поширений по округах № 203 та № 204 (Чернівецька область). Згідно публікаціям, опитування проводила нікому невідома компанія *Edison Research* з 10 по 13 червня методом телефонного та особистого інтерв'ю в усіх регіонах України, за винятком Криму та окупаційної частини Донбасу. На виборчому окрузі № 202 в газеті «Слово Ляшка», у матеріалі під назвою «Рейтинги: у Ляшка росте, у Зеленського падає» було опубліковане соціологічне опитування під назвою «Хто проходить до парламенту?». Відповідно до публікації, найвищий рейтинг у партій «Слуга народу», «Європейська солідарність» та «Батьківщина», а рейтинг «Радикальної партії Олега Ляшка» нібито стрімко росте. Зростання підтримки Радикальній партії приписували завдяки сильному лідеру, який «єдиний не боїться опонувати новому Президенту, вказуючи на його помилки». Згідно даних під статистикою, опитування телефоном проводив соціологічний центр *MustLook* на кінець травня [288]. Організацією не було вказано жодних даних про кількість опитаних виборців та протягом якого часового відрізка воно проводилося, що вводить у сумніви з приводу достовірності інформації.

Фактично новою медіатехнологією для парламентських виборів стало використання політичної реклами у мережі *Facebook* (у 2014 р. вона була ще малопоширеною). Під час активної стадії виборчої кампанії з 24 травня по 15 липня 2019 р. в соціальній мережі опубліковано 40 427 рекламних дописів політичного характеру, кількість яких зростала з наближенням виборів. Найбільша кількість переглядів політичної реклами була зафіксована в м. Києві – 14,5 %, Львівській – 9,28 % та Дніпропетровській областях – 7,61%. Найменшу кількість політичної реклами у *Facebook* спрямували на жителів Луганської та Херсонської областей – 0,71%. До прикладу, партія «Голос» розмістила у соцмережі *Facebook* 470 рекламних записів (витратила близько 230 тисяч доларів), політична партія «Європейська Солідарність» за період кампанії розмістила 250 рекламних дописів (209780 тис. дол.). Політична партія Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина» розмістила у *Facebook* 76 рекламних повідомлень (72 тис. дол.), партія «Опозиційна платформа – За Життя» – 2 350 рекламних публікацій (47 тис. дол.) [111]. Перевагою цієї медіатехнології у порівнянні з традиційними каналами комунікації, є можливість вибору цільової аудиторії (стать, вік) та регіону поширення інформації.

Згідно досліджень, протягом виборчої кампанії 2019 р. *Facebook* заявив про себе як найбільш «політичну» мережу, де кожний восьмий українець писав про вибори. Ця соцмережа стала найбільш поляризованою, де переважав негатив (53% проти 10% позитивних постів) стосовно основних політсил [172]. Через максимальну множинність поглядів, практик і авторитетів *Facebook* створює ілюзію співвідношення політичних сил та реакцій на них, рівності прихильників тих чи інших позицій. Проте, реальність, а саме результати виборів, демонструють протилежну картину. Менш популярним було застосування політичної реклами в соціальній мережі *Twitter*.

Новинкою парламентської кампанії стало використання додатку *Instagram* з метою поширення виборчих ідей. За допомогою дописів та прямих ефірів, політики в режимі реального часу могли поширювати потрібну їм інформацію, отримуючи швидкий зворотній зв'язок у вигляді коментарів. Відтак, освоєння

соціальних медіа та їх особливостей стало вирішальним фактором політичного успіху у кампаніях 2019 р. Згідно соціологічних досліджень, в найбільш активні періоди парламентської виборчої кампанії, активність в соціальних мережах виглядала так (за кількістю постів) (рис. 3.1).



Період	Постів в Фейсбук	Постів в Інстаграм
1.05 - 16.06.2019 pp.	735 330	33 797
16.06 - 15.07.2019 pp.	1 125 371	31 223

Рис. 3.1. Активність в соціальних мережах напередодні парламентських виборів 2019 р. [339].

Попри значне інформаційне переважання мережі *Facebook*, визначальним фактором успіху стало використання додатку *Instagram*. Команда президента В. Зеленського задля успіху на виборах перенесла політичну стратегію у розважальну площину. Охопивши мільйонну аудиторію *Instagram* вони показали, що дієвіше подавати політичну інформацію в легкому жанрі, а не у вигляді дописів. Відеосатира, влоги та селфі політиків влилися у потік інфотейменту [172] (спосіб подачі інформації у лайтовій, спрощеній формі), до якого люди звикли у соцмережі (мова йде про використання політейменту, тобто інфотейменту на політичну тематику). Ця технологія конвертувала вподобання з соціальної в політичну площину, забезпечивши реальні місця в парламенті для політичної сили.

«Слуга народу» мали велику кількість профілів, що працювали на її рейтинг. Мова йде про численні фан-клуби: *ze.country*, *zeukraine.2019*, *zelenskiypub*, *mr.zelenskiy*, *zelenskiy.95*, *zelenskiyfans*, а також акаунти, присвячені «Кварталу 95», лідером якого донедавна був В. Зеленський та учасники і проекти дотичні до його команди, наприклад «Ліга сміху» [172]. Це був один із ключів успіху, який ґрунтувався на переманюванні аудиторії шоумена В. Зеленського в політичний проект, перетворюючи «розважальну» аудиторію в «електоральну». Інші політсили пізніше включилися та стали використовувати цю стратегію. До прикладу, результат партії «Голос» є прямим наслідком активної комунікації з виборцями за допомогою *Instagram* («Голос» спромігся мобілізувати аудиторію перед виборами завоювавши 13% її уваги) [172]. Партії, які недооцінили технології соціальних медіа як політичних інструментів, лишилися позаду прохідного бар'єру, підтвердивши тезу, що масштабне залучення соцмереж може бути однією з вирішальних частин електоральної стратегії.

Вибори Верховної Ради 2019 р. відзначились масовим застосування технологій «чорного» піару – розповсюдженням завідомо неправдивої інформації проти політичних партій та кандидатів у депутати з метою їх дескредитації. Найчастіше ці кампанії проведено шляхом поширення анонімних листівок та газет, а також розміщення негативних матеріалів про конкурентів в інтернет-ресурсах. Так, у Херсонській області в окрузі № 186 (в містах Олешки та Гола Пристань) поширено агітаційні матеріали із критикою кандидата-самовисуванця Є. Рищука. За свідченням очевидців, листівки і газети розкидали над містом із гелікоптера. В окрузі № 186 (місто Скадовськ) та окрузі № 183 (м. Херсон) було поширено газети, виконані у кольорах та стилістиці партії «Слуга Народу», в яких критикувалися кандидати від цієї політичної сили. На Київщині, в окрузі № 96, окрім поширення матеріалів із ознаками чорного *PR*, мала місце масштабна реклама інтернет-ресурсу, спрямованого проти кандидата в депутати Я. Москаленка (портрет кандидата було подано із використанням траурної стрічки, а розділи сайту вказані із використанням ненормативної лексики). В окрузі № 195 поширено агітаційні матеріали кандидата-клона, які повідомляли

про «заміну» кандидата від партії «Слуга Народу» (на білбордах та агітаційних листівках кандидатів А. Прокопова, О. Цурана та Л. Стопчак з'явилися написи «заміна», виділені червоним кольором) [305]. У такий спосіб недобросовісні учасники виборчих перегонів намагалися донести до громадян неправдиву інформацію про заміну кандидата-висуванця партії «Слуга Народу». У загальнодержавному окрузі найбільш масово реалізовувалися технології «чорного» піару проти політичних партій «Голос», «Слуга народу», «Опозиційна платформа – За життя», «Європейська солідарність».

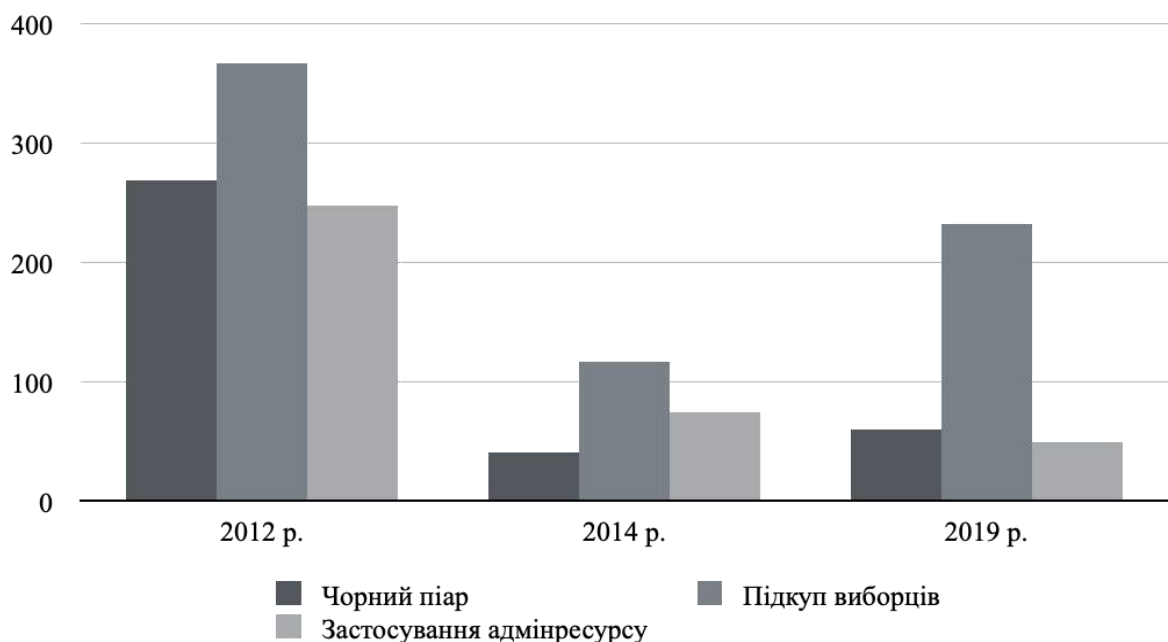
Поширеними засобами маніпуляції, що перешкоджали вільному формуванню та волевиявленню виборців, стали емоційно-забарвлені гасла та яскраві обіцянки політиків (політична партія «Партія Шарія» стала прикладом швидкого зростання політичного бренду завдяки подібним методам). Часто політики вдавалися до маніпуляцій залякування (наприклад, проросійського реваншу чи продажу українського чорнозему), марними або завищеними надіями та цінностями виборців (звільнення полонених, зниження комунальних платежів, тощо).

Парламентська виборча кампанія 2019 р. засвідчує, що різновекторні політичні сили з протилежними ідеями та програмами, застосовували фактично однакові засоби мобілізації виборців. Після обрання «народного» президента, переважна кількість електорату за тим же принципом обирала законодавчий орган.

Результати проведеного аналізу є підтвердженням того, що український політичний ринок проходить стадію трансформації, де зміни політичної культури населення, диктували потребу у збагаченні арсеналу виборчих технологій. На виборах 2012 р. найбільш вираженими були: підкуп виборців, чорний піар, використання «двійників», застосування адмінресурсу, підвезення виборців до дільниць, «карусель» з бюлетенями; вперше для масової агітації використано не лише традиційні ЗМІ, а й мережу Інтернет. Кампанія 2014 р. спровокувала мобілізацію електорату через соціально-політичну ситуацію в країні, агресію з боку Росії, а основна боротьба точилася за «незанятий» електорат Партії Регіонів.

Це було змагання іміджів не старих, звиклих усім політиків, а нових облич, що з'явилися в ході Революції та військових дій на Сході – волонтерів, громадських діячів, військовослужбовців. До того ж, в парламентську кампанію 2014 р. повернулися призабуті методи мобілізації, а саме телебачення. В кампанії 2019 р. використовувалися раніше визначені мобілізаційні технології в поєднанні з достатньо дієвою технологією – зміною суб'єкта висування (порівняно з попередніми виборами; найчастіше новим суб'єктом виступала новостворена «Слуга народу», яка була найбільш рейтинговопривабливою для кандидатів).

Згідно результатів спостереження ОПОРИ, українське суспільство вкрай вразливе до систем підкупу, обману, адміністративного тиску. Саме тому, застосовані виборчі технології часто перешкоджали вільному формуванню та волевиявленню виборців (рис. 3.2).



Рік	Чорний піар	Підкуп виборців	Застосування адмінресурсу
2012 р.	268	366	247
2014 р.	41	117	74
2019 р.	60	232	49

Рис. 3.2. Найпоширеніші технології з мобілізації електорату на виборах 2012–2019 рр. [192; 302].

Визначальним чинником для обрання політичної партії у Верховну Раду протягом усього досліджуваного періоду є фінансова складова. Лише в поодиноких випадках, без значних фінансових витрат мандат отримували кандидати-мажоритарники (це працювало на виборах 1998 р., або ж у 2014 р., коли олігархам протистояли суспільновизнані особистості: волонтери, військові, тощо). І фактично не існувало партій, які б могли подолати виборчий бар'єр з обмеженим виборчим фондам. Великий розмір такого фонду в сукупності з вміло застосованими виборчими технологіями збільшує ймовірність потрапляння в Парламент. Попри граничні обмеження на витрати, сукупна вартість виборчої кампанії на парламентських виборах постійно зростає: у 2002 р. склала 32,2 млн. грн., (зросли у 17 разів проти виборів 1998 р.), у 2006 р. – 552,1 млн. грн., у 2007 р. – 579,2 млн. грн. (+5 % від попередньої кампанії), у 2012 р. - 601,3 млн. грн (+4 %), у 2014 р. – 674,5 млн. грн. (+12 %), 2019 р. – 910,1 млн. грн (+35 %) [113].

У розрізі результатів виборів, серед партій, що подолали 5% бар'єр у 2012 р., голос виборця найдорожче обійшовся Партії Регіонів – 36 грн., а найдешевше ВО «Свобода» – 11 грн. У 2014 році найдорожче голос одного виборця коштував ВО «Батьківщина» – 122 грн. Найменше витратила «Самопоміч» – 16 грн. У 2019 р. найдорожче вартував голос виборця партії «Голос» – 129 грн., найдешевше – «Слузі народу», лише 19 грн. Варто зауважити, що у 2019 р. 79% витрат усіх політичних партій стосувались використання ЗМІ для проведення передвиборної агітації [113]. Цей показник засвідчує визначальну роль політичної реклами в медіа під час виборчих кампаній в Україні. Проте, допускаємо, що з подальшим розвитком кіберпростору перевага буде надаватися агітації в інтернеті, соціальних мережах, що спрощує і здешевлює комунікацію при вищому мобілізаційному потенціалі.

Отже, вітчизняний політичний ринок, де активно застосовуються виборчі технології з ціллю мобілізації до електоральної участі, з кожним роком заповнюються новими способами впливу на виборців, безперервно

удосконалюються та модифікуються. Результат кампанії нерідко пропорційні розмірам вкладених коштів, застосованих ресурсів та використаних технологій. Успіх отримують ті партії та кандидати, які максимально ефективно застосовують виборчі технології, адже наявність виборчих ресурсів без вдалого використання технологічних прийомів не є умовою перемоги на виборах. І навпаки, відсутність потрібних виборчих ресурсів (фінанси, команда, впізнаваність) унеможливають позитивний результат для суб'єктів виборчого процесу в проведенні великомасштабних кампаній. В Україні найбільш ефективними є виборчі кампанії, що враховують специфіку і потреби електорату, використовують науково-технічні новинки та розвиток засобів масової комунікації.

3.3. Мобілізаційний потенціал інноваційних форм і практик участі громадян у парламентських електоральних процесах

На рубежі XX–XXI ст., розвиток інформаційних технологій (Інтернет, мобільний зв'язок, соціальні мережі) та активне поширення інформаційних обмінів спричинило появу нових форм політичної активності. Бажання громадян виражати потреби та відстоювати інтереси, проявилися у пошуку нових способів дії з адаптацією до сучасних умов життя. Традиційні форми політичної участі, такі як голосування на виборах, демонстрації, суспільні рухи, доповнилися модерними видами політичної діяльності громадян: від підписання онлайн-петицій до організації політичних флешмобів. Сьогодні поширеними типами масової політичної поведінки є прямі дії громадян у вигляді подання скарг і маніфестів, проведення політичних ток-шоу та дебатів, використання блогерства як засобу комунікації в політичних цілях тощо.

Розвиток сучасного суспільства тісно пов'язаний з інтернет-середовищем, наслідком чого став активний вплив кіберпростору на формування політичної спрямованості та поведінки особистості, її політичної ідентичності. Засоби комунікації справляють на індивіда як позитивний (нівелювання географічним, расовим, статевим, віковим чинниками, розвиток нового способу асинхронних

комунікацій) так і негативний вплив, що проявляється у формуванні масової політичної поведінки у кіберпросторі з перенесенням її в реальне життя, проявах поведінкових форм неконвенційного характеру.

Перші спроби використання інформаційно-комунікативних технологій для активізації суспільства були застосовані у США в 1970-х рр. Так, Верхньому Арлінгтоні (штат Огайо) було проведено трансляцію роботи планової комісії міської ради, де глядачів залучили до обговорення та вирішення суспільно важливих питань [360]. Це було перше застосування інтерактивної техніки в політиці, яка стала своєрідним анонсом широкомасштабного використання інформаційно-комунікативних технологій владою.

Сьогодні інтернет-технології використовують як інструмент для політичної мобілізації, формуючи е-мобілізацію. На думку польського дослідника Я. Новака «нові засоби масової інформації стали достатньо функціональним інструментом для політичної мобілізації. Завдяки інтернету легко забезпечити технічну інфраструктуру, існує можливість дешево, зручно і швидко побудувати безконечний автономний простір публічної дискусії, а також забезпечити миттєвий, практично вільний глобальний зв'язок» [357, с. 129]. Як наслідок, малозатратне створення, збирання та розповсюдження інформації через розміщення коментарів, відео та інших матеріалів на веб-сайтах трансформувало політичні технології та політику загалом. Віртуальна поведінка набула нових форм та досягла абсолютно іншого рівня, полегшивши завдання мобілізації масового руху як географічно так і соціально.

