

О. О. Поліщук

## ЕВОЛЮЦІЯ ВИБОРЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЕЛЕКТОРАЛЬНИХ КАМПАНІЯХ УКРАЇНИ

*У даній роботі розглядається специфіка розвитку виборчих технологій у президентських і парламентських виборчих кампаніях України. Акцентується увага на тому, що в новітній час активізація застосування виборчих технологій в Україні пов'язана зі здобуттям незалежності у 1991 р. та становленням демократичного режиму. Ліквідація монополії комуністів на державну владу стала передумовою проведення конкурентних демократичних виборів. Здійснюється спроба виявлення етапів розвитку виборчих технологій за часів незалежності. Автор виділяє важливі фактори, які значною мірою визначили сутнісний зміст застосування виборчих технологій.*

**Ключові слова:** Україна, виборчі технології, політичні вибори, державна незалежність, виборчі кампанії, демократична трансформація, «чорний PR».

**Актуальність проблеми.** Початком демократичних виборів в Україні слід вважати 1989–1990 рр. За такий маленький проміжок часу ще не сформувалися активістська політична культура, дієве громадянське суспільство, сталі традиції електоральної участі. Відсутність досвіду більшості учасників виборчого процесу у конкурентних виборах призвела до значної кількості помилок. У період, коли Україна знаходилася у складі СРСР, конкурентні вибори навіть теоретично не передбачалися. Громадяни на виборчих дільницях майже одностайно підтримували кандидата від комуністичної партії. Проголошення незалежності поставило виборця в складне становище, обумовлене необхідністю здійснення самостійного вибору. Враховуючи відсутність досвіду політичної активності (понад сімдесят років), це було вкрай важко для переважної більшості громадян. Наслідком цього стала непослідовність при здійсненні політичного вибору. На одних виборах електорат голосував за одну політичну силу, а на наступних – за ідеологічно протилежну. Отже, проблема становлення виборчих технологій в Україні і особливості електоральної участі є надзвичайно актуальною.

**Аналіз останніх джерел і публікацій.** Першими дослідження виборчих технологій здійснили західні політологи. Пізніше дана проблематика набула активного вивчення серед представників російської та української політичної науки. Лідерство в дослідженні виборчих технологій належить американським політологам, серед яких: Р. Аграноф, Х. Ашер, Д. Батлер, Д. Каван, П. Ла-

зерсфельд, Б. Ньюман, Ф. Плессер, М. Скаммел, Д. Урінг та ін. Вони першими зробили акцент на професіоналізацію виборчих кампаній. Аналіз окремих аспектів виборчих технологій представлений у працях С. Боулера, Д. Маглебі, П. Мачіні, Е. Міцкевича, Р. Негрине, Д. Німмо, С. Папатанассопулуса, К. Патерсона, Дж. Свансона, Д. Фарела та ін. У працях українських та російських науковців ця проблематика характеризується фрагментарністю дослідження. Комплексного аналізу виборчих технологій не було здійснено. Серед досліджень, які висвітлюють різні аспекти даної проблеми, необхідно відзначити праці В. М. Бебика, Д. І. Видріна, К. С. Гаджієва, В. Д. Демченка, В. С. Дудченка, Л. Я. Дятченка, В. М. Іванова, С. Г. Кара-Мурзи, О. В. Колеснікова, Л. О. Кочубей, О. П. Кудінова, О. М. Максимова, Є. Б. Малкіна, В. Я. Матвієнка, С. Ф. Лісовського, В. І. Патрушева, О. В. Петрова, І. О. Поліщука, В. А. Полторака, О. І. Соловійова, Ю. П. Сурміна та ін.

**Мета статті** полягає в тому, щоби здійснити аналіз особливостей застосування виборчих технологій у президентських і парламентських кампаніях України, а також виявити тенденції розвитку виборчих технологій.

