

Міністерство освіти і науки України  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника»

Кафедра журналістики

*Наталія Марчук*

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«ВИБОРЧИЙ ПРОЦЕС»**

*Навчальний посібник*

Івано-Франківськ  
2019

УДК 321+323+329(477)  
ББК 66.2

*Рекомендовано до друку Вченою радою Факультету філології  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника»  
(протокол № 6 від 28 лютого 2019 р.)*

Рецензенти:

**О. І. Липчук** – кандидат політичних наук, доцент кафедри політології Факультету історії, політології і міжнародних відносин ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».

**І. Б. Дебенко** – кандидат політичних наук, асистент кафедри журналістики Факультету філології ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».

**Марчук Н.В. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Виборчий процес». Навчальний посібник** / Наталія Василівна Марчук. – Івано-Франківськ : СІМЕК, 2019. – 180 с.

Навчальний посібник розроблено відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістра спеціальності «Журналістика та медіакомунікація», а також вимог кредитно-модульної організації навчального процесу. Навчально-методична розробка містить пояснювальну записку, конспект лекцій до вивчення дисципліни “Виборчий процес”, а також список рекомендованої літератури.

## ЗМІСТ

Вступ.....	4
Тема 1. Вибори як політичний інститут. Принципи виборчого права та організація демократичних виборів .....	7
Тема 2. Основні етапи виборчого процесу .....	21
Тема 3. Поняття виборчих систем. Мажоритарна виборча система та її характеристика .....	57
Тема 4. Пропорційна виборча система як спосіб забезпечення широкого політичного представництва у парламенті. Змішані виборчі системи.....	74
Тема 5. Референдуми і плебісцити: співвідношення понять.....	92
Тема 6. Виборча кампанія її суть та складові. Стратегія і тактика виборчої кампанії.....	102
Тема 7. Виборчі технології: теорія та практика застосування.....	125
Тема 8. Організація роботи, структура та завдання виборчого штабу.....	136
Тема 9. Поняття, форми та засоби передвиборчої агітації. ....	156
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	170

## ВСТУП

Згідно з Конституцією України носієм суверенітету і єдиним джерелом влади в Україні є народ. Реалізація народом влади відбувається як безпосередньо, так і через органи державної влади та органи місцевого самоврядування. Пріоритетну роль у регулюванні суспільного розвитку відіграє безпосереднє волевиявлення громадян, найвищим проявом якого є вибори, що виконують функцію реального механізму формування органів влади, сприяють залученню громадян до управління державними справами, створюють умови для подолання відчуженості громадян від влади. Виборчий процес є надзвичайно важливим не тільки як інструмент легітимації політичної влади, але і як один із основних індикаторів демократії і всі його етапи детально висвітлюють за у засобах масової інформації. Для якісного оперативного висвітлення інформації журналісти повинні володіти знаннями щодо сутності виборчих відносин, особливостей правового регулювання виборчих відносин, історії проведення виборів в Україні, проблемних питань призначення, організації та проведення виборів Президента України; проблемні питання призначення, організації та проведення виборів народних депутатів України; проблемні питання призначення, організації та проведення всеукраїнських та місцевих референдумів, а також виконання їх рішень; проблемні питання призначення, організації та проведення місцевих виборів.

**Метою** навчального курсу «Виборчий процес» є формування у студентів-журналістів теоретичних знань щодо особливостей світових виборчих систем, досконалого знання всіх етапів та законодавчих норм проведення виборів в Україні, особливостей роботи журналістів під час проведення виборчих кампаній.

Курс "Виборчий процес" покликаний формувати теоретичну базу майбутніх журналістів щодо особливостей процесу виборів, тому метою його вивчення є ознайомлення з ключовими елементами сучасних електоральних кампаній, оволодіння студентами базовими політичними технологіями, розуміння специфіки прийняття електоральних рішень та знання законодавчої бази.

**Основні завдання** навчального курсу «Виборчий процес»:

- поглиблення знань про такі категорії, як вибори, виборча система, мажоритарна виборча система, пропорційна виборча система, комбіновані виборчі системи, виборчий метр;
- ознайомлення з особливостями виборчих систем у країнах з різними типами політичної культури і традиціями, історичним досвідом;
- вивчення основних законів що регулюють виборчий процес в Україні;

- ознайомлення із процесом проведення виборчої кампанії, його основних етапів;
- вивчення сучасних електоральних технологій та інструментарію;
- дослідження особливостей стратегії і тактики виборчих кампаній;
- з'ясування специфіки основних суб'єктів електоральної кампанії, ролі ЗМІ у виборах.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:**

- предмет, завдання і зміст дисципліни;
- поняттєво-категоріальний апарат виборчого права;
- міжнародно-правові стандарти у галузі виборчого права;
- особливості виборчих систем, які застосовуються в Україні та інших європейських державах;
- порядок організації та проведення парламентських, президентських та місцевих виборів в Україні;
- місце виборчої кампанії в політичному житті суспільства;
- основні напрями, тенденції та ключові аспекти електоральних технологій;
- базові принципи, методи, прийоми роботи виборчого штабу з виборцями, конкурентами, агітаторами;
- особливості роботи ЗМІ під час виборчої кампанії.

**вміти:**

- аналізувати чинне виборче законодавство України;
- виявляти існуючі у правовому регулюванні виборчого процесу проблеми та пропонувати шляхи його удосконалення;
- здійснювати експертизу проектів нормативно-правових актів у галузі виборчого права;
- забезпечувати дотримання принципів виборчого права усіма суб'єктами виборчого процесу;
- визначати проблеми та цілі виборчої кампанії, оптимальні шляхи її проведення;
- здійснювати аналіз конкурентів і виборців;
- вибирати оптимальну стратегію позиціонування кандидата чи політичної партії;
- готувати аналітичні й інформаційні матеріали, прес-релізи у ході виборчої кампанії.

Навчальний курс «Виборчий процес» покликаний на основі отриманих теоретичних знань виробити у студентів **компетентності** об'єктивно оцінювати

роль та характер виборів, їх місце в політичній системі; розрізняти типи і види виборчих систем, їх застосуванням в межах української і світової виборчої практики; проводити фаховий аналіз виборчого процесу в цілому та його окремих етапів; аналізувати правові основи проведення виборів в Україні; визначати шляхи реформування виборчої системи України; розуміти та попереджати спроби маніпуляцій, фальсифікацій та застосування брудних виборчих технологій; оцінювати роль ЗМІ на всіх етапах виборчого процесу.

Форма контролю – екзамен, який складається із теоретичних питань та практичних завдань (у письмовій формі).

## **Тема 1. Вибори як політичний інститут. Принципи виборчого права та організація демократичних виборів**

### **План.**

- 1. Вузьке та широке визначення поняття «виборче право». Активне та пасивне виборче право.*
- 2. Принципи сучасного виборчого права. Принцип всезагальності, прямих, таємних і рівних виборів.*
- 3. Основні різновиди сучасних та історичних виборчих цензів.*

### **Зміст лекції.**

#### ***1. Вузьке та широке визначення поняття «виборче право». Активне та пасивне виборче право.***

Виборче право - багатогранне суспільно-політичне явище, яке за своїми цілями та завданнями спрямоване на державне забезпечення та охорону демократичного процесу виборів і дотримання правопорядку усіма суб'єктами виборчого процесу під час виборчої кампанії.

Конституційно-правова доктрина визначає поняття "виборче право" в об'єктивному і суб'єктивному значеннях.

Об'єктивне виборче право - це система норм, принципів і положень, об'єктивованих у нормативно-правових актах, які закріплюють порядок, організацію та процедуру обрання кандидатів у представницькі органи державної влади, органи місцевого самоврядування тощо.

Суб'єктивне виборче право - це нормативно закріплена можливість громадянина України його участі чи неучасті у виборах. Зазначене право передбачене і гарантоване Конституцією і законами України. Суб'єктивне виборче право поділяється на активне і пасивне.

Активне виборче право (право обирати) - це встановлене і гарантоване Конституцією і законами України право громадянина

України шляхом голосування обирати представницькі органи державної влади (Верховну Раду України, Президента України), а також органи місцевого самоврядування (сільського, селищного і міського голів, місцеві ради). Активне виборче право на виборах і референдумах згідно зі ст. 70 Конституції України мають громадяни України, які досягли на день їх проведення вісімнадцяти років. Не мають права голосу громадяни, яких визнано судом недієздатними.

Наука і практика конституційного права розрізняє такі поняття, як "виборці" і "виборщики".

Виборці - це ті особи, які беруть участь у виборах, тобто це електорат (від лат. elector - той, хто обирає, виборець). Виборці, які голосують за конкретну політичну партію або її представника, називаються електоратом партії.

Виборщики - це обрані у першому турі виборів особи, які уповноважені остаточно обрати на виборну посаду конкретного кандидата за умов непрямих (двоступеневих або багатоступеневих) виборів, коли формування якогось представницького органу чи обрання посадової особи відбувається шляхом подання виборцями своїх голосів не безпосередньо за кандидатів на виборну посаду, а за виборців другого ступеня - виборщиків<sup>1</sup>. Така система діє на виборах Президента США: у першому турі виборці обирають виборщиків, а в другому турі виборщики обирають главу держави.

Пасивне виборче право (право бути обраним) - це встановлене і гарантоване Конституцією і законами України право громадянина України балотуватися і бути обраним на відповідні посади, зокрема народного депутата України, депутата місцевих рад, міського голови.

Можливість використання пасивного виборчого права громадянином України залежить від ряду умов: місцеві чи загальнодержавні вибори, вибори Президента України чи селищного голови, депутата місцевих рад чи народного депутата Верховної Ради України. Так, відповідно до ч. 2 ст. 103 Конституції України Президентом України може бути обраний громадянин України, який досяг тридцяти п'яти років, має право голосу, проживає в Україні протягом десяти останніх перед днем виборів років та володіє державною мовою. Одна й та сама особа не може бути Президентом України більш ніж два строки підряд.

Депутатом, сільським, селищним, міським головою згідно зі ст. 9 Закону України "Про вибори депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, місцевих рад та сільських, селищних, міських голів" може бути обраний громадянин України, який на день виборів досяг вісімнадцяти років та має право голосу відповідно до ст. 70 Конституції України. Проте депутатом, сільським, селищним, міським головою не може бути обраний громадянин України, який має судимість за вчинення умисного злочину, якщо ця судимість не погашена<sup>1</sup> або не знята<sup>2</sup> у встановленому законом порядку.

Законодавчі вимоги щодо реалізації громадянином України свого активного і пасивного виборчого права досить різні. Зокрема, голосувати на виборах Верховної Ради України може дієздатний громадянин України, який на момент виборів досяг 18 років. Проте реалізувати своє пасивне виборче право, тобто бути обраним народним депутатом України, може громадянин України, який на момент виборів досяг 21 року.

## ***2. Принципи сучасного виборчого права. Принцип всезагальності, прямих, таємних і рівних виборів.***

Принципи виборчого права України - це основні засади, керівні положення, що визначають сутність і зміст реалізації та гарантування виборчих



прав громадян України і забезпечують передбачений Конституцією та законами України порядок організації і проведення всіх виборів у державі.

Дотримання демократичних принципів виборчого права забезпечує реальний характер волевиявлення народу та легітимність обраних представницьких органів влади. У міжнародно-правових документах зафіксовані загальновизнані принципи виборчого права. Воля народу відповідно до ч. 3 ст. 21 Загальної декларації прав людини повинна бути основою влади уряду, і ця воля повинна виявлятися у періодичних і нефальсифікованих виборах, що мають проводитися згідно із загальним і рівним виборчим правом шляхом таємного голосування або ж через інші рівнозначні форми, що забезпечують свободу голосування.

Конституція України (ст. 71) визначає найважливіші принципи виборчого права, а саме: загального, рівного, прямого виборчого права шляхом таємного голосування. Конституційні принципи виборчого права є універсальними, оскільки стосуються всіх законодавчо встановлених видів виборів, що відбуваються в Україні. Конкретизація конституційних принципів здійснюється у виборчому законодавстві.

Принцип загального виборчого права означає, що активне виборче право, тобто право обирати, мають усі дієздатні громадяни України, яким на день голосування виповнилося 18 років. Виборче право мають лише громадяни України, що пояснюється винятково важливою роллю виборів у процесі організації та діяльності держави і суспільства загалом. Зміст цього принципу полягає у неможливості обмеження виборчих прав громадян України через походження, соціальний чи майновий стан, расову чи національну приналежність, стать, освіту, політичні погляди, релігійні переконання, рід та характер занять.

Проте забороняється застосування обмежень щодо участі громадян у виборчому процесі, які не передбачені Конституцією України та іншими нормативно-правовими актами. Згідно зі ст. 64 Конституції України окремі обмеження виборчих прав громадян можуть встановлюватися лише в умовах воєнного або надзвичайного стану. До того ж має бути зазначений строк дії цих обмежень, зокрема надзвичайний стан на території України може бути введено на строк від 30 до 60 діб.

Принцип рівного виборчого права вказує на те, що громадянин України на тих чи інших виборах має лише один голос, який є рівнозначним голосу будь-якого іншого виборця, котрий бере участь у голосуванні. Виборець голосує на виборах лише один раз і на тій виборчій ділянці, де внесений у список виборців. Не може бути привілеїв чи обмежень у голосуванні на виборах за ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та

соціального походження, майнового стану, мови (ч. 2 ст. 24 Конституції України).

Брати участь у виборах Президента України, до Верховної Ради України можуть і ті громадяни України, котрі перебувають у місцях позбавлення волі. Таке рішення прийняв Конституційний Суд України. Мотивація цього рішення ґрунтується на положеннях ч. 1 ст. 64 та ч. 2 ст. 70 Конституції України, згідно з якими права і свободи людини і громадянина не можуть бути обмежені, крім випадків, передбачених Конституцією України, а саме: визнання судом особи недієздатною.

Принцип рівного виборчого права мають і учасники виборчого процесу з пасивним виборчим правом. Така рівність виявляється у створенні однакових умов для осіб чи партій, які балотуються на виборах, у проведенні ними агітаційних заходів, у тому числі й через телебачення та радіомовлення, у створенні приблизно однакових за кількістю населення виборчих округів та встановленні загального для всіх порядку висування кандидатів тощо. Наприклад, Закон України "Про вибори народних депутатів України" від 17 листопада 2011 року визначив, що вибори депутатів здійснюються на засадах змішаної (пропорційно-мажоритарної) системи з обранням 225 депутатів за пропорційною системою у загальнодержавному багатомандатному виборчому окрузі за виборчими списками кандидатів у депутати від політичних партій і 225 депутатів за мажоритарною системою відносної більшості в одномандатних виборчих округах. Це означає, що отримання депутатського мандата громадянином України можливе як через членство в одній із партій, яка бере участь у виборчих перегонках і здобула перемогу в них, тобто пододала п'ятивідсотковий бар'єр, так і шляхом перемоги в одномандатному виборчому окрузі. Принцип рівності виборчого права визначається й тим, що кожний виборець має в одномандатному та загальнодержавному округах по одному голосу. Крім того, виборець може використати право голосу тільки на одній виборчій дільниці, де він включений до списку виборців.

Принцип прямого виборчого права означає, що отримання мандата кандидатом на зайняття тієї чи іншої виборної посади у представницькому органі можливе лише через волевиявлення виборців, тобто через їхнє голосування, яке є остаточним і наступному перегляду не підлягає. Принцип прямого волевиявлення передбачений і гарантований Конституцією України: "Носієм суверенітету і єдиним джерелом влади в Україні є народ" (ч. 2 ст. 5).

У науці конституційного права розрізняють непрямі і прямі вибори. Непрямі (багаторівневі) вибори відбувалися в Україні з 1924-го по 1938 рік. Непряме виборче право має місце за умови проведення багаторівневих виборів до органів публічної влади. Пряме волевиявлення є більш демократичним

процесом, ніж непряме, оскільки в результаті прямого волевиявлення громадян шляхом голосування безпосередньо виборцями формуються органи державної влади, органи місцевого самоврядування, або заповнюється вакантна виборна посада - міського голови, депутата місцевих рад тощо.

Принцип вільних виборів означає, що виборець самостійно, без будь-якого тиску, вирішує - брати участь у виборах чи ні. Участь громадян України у виборах є добровільною. Ніхто не може бути примушений до участі чи неучасті у виборах. Крім того, забороняється перешкоджання вільному волевиявленню виборців через застосування будь-якого примусу, в тому числі й через підкуп, обман, погрози, насильство тощо.

Законодавством України не передбачено обов'язкового голосування, тому виборці юридично не зобов'язані брати участь у виборах. Вибори вважаються такими, що відбулися, за умови голосування хоча б одного виборця. Участь у виборах - це громадянський обов'язок громадянина України. Проте в Австрії, Пакистані, Бельгії, Італії та в деяких інших державах участь у виборах - це юридичний, а не громадянський обов'язок. Так, відмова громадянина Австрії брати участь у виборах тягне за собою адміністративне покарання у вигляді штрафу, у Пакистані - кримінальну відповідальність у вигляді каторжних робіт.

На думку деяких учених, участь у голосуванні громадян України на виборах має бути визначена не як право, а як юридичний обов'язок. Так, М.В. Цвік стверджує, що закріплення в майбутньому обов'язку громадянина України брати участь у голосуванні здатне позитивно вплинути на свідомість громадян, а санкції за неявку на вибори не можуть бути суворими, як у Пакистані, проте повинні мати виключно превентивний характер. Водночас, змістовним виявом принципу вільних виборів є неможливість переслідування, притягнення до відповідальності громадянина України за неучасть у виборах.

Абсентеїзм - це неучасть у виборах, що фактично означає відмову від голосування. Неголосування виборця може бути спричинене різними обставинами, тому виокремлюють декілька видів абсентеїзму: політичний, соціально-економічний, аполітичний.

Політичний абсентеїзм вбачається у тому, що виборець не голосує на виборах і тим самим висловлює протест усім політичним партіям, окремим кандидатам та їхній передвиборній програмі, політичним уподобанням тощо. Політичний абсентеїзм має місце за умови невпевненості виборця щодо проведення чесних виборів.

Соціально-економічний абсентеїзм ґрунтується на висловленні протесту виборця проти соціально-економічного рівня розвитку держави і суспільства: соціальна незахищеність певних категорій осіб, безробіття, бюрократія в органах

державної влади, високі ціни на товари та послуги в державі, екологічна забрудненість тощо.

Аполітичний абсентеїзм значною мірою полягає саме в індивідуальних якостях виборця, його інертності до сприйняття тих процесів, що відбуваються в державі. Аполітичний абсентеїзм полягає в байдужості виборця до подій, що відбуваються в державі та суспільстві, і не містить ознак політичного, економічного та іншого незадоволення. Щоправда, витoki аполітичності виборця можуть мати різне підґрунтя, наприклад, зневіра у покращення життя в державі, спричиненої якимось непересічним фактом у житті людини, наприклад, невдала спроба судового захисту своїх прав та свобод, обман та ін.

Принцип таємного голосування, вперше запроваджений у Франції в 1848 році, вказує на законодавчу заборону будь-якого контролю за волевиявленням виборця (відеоспостереження, фотографування та ін.). Відмітки у бюлетені виборець має робити самостійно у спеціально обладнаній кабінці чи кімнаті, де повинен знаходитися сам. Якщо виборцем є особа, яка для реалізації свого права голосу потребує сторонньої допомоги (через неписьменність, ослаблений зір та ін.), то таку допомогу може надати найближчий її родич або стороння особи, яка не має якоїсь особливої особистої зацікавленості у результатах виборів, наприклад, не балотується на виборах, не є спостерігачем. Водночас члени виборчих комісій не можуть надавати таку допомогу.

Виходячи зі змісту конституційних норм і загальної теорії принципів права, з огляду на сферу їх застосування та цільового призначення принципи виборчого права можна поділити на загальні та спеціальні.

Загальними принципами виборів як основної форми безпосередньої демократії в Україні, поряд із зазначеними вище, є такі принципи: суверенності народу, повновладдя та єдиновладдя народу, безпосереднього волевиявлення народу; поєднання безпосередньої та представницької демократії, політичного плюралізму, законності та конституційності тощо.

Спеціальними принципами виборів в Україні є: принцип багатопартійності виборів, публічності та відкритості виборчого процесу, організації виборів спеціальними незалежними органами, спеціального фінансування виборів, альтернативності та ін.

Дотримання зазначених вище принципів дає можливість забезпечити проведення демократичних виборів, тобто таких, які б з великою точністю віддзеркалювали політичні погляди та уподобання виборців.

### ***3. Основні різновиди сучасних та історичних виборчих цензів.***

Виборчі обмеження (цензи) – офіційно визначені умови й ознаки, на підставі яких обмежується виборче право громадян. Виборчі цензи

встановлювалися за наступними ознаками: володіння майном або розмір сплати податків (майновий (податковий) ценз), расова чи етнічна приналежність, походження (класовий ценз), стать (статевий ценз), освіта (ценз грамотності (освіти), термін осілості (ценз осілості), мова, віросповідання, політичні переконання, рід і характер занять (військовий ценз). Іноді законодавство встановлює деякі загальні обмеження щодо соціальної поведінки виборців. Наприклад, в законах деяких штатів США йдеться про те, щоб виборець мав “здоровий глузд”, “добру вдачу” тощо. У конституції Італії 1947 р. припускається обмеження виборчих прав у випадках скоєння “негідних вчинків, зазначених у законі”. Тут мається на увазі й невідповідна політична поведінка, зокрема різного роду зловживання на самих виборах. Хоча зараз у більшості країн світу виборчі цензи зведені до мінімуму, усе ж ніде право голосу не надається усім жителям. Щоб бути включеною до числа виборців, людина повинна: а) відповідати певним ознакам, “кваліфікаційним критеріям” – насамперед бути громадянином країни, досягти відповідного віку; б) не підпадати під категорію осіб, позбавлених виборчих прав у законодавчому порядку. Так, в палату представників конгресу США може бути обраним лише американець, який досяг 25-річного віку і є громадянином США не менше 7 років. Депутат обов’язково повинен проживати в виборчому окрузі, в якому він обирається. У Великобританії для кандидатів, що балотуються в палату общин британського парламенту передбачено ряд обмежень. Членами цієї палати не можуть бути: іноземці, судді, професійні кадрові працівники міністерств і центральних відомств, дипломатичні працівники, військовослужбовці, керівники публічних корпорацій (Бі-Бі-Сі, Незалежне телевізійне управління). Дані обмеження мають серйозні пояснення: перебування на вказаних посадах потребує політичної безпристрасності, суддівської стриманості та інших якостей, які є несумісними з членством у парламенті. Разом з тим британська виборча система передбачає, що представники даних професій можуть бути обраними в палату общин, якщо вони підуть у відставку із займаних посад. У різні часи деякі країни, зокрема Австралія, США та Фінляндія, накладали заборону на діяльність комуністичної партії як такої, що є позасистемною. У 1953 та 1956 рр. Німеччина вчинила такий же крок стосовно Націонал-соціалістичної партії нового Рейху та комуністичної партії відповідно. Але небезпека, яку позасистемні партії становлять для сучасної демократії, є більше уявною, ніж реальною. Законодавство встановлює також обмеження для тих, хто скоїв кримінальні злочини й відбуває покарання. Закон України про вибори забороняє будь-які обмеження виборчого права, крім тих, які визначені в цьому законі. Так права на участь у голосуванні не мають особи, які визнані судом недієздатними (психічно хворими). Позбавлені такого права на відповідний

період часу й ті, хто за вироком суду відбуває покарання. В Україні існують певні застереження щодо права бути обраними для таких категорій населення: військовослужбовці, судді та прокурори, державні службовці.

