

Швая Тетяна Андріївна,
студентка магістеріуму спеціальності «Документознавство та інформаційна діяльність», Національний університет «Острозька академія»

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ У ПЕРІОД ПІДГОТОВКИ ДО ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ 2012 РОКУ

У статті розглядається специфіка прийнятого нового виборчого законодавства, а також особливості формування іміджу популярних політичних партій у контексті парламентських виборів 2012 року. Проаналізовано результати проведеного роздаткового анкетування, метою якого було визначити особливості сформованого іміджу політичних партій у свідомості виборців, зокрема мешканців м. Рівного.

Ключові слова: політична партія, імідж, імідж політичних партій, парламентські вибори 2012 року.

В статье рассматривается специфика принятого нового избирательного законодательства, а также особенности формирования имиджа популярных политических партий в контексте парламентских выборов 2012 года. Проанализированы результаты проведенного раздаточного анкетирования, целью которого было определить особенности сложившегося имиджа политических партий в сознании избирателей, в частности жителей г. Ровно.

Ключевые слова: политическая партия, имидж, имидж политических партий, парламентские выборы 2012 года.

The article deals with specific of a new electoral law that was adopted and with the peculiarities of image of the popular political parties in the context of parliamentary elections in 2012. There are analyzed the results of distributing questionnaires, which aimed to identify characteristics of the formed image of political parties in the consciousness of electors, in particular residents of Rivne.

Keywords: political party's image, the image of political parties, parliamentary elections in 2012.

Вибори різних органів державної чи муніципальної влади, розроблені ними виборчі кампанії є одним із елементів життя українського суспільства. Сьогодні вони залишаються не тільки наймасовішою формою участі громадян у політиці, представництва їх інтересів, але й впливають на безліч інших сфер життя. Значення виборів не вичерпується їх політичними функціями і не зводиться тільки до забезпечення діалогу між владою і суспільством. Сучасні вибори виступають як один з центральних елементів суспільно-політичного життя, цикли якого все більш співпадають з виборчими.

У процесі передвиборної кампанії відбувається презентація програмних засад політичної партії (блоку), її лідерів, окреслюються шляхи майбутньої діяльності. Наслідком і механізмом зворотного зв'язку за отриманий на виборах рівень довіри настає політична відповідальність під час реалізації повноважень.

Вивченню особливостей виборчих технологій в Україні присвячені праці вітчизняних дослідників: Г. Атаманчука, В. Бебика, М. Варія, А. Куліша, Н. Самолевської та ін.

Особливістю використання виборчих технологій для формування іміджу політичних партій займалися Г. Атаманчук, М. Варій, Л. Климанська, Л. Корнієнко, М. Примуш; серед російських науковців слід виділити М. Кошелюка та Д. Ольшанського.

Метою статті є визначення рівень підготовки політичних партій до парламентських виборів 2012 року, а також виділення окремих аспектів формування їх іміджу.

Згідно чинному законодавству вибори до Верховної Ради України повинні відбутися 28 жовтня 2012 року. Вибори проходять на основі нової редакції Закону України «Про вибори народних депутатів України» від 17 листопада 2011 року.

Законом передбачено, що вибори будуть проводитися за змішаною системою – 225 депутатів повинні бути обрані в загальнодержавному багатомандатному окрузі за виборчими списками від політичних партій, а решта 225 – за мажоритарною системою в одномандатних округах. Участь у виборах будуть брати лише політичні партії, блоки, які складаються з партій, не передбачено. Офіційна виборча кампанія розпочнеться за 90 днів до дня голосування [1].

В Україні популярні політичні партії, з яких одна частина носить імена лідерів, наприклад «Блок Юлії Тимошенко» (БЮТ), «Народний блок Литвина», «Блок Наталії Вітренко «Народна опозиція» тощо, інша – представляє інтереси певної групи, наприклад Партія Пенсіонерів України, Блок Безпартійних «Сонце». Це свідчить про відсутність партій, які б претендували на виразника інтересів нації [3, с. 81]. Тому виборці дедалі частіше орієнтуються на ім'я лідера, а не на ідеологічні позиції, на яких стоїть очолювана ним політична партія.

Підготовка до майбутніх парламентських виборів почалася на грозовому фоні. Лідери опозиції – за ґратами. На вулицях – мітинги, протести, голодовки, які набирають обертів. Влада безуспішно намагається зупинити акції протесту рішеннями підконтрольних судів і силами «Беркута», міліції та Дорожньої автоінспекції. Прийнятий нещодавно майже конституційною парламентською більшістю Закон України «Про вибори народних депутатів України» вже підписаний Президентом України В. Януковичем, став підставою для звинувачень опозиції у зраді.

