



**ЯСІНСЬКА**  
Аліна Юрійвна —  
кандидат політичних наук,  
науковий співробітник відділу  
соціально-політичної історії  
Інституту політичних  
і етнонаціональних досліджень  
ім. І.Ф. Кураса НАН України

## ПИТАННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ГРОМАДЯН УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ДОСВІДУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН

За матеріалами наукового повідомлення  
на засіданні Президії НАН України  
11 вересня 2019 року

*Проаналізовано теоретико-методологічні засади дослідження електоральної невизначеності. Охарактеризовано категорію невизначених виборців як стратегічно важливий сегмент виборчого ринку. Запропоновано визначення поняття «електоральна невизначеність». Простежено еволюцію електоральних настроїв українців і виявлено основні фактори впливу на них. Досліджено роль і значення виборчих технологій у процесі формування електоральних переваг населення. Здійснено порівняльний аналіз електоральної поведінки громадян України та європейських країн (Франції та Польщі).*

**Ключові слова:** електоральна невизначеність, виборча кампанія, електоральні переваги, виборчі технології, електорат.

У демократичних системах вибори є центральним інститутом, через який громадяни реалізують власне виборче право. Оскільки результати виборів безпосередньо залежать від електоральної поведінки громадян, дослідження різних її форм та проявів є важливим. Крізь призму поведінки виборців аналізують електоральну активність, ступінь виборчого абсентеїзму і, власне, електоральну невизначеність.

Категорія людей, які мають сумніви щодо того, за кого з претендентів на владні посади проголосувати на виборах, існувала завжди, тобто електоральна невизначеність громадян не є новим різновидом поведінки. Щоправда, в умовах демократизації вона набула нового забарвлення. Громадяни демократичної країни, знаючи впливу різноманітних чинників (суспільно-політичних, соціодемографічних тощо), абсолютно незалежно намагаються окреслити свої майбутні політичні переваги в умовах плюралізму, запропонованого демократичною системою. Це свідчить

про те, що електоральна невизначеність стала обов'язковим елементом демократичного суспільства.

Однак, якщо участь у виборах дає можливість відчувати себе учасником політичних процесів у власній країні, а відсоток явки виборців демонструє ступінь легітимності влади, то високий рівень електоральної невизначеності громадян та абсентеїзму можуть свідчити про наявність певних проблем у суспільстві, і саме цей момент актуалізує тему дослідження. Відсоток виборців, що не визначилися, не змінить радикально ситуацію, однак від цієї групи може залежати: а) перемога на виборах; б) рівновага сил у парламенті.

Електоральна невизначеність має два виміри. З одного боку, вона засвідчує невизначеність орієнтації громадян, а з іншого — їх небажання озвучувати вже сформовані преференції в передвиборчих опитуваннях. Це ускладнює прогнозування результатів виборів.

Чітко сформованого визначення електоральної невизначеності немає, однак під цим явищем ми розуміємо *стан громадянина, в якому він, будучи наділений виборчим правом для здійснення конвенціональної політичної участі та з урахуванням впливу різноманітних чинників, не має чітко сформованих політичних преференцій, щоб зробити вибір у конкретно визначений період часу*. Найчастіше до невизначених виборців належать особи з низьким рівнем освіти, нечіткими політичними уподобаннями, а також зі слабкою зацікавленістю політикою. Невизначеність має також демографічні особливості: жінки та молодь здебільшого приймають рішення на пізніх стадіях кампанії. Проте на рішення виборця, який вагається, впливають не лише особистісні якості, а й конкретні умови, за яких відбувалася передвиборча кампанія. Нами було з'ясовано, що електоральна невизначеність стосується не лише питання «за кого проголосує виборець», а й «чи візьме особа участь у виборах взагалі». Тобто електоральна невизначеність — це індикатор виборчого абсентеїзму, а електорально невизначений виборець — *стратегічно важливий сегмент виборчого ринку*.

