

Олеся Мандебура

## ЗМІНИ В ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ В КОНТЕКСТІ ПІДГОТОВКИ ДО ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ В УКРАЇНІ

*У статті аналізуються наявні практичні підходи до підготовки передвиборчої програми кандидата на пост Президента України, властиві притаманній українцям політичній культурі. Доводиться, що програми, написані із використанням політично та морально застарілої лексики, не відповідають повною мірою кон'юнктурі сучасного українського політичного ринку. Для своєї релевантності політичні цілі програм мають враховувати наявні новітні тенденції і, не в останню чергу, зміни у політичній свідомості та самоідентифікації українців.*

**Ключові слова:** передвиборча програма, президентські вибори, Україна, політична культура, ЄС, Росія.

**Mandebura O. Changes in the political life in the context of preparation for the presidential elections in Ukraine.** Existing practical approaches to preparation of election program of the candidate for President of Ukraine that are inherent in the Ukrainian political culture are analyzed in the article. It is shown that programs written using vocabulary, which is obsolete politically and morally, does not fully meet the modern Ukrainian political conjuncture of the market. For their relevance, the political objectives of the program should take into account the latest trends and changes in the political consciousness and self-identity of Ukrainian.

*Keywords: election program, the presidential elections, Ukraine, political culture, EU, Russia.*

Призначені на 25 травня позачергові вибори Президента України стали наслідком складного і тривалого процесу домовленостей на найвищому рівні із залученням цілої низки міжнародних політиків-посередників найвищого ешелону. Револьюційні події, що відбулися в Україні протягом зими-весни ц.р., викликали значні суспільні зміни і трансформації, у тому числі – рушійного характеру, адже кардинальні зміни у першу чергу стосувалися політичної свідомості громадян, рівня їх політичної самосвідомості. Суспільство, яке вперше у своїй новітній історії пережило щеплення кров'ю від комплексу найрізноманітніших ілюзій, у тому числі – й пов'язаних із образом і сприйняттям влади як такої, покладає на ці позачергові вибори величезні надії і сподівання. З одного боку, кожні чергові вибори в Україні – це нові очікування, а з іншого – виборів, яким би передували криваві затяжні протистояння такого характеру і масовості, в нашій країні ще не було.

Логічно припустити, що принаймні часткові відповіді на нові громадянські очікування мають і будуть міститися у передвиборчих програмах кандидатів на найвищу державну посаду – посаду Президента України. До того ж, наступні події, що згодом відбулися у Криму та на Сході України і дотепер відбуваються, актуалізували окреме коло гострих і проблемних питань, поставивши українське суспільство перед новими реаліями, серед яких одна із найважливіших – саме існування Української держави як незалежної і суверенної внаслідок воєнних дій, що відбуваються на її південно-східних територіях і загалом кордонах. Небезпека ситуації, з одного боку, полягає у стані фактично повної втрати боєздатності української армії, до чого долучилося і попереднє керівництво країни, а з іншого – досвіду ефективного реагування і розв'язання проблем, пов'язаних із загрозами військового характеру, ані українські політики загалом, ані нинішні очільники держави не мають – Україна 23 роки гордилася тим, що живе в умовах «мирного неба над головою».

Де-факто старт передвиборчій кампанії дали домовленості, підписані у Києві 21 лютого 2014 р. Офіційна реєстрація кандидатів на

пост Президента України завершується 31 березня – відповідно до українського виборчого законодавства, подання до Центральної виборчої комісії пакету необхідних документів для реєстрації кандидатів до участі у виборах закінчується за п'ятдесят п'ять днів до дня виборів (ст. ст. 51 Розділу VII «Висування і реєстрація кандидатів на пост Президента України» Закону України «Про вибори Президента України»).

Відповідно до цієї самої статті передвиборча програма кандидата є одним із обов'язкових документів у загальному переліку документів, за умови отримання яких Центральна виборча комісія реєструє кандидата на пост Президента України. Вона має бути викладена державною мовою, містити обсяг до дванадцяти тисяч друкованих знаків. У суспільно-політичній площині ці суто технічні вимоги, які ставить до такого важливого документа українське законодавство, трансформуються в програму діяльності кандидата, з якою він ознайомлює українське суспільство, йдучи на вибори.