Інформаційні технології сприяли виникненню модерної форми політичної участі – звернення громадян до влади через електронні петиції. У 2015 р. Верховна Рада внесла зміни до Закону України «Про звернення громадян», і в такий спосіб приєдналася до переліку світових держав, що використовують електронні петиції як інструмент комунікації влади і суспільства. Громадяни отримали можливість звертатися з петицією до Президента, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, органів місцевого самоврядування.

Метою впровадження електронних петицій є зменшення соціального напруження, відновлення діалогу між органами публічної адміністрації та громадянами, оперативне реагування на суспільні виклики та ініціативи. Згідно закону, електронна петиція – це колективне звернення в електронній формі у вигляді тексту скарги (протесту) та/або пропозиції, на яку адресат (суб'єкт владних повноважень) публічно оголошує про свою позицію щодо згоди чи незгоди по суті петиції, інформує про аргументи у разі незгоди та організовує спільну з авторами та їх прихильниками роботу з розроблення та втілення плану реалізації петиції у разі згоди [274]. По суті, громадяни збирають певну кількість підписів за ініціативу, яку бажають реалізувати (обов'язковою умовою голосування є реєстрація та підтвердження своїх даних на сайті органу влади).

Можливість подання електронної петиції до Верховної Ради України набуло сили 28 жовтня 2015 р. Такі звернення розглядаються за умови підтримки не менш як 25 тис. підписів громадян протягом не більше трьох місяців з дня оприлюднення. Про підтримку або непідтримку електронної петиції публічно оголошують на офіційному сайті Верховної Ради України та інформують її автора. У десятиденний термін відповідні служби парламенту зобов'язані надати відповідь про розгляд питання. У разі схвалення пропозицій, викладених в петиції, вони можуть реалізуватися Верховною Радою шляхом внесення народними депутатами законопроектів, спрямованих на виконання порушених у петиції питань.

Електронні петиції не є інструментом прямої демократії та не мають безпосереднього впливу на електоральну активність – представники влади не зобов'язані чинити дій для виконання ідей за які проголосували громадяни. Однак вони є дієвим способом публічно дізнатися про позицію органу влади, а часом і політичної волі суб'єктів політики щодо конкретного питання. На сьогодні найбільш підтримуваними петиціями до законодавчого органу є такі, що стосуються вирішення проблемних питань окремої спільноти (наприклад про захист професійної освіти, 2017 р.); електронні петиції, що є складовими

кампанії на підтримку законопроекту (петиція про прийняття законопроекту №5670 «Про державну мову», що розширює сфери застосування української мови в Україні», 2017 р.); електронні петиції як реакція на актуальні суспільно-політичні події (е-петиції проти заборони російських соціальних мереж та програмного забезпечення навесні 2017 р.; петиція про припинення антиукраїнської діяльності телеканалів «112 Україна» та *NewsOne*), [103] тощо.

Практика електронних петицій використовується громадянами і як засіб впливу на реформування та діяльність законодавчого органу. Так, у 2019 р. на сайті Президента України було зареєстровано е-петицію щодо зменшення кількості депутатів Верховної Ради України до 100 осіб, яку підписали 25 932 особи. Указом Президента України від 21 червня 2019 р. № 421 утворено Комісію з питань правової реформи як консультативно-дорадчий орган при Президентові України, пріоритетними напрямками роботи якої було визначено підготовку та подання главі держави пропозицій щодо внесення змін до Основного Закону України [115]. 25 липня 2019 р. була зареєстрована петиція про скасування бюджетного фінансування політичних партій, яку підтримали 25 808 громадян. Відповідь президента щодо необхідності держфінансування партій ґрунтувалася на поясненні комплексної реформи політичної системи, зокрема для боротьби з політичною корупцією, та рекомендацій впливових міжнародних організацій, таких як: Венеціанська Комісія, ОБСЄ/БДПЛ, «Група держав проти корупції» (*GRECO*) з якими Україна співпрацювала щодо удосконалення законодавства у сфері прозорості фінансування політики [284].

Задля мобілізації виборців, е-петиції як технологічний прийом та засіб спекуляції на популярних темах, може бути використаний політичними партіями під час передвиборчих перегонів. Ініціювавши збір підписів та набравши необхідну кількість голосів, петиція перетворюється на законопроект, уже схвалений населенням. Таким чином, електронні петиції використовують не лише зацікавлені громадяни, а й влада для маніпуляцій суспільною думкою.

Інтернет, ставши осередком формування нових масових форм політичної участі, доповнив класичні типи масової поведінки онлайн-еквівалентами. Особливого значення в електоральних процесах набули віртуальні прояви політичної поведінки. Сьогодні боротьба за голоси електорату розгортається як в реальній політичній площині, так і віртуальному середовищі. Йдеться про астротерфінг – технологію штучного формування та маніпуляції суспільною думкою, який ще називають «тролінгом». Його метою є поширення ідей, подій, фактів, або, навпаки, їх дискредитація, нівелювання значущості, створення потрібних настроїв [48, с. 20]. Для цього працюють спеціально створені компанії з «тролінгу», що використовують програмне забезпечення, яке знецінює думку реальних користувачів величезною кількістю спам-коментарів та працює настільки якісно, що часом доводиться сумніватися в реальному існуванні інтернет-співрозмовника.

Астротерфінг – своєрідний процес фабрикування громадської думки в умовах анонімності інтернет-простору. Створити відчуття популярності свого кандидата, знижуючи при цьому рейтинги довіри до конкурентів – основне завдання тролів. Часто їх функції виконують спеціально найняті коментатори та професійні блогери, які в режимі нон-стоп провокують дискусії і відстоюють вигідну для замовника точку зору. Така діяльність впливає на свідомість людей та в ідеалі стає причиною зміни їх політичної орієнтації. Показовим результатом вдалих тролінг-кампаній є хибне враження нібито значна частина електорату є прихильниками певного політичного курсу або ж його активними протиборцями, хоча насправді це не так.

«Спеціалісти по роботі у соціальних медіа» – так замасковано називають професійних «тролерів-провокаторів», які стали досить затребуваними під час виборчих кампаній. Їх діяльність є одним із інструментів сучасних політтехнологів, а послугами активно користуються і партії, і кандидати-мажоритарники. Щоденне коментування політичних сайтів на користь певної політсили, інформаційні атаки на конкурентів, апелювання до комплексів та провокації на дискусії – основні завдання, що вони виконують.

Меми, онлайн-обговорення, ініційоване ботами, автоматичне поширення хештегів – атрибути сучасних виборчих кампаній. Місцями їх поширення є тематичні форуми, конференції, соціальні мережі, портали, чати і новинні сайти. При цьому застосовується такий метод спілкування, коли супротивника «обливають брудом» завуальовано, прикриваючись псевдонауковими теоріями і поясненнями.

У випадку успіху астротерфінгових кампаній може здійснюватись масштабна мобілізація населення до електоральної участі. Астротерфінг імітує мобілізацію інституціоналізованих організацій, психологічно впливаючи на думки й організацію діяльності населення. Формуються враження, нібито суспільство здатне виконувати ті функції політики, які до цього часу здійснювала державна влада. У більшості випадків використання астротерфінгу не має подальших перспектив, пов'язаних з існуванням або розширенням прав і можливостей громадян поза певною акцією [355].

Тиск на громадян методами астротерфінгу особливо посилюється в період виборчих кампаній. З їх допомогою вдається симулювати спонтанну підтримку з боку потенційного електорату або поширити неправдиву інформацію про політичних опонентів, з метою завдати непоправної шкоди репутації та політичному рейтингу [217, с. 183–193]. Інформпростір наповнюється дизінформацією через поширення фейкових акаунтів та новин, а за допомогою «лайків» (вподобань), штучно створюється популярність політичних сил та окремих політиків. У цей час соцмережі переповнені «тролфейсами» відомих політиків – чорно-білі зображення обличчя з розпливчатою саркастичною посмішкою («троль, якого нагодували»), авторами яких є пересічні користувачі різноманітних мережевих груп, спільнот та об'єднань за інтересами. За допомогою подібних «фотожабів» та дискредитуючої інформації, політиків виставляють в зневажливому, презирливому світлі, нейтралізуючи таким чином опонента.

Активне застосування астротерфінгу в Україні співпало з початком Революції Гідності, коли в соцмережах почали з'являтися спільноти, які згодом

отримали узагальнену назву «Антимайдан». У них всіляко критикувалися дії протестувальників, натомість позитивно оцінювалися силові методи влади та політичний курс на зближення з Росією. Тролінг став активним елементом пропаганди та видом інформаційно-психологічного протиборства, що використовується Російською Федерацією в інформаційній війні проти України.

Поширеними сьогодні є також мейнстрімні «тролфейси» та інтернет-меми (безглузді на першій погляд фрази чи інформація, що здобули популярність в мережі), в центрі уваги яких стають здебільшого політики. Меми, як засіб антиреклами, під час виборчих кампаній активно використовують штаби. Так, напередодні парламентських виборів 2012 р. набув популярності мем на бігбордах з зображенням бабусі і кота з написом: «Взнала, що внук голосував за Регіони – переписала хату на кота», яким саркастично висміювали популярність Партії регіонів серед молоді. Мем «Покращення» (політичне гасло передвиборчої кампанії 2010 В. Януковича.) у 2012 р. набуло популярності через невідповідність між словами і справами представників влади. Під час парламентської виборчої кампанії 2019 р. мережею ширився мем: «На виборчій спецдільниці на станції «Академік Вернадський» дострокові парламентські вибори виграла партія «Голос»», чим іронічно підкреслили назву та професійну діяльність лідера партії, тощо.

Засобами астротерфінгу (тролінгом) також є неодноразові ситуації у Верховній Раді України, пов'язані зі скандуванням деякими депутатами слова «фашисти» (йдеться про протистояння у 2012–2014 рр. партії Свобода та Партії регіоналів). У 2019 р. Міністерством юстиції була зареєстрована політична партія «Демократична сокира», практичною частиною діяльності якої є саме тролінг [87]. Серед членів політсили програмісти, блогери, а також хакери, що завдяки новітнім засобам комунікації стали активними учасниками процесів політичної комунікації.

До сучасних форм віртуальної політичної поведінки, що володіють мобілізаційним потенціалом, також належать медіа-віруси. Їх можна

аналізувати як політичні міфи, що стають технологією маніпуляції масовою свідомістю і є своєрідним транзитним середовищем, через яке відбувається екстраполяція необхідної інформації для здійснення зміни масового сприйняття певних політичних подій.

Поширеними у політичному просторі стали меми та демотиватори, що є частиною масової віртуальної поведінки. Мем або медіа-вірус – це ідея або образ, що несуть у собі певну концентровану інформацію, яка передається добровільно, від одного носія до іншого, за допомогою ЗМІ, зокрема, Інтернету [282]. Під політичним мемом розуміється специфічний жанр інтернет-комунікації, що поширюються повідомленнями в нових медіа та представляють собою реакцію на ту або іншу політичну подію. Вони мають різну семіотичну природу (візуальну, аудіальну, вербальну), відрізняються змістом, спонтанністю, манерою подачі та поширюються в мережі численними копіюваннями з боку користувачів [334, с. 28–41]. Меми множаться і поширюються в соціальних мережах, подібно до вірусів, а особливо вдалі стають настільки популярними, що передаються від користувача до користувача за лічені секунди.

Особливість політичних інтернет-мемів є відображення не просто ідеї, а й оцінки або характеристики певного ставлення до політичної події, політичної сили, політичного лідера [154, с. 289]. Завдяки цій формі комунікації громадяни залучаються до діалогу на політичну тематику стаючи споживачами інформаційного продукту. Меми часто використовуються в якості маніпулювання суспільною думкою, спотворення політичної реальності, дискредитації. Крім того, поширення мемів розвиває політичну сатиру, тематика якої спричинена невдалими висловами чи діями політиків.

Політичні меми можуть реалізовуватися різними знаковими системами: за допомогою відео (відеоролик з провокативним, нецензурним записом передвиборчого ролику М. Добкіна під час виборів 2005 р.), зображення (демотиваційні постери, або демотиватори, що складаються з картинки в рамці здебільшого чорного кольору й напису, що коментує зображене) [322, с. 113–116].

Крім того, інтернет-мем можуть існувати і як певний текст: «У мене є мрія» – щоб усі отримали по заслугах (мем створений з меседжу передвиборчої кампанії Н. Королевської в 2012 р.).

Якщо основне призначення мема сатиричне висміювання, то демотиватори, навпаки, викликають у людини почуття смутку, тривоги, страху. Демотиватори дуже схожі на мему своїм зовнішнім виглядом, але відрізняються від них своїм смисловим навантаженням. Демотиватори схожі на агітаційні плакати, але не на ті, що закликають до активних дій, а такі, що викликають апатію, лінь, відчай та негативні емоції. За допомогою демотиваторів (зображення з провокаційним інформаційним наповненням, що містить реальний або нереальний сатиричний образ на злобу дня) у свідомість проникають образи та світоглядні штампи, руйнуються стереотипи, нав'язані політичною рекламою, висміюються соціальні та економічні проблеми сучасного суспільства [3, с. 251].

Процес трансформації масової свідомості в умовах еволюції політичного кіберпростору, уможливило мобілізацію нового різновиду контр еліти – інтернет-революціонерів (частина соціуму, яка активної участі в електоральних процесах не бере, і відповідно, не голосує на виборах, а їх політична участь зводиться до інформаційної присутності). Основною функцією інтернет-революціонерів є організація масових дій користувачів мережі з визначенням для них цілеспрямованості та ефективності [19]. Завдяки інформаційному супроводі назрілої та суспільнозначимої проблеми, підкріпленій незаперечній аргументації, інтернет-революціонери, тримають суспільство у стані зацікавленості, актуалізуючи «потрібну» новину визначений час.

Зміни форм і засобів комунікації, їх поширення, сприяли мобілізації різних соціальних груп в Інтернеті (молодь, «середній клас», «еліта», пенсіонери; жінки/чоловіки, бідні/багаті, місто/село, вища/середня освіта, тощо). Саме тому все частіше інтерактивними стають сайти органів влади, політичних сил та окремих політиків. Статичний контент, односторонньо спрямована інформація поступають простору публічної комунікації, який

дозволяє користувачам задавати питання, надсилати коментарі, приймати участь у дискусійних форумах, опитуваннях громадської думки, підписуватись на новини тощо.

Сайти, соцмережі та інші інформаційні портали наповнюються опитуваннями, дописами на політичні теми, обговореннями. До того ж, інтерактивні інтернет-технології здійснюючи очевидний вплив на політичну діяльність ставлять і державні органи в центр публічних дискусій, змінюючи традиційне поняття демократичних інститутів та громадян як акторів політики.

Проте, використання інтернет-технологій як засобу з допомогою якого уможлиблюється віртуальна політична участь, спричинило і негативні наслідки, а саме заміщення соціальної та політичної реальності комп'ютерними симуляціями [99, с. 46]. За допомогою технологій віртуальної реальності відтворюється видимість інституційного обміну, який здійснює віртуальний аналог реальної соціальної взаємодії. Ідентифікація для людини перестала бути пов'язаною з групою чи державою і полягає у прагненні абстрагуватись від політичного життя суспільства у зв'язку з чим відбувається деполітизація суспільства.

Як зазначає У. Бек, у сучасних західних демократіях паралельно зі зростанням впливу віртуального політичного простору збільшилась частка «змінних виборців», котрі на кожних виборах голосують по-іншому. Через цей фактор політичний процес стає непередбачуваним. Так, якщо всього кілька десятиліть тому цей «мандрівний електорат» знаходився в межах 10 %, то на початку XXI ст. його частка становила уже 40 % від загального числа виборців [25, с. 287–288]. Саме через віртуалізацію політичного простору де масова свідомість зазнає потужного впливу, забезпечується вигідна політичним партіям та окремим кандидатам інтерпретація політичної дійсності.

До того ж, використання політиками інтернет-комунікативних технологій дає змогу формувати ставлення до політичних подій, симулювати політичну поведінку користувачів інтернет-ресурсів. Так, застосування стратегії

відвернення уваги суспільства здійснюється заміщенням політичних подій іншими новими (більш емоційними), що витісняють політичну дійсність.

Попри збереження класичних та розвитку нових віртуальних форм електоральної активності, електоральний процес модифікується завдяки образним, емоційно насиченим технологіям, які ще називають «політичним акціонізмом». Акціоністи переймають традиційні форми політичної активності, видозмінюючи їх (наприклад, демонстрація – монстрація, мітинг – гепенінг тощо), або пропонують абсолютно нові форми (наприклад, i-mob) [79]. Акцентуючи увагу на непередбачуваності сучасних подій, вони втілюють свої задуми політичних акції з мобілізації у креативних формах.

Політичний акціонізм визначають як систему художньо увиразнених форм політичного протесту, публічного обговорення та дискусії, у яких проявляється театралізація, ігрова компонента, видовищність, динамічність тощо. Він є сукупністю спектакулярних форм політичної участі, зазвичай, протестного й провокаційного (подекуди й асоціального) характеру з викликом існуючому політичному ладу. Політичний акціонізм об'єднує низку ненасильницьких технологій протесту на перетині політичного активізму й артистизму, які спрямовані не стільки на масове охоплення аудиторії, скільки на увагу медіа й отримання подальшого публічного резонансу [154, с. 294–296]. Основними функціями політичного акціонізму є донесення певної політичної ідеї, генерація нових політичних смислів, а також електоральна мобілізація.