Дослідження українського електорату свідчить про те, що проблема електоральної невизначеності громадян стає дедалі актуальнішою. Україна перебуває на демократичному шляху розвитку, що передбачає політичний плюралізм та наявність категорії населення, що не визначилося, проте, з іншого боку, перманентна економічна й політична нестабільність, яка породжує брак довіри до політиків та політичних інститутів і низьку електоральну активність, провокує зростання рівня невизначеності. В таких умовах участь у виборах часто супроводжується розчаруванням і посиленням недовіри, що, у свою чергу, призводить до зростання рівня абсентеїзму. Електоральна поведінка українців залишається об'єктом численних маніпуляцій на фоні трансформаційних процесів, що відбуваються в українській політиці.

Аналізуючи електоральну невизначеність українських виборців початку ХХІ ст., зазначимо, що вибори до Верховної Ради України (2002 р.) у певному сенсі були переломним моментом. За їх результатами вперше в історії України більшість у Верховній Раді здобули не комуністи. Розглянемо докладніше, як формувалися виборчі преференції та коли саме громадяни визначилися з вибором. Більшість прихильників партій, які подолали 4-відсотковий бар'єр і пройшли до парламенту, мали чітко сформовані політичні преференції ще до виборів. Особливо вирізнявся на цьому фоні електорат Комуністичної партії України, Соціалістичної партії України та виборчого блоку «Наша Україна». За даними соціологічних опитувань, понад 55% респондентів визначилися, за яку політичну силу голосуватимуть, задовго до виборів. Більш як 20% респондентів стверджували, що вони прийняли таке рішення в останні дні виборчої кампанії. Близько 7% опитаних зазначили, що вони прийняли рішення безпосередньо на виборчій дільниці<sup>1</sup>.

Президентські вибори 2004 р. чітко розділили регіони України за критерієм симпатій

<sup>1</sup> Загальнонаціональні опитування exit poll: Парламентські вибори — 1998. Президентські вибори — 1999. Парламентські вибори — 2002. [http://kiis.com.ua/materials/articles\\_VIP/Exitpoll\\_2002.pdf](http://kiis.com.ua/materials/articles_VIP/Exitpoll_2002.pdf)

до двох кандидатів: В. Ющенко (Захід і Центр) та В. Януковича (Схід і Південь). За даними соціологічних опитувань, у квітні 2005 р. наявність розколу українського суспільства на дві ворогуючі частини визнавала майже половина (понад 47%) громадян<sup>2</sup>. Згідно з опитуванням, проведеним Центром ім. О. Разумкова напередодні президентських виборів 2004 р., більше половини громадян вважали, що події в країні розвивалися в неправильному напрямку. Досить негативно вони оцінили діяльність політиків та всіх основних державних інститутів. Проте 24,4% опитаних все ще плекали надію, що після виборів ситуація в країні поліпшиться. За даними іншого опитування, оприлюдненого фондом «Демократичні ініціативи», майбутні президентські вибори викликали значний інтерес у більшості громадян України (73%)<sup>3</sup>.

Аналізуючи президентські вибори 2004 р., зауважимо, що на той час сформувався чіткий регіональний і демографічний розподіл симпатій виборців. Зокрема, В. Ющенко підтримували виборці молодого та середнього віку, а основний його електорат проживав на Заході і в Центрі країни. В. Янукович користувався популярністю серед виборців старшого віку в індустриальних російськомовних східних та південних областях. Регіональні межі підтримки «помаранчевих» та «біло-блакитних», які утвердилися під час виборів 2004 р., майже ідентично відтворилися на парламентських виборах 2006 і 2007 рр., а також на президентських виборах 2010 р.

Президентська виборча кампанія 2010 р. продемонструвала, що в електоральних перевагах населення відбулися певні зміни і кандидатуру В. Януковича підтримали не лише Східний та Південний регіони, а й частина виборців західних та центральних областей

<sup>2</sup> Якименко Ю., Литвиненко О. Регіональні особливості ідейно-політичних орієнтацій громадян України в контексті виборчої кампанії – 2006. *Національна безпека і оборона*. 2006. № 1. С. 2.