Незважаючи на те, що кандидати представляють різні політичні партії з різними ідеологічними, ціннісними та світоглядними орієнтаціями, а також наявність самовисуванців, їхні програми мають містити певні спільні ознаки і відповідати чітким критеріям, за якими їх можна оцінити. Такими, на нашу думку, насамперед є актуальність, реалістичність, чітко орієнтована часова перспектива (визначеність у часі, короткостроковість та довгостроковість запропонованих проєктів). Аналогічним чином програма має бути релевантною функціям і повноваженням, які покладені на Президента України відповідно до чинного законодавства.

Крім того, іншими вимогами, відповідно до яких зазвичай укладається передвиборча програма, є висвітлення питань, важливих для повсякденного життя виборців, зміцнення іміджу кандидата, відповідність уявленням цільової аудиторії, недвозначність формулювань. Фахівці зазначають, що в кінцевому підсумку передвиборча програма може являти собою т.зв. унікальну торгову пропозицію, коли виборцям пропонуються деякі оригінальні й професійно розроблені ідеї з вирішення актуальних проблем, які вигідно відрізняються від ідей конкурентів [1, с. 610].

Утім, специфіка політичної культури українців, яка виявляється, серед іншого, й у ставленні до найголовнішого атрибута

передвиборчої кампанії, дає підстави говорити про певні національні особливості. Йдеться про факти ознайомлення широкого загалу з власної ініціативи і за власним бажанням із програмами кандидатів, а також – практику широкоформатного обговорення (на різних каналах комунікації) програм у загальнодержавному масштабі, у тому числі із залученням політичних діячів, експертів різного профілю, громадськості, журналістів. Варто підкреслити, що йдеться саме про обговорення програми, а не аналіз рекламних відеороликів, гасел з агітаційних білбордів на вулицях, барвистих і яскравих листівок, спецвипусків газет, календарів, плакатів тощо.

Моніторинг присвячених цим програмам статей і публікацій у національній пошуковій системі «Мета» свідчить: передвиборчі програми кандидатів у Президенти в українському інформаційному просторі переважно не стають предметом широкого фахового обговорення. Із майже 22000 тисяч усього знайдених системою посилань (під час деталізації ключового словосполучення результат становив приблизно 17500 посилань) переважна більшість публікацій – це, зокрема, самі програми, розміщені на офіційних веб-сторінках політичних партій та організацій, власних сайтах кандидатів тощо. Чи не єдиною групою, яка традиційно вдалася до вивчення й аналізу передвиборчих обіцянок президентських перемогів, є українські журналісти – публікації оглядового характеру мають різноманітний характер, від жартівливих «підбірок найбільш безглузвих обіцянок з передвиборчих програм кандидатів у президенти», які супроводжуються фотоколажами відверто глузливого змісту [2], до напівжартівливого аналізу «програм найбільш яскравих і цікавих кандидатів на посаду глави держави», де загальний висновок вкладається в коротку фразу, скажімо, на кшталт такої: «більшість з них, як і раніше, займаються популізмом, зате обіцяють відновити в Україні сильну армію. Крім того, Дмитро Ярош обіцяє роздати зброю усім адекватним українцям, Олег Тягнибок прагне повернути Україні ядерний статус, Михайло Добкін за депозити без податків, а Петро Симоненко взагалі пропонує скасувати посаду президента» [3].

Методи, які застосовувалися для проведення аналізу, найрізноманітніші. Так, для розгляду програми кожного кандидата ТСН.ua «використала онлайн-сервіс tagxedo, який складає хмарину

тегів того тексту, що аналізується». Задля отримання об'єктивнішої картини з тексту було прибрано займенники та прийменники і тим самим залишено слова, що несуть смислове навантаження [4].

Також передвиборча програма аналізується як маркетинговий текст, де критеріями аналізу виступають «прості та загальновідомі правила написання комерційних текстів: яскравий заголовок, невеликий розмір, читабельність, вживання конкретних цифр і прикладів, певна емоційність» [5], проводиться її оцінка за допомогою SMART-критеріїв тощо.