Різновидом політичного акціонізму є перформанс, гепенінг, політична інсталяція та флешмоб. Політичний перформанс є візуально-процесуальною композицією (грою, виступом) на політичну тематику зі символічними атрибутами, яка представлена випадковій чи запрошеній аудиторії (різновид соціального перформансу, який є відповіддю на злободенні політичні події). В Україні перші застосування політичного перформансу в електоральних процесах датуються кінцем 1990-х рр., коли порушувалося питання прав людини (у сфері свободи слова) та «чистоти» виборчого процесу. Перформанс може полягати й у нестандартній поведінці задля привернення уваги. Так, перформер

П. Армяновський провів акцію (2011 р.) біля стін українського парламенту. Перформанс полягав у тому, що його єдиний учасник кричав, поки не знесилився. Замість лозунгів і транспарантів було чути лише крик, який не артикулював жодної вимоги. Мотивувалася поведінка перформера поясненням – «до влади не докричишся», «коли ви почуєте народ?» (акція мала назву «Скільки можна кричати?») [79]. Крик став повідомленням, що не містив у собі пояснень чи вимог, чим засвідчив неможливість комунікації.

На відміну від політичних перформансів, гепенінги та інсталяції (арт-інсталяції) є мало поширеними в парламентських електоральних процесах. Найбільш застосованою формою політичного акціонізму в Україні став флешмоб. Флешмоб у своїй класичній версії (англ. flash mob – «спалахуючий натовп») – заздалегідь спланована масова акція, організована через Інтернет або інші сучасні засоби комунікації, в якій велика кількість людей оперативного збирається у громадському місці, протягом декількох хвилин виконує заздалегідь узгоджені дії і потім швидко розходить. Основними рисами цього суспільного явища є масовість, деперсоніфікація, відмова від документування та безцільність (абсурдність). Проте, на відміну від класичного флешмобу, що дотримується принципу «флешмоб поза релігією, поза політикою, поза економікою», основною метою політичного флешмобу є висловлення певної суспільнозначущої позиції [255, с. 88–92].

Початково флешмоб не був призначений для політичних або PR-акцій – як правило, усі учасники, були незнайомими людьми, необ'єднаними в угруповання, а використання флешмобів з політичними цілями було заборонено правилами. Флешмоб позиціонувався як вільне самовираження та мистецька акція, своєрідний соціальний протест, через абсурдизацію, а не засіб реалізації політичних цілей. Проте, ця форма вираження ідей не могла опинитися поза увагою політичних сил, перед якими стояли завдання донесення певних гасел.

Відповідна структура та сучасні засоби масової комунікації дали можливість політичному флешмобу швидко розвиватися та змінювати варіанти

організації й прояву. Сьогодні розрізняють глобальні та звичайні, одноразові флешмоби, організовані за допомогою Інтернету чи мобільних телефонів, флешмоби з залученням допоміжних засобів (автомобілів, велосипедів та ін.), інтернет та смс-моби (проводиться за допомогою смс-повідомлень), смартмоби (флешмоб ідеологічного спрямування) [364, с. 227–252].

Активне використання політичного флешмобу як форми вираження свідчить, що політична та соціальна активність в інформаційному суспільстві часто здійснюється через ігрове шоу. Їх популярність сприяє проникненню ігрових методів у політичну сферу карнавалізуючи її [325, с. 195–201]. Флешмоб володіючи низкою переваг, наочністю та виразністю, ємністю форми вираження, потенціалом для залучення значної кількості представників громадськості, посилює значення акцій для політичного процесу.

В Україні перший флешмоб відбувся 16 серпня 2003 р. в м. Києві. Він започаткував нову форму участі громадян, яку невдовзі почали використовувати в політичних цілях. У грудні 2008 р. в вісімнадцяти містах України був організований політичний флешмоб «Повернись до влади спиною» на знак невдоволення діяльністю влади [307]. Мета акції – привернення уваги до дерибану державного майна та «владних крісел». У 2009 р. використання флешмобів як засобу активізації участі громадян зафіксовано політичними партіями [108]. Так 30 грудня в місті Ужгороді пройшов флешмоб, організований Закарпатською обласною організацією Української Народної Партії під назвою «Вони роздають обіцянки». Запускаючи мильні бульбашки в бік громадян, активісти імітували короткочасні обіцянки деяких кандидатів, що зникають після виборів так і не виконавши обіцянки.

Напередодні парламентських виборів 2012 р. в Києві проходив політичний флешмоб організований партією Наша Україна, Конгресом українських націоналістів та Українською народною партією [16]. Учасники акції тримали транспаранти з тезами спільної передвиборної програми і вимагали державного визнання ОУН-УПА та євроатлантичної інтеграції України. У вересні 2014 р., за місяць до виборів Верховної Ради, кандидат в

депутати по виборчому округу № 208 від «Радикальної партії» Олега Ляшка (очільник міста Бахмач, Чернігівська область) П. Шимко, разом зі своєю командою для власного піару використали флешмоб «Icebucketchallenge» [180]. Учасники вказаного інтернет-флешмобу, обливалися холодною водою на камеру, публікували відео в інтернеті, передавали естафету іншим людям та жертвували кошти на українську армію.

Під час виборчої кампанії в Одесі організовували флешмоб, де на агітаційних наметах партій «Опозиційний блок», «Довіряй ділам» та Української морської партії Сергія Ківалова писали слова: «Зрадники Батьківщини», «Сепаратисти», «Продам Одесу недорого». Учасники акції намагалися донести громадянам, що ці політсили є послідовниками колишньої Партії регіонів, а їх лідери підтримують сепаратистські настрої, співпрацюють з Росією та є учасниками корупційних дій.

Флешмоби часто використовуються політичними партіями і в повсякденному житті. До прикладу, органіковуються акції приурочені певній національній події: Дню Конституції [199], Дню Незалежності України [4], Дню Соборності України [306] та ін. До того ж, вони органікуються проти окремих політиків: у 2019 р. флешмоб «Подай запит в Генпрокуратуру про зняття недоторканності з Мосійчука», закликав громадян звертатися в контролюючий орган у справі про незаконне збагачення народного депутата [289]. Напередодні парламентських виборів захисники тварин запустили флешмоб з хештегом *#КандидатиВбивціТварин*, щоб зібрати та систематизувати інформацію про кандидатів у депутати, які виставляли в мережу фото з вбитими на полюванні тваринами. Оголошенню флешмобу передувало опублікування кандидатами у депутати В. Кальцевим (округ № 24, Дніпропетровщина) та Б. Дубневичем (округ № 118, Львівщина) на персональних сторінках в соцмережах фото з вбитими тваринами [98]. Флешмоб підсилювався гаслами активістів про недопущення злочинців до влади, адже злочини проти тварин не менші аніж проти держави.

Віртуальна політична участь має безпосередній вплив на електоральну активність під час виборів. Через вплив віртуальних засобів комунікації, які використовує громадянин в процесі комунікації, політична поведінка в суспільстві набула ознак конформізму, індиферентності та мобілізаційності. Відтак, через відсутність усталених індивідуальних і групових зв'язків, політична поведінка набуває ознак симулятивності та реалізується переважно через віртуальний простір, а не соціальне середовище, ігноруючи таким чином участь електоральну.

Зниження явки на виборах, з одного боку, типове для постсоціалістичних європейських країн, які здобули незалежність на початку 1990-х років та пережили ефект «перших виборів» (високі показники явки). Стабілізація демократичних режимів, поступова деполітизація населення чи розчарування новими політичними елітами, усвідомлення права не брати участь у виборах (на противагу комуністичному режиму, де штучно створювали виборчу активність) проявлялися у поступовому зниженні активності виборців (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Виборча явка на парламентських виборах в Україні

Рік	Явка (%)	
1	1998 р.	69.64
2	2002 р.	65.02
3	2006 р.	67.60
4	2007 р.	62
5	2012 р.	57.9
6	2014 р.	52.4
7	2019 р.	49.84

Джерело: [313].

Однак показник виборчої явки не просто одна з складових виборчого процесу, а й головне джерело легітимності обраної влади. Тому прояви віртуальної та симулятивної масової політичної поведінки, основними формами якої є астротерфінг, підписання електронних петицій, масові поширення медіавірусів, мемів, хештегів, проведення флешмобів, без участі в голосуванні, становлять загрозу легітимності влади.

Відтак, для збільшення рівня участі громадян у виборах, крім традиційного голосування на виборчій дільниці, у багатьох країнах застосовують альтернативні техніки голосування. М. Бучин серед можливих механізмів активізації електоральної участі виділяє такі альтернативні техніки волевиявлення: голосування поза виборчою дільницею, голосування поштою дострокове голосування, голосування по довіреності, волевиявлення за допомогою відкріпних посвідчень (можливість виборцям проголосувати на іншій виборчій дільниці – застосовувалася в Україні до 2007 р.) [45].

Ще однією умовою, яка дозволяє до певної міри збільшити рівень електоральної участі, є запровадження у бюлетені графи «проти всіх». Це пояснюється тим, що в такому випадку у виборах можуть брати участь всі ті, хто бажає висловити протест проти діючої влади чи політичної системи. Необхідно зазначити, що графа «проти всіх» є рудиментом радянської виборчої системи, яка дозволяла в той час лише імітувати реальність електорального вибору. Наявність можливості голосувати проти всіх робить вибір громадян менш усвідомленим, інколи просто провокує громадян на висловлення протесту [45]. Збільшення явки за рахунок протестного електорату в цілому не міняє ситуації у порівнянні з тим, коли б ці виборці не прийшли на виборчі дільниці.

Отже, глобалізаційні процеси та швидке поширення інформаційних обмінів спричинило розвиток нових форм і практик політичної активності. Інтернет змінив участь громадян відкривши нові можливості для формування модерної масової політичної поведінки. Традиційні форми електоральної політичної участі, змінилися безпосередніми діями громадян у вигляді петицій, маніфестів, відкритих дебатів, блогерства. Особливого значення в електоральних процесах набули такі віртуальні прояви політичної поведінки: астротерфінг, флешмоби, подання й реєстрація петицій, віртуальне голосування, поширення демотиваторів і медіавірусів. Водночас, активізувався інтерес громадян до нестандартних форм участі у вигляді застосування театралізованих форм політичної активності.

Прояви політичного акціонізму в парламентських електоральних процесах України, стали відображенням суспільного запиту на прояв антивладного сарказму, критику нечесних партійних та виборчих ігор, використовуваних політсилами та окремими кандидатами. Проте, розглянуті прояви електоральної поведінки можуть мати як позитивні (залучення індивідів до політичного життя, збільшення політичної активності громадян), так і негативні наслідки: розвиток кіберпростору породжує нові форми масової поведінки і впливає на зміну інституційних норм, порядків та сформованих механізмів політичної дії, що в результаті може проявлятися у відмові від голосування.

Висновки до розділу 3

Дослідження практики використання мобілізаційних технологій на парламентських виборах в Україні у період 1998–2019 рр. підтвердило, що електоральна поведінка громадян залежить від впливу різноманітних чинників, а саме: економічного становища та політичної культури, ідеологічних настанов, соціального статусу, освітнього рівня виборців, їх матеріального становища та ін. Відповідно трансформація українського політичного ринку, диктували потребу у збагаченні арсеналу виборчих технологій з боку керівництва політичних партій, виборчих штабів окремих кандидатів, політичних технологів тощо.

Це спричинило використання низки чинників, що мобілізувала електорат до політичної участі. Серед них: використання маніпулятивних технологій в ЗМІ та засобах комунікації (маніпуляції залякування, маніпуляції надіями та цінностями виборців), поширення адресних технологій, спекуляції навколо регіональних відмінностей, публікації неправдивих соціологічних рейтингів, що не відображають реального виявлення громадської думки, «клонування» партій, використання адмінресурсу, технології «нарізання» округів тощо. Відтак, можна говорити про симбіоз існуючих у світі тенденцій, які в кінцевому результаті зводиться до боротьби технологій і конкретних персоналій, де

розмитість законодавчих норм уможлиблює розвиток деструктивних технологій, які легальні за формою, проте за змістом є аморальними.

Для українського суспільства, що характеризується значним розшаруванням, економічною поляризацією, низьким рівнем соціальних послуг, комплекс виборчих мобілізаційних технологій має успіх у тих випадках, якщо направлений на вирішення конкретних проблем. Дієвим способом впливу на електорат, який не залежить від рівня і типу виборчої кампанії, фінансових і ресурсних можливостей, специфіки регіону та обраної цільової аудиторії, залишаються адресні технології – безпосередні зустрічі кандидата (представників партії) з виборцями. Вплив адміністративного ресурсу поступово падає, однак зберігає ефективність у невеликих округах і сільській місцевості. Це пов'язано із відносно низьким рівнем електоральної культури населення України, внаслідок чого застосовуються ірраціональні технології, які апелюють до емоцій електорату.

Швидке поширення інформаційних обмінів спричинило розвиток нових форм і практик політичної активності, доповнивши участь громадян модерними проявами масової політичної поведінки: астротерфінгом, проведенням флешмобів, поданням е-петицій, віртуальним голосуванням, поширенням демотиваторів і медіавірусів. Їх використання в новітніх виборчих кампаніях стало можливим завдяки позитивній динаміці інтернетизації населення України та активному розвитку кіберпростору. Як наслідок, учасники виборчих змагань за умов зростання інформаційних навантажень на пересічних виборців, почали уважніше ставитися до формування іміджу, наповнення агітаційних звернень, враховувати вплив політичних стереотипів. Водночас, винайдення нових форм політичної активності, створили модерні засоби політичного управління та впливу, що характеризуються витісненням реальної громадської думки. Саме тому, в перспективі очікуються подальші зміни в застосуванні виборчих технологій, норм, порядків, механізмів виборчого процесу.

ВИСНОВКИ

Науковий аналіз мобілізаційних чинників електоральної участі громадян України на парламентських виборах 1998–2019 рр. дозволив зробити такі висновки:

1. На основі аналізу концептуальних моделей політичної участі встановлено, що сучасні політичні системи передбачають поєднання автономної та мобілізованої участі громадян у співвідношенні, зумовленій специфікою соціуму, його політичною культурою тощо. Відзначається, що автономна електоральна участь громадян більшою мірою відповідає класичному розумінню демократії, ніж мобілізована участь.

Визначено, що активізація електоральної участі засобами мобілізації здійснюється на двох рівнях: політико-культурному (політична мобілізація розглядається крізь призму формування активістського типу політичної культури громадян) та інституційному (визначальними в мобілізаційному потенціалі суспільства є діяльність політичних інститутів – партій, органів державної влади, громадських організацій тощо). Концептуалізація чинників електоральної поведінки вказує на її залежність від факторів, що визначають поведінку виборця та мобілізують до електоральної участі: приналежність індивіда до соціальної групи, психологічні особливості особистості (ідентифікація з певною партією), економічні моменти (особисте матеріальне становище і економічна ситуація в країні), вплив засобів масової комунікації.

2. Теоретико-методологічний аналіз проблеми електоральної участі передбачав використання сукупності загальнонаукових та спеціальних методів досліджень, які дозволили концептуалізувати вивчення теоретичних та практичних питань електоральної участі, електоральної поведінки, електоральної мобілізації. З'ясовано, що характер мобілізації залежать від об'єктивних і суб'єктивних факторів, що включають характер політичного режиму з системою інститутів, соціокультурний контекст, характер конкуренції, параметри самоідентифікації його основних суб'єктів. До того ж,

електоральна участь громадян зумовлена впливом низки мобілізаційних факторів політико-культурного спрямування: політичною ефективністю, інтересом населення до політики, політичною компетентністю, рівнем довіри громадян до державних та громадських інститутів, мірою громадянської відповідальності.

3. Дослідження проблеми електоральної участі має давню традицію й стала предметом вивчення зарубіжних і вітчизняних вчених різних поколінь. Більш повно вона досліджена західними вченими у силу більш тривалої практики проведення демократичних виборів. Натомість вітчизняні політологи опановують цю проблематику у контексті українських реалій. На сучасному етапі предметом їх аналізу є проблемні питання теорії політичної активності, напрямів розвитку виборчої системи, її унормування, участі у виборах політичних партій, технологій залучення громадян до електорального процесу, в тому числі й мобілізаційного характеру. Важливим напрямом пошуку вітчизняних вчених є аналіз електоральної участі з позиції демократичної трансформації електоральної системи та її адаптації до міжнародно-правових стандартів.

Виявлено, що проблематика чинників мобілізації до електоральної участі в наукових працях вивчалась фрагментарно, або ж з позиції загальнонаціональних виборчих кампаній, не зосереджуючи увагу на конкретизації виборчих процесів. На сьогоднішній день мобілізована електоральна участь залишається областю політичної науки яка потребує подальшого вивчення та удосконалення.

4. Нормативно-правова база парламентського електорального процесу формувалася під впливом двох тенденцій суспільного розвитку – демократичного, спрямованого на демократичні європейські цінності, і посттоталітарного, суть якого полягає в мінімізації впливу громадянського суспільства на формування органів політичної влади, з одночасним намаганням владної еліти зберегти свої прерогативи. Наслідками таких дій стали зміни виборчої системи майже під кожні вибори.

Загалом, простежується тенденція до удосконалення виборчого законодавства відповідно до потреб і вимог сучасного політичного процесу, норм міжнародного права, зауважень міжнародних та вітчизняних спостерігачів: підвищено роль політичних партій, удосконалено правила висування суб'єктів виборчого процесу, створено Державний реєстр виборців, залучено до спостереження за виборами незалежні громадські організації та міжнародні спостерігачі, переглянуто розміри грошової застави, тощо. Не витримали перевірки часом деякі форми масового залучення громадян до електоральної практики, зокрема інститут збору підписів на підтримку кандидатів та участь в електоральному процесі трудових колективів.