**Виклад основних положень.** Початок повномасштабної технологізації виборчих кампаній в Україні бере свій відлік з парламентських виборів 1998 р. У цей період розпочинають свою діяльність виборчі штаби, які активно застосовують різні виборчі технології. Також до цієї роботи активно долучаються політичні консультанти. У даному контексті українська дослідниця Л. Кочубей зазначає, що розвитку виборчих технологій сприяє насамперед демократичний характер політичної системи, оскільки тільки в ній з'являється реальна можливість вибору. Формування демократичної політичної системи передбачає загострення уваги на демократичній процедурі народного волевиявлення, сучасна демократія не може бути здійснена без виборчого процесу. Демократизація суспільства і формування інституту виборів сприяла формуванню в країні повноцінного інституту виборів [1, с. 155].

Стрімке розповсюдження виборчих технологій в Україні у другій половині 90-х рр. ХХ ст. детерміноване певними чинниками. В українському суспільстві почав формуватися політичний плюралізм. Свідченням цього є той факт, що раніше політичний спектр був представлений по осі «праві» (націоналістичні сили) проти «лівих» (комуністично-соціалістичних) сил. У другій половині 1990-х рр. значно зросла кількість політичних партій та виникла принципова відмінність між політичними силами. Іншим чинником став перехід до змішаної виборчої системи, що зумовило перенесення центру виборчих кампаній на національний рівень. Це створювало необхідність якісно нового рівня організації. Разом зі зростанням недовіри до політичних інститутів цей чинник визначив потребу інноваційних методів та засобів політичної боротьби. Також сприятливим для розвитку виборчих технологій

в Україні стало значне розширення медіасфери. Починаючи з 1998 р. до проведення виборчих кампаній активно залучаються засоби масової інформації. Перш за все використовується телебачення, що дозволяє збільшити рівень ефективності комунікації між політиками і виборцями.

З кожною наступною кампанією розвиток виборчих технологій набуває все більш інтенсивного характеру, що знаходить свій вияв у появі низки інновацій. Експерти Українського інституту політики відзначають, що парламентські вибори 1998 р. продукували появу таких новинок. Перша – проведення віртуальної виборчої кампанії Партією зелених з використанням відеороликів не на політичну тематику. Інша кампанія, яку здійснювала СДПУ(о), була заснована на використанні тематики футболу. В третьому випадку всі ресурси сконцентрованою були на конкретному регіоні держави: ПСПУ – Сумщина, СДПУ(о) – Закарпаття, «Громада» – Дніпропетровщина [2]. Звертає на себе увагу намагання політтехнологів у різний спосіб сегментувати свій партійний електорат для адресної роботи з ним.

Наступним етапом у розвитку виборчих технологій в Україні стала президентська кампанія 1999 р. Вона відзначилася посиленням впливу адмінресурсу на інформаційний простір. Це здійснювалося шляхом застосування важелів впливу по всій вертикалі виконавчої влади у поєднанні з маніпулятивними технологіями у засобах масової інформації. Аналіз цих виборів дає можливість констатувати той факт, що саме ефективне застосування виборчих технологій визначило їх результат. На початку кампанії рейтинг Л. Кучми за різними оцінками перебував у межах 8–10%, однак правильне позиціонування привело його до перемоги. Основними конкурентами були кандидати від «лівих» сил. Через найбільший рівень підтримки у південно-східному регіоні і АР Крим, штаб Л. Кучми обрав стратегію, яка була спрямована на залучення підтримки правоцентристсько налаштованого електорату, що сконцентрований у західних і центральних областях України. Ускладнення цього завдання обумовлене необхідністю зміни існуючого іміджу. Головною причиною цього є те, що у 1994 р. Л. Кучма виграв вибори завдяки підтримці виборців Сходу України. Шляхом застосування технологій залякування через можливе повернення комуністів, суспільство було змушене обирати між «двох альтернатив». Виборці голосували не з причини симпатії до Л. Кучми, а через небажання перемоги комуністичного кандидата. У результаті, за твердженням А. Толпиго, Л. Кучма переміг за рахунок поєднання двох факторів: інтенсивної підтримки Заходу і нейтралітету решти регіонів [3, с. 133].