Проте, лідери парламентських опозиційних партій в черговий раз заявляють про необхідність об'єднання і створення загального списку кандидатів у народні депутати.

Українська опозиція намагається домовитися про програму співпраці на майбутніх виборах: мінімально – домовитися про координацію дій під час кампанії, оптимально – висунення популярних кандидатів на округах від опозиції [7].

Підготовка до парламентських виборів стане намаганням утримати владу будь-якою ціною, а не підготовкою до чесних і конкурентних виборів. Головні інтриги цієї події – співвідношення політичних сил у Верховній Раді після завершення виборчих перегонів та сили нинішньої влади стосовно випробувань парламентськими виборами.

Крім того, парламентські вибори визначать, хто швидше за все стане президентом у 2015 році: якщо Партія регіонів (ПР) зі своїми союзниками зможе перемогти опозицію, то з великою ймовірністю кандидатом від влади залишиться В. Янукович [4].

Політики вже розпочали виборчі баталії. Підтвердженням цього є різні політичні події, зокрема: злиття партії «Сильна Украї-

на» з Партією регіонів, вступ М. Мартиненка в партію «Фронт Змін», внесення Президентом України на розгляд Верховної Ради законопроекту про вибори народних депутатів і його прийняття, початок акції «Україна проти Януковича», масове заганяння на Сході України людей в Партію регіонів, ліквідація рекламного бізнесу в Луганську.

Таким чином, неофіційно передвиборча кампанія вже розпочалася. Відтепер країна втягується у вибори. Парламентська трибуна буде в основному використовуватися депутатами для прихованої передвиборчої агітації.

Обласні партії готуються до виборів: проводиться внутрішньопартійна робота – підбір людей (Партія регіонів); організаційна підготовка, створення матеріально-технічних умов, спілкування з людьми, підготовка інформаційних кампаній («Свобода»); наведення ладу в структурних підрозділах, проведення організаційної роботи, зокрема навчання («Батьківщина»); формування представництв партії, популяризація ідеї («Фронт Змін»).

Соціологи прогнозують, що на парламентських виборах 2012 року саме «Фронт Змін» стане другою за величиною фракцією. Можливо, й так. Але «Фронту Змін» сьогодні відбуваються не найкращі процеси. Членами цієї партії стають старі, а для Яценюка нові люди. Зокрема, недавно членом партії став, як вже згадувалося, нашоукраїнець М. Мартиненко. Це комсомольський кадр, який свого часу був наближений до экс-прем'єр-міністра Є. Марчука. Така категорія людей завжди бажає бути там, де вигідно. Вигідно було знаходитися поруч з Л. Кучмою – був, вигідно з В. Ющенко – був, а тепер вигідно бути з молодим і перспективним політиком А. Яценюком. А в кожній країні цей бізнес, як відомо, знаходиться у «стосунках» із спецслужбами. Тому це наводить на певні роздуми.

Партія «Удар», яку очолює В. Кличко, не схожа на інші українські партії. Особливість її полягає у відборі людей. «Ми працюємо на репутацію і тому не приймаємо всіх охочих. Спочатку вивчаємо резюме кандидата, який хоче вступити в партію. Водночас даємо кожній людині шанс стати кращою», – заявив у Хотині В. Кличко. До речі, партію «Удар» консультують європейці та американці [5].

Політична партія «Сильна Україна» позиціонує себе як партія реформаторів і нових лідерів, об'єднання людей, для яких Україна в майбутньому сильна європейська країна багатих і щасливих людей.

Для того, щоб визначити рівень популярності політичних партій та аспекти їхнього іміджу, було проведено анкетування.

Метою дослідження було визначення впливових на голос виборців складових сформованого іміджу популярних політичних партій на Рівненщині. Виходячи з мети, було поставлено такі завдання:

- визначити рівень прихильності виборців до політичних партій та виділити популярні політичні партії;
- виявити рівень участі в політичних процесах (через показник належності до тої чи іншої політичної партії);
- проаналізувати іміджеві характеристики обраних політичних партій;
- дослідити інші фактори впливу на вибір людини.

Об'єктом дослідження постали мешканці міста Рівного, а предметом – визначення рівень прихильності населення до політичних партій.

В процесі дослідження було використано такі поняття:

1. Політична партія – добровільне об'єднання громадян – прихильників певної загальнонаціональної програми суспільного розвитку, що має своєю метою сприяння формуванню і вираженню політичної волі громадян, бере участь у виборах та інших політичних заходах [2].