**Ценз громадянства.** Офіційне обмеження виборчого права на основі громадянства виборця. Один з небагатьох виборчих цензів, які на сьогоднішній день використовуються у всіх країнах. Національне виборче законодавство надає виборче право тим виборцям, які є громадянами даної держави. Вимога належності до громадянства пов'язана з тим, що виборче право – це найважливіша форма участі громадянина в управлінні державними справами. Сьогодні ця норма все частіше піддається критиці. Відповідно до демократичної ідеї участі кожного у власних справах варто було б визнати виборче право за кожним мешканцем держави, а не тільки за громадянами. Але такий підхід дотепер зміг затвердитися тільки в Європейському Союзі й лише відносно громадян Союзу. Так, до участі у виборах до Європарламенту, що проходили у 1979 р. на території Ірландії та Нідерландів, були допущені громадяни інших країн – членів ЄС. У Німеччині така норма стосується тільки комунальних виборів. З огляду на певні історичні обставини, викликані сецесією Ірландії у 1921 р., законодавство Великобританії надає право на участь у загальних виборах громадянам Ірландії, які проживають на території Сполученого Королівства. В Україні правом голосу володіють лише громадяни України, яким на день виборів виповнилося вісімнадцять років. Громадянами України є всі особи, які відповідно до ст. 1 Закону України “Про громадянство України” мають правовий зв'язок з Українською державою, що виражається у їх взаємних правах і обов'язках, які відповідно до Конституції України належать виключно громадянам держави. У виборах народних депутатів України мають право брати участь також громадяни, які проживають або перебувають в період підготовки й проведення виборів за межами України на законних підставах. Такі громадяни отримують документи, що дають право на виїзд з України та посвідчують особу громадянина України під час перебування за її межами, зокрема: закордонний паспорт громадянина України; посвідчення особи моряка чи посвідчення члена екіпажу. Лише за наявності цих документів громадяни України включаються до списків виборців на виборчих дільницях, утворених при дипломатичних та інших офіційних представництвах і консульських установах України за кордоном. Отже, громадяни України, які виїхали з України з порушенням законного порядку виїзду за кордон позбавлені виборчого права, хоча ст. 70 Конституції України не передбачає обмеження права голосу залежно від підстав (законних чи незаконних) перебування громадянина України за межами України.

**Віковий ценз.** Офіційне вікове обмеження виборчого права громадян. Володіння правом голосу передбачає, що виборець спроможний мати свою

думку з політичних питань і висловлювати її. Вважається, що така здатність формується з настанням повноліття. Вік сьогодні становить головний виборчий ценз. До 1960-х, навіть до 1970-х рр. віковий ценз становив переважно 21 рік. У більшості європейських країн віковий ценз було встановлено в межах 21-25 років. Такий підхід об'єктивно обмежував політичну активність молоді. Тільки в другій половині ХХ ст. динаміка суспільно-політичного життя призвела до зниження вікового цензу для активного виборчого права. У Великобританії право приймати участь у виборах з 18 років було встановлено в 1969 р., в США – у 1971 р., у Франції – в 1981 р., у Греції – в 1982 р. У чотирьох країнах – Бразилії, Кубі, Ірані та Нікарагуа встановлена ще нижча вікова межа для активного виборчого права. Так у Німеччині віковий ценз послідовно був знижений спочатку до 21 року, а потім до 18 років. Однак сьогодні в деяких федеральних землях Німеччини вік для участі в муніципальних виборах знижений уже до 16 років. Більше того, сьогодні пропагується фактично здійснюване батьками “дитяче виборче право”, з яким пов'язують надії на добродійний вплив на сімейне законодавство. Але через те, що в дійсності мова йде про подвійне або навіть багаторазове виборче право для батьків, а представництво як таке при ухваленні виборчого рішення не сумісне з принципами демократичного виборчого процесу, то шанси на ще більше зниження віку виборчої активності, мабуть, незначні. У Швейцарії та Японії віковий ценз і зараз дорівнює 20 рокам. Водночас і в наші дні зберігається різниця між віковим цензом для активного і пасивного виборчого права. Перший, за загальним правилом нижчий, ніж другий. Віковий ценз пасивного виборчого права встановлено в межах 23-25 років для депутатів нижніх палат парламентів і 30-40 років для верхніх палат. Наприклад, на виборах до нижньої палати парламенту Великобританії віковий ценз для активного виборчого права становить 18 років, для пасивного – 21 рік, у Франції, відповідно, - 18 і 23 роки, в Бельгії, Італії, Канаді, Нідерландах, США та деяких інших країнах – 18 і 25 років, Японії – 20 і 25 років. Водночас у Фінляндії і Швейцарії вікові цензи для активного і пасивного виборчого права збігаються. Це ж стосується і ФРН. Характерно, що на виборах до верхньої палати там, де вони обираються, віковий ценз для пасивного виборчого права звичайно вищий, ніж до нижньої. Так, в США правом бути обраними до палати представників наділені всі громадяни 25-річного віку, а до сенату – 30-річного. У інших країнах відповідні цензи дорівнюють: Бельгія і Італія – 25 і 40 років, Франція – 23 і 25, Японія – 25 і 40, Франція – 23 і 25, Японія – 25 і 30. У Італії навіть ценз для активного виборчого права до верхньої палати вищий, ніж до нижньої, і дорівнює 25 рокам. У Корейській Народній Демократичній Республіці (КНДР) існує найнижчий у світі віковий ценз для обрання – 17 років, а найвищі показники спостерігаємо в

Екваторіальній Гвінеї (45 років), Єгипті, Йорданії, Кувейті та Туреччині (30 років). У двох країнах встановлено і верхню вікову межу для обрання – 60 років у Екваторіальній Гвінеї і 75 років у Ірані. В Україні право обирати до органів влади мають усі її громадяни, яким на день голосування виповнилося 18 років, а бути обраним народним депутатом України – ті, хто на день виборів досяг 21 року. Президентом України може бути обраний громадянин України, який досяг 35 років. Передбачений вісімнадцятирічний вік (на день виборів) виборця встановлений безпосередньо Конституцією України (ст. 70). Це зумовлено тим, що саме з настанням зазначеного віку чинне законодавство України (зокрема Цивільний кодекс України) пов'язує набуття особою повної дієздатності, тобто здатності особи самій і на власний розсуд розпоряджатися своїми правами і нести відповідальність за вчинені дії. Такий вік вважається достатнім для того, щоб приймати обгрунтовані й усвідомлені рішення, які реалізуються в ході голосування, про делегування своєї влади своїм представникам. Визначений віковий ценз може бути підтверджений лише наступними документами: паспортом громадянина України, паспортом громадянина України для виїзду за кордон, тимчасовим посвідченням громадянина України, дипломатичним паспортом, службовим паспортом, посвідченням особи моряка, посвідченням члена екіпажу, віськовим квитком для військовослужбовців строкової служби. Дані документи, визнані законом також як такі, що підтверджують і громадянство виборця.

**Ценз дієздатності.** Офіційне обмеження виборчого права на основі недієздатності виборця. На основі ст. 2 Закону України “Про вибори народних депутатів України” не мають право голосу громадяни, визнані судом недієздатними.

**Ценз осілості.** Офіційне обмеження виборчого права на основі встановлення необхідності проживання протягом певного строку на території відповідного виборчого округу або адміністративної одиниці. Факт існування цензу осілості відповідає історично зумовленим поглядам на виборчий округ як на територіальну корпорацію, населення якої є певною спільнотою з єдиними інтересами. Але виборчі округи далеко не завжди збігаються з адміністративно-територіальними одиницями, котрі хоч якось могли б претендувати на визнання такими корпораціями. До того ж за часів революцій XVII-XVIII ст. територіальна організація більшості країн була докорінно змінена без урахування тих відповідних одиниць, що склалися історично. Однак ценз осілості у більшості випадків сьогодні залишається єдиним реальним виборчим цензом. Ценз осілості існує в багатьох країнах. Однорічний ценз осілості було передбачено наприкінці XIX ст. – на початку XX ст. у законодавстві Австрії, Бельгії та Японії, а дворічний – Іспанії. У США він становить один місяць для участі у



президентських виборах і від трьох місяців до одного року для решти виборів (конгрес, сенат, губернатора та ін), в Австралії, ФРН і Японії – три місяці, в Бельгії та Франції – шість місяців, Канаді та Фінляндії – дванадцять місяців. Звичайно цей ценз зумовлює необхідність проживання протягом встановленого строку на території відповідного виборчого округу або адміністративної одиниці. У окремих країнах ценз осілості виражено у загальній формі. Наприклад, у конституції Ісландії сказано, що для участі в голосуванні на парламентських виборах потрібно проживати в країні не менше, ніж п'ять років. Аналогічний строк осілості для надання активного виборчого права встановлено в Норвегії, а для пасивного права тут він становить десять років. У Австралії, окрім тримісячного цензу осідлості у відповідному виборчому окрузі, запроваджено вимогу проживати в країні не менше, ніж півроку до початку складання виборчих списків. Іноді ценз осілості встановлюється в непрямій формі. Зокрема, у Великобританії до участі в голосуванні не допускаються ті громадяни, котрі хоч і мають виборчі права, але за місяць до дня виборів не були зареєстровані, у Ірландії для участі у виборах необхідно тільки “мати місце для сну”. В Україні бути обраним народним депутатом може той, хто проживає в Україні протягом останніх п'яти років, а Президентом України – хто проживає в Україні протягом десяти останніх перед днем виборів років.

**Військовий ценз.** Офіційне обмеження виборчого права військовим. У Великобританії військові та поліцейські позбавлені права бути обраними до палати громад парламенту. Згідно з чинним тут законодавством вони зобов'язані дотримуватись політичного нейтралітету й автоматично втрачають роботу у разі висунення їхньої кандидатури до парламенту. Ця ж норма поширюється на державних службовців та церковних ієрархів. Подібна норма передбачена й у виборчому законодавстві України. Так, зокрема військовослужбовці Збройних Сил, Національної Гвардії, Прикордонних військ, Управління державної охорони, військ Цивільної оборони, Служби безпеки України, інших утворених відповідно до законів України військових формувань (крім тих, хто проходить строкову військову або альтернативну службу), особи рядового і начальницького складу органів внутрішніх справ України позбавлені пасивного виборчого права. Щоб бути зареєстрованими кандидатами у депутати, їм необхідно подати до окружної виборчої комісії особисте зобов'язання про припинення виконання службових повноважень на період виборчої кампанії.

**Статевий ценз.** Офіційне обмеження виборчого права за статевою ознакою. Обмеження права участі у виборах жінкам. Тривалий час виборче право було суто “чоловічим” і не поширювалось на жінок. Ценз за ознакою статі був одним з найстійкіших обмежень виборчого права. Боротьба за скасування цього обмеження, яка розгорнулась в Європі та Америці, отримала назву

суфражизм і лише після Другої світової війни призвела до емансипації жінок. Рівне право брати участь у виборах і чоловікам і жінкам вперше було запроваджене 1893 р. у Новій Зеландії. У період з вісімдесятих років XIX ст. і до Першої світової війни активне виборче право було визнане законодавством шести штатів США. На початку нашого століття емансипація жінок на виборах мала місце в Австралії, Норвегії та Фінляндії. Причому у відповідних європейських країнах жінки могли не тільки голосувати, але й балотуватися на виборах. У США виборчі права жінки отримали лише в 1920 р., а в цілому ряді європейських країн і в Японії – після Другої світової війни, в Швейцарії – аж у 1971 р. Однак ще й досі жінки позбавлені виборчих прав у Кувейті.

**Ценз грамотності (освіти).** Офіційне обмеження виборчого права на основі освіти (грамотності) виборця. У Італії за конституцією 1848 р. необхідною умовою участі у виборах було вміння читати й писати. Ценз грамотності встановлювався і в конституції Португалії 1911 р. У Англії аж до сер. XX ст. існували окремі університетські виборчі округи, де професори користувалися подвійним виборчим вотумом. Ценз грамотності у деяких штатах США існував аж до 1970 р.

**Класовий ценз.** Офіційне обмеження виборчого права громадян на основі їх класової приналежності. Було характерним для комуністичних режимів. Так в Росії, після жовтневої революції, виборчим правом могли користуватись лише громадяни, “що отримували засоби до існування суспільно-корисною працею”, а також солдати, матроси, починаючи з 18 років, причому місцеві ради на свій розсуд могли й понизити останню норму. Крім того з почуття “солідарності трудящих всіх націй” виборче право надавалося іноземним громадянам Росії, якщо вони належали до робітничого класу й не експлуатували найманої праці. Від участі у виборах були відсторонені особи, що застосовували найману працю з метою отримання прибутку; особи, що жили з нетрудових доходів (процентів з капіталу, прибутків від підприємств, доходів від нерухомого майна); торговці та комерційні посередники; монахи та служителі релігійних культів; співробітники колишньої поліції, жандармерії, а також члени царської родини. До того ж більшовики активно позбавляли виборчих прав й інші категорії виборців. При цьому вони користувалися положенням Конституції, яка дозволяла “керуючись інтересами робітничого класу в цілому”, позбавляти прав “окремих осіб і окремі групи осіб, які користуються ними всупереч інтересам соціалістичної революції”.

**Виборчі привілеї (плюральный вотум).** Практика надання окремим категоріям населення більшої кількості голосів порівняно з іншими виборцями. Підставами для надання таких привілеїв можуть бути майнове становище, величина сплати податків, освітній рівень, громадянство, сімейне становище,

тощо. Дана практика застосовувалася у виборчому законодавстві деяких держав в минулому і є яскравим прикладом порушення принципу рівності виборчих прав.

### Література.

- Балабан Р. В. Теорія виборчої системи. – К., 2007. – 112 с.
- Білоус А.. Політичні об'єднання України. - К., 1993.
- Бучин М. А. Демократичні принципи виборів: політико-правові аспекти регулювання в Україні : моногр. / М.А. Бучин. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2012. – 364 с.
- Бучин М. А. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні : монографія / М. А. Бучин. – Львів : ЛІСВ, 2009. – 231 с.
- Вибори і референдум в Україні: проблема теорії і практики : збірник / ред.: М. Рябець та ін. – К. : Арттек, 2001. – 360 с.
- Виборче законодавство: українська практика, міжнародний досвід та шляхи реформування / за заг. ред. Радченка Є.В. – К.: Факт, 2003. – 258 с.
- Вишняк О. І. Електоральна соціологія: історія, теорії, методи / О. І. Вишняк. – К. : Ін-т соціології НАНУ, 2000. – 309 с.
- Граф Г., Зайлер Г. Выборы и избирательное право в классовой борьбе. - М., 1974.
- Кіс Т. І. Виборчі системи та їхні політичні наслідки // Нова політика. - 1996. - №2, 4.
- Ковлер А. И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт. – М., 1995.
- Конституционное (государственное право) зарубежных стран: Том 1-2. Часть общая / Отв. ред. проф. Б. А. Страшун. - М.,2000.
- Лысенко В. И. Выборы и представительные органы в новой Европе: политический опыт и тенденции 80-90-х годов. - М., 1994.
- Лукаш Т. Виборче право, виборчий процес і виборча система: огляд порядку денного / Т. Л. Лукаш // Гілея. – 2012. – № 10. – С. 544-549.
- Лукаш Т. Основні принципи виборчого права / Т. Лукаш // Гілея. – 2012. – № 8. – С. 558-562.
- Мазур О. Г. Виборчі системи: світовий досвід / О.Г. Мазур. – Луг. : СУДУ, 1999. – 36 с.
- Малкин Е. Основы избирательных технологий и партийного строительства / Е. Малкин, Е. Сучков. – К. : Издательство «Основні цінності», 2005. – 528 с.
- Малкин Е. Политические технологии. 2-е (7-е) стер. изд. / Е. Малкин, Е. Сучков – М. : «Русская панорама», 2008. – 680 с.
- Марцеляк О. Конституційні засади виборчого права України (загальнотеоретична характеристика) / О. Марцеляк // Право України. – 2013. – № 5. – С. 38-46.
- Надане А. Выбор избирательных систем // Полис. - 1993. - №3.- С. 70-79.
- Паппи Ф. У. Политическое поведение: мыслящие избирателии многопартийные системы // Политическая наука: новые направления. - М.,1999.- С.262-280.
- Пугачев В. П., Соловьев А. И. Введение в политологию: Учебник для студентов высших учебных заведений. - М., 2000.
- Пуфлер Е. Партийна система України: особливості формування, тенденції подальшої трансформації. - К., 1997.
- Рябов С. Г. Політичні вибори: Навчальний посібник. - К., 1998.
- Савенко М. Активне виборче право : теоретичний аспект / М. Савенко // Право України. – 2013. – № 5. – С. 122-134.
- Сарторі Дж. Порівняльна конституційна інженерія. – К. : Арттек, 2001. – 212 с.

- Таагапера Р., Шугарш М. С. Описание избирательных систем // Полис. - 1997. - №3.
- Уоллерстайн М. Избирательные системы, партии и политическая стабильность // Полис. - 1992. - № 5-6.
- Фузаро К. Правила переходного периода. Новое избирательное законодательство Италии 1993 года // Реформа избирательной системы в Италии и России: опыт и перспективы. Отв. ред. Лысенко В.И. - М., 1995. - С.8-38.
- Чиркин В. Е. Формирование парламента // Основы сравнительного государственоведения. - М., 1997. - С. 197-210.
- Шаповал В. М. Конституційне право зарубіжних країн. - К., 2001. - С.118-126.
- Шведа Ю. Соціологія партійних систем Моріса Дюверже // Нова політика. - 1996. - №4. - С.31-37.
- Шведа Ю. Р. Вибори та виборчі системи. Європейські стандарти та досвід для утвердження демократії в Україні.- Львів, 2010. – 462 с.
- Шведа Ю. Партії та вибори: європейський досвід і українські реалії. Енциклопедичний словник.- Львів, 2009.- 500 с.
- Полторак В. Избирательные кампании: научный подход к организации / В. Полторак, О. Петров. – К. : Знання України, 2004. – 120 с.
- Шведа Ю. Р. Партії та вибори : енциклопедичний словник / Ю. Р. Шведа. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – 750 с.
- Шведа Ю. Політичні партії у виборах: теорія та практика виборчої кампанії : навч.-метод. посіб. / Ю. Шведа. – К. : Знання, 2012. – 373 с.

## **Тема 2. Основні етапи виборчого процесу**

### **План.**

- 1. Поняття виборчого процесу. Суб'єкти і засади виборчого процесу.*
- 2. Стадії виборчого процесу.*
- 3. Форми незаконного впливу на виборців, способи протидії.*
- 4. Відповідальність за виборчі правопорушення.*

### **Зміст лекції.**

#### ***1. Поняття виборчого процесу. Суб'єкти і засади виборчого процесу.***

Виборчий процес слід розглядати як особливу діяльність, що спрямовану на організацію, проведення та участь у виборах. Також виборчий процес – це система правових норм, що регулює вибори.

Суб'єкти виборчого процесу - це законодавчо уповноважені учасники виборчого процесу. Такими суб'єктами є:

- \* виборець;
- \* зареєстрований кандидат у депутати, на пост Президента України, на посаду сільського, селищного, міського голови;
- \* партія (блок), що висунула кандидата в депутати, на пост Президента України;
- \* офіційний спостерігач від партії (блоку) - суб'єкта виборчого процесу;
- \* уповноважені представники, довірені особи - суб'єктів виборчого процесу;
- \* виборчі комісії, утворені відповідно до законодавства України. Засади виборчого процесу - це загальні нормативно-регулятивні правила взаємодії безпосередніх учасників виборчого процесу, що застосовуються на відповідних виборах. Виборчий процес здійснюється на засадах:

1) загального виборчого права - право голосу на виборах депутатів мають дієздатні громадяни України, яким на день виборів виповнилося 18 років.

2) рівного виборчого права - кожний виборець має один голос. Усі суб'єкти виборчого процесу мають рівні права і можливості брати участь у виборчому процесі, що забезпечується заборонаю привілеїв чи обмежень кандидатів у депутати за ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, за мовними або іншими ознаками, а також заборонаю незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування у виборчий процес, рівним та неупередженим ставленням ЗМІ до суб'єктів виборчого процесу.

3) прямого виборчого права - виборці шляхом голосування формують органи публічної влади;

4) добровільного виборчого права - ніхто не може бути примушений до участі чи неучасті у виборах;

5) вільного виборчого права - застосування насильства, погроз, обману, підкupu чи інших дій, що перешкоджають вільному формуванню і виявленню волі виборця, забороняється. З метою забезпечення умов для вільного волевиявлення військовослужбовцям строкової служби в день виборів надається відпустка для участі в голосуванні не менш як на чотири години;

6) таємного виборчого права - контроль за волевиявленням виборців забороняється. Членам виборчих комісій, іншим особам забороняється вчиняти будь-які дії чи розголошувати відомості, які дають можливість встановити зміст волевиявлення конкретного виборця. Виборчі бюлетені для голосування згідно з ч. 4 ст. 72 Закону України "Про вибори Президента України" друкуються на однаковому папері за формою та текстом, затвердженими Центральною виборчою комісією, і повинні бути однаковими за розміром, кольором та змістом;

7) особистого голосування - кожний виборець голосує на виборах особисто, голосування за інших осіб чи передача виборцем права голосу будь-якій іншій особі забороняється;

8) пропорційної системи з обранням депутатів у багатомандатному загальнодержавному виборчому окрузі (далі - загальнодержавний округ) за виборчими списками кандидатів у депутати від політичних партій;

9) законності та заборони незаконного втручання будь-кого у виборчий процес;

10) політичного плюралізму та багатопартійності;

11) публічності і відкритості;

12) свободи передвиборної агітації, рівного доступу всіх суб'єктів виборчого процесу до ЗМІ незалежно від їх форми власності, крім ЗМІ, засновниками (власниками) яких є політичні партії;

13) неупередженості органів місцевого самоврядування, органів виконавчої влади, судів, підприємств, установ і організацій, їх керівників, інших посадових і службових осіб до суб'єктів виборчого процесу.

Документом, який підтверджує особу та громадянство України виборця на виборах, є:

а) паспорт громадянина України;

б) тимчасове посвідчення громадянина України (для осіб, недавно прийнятих до громадянства України);

в) військовий квиток (виключно для військовослужбовців строкової служби);

г) картка (довідка) установи кримінально-виконавчої системи, що повинна містити: прізвище, ім'я, по батькові, число, місяць, рік народження, громадянство, фотокартку особи, підпис керівника і печатку установи (для осіб, які перебувають в установах кримінально-виконавчої системи);

г) паспорт громадянина України для виїзду за кордон;

д) дипломатичний паспорт;

е) службовий паспорт;

є) посвідчення особи моряка.

## ***2. Стадії виборчого процесу.***

Виборчий процес відбувається в певній, чітко визначеній виборчим законодавством послідовності і складається з кількох етапів – **стадій виборчого процесу**. Виборче законодавство передбачає такі стадії виборчого процесу: 1) складання та уточнення списків виборців; 2) утворення виборчих округів; 3) утворення виборчих дільниць; 4) утворення виборчих комісій; 5) висування та реєстрація кандидатів у депутати; 6) проведення передвиборної агітації; 7) голосування; 8) підрахунок голосів виборців та встановлення підсумків голосування; 9) встановлення результатів виборів депутатів та їх офіційне оприлюднення; 10) припинення діяльності виборчих комісій. **У разі необхідності виборчий процес може включати також такі етапи:** 1) повторне голосування; 2) підрахунок голосів виборців і встановлення підсумків повторного голосування та результатів виборів.

**Списки виборців** складаються з метою: по-перше, надати можливість проголосувати кожному виборцеві, забезпечивши цим реалізацію конституційного принципу загального виборчого права, по-друге, виключити можливість участі у виборах осіб, які не мають права голосу або не можуть його реалізувати.

Поняття «територіальний виборчий округ» є класичним прикладом вживання терміна «виборчий округ» у його другому значенні. У цьому окрузі не реєструються кандидати, не встановлюється остаточний результат виборів. Територіальний виборчий округ є проміжним просторовим утворенням, покликаним забезпечити технологічний зв'язок між виборчими органами, що утворюються у виборчій дільниці та в єдиному загальнодержавному виборчому окрузі, спростити управління підготовкою та проведенням виборів на достатньо великій території України. Утворюються Центральною виборчою комісією.

**Виборчі дільниці** – це територіальні одиниці, що об'єднують виборців спільним місцем голосування. Згідно з Законом України «Про вибори народних депутатів України» виборчі дільниці утворюються окружними виборчими комісіями за поданням Київської, Севастопольської міських рад, районних рад,

міських рад у межах території одномандатних виборчих округів, а в разі відсутності таких подань — на підставі пропозицій відповідних міських голів або голів рад для проведення голосування і підрахунку голосів у межах виборчих округів.

Згідно з Законом України “ Про вибори депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, місцевих рад та сільських, селищних, міських голів ” (ст. 18) виборчі дільниці утворюються сільською, селищною, міською, районною в місті радою або її виконавчим комітетом. При виборах Президента України виборчі дільниці утворюються територіальними виборчими комісіями за поданням сільських, селищних, міських (міст, де немає районних рад), районних у містах рад, а у разі відсутності таких подань — за пропозицією відповідно сільських, селищних, міських голів, голів районних у містах рад або посадових осіб, які відповідно до закону здійснюють їх повноваження (ст. 20 Закону України “Про вибори Президента України”).