Ще однією оригінальною технологією президентської кампанії 1999 р. стала угода «канівської четвірки». Чотири кандидати в президенти: О. Мороз, О. Ткаченко, Є. Марчук та В. Олійник домовилися про взаємну підтримку.

Згідно з цією угодою три з чотирьох кандидатів мали відмовитися від участі у виборах на користь четвертого. Ідея була хорошою, але мала один вагомий недолік. Згадані кандидати мали підтримку різних електоральних сегментів: «ліві» О. Ткаченко і О. Мороз, «правий» Є. Марчук та ідейно-нейтральний В. Олійник. Це була спроба об'єднання протилежних ідеологій, а в результаті вона зазнала невдачі. Не останню роль відіграли особисті амбіції кандидатів. Можна зробити припущення, що якби угоду укладали кандидати одного ідеологічного напрямку, то внаслідок консолідації електорату перемогу міг отримати хтось інший.

На думку І. Поліщука, загалом виборча кампанія президента України 1999 р. реалізовувалася під неформальним гаслом: «Виборчі технології, а не ідеології!» [4, с. 254]. У період з 1997–1999 рр. відбулися найбільші партійні розколи, які здійснювалися через протистояння прихильників ідеологій та технологій. Особливістю виборчих кампаній також було застосування клонування кандидатів (на одному виборчому окрузі могло зареєструватися до семи «клонів» одного з кандидатів) [5, с. 364]. Перше випробування тоді пройшли маніпулятивні технології. Політична боротьба в Україні до 1999 р. здійснювалася за таким принципом: «різнобарвний антикомуністичний табір проти комуністів». Як наголошує І. Поліщук, головний меседж усіх виборчих кампаній в основному полягав у гаслі: «Не допустимо комуністичного реваншу! Утримаємо курс реформ!» [4, с. 254–255].

Специфічною особливістю парламентської кампанії 2002 р. була участь у ній великої кількості міжпартійних об'єднань-блоків. Раніше, під час парламентських виборів 1998 р., також використовувалася технологія блокування. Однак з восьми блоків лише один – Виборчий блок «За правду, за народ, за Україну!» (СПУ та СелПУ) зміг подолати 4% бар'єр. У 2002 р. кількість блоків значно збільшилася, а також вони стали пов'язуватися з іміджем їх лідера і називалися його іменем. Навколо іміджу лідера була побудована вся виборча кампанія. До парламенту потрапили: Виборчий блок Віктора Ющенка «Наша Україна», Блок Юлії Тимошенко, Виборчий блок «За Єдину Україну!». Лише 0,8% голосів не вистачило, щоб подолати виборчий бар'єр, Блоку Наталії Вітренко. Головною особливістю виборів 2002 р. стала тенденція до персоніфікації української політики та переведення уваги виборців з політичних програм на політичні іміджі [6, с. 45]. Варто наголосити, що відтоді починається персоніфікація українського виборчого процесу, що є доволі сумнівною тенденцією для розвитку справжньої демократії, адже важко собі уявити «Блок Барака Обами» чи «Партію імені Ангели Меркель». Іменні політичні сили нівелюють ідеологічний чинник, що є вкрай небезпечним для становлення масових партій, які діють не від виборів до виборів, а на постійній основі.

Перебіг парламентської виборчої кампанії 2002 р. відзначився масштабним застосуванням «брудних» виборчих технологій. Найбільш розповсюдженою стала участь «двійників» кандидатів у депутати. Перша вдала спроба втілення цієї технології була реалізована на парламентських виборах 1998 р. Саме тоді у виборах взяла участь Прогресивна соціалістична партія України, яка була заснована в 1996 р. на протывагу СПУ. Ця партія пройшла до парламенту і ще довгий час зберігала підтримку частини електорату. Одним із показових прикладів маніпуляції назвами та ідеологіями була участь у виборах Комуністичної партії України і Комуністичної партії робітників і селян (КПРС). Незначну частину у 2% голосів вони все ж таки відірвали у традиційних комуністів. Однак найбільш показовим прикладом «клонування» стала спроба О. Ржавського зареєструвати виборчий блок «За Ющенка!», яка, проте, так і не була реалізована після втручання Верховного Суду України [6, с. 85–86].