2. Імідж політичної партії – образ партії, що цілеспрямовано формується й покликаний здійснити емоційно-психологічний вплив на певних осіб із метою популяризації, політичної реклами тощо [6].

Перед проведенням соціологічного дослідження було висунуто гіпотезу: іміджеві характеристики є важливими складовими іміджу політичної партії, а також впливають на вибір людини під час виборчого процесу.

Для дослідження було використано метод роздаткового анкетування, оскільки він є найбільш уживаний для збору соціальної інформації. Цей метод фіксує оцінки, думки, враження особис-

тості. Інформація, яка отримана за допомогою анкетування, досить легко піддається кількісному аналізу та інтерпретації після обробки.

Щодо побудови анкети, то було використано такі шкали як: номінальна альтернативна та номінальна варіативна. Всього було опитано 60 респондентів віком від 18 до 60 років. Відбір респондентів проводився на засадах цілеспрямованого відбору методом доступної вибірки у відповідності зі структурою генеральної сукупності – населення міста Рівного. Для отримання достовірної та репрезентативної інформації опитування проводилось в різних частинах міста Рівне. Хронологічні межі польового дослідження – 19-22 грудня 2011 року.

За результатами дослідження лише 27 % опитаних вважають, що можуть впливати на політичні процеси в Україні, відповідно 73 % – не підтримують даного твердження. Навіть належність до політичної партії не дає можливості здійснювати вплив на політичну ситуацію в Україні – вважають 73,3 % респондентів.

35 % опитаних підтримують здатність політичних партій змінити політичну ситуацію в Україні на краще. Це не підтверджує того, що політичні партії є важливими та впливовими політичними силами. Дане твердження доповнюють наступні дані – 76,6% респондентів переконані у не виконанні політичними партіями функції відстоювання інтересів суспільства в органах державної влади. 81,7 % опитаних не задоволені діяльністю політичних партій. Ця група результатів свідчить про негативні настрої мешканців стосовно політичних партій. Можливо, це пов'язано або із результатами їх діяльності, або частковим висвітленням власної позиції, ідеології та шляхи вирішення існуючих проблем, зокрема останній варіант підтримують респонденти – 71,7 %.

Серед факторів, які впливають на голос людини під час виборів: сім'я та друзі – 29,17%; лідер партії – 18,75%; програма та ідеологія партії – 18,75 %; діяльність партії – 12,5%; місцеві ЗМІ – 8,58%; матеріали в Інтернеті – 4 %; лідери думок міста (люди, до яких дослухаються) – 2%; керівництво на роботі – 1%; як власний варіант – власний розсуд – 1%. Тобто у трійку визначних факторів впливу входять сім'я та друзі, лідери, програма та ідеологія партії (рис. 1).



Рис. 1 Стовпчаста діаграма відсоткового співвідношення факторів впливу на вибір людини під час голосування

Фактори, які впливатимуть на власний вибір респондентів під час голосування на парламентських виборах у 2012 р. виділили: діяльність партії – 32,6 %; програма та ідеологія партії – 21,7 %; лідер партії – 15,2 %; матеріали в Інтернеті – 13,15 %; сім'я та друзі – 7,01%; місцеві ЗМІ – 6 %; керівництво на роботі – 2,17 %; як власний варіант – реформи – 2,17%; лідери думок міста (люди, до яких дослухаються) – 0 %. Як бачимо на рисунку 2, дані дещо відрізняються: домінуючим фактором виступає діяльність партії, тобто діяльнісна складова іміджу партії, потім атрибутивна, особистісна та комунікативна складові.

На питання «Імідж якої (яких) політичних партій Вам імпонує найбільше?» респонденти відповіли (рис. 2.3): «Блок Юлії Тимошенко» – 19,35%; «Партія регіонів» – 16,12%; «Фронт змін» – 12,9%; ВО «Свобода» – 9,7%; «Комуністична партія України» – 9,7%; «Сильна Україна» – 6,45%; «Удар» – 6,45%; «Народна партія України» – 0%. При чому утрималися від відповідей – 16,12%.

Відповідно до відібраних іміджів політичних партій, респонденти виділили наступні важливі їх елементи, зокрема: члени партії – 4,17%; соціальна активність партії – 31,25 %; програма

та ідеологія – 22,91 %; лідер (-и) партії – 16,6 %; політична активність партії – 14,6 %; матеріали в Інтернеті – 6,25%; вік партії – 4,17 %; матеріали у ЗМІ – 0%.