З'ясовано, що найбільш гострою проблемою парламентського виборчого законодавства є його нестабільність, що обґрунтувало потребу в проведенні комплексної виборчої реформи шляхом уніфікації виборчого законодавства в єдиний Виборчий кодекс. Головним досягненням цього законодавчого акта є запровадження пропорційної системи з відкритими списками, удосконалення порядку проведення передвиборної агітації, підрахунку голосів, встановлення підсумків голосування та результатів виборів, а також запровадження гендерних квот, усунення перешкод для участі у виборах мобільних всередині країни громадян. Вимогою часу стало застосування інформаційних технологій в окремих виборчих процедурах (регулюванні та моніторингу передвиборної агітації в сучасних медіа), запровадження механізмів реагування на безпекові та інформаційні ризики.

5. Виявлено інституційну структуру й процедури участі громадян в парламентських електоральних процесах. Вона включає широкую систему інститутів, механізмів і процедур, які в сукупності дають змогу забезпечити належний рівень залученості громадян в політику. На інституціональному рівні електоральна мобілізація можлива за допомогою технологій, що використовуються політичними партіями в ході виборчого процесу, організаціями громадянського суспільства, суспільними рухами, ЗМК, органами державної влади з метою забезпечення виборчої участі громадян.

Проведений аналіз підтвердив існування в Україні проблеми природи політичного режиму, який мінімізує ефективність передбачених законодавством форм політичної та громадської участі, і відповідно стримує розвиток парламентаризму. Водночас спостерігається активізація діяльності громадських об'єднань, насамперед у контролі над ходом виборчого процесу. Відтак, основним завдання держави є інституційне забезпечення конвенційних форм політичної участі, демонополізація влади. Ефективність української державності безпосередньо залежатиме від трансформації політичних інститутів суспільства, запозичення кращих європейських та світових практик, які пропонують демократичні методи розвитку суспільства.

6. З'ясовано, що проведення парламентських виборчих кампаній 1998-х – першого десятиліття 2000-х рр., проходили з використанням низки чинників, що мобілізувала електорат. Серед них: застосування адміністративного ресурсу, підкуп виборців; фальшування зі списками та голосами виборців; застосування маніпулятивних технологій в ЗМІ та засобах комунікації (мережі Інтернет); поширення адресних технологій; спекуляції навколо регіональних відмінностей (використання чинника регіональної ідентифікації виборців, спрямованих на протиставлення електорату окремих регіонів країни); «клонування» партій, технології «нарізання» округів тощо. У виборчі кампанії цього періоду вперше залучаються політтехнологи (в основному російські), вибори стають фінансово-витратними, а результат кампанії практично завжди відповідають пропорції вкладених коштів та застосованих технологій. Водночас простежується перехід від «брудних» маніпулятивних технологій до технологій маркетингового типу, адресних комунікацій з електоратом.

Доведено, технології ідеологічного спрямування з кожною кампанією дають менший ефект зводючи вибори до боротьби технологій і конкретних персоналій, де розмитість законодавчих норм уможливорює розвиток деструктивних технологій, які легальні за формою, проте аморальні за змістом.

7. Визначено, що застосовані мобілізаційні технології на парламентських виборах 2012–2019 рр. є свідченням трансформації українського політичного

ринку, коли зміни політичної культури населення, викликали потребу в збагаченні арсеналу виборчих технологій. Через революційні події 2013–2014 рр. електоральна участь громадян наповнилася новими громадськими практиками та ініціативами метою яких є пошук об'єктивної інформації про кандидатів в депутати, інформації про порушення прав виборців та виборчого законодавства, моніторинг перебігу виборчих кампаній в цілому. Відтак, політичний конфлікт в державі став приводом для посилення соціальної мобільності, яка призвела до появи нових технологічних прийомів з мобілізації електорату. Головним напрямом розвитку виборчих технологій на сьогодні є віртуалізація та символічна регуляція, де мережа Інтернет, як масове джерело інформації, виступає майданчиком взаємодії величезної кількості електорату, що водночас зменшує вагу традиційних методів впливу.

Для українського суспільства, що характеризується значним розшаруванням, економічною поляризацією та не високим рівнем соціальних послуг, комплекс виборчих мобілізаційних технологій має успіх у випадках, коли направлений на вирішення конкретних проблем. Дієвим способом впливу на електорат, який не залежить від рівня і типу виборчої кампанії, фінансових і ресурсних можливостей, специфіки регіону та обраної цільової аудиторії, залишаються адресні технології – безпосередні зустрічі кандидата або представників партій з виборцями. Вплив адміністративного ресурсу поступово зменшується, однак зберігає свою ефективність в невеликих округах та сільській місцевості. Це пов'язано із несформованою електоральною культурою громадян України, що уможливорює застосування ірраціональних технологій, які апелюють до емоцій електорату. Українське суспільство залишається вразливим до систем підкupu, маніпуляцій, що часто перешкоджає вільному формуванню та волевиявленню виборців.

8. З'ясовано, що поширення інформаційних обмінів розвинуло нові форми і практики політичної активності, доповнивши участь громадян модерними проявами масової політичної поведінки, що характеризуються витісненням реальної громадської думки з метою досягнення бажаних

результатів: астротерфінгом, проведенням флешмобів, поданням е-петицій, віртуальним голосуванням, поширенням демотиваторів і медіавірусів. Їх використання в новітніх виборчих кампаніях є можливим через позитивну динаміку інтернетизації населення України та активному розвитку кіберпростору. За цих умов, учасники виборчих змагань при великому інформаційному навантаженні на пересічних виборців, почали уважніше ставитися до формування іміджу, наповнення агітаційних звернень, враховувати вплив політичних стереотипів.

Проте, нові форми політичної участі, не збільшили політичну активність громадян, про що свідчить зниження явки на виборах. Відтак, доступність політичної інформації і можливість вираження своєї думки за допомогою інтернет-технологій не є запорукою діяльної участі громадян, та навіть більше, в сукупності з іншими факторами, можуть спричинити зниження інтересу до політики, що негативно вплине на участь електоральну. Все це є підтвердженням подальших зміни в застосуванні виборчих технологій, норм, порядків, механізмів виборчого процесу, відкриваючи перед науковцями нове поле досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аберкромби Н. Социологический словарь. Казань, 1997. 174 с.
2. Абрамов В. Блоги кандидатов: «белка», читиво и лжецы. URL: <http://vybory2010.segodnya.ua/vnews/14097266.html> (дата звернення: 08.01.2020).
3. Адорно Т. Исследование авторитарной личности. Москва. Серебряные нити. 2001. 416 с.
4. Активісти молодіжки БПП провели флешмоб до Дня Незалежності. *Європейська Солідарність. Офіційний веб-сайт.* URL: <http://solydarnist.org/?p=135116> (дата звернення: 09.02.2020).
5. Алескеров Ф., Ордешук П. Выборы. Голосование. Партии. Москва: Академия, 1995. 211 с.
6. Алмонд Г. Политическая наука: история дисциплины. *Полис.* 1997. № 6. С. 174–183.
7. Аналіз стану парламентського виборчого законодавства України: напрямки та шляхи його удосконалення згідно з рекомендаціями місії ОБСЄ/БДПЛ зі спостереження за виборами та Європейської комісії «За демократію через право» (Венеціанської комісії) від 1 лип. 2015 р.: Вищий адміністративний суд України. *Платформа Liga: zakon.* URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/ASS00296?bl=> (дата звернення: 15.09.2019).
8. Арон Р. Этапы развития социологической мысли. Москва: Прогресс, 1992. 89 с.
9. Асмолов Г. Эффективность горизонталей: от сетевой мобилизации к сетевым институтам. URL: <http://te-st.ru/2012/07/17/coordinating-horizantal-networks/> (дата звернення: 19.02.2020).
10. Афанасьєва М. Виборча інженерія в Україні. Одеса: Юридична література, 2014. 384 с.
11. Ахиезер А. Россия: критика исторического опыта. Новосибирск: Сибирский хронограф, 1998. С. 85.

12. Ашихмина А. Конкуренция элит на выборах как критерий современной демократии. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/konkurentsiya-elit-na-vyborah-kak-kriteriy-sovremennoy-demokratii> (дата звернення: 29.10.2020).
13. Бабинов Ю. Гражданское общество и демократия участия. Севастополь: СевГТУ, 2006. 418 с.
14. Балабан Р. Громадські організації в політичному полі. Москва. Євпаторія: СНУ ім. Даля, 2013. С. 64–68.
15. Балабан Р. Розвиток виборчої системи України: політологічний аналіз: дис. .. канд. політ. н. спец. 23.00.02: «Політичні інститути та процеси». Київ, 1999. 217 с.
16. Балабан Р. Характеристика політичної системи України через призму наявного політичного класу. *Сучасна українська політика*. Випуск 23. Видавництво «Центр соціальних комунікацій», 2011. С. 26–33.
17. Барбер Б. Структура соціальної стратифікації і тенденції соціальної мобільності. *Американська соціологія. Перспективи, проблеми, методи*. Москва: Сириус, 1972. С. 235–247.
18. Баронин А. Правила гри в гри без правил. Предвыборные технологии в Украине. Praha: Granda Publishing, 2006. 188 с.
19. Бауман З. «Соціальні мережі – це пастка». URL: <http://zbruc.eu/node/47024> (дата звернення: 01.03.2020).
20. Бачевський Д. Чому виграють вибори, або Агресивні тексти як найбільш ефективні комунікаційні технології. *Українська правда*. 2006. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2006/04/11/3092442/> (дата звернення: 12.01.2020).
21. Бебик В., Трач Н. Соціально-психологічні аспекти ефективності політичної реклами в мас-медіа. *Соціальна психологія*. 2008. № 1. С. 50–56.
22. Бебик В. Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі. Київ: Абрис, 1993. 126 с.
23. Безрук О. Політична мобільність та політична мобілізація у контексті концепції «виклику-відповіді» А. Тойнбі. *POLITICAL SCIENCE*. № 8 (136),

2016. URL: file:///C:/Users/user/Documents/Politчна_mobilnist_ta_politчна_mobilizacia_u_kon.pdf (дата звернення: 02.03.2020).

24. Безрук О. Політична участь в контексті процесів політичної мобільності. *Гілея: науковий вісник*. Київ: Вид-во «Гілея», 2012. Вип. 86 (5). Політичні науки. С. 363–366.

25. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. Москва. Прогресс-Традиция. 2000. С. 287–288.

26. Бекешкіна І. Вибори 2002: оцінки, мотивація, поінформованість виборців. Вибори 2002 в оцінках населення і експертів. Київ: [б. в.], 2002. С. 22–27.

27. Бекешкіна І. Рік 2014-й: від президентських виборів до парламентських. До єдності чи роз'єднаності? Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Вип. 1 (15). Т. 1. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2014. С. 85–104.

28. Бекешкіна І. Українські партії на парламентських виборах і структурованість українського суспільства. *Українське суспільство 1992–2012. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг*. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2012. С. 59–71.

29. Белов А. Социально-экономические факторы электорального поведения: теория, методология, эмпирика. *Вестник МГУ. Серия 12. Политические науки*. 2004, № 6. С. 36–60.

30. Белов Д. Комікс як продукт інформаційної культури. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2018. Вип. 49. С. 83–103.

31. Белов Д. Поняття та елементи конституційного ладу: окремі аспекти. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Право. 2014. Вип. 27(1). С. 77–79.

32. Біденко А. Провокація як екстремальна електоральна технологія в Україні. URL: http://www.kandydat.com.ua/analitika/211_10.htm (дата звернення: 28.03.2020).

33. Білаш Д. Як політики «воюють» в Інтернеті. *Український ТИЖДЕНЬ*. 2011. URL: <http://tyzhden.ua/Politics/36876> (дата звернення: 11.01.2020).
34. Бойко О. *Анатомія політичного маніпулювання*. Ніжин: ДС «Міланік», 2007. 223 с.
35. Бойко Н. Інтернет-активність користувачів в умовах соціально-політичної деструкції. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrsoc_2014_1\(1\)__18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrsoc_2014_1(1)__18) (дата звернення: 12.02.2020).
36. Бортніков В. *Політична участь і демократія: українські реалії*: монографія. Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2007. 524 с.
37. Брегеда А. *Основи політології*. Київ: Київський економічний університет, 2000. 311 с.
38. Бунь В. Теоретичне визначення форм електоральної суб'єктності. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько.-політологічні студії*. 2015. № 6. С. 286–294.
39. Бунь В. Теоретичні підходи до вивчення електоральної поведінки. URL: http://old.filos.lnu.edu.ua/bulletin_philosophy/ua/docs/visnyk03/articles/21.pdf (дата звернення: 18.03.2019).
40. Бурдьє П. *Соціологія політики*: пер. с фр. Москва: Socio Logos, 1993. 336 с.
41. Бурлачук В. Мас-медіа, вибори і нова реальність. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2019. № 4. С. 90–105.
42. Бучин М. Абсентеїзм як тип електоральної поведінки. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/38811/16-Buchin.pdf> (дата звернення: 25.10.2020).
43. Бучин М. Адміністративний ресурс як невід'ємний елемент виборчої практики сучасної України. URL: <http://postua.info/buchyn.htm> (дата звернення: 12.01.2020).
44. Бучин М. Індикатори демократичних виборів. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2013. Вип. 25. С. 55–59.

45. Бучин М. Механізми активізації електоральної участі громадян. URL: nbuv.gov.ua/UJRN/filipol_2013_5_25 (дата звернення: 11.02.2020).
46. Бучин М. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: Монографія. Львів: ЛІСВ, 2009. с. 132.
47. Блінов Є. Протидія використанню нелегітимних політичних технологій: український і міжнародний досвід. *Національна академія державного управління при Президентові України. Одеський регіональний інститут державного управління*. 2010. URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_04\(7\)/10bemumd.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_04(7)/10bemumd.pdf) (дата звернення: 22.01.2020).
48. Вдовичин І., Угрин Л., Шипунов Г. Сучасна політична лексика: енциклопедія словник-довідник. *За наук. ред. Хоми Н. М.* Львів, «Новий Світ-2000». 2015. С. 20.
49. ВГО «Комітет виборців України». *Офіційний веб-сайт*. URL: <http://www.cvu.org.ua/> (дата звернення: 21.12.2020).
50. Вебер М. Политика как призвание и профессия. *Вебер М. Избранные произведения*: пер. с нем. / сост., общ. ред. и послесл. Ю. Давыдова; предисл. П. Гайденко. Москва: Прогресс, 1990. 808 с.
51. Велике російське нашестя: технології українських виборів у 12 історіях. Частина 3. *INSIDER*. 2017. URL: <http://www.theinsider.ua/politics/599d5dc619939/> (дата звернення: 25.01.2020).
52. Верба С., Най Н. Участие в Америке: Политическая демократия и социальное равенство. Москва: Прогресс, 1987. 452 с.
53. Выборы Верховной Рады Украины 2012 года. Список кандидатов партии Наша Украина. *Ліга Досьє*. URL: https://file.liga.net/parties/nasha_ukraina (дата звернення: 08.01.2020).
54. Вибори до Верховної Ради України 2006 року. *Інформаційно-аналітичний збірник*. Київ, 2006. URL: https://www.cvk.gov.ua/wp-content/uploads/2018/10/vibory2006_book1.pdf (дата звернення: 20.01.2020).

55. Вибори-2012: громадська думка населення України. *Фонд демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва*. URL: <https://dif.org.ua/article/vibori-2012-gromadska-dumka-naselennya-ukraini> (дата звернення: 28.11.2019).

56. Виборча кампанія – 2002: специфіка та імовірні результати. URL: <http://tomenko.kiev.ua/cgi/redirect?url=pc10-2001-06.html> (дата звернення: 05.01.2020).

57. Виборчий кодекс України: проект № 3112-1 від 2 жовт. 2015 р.: Закон України. *Законодавство України*. Платформа Liga: zakon. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JHO0G01A.html (дата звернення: 15.09.2019).

58. Виборчий кодекс України № 396-IX від 19 грудня 2019 р. Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20#n4128> (дата звернення: 18.03.2020).

59. Виборче право України. Навчальний. Київ: Парламентське видавництво, 2003. 383 с.

60. Вилков А. Предвыборная кампания как фактор политических конфликтов в современной России. *Социология. Политология*. 2016. Т. 16. Вып. 3. С. 309–314.

61. Висновок № 593/2010 Європейської комісії за демократію через право щодо проекту Виборчого кодексу Верховної Ради України від 20 гр. 2010 р. *Законодавство України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_a39 (дата звернення: 15.09.2019).

62. Висновок № 705/2012 Європейської комісії за демократію через право щодо Закону України «Про всеукраїнський референдум» від 13 чер. 2018 р. *Законодавство України*. Платформа Liga: zakon. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/mu13035?an=2> (дата звернення: 28.11.2019).

63. Вишняк О. Динаміка структури електорального поля України на президентських та парламентських виборах (1994–2013 рр.). *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін*. Вип. 1 (15). Т. 1. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2014. С. 228–249.

64. Вишняк О. Довіра до політичних інститутів: поняття, показники та тенденції змін. *Українське суспільство 1992–2010: соціологічний моніторинг*. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2010. С. 24–39.

65. Вишняк О. Політична система України в соціологічному вимірі: динаміка членства в політичних партіях та партійної ідентифікації громадян. *Українське суспільство. Двадцять років незалежності: соціологічний моніторинг: у 2-х т. Т. 1. Аналітичні матеріали*. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2011. С. 160–178.

66. Вільчинська І. Вивчення мотивації електоральної поведінки у межах соціально-психологічного підходу до її дослідження. *Правова держава*. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/36880/65-Vilchinska.pdf?sequence=1> (дата звернення: 15.03.2020).

67. Вільчинська І. Дослідження мотивації у соціологічних теоріях електоральної поведінки. *Держава і право*. Вип. 46. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/9160/100-Vilchinska.pdf?sequence=1> (дата звернення: 11.03.2020).

68. Вільчинська І. Мотив і соціально-психологічні установки у структурі мотивації політичної поведінки. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. № 4. 2009. С. 132–136.

69. Владико О. Готовність населення України до соціального протесту. *Українське суспільство 1994–2005. Динаміка соціальних змін*. Київ, Ін-т соціології НАН України, 2005. С. 151–161.