Значною мірою у більшості висновків із загалом невеликої кількості статей аналітичного характеру наголошується той факт, що спільною рисою передвиборчих програм кандидатів є обіцянки «світлого майбутнього і великих перспектив» для України, у яких все «ґрунтується на голому популізмі», коли кількість «красивих слів явно переважає над кількістю оригінальних рішень» [3]. Інший автор починає свою статтю із констатації того факту, що «українські політики звикли, що їх програми практично ніхто не читає, а тому зазвичай формально підходять до їх підготовки. Головний принцип – чим більше обіцянок, тим краще» [6].

Ці та аналогічного характеру заяви підтверджують думки фахівців-політологів, що в тому разі, коли виходять з припущення, що пересічний виборець програм не читає, вона виступає символічним атрибутом виборчої компанії і складається з набору загальних положень стосовно основних проблем країни відповідно до масових очікувань [1, с. 610]. Однак не буде перебільшенням стверджувати, що відповідність масовим очікуванням не відкидає того факту, що тою чи іншою мірою, але передвиборча програма кандидата являє собою своєрідний політичний порядок денний. Той agenda setting суспільства, який конкретний кандидат (і, відповідно, політична партія, інтереси якої він представляє) пропонує українському суспільству і державі на наступні 5 років. Відповідно, за такого підходу актуалізується питання оптимального розв'язання нагальних проблем українського політичного порядку денного та їх узгодження із широкими суспільними інтересами.

Одна з найгостріших проблем сьогоденних українських реалій пов'язана з вибором геополітичного вектора розвитку. Український інформаційний простір останні кілька місяців насичений різноманіт-

ними новинами та публікаціями, які стосуються «російської агресії», присутності на українських теренах співробітників ФСБ та загалом російських спецназівців, спецпризначенців, різноманітних інструкторів тощо. Спочатку Крим, а потім і Схід України стали територіями впливу цієї агресії. На зміну «вежливим зеленим человечкам» Криму прийшли оснащені переносними ракетними зенітними комплексами та мінометами «бойовики», семантичними синонімами-близнюками яких стали «федералісти», «бойовики», «сепаратисти», «бородатые мужчины неславянской внешности» тощо.

Так чи інакше, але вибір стратегічний курсу України у таких умовах безпосередньо торкнувся більшості населення нашої держави, незалежно від індивідуальних політичних уподобань та симпатій. Образ Росії як традиційно дружньої країни і росіян, які серед представників інших національностей в Україні мали найнижчий індекс національної дистанційованості (що усталено підтверджується соціологічними опитуваннями та, зокрема, даними національного омнібуса, який проводився Інститутом соціології НАН України [7, с. 527, 532]) під час Майдану, почав видозмінюватися і поступово набувати рис небезпечного ворога. В процесі подальшого розвитку ситуацію, що склалася зі сприйняттям у свідомості значної частини громадян нашої країни образу Росії, досить емоційно і промовисто характеризує використана у зворотному напрямі фраза із нашумілого відеоролика «ми больше не будем братьями». Подальші події, «підкріплені» справжньою навалюю інформаційних повідомлень відповідного змісту, хай навіть і в межах інформаційної війни, лише посприяли оформленню образу нашого вічного сусіда у стійкий образ кривавого агресора, який прийшов «зі зброєю на нашу землю». І до певної міри теоретична категорія із найвищих урядових документів та законів – «національна безпека» – перейшла у суто практичну площину, оформившись у гасло захисту рідної землі.

Підтвердженням тому також можна вважати і сам факт підтримки населенням української армії, у тому числі і за допомогою дзвінків на єдиний мобільний номер, і зібрану суму коштів. Так, станом на 21 березня на рахунки Міністерства оборони України в рамках акції «Підтримай Українську армію» поступило майже 33 млн грн від юридичних та фізичних осіб, у тому числі 7,4 млн – за

допомогою дзвінків на єдиний мобільний номер «565» [10]. Уже 28 березня 2014 р. на рахунки Міністерства оборони України в рамках акції «Підтримай Українську армію» поступило майже 60 млн грн від юридичних та фізичних осіб. З них 58 млн грн – грошові перекази на матеріально-технічне, решта – на медичне забезпечення Збройних сил України. За допомогою дзвінків на єдиний мобільний номер «565» на підтримку української армії перераховано понад 11 млн грн, на валютні рахунки надійшло 17,4 тис. доларів США та 43,2 тис. євро [8].