Виборчі комісії в Україні - передбачені Конституцією і законами України спеціальні органи, до виключних повноважень яких входить забезпечення організації підготовки і проведення виборів народних депутатів України, виборів Президента України, виборів депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, депутатів місцевих рад, сільських, селищних і міських голів, реалізація та захист виборчих прав громадян, забезпечення у межах, визначених законами, контролю за дотриманням виборчого законодавства держави тощо. Вони здійснюють свою діяльність на принципах законності, об’єктивності, компетентності, незалежності, колегіальності розгляду і прийняття рішень, обґрунтованості рішень, відкритості і гласності.

Висування кандидатів у депутати є однією з найважливіших стадій виборчого процесу. На цій стадії визначається коло осіб, з-поміж яких будуть обрані Президент України, народні депутати України, депутати місцевих рад, сільські, селищні, міські голови. Кандидатом може бути висунутий будь-який громадянин України, який є суб’єктом пасивного виборчого права.

Реєстрація кандидатів (списків) здійснюється відповідними виборчими комісіями: списки кандидатів у депутати від політичних партій, виборчих блоків партій і кандидатів у Президенти України реєструє Центральна виборча комісія; кандидатів у народні депутати в одно-мандатних округах, кандидатів у депутати сільських, селищних, міських рад та кандидатів на посади сільських, селищних, міських голів — окружні комісії; кандидатів у депутати районних та обласних рад — територіальні комісії.

Передвиборна агітація - це діяльність громадян, політичних партій, інших об’єднань громадян, колективів підприємств, установ і організацій, спрямована на формування громадської думки і поведінки виборців в інтересах конкретних



кандидатів чи політичних партій. Передвиборна агітація може здійснюватись у будь-яких формах (через засоби масової інформації, шляхом проведення передвиборних заходів, у тому числі зустрічей із виборцями, публічних передвиборних дебатів, мітингів, випуску та розповсюдження матеріалів передвиборної агітації тощо) і будь-якими засобами, що не суперечать Конституції України та законам України. При цьому повинні бути дотримані такі принципи:

- свобода вибору будь-яких незаборонених форм і засобів ведення передвиборної агітації;
- рівні можливості ведення передвиборної агітації для всіх активних суб'єктів виборчого процесу (кандидатів та політичних партій);
- неупереджене ставлення органів державної влади, інших державних установ, органів місцевого самоврядування до всіх без винятку кандидатів та політичних партій;
- надійний контроль за використанням коштів на проведення передвиборної кампанії.

Голосування проводиться в день виборів або в день повторного голосування. Дільнична виборча комісія зобов'язана сповістити виборців про час та місце голосування не пізніше, як за 15 днів до дня виборів. Голосування відбувається в спеціально обладнаних приміщеннях. Кожний виборець голосує особисто. Голосування за інших осіб не допускається. Виборчі бюлетені видаються членами дільничної виборчої комісії на підставі списку виборців по відповідній виборчій дільниці за умови пред'явлення виборцем документа, який посвідчує його особу. Дільнична виборча комісія зобов'язана забезпечити можливість взяти участь у голосуванні всім виборцям, у тому числі й тим, які за станом здоров'я не можуть прибути до приміщення для голосування — за їх письмовою заявою дільнична виборча комісія за три дні до дня виборів складає список таких виборців, визначає час і не менше трьох членів виборчої комісії (при місцевих виборах достатньо двох), які організують голосування в місцях перебування таких виборців.

Виборчі бюлетені заповнюються виборцем у спеціально обладнаній кабінеті або кімнаті для таємного голосування. При заповненні виборчих бюлетенів забороняється присутність інших осіб.

Підрахунок голосів здійснюється виключно членами дільничної виборчої комісії на її засіданні. Під час підрахунку голосів ніхто не має права робити будь-які позначки, записи на бюлетенях для голосування. Процедура підрахунку голосів передбачає послідовне виконання таких дій: 1) встановлення загальної кількості виборців по виборчій дільниці на підставі списку виборців; 2) встановлення кількості виборців, котрі отримали виборчі бюлетені, шляхом

підрахунку кількості контрольних талонів з підписами виборців та відповідних членів комісії; 3) пакування та опечатування контрольних талонів і невикористаних виборчих бюлетенів (разом з контрольними талонами цих бюлетенів); 4) перевірка цілісності печаток або пломб на виборчих скриньках; 5) відкриття виборчих скриньок; 6) сортування виборчих бюлетенів; 7) встановлення шляхом підрахунку (окремо) загальної кількості виборчих бюлетенів; 8) визначення кількості недійсних бюлетенів); 9) занесення до протоколу дільничної виборчої комісії кількості недійсних бюлетенів; 10) пакування недійсних виборчих бюлетенів; 11) підрахунок (окремо) кількості голосів, поданих за кожного кандидата в депутати та за кожен список кандидатів у депутати від політичної партії, виборчих блоків партій; 12) пакування (окремо) виборчих бюлетенів з голосами “за” кожного кандидата та “за” відповідні списки кандидатів у депутати від політичних партій, виборчих блоків партій.

Підрахунок голосів починається одразу після закінчення часу голосування і проводиться без перерви до оформлення протоколів дільничної виборчої комісії. Дільнична виборча комісія складає два протоколи (кожний у трьох примірниках: перший разом із пакетами виборчих бюлетенів та контрольних талонів негайно надсилається до окружної виборчої комісії, другий — зберігається у секретаря дільничної виборчої комісії, третій — відразу вивіщується для загального ознайомлення).

Встановлюють результати виборів Центральна виборча комісія (при виборах Президента України та в багатомандатному загальнодержавному виборчому окрузі при виборах народних депутатів), територіальні та окружні виборчі комісії.

При цьому встановлення результатів виборів у багатомандатному виборчому окрузі базується на засадах пропорційного представництва політичних партій, виборчих блоків партій з урахуванням загороджувального чотирьох відсоткового бар'єру. Розподіл депутатських мандатів між політичними партіями, виборчими блоками партій, які подолали загороджувальний бар'єр, здійснюється із застосуванням правила виборчої квоти, яке полягає в тому, що:

1) спочатку обчислюється виборча квота — мінімальна кількість голосів, необхідна для обрання одного депутата. При цьому застосовується метод Томаса Хейра, за яким кількість голосів ділиться на 225 — число мандатів у багатомандатному загальнодержавному виборчому окрузі. Дробові залишки від ділення відкидаються;

2) кількість голосів, поданих за список кандидатів у депутати від кожної політичної партії, виборчого блоку партій ділиться на обчислену виборчу квоту. Отримане ціле число і є кількість мандатів цієї партії, виборчого блоку партій;

3) подальша доля мандатів, які залишилися нерозподіленими після попередньої операції, визначається згідно з правилом найбільшого залишку: списки політичних партій, виборчих блоків партій, які мають більші порівняно з іншими дробові залишки, отримують по одному депутатському мандату, починаючи зі списку, що має найбільший дробовий залишок.

Розподіл місць усередині списку політичної партії, виборчого блоку партій здійснюється таким чином: обраними вважаються кандидати в депутати, порядковий номер яких у списку політичної партії, виборчого блоку партій менше або дорівнює кількості мандатів, отриманих цією політичною партією, виборчим блоком партій. При цьому в списку пропускаються кандидати, обрані в одномандатних округах.

Встановлення результатів виборів Президента України, народних депутатів у одномандатних виборчих округах та місцевих виборів здійснюється на засадах мажоритарної виборчої системи відносної більшості. Так, обраним Президентом України вважається кандидат, який одержав на виборах більше половини голосів виборців, які взяли участь у голосуванні.

Повторні вибори – проводяться тоді, коли у якомусь виборчому окрузі балотувалися не більше двох кандидатів у депутати і жодний з них не був обраний, або коли основні вибори визнані такими, що не відбулися, або недійсними.

Після закінчення всіх стадій виборів, виборчі комісії припиняють свою діяльність. Центральна виборча комісія не припиняє свою діяльність.

### ***3. Форми незаконного впливу на виборців, способи протидії.***

Недобросовісне проведення виборів. Навіть якщо проголошуються демократичні принципи виборчого процесу – дотримуються їх далеко не завжди. Існує чимало способів порушення виборчих норм, зокрема: введення обмежень на висування кандидатів та передвиборну агітацію; створення перепон, які ускладнюють участь людей у виборах; порушення таємниці голосування і фальсифікація результатів. Крім явних порушень та зловживань, існують і цілком відкриті та легальні, однак при цьому достатньо сумнівні, методи збільшення числа голосів виборців. До їх числа належать: нерівна нарізка виборчих округів (виборча геометрія) та махінації з визначенням їх меж – джеррімендерінг. Результати виборів залежать також і від співвідношення між потенційними та реальними виборцями.

Форми впливу на виборців. Розрізняють два способи незаконного впливу суб'єктів виборчого процесу на виборців: офіційний та неофіційний. Офіційний – це вплив на виборців через офіційні державні установи, неофіційний – це вплив на виборців через неофіційні установи. До останніх відносять вплив через

політичні партії, а також соціальні союзи, церкву, через підприємців та інших приватних осіб. Здійснення неофіційного впливу на волевиявлення виборців припустиме й може порушувати свободу вибору лише в тому випадку, якщо має місце цілеспрямований примус. Навпаки, здійснення офіційного впливу принципово порушує принцип свободи вибору. Держава, легітимація якої відбувається у виборчому процесі, не має права впливати на неї. Мова йде, по суті, про державну передвиборну рекламу, яка повинна бути заборонена. Але, з іншого боку, оскільки державні органи не повинні “замовкати” у період передвиборної боротьби, й оскільки посадові особи також можуть ставати кандидатами й займатися передвиборною агітацією у деяких державах (наприклад ФРН) законодавчо встановлені розмежування між припустимою публічною роботою уряду й забороненою політичною рекламою, а для “гарячого періоду” передвиборної боротьби встановлено досить суворі вимоги до діяльності уряду.

Виборча географія (джерімендерінг). Поділ на виборчі округи при дослідженні та оцінці виборчих систем належить до одного з найбільш суперечливих політичних питань. Критика виборчої системи зі сторони політичної опозиції завжди стосувалася поділу на виборчі округи. Практика маніпуляції з виборчими округами, довільного й умисного їх визначення, “нарізання” з метою отримання переваги на виборах отримала назву джерімендерінг. Вперше була вона впроваджена губернатором Джеррі, який 1842 р. “покраяв” свій штат Массачусетс на округи так, що їх межі нагадували контур саламандри (звідси і назва терміна: джеррі + (сала) мандер), аби сприяти перемозі своєї партії. Пізніше джеррімендерінг набув широкого поширення в США, а також застосовувався у Франції, Північній Ірландії. Як це відбувається можна проілюструвати на простому прикладі. Припустимо, що в п’яти одномандатних округах проживає по 20 тисяч виборців. Змагаються дві партії – А і Б. Першу на території округів підтримують 60 тисяч виборців, другу – 40 тисяч. Якщо виборчі округи нарізають прихильники партії А, то вони, швидше за все, зроблять так, щоб її симпатиками, як і симпатиками партії Б були рівномірно розподілені між виборчими округами, у результаті чого отримають усі п’ять місць, а партія Б, незважаючи на підтримку 40 відсотків виборців, не отримає жодного. Якщо ж нарізка виборчих округів залежатиме від партії Б, то вони зберуть своїх противників у найменшій кількості округів (у даному разі двох), а в решті створять більшість із своїх виборців, у результаті чого партія А, маючи підтримку 60 відсотків виборчого корпусу, отримає два місця, а партія Б на свої 40 відсотків голосів – три мандати. Під час виборів в Німеччині поділ на виборчі округи був несприятливим для німецької соціал-демократії, оскільки в містах, де їх позиції були особливо сильними, на один мандат припадала значно більша

кількість виборців ніж на консервативних виборців села. Саме тому німецька соціал-демократія боролася за пропорційну виборчу систему, яка в час Веймарської республіки сформувалась у такий спосіб, що поділ на виборчі округи не мав істотного значення для поділу мандатів – за кожні 60 000 мандатів кожна партія отримувала один мандат. У Кенії в 1993 р., внаслідок створення величезної диспропорції у розмірах виборчих округів (у найбільшому окрузі було у 23 рази більше виборців, ніж у найменшому) до перемоги прийшла партія “Африканський національний союз Кенії”, хоча вона отримала лише 30 % голосів виборців. Демократичний принцип організації виборчої кампанії вимагає, щоб кожен голос мав однакову цінність.

Потенційні та реальні виборці (виборчий корпус). Загалом право голосу має практично все доросле населення сучасних демократичних держав. Інколи з числа голосуючих виключаються ув’язнені, військові та психічно хворі. Однак не всі, хто мають право голосу, скористаються ним й зареєструються як виборці. У деяких державах реєстрація виборців носить майже автоматичний характер та співпадає з обов’язковою реєстрацією постійного чи тимчасового проживання в поліції. Однак інколи ця процедура буває достатньо громіздкою і повинна здійснюватись задовго до виборів, так що громадяни, які нещодавно переїхали тимчасово позбавлені права голосу. Це має місце в багатьох штатах США. З числа тих, що все ж таки зареєструвався, також голосують не всі. Відбувається це в силу різних причин. Явка виборців особливо висока там, де голосування носить обов’язковий характер, й за його порушення передбачене покарання. Додатковими факторами низької явки на вибори можуть бути надто часті вибори та надмірна кількість виборчих позицій, а також абсентеїзм. Так наприклад у Бразилії гострого характеру набула суперечка, чи кількість населення а чи кількість виборців, що володіють виборчим правом має слугувати підставою для поділу мандатів між виборчими округами.

Маргінальний округ. Виборчий округ, у якому підтримка різних політичних партій більш-менш однакова, тож партії, яка перебуває при владі, належить дуже невелика відносна більшість голосів, і незначна зміна вподобань виборців може призвести до того, що ця партія втратить свої позиції. У багатьох виборчих округах соціально-економічна структура електорату має такий характер, який забезпечує постійну підтримку якоїсь однієї партії, тож партії, яким належить влада, спираючись на суттєву відносну більшість голосів, недосягну за звичайних умов для їхніх конкурентів. Такі “надійні” одноміжні округи переважають у багатьох політичних системах, тож у цьому випадку результат виборів вирішують “маргінали” – часто невеличке число округів, де існують реальні перспективи зміни партійного впливу. З цієї причини партії схильні зосереджувати свої виборчі зусилля на виборцях у тих маргінальних

виборчих округах, які, крім того, привертають особливу увагу й опитувань громадської думки. Можна зазначити, звичайно, що округи можуть переходити з категорії “надійних” у категорію “маргінальних” і навпаки, відображаючи вподобання виборців, зміни меж виборчих округів і політичну переорієнтацію.

Адміністративний ресурс. Вплив на політику неполітичними методами з боку органів державної влади задля досягнення вигідного для неї результату. “Адміністративний ресурс” – це комплексне поняття, яке характеризує набір чинників і механізмів, що сприяють активному впливу владних структур на хід та результати виборів. Можна сказати, що це набір способів, які дають змогу корегувати результати народного волевиявлення у потрібному напрямі. Є. Малкін і Є. Сучков розглядають адміністративний ресурс як один з ресурсів виборчої кампанії і під ним розуміють ”комплекс додаткових ресурсів, якими володіє кандидат, що при владі чи якого вона підтримує”. М. Бучин визначає адміністративний ресурс як “наявність у суб’єкта виборчого процесу, в силу залежності до влади, додаткових ресурсів, які дають йому змогу здійснювати законний чи незаконний вплив на хід виборчої кампанії з метою отримання перемоги на виборах”. О. Шумельда під адміністративним ресурсом розуміє “нелегітимний вплив на підготовку, проведення та підбиття підсумків виборів органів державної влади, адміністрацій державних установ і організацій, державних підприємств, органів місцевого самоврядування тощо з метою підтримання певного кандидата, політичної партії чи іншої політичної групи”. З юридичної точки зору, адміністративний ресурс може розглядатися як певна система, яка поєднує в собі фінансові, організаційні, кадрові, інформаційні й інші ресурси. Так чи інакше, він пов’язаний з протиправною діяльністю посадових осіб чи державних органів і здійснюється з метою впливу на результати волевиявлення громадян та корекції його результатів. Держава та державні посадові особи не мають права втручатися у хід виборів і впливати на їхній результат. Вони лише забезпечують організацію, підрахунок голосів і дотримання виборчого законодавства всіма учасниками виборів. Насправді реальність така, що цю норму скрізь порушують. Адміністративний ресурс найчастіше використовують в недемократичних режимах під час виборчої кампанії, що суттєво порушує принцип рівності політичного змагання, що деформує результати народного волевиявлення. Втручання посадовців у виборчий процес останніх виборчих кампаній стало головним чинником, що не дає змоги свідчити на користь демократичності виборів. Державні ресурси належать всім громадянам країни тому не повинні використовуватися для створення особливих умов будь-кому з політичних конкурентів. Політичні конкуренти кандидати та партії, які під час виборів перебувають при владі, мають змогу скористатися своїм доступом до ресурсів, щоб досягнути переваг

під час проведення виборчої кампанії. Залежно від того, яку мету ставить перед собою влада, адміністративний ресурс можна класифікувати наступним чином: з метою обмеження або сприяння політичної сили. За масштабами поширення адміністративного ресурсу його можна поділити на: локальний, регіональний, загальнонаціональний. За суб'єктами адміністративний ресурс поділяється на адміністративний ресурс у законодавчій, виконавчій, судовій сферах, адміністративний ресурс державних установ та органів місцевого самоврядування. Усі організації, які хоч найменшою мірою залежать від влади: силові структури, освітні та медичні установи, державні ЗМІ, органи соціального забезпечення тощо можуть залучатися до кампанії. Російський науковець А. Чуклінов виділяє чотири види адміністративного ресурсу: інституційний, інформаційний, бюджетний та силовий. У залежності від того, яку мету ставить перед собою влада виділяють економічний та політичний ресурс. За інтенсивністю (силою) застосування адміністративний ресурс поділяють на: стартовий, м'який, жорсткий і тотальний. Крім того, можна виділити потенційний та реалізований адміністративний ресурс. У виборчих кампаніях, зазвичай використовують різні типи адміністративного ресурсу у різних пропорціях. Звичайно, що адміністративний ресурс не є явищем, яке притаманне лише Україні. Його використовують у всіх країнах. Багато дослідників стверджують, що коли в демократично розвинутих країнах адміністративний ресурс тлумачать як форму зловживання владою, то в українських умовах – це певна форма реалізації влади. Значною мірою така ситуація зумовлена трансформаційними процесами, які відбуваються в Україні; особливостями менталітету суспільства, яке проживає на посткомуністичному просторі; відсутністю традицій вільного волевиявлення громадян; нерозвинутістю інститутів громадянського суспільства тощо. До недавня процес десакралізації влади в Україні не набув належного розвитку, хоча це важливий елемент розвитку демократії. Більшість громадян України, не довіряючи владі, продовжують її боятися і ставляться до неї з побоюванням. Для більшості населення України характерне очікування від влади задоволення його основних потреб. Радянську ментальність досить важко видалити з суспільної свідомості українців. В основу використання адміністративного ресурсу під час виборів покладено так званий принцип фаворизму: певні суб'єкти виборчого процесу отримують прихильність влади, посадовців. Унаслідок чого вони мають певні привілеї порівняно з іншими учасниками виборчого процесу. Учасникам виборчого процесу навпаки трапляються перешкоди в аналогічних ситуаціях. Це може набирати таких форм: використання державних службовців в їхній робочий час для організації виборчої кампанії; використання в інтересах передвиборної боротьби свого становища як члена урядової команди для

привернення уваги засобів масової інформації (ЗМІ); використання державних засобів, телефонів, копіювальної техніки, транспорту та іншого обладнання для ведення власної кампанії; використання державних програм, спрямованих на організацію громадських робіт, створення робочих місць чи розширення соціальної допомоги для отримання переваг на виборах, позапланові перевірки податковою службою фірм-спонсорів виборчої кампанії конкурентів. Враховуючи що під час використання адміністративного ресурсу на виборах певні політичні сили отримують багато переваг, можна говорити про адміністративний ресурс як один із різновидів політичної корупції. Головна особливість використання адміністративного ресурсу – дія влади в рамках існуючих правових норм, однак загальна спрямованість на підтримку потрібного кандидата і на створення перешкод небажана. Органи влади перетворюються на “територіальну команду” для проведення виборчої кампанії. На думку А. Максимова адміністративний ресурс ”слід віднести до брудних технологій, причому до найбільш брудних і нечесних, які лише використовуються у виборчих кампаніях”.

Адміністративний ресурс можна використовувати на всіх етапах виборчого процесу, а не лише у день голосування. Розрізняють три способи використання адміністративного ресурсу: прямий адміністративний тиск на виборців, враховуючи підкуп, погрози й підтасування результатів голосування; тиск на конкурентів у всіх можливих формах: інформаційна блокада, відсторонення від виборів, карне переслідування тощо; використання адміністративного ресурсу для ефективного проведення власної виборчої кампанії кандидата (партії) влади. Єдиних думок щодо ролі адміністративного впливу на виборчий процес серед експертів немає. За деякими дослідженнями вплив адмінресурсу на громадян є надзвичайно мізерний і лише 3 % громадян готові робити свій вибір у чіткій відповідності з адміністративними вказівками. З іншого боку, громадський моніторинг виборів засвідчує повсюдність застосування тиску з боку різноманітних органів влади на виборців. Комітет виборців України (КВУ) констатує, що адмінресурс як визначальний чинник впливу на виборчий процес на сьогодні вичерпав свою дієвість. Пояснюється це тим, що жодна з політичних сил не володіє монополією на адміністративний ресурс. Звичайно, повністю виключити його вплив у сучасних умовах неможливо. Навіть у найбільш розвинених демократіях світу діюча влада володіє конкретними додатковими можливостями на виборах порівняно з опозицією. Але правильна побудова виборчої кампанії може мінімізувати його вплив. Виборчий закон, рівно як і етичні норми урядової діяльності, повинні враховувати можливість такого роду діяльності й забороняти її. Крім того, слід виробити відповідні механізми, які б забезпечували дієвість даних заборон.



Відповідно до ч. 4. ст. 64 Закону України “Про вибори народних депутатів України” зловживання службовим становищем в інтересах певних суб’єктів виборчого процесу може бути підставою для скасування Центральною виборчою комісією (ЦВК) реєстрації кандидата (кандидатів) у депутати. Загалом можна виділити такі способи нейтралізації адміністративного ресурсу: 1) Висвітлення в ЗМІ кожного конкретного випадку використання адміністративного ресурсу; 2) Удосконалення законодавства, яке регулює виборчий процес, що дасть змогу чіткіше контролювати всі етапи виборчої кампанії та результати голосування; 3) Залучення до роботи дільничних виборчих комісій спостерігачів від громадських організацій, міжнародних спостерігачів; 4) Політичні партії і блоки мають активно протидіяти використанню адміністративного ресурсу, фіксувати правопорушення під час усього періоду виборчої кампанії та звертатися до суду в разі їх виявлення; 5) Розвиток незалежних, незаангажованих ЗМІ та свободи слова, створення потужних інформаційних джерел, які можуть прорвати інформаційну блокаду, що створює державна влада; 6) Політики повинні усвідомлювати, що зменшення впливовості адміністративного ресурсу, а в ідеалі його ліквідація лежить у їхніх стратегічних інтересах; 7) Проведення паралельного підрахунку голосів одразу після закінчення процедури голосування.

Способи перешкоджання здійсненню виборчого права. Виборча кампанія, може виявитись нечесною якщо політичним конкурентам не будуть забезпечені умови для вільного її проведення. Тут можуть відграти свою роль цілий ряд факторів, кожен з яких безпосередньо пов’язаний з базовими правами та свободами, у т. ч.: залякування та насильство відносно кандидатів у депутати, активістів та виборців; невміння розумно визначити місце і час проведення мирних політичних зборів; нездатність гарантувати свободу пересування з метою поширення передвиборчих матеріалів та зустрічі з виборцями; нездатність захистити свободу вираження своїх поглядів з політичних питань; нездатність гарантувати виконання заходів спрямованих проти порушників виборчого законодавства. Важливо визначити наскільки компетентним є контроль виборчих органів, міліції та прокуратури за дотриманням необхідних умов ведення виборчого змагання і наскільки ефективні їх дії, спрямовані проти можливих порушень. Все це має пряме відношення до забезпечення рівності перед законом і рівного захисту зі сторони закону для всіх політичних конкурентів.