Технологію «двійників» було широко використано в мажоритарних округах. Фахівці Українського незалежного центру політичних досліджень виділили 46 округів з використанням 119 кандидатів-двійників, які взяли участь у виборах [7]. На відміну від ефективного застосування «клонів», таких як ПСПУ, дана технологія продемонструвала результативність лише в окремих одномандатних округах.

Істотні зміни на виборах 2002 р. здійснювалися щодо використання адміністративного ресурсу. В ході цієї кампанії масово застосовувалися механізми владного впливу. Відмінність від попередньої кампанії полягала в тому, що адмінресурс спрацьовував лише на національному рівні, однак при цьому виявився неієвим на місцевому.

Парламентські вибори 2002 р. засвідчили формування харизматичного типу електоральної культури. Виборці стали більш стабільними у підтримці політичних сил, орієнтуючись в основному на лідерські якості кандидатів. Проте, незважаючи та такі зміни, українські виборці продовжують виступати об'єктом застосування маніпулятивних технологій. Цьому значною мірою сприяли такі фактори: слабкий рівень комунікації з електоратом у ході виборчої кампанії, недостатня активність громадськості відносно звітування народних представників. Слід згадати й застосування одного з різновидів «брудних» виборчих технологій – «чорного PR». Ця кампанія відзначилася значною кількістю таких технологій щодо конкурентів. Також були використані більш витончені й різнопланові практики. Деякі фахівці вважають, що поширення «брудних» технологій є закономірним етапом становлення електоральної культури в перехідних суспільствах [8, с. 42]. Така точка зору видається влучною з огляду на подолання подібних випробувань західними демократіями. Досить вдало цей етап характеризують А. Баронін та А. Кол-

паков, коли акцентують увагу на тому, що в Україні, як і на усьому пострадянському просторі, невміння суб'єктів виборчих кампаній користуватися «білим PR-ом» призвело до переоцінки ролі «чорного PR-у» [9, с. 8]. Таким чином «чорний PR» для деяких політичних сил став, так би мовити, універсальним засобом досягнення мети.

Причини затребуваності «брудних» виборчих технологій слід шукати в особливостях розвитку політичного ринку колишніх країн СРСР. Так, на думку С. Пшизової, у пострадянських країнах виник певний парадокс, коли політичний ринок формувався набагато швидше, ніж ринок товарів і послуг. Унаслідок цього ринок політичного консалтингу швидко наповнився не зовсім «чистими на руку» політтехнологами, які створили і тривалий час підтримували міф про власну високу професійність і всемогутність «брудних» технологій [10, с. 32]. Як на мене, на сьогодні сформувалася певна переоцінка ефективності брудних технологій, адже їхня результативність часто-густо виглядає сумнівною та іноді грає проти їх ініціаторів.

Визначною віхою в процесі еволюції виборчих технологій стали президентські вибори 2004 р. і події «Помаранчевої революції». Вони остаточно продемонстрували неефективність традиційних підходів до організації і ведення виборчих кампаній. Це в свою чергу спонукало політичну еліту до пошуку нових методів боротьби за голоси виборців. Саме ці вибори показали деструктивні наслідки зловживання «брудними» технологіями і здійснення маніпуляцій.

Передумовою кампанії 2004 р. стало розпалювання міжрегіональних суперечностей. Наприклад, кандидата в президенти В. Ющенко позиціонували як кандидата від Заходу, а В. Януковича – від Сходу України. Головними аргументами в протиставленні регіонів стали різні зовнішньополітичні орієнтації, а також мовні та культурно-історичні розбіжності. Новизною президентської кампанії був «розподіл України на три частини»: Західна Україна, Центр із Закарпатською і Чернівецькою областями та Схід і Південь України. Акцентування уваги на протиставленні між Сходом і Заходом дійшло до крайньої межі, що викликало значну ймовірність громадянського конфлікту або порушення територіальної цілісності Української держави. Позитивне вирішення цього протистояння було здійснене лише завдяки тому, що українські громадяни не піддалися на провокації.