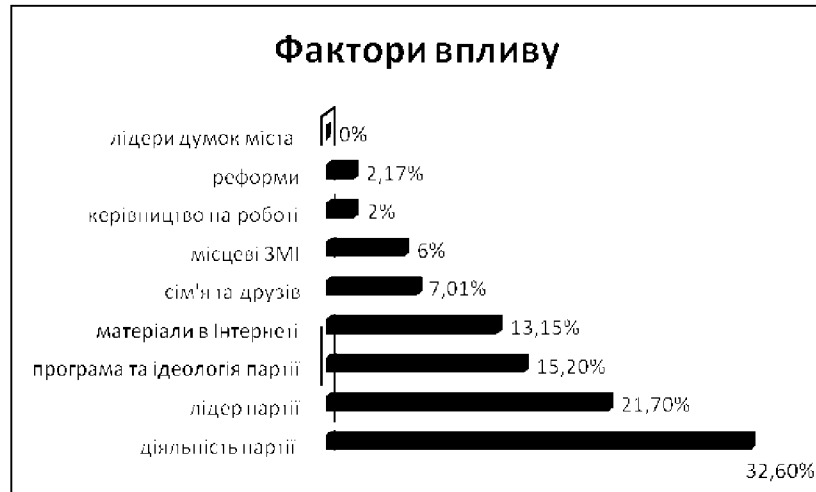


Рис. 2 Стовпчаста діаграма відсоткового співвідношення факторів впливу на власний вибір людини під час голосування

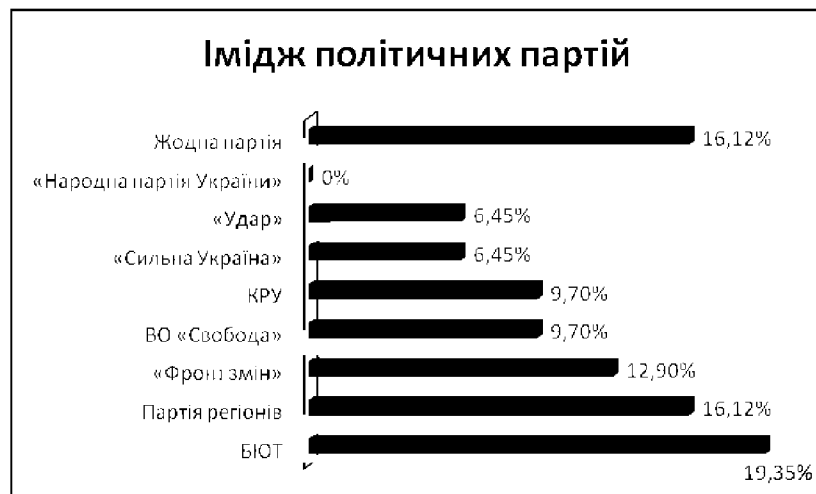


Рис. 3 Стовпчаста діаграма відсоткового співвідношення популярності іміджів політичних партій

Тепер розглянемо відзначені характеристики конкретно для кожної політичної партії. Як видно із таблиці 1, пріоритетними характеристиками виступають матеріали в мережі Інтернет, політична активність та програма й ідеологія. Це відображає різноманітність опитаних осіб за віковою категорією: люди старшого віку обирали переважно програми партій, їх соціальну активність; особи молодого покоління – матеріали в Інтернеті та політична активність. Окрім цього, обрані характеристики дійсно відповідають елементам позиціонування конкретної партії та реальними можливостям.

Таблиця 1
Відповідність обраних політичних партій та відповідних їм іміджевих характеристик

Характеристики	Політичні партії						
	БЮТ	ПР	КПУ	«Сильна Україна»	«Фронт Змін»	«Удар»	«Свобода»
Соціальна активність	+	+	+	+			
Політична активність	+		+	+	+	+	+
Програма та ідеологія	+	+	+	+	+		+
Лідер (-и) партії	+	+		+	+	+	
Члени партії	+						
Вік партії					+		
Матеріали в Інтернет	+	+	+	+	+	+	+

Якби парламентські вибори відбулися б 22 грудня 2011 року, опитані проголосували за (рис. 4):



Рис. 4 Стовпчаста діаграма рейтингу політичних партій на Рівненщині станом на 19-22 грудня 2011 року

Як бачимо, значний відсоток становить опитаних, які розчаровані у функціонуванні українських політичних партій, тому вони не підтримують жодних партій (і не позначали іншого власного варіанту). Домінує БЮТ – 25%, значно відстає ПР – 15,6%. У трійку входить партія «Фронт Змін», що свідчить про збільшення популярності даної партії.