Насильство. Насильство часто використовують як один із способів перешкоджання здійсненню виборчого права. Під насильством розуміється застосування фізичної сили, яке може виразитись у нанесенні побоїв, ударів, позбавленні чи обмеженні волі, заподіянні тілесних ушкоджень,

насильницькому вилученні у потерпілого паспорта чи іншого документа, необхідного для реєстрації кандидатом або відкриття рахунка для фінансування виборчої кампанії, одержання виборчого бюлетеня тощо. Систематичне насильство змінює саму людину. Тоді суспільство трансформується у суспільство страху, тобто набуває патологічних рис. У широких масштабах відверто й цинічно насильство здійснюється у тоталітарно-авторитарних режимах, де воно набирає характеру масового терору. У ліберально-демократичних режимах насильство застосовується замаскованіше, найчастіше – це погроза вживання сили, що діє як регулятор, або застосування сили вибірково, до певних осіб чи організацій.

**Погроза.** Погроза полягає у психічному впливові на потерпілого з метою перешкодити в реалізації його виборчого права. Вона включає в себе погрозу застосувати фізичне насильство (позбавлення життя, заподіяння тілесних ушкоджень, викрадення тощо), пошкодження чи знищення майна, вчинення інших дій, які є небезпечними для потерпілого, у т. ч. погроза вбивством. Погроза повинна бути реальною і за характером та інтенсивністю здатною перешкодити громадянину реалізувати своє виборче право або вести передвиборну агітацію.

**Шантаж.** Вимагання шляхом залякування, погроз оприлюднити компрометуючі матеріали, яке має на меті матеріальні або політичні цілі.

**Обман.** Обман – це введення особи в оману стосовно дійсних явищ і фактів, що мають безпосереднє відношення до здійснення громадянином своїх виборчих прав або ведення передвиборної агітації. Обман може виразитись як у повідомленні такій особі неправдивих відомостей (про час і місце зустрічі з кандидатом, час та місце голосування, порядок заповнення виборчих бюлетенів, про особу кандидата тощо), так і в умисному замовчуванні фактичних обставин, які винний зобов'язаний був повідомити, наприклад як голова чи член виборчої комісії.

**Підкуп виборців.** Полягає у схиланні особи шляхом надання чи обіцяння надання винагороди матеріального характеру (грошей, матеріальних цінностей або послуг) до вчинення певних дій, пов'язаних з реалізацією громадянином свого виборчого права, веденням передвиборної агітації. Підкуп може бути спрямований стосовно виборця, члена виборчої комісії, кандидата у депутати, а також його довіреної особи, офіційного представника чи будь-якої іншої особи, яка бере участь у виборчому процесі. Це явище по-різному характеризується в наукових та аналітичних виданнях: використання фінансового ресурсу, матеріального фактора тощо. З усіх характеристик цим діянням найбільше відповідає термін “підкуп виборців”. Системний аналіз виборчого законодавства дає підстави визначити підкуп як схилання виборців до голосування за кандидата, виборчий список партії (блоку) з наданням чи обіцянкою надання

виборцям грошей, будь-яких товарів, послуг, цінних паперів, кредитів, лотерей, інших матеріальних цінностей. Аналізуючи історію становлення цього конституційного делікту та відповідальність за його скоєння, слід відзначити, що національне виборче законодавство останніх 11 років не відразу законодавчо заборонило вплив на вибір громадян через матеріальний чинник. Так, Закон України “Про вибори народних депутатів України” 1993 р. взагалі не містив заборони щодо підкупу, закон про вибори 1997 р. хоч і встановлював заборону, проте санкція за порушення була відсутня, і лише чинний закон уперше закріпив юридичну відповідальність (конституційно-правову) за підкуп виборців. Так, у разі, коли суд встановить факт підкупу виборців політичною партією (виборчим блоком), окремими кандидатами, до порушників застосовується конституційно-правова санкція за якою – скасування рішення про реєстрацію в багатомандатному виборчому окрузі всіх (або окремих) кандидатів, включених до виборчого списку партії (блоку). Підкуп виборців є підставою для скасування рішення про реєстрацію кандидата (кандидатів) у виборчому законодавстві багатьох держав, проте формулювання правових норм цього правопорушення є різним. Так, Виборчим кодексом Киргизії передбачена відповідальність за встановлення факту підкупу виборців кандидатом, проте цим законодавчим актом санкція за підкуп стосується виключно кандидатів в депутати; хоча виборча система є змішаною. За підкуп виборців передбачена відповідальність і у Виборчому кодексі Білорусі. Російський законодавець визначає відповідальність за встановлення факту підкупу виборців кандидатом, політичною партією, виборчим блоком, їх уповноваженими особами, довіреними особами, а також на їхнє прохання чи доручення іншими особами. Український законодавець визначив також заборону щодо роздачі будь-яких товарів, проте все ж необхідно на законодавчому рівні встановити відповідні критерії щодо цих товарів. Так як, це передбачено Федеральним законом “Про вибори депутатів Державної Думи Федеральних Зборів Російської Федерації”. Така ж норма міститься й у Виборчому кодексі Киргизії. Виборчий кодекс Білорусі, окрім того, що забороняє безпосередню роздачу матеріальних цінностей, забороняє й обіцянки надати грошові кошти та матеріальні цінності. Заборонні норми щодо підкупу виборців містяться й у Законі про вибори до Сейму та до Сенату Польської Республіки. У ньому, зокрема сказано наступне: “Забороняється в межах виборчої кампанії проводити жеребкування та конкурси, у яких нагородою є гроші та предмети”, а також “забороняється безкоштовно подавати та постачати в межах передвиборної кампанії алкогольні напої за цінами, нижчими від їхньої закупівельної вартості”. Однак у законі про вибори до Сейму Литви, законі Болгарії про вибори членів парламенту зовсім не

передбачена заборона щодо роздачі громадянам грошей, безкоштовно чи на пільговій основі товарів, робіт, послуг тощо.

Пропагандистський примус. Нав'язливе, надмірне використання політичної реклами. Є характерною рисою тоталітарних рухів. Характеризується наступними рисами: тотальним та універсальним зверненням до всього народу; використання маніпулятивних технологій, постійне нав'язування відповідних стандартів та правил поведінки; нав'язування думки про те, що існує політична сила, яка не може помилятися та здатна відповідати за всіх і задовільняти всіх певним набором стандартизованих потреб; масове розповсюдження утопічних ідей та обіцянок, які не можна виконати, популізм; поділ електорату на своїх і чужих, зведення виборчої конкуренції до війни компроматів, ігнорування діалогу та партнерства у стосунках з виборцями; масовий психоз та фанатизм, формування атмосфери тотального страху. Насильне нав'язування особистості (групі, народу) цінностей, цілей, ідеологій тими чи іншими суб'єктами влади – називається індоктринацією.

“Інформаційна блокада”. Ситуація, досить поширена на пострадянському просторі, коли всі (чи майже всі) засоби масової інформації (ЗМІ) знаходяться під впливом одного провладного кандидата у депутати і висвітлюють його діяльність лише у позитивних тонах, в той час як про опонентів подається лише негативна інформація.

Маніпулювання. Спосіб психологічного впливу, спрямований на зміну напрямку активності електорату, його ідей, думок, поглядів та іншого, який здійснюється настільки тонко, що залишається непоміченим ним. Маніпуляція свідомістю – це своєрідне панування над духовним станом людей, управління їхньою поведінкою шляхом нав'язування їм ідей, установок, мотивів, стереотипів поведінки, вигідних суб'єкту впливу. Встановлено, що чим більш обізнаними є люди, тим важче маніпулювати ними. Маніпулювання інформацією містить у собі ряд прийомів: інформаційне перевантаження; дозування інформації; велика неправда; змішування реальних фактів із усіякими чутками, припущеннями; зволікання часу; зворотний удар; своєчасна неправда. Чим більше зміст повідомлення відповідає настроям об'єкта, тим ефективнішим є результат обману. Друга половина ХХ ст. була надзвичайно багата на приклади психологічних операцій з маніпулювання свідомістю людей як під час збройної боротьби, так і в ході виборчої боротьби. Для назви мистецтва й науки політичного маніпулювання В. Г. Райкер у 1896 р. запропонував термін - ерестетика. Цей словесний новотвір має паралель зі словом “естетика” і грецького дієслова “з'ясовувати для себе”. В. Райкер здебільшого мав на увазі маніпуляції з метою збільшити чи зменшити кількість намірів тих чи тих політичних питань. Якщо вимірів два або більше, теорема про серединного

виборця незастосовна й можливе утворення циклів на основі принципу більшості. Отже, політика може породити несподівані результати. Єрестетики – це політики, що спромагаються добачити такі можливості, й, можливо, досягають такого результату. В. Райкер та його послідовники стверджували, що такого титулу заслуговують чимало політиків, зокрема (в США) губернатор Морис і Авраам Лінкольн, (у Новій Зеландії) Ричард Джон Седон, а також (у Сполученому Королівстві) сер Роберт Піл і Девід Лойд Джордж. Над ліжком останнього висів девіз, узятий із книги Йова: “Стежка туди – не знає її хижий птах, її око орлине не бачило”.

Демагогія (популізм). Уявлення про демагога має своє коріння у двозначному грецькому слові “demos”, що означає “народ”, проте в розумінні або “населення”, або “юрби”. Отож демагог, навіть за античних часів, був ватажком юрби, потолочі, а водночас і проводирем народної держави, де суверенітет належав усім дорослим чоловікам-громадянам. Згідно з цим колишнім нейтральним значенням, усі сучасні західні лідери певною мірою демагоги. Але сучасне розуміння слова “демагог” походить від його негативного значення – ватажка потолочі, і то з підтекстом, що той, хто збудує натовп, завжди має нищу мету. Саме з таким значенням це слово поширилося в Англії під час громадянської війни, зокрема його вживав поет Дж. Мільтон, характеризуючи тогочасних діячів. Багато ліберальних мислителів боялися демагогії й наголошували на потребі в конституції, яка обмежить деструктивний потенціал. Дж. Ст. Міль, прагнучи пояснити, що принцип свободи слова в деяких ситуаціях слід обмежити, подав образ оратора, що розпалює п’яний натовп промовою про зернові закони перед будинком торгівця зерном. Лорд Актон назвав нетолерантних націоналістичних і релігійних демагогів постійною загрозою для демократії. Й. Шумпетер підтримував існування цих образів у політичній теорії ХХ ст. і, спираючись на працю Г. Лебона про психологію мас, вважав “юрбу” непостійною, ірраціональною й зорієнтованою на насильні методи розв’язку проблем. Й. Шумпетер реагував передусім на успіх Гітлера як демагога, але демагогія на загинула разом з ним. Нині демагогія – це вплив на людей, намагання завоювати популярність введенням громадськості в оману засобами навмисного перекручування фактів, привабливих, але брехливих обіцянок, популярних гасел, загравання із населенням для досягнення певних корисливих політичних цілей. Сплески демагогії найчастіше спостерігаються у період виборчих кампаній. Політичні партії, що не мають перспектив на парламентську більшість приречені на демагогію. Вони готові давати будь-які обіцянки, розуміючи, що їм не доведеться втілювати їх в життя. Демагогія характерна не лише для лівих, але й для правих партій. Так, у 1949 р. вимагаючи зменшення всіх податків на 25 %, бельгійські ліберали розуміли абсурдність

цього положення точно так само як і французькі праві вимагаючи повернення до повного лібералізму в 1946 р. Займатись демагогію значно простіше в опозиції ніж при владі. Двопартійний режим виключає демагогію насамперед тому, що опозиційна партія (а не лише правляча) не може дозволити собі демагогії оскільки також ризикує прийняти на себе тягар влади. У двопартійній системі, де обидві партії в принципі мажоритарні й здатні отримати парламентську більшість, сама можливість їх чергування при владі обмежує демагогію опозиції. В системі ж, яка не має партій парламентської більшості, можливість використання демагогії об'єктивно зростає.

Нейро-лінгвістичне програмування (НЛП). Напряму у психології, який займається дослідженням закономірностей людської поведінки, розробкою оптимальних прийомів взаємодії та побудови моделей ефективної комунікації. За допомогою НЛП можна міняти мотивацію людей шляхом введення в їхню свідомість спеціальних лінгвістичних програм. При цьому основним об'єктом впливу є нейрофізіологічна активність мозку та спричинені нею емоційно-вольові стани. Головним засобом впливу виступають спеціально підібрані вербальні (словесні) і невербальні лінгвістичні програми, засвоєння змісту яких дає можливість змінити в заданому напрямі переконання, погляди і уявлення людини (як окремого індивіда, так і цілих груп людей). Суб'єктом нейролінгвістичного впливу виступає фахівець. Нейролінгвістичний вплив доцільний тоді, коли його використовують у гуманних цілях. Якщо ж його застосовують для забезпечення свого панування, то воно є психологічним насильством над людьми.

Основні види порушень під час голосування. Порушення процедури голосування під час виборів на які слід звернути увагу спостерігачам: вкидування в урни для голосування фальсифікованих виборчих бюлетенів; незаконне “надання допомоги” виборцю; хабарі або погрози; незаконні голоси; дублювання голосування; видача кількох бюлетенів у одні руки; проведення агітації в день виборів; відвернення уваги спостерігачів; маніпуляції при складанні протоколів; навмисна дискваліфікація бюлетенів.

Способи протидії незаконному впливу на виборців. Спостерігачі. Люди, які слідкують за перебігом виборчої кампанії у день виборів. Головна мета роботи спостерігача – наглядати за дотриманням виборчого законодавства, фіксувати порушення, якщо такі матимуть місце та контролювати підрахунки голосів. Законом України “Про вибори народних депутатів України” визначено, що політичні партії, їхні виборчі блоки, які беруть участь у виборчій кампанії, можуть призначати по одному представнику при виборчих комісіях усіх рівнів з правом дорадчого голосу. Присутність спостерігачів на виборах має підвищити довіру громадян до виборчого процесу та до його підсумків. Для визнання

легітимності виборів останнім часом практикують запрошення іноземних офіційних спостерігачів. Виконавши величезний обсяг роботи й витративши величезні ресурси на виборчу кампанію, варто закінчити її на такому ж високому рівні й не втратити те, що вдалося здобути. Тому на кожному виборчому дільниці треба призначити спостерігачів, які чергуватимуть там з моменту опломбування урн (за годину до відкриття дільниці для голосування) й до підрахунку голосів і підписання підсумкового протоколу. У якості спостерігачів краще за все використовувати агітаторів та довірених осіб – їх присутність на виборчій дільниці є пасивною агітацією й може наштотувати когось з виборців проголосувати за кандидата. Спостерігачам видаються посвідчення й з ними проводиться інструктаж. Спостерігач має добре знати законодавство про вибори й бути обізнаним з основними прийомами фальсифікації та порушень на виборчій дільниці. Робота спостерігача вважається виконаною, коли він одразу по закінченню підрахунків доставляє у виборчий штаб підписану головою і членами комісії копію підсумкового протоколу голосування по дільниці. Уповноважені представники політичних партій, виборчих блоків партій, кандидатів у депутати, а також їх довірені особи, офіційні спостерігачі громадських організацій, представники засобів масової інформації (ЗМІ) мають право бути присутніми на засіданнях виборчих комісій, при реєстрації кандидатів, на виборчих дільницях під час голосування, при підрахунку голосів, визначенні результатів виборів та підбитті загальних підсумків виборів. Таке ж право мають й офіційні спостерігачі від інших держав і міжнародних організацій, чий повноваження засвідчені відповідним документом. Втручання спостерігачів у роботу виборчих комісій не допускається. У разі виявлення порушень закону вони мають право скласти акт про це за підписом свідків порушення і звернутися до керівної інстанції. За рішенням комісії на її засіданні можуть бути присутні й інші особи.

**Офіційні спостерігачі.** Здійснення незалежного спостереження за виборами має надзвичайно важливе значення. Вітчизняний і зарубіжний досвід спостереження за ходом виборів свідчить про те, що атмосфера гласності, яка створюється під час виборчих кампаній, присутність спостерігачів у виборчих комісіях, на виборчих дільницях під час голосування сприяють зміцненню впевненості громадян у законності, справедливості виборів. Інститут спостерігачів сприяє прозорості виборчого процесу, що позитивно впливає на підвищення активності громадян у політичному житті. Більш ніж у половині країн Центральної та Східної Європи положення, що стосуються правил акредитації спостерігачів не вписані у відповідних законодавчих актах. Встановлення цих процедур законодавство відносить до компетенції Центральної виборчої комісії (ЦВК) чи тотожним їй органам. Однак у країнах

СНД та в країнах Центральної та Східної Європи розвивається тенденція закріплення механізмів акредитації спостерігачів у відповідних законодавчих актах. У країнах, де законодавчі акти прийняті відносно недавно, такі положення є саме в законах чи кодексах. Як правило, акредитація спостерігачів здійснює або ЦВК або нижчестоящі виборчі комісії. Дещо інша система існує лише в одній країні – Киргизстані. Виборчим кодексом Республіки Киргизстан визначено, що спостерігача на виборчу дільницю направляють особи чи організації, що мають на це право. Кодексом навіть визначається, що попередньо не потрібно повідомляти відповідну виборчу комісію про направлення спостерігача. Надаючи важливого значення спостереженню за виборами, законодавець присвятив цьому інституту у Законі України “Про вибори народних депутатів України” три статті (59, 60, 61) завдяки чому відпала необхідність визначати статус офіційних спостерігачів окремими підзаконними актами. Відповідно до частини 1 ст. 59 Закону у виборчому процесі можуть брати участь офіційні спостерігачі від партій (блоків), кандидати у депутати від яких зареєстровані в багатомандатному окрузі, від іноземних держав та міжнародних організацій. Стаття 60 Закону детально регламентує порядок реєстрації офіційних спостерігачів від партій (блоків), визначає умови, яким вони мають відповідати, закріплює їх повноваження. Подання про реєстрацію офіційних спостерігачів від партії (блоку) за підписом керівника республіканської в Автономній Республіці Крим, обласної, міської в місті Києві чи Севастополі організації партії (організацій партій, що входять до блоку) вноситься до відповідної окружної комісії не пізніше як за п’ять днів до дня виборів. Діяльність зазначених осіб зосереджується переважно на відповідних виборчих дільницях і у дільничних виборчих комісіях. Відповідна виборча комісія видає офіційним спостерігачам посвідчення за формою, встановленою Центральною виборчою комісією (ЦВК). Закон встановлює обмеження щодо кількості офіційних спостерігачів, які можуть бути присутніми на засіданнях дільничної виборчої комісії – не більше від двох від однієї партії (блоку). Офіційний спостерігач має право перебувати на виборчих дільницях під час голосування, робити фото-, кінозйомки, аудіо- та відеозаписи, бути присутнім при видачі виборчих бюлетенів для організації голосування за межами виборчої комісії та при проведенні такого голосування, бути присутнім на засіданнях дільничних та окружних виборчих комісій, звертатись до відповідної виборчої комісії із заявою про усунення порушень Закону в разі їх виявлення та інші. Крім того, офіційний спостерігач має право отримати по одній копії кожного протоколу дільничної комісії про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці, засвідчені головою і секретарем дільничної комісії та скріплені печаткою комісії.



Паралельний підрахунок голосів. Незалежний (паралельний до офіційного) збір даних підрахунку голосів з виборчих дільниць. Використовується з метою запобігання та виявлення фальсифікацій результатів виборів. Порівняння результаті паралельного підрахунку голосів з офіційними результатами дає змогу виявити рівень фальсифікації на шляху від дільничних комісій до комісій вищого рівня. Там, де з об'єктивних причин не можна забезпечити присутність спостерігачів на кожній дільниці можна проводити паралельний підрахунок голосів за статистичною вибіркою. Це передбачає визначення певної кількості виборчих дільниць, які репрезентують усі типи дільниць (сільські, міські, закриті). Можлива похибка в порівнянні даних паралельного підрахунку голосів з офіційними не перевищує 3 %. На Філіппінах (1986) і в Панамі (1989) завдяки паралельному підрахунку голосів вдалося встановити перемогу опозиційних сил, у Парагваї (1989) і Болгарії (1990) підтвердити перемогу правлячої партії, у Чилі (1988) і Нікарагуа (1990) правлячі партії визнали перемогу опозиційних сил ще до закінчення офіційного підрахунку голосів.

Екзит-пол (опитування на виході з дільниць). Буквально – підрахунок голосів на виході. Один з методів протидії фальсифікації виборів та вивчення громадської думки, який полягає у опитуванні виборців одразу ж на виході з виборчих дільниць. Переваги опитування при виході над звичайним опитуванням громадської думки такі: 1. Люди, здається, менше помиляються або приховують, говорячи про те, що вже зроблене, ніж про свої наміри. 2. Тому на виході опитують тільки тих, хто вже проголосував, а отже, уникають помилок, неминуче пов'язаних із припущенням, скільки тих, хто сказав, що проголосує або утримується від голосування, насправді дотримає свого слова. 3. Легше опитати правильні пропорції людей, належних до різних соціально-економічних груп, на виході з виборчої дільниці, ніж традиційним способом, роблячи репрезентативну вибірку. Опитування громадської думки зроблені на виході є точнішими за інші прогнози. Оперативно зібравши дані опитування, можна ще до закінчення голосування дізнатися приблизні результати виборів. При якісному проведенні опитування похибка не перевищує 2 %. Звичайно, засоби масової інформації використовують опитування на виході для прогнозу результатів виборів. ЗМІ мають потужні ресурси для обробки та обчислення інформації, щоб отримати прогноз результатів загальнодержавних виборів ще до того, як підраховують віддані голоси. Проте обмеження, що їх такі опитування поділяють разом з рештою форм опитувань, змушують наукових аналітиків обережно ставитись до їхнього використання, а властива їм короткочасність обмежує дослідження причин, які визначили характер голосування.

Участь громадських організацій у виборах. Громадські організації (НДО) є невід’ємною частиною громадянського суспільства, а це означає, що вони хочуть і можуть брати участь у всіх політичних, соціальних процесах, які відбуваються в державі. Виділяють наступні способи участі НДО у виборчому процесі: участь у формуванні виборчих комісій; участь у агітаційних кампаніях; просвітницька діяльність; інформаційно-аналітична діяльність; участь у висуванні кандидатів; участь у спостереженні за ходом виборчого процесу. У більшості випадків НДО самі вирішують ступінь власної участі у виборчих процесах. Однак, з перелічених варіантів принаймні три (участь у формуванні виборчих комісій, висування кандидатів, спостереження за ходом виборів) вимагають правового регулювання. В українському законодавстві про вибори 1993-1994 рр. дозволялась участь НДО у формуванні дільничних виборчих комісій шляхом подання пропозицій до відповідних рад. А на місцевих виборах ця можливість надавалась і при формуванні територіальних комісій. Однак Законами України “Про вибори народних депутатів України” 1997 р. та “Про вибори Президента України” 1999 р. громадські організації були позбавлені такого права. Загалом, практика формування виборчих комісій за участю НДО, трудових колективів, зборів виборців поширена саме в країнах СНД. Так, у Федеральному Законі “Про вибори Президента Російської Федерації” вказано, що територіальні та дільничні комісії формуються представницьким органом місцевого самоврядування на основі пропозицій виборчих об’єднань, виборчих блоків, громадських об’єднань, зборів виборців за місцем проживання, роботи, служби, навчання. Дуже подібні норми записані і в Кодексі про вибори в Киргизькій Республіці. У виборчому законодавстві країн Центральної та Східної Європи можливість НДО брати участь у формуванні виборчих комісій надана лише в Литві та Білорусі. Причому якщо в білоруському законодавстві таке право надається всім НДО, то в Законі Литовської Республіки про вибори до Сейму право участі у формуванні Центральної виборчої комісії (ЦВК) надається лише одній чітко визначеній організації – Товариству юристів Литви. Єдиним законодавчим актом в Україні, яким передбачалося право НДО висувати кандидатів, був Закон УРСР “Про вибори народних депутатів Української РСР”, прийнятий 27 жовтня 1989 р. Однак у всіх наступних редакціях українського Закону про вибори ця норма відсутня. Громадські організації не мають права висувати своїх кандидатів і в Киргизстані, і у Вірменії. Серед країн Центральної та Східної Європи право НДО висувати кандидатів надається лише в Румунії, де таким правом наділяються організації громадян національних меншин. Право участі у виборах офіційних спостерігачів від громадських організацій України було закріплено в Законі України “Про вибори народних депутатів України” 1997 р. Проте чинне виборче законодавство не дозволяє представникам

громадських організацій брати участь у спостереженні за ходом виборчого процесу. Однак традиції позапартійного громадського спостереження за виборчим процесом розвинуті за кордоном досить сильно. Одним з перших ініціаторів створення інституції громадського спостереження можна вважати Філіппінський національний Рух за вільні вибори (NAMFREL), який під час президентських виборів у 1986 р. збирав та навчав спостерігачів. У Болгарії Българско сдружение за чесни избори и граждански права (БСЧИГП) стала ініціатором ефективної кампанії громадянської освіти та провела спостереження на більш ніж 2000 виборчих дільницях; у Румунії Asotiatia pro Democratia розробила й розповсюдила документацію, яка пояснювала процес голосування, організувала форуми кандидатів по всіх містах країни, провела навчання та розташувала на дільницях понад 6000 спостерігачів; у Словаччині працювала коаліція організацій “Обсanske oko”, яка організувала спостереження на виході з виборчих дільниць по всій території країни; у Сербії організація CeSID організувала підрахунок виборців, які прийшли на дільниці, і в такий спосіб зменшила ймовірність фальсифікацій. Позапартійне спостереження розвивається й на африканському континенті. Як приклад можна навести Африканську громадську організацію (GERDDES), котра базувалась у Беніні. За її ініціативою було організовано місії зі спостереження за виборами та програми навчання спостерігачів більш ніж у 15 західно-африканських країнах. Позапартійне спостереження розвивається і в країнах Середньої Азії. У Киргизстані Коаліція за демократію і громадянське суспільство організувала спостереження на референдумі 2003 р., направивши на дільниці 3500 спостерігачів. У Казахстані активно розвивається Республіканська мережа незалежних спостерігачів. Норми про місцевих недержавних спостерігачів є у законодавстві Албанії, Болгарії, Боснії та Герцеговини, Македонії, Молдові, Білорусі, частково в Польщі (контроль за фінансами). Однак тут у законодавстві встановлено дві кваліфікаційні вимоги. Одна об’єктивна (наявність відповідних положень у статуті), а друга – суб’єктивна (думка виборчих комісій). У виборчому законодавстві Росії, Білорусі, Киргизії відсутні будь-які кваліфікаційні вимоги до спостерігачів. В Україні вже майже 10 років дискутується питання участі громадських організацій у виборчих процесах. Проте, починаючи з 1993 р., ми є свідками поступового скорочення ролі українських НДО у виборах.