Взагалі, президентські вибори 2004 р. стали значним випробуванням, тому що вперше негативний вплив від маніпуляцій з приводу відмінностей між регіонами досяг рівня ворожості в українському суспільстві. Об'єктивний характер міжрегіональних відмінностей знаходив свій прояв під час усіх виборчих кампаній. Разом з тим після жодної з них ці відмінності не розцінювалися як «розкол» України. Інспірований антагоністичний характер взаємо-

відносин між регіонами є результатом трансформації соціально-культурних відмінностей в ідейно-політичні, що відбулося після президентської виборчої кампанії 2004 р.

Масштаби застосування «чорного PR-у» досягли рівня інформаційної війни. Найбільш негативним у даному контексті є навішування «ярликів». Головна мета – залякати виборців можливими наслідками дій певних політичних сил після перемоги на виборах. Дискредитація через рекламу порушує норми закону, а отже, мала би бути заборонена державними органами. Пряма загроза від неї полягає в провокації і встановленні протистояння між громадянами, що може призвести до дестабілізації у державі.

Необхідно відзначити, що незважаючи на колір, політичний PR завжди базується на маніпуляції масовою свідомістю. Визначальним принципом класифікації PR є його дозволеність або забороненість законом. Характер політичного впливу не буває «брудним» або «чистим». Феномен «чорного PR» не є розробкою політичних консультантів, вони лише навчились здійснювати вплив на людську психіку. Виникнення «брудних» виборчих технологій співпадає з появою самого інституту виборів. Першою їх формою було розповсюдження компромату (негативної інформації про кандидата або партію) з сумнівних джерел. Виборча практика розвинених демократій має приклади застосування «брудних» технологій, проте широке розповсюдження їх характерне в нестабільних демократичних системах з тоталітарним минулим. До таких систем, на жаль, належить й Україна. Можна вважати широке розповсюдження брудних технологій певною «хворобою росту» нових демократій.

Новим типом політичних технологій в Україні, що значною мірою вплинули на результат виборів, стали «революційні» технології. Експерти активно дискутують з приводу того, чи слід вважати «Помаранчеву революцію» наслідком застосування політичних технологій, чи вона є масовим протестом громадянського суспільства [11, с. 613–614]. Ми вважаємо, що події листопада-грудня 2004 р. необхідно оцінювати як протест громадянського суспільства, скоординований застосуванням політичних технологій. Порівнюючи з революціями у Сербії (2000 р.) та Грузії (2003 р.), стає очевидним наявність технологічної складової у їх здійсненні. Однак не слід перебільшувати можливості цих технологій при зміні влади. Революційні події мають місце лише у випадку невідповідності очікувань громадян і соціально-економічного становища в державі, а також при втраті легітимності влади. Це – внутрішні фактори, викликані діями влади, і саме вони створюють передумови здійснення революційного сценарію. За відсутності таких передумов жодні технології не мобілізують людей до здійснення повалення існуючого режиму. Влучним прикладом видається Білорусь. У цій країні переважає більшість

населення підтримує політику президента, а тому будь-які «революційні провокації» не уявляються можливими.

Аналізуючи події листопада-грудня 2004 р. в Україні, необхідно відзначити, що вони стали етапним моментом демократичного транзиту України, тому що представили змістовно новий рівень розвитку громадянського суспільства. Український дослідник Ю. Шведа висував припущення відносно того, що саме «Помаранчева революція» внесла у порядок денний для України перехід від виборчої (електоральної) до демократії ліберальної [12, с. 16–17].