<sup>3</sup> Павленко Р. Перед виборами 2004: люди й влада все ще по різні боки. *Українська правда*. 25 травня 2004. <https://www.pravda.com.ua/news/2004/05/25/3000089/>

України. За результатами грудневих опитувань щодо першого туру президентських виборів, відсоток невизначених громадян коливався від 9% (за даними R&V Group, 5–13 грудня 2010 р.) до 19,4% (за даними КМІС, 12–24 грудня 2010 р.). Результати соціологічних досліджень щодо другого туру показали зменшення рівня невизначеності серед громадян: показники коливалися від 6,5% (за даними R&V Group, 5–13 грудня 2010 р.) до 13,4% (за даними TNS, 7–14 грудня 2010 р.)<sup>4</sup>.

Виборчі кампанії в Україні перманентно проводяться зі зростаючою кількістю змін у виборчому законодавстві, технологіях проведення самої процедури виборів, нормах спостереження тощо. Напередодні парламентської виборчої кампанії 2012 р. зміни торкнулися прохідного бар'єру, який зріс до 5%. Ці події, а також політична та економічна ситуація відобразилися на настроях громадян. Українці розділилися у своїх переконаннях щодо участі у виборах. Більшість продовжувала стверджувати, що «участь у виборах — обов'язок громадянина», проте значна частина населення як причину для голосування вказували «звичку брати участь у виборах», «можливість вплинути на ситуацію в країні», а також висловлювали небажання, щоб «їхнім голосом скористався хтось інший».

Уперше ще напередодні виборчої кампанії серед громадян зросло невдоволення щодо недемократичності проведення виборів. Такі настрої можна охарактеризувати як наближення до засад громадянського суспільства. Населення почало більш критично ставитися до себе, зауважувати відсутність постійного громадського контролю за обраною владою. Також змінилися пріоритети при виборі політичної сили. Якщо в 1998 р. головним критерієм було те, що партія «виражає інтереси таких людей, як я», дещо згодом зросла роль «програм, ідей,

<sup>4</sup> Яремчук С. Проблемні аспекти методики прогнозування результатів голосування в Україні. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. 2010. Вип. 25. С. 69–74.

пропозицій», після виборів 2006 р. посилену увагу виборці почали звертати на особистість лідера, а в 2007 р. значна частина українців намагалася обрати «менше зло», то в 2012 р. пріоритетною була програма політичної сили (50%) та симпатія до лідера (30,5%)<sup>5</sup>.

Відповідно до досліджень, проведених фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» напередодні парламентських виборів 2012 р., більша частина українців заявила про свою участь у них. Відсоток тих, хто відповів, що швидше за все не візьме участі, або тих, які були переконанні, що на вибори не підуть, коливався від 17% до 20% (до уваги бралися дані опитувань від квітня до жовтня 2012 р.). Подібна ситуація склалася з виборчими перевагами та невизначеністю українців. Кількість невизначених виборців під час останнього опитування в жовтні становила 24%, хоча попередні показники були дещо нижчими і коливалися у межах 16–20%. Збільшення кількості невизначених виборців безпосередньо перед виборами засвідчило, що час прийняття рішення був відтермінований, можливо, аж до дня голосування. Найвищі показники невизначеності продемонстрували громадяни віком 30–44 роки (30,4%) та молодь 18–29 років (22,3%).