#### ***4. Відповідальність за виборчі правопорушення.***

За порушення виборчого законодавства передбачена як кримінальна так і адміністративна відповідальність. Щодо кримінальної відповідальності то вона відповідно до Кримінального Кодексу настає за такі діяння:

## **Стаття 157. Перешкоджання здійсненню виборчого права або права брати участь у референдумі, роботі виборчої комісії або комісії з референдуму чи діяльності офіційного спостерігача**

1. Перешкоджання вільному здійсненню громадянином свого виборчого права або права брати участь у референдумі, перешкоджання діяльності іншого суб'єкта виборчого процесу, ініціативної групи референдуму, комісії з референдуму, члена виборчої комісії, члена ініціативної групи референдуму, члена комісії з референдуму або офіційного спостерігача при виконанні ними своїх повноважень, поєднані з підкупом, обманом або примушуванням, а також ухилення члена виборчої комісії у роботі комісії без поважних причин караються штрафом від трьохсот до п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням волі на строк до двох років, або позбавленням волі на той самий строк, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від одного до трьох років.

2. Ті самі діяння, поєднані із застосуванням насильства, знищенням чи пошкодженням майна, погрозою застосування насильства або знищення чи пошкодження майна, караються обмеженням волі на строк до трьох років або позбавленням волі на той самий строк, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від одного до трьох років.

3. Діяння, передбачені частинами першою або другою цієї статті, вчинені за попередньою змовою групою осіб або членом виборчої комісії чи іншою службовою особою з використанням свого службового становища, караються обмеженням волі на строк від двох до п'яти років або позбавленням волі на той самий строк, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від двох до трьох років.

4. Втручання службової особи з використанням службового становища у здійснення виборчою комісією чи комісією з референдуму їх повноважень, установлених законом, вчинене шляхом незаконної вимоги чи вказівки з метою вплинути на рішення виборчої комісії чи комісії з референдуму, карається штрафом від п'ятисот до тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або позбавленням волі на строк від двох до п'яти років, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від двох до трьох років.

**Стаття 158. Фальсифікація виборчих документів, документів референдуму чи фальсифікація підсумків голосування,**

## **надання неправдивих відомостей до органів Державного реєстру виборців чи фальсифікація відомостей Державного реєстру виборців**

1. Незаконне виготовлення або зберігання чи використання завідомо незаконно виготовлених виборчих бюлетенів, бланків відкріпних посвідчень, бюлетенів для голосування на референдумі караються штрафом від двохсот до чотирьохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або виправними роботами на строк до двох років, або обмеженням волі на строк до трьох років, або позбавленням волі на той самий строк, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від одного до трьох років.

2. Підrobка виборчих документів, документів референдуму, а так само використання завідомо підроблених виборчих документів, документів референдуму, вчинені членом виборчої комісії, комісії з референдуму, кандидатом, його уповноваженим представником, уповноваженою особою політичної партії (блоку), членом ініціативної групи референдуму, караються штрафом від трьохсот до шестисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням волі на строк від одного до чотирьох років, або позбавленням волі на той самий строк, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від одного до трьох років.

3. Підrobка виборчих документів, документів референдуму, а так само використання завідомо підроблених виборчих документів, документів референдуму, вчинені членом виборчої комісії, комісії з референдуму, кандидатом, його уповноваженим представником, уповноваженою особою політичної партії (блоку), членом ініціативної групи референдуму, що вплинуло на результати голосування виборців на виборчій дільниці або у межах виборчого округу, або призвело до неможливості визначити волевиявлення виборців на виборчій дільниці чи у відповідних виборах (референдумі) караються обмеженням волі на строк від трьох до п'яти років або позбавленням волі на той самий строк, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від одного до трьох років.

4. Незаконна передача іншій особі виборчого бюлетеня виборцем карається обмеженням волі на строк від одного до трьох років або позбавленням волі на той самий строк, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від одного до трьох років.

5. Викрадення чи приховування виборчого бюлетеня, бюлетеня для голосування на референдумі, виборчого протоколу чи протоколу комісії з референдуму або скриньки з бюлетенями або незаконне знищення чи псування скриньки з бюлетенями караються штрафом від двохсот до чотирьохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням волі на строк до двох років, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк до двох років.

6. Викрадення чи приховування виборчого бюлетеня, бюлетеня для голосування на референдумі, виборчого протоколу чи протоколу комісії з референдуму або скриньки з бюлетенями або незаконне знищення чи псування скриньки з бюлетенями, що вплинуло на результати голосування виборців на виборчій дільниці або у межах виборчого округу, або призвело до неможливості визначити волевиявлення виборців на виборчій дільниці чи у відповідних виборах (референдумі) караються штрафом від чотирьохсот до семисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням волі на строк до п'яти років, або позбавленням волі на той самий строк, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від двох до трьох років.

7. Підписання виборчого протоколу чи протоколу комісії з референдуму до остаточного підрахунку голосів чи встановлення результатів голосування або включення неврахованих виборчих бюлетенів чи бюлетенів для голосування на референдумі до числа бюлетенів, використаних при голосуванні, або підміна дійсних виборчих бюлетенів з позначками виборців чи громадян, які мають право брати участь у референдумі, або незаконне внесення до протоколу змін після його заповнення, або викрадення чи приховування виборчого бюлетеня, бюлетеня для голосування на референдумі, виборчого протоколу чи протоколу комісії з референдуму або скриньки з бюлетенями, або незаконне знищення чи псування скриньки з бюлетенями, що призвело до неможливості визначити волевиявлення виборців чи встановити результати референдуму, вчинені членом виборчої комісії, комісії з референдуму – караються штрафом від семисот до тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням волі на строк від трьох до п'яти років, або позбавленням волі на строк від трьох до шести років, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від двох до трьох років.

8. Умисне надання членом виборчої комісії чи комісії з референдуму громадянину можливості проголосувати за іншу особу чи проголосувати більше ніж один раз у ході голосування або надання виборчого бюлетеня чи бюлетеня для голосування на референдумі особі, яка не включена до списку виборців (громадян, які мають право брати участь у референдумі) на відповідній виборчій дільниці (дільниці з референдуму), або надання виборцю заповненого виборчого бюлетеня (бюлетеня для голосування на референдумі) - караються обмеженням волі на строк від трьох до п'яти років або позбавленням волі на строк від трьох до шести років, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від двох до трьох років.

9. Умисне надання неправдивих відомостей до органу Державного реєстру виборців - карається штрафом від п'ятдесяти до двохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян

10. Дія, передбачена частиною дев'ятою цієї статті, вчинена службовою особою з використанням службового становища, а також розпорядження щодо внесення завідомо неправдивих відомостей до бази даних Державного реєстру виборців, видане службовою особою органу Державного реєстру виборців, - караються штрафом від чотирьохсот до семисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням волі на строк до п'яти років, або позбавленням волі на строк до трьох років, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від одного до трьох років.

11. Умисне внесення неправдивих відомостей до бази даних Державного реєстру виборців, несанкціоновані дії з інформацією, що міститься у базі даних Державного реєстру виборців, чи інше несанкціоноване втручання у роботу Державного реєстру виборців, вчинене службовою особою, яка має право доступу до цієї інформації, або іншою особою шляхом несанкціонованого доступу до бази даних Державного реєстру виборців, караються штрафом від шестисот до тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням волі на строк від двох до п'яти років, або позбавленням волі на строк до трьох років, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від одного до трьох років та з конфіскацією програмних та технічних засобів, за допомогою яких було вчинене несанкціоноване втручання, які є власністю винної особи.

12. Дії, передбачені частинами дев'ятою - одинадцятою цієї статті, що вплинули на результати голосування виборців на виборчій

дільниці або у межах виборчого округу, або призвели до неможливості визначити волевиявлення виборців на виборчій дільниці чи у відповідних виборах, а також вчинені за попередньою змовою групою осіб, караються обмеженням волі на строк від трьох до п'яти років або позбавленням волі на строк від трьох до шести років, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від двох до трьох років та з конфіскацією програмних та технічних засобів, за допомогою яких було вчинене несанкціоноване втручання, які є власністю винної особи.

### **Стаття 158-1. Голосування виборцем на виборах чи референдумі більше ніж один раз**

1. Голосування виборцем на виборах або референдумі, у яких він бере участь, більше ніж один раз, карається штрафом від ста до трьохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або виправними роботами на строк до двох років, або обмеженням волі на строк до трьох років.

2. Те саме діяння, вчинене за змовою з членом виборчої комісії або комісії з референдуму, карається штрафом від трьохсот до п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням волі на строк до трьох років, або позбавленням волі на той самий строк.

### **Стаття 158-2. Незаконне знищення виборчої документації або документів референдуму**

1. Незаконне знищення виборчої документації або документів референдуму поза встановленим законом строком зберігання у державних архівних установах та в Центральній виборчій комісії України після проведення виборів або референдуму, а так само пошкодження виборчої документації або документів референдуму карається обмеженням волі на строк від трьох до п'яти років або позбавленням волі на строк від двох до чотирьох років.

2. Ті самі діяння, вчинені за попередньою змовою групою осіб або членом виборчої комісії чи іншою службовою особою з використанням влади або службового становища, - караються позбавленням волі на строк від трьох до п'яти років з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк до трьох років або без такого.

### **Стаття 159. Порушення таємниці голосування**

1. Умисне порушення таємниці голосування під час проведення виборів або референдуму, що виявилось у розголошенні змісту волевиявлення громадянина, який взяв участь у виборах або



референдумі, карається штрафом від ста до трьохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або виправними роботами на строк до двох років, або обмеженням волі на строк до трьох років.

2. Те саме діяння, вчинене членом виборчої комісії або комісії з референдуму чи іншою службовою особою з використанням свого службового становища, карається штрафом від трьохсот до п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням волі на строк до трьох років, або позбавленням волі на той самий строк, з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на строк від одного до трьох років.

### **Стаття 159-1. Порухнення порядку фінансування виборчої кампанії кандидата, політичної партії (блоку)**

1. Надання фінансової (матеріальної) підтримки у великому розмірі для здійснення виборчої кампанії кандидату, політичній партії (блоку), з порушенням встановленого законом порядку, шляхом передачі грошових коштів або матеріальних цінностей на безоплатній основі чи за необґрунтовано заниженими розцінками, виготовлення або поширення агітаційних матеріалів, не оплачених з виборчого фонду чи оплачених з виборчого фонду за необґрунтовано заниженими розцінками, або оплати виготовлення чи поширення таких матеріалів карається штрафом від ста до трьохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або виправними роботами на строк до двох років, або обмеженням волі на строк до двох років, або позбавленням волі на той самий строк.

2. Умисне використання у великому розмірі фінансової (матеріальної) підтримки у здійсненні виборчої кампанії кандидата, політичної партії (блоку) кандидатом, його уповноваженим представником, довіреною особою кандидата чи уповноваженою особою з порушенням встановленого законом порядку карається штрафом від ста до трьохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або виправними роботами на строк до двох років, або обмеженням волі на строк до двох років, або позбавленням волі на той самий строк.

3. Дії, передбачені частинами першою або другою цієї статті, вчинені за попередньою змовою групою осіб, караються позбавленням волі на строк від п'яти до десяти років.

Примітка. Великим розміром у цій статті визнається розмір суми грошей, вартість майна чи вигод майнового характеру, що перевищує чотириста мінімальних розмірів заробітної плати.

Щодо адміністративної відповідальності, то відповідно до **Кодексу України про адміністративні правопорушення** вона настає за такі правопорушення:

**Стаття 212-7. Порухення порядку ведення Державного реєстру виборців, порядку подання відомостей про виборців до органів Державного реєстру виборців, виборчих комісій, порядку складання та подання списків виборців, списків громадян України, які мають право брати участь у референдумі, та використання таких списків**

Порухення встановлених законом порядку ведення Державного реєстру виборців, порядку та строків подання відомостей про виборців до органу Державного реєстру виборців, виборчої комісії, порухення порядку складання та подання списку виборців, списку громадян України, які мають право брати участь у референдумі, посадовою особою, на яку законом покладено такий обов'язок, -

тягнуть за собою накладення штрафу від двадцяти до тридцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Порухення встановлених законом порядку та строків надання списку виборців, списку громадян, які мають право брати участь у референдумі, відповідним виборчим комісіям, комісіям з референдуму, надання недостовірною списку виборців, списку громадян, які мають право брати участь у референдумі, посадовою особою, на яку законом покладено такий обов'язок, -

тягнуть за собою накладення штрафу від двадцяти п'яти до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Порухення вимог закону про виготовлення нового примірника списку виборців для повторного голосування з урахуванням уточнень, внесених до списку виборців у день голосування, -

тягне за собою накладення штрафу на членів виборчої комісії від десяти до двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

**Стаття 212-8. Порухення права громадянина на ознайомлення з відомостями Державного реєстру виборців, зі списком виборців, списком громадян, які мають право брати участь у референдумі**

Порухення права громадянина на ознайомлення в установленому законом порядку з відомостями Державного реєстру виборців, зі списком виборців, списком громадян, які мають право брати участь у референдумі, а так само відмова у видачі громадянину копії мотивованого рішення про відхилення його скарги (звернення) про внесення змін до відомостей Державного реєстру виборців або запиту щодо відомостей Державного реєстру виборців, про внесення змін до списку виборців, списку громадян, які мають право брати участь у референдумі, або порухення строків видачі копії такого рішення -

тягнуть за собою накладення штрафу від десяти до тридцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

**Стаття 212-9. Порухення порядку ведення передвиборної агітації, агітації під час підготовки і проведення референдуму з використанням засобів масової інформації та порядку участі в інформаційному забезпеченні виборів**

Порухення передбаченого законом порядку ведення передвиборної агітації, агітації під час підготовки і проведення референдуму з використанням друкованих, електронних (аудіовізуальних) засобів масової інформації або надання переваги в інформаційних телерадіопередачах чи друкованих засобах масової інформації, в продукції інформаційного агентства будь-якому кандидату, політичній партії (блоку), їх передвиборним програмам власниками, посадовими чи службовими особами, творчими працівниками засобів масової інформації, інформаційних агентств -

тягнуть за собою накладення штрафу від десяти до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Порухення заборони протягом визначеного законом часу у будь-якій формі коментувати чи оцінювати зміст передвиборної агітаційної теле-, радіопрограми відповідного кандидата, політичної партії (блоку), давати будь-яку інформацію щодо цього кандидата, цієї політичної партії (блоку) власниками, посадовими чи службовими особами, творчими працівниками засобів масової інформації, інформаційних агентств -

тягне за собою накладення штрафу від сорока до сімдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Супроводження офіційних повідомлень у період виборчого процесу коментарями, що мають агітаційний характер, а також відео-, аудіозаписами, кінозйомками, фотоілюстраціями про дії посадових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування як кандидатів у депутати та на посади сільських, селищних, міських голів -

тягне за собою накладення штрафу від п'ятдесяти до ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

**Стаття 212-10. Порухення обмежень щодо ведення передвиборної агітації, агітація в день проведення референдуму**

Здійснення передвиборної агітації особою, участь якої у передвиборній агітації заборонена законом, проведення передвиборної агітації поза строками, встановленими законом чи в місцях, що заборонені законом, здійснення передвиборної агітації у формах і засобах, що суперечать Конституції або законам України, або інше порухення встановлених законом обмежень щодо ведення передвиборної агітації, крім випадків, передбачених [статтями 212-](#)

9, [212-13](#) та [212-14](#) цього Кодексу, а так само агітація в день проведення референдуму -

тягнуть за собою накладення штрафу на громадян від тридцяти до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових осіб - від п'ятдесяти до вісімдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

**Стаття 212-11. Ненадання можливості оприлюднити відповідь щодо інформації, поширеної стосовно суб'єкта виборчого процесу**

Ненадання відповідному суб'єкту виборчого процесу, щодо якого оприлюднено інформацію, яку він вважає недостовірною, на його вимогу (звернення) можливості у визначеному законом порядку оприлюднити відповідь щодо такої інформації -

тягне за собою накладення штрафу на посадових осіб від ста до ста п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

**Стаття 212-12. Порухення права на користування приміщеннями під час виборчої кампанії**

Порухення встановленого законом права кандидатів, політичних партій (блоків) на використання на рівних умовах будинків (приміщень) для проведення передвиборного публічного заходу чи передвиборної агітації -

тягне за собою накладення штрафу від вісімдесяти до ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

**Стаття 212-13. Виготовлення або розповсюдження друкованих матеріалів передвиборної агітації, які не містять відомостей про установу, що здійснила друк, їх тираж, інформацію про осіб, відповідальних за випуск**

Виготовлення або замовлення виготовлення під час виборчого процесу друкованих матеріалів передвиборної агітації, які не містять відомостей про установу, що здійснила друк, їх тираж, інформацію про осіб, відповідальних за випуск, або у яких така інформація означена неправильно чи неповно, -

тягнуть за собою накладення штрафу на громадян від десяти до тридцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових осіб - від п'ятдесяти до сімдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Розповсюдження (рознесення, вивішування, роздавання) під час виборчого процесу друкованих матеріалів передвиборної агітації, які не містять відомостей про установу, що здійснила друк, їх тираж, інформацію про осіб, відповідальних за випуск, або у яких така інформація означена неправильно чи неповно, а так само організація такого розповсюдження -

тягнуть за собою накладення штрафу на громадян від трьох до п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових осіб - від двадцяти до тридцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

## **Стаття 212-14. Порухення порядку розміщення агітаційних матеріалів чи політичної реклами або розміщення їх у заборонених законом місцях**

Порухення встановленого законом порядку розміщення агітаційних матеріалів чи політичної реклами або розміщення їх у заборонених законом місцях громадянином -

тягнуть за собою накладення штрафу від п'яти до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Порухення встановленого законом порядку розміщення агітаційних матеріалів чи матеріалів політичної реклами підприємствами - розповсюджувачами реклами -

тягнуть за собою накладення штрафу на посадових осіб від ста до двохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

## **Стаття 212-15. Порухення порядку надання фінансової (матеріальної) підтримки для здійснення виборчої кампанії**

Порухення порядку надання фінансової (матеріальної) підтримки для здійснення виборчої кампанії -

тягне за собою накладення штрафу на громадян від п'ятдесяти до сімдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових осіб - від сімдесяти до ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

## **Стаття 212-16. Замовлення або виготовлення виборчих бюлетенів понад встановлену кількість**

Замовлення або виготовлення виборчих бюлетенів понад встановлену рішенням відповідної виборчої комісії кількість -

тягне за собою накладення штрафу від двадцяти п'яти до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

## **Стаття 212-17. Ненадання копії виборчого протоколу**

Ненадання у випадках та порядку, встановлених законом, головою відповідної виборчої комісії або особою, яка відповідно до закону виконує його обов'язки, копії виборчого протоколу -

тягне за собою накладення штрафу від двадцяти до ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

## **Стаття 212-18. Невиконання рішення виборчої комісії, комісії з референдуму**

Невиконання рішення виборчої комісії, комісії з референдуму, прийнятого в межах їх повноважень, -

тягне за собою накладення штрафу на громадян від п'ятнадцяти до двадцяти п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових

осіб - від тридцяти до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

**Стаття 212-19. Відмова у звільненні члена виборчої комісії від виконання виробничих чи службових обов'язків або його безпідставне звільнення з роботи**

Відмова у звільненні члена виборчої комісії від виконання виробничих чи службових обов'язків за основним місцем роботи на час виконання ним повноважень члена виборчої комісії -

тягне за собою накладення штрафу на посадових осіб від двадцяти до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Звільнення члена виборчої комісії з роботи або переведення його на нижчу посаду з підстав, пов'язаних із виконанням його обов'язків у виборчій комісії, -

тягне за собою накладення штрафу на посадових осіб від шістдесяти до ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

**Стаття 212-20. Порухнення порядку опублікування документів, пов'язаних з підготовкою і проведенням виборів, референдуму**

Порухнення встановленого законом порядку опублікування документів та іншої інформації, пов'язаних з підготовкою і проведенням виборів, референдуму виборчою комісією чи засобом масової інформації, -

тягне за собою накладення штрафу на посадових осіб від десяти до двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

**Література.**

- Закон України «Про Центральну виборчу комісію» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1932-15>
- Закон України «Про вибори народних депутатів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4061-17>
- Афанасьєва М. В. Конституційно-правове забезпечення виборчих технологій в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юридичних наук : спец. 12.00.02 «Конституційне право» / Мар'яна Володимирівна Афанасьєва. – Одеса : [б. в.], 2004. – 20 с. <http://lawbook.org.ua/biblioteka/avtoreferaty/ukraina/svobodnyj-dostup/12-00-02-konstitutsijne-pravo-munitsipalne-pravo/747-afanaseva-mar-yana-volodimirivna-konstitutsijno-pravove-zabezpechennya-viborchikh-tekhnologij-v-ukrajini>
- Алебастрова И. А. Организация публичной власти в государстве: формы ее осуществления (система органов и народные голосования) // Конституционное право зарубежных стран: Учеб. Пособие. - М., 2001. -С.154-173.
- Арановський К. В. Избирательное право и политические партии. Избирательные системы // Государственное право зарубежных стран. - М., 1998.-С.292-340.
- Балабан Р. В. Теорія виборчої системи / Р. В. Балабан. – К. : Либідь, 2007. – 112 с.
- Білоус А.. Політичні об'єднання України. - К., 1993.
- Бучин М. А. Демократичні принципи виборів: політико-правові аспекти регулювання в Україні : моногр. / М.А. Бучин. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2012. – 364 с.