Особливості перебігу президентської кампанії 2004 р. і специфіка застосування виборчих технологій продемонструвала зміни у політичній культурі України, що вкрай важливо для здійснення демократичного транзиту. Можна припустити, що «Помаранчева революція» стала визначальним етапом демократичної трансформації українського соціуму. Стосовно застосування виборчих технологій під час президентських виборів 2004 р. необхідно відзначити, що ще до початку виборчої кампанії суспільство визнавало високу ймовірність застосування «брудних» виборчих технологій, у тому числі й у ЗМІ. І ці очікування виявилися виправданими у ході виборчої кампанії. З метою виявлення специфіки використання ЗМІ в «брудних» виборчих технологіях було залучено експертів. Головні поставлені завдання полягали в оцінці масштабів застосування «брудних» виборчих технологій окремими політичними силами, виявлення рівня використання окремих ЗМІ в «брудних» технологіях, визначення об'єктів маніпулятивних інформаційних атак.

Експерти виділили найбільш масштабні за використанням такі технології:

- поширення негативної і непідтвердженої інформації про кандидата в Президенти, а також його найближчого оточення (90,2% респондентів);
- оприлюднення неправдивої інформації щодо перебігу кампанії на користь одного з кандидатів (86,3%);
- застосування керівництвом або власниками ЗМІ політичної цензури (84%);
- використання у ЗМІ «прихованої» реклами (80%);
- вплив на ЗМІ опозиційних до влади державних органів для блокування їх участі у виборчій кампанії (70%);
- використання у ЗМІ сатири (карикатур, коміксів) з метою приниження честі й гідності певних кандидатів (64,7%);
- дискредитація окремих кандидатів шляхом використання негативної символіки, що викликає незадоволення окремих категорій виборців (64,7%);
- дискредитація кандидата шляхом проведення агітації з порушенням відповідних норм закону про вибори (64,7%);



– оприлюднення даних сумнівних соціологічних досліджень. Маніпуляція такими даними для популяризації або дискримінації окремих кандидатів (64%);

– створення спеціальних Інтернет-сайтів з метою розповсюдження чуток і компромату відносно певних кандидатів (58%);

– дискредитація соціологічних служб і аналітичних центрів, що представляють дані об'єктивних соціологічних досліджень [13, с. 163].

Таким чином, даний перелік виборчих технологій наглядно продемонстрував, що головна мета їх полягає у здійсненні спалюваного впливу на громадську думку. Також влада активно обмежувала доступ окремих кандидатів до ЗМІ.

Технологічна складова виборчої кампанії 2004 р. відображає два протилежні підходи до проведення виборчих кампаній. З одного боку – це «брудні» технології з маніпулятивною складовою, а з другого – інформативні PR-технології, які виявилися більш результативними. Даний факт підтверджує глибину демократичних трансформацій в українському суспільстві. Це свідчить про зміну характеру політичного (виборчого) ринку, виникнення нових вимог до політичного «товару».

Початок третього етапу розвитку виборчих технологій бере свій відлік з парламентських і місцевих виборів 2006 р., які відбувалися за новими умовами. Перша зміна стосується співвідношення політичних сил. Політичний ринок набув ознак цивілізованості і конкурентності. Друга особливість полягає у тому, що запровадження пропорційної виборчої системи значно підвищила роль політичних партій. Виникла необхідність у розробці нових підходів до організації і проведення виборчих кампаній. Третя зміна знаходить своє відображення у тому, що свобода у сфері інформаційного простору призвела до зростання ролі ЗМІ у виборчому процесі.

Інша важлива тенденція зумовила необхідність зміни підходів до комунікації з виборцями. Так, у період 1998–2004 рр. рівний доступ політичних сил до ЗМІ мав досить умовний характер, а вже після «Помаранчевої революції» мас-медіа стали важливим і доступним каналом політичної комунікації для всіх учасників виборчого процесу. Це призвело до стійкого зростання ролі політичної реклами. У порівнянні з попередніми кампаніями політична реклама стала більш професійною, проте вона у багатьох випадках залишається відірваною від повсякденної дійсності кандидатів, партій і виборчих об'єднань [14, с. 132].