Позачергові вибори президента, що відбулися 25 травня 2014 р., як і кожен вибори, мали свої особливості. В цей час перед країною поставили значно важливіші завдання, аніж участь у виборах. Увагу українців насамперед привертала воєнні дії на сході України, напружене політичне та економічне становище, втрата Криму та низка інших проблем. Уперше виборці цілих регіонів (Донбас, Крим) не мали змоги проголосувати. Як показали результати опитувань, а потім уже й офіційні дані ЦВК, жителі Донецької та Луганської областей в переважній більшості не мали наміру голосувати на виборах (69,4%), а серед тих, хто хотів

**Табл. 1. Коли виборці основних кандидатів визначилися, за кого голосувати під час президентських виборів в Україні у 2004–2019 рр. (за даними Національного екзит-полу)**

Коли виборець визначився	Роки президентських виборів			
	2004	2010	2014	2019
Був прихильником цього кандидата задовго до виборів	71,3	63,0	40,0	45,2
Як тільки почалася виборча кампанія, раніше, ніж за три місяці	—	11,6	16,1	15,8
Раніше, ніж за місяць до виборів	6,0	6,2	11,8	8,7
В останній місяць до виборів	12,4	6,1	12,1	10,6
В останній тиждень до голосування	3,6	3,9	8,2	10,0
В останній день до голосування	2,2	3,5	4,8	3,9
Прямо на виборчій дільниці	2,4	2,3	3,7	2,1
Важко сказати/не знаю	2,1	3,4	3,2	3,8

це зробити, проголосувати змогли лише 5,7% громадян<sup>6</sup>.

Аналіз даних національних екзит-полів щодо того, коли виборці основних кандидатів визначилися, за кого голосувати під час президентських виборів в Україні у 2004–2019 рр.<sup>7</sup>, показав, що більшість виборців задалегідь

<sup>6</sup> Національний екзит-пол: президентські вибори 2014. Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. [https://dif.org.ua/uploads/pdf/1408712237\\_3141.pdf](https://dif.org.ua/uploads/pdf/1408712237_3141.pdf)

<sup>7</sup> Національний екзит-пол: президентські вибори 2014. Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. [https://dif.org.ua/uploads/pdf/1408712237\\_3141.pdf](https://dif.org.ua/uploads/pdf/1408712237_3141.pdf) (Дані 2004–2014 рр.); Національний екзит-пол. Вибори Президента України, другий тур 21 квітня 2019 р. [https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fdif.org.ua%2Fuploads%2Fdoc%2F9228940985cd04c8ef0d270.14469514.docx%3Ffbclid%3DIwAR2086J3a1EXPbDfgTBtJh0K39QQKLOD\\_yZCrhVcQ\\_ZONGDO8M4OdWfgQ5w&h=AT15xZ5vvLbX5XeMRaEUJ6kjK9L20D6MKIsrhHNZYB9soSayNOTeGwd1YSYK4YycE](https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fdif.org.ua%2Fuploads%2Fdoc%2F9228940985cd04c8ef0d270.14469514.docx%3Ffbclid%3DIwAR2086J3a1EXPbDfgTBtJh0K39QQKLOD_yZCrhVcQ_ZONGDO8M4OdWfgQ5w&h=AT15xZ5vvLbX5XeMRaEUJ6kjK9L20D6MKIsrhHNZYB9soSayNOTeGwd1YSYK4YycE)

<sup>5</sup> Україна 2012: політичний портрет. Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. [https://dif.org.ua/uploads/pdf/1378818259\\_2631.pdf](https://dif.org.ua/uploads/pdf/1378818259_2631.pdf)

визначилися зі своїми перевагами. Однак частка тих, хто зробив вибір уже під час виборчої кампанії та безпосередньо на дільницях, залишалася ще досить великою (детальніше див. табл. 1).

Порівнявши дані щодо часу прийняття рішення виборцем під час президентських кампаній 2004, 2010 і 2014 рр., ми дійшли висновку, що відсоткові показники постійно коливалися. До уваги також варто взяти той факт, що кампанія 2014 р. з об'єктивних причин була дуже короткою. П. Порошенко продемонстрував один з найнижчих показників підтримки виборців, які визначилися задовго до голосування, — за нього готові були проголосувати 39,1%. Для порівняння, під час президентських виборів 2004 р. В. Ющенко підтримувало 79,8% виборців цієї категорії, В. Януковича в 2010 р. — 81,5%. Основну протекцію П. Порошенко одержав від жителів Західного регіону. Щодо вікових генерацій, то найбільше його прихильників налічувалося у групі 60 років і старше.