- Бучин М. Правовий аналіз демократичних принципів виборів: зарубіжний досвід та українські реалії / М. Бучин // Вісник Прикарпатського університету. Політологія. – 2011. – Вип. 6–7. – С. 20–26.
- Вибори і референдум в Україні: проблема теорії і практики: Збірник / Ред.: М. Рябець та ін. - К., 2001.
- Виборче законодавство: українська практика, міжнародний досвід та шляхи реформування / за заг. ред. Радченка Є.В. – К.: Факт, 2003. – 258 с.
- Вишняк О. І. Електоральна соціологія: історія, теорії, методи. - К., 2000.
- Граф Г., Зайлер Г. Выборы и избирательное право в классовой борьбе. - М., 1974.
- Дюверже М. Политические партии / пер. с франц. - М., 2000.
- Кіс Т. І. Виборчі системи та їхні політичні наслідки // Нова політика. - 1996. - №2, 4.
- Ковлер А. И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт. – М., 1995.
- Конституционное (государственное право) зарубежных стран: Том 1-2. Часть общая / Отв. ред. проф. Б. А. Стрешин. - М., 2000.
- Лысенко В. И. Выборы и представительные органы в новой Европе: политический опыт и тенденции 80-90-х годов. - М., 1994.
- Ключковський Ю. Б. Виборчі системи та українське виборче законодавство: монографія / Ю. Б. Ключковський ; Національний університет «Києво-Могилянська Академія». – К. : Час Друку, 2011. – 132 с.
- Лозовицький О. Виборчий процес як основа трансформації влади в сучасній Україні / О. С. Лозовицький // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї [Текст]:. – К. Миколаїв, 2009. – Випуск 17. – С. 82 - 90.
- Мазур О. Г. Виборчі системи: світовий досвід / О.Г. Мазур. – Луг. : СУДУ, 1999. – 36 с.
- Надане А. Выбор избирательных систем // Полис. – 1993. – №3. – С. 70–79.
- Паппи Ф. У. Политическое поведение: мыслящие избирателии многопартийные системы // Политическая наука: новые направления. - М., 1999.- С.262-280.
- Пугачев В. П., Соловьев А. И. Введение в политологию: Учебник для студентов высших учебных заведений. - М., 2000.
- Пуфлер Е. Парти́на система України: особливості формування, тенденції подальшої трансформації. - К., 1997.
- Рябов С. Г. Політичні вибори: Навчальний посібник. - К., 1998.
- Сарторі Дж. Порівняльна конституційна інженерія. – К. : Артек, 2001. – 212 с.
- Таагепера Р., Шугарш М. С. Описание избирательных систем / Р. Таагепера, М. С. Шугарш // Полис. – 1997. – № 3. – С. 114–123.
- Уоллестайн М. Избирательные системы, партии и политическая стабильность // Полис. - 1992. - № 5-6.
- Федоренко В. Категорія «виборчий процес» у конституційному праві: теоретико-методологічні та законодавчі аспекти / В. Л. Федоренко // Бюлетень Міністерства юстиції України. – 2010. – № 10. – С.30-41.
- Фузаро К. Правила переходного періода. Новоеизбирательное законодательство Италии 1993 года // Реформа избирательной системы в Италии и России: опыт и перспективы. Отв. ред. Лысенко В.И. - М., 1995. - С.8-38.
- Чиркин В. Е. Формирование парламента // Основы сравнительного государственоведения. - М., 1997. - С. 197-210.
- Шаповал В. М. Конституційне право зарубіжних країн. - К., 2001. - С.118-126.
- Шведа Ю. Соціологія партійних систем Моріса Дюверже // Нова політика. - 1996. - №4. - С.31-37.
- Шведа Ю. Р. Вибори та виборчі системи. Європейські стандарти та досвід для утвердження демократії в Україні.- Львів, 2010. – 462 с.

- Шведа Ю. Партії та вибори: європейський досвід і українські реалії. Енциклопедичний словник.- Львів, 2009.- 500 с.
- Хімченко О. Г. Політичні партії і виборчий процес в умовах розбудови демократичного суспільства: Навчальний посібник.- К., 2006.
- Малкин Е. Основы избирательных технологий и партийного строительства / Е. Малкин, Е. Сучков. – К. : Издательство «Основні цінності», 2005. – 528 с.
- Малкин Е. Политические технологии. 2-е (7-е) стер. изд. / Е. Малкин, Е. Сучков – М. : «Русская панорама», 2008. – 680 с.
- Полторак В. Избирательные кампании: научный подход к организации / В. Полторак, О. Петров. – К. : Знання України, 2004. – 120 с.
- Шведа Ю. Р. Партії та вибори : енциклопедичний словник / Ю. Р. Шведа. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – 750 с.
- Шведа Ю. Політичні партії у виборах: теорія та практика виборчої кампанії : навч.-метод. посіб. / Ю. Шведа. – К. : Знання, 2012. – 373 с.
- Чемсак Ю. Виборчий процес та його стадії: теоретично-правовий аспект / Ю. В. Чемсак // Проблеми законності [Текст
- Гербут, І. Вибори як форма реалізації народовладдя : [аналіз змін виборчого законодавства в Україні в контексті демократичного розвитку] / І. Гербут // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України [Текст]. – К., 2011. – Вип. 4 (54) : липень-серпень. – С. 171-181.
- Лукаш, Т. Л. Виборче право, виборчий процес і виборча система: огляд порядку денного / Т. Л. Лукаш // Гілея. – 2012. – № 10. – С. 544-549.
- Матета, О. А. Зміна виборчого законодавства в Україні: історична необхідність чи політична доцільність / О. А. Матета, О. В. Урін // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого [Текст]: збірник наукових праць / редкол.: А.П.Гетьман та ін. – Харків, 2012. – № 2(12). – С. 200-209. – (Серія : філософія, філософія права, політологія, соціологія).



### **Тема 3. Поняття виборчих систем. Мажоритарна виборча система та її характеристика**

- 1. Основні характеристики мажоритарної виборчої системи.*
- 2. Переваги та недоліки мажоритарної виборчої системи.*
- 3. Мажоритарні системи абсолютної, відносної та кваліфікованої більшості.*
- 4. Мажоритарні однотурові та двотурові системи.*
- 5. Різновиди мажоритарних систем за типом голосування.*

*Зміст лекції.*

#### ***1. Основні характеристики мажоритарної виборчої системи.***

Мажоритаризм (принцип більшості) – погляд, що легітимна політична влада виражає волю більшості тих, хто підпорядкований цій владі. Деякі автори вважають, що даний принцип є доречним способом визначення закону чи політичного курсу там, де громадяни не можуть дійти згоди. На думку Джона Локка, “там, де якесь число людей утворюють за згодою кожного індивіда громаду, вони таким чином роблять цю громаду єдиним тілом, що має повноваження діяти як єдине утворення, а це може бути наслідком тільки волі та рішучості більшості. Адже дії кожної громади визначені лише згодою індивідів, що складають її, бо якщо є одне тіло, необхідно, щоб воно рухалось в одному напрямі, отож треба, щоб тіло рухалось туди, куди його скеровує найбільша сила, що є згодою більшості: адже інакше воно не зможе й далі бути одним тілом і діяти як одне тіло...” Інші, скажімо, Ж-Ж. Руссо, стверджували, що воля більшості з більшою ймовірністю правильно визначить, що є загальним добром, ніж воля меншості, й цей погляд має певну підтримку з боку теорема Кондорсе. Але такий результат залежить від того, чи справді більшість націлена на загальне добро, а не на свої фракційні інтереси. Критики зазначають, що, оскільки громадяни не конче мають дбати про загальне добро, просто більшість не завжди буде у згоді з тим, що є об’єктивно справедливим, і це спонукатиме до необхідності певних конституційних обмежень влади більшості. А розвиток сучасної теорії соціального вибору порушив незручне запитання про “волю більшості”. Адже теорія соціального вибору припускає: там, де група людей вибирає між більш ніж двома альтернативами, обрана альтернатива, що стала переможцем, може змінюватись залежно від того, які демократичні інституції використовують, щоб із сукупності вподобань окремих індивідів сформувати “соціальний вибір”. Воля більшості – це не те, що існує до процесу такого формування, яке відображує її, а радше те, що постає тільки після процесу того формування, і тому інші, начебто розважливі процеси формування можуть витворити іншу волю більшості. Та якщо існує потенційний плюралізм воля

більшості для будь-якої групи індивідів, яким властива певна сукупність уподобань, тоді менш ясно, чому котрась конкретна більшість матиме якусь особливу легітимність, що її добачають прихильники мажоритаризму. Елементарні форми мажоритарного представництва з'явилися ще до появи демократії та політичних партій у сучасному їх розумінні. Член парламенту розглядався, головним чином, як представник своєї місцевості, маєтку чи громади. У країнах, що застосовують мажоритарну систему, концепція представництва місцевості досі залишається провідною.

Мажоритарна виборча система – виборча система більшості. Назва цієї системи походить від французького слова *majorite*, що означає більшість. Це вказує, що за даної системи депутатський мандат отримує кандидат у депутати, який здобув більшість (відносну чи абсолютну) голосів від інших кандидатів, як правило, в одномандатному виборчому окрузі. За цієї системи “переможець отримує все”. Інколи дану систему називають “системою першого, хто прийшов до фінішу” (“*first past the post*”). Мажоритарна система є найдавнішою і протягом тривалого часу була єдиною виборчою системою. Голосування може відбуватись в одномандатних округах, у межах яких обирається по одному представнику, чи багатомандатних, де обирається по кілька представників; округи визначаються таким чином, щоб на кожен округ припадала приблизно однакова кількість виборців; межі виборчих округів найчастіше збігаються з межами адміністративно-територіальних округів; голосування відбувається за конкретні персоналії – одного чи кількох кандидатів відповідно в одномандатних чи багатомандатних округах, внаслідок чого виникають і зміцнюються безпосередні зв'язки між кандидатами і виборцями; виборці можуть голосувати як за незалежних кандидатів, так і за інших; визначення результатів голосування може відбуватися кількома способами. Якщо мажоритарна система використовується у багатомандатних округах, вона називається системою представницького голосування. При такій системі кожен виборець має стільки голосів, скільки місць має бути заповнено, і кандидати з більшою кількістю зібраних голосів отримують місця, незалежно від того, який відсоток голосів вони фактично набрали. До різновидів мажоритарних систем відносять також і систему альтернативного голосування (Австралія) або система голосування у два тури (Франція, Малі), які покликані забезпечити ситуацію, при якій кандидат-переможець має отримати абсолютну більшість голосів (тобто більше 50 %). Кожна з цих систем дає виборцеві, кандидат якого не вийшов у другий тур голосування, можливість проголосувати за іншого кандидата в порядку віддання другорядної переваги, в результаті виграє той, хто отримує більшість голосів у другому турі. Сьогодні мажоритарна виборча система застосовується у трохи більше половини (114 або 54 % від загальної кількості) незалежних держав та

напівавтономних територій у світі, де проводяться прямі вибори парламенту. Загалом за мажоритарною системою обираються парламенти, що представляють інтереси 2, 44 млрд. людей (59 % від загальної кількості). Мажоритарна виборча система застосовується у 83 країнах світу. Деякі країни розвинутої демократії досить вдало користуються цією системою, зокрема Великобританія, Нова Зеландія, Франція, США, Канада, Австралія, Іспанія, Португалія, Японія. У ряді посткомуністичних країн (Білорусь, Узбекистан та Туркменістан) теж використовують мажоритарну виборчу систему. Чехія та Словенія також на певному етапі вводили цю систему, але невдовзі відмовились від неї. Мажоритарна система буває однотуровою та двотуровою, абсолютної, кваліфікованої та відносної більшості. Різновидом даної системи є також система “подвійного одночасного голосу”. Іноді ці різновиди використовуються одночасно. Наприклад, у Франції при виборах депутатів парламенту в першому турі голосування застосовується система абсолютної більшості, а в другому – відносної. Такі системи об’єктивно відповідають інтересам великих партій, які тільки й мають реальні можливості забезпечити своїм кандидатам необхідну більшість голосів і провести їх у парламент. Мажоритарна система сприяє виникненню та зміцненню тенденції до формування в країнах, де вона застосовується, двопартійної системи. У Австрії, Ірландії, Португалії, Росії, Україні, Фінляндії, Франції дана система використовується під час президентських виборів.

## ***2. Переваги та недоліки мажоритарної виборчої системи.***

Порівняно з іншими типами виборчих систем мажоритарна виборча система має наступні переваги: кандидати у депутати добре знають стан справ у своєму виборчому окрузі, інтереси виборців; виборці, у свою чергу, мають уявлення про те, кому передають свої владні повноваження; на виборах перемагають представники більш впливової політичної сили в державі, що сприяє витісненню з органів влади представників малих партій; мажоритарна система сприяє виникненню і закріпленню тенденції до становлення двопартійності; в умовах стабільної двопартійної системи створюються можливості для формування ефективного і стабільного уряду; дозволяє впливовим, добре організованим партіям перемагати на виборах і створювати однопартійні уряди. Одночасно мажоритарна виборча система не позбавлена й певних недоліків, а саме: невисока результативність, причому тим нижча, чим вища конкуренція кандидатів; значна частина виборців залишається без представництва в органах влади, оскільки при розподілі парламентських мандатів має значення тільки одержання кандидатом більшості голосів, а голоси, віддані іншим кандидатам, не беруться до уваги; дві партії, що набрали

приблизно однакову кількість голосів, проводять в органи владу різну кількість кандидатів. Партія, що отримала менше голосів, ніж її суперники, навіть може бути представлена в парламенті більшою кількістю депутатських мандатів. Так, наприклад, сталося в 1958 р. на виборах до Національних зборів Франції. Французька комуністична партія, зібравши в першому турі найбільшу кількість голосів (18,9 %), провела до парламенту лише десятох депутатів, у той час як Союз за Нову Республіку, набравши у першому турі всього 17,6 % голосів, отримав 188 місць тобто у 19 разів більше! У Великій Британії на парламентських виборах 1951 р. консерватори, здобувши 48 % підтримки на виборах отримали в палаті громад 312 місць (51,35 %), а лейбористи, здобувши 48,8 % – 295 місць (47,2 %). А на виборах 1974 р. склалась зворотна ситуація: консерватори, набравши 38,8 % голосів отримали 296 мандатів у палаті громад (46,6 %), а лейбористи, зібравши 37,5 %, забезпечили собі 301 місце (47,4 %). У 1983 р. в ході парламентських виборів в Англії 25 % (7,8 млн.) голосів в масштабі країни отримала третя партія – “Альянс” (яка об’єднала Ліберальну та Соціал-демократичну партії). При цьому “Альянс” отримав всього лише 23 парламентських мандати, а Лейбористська партія Сполученого Королівства отримавши підтримку 8,5 млн. виборців здобула 209 парламентських місць (в 9 разів більше ніж “Альянс”!). З появою політичних партій та усвідомленням суспільством їх виключного значення в процесі виборів та діяльності вищих органів виникла необхідність посилення стабільності законодавчої і виконавчої гілок влади, внаслідок чого перевага у механізмі виборчого процесу все більше надається ефективності, навіть якщо порушується принцип справедливості.

### ***3. Мажоритарні системи абсолютної, відносної та кваліфікованої більшості.***

Мажоритарна система абсолютної більшості. Різновид мажоритарної виборчої системи. За системи абсолютної більшості обраним вважається той кандидат у депутати, що одержав більше п’ятдесяти відсотків від загальної кількості поданих в окрузі голосів, тобто користується абсолютною підтримкою виборців, які голосували. З огляду на спосіб функціонування такої системи вирізняють два її різновиди: мажоритарна система повторного голосування та мажоритарна система альтернативного (пільгового) голосування. Якщо жоден з кандидатів не набирає такої кількості голосів, проводиться другий тур, у якому змагаються два кандидата, що набрали найбільшу кількість голосів у першому турі. У другому турі для перемоги найчастіше слід отримати відносну більшість, іноді – абсолютну. У Франції та Конго діє мажоритарна система абсолютної більшості з простою більшістю у другому турі. Схожий варіант був і в Україні, а також зараз є в Білорусі та Гаїті, де в друге коло входять двоє найсильніших

кандидатів, якщо в першому жоден не здобув абсолютної більшості голосів. За такою системою, зокрема, визначаються результати виборів до нижньої палати парламенту Франції, а також у ФРН, Еквадорі, Білорусі, США, Великій Британії. Класичним прикладом цього типу виборчої системи є Франція, де вся держава, поділена рівно на таку кількість виборчих округів, скільки мандатів повинен отримати парламент. Отже в кожному окрузі має бути визначений один кандидат. Оскільки активність виборців у другому турі помітно знижується, законодавство часто не встановлює ніяких бар'єрів, що мають місце при першому турі голосування. Іншим способом, яким долається нерезультативність системи абсолютної більшості вже у першому турі виборів, є альтернативне голосування. Система абсолютної більшості відкриває значний простір для політичних коаліцій. При цьому в невідповідній ситуації виявляються ті кандидати та політичні партії, які не мають значного коаліційного потенціалу. Так, на виборах 1958 р. у Франції комуністи, що набрали в першому турі найбільше число голосів – 3, 88 млн. отримали в парламенті лише 10 місць, а голлістська партія (3,66 млн.) – 188.

Мажоритарна система відносної (звичайної) більшості (мажоритарна однотурова система, вестмінстерська система). За правилами такої системи обраним у виборчому окрузі вважається той кандидат у депутати (або партійний список), який набрав більше голосів, ніж кожний окремий його конкурент, хоча і менше половини всіх поданих в окрузі голосів. Система відносної більшості є простою і легко зрозумілою: кожний виборець має один голос; він ставить хрестик напроти прізвища одного кандидата; від кожного округу обирається один депутат; перемагає той кандидат, який набирає найбільше голосів незалежно від того, чи становить їхня кількість загальну більшість від усіх поданих голосів. Така виборча система ще з XVIII ст. прийнята на парламентських виборах у Великобританії і США. З часом вона була пристосована для політичних потреб більшості інших англomовних країн. Нині вона використовується при виборах нижньої палати парламенту Сполученого Королівства, де лише з 1950 р. в загальнонаціональних масштабах застосовується принцип одномандатного округу. Система відносної більшості, як правило, діє при використанні одномандатних округів. Виняток становить система голосування об'омою, де число голосів кожного виборця дорівнює числу кандидатів, що мусить бути обране від даного округу. Ця система використовується у Великобританії на виборах до органів місцевого самоврядування. Кандидатів у депутати номінують політичні партії. Вона значною мірою була пов'язана з територіальним представництвом. На початку парламентарі були представниками територіальних виборчих округів, а не певних поглядів і позицій чи, тим більше, політичних партій. Таке розуміння

народного представництва утвердилось і в американських колоніях. Система відносної більшості, на думку М. Дюверже, сприяє формуванню двопартійної системи. Суть виборчої системи відносної більшості веде до того, що винагороджує вона ті політичні партії, що здатні до перемоги над своїми конкурентами в якомога більшій кількості виборчих округів, незалежно від кількості голосів отриманих на рівні держави. У класичній версії переможець виборів повинен отримати мінімум один голос більше ніж будь-хто з-поміж конкурентів більш ніж в половині округів. Фактично це веде до вилучення зі змагання тих угруповань, які концентруються в одному чи кількох регіонах. Треті партії, почасти невеликі і територіально розпорошені, фактично позбавлені будь-яких шансів на політичний успіх. Є це системою пристосованою до ситуації, у котрій між собою змагаються дві сильні, загальнонаціональні політичні партії, як у Великобританії чи в США. Проте мажоритарна система далеко не завжди є ворогом партій другого ешелону. Особливо це стосується регіонально зосереджених партій, які можуть одержати неадекватно велику, відносно зібраних по всій країні голосів, кількість парламентських місць. Очевидно, найбільше потерпають від мажоритарної системи ті партії, які виражають інтереси меншості і чий прихильники розпорошені територіально. Після поразки у Другій світовій війні подібну англо-американську модель виборчої системи запозичила й Японія. Проте особливість Японії полягає в тому, що тут мажоритарна система виборів, на відміну від Англії чи США, не привела до утворення двопартійної системи. В усякому разі Ліберально-демократична партія Японії править тут одноосібно ось уже 36 років. Причиною цього є особливості поділу країни на виборчі округи. На відміну від Великобританії чи Франції, де на кожен виборчий округ передбачено лише один мандат, тут виділено кілька мандатів; при цьому їхнє число в сільських виборчих округах вище, ніж у міських. Мажоритарна виборча система відносної більшості завжди результативна, оскільки завжди хтось набирає відносну більшість голосів. Недоліком системи є те, що вона не виключає певного (часом значного) перекручення волі виборців. Справжнє співвідношення сил у суспільстві тут порушується, коли відбувається перетворення голосів виборців на місця в парламенті. За умов мажоритарної системи парламентська більшість може репрезентувати меншість з числа громадян, що взяли участь у голосуванні. Більше того, партія, яка завоювала більшість місць в парламенті за кількістю поданих за неї голосів може поступатися іншій партії. Така ситуація склалася після виборів 1951 р. і 1974 р. у Великобританії. Найбільше страждає від такого типу виборчої системи “третя партія” – Ліберальних демократів. Так, якщо б на парламентських виборах 2001 р. застосовувалась система пропорційного представництва вона б могла отримати 120 депутатських мандатів, а вона

отримала всього 52, тобто її втрати становлять більше 50 %. При застосуванні правил мажоритарної системи відносної більшості теоретично можливо і таке, коли одна з партій в масштабах всієї країни одержить, порівняно з конкурентами, найбільшу кількість голосів, але разом з тим не здобуде жодного мандата. Прихильники цієї виборчої системи відзначають, що вона сприяє утворенню стабільних парламентів і урядів. Однак така стабільність має штучний характер, не кажучи вже про те, що вибори до парламенту будуть далекі від реального представництва і можуть дати спотворену картину співвідношення суспільно-політичних сил. При цьому, якщо в окрузі висунуто лише одного кандидата, голосування взагалі може не відбутися. Для обрання цього кандидата достатньо його особистого голосу, а це вже спричиняє ситуацію абсурду. В умовах посилення партій та відмирання старих ідей територіального представництва, посилення на забезпечення представництва місцевих громад більше не могло слугувати надійним захистом системи відносної більшості, і остання швидко перетворилася на об'єкт критики з боку прихильників пропорційної виборчої системи. Однак сьогодні ця система є найпоширенішою. Вона застосовується, наприклад, в Австрії, Австралії та ПАР. Система відносної більшості, як така, що змушує виборця однозначно визначитися щодо власних пріоритетів, розглядається як засіб забезпечення стабільного та ефективного правління. Прийнято вважати, що вона значно зменшує шанси на успіх малих партій, якщо тільки ці партії не характеризуються високою територіальною концентрацією, відтак сприяє формуванню двопартійної системи та поміркованого уряду. Щоправда у післявоєнний час лише Нова Зеландія майже постійно мала двопартійний законодавчий орган. Сьогодні у Великобританії – країні, що завжди розглядалась як приклад двопартійної системи - до парламенту входять члени шотландської, уельської та чотирьох ольстерських партій (всі вони мають високу територіальну зосередженість), а також традиційно “третьої”, Ліберальної партії. У парламентах шести країн Заходу, що застосовують цю виборчу систему (Австралія, Великобританія, Канада, Нова Зеландія, Франція та Японія), представлено від трьох до дев'яти партій. У країні, яка містить у собі територіальні чи етнічні суперечності і політична культура якої не є однорідною, ця система тягне за собою територіально зосереджену підтримку різних політичних сил та підігрує територіальні питання за рахунок соціально-економічних питань, як це відбувається, наприклад, у Канаді. Отже, система відносної більшості є менш придатною для застосування у нестабільних фрагментованих суспільствах. Головною передумовою її успіху є наявність консенсусу стосовно базових питань суспільного життя; зсіднити ж його ця система здатна вже власними силами. Сьогодні даний тип виборчої системи використовують у 68 з 211 країн, що застосовують прямі вибори в парламент, а

це 32 % від загальної кількості країн. Вона є напопулярнішою серед існуючих різновидів виборчих систем. Нею користуються майже вдвічі більше виборців, ніж пропорційною виборчою системою – 1.849 млн. чол, з яких 913 млн. виборці Індії та 263 млн. – виборці США. Мажоритарна система відносної більшості становить приблизно 30-45 % всіх виборчих систем у Африці, Азії, на Близькому Сході і в обох Америках (переважно в Північній Америці і на Карибах). Ця система менш поширена в Європі та країнах колишнього Радянського Союзу, але домінує в острівних державах і на території Океанії. Поруч з Великобританією найбільш вивченими прикладами цієї системи є Канада, Індія, Нова Зеландія і Сполучені Штати Америки, хоча Нова Зеландія у 1993 р. перейшла до пропорційної системи виборів за схемою змішаного голосування. Голосування відносною більшістю також використовується в більш як десяти країнах, розташованих на Карибських островах, а також в Латинській Америці в державі Беліз (колишня Гайана), в десяти країнах Азії (Пакистані, Бангладеш, Непалі, Малайзії) і у багатьох острівних державах на півдні тихоокеанського регіону. У Африці ця система використовується у 18 країнах, переважно колишніх Британських колоніях.

Мажоритарна система кваліфікованої більшості. Різновид мажоритарної виборчої системи. Застосовується в Італії на виборах до верхньої палати парламенту. Члени цієї палати вважаються обраними тоді, коли за них подано не менше шістдесяти п'яти відсотків голосів від загального числа тих, хто брав участь у виборах. У Франції згідно з Французьким Виборчим Кодексом кандидат-переможець повинен отримати голоси чверті внесених до списків виборців. А у випадку рівності набраних голосів обраним вважається старший за віком кандидат.