Інтернет-сайти політичних партій відвідують 63,3% опитаних, зокрема таких політичних партій (рис. 5).

З рисунку 5 видно, що найбільш популярними веб-сайти є таких політичних партій як Партія регіонів та Фронт Змін. Стосовно першої – причиною може бути ряд подій, пов'язаних з нею та Президентом України, зокрема негативного характеру. Щодо другої – порівняно молода партія та її лідер, що набирає оберти у підтримці населенням.

Гіпотезу було підтверджено, оскільки дійсно іміджеві характеристики є важливими складовими іміджу політичних партій (зокрема, особистість лідера партії, програма, ідеологія та ін.), а також виступають важливими факторами впливу на голос людини під час виборчого процесу, хоч і не визначальними.

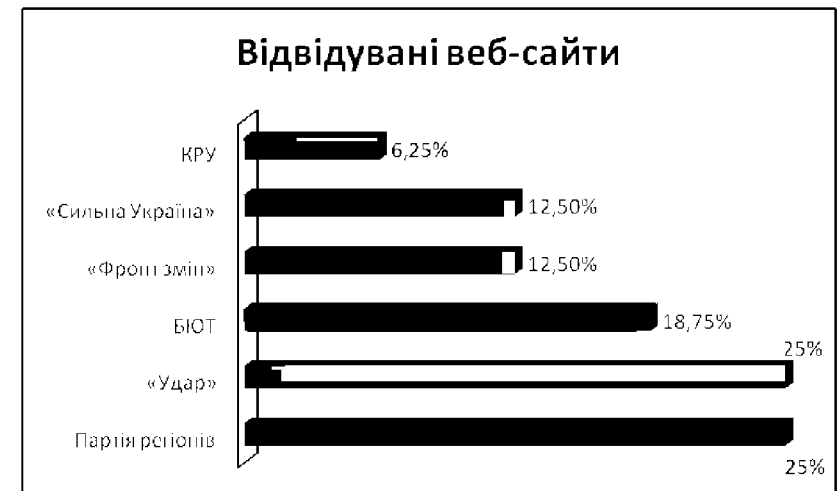


Рис. 5 Стовпчаста діаграма рейтингу відсоткового співвідношення найбільш відвідуваних веб-сайтів політичних партій

Отже, проаналізувавши результати дослідження слід зазначити, що рівень довіри до політичних партій низький, що пов'язано з незадоволенням населення їх діяльністю у контексті відстоювання прав та інтересів виборців в органах державної влади. Серед іміджевих елементів популярних партій слід виділити соціальну та політичну активність, особистість лідера, програму партії та подані матеріали в мережі Інтернет, зокрема веб-сайти, які відвідують значна кількість опитаних. Це свідчить про важливість врахування усіх складових іміджу: діяльнісного, особистісного, атрибутивного та медійного.

Окрім того, за результатами роздаткового анкетування найпопулярнішою партією є БЮТ. Можливо, це пов'язано із ув'язненням лідера опозиції, можливо, із політичною та соціальною активністю партії, або вдалим загальним позиціонуванням. Чекатимемо парламентських виборів у 2012 році і побачимо, чи зміниться ситуація.

Література:

1. Про вибори народних депутатів України: закон України від 25.03.2004 № 1665-IV (із змінами) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>. – Назва з екрану (17.12.2011).
2. Про політичні партії в Україні: закон України від 05.04.2001 № 2365-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2365-14>. – Назва з екрану (17.11.2011).
3. Бориславський, Л. Парламентські вибори-2006 : недоліки і проблеми [Текст] / Л. Бориславський // Вісник Центральної виборчої комісії . – К. , 2006 . – №2(4) . – С. 81-85.
4. Головні політичні інтриги та події 2012 року – прогноз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL <http://justus.com.ua/articles/2011/12/07/1864/> . – Назва з екрану (12.12.2011).
5. «Запахло» виборами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL <http://bukpravda.cv.ua/articles/585/> . – Назва з екрану (10.12.2011).
6. Словник термінів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL <http://sr.ksu.edu.ua/component/content/.../776-slovník-termnv.html> . – Назва з екрану (02.01.2011).
7. Чи змінять соціальні бунти результати виборів? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL <http://www.bertacom.com.ua/novyny/chy-zminiat-bunty-rezultaty-vyboriv/> . – Назва з екрану (11.11.2011).