70. Всеукраїнське об'єднання «Майдан». *Офіційний веб-сайт*. URL: <http://maidan2013.com.ua/> (дата звернення: 25.12.2019).

71. Головаха Є. Соціальні зміни в Україні та Європі: за результатами «Європейського соціального дослідження» 2005–2007 рр. URL: http://i-soc.com.ua/files/E/European_Social_Survey_57_ua.pdf. (дата звернення: 16.02.2020).

72. Головаха Є. Українське суспільство: шляхи трансформації. *Український соціологічний журнал*. 2016. № 1–2. С. 26–30.

73. Гончаров Д. Политическая мобилизация. *Полис*. 1995. № 6. URL: http://www.polisportal.ru/index.php?page_id=51&id=392 (дата звернення: 09.03.2020).

74. Гончаров Д. Теория политического участия. Москва: Юристъ, 1997. 208 с.

75. Гонюкова Л. Політичні партії як інститут державної політики та управління: теоретико-методологічний аналіз: монографія. За наук. ред. д-ра політ. наук Л. Шкляра. Київ: НАДУ, 2009. URL: http://academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/Monogr/70fce21c-7da6-424b-a241-fb24b8fd1576.pdf (дата звернення: 08.01.2020).

76. Горлач М. Політологія: наука про політику: навч. посіб. Київ, Центр навчальної літератури. 2009. С. 261.

77. Гоулд Д. Стратегическое планирование избирательных кампаний. *Политические исследования*. 2018. №4. С. 42–48.

78. Гришин О. Блогосфера как инструмент современной политики: активность и культура молодежи. *Філософія і політологія в контексті сучасної культури*. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/filipol_2013_6\(1\)__15.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/filipol_2013_6(1)__15.pdf). (дата звернення: 12.03.2020).

79. Груева О. Політичний акціонізм: поняття, форми, досвід використання у політичному процесі. *Політичне життя*. URL: file:///C:/Users/user/Documents/pollife_2018_1_5.pdf (дата звернення 08.02.2020).

80. Громадська організація «Всеукраїнське об'єднання «Автомайдан». *Офіційний веб-сайт*. URL: <http://www.automaidan.org.ua/aboutus.html> (дата звернення: 25.12.2019).

81. Громадянська мережа ОПОРА. *Офіційний веб-сайт*. URL: <https://www.oporaua.org/about#vgoSection1> (дата звернення: 25.12.2019).

82. Громадський моніторинг: хто спостерігатиме за позачерговими виборами до Верховної Ради? *Громадянська мережа ОПОРА*. URL: https://www.oporaua.org/article/vybory/parlamentski-vybory/parlamentski-vybory-2019/fake_observers_2019 (дата звернення: 28.11.2019).

83. Громадський рух ЧЕСНО. *Офіційний веб-сайт*. URL: <https://www.chesno.org/> (дата звернення: 26.12.2019).
84. Громадянське суспільство в 2018-му: нові виклики, нові завдання. *Публічна дискусія до 25-річчя «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва*. Київ, 6 березня 2018. URL: <https://dif.org.ua/uploads/pdf/13963398165a9eef1b022177.77359526.pdf>. (дата звернення: 25.07.2018).
85. Громадянське суспільство України: сучасні практики та виклики розвитку : аналіт. Доповідь. Заг. ред. О. Корнієвського, Ю. Тищенко, В. Яблонського. Київ: НІСД, 2018. С. 7–15.
86. Гроші та гречка. Технології українських виборів у 12 історіях. Частина 4. *INSIDER*. 2017. URL: <http://www.theinsider.ua/politics/59a5b4cf0ed2e/> (дата звернення: 12.12.2019).
87. Демократична сокира – політична партія. *Офіційний веб-сайт*. URL: <https://sokyra.party/> (дата звернення: 09.02.2020).
88. Денисова А. Чорний піар під час парламентських виборів 2014 року. *Гілея: науковий вісник*. Вип. 91. 2014. С. 367–370.
89. Державний реєстр виборців України: перспективи інноваційного розвитку. *Навчально-методичний посібник*. За ред. А. В. Карташов, В. Ю. Стасюк, К. Ю. Перната, О. О. Радченко, С. В. Герасимчук, В. В. Піньковський. Київ. ЦПГІ. 2015. URL: <http://cisc.org.ua/wp-content/uploads/2015/10/books/StateR.pdf> (дата звернення: 15.12.2019).
90. Державний реєстр виборців. *Офіційний веб-сайт*. URL: https://www.driv.gov.ua/ords/portal!/cm_core.cm_index?option=ext_organ_ved&prej_im=3&pmn_id=105 (дата звернення: 15.12.2019).
91. Державна служба статистики України. *Офіційний веб-сайт*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.10.2019).
92. Джандубаева З. Абсентеизм как феномен современной российской практики : дисс. канд. социолог. наук: 22.00.04 . Москва, 2005. С. 25–26.

93. Дилигенский Г. Социально-политическая психология. Москва: Новая школа, 1996. 352 с. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/dilig/index.php (дата звернення: 15.03.2020).

94. Динаміка проникнення інтернету в Україні. *Київський міжнародний інститут соціології*. URL: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=80&page=1> (дата звернення: 08.02.2020).

95. Дмитришин Ю. Застосування «брудних технологій» у політичній рекламі під час виборчої кампанії 2006 року. *Наукові записки НаУКМА. Політичні науки*. Київ, 2007. Т. 69. С. 65–68.

96. Дроздик Л. Маніпулятивні технології зовнішньої політичної реклами під час позачергових парламентських виборів 2014 року в Україні. *Реклама: інтеграція теорії та практики: тези доп. VIII Міжнар. наук.-практ. конф.* Київ, 2014. 176 с.

97. Дроздик Л. Тренди політичної зовнішньої реклами під час позачергових парламентських виборів 2014 року в Україні. *Держава та регіони*. Серія: Соціальні комунікації. 2015. № 3. С. 104–108.

98. Дубневич та Кальцев – вбивці тварин: активісти почали флешмоб #КандидатиВбивціТварин. *Інформаційне агентство УНІАН*. URL: <https://www.unian.ua/elections/10618185-dubnevich-ta-kalcev-vbivci-tvarin-aktivisti-pochali-fleshmob-kandidativbivcitvarin-foto-18.html> (дата звернення: 20.02.2020).

99. Дузь О. Інформаційно-комунікаційні технології як складова парламентських виборів. *Політичний менеджмент*. № 3. 2009. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/59803> (дата звернення: 20.01.2020).

100. Дюверже М. Политические партии; пер. с франц. Москва: Академический Проект, 2000. 538 с.

101. Електоральна поведінка. *Енциклопедія сучасної України*. Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=18853 (дата звернення: 28.11.2019).

102. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад Ю. Сурмін, В. Бакуленко, А. Михненко та ін. За ред. Ю. Ковбасюка, В. Трощинського, Ю. Сурміна. Київ: НАДУ, 2010. 820 с.

103. Е-петиції до ВРУ: підсумки 2017 року. *Відділ демократії і врядування Місії USAID в Україні, Молдові та Білорусії в межах проекту «Програма Рада: відповідальність, підзвітність, демократичне парламентське представництво»*. URL: <https://radaprogram.org/radanews/e-petuciyi-do-vru-pidsumku-2017-roku> (дата звернення: 09.02.2020).

104. Європейський демократичний доробок у галузі виборчого права. *Матеріали Венеціанської Комісії, Парламентської Асамблеї, Комітету Міністрів, Конгресу місцевих і регіональних влад Ради Європи*. URL: <https://www.venice.coe.int/files/CDL-elec-opinions-UKR.pdf> (дата звернення: 18.05.2020).

105. Єсімов С., Бондаренко В. Транспарентність як принцип діяльності органів публічного управління в умовах використання інформаційних технологій. *Соціально-правові студії*. 2018. Вип. 1. С. 42–49.

106. Жадько В. Інформаційні війни в історії та сучасності: характерні ознаки новітніх протистоянь. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/25591/1/Zhadko%2064-95.pdf>. (дата звернення: 21.03.2020).

107. Жадько В. Парадокси свідомості сільського виборця. *Політична думка*. 2000. № 1. С.19–29.

108. Закарпатська УНП провела бульбашковий флешмоб. Інтернет-видання «Закарпаття онлайн Beta». URL: <https://zakarpatya.net.ua/News/53985-Zakarpatska-UNP-provela-bulbashkovyi-fleshmob-FOTO> (дата звернення: 22.02.2020).

109. Захаров О. Социальные механизмы воздействия на электоральное поведение. URL: <http://cheloveknauka.com/sotsialnye-mehanizmy-vozdeystviya-na-elektoralnoe-povedenie> (дата звернення: 31.03.2019).

110. Звіт за результатами спостереження КВУ за парламентськими виборами вересень 2012. *Комітет виборців України*. URL: <http://old.electioninfo.org.ua/index.php?i=1066> (дата звернення: 25.01.2020).

111. Звіт за результатами спостереження ОПОРИ на позачергових виборах народних депутатів України 21 липня 2019 року: Тенденції липня та попередні висновки кампанії. *Громадянська мережа ОПОРА*. URL: <https://www.oporaua.org/report/vybory/parlamentski-vybory/parlamentski-vybory-2019/19028-zvit-za-rezultatami-sposterezhennia-opori-na-pozachergovikh-viborakh-narodnikh-deputativ-ukrayini-21-lipnia-2019-roku-tendentsiyi-lipnia-ta-poperedni-visnovki-kampaniyi> (дата звернення: 28.01.2020).

112. Звіт про підкуп виборців та застосування адміністративного ресурсу на Позачергових виборах народних депутатів України. *Громадянська мережа ОПОРА*. URL: <https://www.oporaua.org/news/6691-pidkup-vyborciv-ta-zastosuvannja-administratyvnogo-resursu-na-pozachergovyh-vyborah-narodnyh-deputativ-ukrajiny> (дата звернення: 25.01.2018).

113. Звіт. Фінансування передвиборчої агітації на позачергових парламентських виборах 2014 року: виборчі фонди політичних партій *Громадянська мережа ОПОРА*. URL: <https://www.oporaua.org/report/vybory/parlamentski-vybory/pozachergovi-vybory-do-verkhovnoyi-radi-2014-roku/7523-finansuvannja-peredvyborchoji-agitaciji-na-pozachergovyh-parlamentskyh-vyborah-2014-roku-vyborchi-fondy-politychnyh-partij> (дата звернення: 25.10.2020).

114. Звіт щодо ймовірного використання бюджетних ресурсів у агітаційних цілях (червень 2019 р.). *Громадянська мережа ОПОРА*. URL: <https://www.oporaua.org/report/vybory/parlamentski-vybory/parlamentski-vybory-2019/18820-zvit-shchodo-imovirnogo-vikoristannia-biudzhethnikh-resursiv-u-agitatsiynikh-tsilyakh> (дата звернення: 31.01.2018).

115. Зменшення кількості депутатів Верховної Ради України до 100 осіб №22/053544-еп. *Електронні петиції*. *Офіційне інтернет-представництво*

Президента України. URL: <https://petition.president.gov.ua/petition/53544> (дата звернення: 12.02.2020).

116. Ильичева Ю. Мобилизационные технологии: сущность, предпосылки возникновения, основные инструменты и средства. *Теория СМИ и массовой коммуникации*. 2013. № 2. С. 129–137.

117. Ильясов Ф. Политический маркетинг. *Искусство и наука побеждать на выборах*. Москва: Группа ИМА, 2000. 200 с.

118. Інституційні зміни політичної системи сучасної України: оцінка стану та напрями оптимізації. *Аналітична доповідь*. За ред. д. політ. н., професора Г. Зеленько. Київ: ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2014. 164 с.

119. Ірхін Ю., Федоренко В. Діагностика та розвиток професійних управлінських і лідерських здібностей державних службовців і службовців органів місцевого самоврядування в Україні: навч. Посібник. Київ: Видавництво Ліра-К, 2015. 114 с.

120. Ісакова Т. Політичний флешмоб як форма реалізації нових ідентичностей в інформаційному суспільстві. *Стратегічні пріоритети*. 2012. № 2 (24). С. 144–152.

121. Історія української Евіти Перон. Парламентські вибори. Блок Юлії Тимошенко. *LB.ua*. 2009. URL: https://lb.ua/news/2009/08/09/16560_istoriya_ukrainskoi_eviti_peron.html (дата звернення: 12.01.2020).

122. Каминский В. О теоретико-методологических подходах к изучению электорального поведения населения. URL: http://sa.vscs.ac.ru/article/2185/full?_lang=ru (дата звернення: 02.04.2019).

123. Каминский В. Трансформация общественно-политических воззрений в контексте электорального поведения населения. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-obschestvenno-politicheskikh-vozzreniy-v-kontekste-elektoralnogo-povedeniya-naseleniya> (дата звернення 01.05.2020).

124. Кандидати-гречкосії: голос українців знову намагаються купити задешево. *Тиждень.ua*. URL: <https://m.tyzhden.ua/Politics/60020> (дата звернення: 25.01.2020).

125. Кармазіна М. Чи є партії агентами демократії. *ZN,UA* від 13 січня, 2012. URL: https://dt.ua/POLITICS/chi_e_partiyi_agentami_demokratiyi_ukrayinskiy_partogenez_poglyad_kriz_dvadtsyatirichchya_.html (дата звернення: 15.11.2019).

126. Кармазіна М. Політичні партії в Україні. 2014–2017 рр. Київ: ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2018. 168 с.

127. Кэмпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях; пер. с англ., сост. и общ. ред. М. Бобневой. Москва: Прогресс, 1980. 391 с.

128. Кирилюк Н. Базові напрямки проявів політичної активності громадян в умовах демократизації. URL: <http://www.gileya.org/index.php?ng=library&cont=long&id=28> (дата звернення: 03.03.2020).

129. Кирилюк Н. Специфіка політичної активності серед інших форм політичної поведінки особистості. URL: http://www.rusnauka.com/23_SND_2008/Politologia/26700.doc.htm (дата звернення: 01.03.2020).

130. Климов И. Социальная мобилизация: к истории понятия. Южно-российский журнал социальных наук. 2004, № 1. С. 7–15.

131. Климчук В. Мотиваційний дискурс особистості: на шляху до соціальної психології мотивації: монографія. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 290 с. URL: http://eprints.zu.edu.ua/18596/1/Klymchuk_monograg.pdf. (дата звернення: 13.03.2020).

132. Климчук В. Феномени розвитку внутрішньої мотивації URL: <http://eprints.zu.edu.ua/4121/1/1.pdf/> (дата звернення: 09.01.2020).

133. Клюенко Э. Политическое участие: теория, методология и измерение с применением метода шкалограммирования по Гуттману. *Социология: теория, методы, маркетинг*. 2005. № 4. С.46–73.

134. Ключковський Ю. Виборчий процес: процедурний аспект. *Публічне право*. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pp_2014_4_3 (дата звернення: 13.05.2019).

135. Ключові пріоритети реформ у сфері виборів, референдумів та фінансування політики. *IFES-ОПОРА*. URL: <https://ifesukraine.org/wp-content/uploads/2019/08/IFES-OPORA-Legal-Reform-Priorities-for-Elections-Referendums-and-Political-Finance-Updated-v2-2019-08-29-Ukr.pdf>? (дата звернення: 25.09.2019).

136. Князева Е. Электоральное поведение как социокультурное явление. Дисс. ... к. социолог. н. спец. 22.00.01: «Теория и история социологии». Харьков, 1996. 236 с.

137. Князь тьми та темників. *Українська правда*. 2002. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2002/10/8/2990971/> (дата звернення: 18.12.2019).

138. Кобрицький В., Романюк О. «Двійник» як виборча технологія в Україні: особливості, дієвість, перспективи. *Вісник НАДУ при Президентові України (Серія «Політичні науки»)*. 2016. URL: <http://visnyk.academy.gov.ua/pages/dop/60/files/137614f7-b140-4954-8fa0-af6f9d1a1c0d.pdf> (дата звернення: 21.01.2020).

139. Колесніков О. Еволюція виборчих технологій у контексті демократичного процесу в Україні. *Вісник Центральної виборчої комісії*. 2011. № 2 (21) URL: <https://mail.ukr.net/desktop#readmsg/14713642173002373021/f500000/attach=> (дата звернення: 08.06.2019).

140. Колодій А. Між демократією та олігархією: нові гравці на політичній сцені і громадська думка. *Львівщина на порозі XXI ст. Соціальний портрет*: кол. моногр. Львів: НАН України, Ін-т регіональних досліджень, 2001. С. 57–113.

141. Колодій А. Народ і партії у виборах 2014 року. *Загальна оцінка результатів*. URL: http://jimazine.lviv.ua/anons2014/Kolodij_Narod_i_partii_u_vyborah.htm (дата звернення: 15.03.2020).

142. Колодій А. Позачергові президентські й парламентські вибори 2014 року в Україні: особливості та наслідки. Думки з приводу. *Авторський сайт Антоніни Колодій*. URL: <https://political-studies.com/?p=1263> (дата звернення: 21.01.2018).

143. Кольцов В. Феномен антиістеблішментських партій як прагматичної напівлояльної опозиції у країнах Вишеградської групи. *Політикус*: науковий журнал. 2018. № 1. С. 48–53.

144. «Кольчуги», «Повстань, Україно!», «Темники». *Україна молода*. 2011. URL: <https://www.umoloda.kiev.ua/number/1925/369/68482/> (дата звернення: 17.12.2019).

145. Комітет виборців України. URL: <http://www.cvu.org.ua/nodes/term/type:news/slug:analytic-reports> (дата звернення: 27.01.2020).

146. Конституція України: прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 черв. 1996 р. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30. 160 с.

147. Коробанова О. Про соціальні мотиви політичної участі молоді та їхня динаміка в процесі формування. *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави*. Київ: Міленіум, 2013. С. 182–193.