#### ***4. Мажоритарні однотурові та двотурові системи.***

Результат застосування мажоритарної системи значною мірою залежить не лише від кількості зібраних нею голосів, але й від того, як ці голоси розподіляються за округами, особливо це стосується системи відносної більшості. Не менш важливою є також і здатність створювати вдалі альянси. Жодна система, яка використовує одномандатні округи, не може забезпечити пропорційне представництво політичних об'єднань і на практиці це призводить до ігнорування позиції виборця. Через це існує серйозне протистояння між ідеями територіального та пропорційного представництва.

Мажоритарна однотурова система. При однотуровій системі голосування у одномандатному окрузі переможцем стає кандидат, який набрав найбільшу кількість голосів (мажоритарна система відносної більшості) або у



багатомандатному окрузі голоси розподіляються відповідно до преференцій виборців (система альтернативного голосування).

Мажоритарна двотурова система (мажоритарна система повторного голосування, двобюлетнева система, відносно мажоритарна система). Мажоритарна система з двома турами голосувань передбачає, що переможця виборів по одномандатному округу можна визначити за результатами першого туру, якщо хтось з кандидатів набере більше 50 % голосів. Оскільки такого результату важко досягнути у першому турі, то така виборча система передбачає проведення другого туру (перебалотування). На президентських виборах до другого туру потрапляють кандидати, які за результатами першого туру посіли два перших місця. Законодавство деяких країн передбачає також можливість так званого розколу голосів. Деякі автори схильні вважати мажоритарну двотурову систему окремим типом виборчих систем, яка дозволяє виборцям голосувати двічі й переорієнтувати свої симпатії, враховуючи результати першого туру. Наявність другого туру робить дану систему більш гнучкою й наближає її як до мажоритарної так і до пропорційної. Позитивним ефектом такої системи є усунення від розподілу парламентських місць антисистемні партії, навіть якщо у першому турі вони й здобули підтримку виборців. У другому турі переважна більшість виборців зазвичай підтримує помірковані просистемні партії. Перед початком другого туру для того, щоб отримати перемогу політичні партії змушені проявляти “партійну гнучкість” і домовлятися між собою. Такі системи використовуються для проведення виборів до національних парламентів у 30 країнах світу, але найчастіше за цією схемою проводяться президентські вибори. У парламентських виборах дана виборча система застосовувалась у Швейцарії до 1900 р., в Австрії, Голландії, Італії до 1918 р., а також у Франції у Третій та П'ятій Республіках. Крім Франції, ця система використовується у багатьох інших незалежних державах, які перебувають у територіальному підпорядкуванні Французької Республіки, або історично знаходиться під її впливом. У франкомовній Африці на південь від Сахари ця система використовується у Центральноафриканській Республіці, Малі, Того, Чаді, Габоні, Мавританії, Конго, а у північній Африці – в Єгипті, Кубі, Гаїті, Ірані, Кірібаті і на Коморських островах. З пострадянських країн цю систему використовують Білорусь, Киргизстан, Македонія, Молдова, Таджикистан, Узбекистан, колись Україна. Майже третина всіх країн СНД і Східної Європи застосовують виборчу модель голосування у два тури. Досить закономірно й те, що у Західній Європі, крім Франції, ця система використовується у Монако. У Албанії й Литві в рамках їхніх паралельних систем вибори у два тури співіснують з пропорційними виборами за партійними списками, а Угорщина з її змішаною виборчою системою використовує голосування у два тури для визначення переможців у

мажоритарних виборчих округах. Дана система голосування посідає третє місце за популярністю серед 211 країн світу. Однак вона є досить складною з точки зору організаційного забезпечення, бо незабаром після першого туру необхідно проводити другий тур, а це збільшує вартість всього виборчого процесу і час між проведенням виборів та оголошенням результатів, що може призвести до нестабільності й невизначеності. Ця система також покладає додаткове навантаження на виборця, і часом спостерігається суттєве зниження активності виборців між першим і другим туром голосування. До того ж, ця система зберігає багато недоліків голосування за принципом відносної більшості, залишаючись при цьому не такою простою у застосуванні. Дослідження показали, що система голосування у два тури у Франції призводить до найбільш диспропорційних результатів виборів серед усіх демократичних держав Заходу. Одночасно слід вказати й на певні переваги цієї системи. По-перше, і це найголовніше, вона дає виборцям другу можливість проголосувати за кандидата на свій вибір чи навіть змінити свою думку й віддати голос в другому турі за іншого кандидата. Цим система голосування у два тури схожа на системи голосування з преференціями. По-друге, система заохочує до об'єднання різних інтересів, що відстоюються кандидатами, які вийшли до другого туру, стимулюючи таким чином переговори між ними та політичними партіями. Ця система також дає змогу партіям і виборцям відреагувати на можливі зміни на політичній арені між першим і другим турами голосування. Крім того, система голосування у два тури зводить до мінімуму проблему “розколу” електорату, притаманну голосуванню за принципом відносної більшості, коли дві схожі партії розтягують між собою голоси виборців, відкриваючи менш популярному кандидату шлях до перемоги. І нарешті, оскільки в другому турі виборці не повинні визначати порядок кандидатів, ця система, на відміну від системи альтернативного голосування чи системи голосування з правом передачі голосу іншому кандидату, більш придатна для країн із низьким рівнем грамотності серед населення.

Двотурова система відносної більшості. Різновид мажоритарної виборчої системи відносної більшості. Застосовується у французькій П'ятій Республіці. Замість того, щоб проводити одноразову й остаточну градацію кандидатів у депутати, французькі виборці отримують можливість визначитись щодо свого вибору у двох голосуваннях. За результатами першого голосування визначаються кандидати, які зможуть продовжити боротьбу у другому турі. За найбільш жорсткими правилами таке право отримують лише два кандидати, які за результатами першого голосування посіли перше і друге місця; це має сприяти одержанню одним із них абсолютної більшості голосів. Саме такий механізм діє відносно другого туру президентських виборів у Франції, а також у багатьох виборах губернаторів на півдні Америки. Так, за часів Третьої Французької

Республіки у другому турі міг брати участь кожен кандидат у депутати незалежно від того, чи балотувався він у першому турі. Зараз на виборах до французької Асамблеї для продовження боротьби необхідно набрати щонайменше 12,5 % голосів усіх зареєстрованих у виборчому окрузі виборців. Практично, повторне голосування дуже часто іде лише по двох кандидатурах. Дана система дає партіям та їх кандидатам простір для маневру між першим та другим турами виборів.

Дані системи заохочують утворення партійних блоків та широку міжпартійну співпрацю, у той час як за системи відносної більшості єдиною можливою формою блокування є узгоджене висунення кандидатів, тобто присутність у кожному окрузі лише одного представника даного партійного альянсу. З огляду на це даотурова система передбачає ширший вибір кандидатів. Водночас згадані системи сприяють нейтралізації "позасистемних" партій, які не спроможні ані знайти собі місце в існуючих блоках, ані утворити їх самі; до 1914 р. це відчували на собі німецькі соціал-демократи, а одразу після 1958 р. (та з новою силою у 80-х рр.) – французькі комуністи.

### ***5. Різновиди мажоритарних систем за типом голосування.***

Різновид мажоритарної виборчої системи абсолютної більшості з преференціями по одномандатному виборчому округу. Дана система є досить складною для використання. Виборці голосують за одного кандидата у депутати, відзначаючи в той же час позитивні якості інших (преференції). Вона вимагає від виборця поставити одиницю навпроти прізвища кандидата, якому той віддає найбільшу перевагу, після чого виборець може (а в Австралії мусить) проставити біля прізвищ решти кандидатів цифри 2, 3, 4 і т. д., тим самим визначаючи ступінь прихильності до того чи іншого кандидата. Повторні вибори в такому разі не проводяться. Спочатку підраховуються перші преференції, і якщо хтось з кандидатів одержує на свою користь абсолютну більшість (50 % + 1), він вважається обраним. Якщо при першому підрахунку голосів жоден з кандидатів не набирає абсолютної більшості, першим з гри вибуває той, хто набрав найменшу кількість голосів, а потім проводиться повторний підрахунок, у ході якого відбувається поступова передача голосів кандидата, що вибув, іншим кандидатам. Дана процедура повторюється доти, доки в результаті такої передачі голосів один з кандидатів не набирає абсолютної більшості. Суть такої системи можна проілюструвати наступним прикладом: у певному виборчому окрузі боротьбу за депутатський мандат ведуть шість кандидатів. Проголосували 109269 виборців, отже, необхідна кількість голосів становить 54635. Згадані кандидати отримали у виборчих списках таку кількість "перших місць": А – 29147, В – 20448, С – 18991, D – 18307, Е – 13171, F – 9205. Отже, жоден із

кандидатів не отримав необхідної для перемоги кількості голосів виборців. За цієї ситуації вилучається кандидат з найменшою підтримкою - F, а отримані ним голоси виборців (9205) розподіляються між іншими кандидатами з огляду на отримані ними “другі місця”. У результаті A отримав 886 голосів і має  $30033$ ,  $B + 2770 = 23218$ ,  $C + 1348 = 20339$ ,  $D + 3501 = 21808$ ,  $E + 824 = 13995$ . У цьому “раунді” із підрахунку голосів вилучається кандидат E, а отримані ним голоси знову розподіляються між рештою претендентів. У результаті багаторазового повторення цієї операції мандат остаточно дістається кандидату C, незважаючи на те, що за підрахунку “перших місць” він був лише на третій позиції. Система альтернативного голосування надає другій преференції силу голосу тільки в тому разі, коли перша є безперспективною і жоден з кандидатів одразу не одержує підтримки абсолютної більшості виборців. Дана система дозволяє виборцеві підтримати інші бажані кандидатури, не зашкоджуючи при цьому шансам свого пріоритетного кандидата. Ця виборча система, припускаючи кількаваріантний вибір, дає можливість уникнути додаткового голосування. У політичному розумінні альтернативна система є досить суперечливою. Перш за все тому, що друга чи навіть третя преференція ототожнюється з першою, пріоритетною. Крім того, в умовах суперечностей між лівими і правими силами виборці як тієї, так і іншої орієнтації зупиняють свій другий за пріоритетом вибір на кандидаті-центрісті. Нарешті, ця система, за певних політичних обставин може легко перекручувати реальні політичні розклади. Система альтернативного голосування не допускає одержання більшості парламентських місць партією, яка не спроможна забезпечити собі другі преференції прихильників інших партій. Тому деколи кажуть, що ця система найбільше підходить для сильно розділених суспільств, бо вона може змусити кандидатів шукати підтримки не лише серед своїх прямих прихильників, але й серед тих, хто може вказати на них на виборах як альтернативних кандидатів. Щоб залучитися такою “альтернативною” підтримкою, кандидати повинні пропонувати широкі центристські передвиборчі програми, а не зосереджуватися на обмеженому колі сепаратистських чи екстремістських питань. Крім того, завдяки вимозі про отримання кандидатами підтримки більшості, ця система розширює суспільну підтримку кандидатів-переможців, тим самим посилюючи усвідомлення її легітимності. Разом з тим, альтернативне голосування має низку недоліків. По-перше, для ефективного застосування цієї системи необхідно, щоб виборці були принаймні писемними й вміли рахувати, а через те, що голосування проходить в одномандатних округах, його результати можуть бути диспропорційними порівняно з системами пропорційного представництва. По-друге, навряд чи система альтернативного голосування сприятиме взаємному зближенню різних груп у дуже розрізнених суспільствах, де різні етнічні групи компактно

проживають на окремих територіях, і, вона також не виправдовує себе при застосуванні у великих багатомандатних округах. (Єдиним винятком є Науру, де дещо модифікована система альтернативного голосування використовується переважно у двомандатних округах. Кандидатури другої, третьої черги і т. д. отримують певну частку голосу. Кандидат, вказаний у бюлетені першим, отримує один повний голос, другий отримує півголоса, третій – третину голосу і т. д. Якщо ніхто з кандидатів не отримав абсолютної більшості голосів першої черги, то голоси інших черг сумуються, і переможцем вважається той, у кого в результаті буде найбільша кількість голосів). З іншого боку, досвід використання системи альтернативного голосування у Папуа-Новій Гвінеї та Австралії свідчить, що ця система сприяє врівноваженій центристській політиці, дає можливість об'єднувати різні інтереси, і в сприятливому суспільному контексті може стати потужним стимулом для політики злагоди і співробітництва. Сьогодні дану виборчу систему використовують лише в Австралії та Науру, а також на президентських виборах в Ірландії й охоплює вона лише 18 млн. чол. Ця система використовувалась також для проведення загальних виборів у Папуа-Новій Гвінеї протягом 1964-1975 рр., а в 1996 р. її було рекомендовано як нову виборчу систему для Фіджі. Отже, ця система є прикладом регіонального поширення виборчих систем: дотепер ця система існувала лише в межах Океанії і швидше за все ця тенденція спостерігатиметься і в майбутньому.

Мажоритарна система з правом передачі голосу іншому кандидату. Різновид мажоритарної виборчої системи. Вона застосовується лише у Ірландії в 1921 р. та на Мальті з 1947 р., де проживає 4 млн. чол. Один раз її також застосовували в Естонії у 1990 р. Цю систему також використовують в Австралії для виборів до Палати зборів Тасманії, Законодавчих зборів столичної території і федерального Сенату Австралії, а також для місцевих виборів у Північній Ірландії. Основні принципи системи винайшли у ХІХ ст. Томас Гер з Великобританії та Карл Андре з Данії незалежно один від одного. У цій системі використовуються багатомандатні виборчі округи і виборці визначають у виборчих бюлетенях порядок, у якому вони віддають перевагу запропонованим кандидатам, так як це робиться за системи альтернативного голосування. У більшості випадків така класифікація кандидатів є факультативною, і виборці не зобов'язані розставляти всіх кандидатів в порядку віддання переваги; виборець може поставити позначку тільки поряд з прізвищем одного кандидата. Після підрахунку всіх голосів першого порядку, визначається квота голосів, необхідних для обрання одного кандидата (виборчий метр).

На першому етапі підрахунку необхідно встановити загальну кількість голосів першого порядку, відданих за кожного кандидата. Кандидат, який отримав голосів першого порядку не менше, ніж передбачено квотою, одразу ж

вважається обраним. Якщо ніхто не набрав квоти, то кандидат з найменшою кількістю голосів першого порядку вибуває, а його голоси другого порядку розподіляються між іншими кандидатами. Разом з тим, надлишок голосів обраних кандидатів (тобто голоси надміру квоти) перерозподіляються між кандидатами другого порядку, вказаного в бюлетенях. Для справедливості всі бюлетені кандидата перерозподіляються, але голоси діляться у процентному співвідношенні, так щоб у сумі перерозподілені голоси дорівнювали надлишку, що утворився у кандидата (крім Республіки Ірландії, де використовується так званий “зважений вибір”). З точки зору механізму відбору представників, ця система є, мабуть, найскладнішою з усіх виборчих систем. Вона дає можливість обирати як між партіями, так і між окремими кандидатами від партій. Остаточні результати також є досить пропорційними, а оскільки при цій системі виборчі округи є переважно невеликими, то зберігається важливий географічний зв'язок між виборцями і їх представниками. Крім того, виборці можуть впливати на склад післявиборчих коаліцій, як, наприклад, в Ірландії, і через взаємний обмін голосами другої, третьої черги і т. д. Ця система стимулює міжпартійний діалог. Система голосування з правом передачі голосу іншому кандидату також дає більше шансів популярним незалежним кандидатам, ніж система партійних списків, бо виборці обирають радше кандидатів, а не партії (хоча до цієї системи можна додати і компонент голосування за партійними списками; саме так обирається Сенат в Австралії). Разом з тим, цю систему часто критикують за те, що голосування в порядку віддання переваги зовсім незнайоме багатьом країнам і вимагає певного рівня грамотності та вміння рахувати. Схема підрахунку голосів у цій системі є досить складною, і це також вважається її недоліком. Цій системі притаманні недоліки, характерні загалом для пропорційних парламентських виборів, зокрема, те, що за певних обставин посилюється влада малих партій, що представляють меншість. Більш того, інколи ця система, на відміну від пропорційних виборів за партійними списками, може спричинити внутрішню фрагментацію політичних партій, бо під час виборів члени однієї партії фактично змагаються за голоси як між собою, так і з опозицією. Частина парламентарів стверджує, що діюча система змушує їх витратити надто багато часу на розгляд скарг окремих громадян та груп громадян з їхніх округів, бо тільки так можна розраховувати на переобрання. Але це відволікає їх від вирішення власне політичних і парламентських питань, і тому не йде на користь загальнодержавним інтересам. Також існує думка, що виборча система, яка послаблює зв'язок між депутатами та виборцями і таким чином знімає стимул працювати на потреби округу, може привести в політику більш яскравих особистостей. Слід однак зазначити, що багато критичних зауважень не виправдовують себе на практиці. Вибори з правом передачі голосу іншому

кандидату в Ірландії, на Мальті та Тасманії допомагають сформувати стабільний, легітимний уряд з представників однієї чи двох основних партій. У Ірландії не виникало проблем зі стабільністю та ефективністю уряду. Багато років при владі тут перебував уряд, сформований однією найбільшою партією “Фіанна Фейл”, і лише інколи уряд формувалася коаліцією, створеною іншими двома великими партіями. У останні роки через послаблення позицій “Фіанна Фейл” та появу низки малих партій коаліційний уряд став нормою. З 1989 р. кожна з найбільших п’яти партій, тобто тих, які набрали більше 2 % голосів на виборах, побувала при владі принаймні два роки. Сформований уряд, як правило, працює достатньо довго – в середньому три роки. У 1959 і 1968 рр. в Ірландії за ініціативою правлячої партії “Фіанна Фейл” було проведено два референдуми з метою заміни даної виборчої системи на британську мажоритарну систему відносної більшості. Однак у обох випадках ця ініціатива не була підтримана населенням.

Мажоритарна система з голосуванням обмеженою кількістю голосів. Мажоритарна система голосування у багатомандатних округах, де виборець має більше одного голосу, але менше загальної кількості кандидатів, яких треба обрати. Голоси підраховуються так само, як і при голосуванні за принципом відносної більшості, тобто перемагає кандидат, який отримує найбільшу кількість голосів.

Мажоритарна система ”подвійного одночасного голосу.” Різновид мажоритарної виборчої системи, яка застосовується на президентських виборах в Уругваї та Гондурасі. Дана система використовується в ситуаціях, коли від політичної партії виставляється одразу декілька кандидатів. Переможцем стає той з кандидатів від партії, який отримує найбільшу кількість голосів.

Мажоритарна система представницького голосування. Представницьке голосування – це те саме голосування за принципом відносної більшості тільки у багатомандатних округах. Кожному виборцеві дається стільки голосів, скільки мандатів виділено на відповідний округ і голосувати, як правило, можна за незалежних депутатів, незважаючи на їх партійну приналежність. У більшості систем представницького голосування виборець може використати стільки голосів, скільки бажає. Використовується у 13 країнах та підпорядкованих територіях, тобто у 6 % країн, що застосовують прямі вибори парламенту, населення яких складає 143 млн. чол. або 3 % всього населення земної кулі. Застосовується у Палестині, Лаосі, Таїланді, Кувейті, Філіппінах на Мальдівських і Віргінських островах, о-ві. Маврикій. Одна третя держав, у яких використовується система представницького голосування, знаходяться в Азії. Ця система також використовувалася в Йорданії у 1989 р. і в Монголії у 1992 р., але в цих країнах її було змінено з огляду на певні проблеми пов’язані з наслідками її запровадження. До 1945 р. декілька місць у Палаті обшин парламенту

Великобританії, зокрема так звані “університетські” місця, заповнювалися за системою представницького голосування. Систему представницького голосування часто хвалять за те, що вона дає виборцеві змогу голосувати за окремих кандидатів, забезпечує можливість поділити країну на округи, які мають розумні географічні межі, і одночасно підвищує роль політичних партій та сприяє зміцненню тих партій, які демонструють узгодженість дій і організаційну єдність. Але якщо виборці віддають всі свої голоси за кандидатів однієї партії (кумулятивне голосування), як це часто буває, тоді ця система ще більше загострює мінуси системи голосування за принципом відносної більшості, особливо її диспропорційність. Наприклад, у Маврикії в 1982 і 1995 рр. колишня опозиція виграла всі місця в парламенті, хоч отримала на виборах лише 64 % і 65 % голосів виборців відповідно. Це створює величезні труднощі для ефективного функціонування парламентської системи, що позначається на засадах формування уряду і діяльності опозиції. Через аналогічні причини Філіппіни відходять від цієї системи голосування до голосування за партійними списками.

#### Література.

- Балабан Р. В. Теорія виборчої системи. – К., 2007. – 112 с.
- Бодрова І. Теоретико-правові аспекти поняття "виборча система" / І. І. Бодрова // Проблеми законності [Текст]: академічний збірник наукових праць / відп. ред. В.Я.Тацій. – Харків, 2010. – Вип. 110. – С. 36-46.
- Вибори і референдум в Україні: проблема теорії і практики : збірник / Ред. : М. Рябець та ін. – К. : Центральна виборча комісія, 2001. – 360 с.
- Вибори в Європейському Союзі / За ред. Ковриженка Д. С. ; Лабораторія законодавчих ініціатив. – К. : ФАДА, ЛТД, 2006. – 156 с.
- Виборче право України : навч. посіб. / за ред.. В. Ф. Погорілка, М. І. Ставнійчук. – К. : Парламентське видавництво, 2003. – 383 с.
- Вишняк О. І. Електоральна соціологія: історія, теорії, методи. - К., 2000.
- Граф Г., Зайлер Г. Выборы и избирательное право в классовой борьбе. - М., 1974.
- Кіс Т. І. Виборчі системи та їхні політичні наслідки // Нова політика. - 1996. - №2, 4.
- Конституционное (государственное право) зарубежных стран: Том 1-2. Часть общая / Отв. ред. проф. Б. А. Страшун. - М., 2000.
- Ключковський Ю.Б. Виборчі системи та українське виборче законодавство: монографія / Ю.Б.Ключковський; Національний університет «Києво-Могилянська Академія». – К.: Час Друку, 2011. – 132 с.
- Мазур О. Г. Виборчі системи: світовий досвід / О.Г. Мазур. - Луган. : СУДУ, 1999. – 36 с.
- Надане А. Выбор избирательных систем // Полис. - 1993. - №3.- С. 70-79.
- Паппи Ф. У. Политическое поведение: мыслящие избиратели и многопартийные системы // Политическая наука: новые направления. - М., 1999.- С.262-280.
- Пугачев В. П., Соловьев А. И. Введение в политологию: Учебник для студентов высших учебных заведений. - М., 2000.
- Разработка избирательных систем. Новое руководство Института за демократию и содействие выборам (International IDEA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ifes.org/files/IDEA\\_RUS.pdf](http://www.ifes.org/files/IDEA_RUS.pdf).



- Рябов С. Г. Політичні вибори: Навчальний посібник. - К., 1998.
- Сарторі Дж. Порівняльна конституційна інженерія. – К. : Артек, 2001. – 212 с.
- Таагапера Р., Шугарш М. С. Описание избирательных систем // Полис. - 1997. - №3.
- Уоллерстайн М. Избирательные системы, партии и политическая стабильность // Полис. - 1992. - № 5-6.
- Чайковський Б., Рибачук М. Сучасні моделі виборчих систем: проблеми теорії і практики / Б. Чайковський, М. Рябчик // Вісник Центральної виборчої комісії. – 2009. – № 1. – С. 44–52.
- Шаповал В. М. Конституційне право зарубіжних країн. - К., 2001. - С.118-126.
- Шведа Ю. Р. Вибори та виборчі системи. Європейські стандарти та досвід для утвердження демократії в Україні.- Львів, 2010. – 462 с.
- Шведа Ю. Партії та вибори: європейський досвід і українські реалії. Енциклопедичний словник.- Львів, 2009.- 500 с.
- Шведа Ю. Р. Партії та вибори : енциклопедичний словник / Ю. Р. Шведа. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – 750 с.
- Шведа Ю. Політичні партії у виборах: теорія та практика виборчої кампанії : навч.-метод. посіб. / Ю. Шведа. – К. : Знання, 2012. – 373 с.