Парламентські вибори 2014 р. відбулися за старою змішаною системою. Явка на виборах становила 51,92% від загальної кількості виборців, внесених до списків на виборчих дільницях<sup>8</sup>. Вибори в черговий раз відзначилися низькою активністю молоді, що, у свою чергу, не сприяло ротації кадрів у вищих ешелонах влади і зумовило проходження до парламенту «старих» політичних сил, які вже неодноразово демонстрували бездіяльність і не виконували обіцянок.

Дослідження, проведене в червні 2014 р. Соціологічною групою «Рейтинг», зафіксувало зміни електоральних переваг українців. Серед населення зріс інтерес до нових політичних сил. Майже третина опитаних вказали, що при виборі партії, за яку голосуватимуть на виборах, шукатимуть альтернативу серед нових. Цей показник зріс майже втричі порівня-

но з 2013 р. Найбільшу готовність голосувати за нові політичні сили продемонстрували жителі Центру України, які протягом тривалого часу характеризувалися відсутністю чітких політичних орієнтацій, на відміну від Заходу та Сходу країни, де електорат значно раніше визначався з політичними вподобаннями.

Безпрецедентні за результатами президентські вибори 2019 р. також відзначилися високими показниками невизначених виборців. Соціологічні опитування показали, що за два тижні до дня голосування не визначилося від 15% до 28% громадян. Серед них переважна більшість — представники найбільш вразливих верств населення та особи без вищої освіти. Крім того, це були частіше жінки, ніж чоловіки. А от за регіонами показники суттєво різняться залежно від соціологічної служби, яка проводила дослідження. За даними «Рейтингу», найвищий відсоток тих, хто не визначився, був зафіксований у Західній Україні (32%), а найнижчий — у Центрі (24%) та на Сході (25%). Натомість КМІС показав протилежну тенденцію: найменше тих, хто не визначився, було у Центрі, на Півдні (20–22%) та на Заході (29%), а найбільшим цей показник виявився на Сході і Донбасі — 35% і 43% відповідно<sup>9</sup>.

Для критичного аналізу явища електоральної невизначеності слід зазначити, що невизначені виборці є не лише в Україні, а й в інших європейських країнах. Для дослідження ми обрали дві країни: Францію та Польщу. Їх важко порівняти за багатьма критеріями, оскільки вони досить різні за основними характеристиками, проте мають певний зв'язок між собою.

Відмінними є форми держави та виборчої системи. Франція — унітарна, президентсько-парламентська республіка, а Польща — також унітарна, але парламентсько-президентська республіка. Законодавчий орган обох країн двопалатний, однак відрізняються виборчі системи: у Франції верхня палата обирається колегією виборників, а нижня — за мажор-

8nxb3mr-IArVJJ8kbFsDSknyOiBNiRNjd-0n3GcNxr3ygf65kkIy0TuUOqdVb9pLGg

<sup>8</sup> Основні статистичні відомості виборчого процесу (станом на день голосування 26 жовтня 2014 року). Вісник Центральної виборчої комісії. 2014. <http://www.cvk.gov.ua/visnyk/index.php?mID=55>

<sup>9</sup> Результати виборів. Що змінять голоси українців, які досі не визначилися? *Українська правда*. 21 березня 2019. <https://www.pravda.com.ua/articles/2019/03/21/7209775/>



Табл. 2. Явка виборців на виборчі дільниці (Україна vs Франція та Польща)

Вибори	Україна (%)			Франція (%)				Польща (%)			
	2014 р.	2019 р.		2012 р.		2017 р.		2010 р.		2015 р.	
		I тур	II тур	I тур	II тур	I тур	II тур	I тур	II тур	I тур	II тур
Президентські	60,19	62,86	61,37	79,48	80,35	78,23	74,62	54,9	55,3	48,96	55,34
Парламентські	2014 р.	2019 р.		2012 р.		2017 р.		2011 р.		2015 р.	
				I тур	II тур	I тур	II тур				
	52,42	49,2		57,2	55,4	48,71	42,64	48,92		50,92	

ритарною системою; у Польщі верхня палата формується на основі мажоритарної системи, нижня – за пропорційною системою з бар'єром 3% для партій та 5% для блоків. Польща – по своєму «нова» країна в ЄС, Франція належить у Європі до країн «старої демократії».