147.1. Косахівська О. Електоральна поведінка: теоретико-методологічні засади дослідження. *Держава і право*. 2010. Вип. 50. С. 716–721.

148. Кремень Т. Політична мобілізація за допомогою використання соціальних медіа: приклад Партії піратів. URL: http://sevntu.com.ua/jspui/bitstream/123456789/5800/1/136_36.pdf. (дата звернення: 01.08.2019).

149. Кремень Т. В. Емоційна складова політичної мобілізації через соціальні медіа. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Npchdupol_2012_204_192_17.pdf. (дата звернення: 06.03.2020).

150. Кресіна І., Перегуда Є. Парламентські вибори в Україні: правові і політичні проблеми: монографія. Київ: Ін-т держави і права ім. В. Корецького НАН України, 2003. 368 с.

151. Кулеба О. Політична участь: суть, різновиди та особливості. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2010. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/25743/11-Kuleba.pdf?sequence=1> (дата звернення: 22.02.2020).

152. Купрій Т. Флешмоб як соціальне явище і технологія інформаційної комунікації. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Grani/2012_7/17.pdf. (дата звернення: 06.12.2019).

153. Куценко Є. Особливості використання новітніх інформаційно-комунікативних технологій у електоральних кампаніях: зарубіжний та вітчизняний досвід. *Збірник наукових праць «Політичні студії»*. 2013. Вип. 3. С. 37–48.

154. Куценко Є. Феномен виборчих акціотехнологій: сутність і практика застосування в електоральних кампаніях в Україні. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень імені І. Ф. Кураса*. 2014. № 2. С. 287–305.

155. Кучма Л. Політична культура як основний обмежуючий чинник маніпулювання у політичному процесі. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія: Політологія. Соціологія. Філософія. 2007. Вип. 5–6. С. 49–53.

156. Лейкман Э., Ламберт Д. Исследование мажоритарной и пропорциональной избирательных систем. Москва, 1958. С. 133–137.

157. Лейпхарт А. Демократия в многосоставных обществах: Сравнительное исследование / пер. с англ. Москва: Аспект Пресс, 1997. 287 с.

158. Липсет С., Роккан С. Структуры размежеваний, партийные системы и предпочтения избирателей. Предварительные замечания. *Политическая наука*. 2004. № 4. С. 204–234.

159. Литвин А. Соціоструктурні чинники електоральної поведінки українських виборців: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соціол. наук: спец. 22.00.04 «Спеціальні та галузеві соціології». Київ, 2003. С. 10.

160. Лісничий В. Сучасний виборчий PR. Северодонецьк: Вид. дім «ЕВРИКА», 2001. 480 с.

161. Магда Є. Інформаційно–психологічна безпека: аспекти трансформації. *Наукові праці: Науково-методичний журнал*. Т.110. Вип. 97. Політологія. Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2009. С. 161–164.

162. Майдан Моніторинг: вибори 2012. *ГО Інформаційний центр «Майдан Моніторинг»*. Харків, 2013. URL: <https://maidan.org.ua/wp-content/uploads/2013/01/MM-Election-2012-2.pdf> (дата звернення: 28.01.2020).
163. Макаренко Б. Основні фактори політичної участі особистості. *Гілея: науковий вісник*. 2015. С. 389–392.
164. Макаренко Л. Тенденції розвитку виборчих комунікацій. *Гілея: науковий вісник*. 2015. Вип.103. С. 364–367.
165. Малашенко И. Изучение электорального поведения: сравнительный анализ зарубежных и отечественных теорий. *Вестник Брянского государственного университета*. 2014. № 2. С. 89–94.
166. Маренков А. Социально-психологические факторы электорального поведения (на примере современной России и стран СНГ): автореф. дис. ... к. психолог. н.: спец. 19.00.05: «Социальная психология». Ярославль, 2004. 22 с.
167. Медведчук М. Можливості використання Інтернет-технологій у сфері PR (паблік рилешнз). URL: http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Grani/2009_5/P-7.pdf (дата звернення: 05.01.2020).
168. Мелешкина Е. «Воронка причинности» в электоральных исследованиях. *Полис*. 2002. № 5. С. 46–53.
169. Мелешкина Е. Исследования электорального поведения: теоретические модели и сб. науч. трудов. Москва: ИНИОН, 2001. С. 190–215.
170. Мелешкина Е. Политическое поведение. Политический процесс: основные аспекты и способы анализа: сб. учеб. материалов. Москва: ИНФРАМ, Весь мир, 2001. 154 с.
171. Мельник М. Ідеологічна сегментація українського електорату на виборах Верховної Ради України впродовж електоральних циклів періоду незалежності. URL: <http://journals.uran.ua/spup/article/view/168610> (дата звернення: 16.04.2020).
172. Мемократія: як користувачі Facebook, Instsgram та VK вплинули на склад нової Ради. *ГО Інтерньюз Україна*. URL: <https://internews.ua/opportunity/temocrasu> (дата звернення: 25.05.2020).

173. Мертон Р. Явные и латентные функции. *Американская социологическая мысль: Тексты*. Москва: Изд-во Междунар. Ун-та бизнеса и управления, 1996. С. 393–461.

174. Міщенко М. Сім'я як середовище формування електоральних орієнтацій: політично консолідовані і політично неконсолідовані родини. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2013. URL: file:///C:/Users/PC/Downloads/stmm_2013_2_13%20(2).pdf (дата звернення: 13.04.2019).

175. Міщенко М. Вплив результатів президентських виборів 2004 і 2010 рр. на емоційне самопочуття прихильників різних політичних сил. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2010. URL: file:///C:/Users/PC/Downloads/stmm_2010_3_5.pdf (дата звернення: 09.03.2020).

176. Мокан В. Проблема ефективності виборчих технологій та їх ресурсного забезпечення. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ: Український центр політичного менеджменту. 2010. Вип. 19. С. 35–39.

177. Мокан В. Технологічний ризик як складова оцінки ефективності виборчих технологій. *Гілея: науковий вісник*. 2010. Вип. 30. С. 461–466.

178. Мокан В. Чинники ефективності виборчих технологій в Україні. *Гілея: науковий вісник*. 2010. Вип. 34. С. 333–340.

179. На Євромайдані створили народне об'єднання «Майдан». *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2013/12/22/7007993/> (дата звернення: 27.12.2019).

180. На Чернігівщині кандидати використовують Icebucketchallenge для креативного піару. *Громадянська мережа ОПОРА*. URL: <https://www.oporaua.org/news/vybory/parlamentski-vybory/pozachergovi-vybory-do-verkhovnoyi-radi-2014-roku/6068-na-chernigivshchyni-kandydaty-vykorystovujut-icebucketchallenge-dlja-kreatyvno-go-piaru> (дата звернення: 12.02.2020).

181. Наша Україна проводить під Українським домом флешмоб з вимогою визнання ОУН-УПА. *Korrespondent.net*. URL:

<https://ua.korrespondent.net/ukraine/politics/1406116-nasha-ukrayina-provodit-pid-ukrayinskim-domom-fleshmob-z-vimogoyu-viznannya-oun-ura> (дата звернення: 07.02.2020).

182. Науково-практичний коментар Закону України «Про вибори Президента України». За ред. Ю. Б. Ключковського. Київ: Парламентське вид-во, 2004. 408 с.

183. Національний екзит-пол як рентген електорату політичних сил в Україні: соціологи підбили підсумки свого дослідження у день парламентських виборів. *Фонд демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва*. URL: <https://dif.org.ua/article/natsionalniy-ekzit-pol-yak-rentgen-elektoratu-politichnikh-sil-v-ukraini-sotsiologi-pidbili-pidsumki-svogo-doslidzhennya-u-den-parlamentskikh-viboriv> (дата звернення: 08.01.2020).

184. Никитина Т., Терентьева И. Теоретико-методологические основания изучения электорального поведения населения. URL: <file:///C:/Users/user/Downloads/teoretiko-metodologicheskie-osnovaniya-izucheniya-elektoralnogo-povedeniya-naseleniya.pdf> (дата звернення: 16.03.2019).

185. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. *Открытие спирали молчания*: пер. с нем. Москва: Прогресс, Академия, Весь Мир, 1996. 289 с.

186. Олійник О. Мережеві об'єднання як суб'єкти громадської комунікації: життя після Майдану. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»*. Серія: Соціологія. 2014. Т. 244. Вип. 232. URL: file:///C:/Users/user/Documents/Npchdusoc_2014_244_232_23.pdf (дата звернення: 29.12.2019).

187. Ольшанский Д. Основы политической психологии. Учебное пособие для вузов. URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Olsch/index.php (дата звернення: 19.02.2020).

188. Оперативний звіт за результатами аналізу рішення ЦВК щодо утворення виборчих округів. *Громадянська мережа ОПОРА*. URL: <https://www.oporaua.org/report/vybory/parlamentski-vybory/parlamentski-vybory->

2012/1377-449-1446978425-operatyvnyj-zvit-za-rezultatamy-analizu-rishennja-cvk-shchodo-utvorennja-vyborchyh-okrugiv (дата звернення: 26.01.2020).

189. Опитування громадської думки для оцінки змін в обізнаності громадян щодо громадських організацій та їхньої діяльності. *Pact Inc.* 2015–2018. URL:<https://dif.org.ua/uploads/pdf/11840830095b58982de29a54.07265026.pdf> (дата звернення: 25.12.2019).

190. Основні висновки загальнонаціонального опитування за результатами президентських виборів в Україні. *International Foundation for Electoral Systems*. URL: <https://ifesukraine.org/osnovni-vysnovky-zagalno-nacjonalnogo-opytuvannya-za-rezultatamy-prezydentskyh-vyboriv-v-ukrayini/> (дата звернення: 25.11.2019).

191. Остапенко М. Суб'єкти політичної комунікації в інформаційному суспільстві. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2011_44/Gileya44/P6_doc.pdf (дата звернення: 11.12.2019).

192. Остаточний звіт за результатами спостереження на позачергових виборах народних депутатів України 21 липня 2019 року. *Громадянська мережа ОПОРА*. URL: https://www.oporaua.org/report/vybory/parlamentski-vybory/parlamentski-vybory-2019/zvit_parlamet_election_2019 (дата звернення: 09.05.2020).

193. Охременко И. Электоральное поведение: теория вопроса: учеб. пособ.: в 2 ч. Волгоград: ВолГУ, 2002. Ч. 1. 2002. 52 с.

194. Павлова Л. Електоральні уподобання громадян як основний чинник формування стратегій виборчих кампаній в сучасній Україні. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2012_6_15 (дата звернення: 26.01.2020).

195. Палій О. Фальсифікація виборів-2004: як організовувався «підрахуй». *Українська правда*. 2005. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2005/11/15/3017827/> (дата звернення: 10.08.2020).

196. Палінчак М., Дурнінг Д. Поняття політичного аналізу та етапи прийняття політичного рішення. *Актуальні проблеми формування органів місцевого самоврядування в Україні*. Ужгород, 1997. С. 87–102.

197. Парето В. Трансформація демократії. Москва: Издательский дом «Территория будущего», 2011. 207 с.

198. Парламентські вибори-2014: електоральні настрої населення України. *Фонд демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва*. URL: <https://dif.org.ua/article/parlamentski-vibori-2014-elektoralni-nastroi-naselennya-ukraini> (дата звернення: 22.11.2019).

199. Партия Вакарчука «взяла в руки» здание Рады. *Онлайн видання theБабель*. URL: <https://thebabel.net/news/32362-partiya-vakarchuka-vzyala-v-ruki-zdanie-rady> (дата звернення: 12.02.2020).

200. Перелік політичних партій, які зареєстровані на 1 січня 2020 року. *Міністерство юстиції*. URL: <https://minjust.gov.ua/m/4561> (дата звернення: 28.01.2020).

201. Підсумки – 2019 й прогнози на 2020-й: громадська думка. *Фонд демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва, соціологічна служба Центру Разумкова*. URL: <https://dif.org.ua/article/pidsumki-2019-gromadska-dumka> (дата звернення: 06.03.2020).

202. Підсумковий звіт за результатами загальнонаціонального спостереження за парламентськими виборами-2012. *Громадянська мережа ОПОРА*. URL: <https://oporaua.org/report/vybory/parlamentski-vybory/parlamentski-vybory-2012/3573-pidsumkovuj-zvit-za-rezultatamy-zagalnonacionalnogo-sposterezhennja-za-parlamentskymu-vyboramy-2012> (дата звернення: 27.01.2020).

203. Платон. Держава. *Історія вчень про право і державу: хрестоматія для юрид. вузів і ф-тів*. Харків: Легас, 2002. С. 73–132.

204. Погорілко В. Конституційно-правові форми безпосередньої демократії в Україні: проблеми теорії і практики. До 10-ї річниці незалежності України. Київ, ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2001. 354 с.

205. Позачергові вибори народних депутатів України 2007 року. *Інформаційно-довідкове видання*. 2008. URL: <https://www.cvk.gov.ua/wp-content/uploads/2018/10/vibory2007.pdf> (дата звернення: 24.01.2020).

206. Політична абетка: матеріали для практичного використання. За наук. ред. док.наук держ. упр. О. В. Радченка. Вид. 8-е, доп. і перероб. Харків: Вид-во «ДокНаукДержУпр», 2010. URL: <http://ipo.org.ua/wp-content/uploads/2015/06/abetka.pdf> (дата звернення: 12.01.2020).

207. Політична культура та парламентаризм в Україні: сучасний стан та основні проблеми. *Інформаційно-аналітичні матеріали до Фахової дискусії від 14 гр. 2017 р.* URL: http://razumkov.org.ua/uploads/socio/2017_Politychna_kultura.pdf (дата звернення: 22.11.2019).

208. Політична реклама на телебаченні. *Академія української преси.* 2007. URL: http://www.aup.com.ua/upload/1189491444reklama_august.pdf (дата звернення: 16.01.2020).

209. Політична система сучасної України: особливості становлення, тенденції розвитку: монографія / за ред. Ф. Рудича. Київ: Парлам. вид-во, 1998. 352 с.

210. Політичний портрет України № 25. ВИБОРИ-2002: ПІСЛЯМОВА. *Фонд демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва.* URL: <https://dif.org.ua/uploads/pdf/6699046755981c54f4e14e2.90186438.pdf> (дата звернення: 14.01.2020).

211. Політологія: навч. посібн. / За заг. ред. М. П. Гетьманчука. Львів, 2010. 232 с.

212. Поліщук І. Електоральний процес: поняття та складові фактори. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна.* № 885: сер. «Питання політології», вип. 16. Харків, 2010. С. 132–137.

213. Поліщук І. Виборчий процес як детермінанта сучасної політики. *Політ. менеджмент.* 2005. № 3. С. 137–146.

214. Поліщук І. Електоральний процес постсоціалістичного суспільства: політико-культурний вимір (на прикладі України, Росії та Польщі): Дис. ... д. політ. н. спец. 23.00.02: «Політичні інститути та процеси». Харків, 2009. 58 с.

215. Поліщук І. Концептуально-методологічні основи дослідження електоральних практик. *Вісник Харківського національного університету ім.*

В.Н. Каразіна. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/putp/2010-1/doc/2/06.pdf> (дата звернення: 07.03.2020).

216. Полторац В., Петров О. Избирательные кампании: научный подход к организации. Киев: Знання України, 2004. 120 с.

217. Половинчак Ю. Особливості інтерактивного простору соціальних медіа в контексті реалізації маніпулятивних технологій. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень імені І. Ф. Кураса*. 2015. № 5. С. 183–193.

218. Полторац В. Политический маркетинг: учеб. Пособие. Днепропетровск.: ДАУБП, 2001. 96 с.

219. Полторац В., Петров О. Избирательные кампании: научный подход к организации. Киев: «Знання України», 2004. С. 43.

220. Почепцов Г. Революция.com. Основы протестной инженерии. Москва: Европа, 2005. 532 с.

221. Про вибори народних депутатів України від 24 вер. 1997 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/541/97-%D0%B2%D1%80/print> (дата звернення: 08.08.2019).

222. Про вибори народних депутатів України від 18 жовт. 2001 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2766-14> (дата звернення: 10.08.2019).

223. Про вибори народних депутатів України від 25 бер. 2004 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1665-15> (дата звернення: 01.09.2019).

224. Про вибори народних депутатів України із змінами 2014, 2015 рр.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4061-17> (дата звернення: 05.09.2019).

225. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запобігання і протидії політичній корупції від 8 жов. 2015 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/731-19> (дата звернення: 16.11.2019).

226. Про внесення змін до Конституції України від 8 груд. 2004 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2222-15> (дата звернення: 12.08.2019).

227. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення законодавства з питань проведення виборів від 21 лист. 2013 р.: Закон України. *Законодавство України*. Платформа *Liga: zakon*. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T130709.html (дата звернення: 11.09.2019).

228. Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2013 р. *Щорічне Послання Президента України до Верховної Ради України*. Київ: НІСД, 2013. 576 с.

229. Про Державний реєстр виборців від 22 лют. 2007 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-16> (дата звернення: 05.09.2019).

230. Про дострокове припинення повноважень Верховної Ради України та призначення позачергових виборів 21 тр. 2019 р.: *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/303/2019> (дата звернення: 13.09.2019).

231. Про інформацію від 16 лип. 2020 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 20.10.2019).

232. Про об'єднання громадян від 16 чер. 1992 р.: *Закон України*. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2460-12#Text> (дата звернення: 15.03.2019).

233. Про сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні. Указ Президента України №68/2016. *Офіційне інтернет-представництво Президента України*. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/682016-19805> (дата звернення: 20.06.2019).

234. Про схвалення Концепції сприяння органами виконавчої влади розвитку громадянського суспільства: Розпорядження Кабінету Міністрів

України від 21. 11. 2007 р. № 1035-р. *Офіційний вісник України*. 2007. № 89. С. 89.

235. Про Центральну виборчу комісію від 28 лист. 2019 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1932-15> (дата звернення: 05.12.2019).

236. Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки від 9 квіт. 2015 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/317-19> (дата звернення: 14.09.2019).

237. Про особливості забезпечення відкритості, прозорості та демократичності виборів народних депутатів України від 28 жовт. 2012 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5175-17> (дата звернення: 07.09.2019).

238. Про питання тимчасової зміни місця голосування виборцям, виборча адреса яких відноситься до території Донецької чи Луганської області, на період проведення позачергових виборів народних депутатів України 26 жовтня 2014 року від 7 жовт. 2014 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://www.cvk.gov.ua/pls/acts/getd256b-2.html?id=39306&ptext=> (дата звернення: 05.09.2019).

239. Про повторні вибори народних депутатів України в одномандатних виборчих округах № 94, 132, 194, 197, 223 від 5 вер. 2013 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/457-18> (дата звернення: 01.08.2019).

240. Про дострокове припинення повноважень Верховної Ради України та призначення позачергових виборів № 303/2019 від 21 тр. 2019 р.: *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/303/2019> (дата звернення: 25.09.2019 р.).

241. Пропозиції Президента до Виборчого кодексу України № 0978 від 13 вер. 2019 р. *Офіційний веб-портал Верховної Ради України*. URL:

http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=66849 (дата звернення: 17.09.2019).

242. Пушкарева Г. Изучение электорального поведения: контуры когнитивной модели. URL: <https://www.politstudies.ru/files/File/2003/3/Polis-2003-3-Pushkareva.pdf> (дата звернення: 02.03.2019).

243. Раби на вибори. Як політики використовують в'язнів українських тюрем. *ГО Опора*. URL: https://www.longread.oporaua.org/raby_vybovy (дата звернення: 20.01.2020).

243.1. Римский В. Клиентелизм как фактор электорального поведения российских граждан. URL: <http://www.democracy.ru.library> (дата звернення 28.03.2019).

244. Резнік О. Відмінності детермінант соціальної напруженості та масових протестів в Україні. Проблеми розвитку соціологічної теорії: Структурні зміни і соціальна напруженість. *Матеріали XIV Всеукр. наук.-практ. конф. 25–26 травня 2017 року*. Київ: Логос, 2017. С. 139–142.

245. Резнік О. Від соціальної напруженості до протестної поведінки: мотивація участі в колективних діях. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2018. № 2. С. 43–63.

246. Резнік О. Громадянські практики в перехідному суспільстві: чинники, суб'єкти, способи реалізації. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2011. 336 с.

247. Резнік О. Структурні виміри участі в Помаранчевій революції та Революції гідності. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін*. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrsoc_2014_1\(1\)__8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrsoc_2014_1(1)__8) (дата звернення: 26.04.2020).

248. Резнік О. Пояснювальні можливості теоретичних підходів до вивчення чинників громадянських практик. URL: <http://i-soc.com.ua/institute/OReznik2009N4UkrSocium.pdf> (дата звернення: 13.04.2020).

249. Резнік О. Політична ефективність українців як складова розвитку громадянського суспільства. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін*. 2018. № 5 (19). С. 45–52.

250. Резолюція Парламентської Асамблеї Ради Європи. Функціонування демократичних інституцій в Україні № 1755 від 4 жовт. 2010 р.: *Платформа Liga: zakon*. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/mu10100?an=2&ed=2010_10_04 (дата звернення: 25.09.2019).

251. Рзаєв П. Оцінка розвитку громадянського суспільства в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. № 4. 2014. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=712> (дата звернення: 16.11.2019).

252. Рибій О. Інститут політичний. *Політична енциклопедія*. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. Київ: Парламентське видавництво, 2011. С. 288–289.

253. Римский В. Клиентелизм как фактор электорального поведения российских граждан. URL: <http://www.democrasy.ru.library> (дата звернення 28.03.2019).

254. Рішення Верховного Суду України щодо справи за скаргою на рішення, дії та бездіяльність Центральної виборчої комісії по встановленню результатів повторного голосування з виборів Президента 2004 р. № 0090700-04 від 03 гр. 2004 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0090700-04#Text> (дата звернення: 01.11.2019).

255. Рішення Конституційного Суду України про офіційне тлумачення положень част. другої, третьої ст. 5, ст. 69, част. другої ст. 72, ст. 74, част. другої ст. 94, част. першої ст. 156 Конституції України (справа про прийняття Конституції та законів України на референдумі) № 6-рп/2008 від 16 кв. 2008 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v006p710-08> (дата звернення: 12.11.2019).

256. Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним поданням 57 народних депутатів України щодо відповідності Конституції України (конституційності) Закону України «Про всеукраїнський референдум» № 1-1/2018(2556/14) від 28 кв. 2018 р.: Закон України.

Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v004p710-18#n60> (дата звернення: 14.11.2019).

257. Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним поданням 62 народних депутатів України щодо відповідності Конституції України (конституційності) Указу Президента України «Про дострокове припинення повноважень Верховної Ради України та призначення позачергових виборів» № 6-р/2019 від 20 чер. 2019 р.: Закон України. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v006p710-19> (дата звернення: 13.09.2019).

258. Розік М. Електоральні технології як чинник мобілізації. *Гілея: науковий вісник*. Київ, 2016. Вип. 115 (12). Ч. 3. Політичні науки. С. 407–411.

259. Розік М. Маніпулятивні технології політичної реклами, як засіб мобілізації виборців. Україна в гуманітарних і соціально-економічних вимірах. *Матеріали II Всеукраїнської наукової конференції*. 24–25 березня 2017 р., м. Дніпро. Частина I. / наук. ред. О. Ю. Висоцький. Дніпро: СПД «Охотнік», 2017. С. 56–58.

260. Розік М. Мобілізаційний потенціал інноваційних форм і практик участі громадян у парламентських електоральних процесах 1998–2019 рр. *Вісник Львівського університету імені Івана Франка*. Львів, 2020. № 28. С. 182–189.

261. Розік М. Мобілізаційні виборчі технології: види та особливості застосування. *VIII Всеукраїнські політологічні читання імені професора Богдана Яроша*: зб. наук. пр. за заг. ред. В. І. Бортнікова, Я. Б. Яроша. Луцьк: Вежа-Друк, 2019. С. 33–37.

262. Розік М. Особливості застосування електоральних технологій на парламентських виборах 2014 року в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. Вип. 10. 2017. С. 168–175.

263. Розік М. Політична мобілізація як базовий чинник політичної участі. *Стихія політики: революція і еволюція: Другий Південноукраїнський*

конвент Міжнародної асоціації студентів політичної науки. Одеса, 18–19 травня. 2016. С. 253–263.

264. Розік М. Правові засади електоральної участі громадян України на парламентських виборах 1998–2019 рр. *Політикус*: наук. журн. Південноукр. нац. пед. ун-ту ім. К. Д. Ушинського. Одеса, 2019. № 5. С. 25–33.

265. Розік М. Практика застосування мобілізаційних технологій на парламентських виборах 2019 р. *IX Всеукраїнські політологічні читання імені професора Богдана Яроша*: зб. наук. пр. за заг. ред. В. Бортнікова, Я. Яроша. Луцьк: Вежа-Друк, 2019. С.109–114.

266. Розік М. Роль громадських організацій в активізації політичної участі. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень*: матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. студ. і аспірантів (17–18 травня 2016 р.): у 3 т. Т. 3. Луцьк: Терен, 2016. С.163–166.

267. Розік М. Соціальні медіа як засіб політичної мобілізації. *V Всеукраїнські політологічні читання імені професора Богдана Яроша*: зб. наук. пр. за заг. ред. В. Бортнікова, Я. Яроша. Луцьк: Вежа-Друк, 2016. С. 214–217.

268. Розік М. Соціокультурні чинники мотивації політичної участі в електоральному процесі. *Історичні, соціологічні, політологічні науки: історія, сучасний стан та перспективи досліджень*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Херсон, 22–23 вересня 2017 р. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. С. 115–119.

269. Розік М. Теоретичні підходи до аналізу електоральної поведінки. *Гілея*: науковий вісник. Київ, 2019. Вип. 144 (5). Ч. 3. Політичні науки. С. 112–118.

270. Розік М. Типи політичної участі індивідів в процесі мобілізації. *Розвиток політичної науки: європейські практики та національні перспективи*: матеріали VI Міжнародної наук.-практ. конф. студ. та аспір., Чернівці, 7–8 квітня 2016 р. Чернівці: Букрек, 2016. С. 96–98.

271. Розік М. Участь військових на парламентських виборах 2014 р. як засіб мобілізації електорату. *VI Всеукраїнські політологічні читання імені*

професора Богдана Яроша: зб. наук. пр. / за заг. ред. В. І. Бортнікова, Я. Б. Яроша. Луцьк: Вежа-Друк, 2017. С. 99–103.

272. Розік М. Фактори, що впливають на зміну електоральних орієнтацій виборців у процесі виборчої кампанії. «UChoice: 4P» *Ukrainian Choice: Public Policy, Politics, Psychology*: матеріали Третьої міждисциплінар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 6 жовтня 2017 р.). Одеса: Нац. ун-т «Одеська юридична академія», 2017. С. 43–48.

273. Розік М. Флешмоб як форма активізації політичної участі. Актуальні питання суспільних наук: наукові дискусії. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції*. Київ. ГО «Київська наукова суспільнознавча організація», 2016. С. 88–92.

274. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку електронної демократії в Україні та плану заходів щодо її реалізації» від 8 листопада 2017 р. № 797-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/797-2017-%D1%80> (дата звернення: 03.02.2020).

275. Романюк А. Виборча система України. Трансформація в Польщі і в Україні. Вибрані аспекти. Вроцлав. 2010. С. 523–534.

276. Романюк А., Шведа Ю. Партії та електоральна політика. Львів: ЦПД «Астролябія», 2005. 348 с.

277. Ротар Н. Політична участь громадян України у системних трансформаціях перехідного періоду: монографія. Чернівці: Рута, 2007. 472 с.

278. Ротар Н. Участь громадян України у циклічних політичних процесах трансформаційного періоду: автореф. дис.. д-ра політ. наук: 23.00.02. Чернівці. 2007. 39 с.

279. Рудич Ф. Політичний режим та народовладдя: методологічний контекст. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2010. № 1 (45). С.7–26.

280. Рябов С. Державна влада: проблеми авторитету й легітимності: монографія. Київ: НІСД, 1996. 124 с.

281. Серьогіна С. Інституційні форми політичної активності громадян в аспекті форми правління. *Наукове життя. Вісник*. № 1 (56). URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/5656/1/Serogina_96.pdf (дата звернення: 12.11.2019).

282. Ситник Ю. Мем-політика. *OSPUA.info*. URL: <http://osp-ua.info/lastnews/5650.html> (дата звернення: 03.02.2020).

283. Сіленко А. Соціально–політичні наслідки інформаційної революції. *Політичний менеджмент: Український науковий журнал*. 09/2005. № 5. С. 61–74.

284. Скасувати бюджетне фінансування політичних партій в Україні №22/066668-еп. *Електронні петиції. Офіційне інтернет-представництво Президента України*. URL: <https://petition.president.gov.ua/petition/66668> (дата звернення: 12.02.2020).

285. Смелзер Н. О компаративном анализе, междисциплинарности и интернационализации в социологии. *Социологические исследования*. 2004. № 11. С. 3–12.

286. Спільний висновок № 635/2011 щодо законопроекту «Про вибори народних депутатів України» від 17 жовт. 2011 р.: *Законодавство України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/ru/994_a54/sp:max15 (дата звернення: 25.09.2019 р.).

287. Сплюндрована демократія або «Диктаторські закони» 16-го січня 2014. *Український інтерес*. URL: <https://uain.press/articles/splyundrovana-demokratiya-abo-dyktatorski-zakony-16-go-sichnya-2014-662356> (дата звернення: 30.12.2019).

288. Спостерігачі ОПОРИ зафіксували соціологічні опитування, розміщені з порушенням законодавства, у газетах всіх округів Чернівецької області. *Громадянська мережа ОПОРА*. URL: <https://www.oporaua.org/news/vybory/parlamentski-vybory/parlamentski-vybory-2019/18460-sposterigachi-opori-zafiksuvali-sotsiologichni-opituvannia->

rozmishcheni-z-porushenniam-zakonodavstva-u-gazetakh-vsikh-okrugiv-
chernivetskoyi-oblasti (дата звернення: 02.02.2020).

289. Справу про незаконне збагачення народного депутата від Радикальної партії можуть передати ДБР. *ТСН. Офіційна сторінка*. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/vid-kilkosti-listiv-na-poshti-nedotorkannist-ne-spade-u-gruzaklikali-ne-vlashtovuvati-fleshmobi-proti-mosiychuka-1296189.html> (дата звернення: 21.02.2020).

290. Ставлення громадян України до виборів 2007. *Фонд демократичні ініціативи ім. І. в.* URL: https://dif.org.ua/article/stavlennya-gromadyan-ukraini-do-viboriv-2007#_ftn1 (дата звернення: 28.11.2019).

291. Ставлення українців до політичних партій і джерел їх фінансування. *Фонд демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва*. URL: <https://dif.org.ua/article/stavlennya-ukraintsiv-do-politichnikh-partiy-i-dzherel-ikh-finansuvannya> (дата звернення: 08.12.2019).

292. Ставнійчук М. Мова про вибори. Чи мова під вибори? URL: https://dt.ua/internal/mova-pro-vibori-chi-mova-pid-vibori-290285_.html (дата звернення: 01.04.2020).

293. Стан та динаміка розвитку неурядових організацій України 2002–2006 рр.: Звіт за даними дослідження / Автори-упорядники: Л. Паливода, О. Кікоть. Київ: Каунтерпарт, 2006. 160 с.

294. Суська О. Інституціональність vs просперити. Про зміни медіа-ландшафту та методологічні лакуни соціології масових комунікацій. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2019. № 1. С. 56–72.

295. Сушко А. Електоральна культура в умовах формування громадянського суспільства. *Правове життя сучасної України: матеріали Міжнар. наук. конф. проф.-викл. та аспірант. складу / відп. за вип. В. Др'омін; НУ ОЮА, Півд. регіон. центр НАПрН України*. Одеса: Фенікс, 2014. Т. 2. С. 163–164.

296. Сушко О. Електоральний розкол України: білорусизація починається з регіонів? *Політична думка*. 2002. № 1. С. 24–32.

297. Таагепера Р. Описание избирательных систем. URL: http://www.polisportal.ru/index.php?page_id=51&id=110 (дата обращения 04.04.2019).

298. Тарасенко Н. Парламентські вибори 26 жовтня очима українських експертів. *Центр дослідження соціальних комунікацій НБУ В.* URL:http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=443:vi-bori-2014&catid=8&Itemid=350 (дата звернення: 26.01.2020).

299. Українське суспільство 1992–2010: соціол. моніторинг / НАН України, Ін-т соціології; за ред. В. М. Ворони, М. О. Шульги. Київ: Ін-т соціології НАНУ; ТОВ «Фоліант», 2010. 635 с.

300. Україна. Повторні вибори народних депутатів України, 15 грудня 2013 р. ОБСЄ/БДПЛ Група експертів з виборчих питань. *Кінцевий звіт.* Варшава: Бюро демократичних інститутів і прав людини, 2014. 20 с.

301. Україна. Позачергові вибори народних депутатів України, 26 жовтня 2014 р. Місія зі спостереження за виборами ОБСЄ/БДПЛ. *Остаточний звіт.* Варшава: Бюро демократичних інститутів і прав людини, 2014. 64 с.

302. Україна. Дострокові Парламентські вибори, 21 червня 2019 р. Місія зі спостереження за виборами ОБСЄ/БДПЛ. *Проміжний звіт.* Варшава: Бюро демократичних інститутів і прав людини, 2019. 16 с.

303. Фармер М. Рациональный выбор: теория и практика. *Политические исследования.* 1994. № 3. С. 3–51.

304. Федоренко В. Рішення всеукраїнського референдуму та їх юридична природа: проблеми конституційної теорії та практики. *Вибори та демократія.* 2010. № 4 (26). С. 4–10.

305. Фінальний звіт КВУ за результатами спостереження за позачерговими виборами народних депутатів України 21 липня 2019 року. URL:<http://www.cvu.org.ua/uploads/%D0%A4%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%D0%D0%B2.pdf> (дата звернення: 15.03.2020).

306. Флешмоб з нагоди Дня Соборності України. *Інформаційне агентство УНІАН*. URL: <https://photo.unian.ua/photo/461544-fleshmob-posluchayu-dnyu-sobornosti-ukrainy> (дата звернення: 17.02.2020).

307. Флеш-протест-моб «Повернись до влади спиною». Івано-Франківський Демократичний Альянс. *Офіційна сторінка*. URL: <https://drive-alliance.at.ua/news/2008-12-18-17> (дата звернення: 03.02.2020).

308. Хан Е. Избирательная система как элемент электоральной инженерии. URL: <http://www.academia.edu/4139333> (дата звернення: 15.03.2020).

309. Ханин (Зев) В. Партии, группы интересов, муниципальная и региональная политика в Израеле: новые современные тенденции. URL: <https://filos.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/09/Conf.-3.pdf> (дата звернення: 05.11.2020).

310. Хантингтон С. Политический порядок в меняющихся обществах. URL: http://yanko.lib.ru/books/politologiya/huntington-polit_poryadok-ru-a.htm (дата звернення: 15.04.2019).

311. Хмелько В. Динаміки підтримки населенням суверенітету України у перших десятиліттях її державної незалежності (1991–2014 рр.). *Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки*. 2014. Т. 161. С. 3–10.

312. Холод В. Політична модернізація: згусток протиріч. *Політичний менеджмент*. № 5. 2006. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/9640/03-Holod.pdf?sequence=1> (дата звернення: 11.03.2020).