Дату кримського «референдуму» і закінчення терміну подання документів до ЦВК і закінчення реєстрації кандидатів розділяє майже два тижні. Час, достатній для того, аби передвиборчі програми були скореговані і внесені певні зміни, спричинені новими викликами і загрозами. Особливо якщо врахувати, що стосуються ці новітні в нашій історії виклики і загрози самого питання існування Української держави. У таких умовах традиційна і до певної міри стандартна ставка на регіональний розподіл і специфіку регіонального електорального поля уже навряд чи може сприйматися як така, яка спрацює і на цей раз. Образно кажучи, Харків, який «нагадав», серед іншого, й українським політикам, що «Харьков – это Украина, если шо» (або в іншому варіанті: «Тю! Та вы шо – Харьков это Украина»), Одеса, яка після трагедії у Будинку профспілок замайоріла жовто-блакитною символікою і прикрасила себе бігбордами з лозунгами «Останови войну! Убери различия! Одень Одессу в цвета солнца и неба!» із жовтим (перед «солнца») і блакитним (перед «неба») сердечками і загалом у суто одеському неповторному колориті заявила, що «Одесса таки Украина», футбольні ультрас і загалом Дніпропетровщина уже не можуть однозначно сприйматися у домайданних електоральних характеристиках і не відповідають їм.

Певні тенденції процесу політичної самоідентифікації українців почали простежуватися фактично від початку грудня. У таких умовах кандидати з передвиборчими програмами, чітко зорієнтованими на минулі вирашні параметри без хоча б мінімального врахування цих новітніх тенденцій, навряд чи можуть розраховувати на широку електоральну підтримку навіть у своїх традиційних регіонах. А отже, на зміну усталеній і апробованій не

одною виборчою (у тому числі й до Верховної Ради також) кампанією політичної риториці, у якій ставка традиційно робилася на регіональних розбіжностях та особливостях, вочевидь, має прийти об'єднавча лексика.

Не в останню чергу така об'єднавча лексика може бути прикладена і до питання подальшого стратегічного курсу України. Стратегічне позиціонування кандидата, викладене, серед іншого, і в його передвиборчій президентській програмі, у нинішніх реаліях цілком може стати маркером його політичної запитаності й політичної адекватності. Гра на патріотичних настроях виборців у нинішніх умовах має безпосереднє відношення і до вектора геополітичного руху України. З урахуванням ситуації стандартний вибір «Росія – ЄС» потребує інших підходів для своєї аргументації, адже має цілком реальні вияви і практичні докази, навіть якщо для пересічного виборця центральних і західних областей ця доказова база частково перебуває в площині інформаційного середовища.

Скажімо, на фоні мілітаризації повсякденного життя українців активна апеляція до Російської Федерації, тези про захист «ущемлених» прав російської меншини (і, в першу чергу, – російської мови) вступають в явне протиріччя із політичною реальністю. У цьому плані виділяються, в першу чергу, М. Добкін та О. Царьов (під час підготовки статті О. Царьов зняв свою кандидатуру, але його програма була залучена до аналізу). Скажімо, в першому ж пункті програми М. Добкіна (розділ 1 «Гуманітарна сфера. Національна ідея») заявлено: «Я виступаю за якнайшвидше відновлення дружніх, партнерських відносин із Російською Федерацією в усіх сферах – і в першу чергу в гуманітарній. Я на законодавчому рівні закріплю права російської мови в Україні, я захищатиму нашу спільну російсько-українську історію, культуру і традиції» [9]. В унісон з ним виступив і О. Царьов, стверджуючи: «Я завжди відстоював нашу співпрацю з Росією, російську мову і нашу велику спільну історію – історію спільних перемог і звершень, досягнень батьків і дідів». Відповідно, вони обидва у своїх програмах в економічному блоці відстоювали економічне стратегічне партнерство із Митним союзом.