Між Францією та Польщею існує багатовікова приязнь, яка протягом тривалого часу сприяє зближенню країн у культурній сфері, а також інтелектуальним обмінам. Членство в ЄС та НАТО лише зміцнило співпрацю обох держав. За останні роки Польща стала першим торговим партнером Франції в регіоні Центрально-Східної Європи. Країни вважаються активними членами ЄС, особливо щодо співробітництва в рамках Європейської політики сусідства. Співпрацюють держави також і у сфері міжнародної безпеки.

Проаналізувавши президентські та парламентські виборчі кампанії 2000–2015 рр. в обох країнах, ми дійшли висновку, що на формування виборчих преференцій, наприклад, французьких громадян значно впливають: складність та неоднозначність виборчого законодавства, особливості перебігу виборчої кампанії, програмні положення політичної сили та харизматичний образ кандидата.

Аналіз специфіки електоральної поведінки польських виборців дозволяє стверджувати, що полякам властивий значно вищий рівень

абсентеїзму (табл. 2), ніж французам, навіть на президентських виборах, які відвідує більшість поляків.

У Польщі на початку нового тисячоліття президентським та парламентським виборчим кампаніям передували політичні й економічні кризи, що виливалося у демонстрації, протести і мало безпосередній вплив на електоральну поведінку населення. Кожна з досліджених виборчих кампаній несла в собі нові виклики та зміни, які відображалися на виборчих преференціях населення. В польському суспільстві простежується зниження рівня зацікавленості виборами, що може сигналізувати про недовіру до них як до демократичного інституту. Втім, виразною є тенденція зростання інтересу поляків до нових політичних сил і постатей, особливо до тих, чиї виборчі кампанії вирізняються динамікою, що може свідчити про те, що поляків не влаштовує стан країни, а відтак вони перебувають у пошуку своєї ідеальної моделі організації державної влади.

Отже, електоральна невизначеність в Україні не є унікальним явищем. Припускаємо, з одного боку, що зі стабілізацією політичного та економічного життя в нашій державі преференції виборця стануть також більш визначеними. Проте, з іншого боку, слід взяти до уваги, що можуть з'явитися нові виклики, які провокуватимуть електоральну невизначеність.

*A.Yu. Yasinska*

Kuras Institute of Political and Ethnic Studies  
of the National Academy of Sciences of Ukraine (Kyiv)

THE ISSUE OF ELECTORAL UNCERTAINTY OF CITIZENS OF UKRAINE  
IN THE CONTEXT OF THE EXPERIENCE OF EUROPEAN COUNTRIES

According to the materials of scientific report at the meeting  
of the Presidium of NAS of Ukraine, September 11, 2019

Theoretical and methodological principles of electoral uncertainty are analyzed. Electoral uncertainty has been defined as a compulsory element of democratic society that can influence (in certain circumstances) the election results and the balance of power in parliament. The relationship between electoral uncertainty and electoral absenteeism is established. The category of undecided voters is described as a “strategically important segment of the electoral market”. The definition of electoral uncertainty is proposed. The evolution of the electoral moods of Ukrainians is studied and the main factors influencing them are determined. The role and importance of electoral technologies in the process of forming electoral preferences of the population is investigated. A comparative analysis of the electoral behavior of citizens of Ukraine and European countries (France and Poland) is carried out. The features of election campaigns in Ukraine, France and Poland are studied.

**Keywords:** electoral uncertainty, election campaign, electoral preferences, electoral technologies, electorate.