313. Центральна Виборча Комісія. Про результати виборів народних депутатів України у багатомандатному загальнодержавному виборчому окрузі. *Офіційний веб-сайт*. URL: <https://www.cvk.gov.ua/pls/acts/getdb32b.html?id=15040&ptext=> (дата звернення: 05.01.2020).

314. Центральна Виборча Комісія. Підсумки голосування по партіях (виборчих блоках партій). *Офіційний веб-сайт*. URL: www.cvk.gov.ua/pls/vd2002/webproc0v (дата звернення: 16.01.2020).

315. Центральна Виборча Комісія. Підсумки голосування по партіях (виборчих блоках партій) 2002 р. *Офіційний веб-сайт*. URL: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vd2002/WEBPROC15V?kodvib=400> (дата звернення: 14.01.2020).

316. Центральна Виборча Комісія. Вибори народних депутатів України 2012. *Офіційний веб-сайт*. URL: <https://cvk.gov.ua/pls/vnd2012/wp300pt001f01=900.html> (дата звернення: 05.02.2020).

317. Центральна Виборча Комісія. Позачергові вибори народних депутатів України 2014. Відомості про підрахунок голосів виборців по загальнодержавному багатомандатному виборчому округу. *Офіційний веб-сайт*. URL: <https://web.archive.org/web/20150203034241/http://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2014/wp300?PT001F01=910> (дата звернення: 05.02.2018).

318. Центральна Виборча Комісія. Позачергові вибори народних депутатів України 2019. Партії на виборах. *Офіційний веб-сайт*. URL: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2019/wp501pt001f01=919.html> (дата звернення: 01.02.2019).

319. Центральна Виборча Комісія. Позачергові вибори народних депутатів України 2019. Результати по багатомандатному виборчому округу. *Офіційний веб-сайт*. URL: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2019/wp300pt001f01=919.html> (дата звернення: 04.02.2019).

320. Цогоев В. Роль партий в контексте теорий электорального поведения поведения современной российской молодежи. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-partiy-v-kontekste-teoriy-elektoralnogo-povedeniya-sovremennoy-rossiyskoj-molodyozhi> (дата обращения 15.02.2020).

321. Чабанна М. Ставлення громадян до участі у процесі прийняття політичних рішень як параметр політичної культури сучасного українського суспільства. *Наукові записки Національного університету «Києво-Могилянська академія»*. Серія «Політичні наук». Київ, 2012. Т. 134. С.17–22.

322. Чемеркін С. Інтернет-мем – що це? Мова засобів масової комунікації. *Культура слова*. 2015. № 82. С. 113–116.
323. Чемшит А. Критерии приемлемости и неприемлемости политического участия. *Грані*. 2004. № 3. С.108–122.
324. Чи стала Революція Гідності рушієм розвитку громадянського суспільства – експертне опитування. *Фонд демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва*. URL: <https://dif.org.ua/article/chi-stala-revolyuetsiya-gidnosti-rushiem-rozvitku-gromadyanskogo-suspilstva-ekspertne-opituvannya> (дата звернення: 28.12.2019).
325. Чубаєвський В. І. Електоральний процес як чинник легітимації політичної влади в Україні: дис. ... канд. пол. наук: 23.00.02 / Рівн. держ. гум. ун-т. Рівне, 2016. 228 с.
326. Шайгородський Ю. Міфологія як засіб моделювання політичної реальності. *Віче*. 2009. № 15. С. 35–38.
327. Шайгородський Ю. Ціннісні трансформації в період суспільних змін. *Соціальна психологія*. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/166141/1/%D0%A6%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%96%D1%81%D0%BD%D1%96%20%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97%20%D0%B2%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%BE%D0%B4.pdf> (дата звернення: 11.01.2020).
328. Шаповал В. Конституція і виконавча влада. Київ: Юрінком Інтер, 2004. 168 с.
329. Шведа Ю. В. Місце Центральної виборчої системи в механізмі державної влади. *Форум права*. 2011. № 4. URL: file:///C:/Users/user/Documents/FP_index.htm_2011_4_134.pdf (дата звернення: 08.12.2019).
330. Шведа Ю. Політичні партії України: «виборчі партії» чи виборчі проекти? *Парламентські вибори 2012 року в Україні. Наукові дослідження*. Київ: ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2013. С.88–93.

331. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. *Основи електорального маркетингу та менеджменту*: навч.-метод. Посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 340 с.
332. Шинкаренко О. Основні чинники, що впливають на зміну електоральних орієнтацій безпосередньо в процесі виборчої. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2014. № 4 (23). С. 230–237.
333. Шеленко Р. Платний Майдан. *Українська правда*. 2006. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/07/18/4402522/> (дата звернення: 19.01.2020).
334. Шомова С. Политический интернет-мем: сущность, специфика, разновидности. *Бизнес. Общество. Власть*. 2015. № 22. С. 28–41.
335. Шостий звіт за результатами загальнонаціонального спостереження – парламентські вибори 2012. *ГО «Дніпропетровська мережа «ОПОРА»*. URL: <https://oporadp.org/shostij-zvt-za-rezultatami-zagalnonacjonalnogo-sposterezhennya-parlamentsk-vibori-2012-veresen.html> (дата звернення: 26.01.2020).
336. Шумельда О. Адміністративний ресурс як елемент ресурсної бази політичних партій. *Адміністративний ресурс у виборчій кампанії та способи його нейтралізації*. Львів: Центр політичних досліджень ЛНУ ім. І.Франка. 2005. С. 19–28.
337. Шумпетер Й. Капіталізм, соціалізм і демократія. Київ: Основи, 1995. 528 с.
338. Юнгер Э. Тотальная мобилизация. *Рабочий. Господство и геиштальт*. Санкт-Петербург: Наука, 2000. 352 с.
339. Як соцмережі впливають на політику в Україні: висновки дослідження. *ГО Інтерньюз Україна*. URL: <https://internews.ua/opportunity/social-network-research> (дата звернення: 17.06.2020).
340. Як Тимошенко програла Януковичу. Технології українських виборів у 12 історіях. Частина 5. *INSIDER*. 2017. URL: <http://www.theinsider.ua/politics/59bff892ec3c4/> (дата звернення: 23.01.2020).

341. Якименко Ю., Литвиненко О. Політичні партії України за рік до виборів: майбутнє, що починається сьогодні. *Національна безпека і оборона*. 2005. № 3. С. 10–15.
342. Яковлев М. Сучасні методи дослідження політичного активізму онлайн. *Стратегічні пріоритети*. 2011. № 4 (21). С. 75–79.
343. Яременко О., Міщенко М. Політичні уподобання українців як чинник впливу на політичні процеси. *Політична думка*. 2000. № 1. С. 3–18.
344. Ямельницький О. Мобілізаційні виборчі технології: досвід авторитарної мобілізації. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2013. Вип. 25. С. 101–106.
345. Яременко О., Міщенко М. Політичні уподобання українців як чинник впливу на політичні процеси. *Політична думка*. 2000. № 1. С. 3–18.
346. Blumer H. Society as Symbolic Interaction. *Society as symbolic interaction*. URL: <http://tucnak.fsv.cuni.cz/~hajek/ModerniSgTeorie/literatura/interakcionismus/Blumer%20-%20Society%20as%20Symbolic%20Interaction.pdf> (дата звернення: 07.03.2020).
347. Charles S. Taber. The Motivated Processing of Political Arguments. URL: https://www.researchgate.net/publication/225756503_The_Motivated_Processing_of_Political_Arguments (дата звернення 11.03.2020).
348. Coelho V. Sh. P. Mobilizing for Democracy: Citizen Action and the Politics of Public Participation. URL: http://r4d.dfid.gov.uk/PDF/Outputs/CentreOnCitizenship/1052734695-coelho_etal.2010-introduction.pdf (дата звернення: 13.03.2020).
349. Etzioni A. Mobilization As a Macrosociological Conception. URL: <http://www.amitaietzioni.org/> (дата звернення: 05.03.2020 р.).
350. Gallagher M. The Politics of Electoral Systems. NY: Oxford University Press, 2005. 662 p.
351. Gogel W. A theory of phenomenal geometry and its applications. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/2385484> (дата звернення: 11.02.2020).

352. Hanley S., Sikk A. Economy, corruption or promiscuous voters? Explaining the success of Anti-Establishment Reform Parties in Eastern Europe. *Paper prepared for the ECPR General Conference*. Bordeaux. 2013. 29 p.
353. Jenkins C. Resource Mobilization Theory and the Study of Social Movements. URL: <https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.so.09.080183.002523> (дата звернення: 15.03.2020).
354. Lačný M. Regionálna ekonomická výkonnosť zakarpatskej oblasti a východného slovenska. URL: <https://filos.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/09/Conf.-3.pdf> (дата звернення: 08.07.2020).
355. Monbiot G. The Need to Protect the Internet from «Astroturfing» Growsever More Urgent. URL: <http://www.theguardian.com/environment/georgemonbiot/2011/feb/23/need-to-protect-internetfrom-astroturfing> (дата звернення: 06.02.2020).
356. Norris P. A Virtuous Circle: Political Communications in Post-Industrial Societies. URL: https://books.google.com.ua/books?id=Vy7EKh3ap5oC&redir_esc=y (дата звернення: 12.03.2020).
357. Nowak J. Aktywność obywateli online Teorie a praktyka. Wydawnictwo uniwersytety Marii Curie. Lublin, 2011. 267 p.
358. Oberschall A. Conflict and Social Movements. Englewood Cliffs, N. J.: PrenticeHall, 1973. 371 p. P. 167–189.
359. Oskolkov P. Nationalizm in party ideologies in Estonia: nature and manifestations. URL: <https://filos.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/09/Conf.-2.pdf> (дата звернення: 02.08.2020).
360. Osborn G. Politics and Media In An Internet Age. URL: http://www.georgeosborne.co.uk/shadow_news.php?id=21 (дата звернення: 02.01.2020).
361. Prokešová A. Explaining Electoral Success of Anti-Establishment Parties: The Case of ANO 2011. Brno, 2016. p. 98.

362. Stolle D. Young People and Political Consumerism. URL: https://www.academia.edu/2833361/Young_People_and_Political_Consumerism (дата звернення: 01.02.2020).

363. Tilly Ch. From Mobilization to Revolution. URL: <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/09/From-Mobilization-to-Revolution-by-Charles-Tilly.pdf> (дата звернення: 11.01.2020).

364. Wellman B. Physical Place and Cyber Place: The Rise of Personalized Networking. *International journal of Urban and Regional Research*. 2001. № 25 (2) P. 227–252.

ДОДАТКИ

Додаток А

**СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ
Праці, у яких опубліковані основні наукові результати дослідження**

1. Розік М. В. Електоральні технології як чинник мобілізації. *Гілея: наук. вісник*. Київ, 2016. Вип. 115 (12). Ч. 3. Політичні науки. С. 407–411.
2. Розік М. В. Особливості застосування електоральних технологій на парламентських виборах 2014 року в Україні. *Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії*: зб. наук. праць. Львів, 2017. № 10. С. 168–175.
3. Розік М. В. Теоретичні підходи до аналізу електоральної поведінки. *Гілея: наук. вісник*. Київ, 2019. Вип. 144 (5). Ч. 3. Політичні науки. С. 112–118.
4. Розік М. В. Правові засади електоральної участі громадян України на парламентських виборах 1998–2019 рр. *Політикус*: наук. журн. Південноукр. нац. пед. ун-ту ім. К. Д. Ушинського. Одеса, 2019. № 5. С. 25–33.
5. Розік М. В. Мобілізаційний потенціал інноваційних форм і практик участі громадян у парламентських електоральних процесах 1998–2019 рр. *Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії*: зб. наук. праць. Львів, 2020. № 28. С. 182–189.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

6. Розік М. В. Соціальні медіа як засіб політичної мобілізації. *Політологічні читання імені професора Богдана Яроша*: зб. наук. пр. / за заг. ред. В. І. Бортнікова, Я. Б. Яроша (Луцьк, 14 квіт. 2016 р.). Луцьк: Вежа-Друк, 2016. Вип. 5. С. 214–217.
7. Розік М. В. Політична мобілізація як базовий чинник політичної участі. *Стихія політики: революція і еволюція*: Другий Південноукр. конвент міжн. асоц. студ. політ. наук (Одеса, 25–27 жовтн., 2015 р.). Одеса: Нац. ун-т «Одеська юридична академія», 2016. С. 86–89.

8. Розік М. В. Типи політичної участі індивідів в процесі мобілізації. *Розвиток політичної науки: європейські практики та національні перспективи: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. студ. та аспір.* (Чернівці, 7–8 квіт. 2016 р.). Чернівці: Букрек, 2016. С. 96–98.
9. Розік М. В. Роль громадських організацій в активізації політичної участі. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень: матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. студ. і аспір.: у 3 т.* (Луцьк, 17–18 трав. 2016 р.). Луцьк: Терен, 2016. Т. 3. С.163–166.
10. Розік М. В. Флешмоб як форма активізації політичної участі. *Актуальні питання суспільних наук: наукові дискусії: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* (Київ, 19–20 серп. 2016 р.). Київ: ГО «Київ. наук. суспільнознавча організація», 2016. С. 88–92.
11. Розік М. В. Маніпулятивні технології політичної реклами, як засіб мобілізації виборців. *Україна в гуманітарних і соціально-економічних вимірах: матеріали II Всеукр. наук. конф.* (Дніпро, 24–25 бер. 2017 р.). Дніпро: СПД «Охотнік», 2017. С. 56–58.
12. Розік М. В. Участь військових на парламентських виборах 2014 р. як засіб мобілізації електорату. *Політологічні читання імені професора Богдана Яроша: зб. наук. пр. / за заг. ред. В. І. Бортнікова, Я. Б. Яроша* (Луцьк, 11 трав. 2017 р.). Луцьк: Вежа-Друк, 2017. С. 99–103.
13. Розік М. В. Соціокультурні чинники мотивації політичної участі в електоральному процесі. *Історичні, соціологічні, політологічні науки: історія, сучасний стан та перспективи досліджень: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* (Херсон, 22–23 верес. 2017 р.). Херсон: Видавн. дім «Гельветика», 2017. С. 115–119.
14. Розік М. В. Фактори, що впливають на зміну електоральних орієнтацій виборців у процесі виборчої кампанії. *«UChoice: 4P» Ukrainian Choice: Public Policy, Politics, Psychology: матеріали Третьої міждисцип. наук.-практ. конф.* (Одеса, 6 жовтня 2017 р.). Одеса: Нац. ун-т. «Одес.юрид. акад.», 2017. С. 43–48.

15. Розік М. В. Мобілізаційні виборчі технології: види та особливості застосування. *Політологічні читання імені професора Богдана Яроша*: зб. наук. пр. / за заг. ред. В. І. Бортнікова, Я. Б. Яроша (Луцьк, 28 трав. 2019 р.). Луцьк: Вежа-Друк, 2019. С. 33–37.

16. Розік М. В. Практика застосування мобілізаційних технологій на парламентських виборах 2019 р. *Політологічні читання імені професора Богдана Яроша*: зб. наук. пр. / за заг. ред. В. І. Бортнікова, Я. Б. Яроша (Луцьк, 28 трав. 2020 р.). Луцьк: Вежа-Друк, 2020. С. 58–65.

17. Розік М. В. Референдум як інститут участі громадян у здійсненні політики. *Сучасні тенденції розвитку науки*: матеріали IV Міжнар. наук.-прак. конф. (Київ, 25–26 квіт. 2020 р.). Київ: МЦНІД, 2020. Ч 1. С.47–48.

ВІДОМОСТІ ПРО АПРОБАЦІЮ РЕЗУЛЬТАТІВ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Другий Південноукраїнський конвент Міжнародної асоціації студентів політичної науки «Стихія політики: революція та еволюція» (Одеса, 18–19 березня 2016 р., заочна форма участі).

2. VI Міжнародна науково-практична конференція студентів та аспірантів «Розвиток політичної науки: європейські практики та національні перспективи» (Чернівці, 7–8 квітня 2016 р., очна форма участі).

3. V Всеукраїнська наукова конференція «Політологічні читання імені професора Богдана Яроша» (Луцьк, 14 квітня 2016 р., очна форма участі).

4. Фестиваль науки Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, 17 травня 2016 р., очна форма участі).

5. X Міжнародна науково-практична конференція студентів і аспірантів «Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень» (Луцьк, 17–18 травня 2016 р., очна форма участі).

6. Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні питання суспільних наук: наукові дискусії» (Київ, 19–20 серпня 2016 р., заочна форма участі).

7. Всеукраїнська наукова конференція «Україна в гуманітарних і соціально-економічних вимірах» (Дніпро, 24–25 березня 2017 р., заочна форма участі).

8. Всеукраїнський круглий стіл «Україна та Польща: політичні дилеми та перспективи порозуміння» (Луцьк, 28 березня 2017 р., очна форма участі).

9. VI Всеукраїнська наукова конференція «Політологічні читання імені професора Богдана Яроша» (Луцьк, 11 травня 2017 р., очна форма участі).

10. Фестиваль науки Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, 15 травня 2017 р., очна форма участі).

11. Міжнародна науково-практична конференція «Історичні, соціологічні, політологічні науки: історія, сучасний стан та перспективи досліджень» (Херсон, 22–23 вересня 2017 р., заочна форма участі).

12. Третя міждисциплінарна науково-практична конференція «UChoice: 4P» Ukrainian Choice: Public Policy, Politics, Psychology» (Одеса, 6 жовтня 2017 р., заочна форма участі).

13. VIII Всеукраїнська наукова конференція «Політологічні читання пам'яті професора Богдана Яроша» (Луцьк, 28 травня 2019 р., очна форма участі).

14. IX Всеукраїнська наукова конференція «Політологічні читання пам'яті професора Богдана Яроша» (Луцьк, 28 травня 2020 р., дистанційна форма участі).

15. IV Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тенденції розвитку науки» (Київ, 25–26 квітня 2020 р., заочна форма участі).