**Висновки.** Узагальнюючи розгляд специфіки розвитку виборчих технологій в електоральному процесі України, необхідно зробити такі висновки. Доводиться визнати, що у тому чи іншому вигляді застосування «брудних» виборчих технологій має місце в усіх президентських і парламентських кам-

паніях України. Більшість суб'єктів виборчого процесу вважають допустимим порушення встановлених законом правил передвиборчої боротьби. Підтвердженням цього можуть бути як президентські, так і парламентські виборчі кампанії. Маніпулятивні технології, використання дезінформації з метою дискредитації суперників – далеко не повний перелік методів ведення передвиборчих кампаній. Основним підґрунтям для цього є недосконале законодавство, відсутність належного громадянського контролю за перебігом виборчого процесу. Враховуючи патерналістські і популістські настрої українських громадян, політичні актори влаштовують змагання «обіцянок». Це накладається на українську ментальність. Як зазначає Г. Куц, «у цілому, для українського менталітету характерні індивідуалізм, волелюбність, відторгнення авторитарного начала. Ці цінності певним чином корелюють з цінностями лібералізму. З іншої сторони, спостерігається також певна кореляція з принципами консерватизму» [15, с. 89]. Це дає можливість дезорієнтувати довірливих виборців, які навіть не можуть усвідомити, які обіцянки є реальні, а які – ні. Отже, технологізація виборчих кампаній переконливо демонструє свій значний вплив на волевиявлення виборців. Цей вплив може бути значно зменшений лише завдяки зростанню рівня політичної свідомості громадян. Тільки за таких обставин можливе якісне переформатування влади і подальший розвиток демократичної правової держави в Україні.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Кочубей Л. О. Виборчі технології: політологічний аналіз на прикладі виборів до парламенту сучасної України / Л. О. Кочубей. – К. : Юрид. думка, 2006. – 280 с.
2. Виборча кампанія-2002: специфіка та імовірні результати [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tomenko.kiev.ua/cgi/redirect.cgi?url=pc10-2001-06.html>.
3. Толпыго А. Интерпретация президентских выборов 1999 года / А. Толпыго // Полис. – 1999. – № 6 – С. 129–134.
4. Поліщук І. О. Еволюція культури політичних виборів в Україні : [монографія] / І. О. Поліщук. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. – 352 с.
5. Політологія : підручник / М. П. Требін, Л. М. Герасіна, І. О. Поліщук та ін. ; за ред. М. П. Требіна. – Х. : Право, 2013. – 416 с.
6. Буркут І. Г. Виборчі технології: регіональний досвід / І. Г. Буркут, О. В. Колесников. – Чернівці : Видав. дім «Букрек», 2009. – 240 с.
7. Останні акорди виборчих перегонів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ucipr.kiev.ua/modules.php?op=modload&name=News&file=index&catid=1&topic=&all stories=1>.

8. Малкин Е. Политические технологии / Е. Малкин, Е. Сучков. – М. : Рус. пано-рама, 2006. – 680 с.
9. Баронин А. С. Правила игры в игре без правил. Предвыборные технологии в Украине / А. С. Баронин, А. А. Колпаков. – Praha : Granda Publishing, 2006. – 188 с.
10. Пшизова С. Н. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе / С. Н. Пшизова // Полис. – 2000. – №2. – С. 30–44.
11. Політологічний енциклопедичний словник / уклад.: [Л. М. Герасіна, В. Л. По-грібна, І. О. Поліщук та ін.] ; за ред. М. П. Требіна. – Х. : Право, 2015. – 816 с.
12. Шведа Ю. Демократія і вибори за С. Хантінгтоном / Ю. Шведа // Політичний процес в Україні у 2004 році: регіональні аспекти : матеріали конф., Львів, 12 лют. 2005 р. / упоряд. А. Романюк, Л. Скочиляс. – Львів : ЦПД, 2005. – С. 13–22.
13. Моторнюк Т. М. Выборчи технології США: специфіка та універсальність / Т. М. Моторнюк // Вісник СевНТУ : зб. наук. пр. / Севастоп. нац. техн. ун-т ; ред. Є. В. Пашков. – Севастополь : Вид-во Севастоп. нац. техн. ун-ту, 2010. – Вип. 112: Політологія. – С. 162–166.
14. Колесников О. В. Роль політичної реклами у виборчій кампанії 2006 року / О. В. Колесников, І. Г. Буркут // Буковин. журн. – 2006. – №3. – С. 118–134.
15. Куц Г. М. Перипетії формування політичного режиму в пострадянській Україні: досвід Майданів / Г. М. Куц // Сучасне суспільство: політичні науки : зб. наук. пр. / Харк. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. – Х. : ФОП Петров В. В., 2014. – Вип. 1 (5). – С. 82–94.

## ЭВОЛЮЦИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭЛЕКТОРАЛЬНЫХ КАМПАНИЯХ В УКРАИНЕ

*Полищук О. А.*

*В данной работе рассматривается специфика развития избирательных технологий в президентских и парламентских избирательных кампаниях Украины. Акцентируется внимание на том, что в новейшее время активизация применения избирательных технологий в Украине связана с обретением независимости в 1991 г. и становлением демократического режима. Ликвидация монополии коммунистов на государственную власть стала предпосылкой проведения конкурентных демократических выборов. Осуществляется попытка выявления этапов развития избирательных технологий во времена независимости. Автор выделяет важные факторы, которые в значительной степени определили суцностное содержание применения избирательных технологий.*

**Ключевые слова:** *Украина, избирательные технологии, политические выборы, государственная независимость, избирательные кампании, демократическая трансформация, «черный PR».*

## EVOLUTION OF ELECTORAL TECHNOLOGIES IN THE ELECTION CAMPAIGNS IN UKRAINE

*Polishchuk O. O.*

*In this paper the specificity of electoral technologies in the presidential and parliamentary election campaigns in Ukraine. The attention to the fact that in recent times to activate the use of electoral technologies in Ukraine linked to independence in 1991. The elimination of the Communist monopoly on state power has become a prerequisite for democratic elections. Attempting to identify the stages of election technology since independence. There are the important factors that largely determined the content essential use of electoral technologies.*

*The beginning of democratic elections in Ukraine 1989–1990 should be considered. For such a small period of time has not yet formed a political activist culture, effective civil society, the tradition of electoral participation. The lack of experience of most of the election process in competitive elections has led to a significant number of errors. At a time when Ukraine was part of the USSR competitive elections even theoretically assumed. The citizens at the polls almost unanimously supported the candidate of the Communist Party. Declaration of Independence put voters in a difficult position, due to the need for self-selection. Given the lack of experience of political activity (more than seventy years) it was extremely difficult for most people. The result was inconsistency in making political choices. In some elections, voters vote for one political party, and the next – the ideological opposite. Thus, the problem of formation of electoral technologies in Ukraine and specifics of electoral participation is extremely important.*

*Getting technologizing full-scale election campaign in Ukraine is counting on its 1998 parliamentary elections. During this period, starting out election headquarters who actively use different voting technologies. Also in this work actively involved political advisers. In this context, the Ukrainian researcher L. Kochubey notes that the development of electoral technologies primarily promotes democratic character of the political system, as only in it there is a real choice. Formation of a democratic political system involves sharpening focus on democratic procedures of national expression, modern democracy can not be achieved without the electoral process. The democratization of society and the formation of the institute of elections in the country contributed to the formation of a full institution of elections.*

*The rapid spread of electoral technologies in Ukraine in the second half of the 90th XX century certain deterministic factors. Ukrainian society began to form political pluralism. Evidence of this is the fact that before the political spectrum were represented on the axis of «right» (nationalist forces) against the «left» (communist-socialist) forces.*

**Key words:** *Ukraine, election technologies, elections, state independence, election campaigns, democratic transformation, «black PR».*