Різноманітні і численні соціологічні опитування, які активно проводилися упродовж останніх місяців, особливо починаючи з



грудня 2013 р., професійними соціологічними службами (зокрема, Фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва», соціологічною службою «Рейтинг», Центром Разумкова та деякими іншими), свідчать про початок глибоких трансформацій у політичній свідомості населення України, які виявляються, зокрема, і в зміні пріоритетів щодо вектора зовнішньополітичного розвитку нашої країни.

На сьогодні можна констатувати, що в українському суспільстві та притаманній українцям політичній культурі наявні певні розбіжності між усталеною звичаєвою практикою щодо передвиборчої програми кандидата на пост Президента України і тими вимогами, яким він має відповідати, зокрема, у розвинутому громадянському суспільстві. Програми, написані із використанням політично та морально застарілої лексики, не можуть відповідати повною мірою кон'юктурі сучасного українського політичного ринку. Політичні цілі, сформульовані без урахування новітніх тенденцій і, не в останню чергу, змін у політичній свідомості та самоідентифікації українців, не можуть бути охарактеризовані як релевантні. На часі – перебудова усєї системи стосунків у форматі влада / оновлене громадянське суспільство. Події останніх місяців можуть бути охарактеризовані як паростки нової політичної культури, що починають з'являтися в українському суспільстві. Те, наскільки їх готові сприймати представники політичної еліти нашої країни, стане важливим фактором для подальшого політичного та економічного розвитку країни. На цій підставі має сформуватися також нова якість соціального діалогу між різними соціальними групами і верствами суспільства.

---

1. Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. – К.: Парламентське видавництво, 2011. – 808 с.

2. Лукінова О. Програми кандидатів в Президенти. Найсмійніше (ФОТО) [Електронний ресурс] / О. Лукінова. – Режим доступу : [espresso.tv/article/2014/04/03/prohramy\\_kandidaiv\\_v\\_prezydenty\\_naismishnisha\\_foto](http://espresso.tv/article/2014/04/03/prohramy_kandidaiv_v_prezydenty_naismishnisha_foto)

3. Ялівець Г. Програми кандидатів у президенти. Що обіцяють Порошенко, Добкін і Ярош. [Електронний ресурс] / Г. Ялівець. – Режим доступу: <http://nbnews.com.ua/ua/tema/118756/>

4. Вибори-2014: що кандидати обіцяють українцям у своїх програмах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tsn.ua/politika/vibori-2014-scho-kandidati-obicyayut-ukrayincyam-u-svoyih-programah-344852.html>

5. Григор'єва І. Передвиборча програма як маркетинговий текст [Електронний ресурс] / І. Григор'єва. – Режим доступу: <http://m.day.kiev.ua/uk/article/podrobici/peredviborcha-programa-yak-marketingoviy-tekst>

6. Ковальчук Я. Передвиборчі «гімни» кандидатів [Електронний ресурс] / Я. Ковальчук. – Режим доступу: // <http://www.pravda.com.ua/columns/2014/04/18/7022919/?attempt=1>

7. Українське суспільство 1992–2010. Соціологічний моніторинг / За ред. д.ек.н. В. Ворони, д.соц.н. М. Шульги. – К. : Інститут соціології НАН України, 2010. – 636 с.

8. Українці показали пример патриотизма: только за вчерашний день для армии собрали 10 миллионов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://censor.net.ua/news/278160/ukraintsy\\_pokazali\\_primer\\_patriotizma\\_tolko\\_za\\_vcherashniyi\\_den\\_dlya\\_armii\\_sobrali\\_10\\_millionov](http://censor.net.ua/news/278160/ukraintsy_pokazali_primer_patriotizma_tolko_za_vcherashniyi_den_dlya_armii_sobrali_10_millionov)

9. Всі передвиборчі програми кандидатів у президенти взяті з офіційного веб-сайту Центральної виборчої комісії і знаходяться за адресою: <http://www.cvk.gov.ua/pls/vp2014/WP001>

10. Українці підтримали армію, перерахувавши 33 мільйони гривень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vidomosti-ua.com/ukraine/86639>