## **Тема 4. Пропорційна виборча система як спосіб забезпечення широкого політичного представництва у парламенті. Змішані виборчі системи**

- 1. Пропорційна виборча система (система пропорційного представництва).*
- 2. Переваги та недоліки пропорційної виборчої системи.*
- 3 Розподіл пропорційних систем за рівнем пропорційного представництва.*
- 4. Система партійних списків.*
- 5. Змішані виборчі системи. Персоналізована (персоніфікована) пропорційна система.*

### **Зміст лекції.**

#### ***1. Пропорційна виборча система (система пропорційного представництва).***

Пропорційне представництво виходить з ідеї, що вплив партії має відповідати кількості виборців, які голосують за неї. Було б помилкою сприймати поняття "пропорційна система" як таке, що означає якусь окрему виборчу систему. Це є узагальнюючий термін, що означає цілу групу різних систем, єдиним спільним елементом яких є пропорційний розподіл мандатів відповідно до співвідношення поданих за кандидатів голосів. Загалом же пропорційну систему можуть суттєво відрізнятися між собою. Вважається, що найкраще пропорційність забезпечується за допомогою партійних списків, але цього результату можна так само легко досягти, якщо пропорційний компонент змішаної системи використати для компенсації диспропорційності, що виникає в результаті голосування в мажоритарних виборчих округах. Разом з тим пропорційне голосування з правом передачі голосу іншому кандидату також може виявитись ефективним. Так, голосування з правом передачі голосу іншому кандидату, де виборці голосують у багатомандатних округах, вказують, в якому порядку вони віддають перевагу запропонованим кандидатам, є ще одним давно відомим варіантом виборчої системи. Історично, пропорційні виборчі системи з'явилися пізніше ніж мажоритарні. У Європі до кінця XIX ст. переважали виборчі системи звичайної більшості, з голосуванням у два й більше тури. До держав, які застосовували таку виборчу систему належали Австрія, Німеччина, Італія, Голландія та Норвегія. Сьогодні пропорційні виборчі системи найпоширеніші у країнах Західної Європи. Два важливих фактори впливали на прийняття пропорційної системи на території континентальної Європи. Перший – це проблема етнічних і релігійних меншин; пропорційна система призначалася для забезпечення представництва меншості, і таким чином, нейтралізації потенційної загрози національній єдності й політичній стабільності. "Не було

випадковим те,- пише С. Роккан, - що найперші зрушення в напрямку пропорційного представництва спостерігалися в найбільш гетерогенних в етнічному відношенні країнах”. Другий чинник – це динамічність процесу демократизації. Дана система прийшла під гаслами справедливості, політичної рівноваги та поваги прав меншості й часто пов’язується з ідеєю адекватного представництва всіх провідних політичних сил. Вона була прийнята “через конвергенцію тиску знизу і зверху. Зростаючий робітничий клас,- зазначає С. Роккан,- вимагав зменшення порогу представництва для того, аби отримати доступ до законодавчої влади, і найбільш перелякані з давно усталених партій вимагали пропорційної системи для захисту своєї позиції від нових хвиль мобілізованих виборців, які виникли в результаті всезагального виборчого права”. За пропорційної системи виборний законодавчий орган представляє собою макет усього суспільства, відображаючи різні інтереси, погляди та партійну ідентифікацію адекватно до реального розкладу сил в суспільстві. Ідея пропорційної виборчої системи була обґрунтована Л. Сен-Жюстом ще в 1793 р., але почала застосовуватися лише наприкінці ХІХ ст. У 1885 р. в Антверпені відбулася конференція, організована прихильниками пропорційної виборчої системи (за участю математика Віктора д’Ондта). В ухвалі конференції охарактеризовано систему звичайної більшості як таку, що обмежує свободи виборців, яка провокує зловживання і викривлення волі електорату, одночасно визнаючи, що цього можливо уникнути застосовуючи метод д’Ондта. Перші кроки до впровадження пропорційного представництва були зроблені в найбільш гетерогенних (в етнічному відношенні) європейських країнах, вже у 1855 р. пропорційну виборчу систему запровадила Данія, у 1888 р. – Сербія, у 1899 р. - Бельгія, а згодом в 1891 р. вона була використана на виборах до Установчих зборів Швейцарії, в 1905 р. запроваджена в Моравії, а в 1906 р. - Фінляндії. Запровадження тут елементів представництва меншин стало необхідним кроком у стратегії національної консолідації. У країнах з різними мовами і релігіями мажоритарна виборча система могла б загрожувати існуванню політичної системи. Згодом вимоги пропорційного представництва з’явилися у більш гомогенних в культурному плані державах. У більшості випадків перемога нового принципу представництва досягалась шляхом одночасного тиску знизу та зверху. Робітничий клас, що набрав сили хотів знизити бар’єр представництва, щоб отримати доступ до законодавчих органів, і найбільш перелякані старі партії вимагали пропорційного представництва для захисту свого становища від нових хвиль, мобілізованих загальним виборчим правом, виборців. Сьогодні пропорційні виборчі системи найпоширеніші у країнах Західної Європи, де лише дві країни – Великобританія та Франція – застосовують чисту мажоритарну систему звичайної більшості (в Німеччині і,

від 1993 р. в Італії застосовується змішана виборча система, де половина складу нижньої палати парламенту в Німеччині і три чверті в Італії обирається в мажоритарних виборчих округах, а решта мандатів виборюються на основі системи партійних списків). Нині вона існує більш ніж у 60 країнах і застосовується частіше від мажоритарної виборчої системи. Самі ж форми пропорційного представництва характеризуються значною різноманітністю. Не вдаючись до детальної характеристики відмінностей між різновидами пропорційних виборчих систем корисно все ж таки провести різницю між крайнім варіантом пропорційного представництва, при якому на шляху малих партій виникає мало перешкод, та поміркованим її варіантом. Останній обмежує вплив малих партій застосовуючи малі виборчі округи та виборчі бар'єри. Голландська, ізраїльська та італійські системи є прикладами крайнього варіанту пропорційного представництва, а німецька та шведська – прикладами її поміркованого варіанту. Сьогодні нараховується 152 різновиди пропорційних систем. Головна особливість пропорційної системи полягає у тому, що один депутатський мандат не може бути пропорційно поділений, тому передбачено багатомандатні округи. Чиста форма пропорційної системи може функціонувати лише за умов наявності загальнонаціональної згоди щодо основних питань суспільного життя. На жаль, така ситуація виникає дуже рідко, тому виборча система мусить бути максимально пристосована до реального життя. Цим, власне, і пояснюється існування кількох різновидів пропорційної виборчої системи. Хоча лише Ірландія застосовує “чисту” пропорційну систему, різні її варіанти діють при обранні однієї з палат парламенту в Австралії, Німеччині та Японії. Важко знайти дві країни, де б ці форми збігалися в деталях. Однак всі вони без винятку мають певні спільні риси й ґрунтуються на двох засадах. Це, по-перше, необхідність визначення так званого виборчого метра, і по-друге, принцип умовної передачі голосів. При пропорційній виборчій системі на загальнодержавному рівні виборці голосують за політичні партії в масштабі всієї країни, виборчі округи є багатомандатними; у невеликих за розмірами мононаціональних державах може існувати єдиний загальнонаціональний виборчий округ, межі якого збігаються з межами земель, провінцій, областей та ін.; установлюється відсотковий бар'єр, щоб відтіснити маловпливові партії і забезпечити політичну структурованість парламенту; згідно з принципом пропорційного представництва місця в окрузі розподіляються пропорційно кількості поданих за партію голосів. У межах пропорційної системи використовують різноманітні способи обрахунку результатів виборів. Враховуючи те, що вибори практично завжди мають партійний характер, виборці голосують не за окремі кандидатури, а за партійні списки. Пропорційна система фактично виступає узагальнюючим поняттям, яке охоплює значну

різноманітність варіантів. Зокрема виділяють пропорційну виборчу систему з повним пропорційним представництвом (єдиним загальнонаціональним виборчим округом); з обмеженим пропорційним представництвом, пропорційну систему із закритими списками; пропорційну систему із преференціями; виборчу систему панашаж; систему єдиного перехідного голосу. За пропорційної виборчої системи застосовуються різні види виборчих округів: загальнонаціональний, великі, середні та малі. Зазвичай більшість країн поєднують їх. Існує закономірність: що більші округи, то чіткіше виявляються переваги пропорціоналізму. Ідеальним варіантом є той, коли вся країна розглядається як єдиний виборчий округ. Періодично поділ території країни на відповідні виборчі округи уточнюється, що зумовлюється рухливістю населення. Підставою для їх зміни є дані загальнонаціональних переписів населення. Очевидно, що пропорційні системи є найскладнішими. Адже пропорційність визначається одразу кількома факторами: розміром виборчого округу чи рівнем розподілу мандатів, задіяною формулою цього розподілу, наявністю чи відсутністю виборчого бар'єру. Крім того, пропорційні системи можуть надавати чи не надавати можливість вибору окремих кандидатів. Всі наведені чинники є, принаймні до певної міри, незалежними один від одного, тобто їх комбінації можуть бути дуже різними та чисельними. Загалом вважається, що країни, де застосовується пропорційна виборча система мають відносно вищий рівень демократії, ніж країни, де вона не застосовується. У той же час, як свідчить досвід, невдале застосування цієї системи здатне призвести до погіршення рівня демократії в країні. Так, історія Німеччини має два зовсім різні приклади застосування системи пропорційного представництва – у Веймарській республіці та у Федеративній Німеччині, і тому добре ілюструє небезпеку поспішних узагальнень щодо неї. Ця система зробила значний внесок у піднесенні до влади Гітлера, але у Чехословаччині – країні, де не існувало значних розбіжностей з політичних, економічних і соціальних питань – у міжвоєнний період така система прислужилась до зміцнення демократії. Ця виборча система підтримувала демократичний режим і в Італії, але країну відзначали високий ступінь поляризації та урядової нестабільності. У даному разі також не можна покладати всю відповідальність за таке становище на дану систему. Очевидно, політична культура є більш визначальним чинником, ніж виборчі системи, тобто існують реальні можливості нейтралізації негативних властивостей виборчої системи, зберігаючи при цьому її випробувані переваги. У глибоко розмежованому суспільстві, яке на той час існувало в Італії, система пропорційного представництва привносить надзвичайно важливий за таких умов елемент гнучкості. Досвід скандинавських країн взагалі руйнує уявлення про систему пропорційного представництва як джерело політичної нестабільності й

слабкості уряду: саме вона була вирішальним фактором постійної переваги соціал-демократів та відповідного стилю урядування. Вплив пропорційної системи на політичну систему Греції та країн Бенілюксу теж відзначається неоднозначністю у різні періоди. Особливо показовим є приклад Греції, де пропорційна система у 1950-х рр. спричинила появу хитких коаліцій, у 1967 р. – до військового перевороту, а з 1974 р. – забезпечувала наявність стабільного уряду. До соціальних змін у 1960-х рр. у Голландії і до підняття мовного питання у Бельгії, що призвело до появи нових партій, пропорційна система забезпечувала існування у цих країнах стабільного коаліційного уряду. У даному разі дестабілізуючий потенціал мовного конфлікту та економічного спаду виявився значно більшим за той, який несе у собі ця виборча система. Пропорційну систему застосовують у 57 країнах світу: Австрії, Бельгії, Греції, Данії, Ізраїлі, Ірландії, Ісландії, Іспанії, Італії, Люксембургу, Нідерландах, Німеччині, Норвегії, Португалії, Фінляндії, Швеції, Швейцарії. У країнах Латинської Америки використовується лише пропорційна виборча система. У Франції та Італії свого часу відмовилися від пропорційної виборчої системи, оскільки партійний принцип проведення політичних виборів не сприяв тут формуванню міцного й стабільного уряду. Нині 75 незалежних держав та напівавтономних територій у світі, які використовують прямі вибори (35 %) застосовують системи пропорційного представництва. Пропорційні виборчі системи використовуються у країнах загальна кількість населення яких становить 1,2 млрд. чол. До найбільших країн, в яких використовується пропорційне представництво за партійними списками, належить Індонезія (191 млн. чол.), хоча в основному ця система застосовується у середнього розміру країнах Західної Європи, Латинської Америки і Африки. Пропорційна виборча система голосування за партійними списками поширена в країнах Східної Європи, але переважає в країнах Західної Європи (61 %). Разом різні види пропорційних систем складають три четверти усіх виборчих систем у Західній Європі.

## ***2. Переваги та недоліки пропорційної виборчої системи.***

У пропорційних виборчих системах загальне голосування використовується головним чином як засіб виявлення народних симпатій, що сприяє кращій інституалізації, артикуляції та представництву існуючих соціальних інтересів. А як показує досвід, основу принципу пропорційного представництва становлять не виборці, а політичні партії. Вибори тут спрямовані на досягнення якомога більшої відповідності між поданим за партію числом голосів та одержаним нею представництвом у парламенті. З огляду на це пропорційна виборча система вважається більш справедливою, ніж системи

більшості. Вона забезпечує обрання репрезентативного представницького органу. Для багатьох молодих демократичних держав, особливо тих, де спостерігається глибокий поділ суспільства, однією з найголовніших умов демократичної консолідації є залучення до роботи в парламенті усіх значних суспільних груп. Якщо і більшість, і меншість не будуть представлені в цих політичних системах, що зароджуються, то наслідки можуть бути катастрофічними. Дж. Сарторі до позитивів системи пропорційного представництва відносив той факт, що вона стала “найкоротшим і найефективнішим засобом для прогресивної інтеграції антисистемних, зовнішньостворених партій (головним чином соціалістичних і католицьких) у ліберал-демократичну структуру”. Ця система дає змогу уникнути дестабілізуючих та “несправедливих” результатів, характерних для мажоритарних виборчих систем. Стримують великі партії від отримання надмірної переваги і дають можливість малим партіям здобути місця в парламенті навіть без надто великої кількості голосів. Кількість “зайвих” голосів залишається незначною, майже всі голоси в пропорційній системі йдуть в рахунок обраних кандидатів. Це підвищує переконання виборців в тому, що їхні голоси не пропадають намарно і мають вплив на результати виборів, нехай навіть цей вплив буде невеликим. Ці системи дають змогу невеликим партіям здобути представництво в парламенті. Будь-яка політична партія, навіть з кількома відсотками голосів виборців, може бути представлена в парламенті, якщо, звичайно, виборчий бар’єр не буде надмірно високий. У цьому й полягає принцип максимального представництва, який може відігравати ключову роль для стабільності розколотого суспільства і має свої переваги для всіх демократичних держав. Однак “твердження про те, що пропорційна система сприяє представництву “меншості”, - зазначає Гі Ладейре, - є справедливим почасти: пропорційне представництво дає добре організованій групі тиску – чи то союзу, чи то релігії, етнічній групі або ідеологічній фракції – шанс здобути місця. Партія, яка поляризує одне важливе питання, що представляє суспільний інтерес, таке, наприклад, як захист навколишнього середовища, буде приваблювати виборців. Розділення електорату в такий спосіб має тенденцію до підсилення конфліктів у суспільстві.” Наприклад, запровадження пропорційної системи на місцевих та європейських виборах у Франції протягом 1980-х рр. уможливило зростання популярності крайньоправого Національного Фронту Ж-М. Ле Пена. З підйомом фронту, у свою чергу, розпочалося формування чисельних “антирасистських” угруповань лівого крила, не менш нетерпимих, ніж сам Національний Фронт. Така нездорова ситуація може бути віднесена значною мірою до пропорційної системи. Тенденція пропорційного представництва надавати екстремістським партіям шанс брати участь у

формуванні уряду є навіть більш проблематичною. Така партія може елімінувати своїх партнерів по коаліції за допомогою внутрішнього перевороту, як це зробили фашисти під керівництвом Муссоліні в Італії у 1920-х рр. Без пропорційного представництва комуністи і нацисти, ймовірно, не змогли б взяти штурмом німецьку політичну сцену у 1930-х рр. Можна також продемонструвати, що пропорційна система є небезпечною для країн, які стикаються з етнічними та культурними розколами. У Бельгії, наприклад, мовні партії виникли після того, як відбулося введення пропорційного представництва. Бельгійська політика перетворилася на простий антагонізм між голландськомовними фламандцями та франкомовними валлонами. Без монархії в якості цементу її національної єдності, Бельгія могла розпастися на частини. А. Лейпхарт навпаки вважає, що пропорційна система сприяє формуванню в державі консенсусної демократії. Ці системи заохочують партії включати до своїх списків кандидатів, що представляють різні соціальні верстви. Пропорційні системи стимулюють партії до отримання максимальної кількості голосів на загальнодержавному рівні, незалежно від регіону проживання виборців. Кожен голос, навіть з регіону, де партія має слабку підтримку, йде в загальний рахунок партії під час виборчої боротьби за місця у парламенті. Відомий російський державознавець В. Водовозов зазначав, що пропорційна система “...дає можливість приходити до парламенту особам, імена яких відомі не тільки в їхньому селі та в найближчій місцевості; вона не дає простору патріотизму та інтересам місцевої церковної дзвіниці, замінюючи їх патріотизмом та інтересами країни”. Можливо, цей аспект не слід переоцінювати, але, як свідчить приклад ПАР, пропорційна система створює політичні передумови для формування партіями багаторасових і багатоетнічних списків кандидатів. Ці системи дають більше шансів представникам культурних та інших меншин бути обраними. Якщо, як це часто трапляється, поведінка електорату залежить від суспільно-культурних поділів у суспільстві, пропорційні виборчі системи можуть забезпечити парламентське представництво як більшості, так і різних меншин. Система заохочує партії формувати збалансовані списки кандидатів, які задовольняють широкий спектр виборців. Наприклад, Національні збори ПАР, обрані в 1994 р., склалися на 54 % з чорношкірих кандидатів, на 32 % з білих, на 7 % зі змішаних рас і на 8 % з індіанців. Парламент Намібії так само складається з представників різних етнічних груп. Ці системи також дають більше шансів жінкам пройти до парламенту. Пропорційні системи вважаються сприятливішими за мажоритарні системи з точки зору обрання жінок. Суть в тому, що партії можуть використовувати свої списки для підтримки жінок-політиків і залучення до свого електорату тих виборців, які бажають підтримати кандидатів-жінок, не позбавляючи їх при цьому можливості висловитися й за



інші важливі питання. Хоча така залежність між пропорційним представництвом та обранням жінок характерна передовсім для західних демократичних держав, аналогічна закономірність спостерігається і в країнах молодої демократії, зокрема, в Африці (ПАР, Мозамбік), Центральній та Південній Америці (Аргентина, Бразилія, Коста-Рика). Ці системи стримують регіональний поділ. Оскільки при пропорційному представництві невеликі партії отримують незначну кількість місць, то це практично виключає ситуацію, при якій одна партія отримує всі мандати від однієї провінції чи округу. Ці системи забезпечують більш ефективну організацію державної влади. Поширеним є твердження, що у розвинутих демократичних країнах влада, обрана за представницькою системою, ефективніша, ніж та, що обрана за мажоритарною системою відносної більшості. Досвід західноєвропейських держав свідчить, що парламентська система пропорційного представництва сприятливо впливає на довговічність уряду, підвищує активність виборців та сприяє економічному зростанню країни. Логічним поясненням такого припущення є те, що постійні зміни між двома ідеологічно полярними партіями, які чергуються при владі при мажоритарній системі голосування за принципом відносної більшості, унеможлиблює довгострокове економічне планування, в той час як уряд, сформований на основі широкої пропорційно представленої коаліції, забезпечує стабільність та послідовність у процесі прийняття рішень, що сприяє розвитку держави в цілому. Ці системи забезпечують більш наочний розподіл влади між партіями та групами інтересів. У багатьох нових демократичних країнах неможливо уникнути необхідності ділити владу між більшістю народу, чії представники тримають в руках політичну владу, та невеликою кількістю тих, кому належить економічна могутність. Там, де більшість переважає у парламенті, переговори між різними владними угрупованнями менш помітні, менш прозорі та менш підзвітні. Доведено, що пропорційне представництво, зокрема, в країнах Африки, забезпечує представництво всіх інтересів у парламенті й дає більшу надію на те, що рішення прийматимуться на очах у громадськості і в інтересах широких верств суспільства. До того ж за цієї системи стають непотрібними додаткові вибори, які потрібно проводити в рамках мажоритарної системи у разі вибуття депутата. У таких випадках його місце займає наступний за списком кандидат, що здешевлює процедуру виборів. На думку А. Лейпхарта саме парламентсько-пропорційні системи майже незмінно демонструють кращі результати, особливо стосовно представництва, захисту інтересів меншості, виборчої активності й контролю над безробіттям. Тому для творців демократичних конституційних проектів у нових демократіях він радить звернути особливу увагу на парламентсько-пропорційну систему. “Емпіричні дані та громадська думка у демократичних суспільствах,- пише він,- є серйозним

аргументом на користь того, що пропорційна система і парламентаризм створюють серйозну основу, аби пропонувати пропорційну систему і показати парламентаризм та пропорційне представництво найбільш розсудливим вибором для нових демократій”. Системи пропорційного представництва критикують з двох основних причин: по-перше, за їхню тенденцію до формування коаліційних урядів з усіма їхніми вадами, і по-друге, за неспроможність декотрих з цих систем забезпечити міцний географічний зв’язок між депутатом та його виборцями. Коаліційні уряди часто неохоче виробляють непопулярні рішення з-за опору деяких партнерів по коаліції. Формування коаліційного уряду веде до законодавчого “ступору” і подальшої нездатності проводити послідовну політику щодо найважливіших проблем. У цьому аспекті широке представництво наводиться як недолік. У Ізраїлі, приміром, екстремістські релігійні партії часто відіграють важливу роль при формуванні уряду. Формується правляча коаліція, у якій немає достатнього порозуміння щодо необхідного політичного курсу і яка не користується підтримкою серед населення. Так, Палестинська проблема в Ізраїлі, можливо, ніколи не вирішиться, якщо виборча система Ізраїлю не буде змінена. Це особливо небезпечно під час перехідного періоду, коли на новий уряд покладаються високі надії. Коаліційні кабінети та поділені на фракції уряди національної єдності можуть стати на заваді швидкому та узгодженому прийняттю рішень. Пропорційному представництву характерна фрагментаризація партійної системи і вона сприяє цій фрагментаризації. Такий поляризований плюралізм може дати малим партіям можливість вимагати від більших партій вступати з ними в переговори про створення коаліції. Таким створеним “за розрахунком” коаліціям інколи протиставляють сильніші коаліції, створені “по любові” в рамках інших виборчих систем, де встановлюється певна залежність партій від голосів прихильників інших партій. При пропорційній системі може бути важко усунути досить велику партію від влади. Коли уряд формується коаліційно, деякі політичні партії практично постійно присутні в ньому, незважаючи на спади у рівні підтримки виборців. У Нідерландах Християнсько-демократична партія залишалась одним з провідних партнерів при формуванні уряду протягом 17 років, незважаючи на зменшення частки голосів, отриманих на виборах, а німецька Партія вільних демократів змогла брати участь в усіх урядах, що існували після закінчення Другої світової війни. Інколи коаліції можуть бути політично абсурдними: нещодавно у Греції праві увійшли в змову з комуністами для того, аби недорустити соціалістів до членства в уряді. Політичні аннали скандинавських країн представляють численні приклади таких випадків, коли єдина партія, яка могла б досягнути великих здобутків на даних виборах, виявляється неспроможною знайти партнерів та була змушена залишатися в

опозиції. Загалом пропорційне представництво покладає відповідальність за вибір як персоналу, так і політики нового уряду на партійних лідерів, розмірковування яких відбувається поза сферою ока громадськості та після того, як були підраховані всі голоси. Таким чином маємо справу з відмінностями між різними типами виборчих систем у способах запровадження політичних компромісів. Просту систему голосування за партійними списками при розподілі мандатів за одним загальнодержавним округом, як у Намібії чи Ізраїлі, часто критикують за руйнування зв'язку між виборцями та їх депутатами у парламенті. Виборці не мають можливості знати, хто конкретно представлятиме їх, їхнє місто, район, село. Так само виборці не можуть відхилити кандидатуру особи, яка на їх думку, погано виконує свої обов'язки. Особливо гостро критикують цей аспект пропорційних систем при їх використанні в аграрних країнах та країнах, що розвиваються, де виборці здебільшого ідентифікують себе з регіоном їх проживання, аніж з певною політичною партією. Конкретні переваги місцевого представництва можна оцінювати по-різному, але незаперечно, що коли жертвують місцевим представництвом задля пропорційності, це порушує зв'язок між виборцями і законодавцями. Це є однією з причин того, чому увагу реформаторів виборчої системи привернули так звані змішані системи як, наприклад, німецька система додаткового членства. Так само систему загальнонаціональних пропорційних виборів за закритими партійними списками критикують за те, що вона віддає занадто багато влади в руки партійного центру і вищого керівництва партії. Місце кандидата у партійному списку, а отже, і ймовірність, з якою він може потрапити в парламент, залежить від прихильності партійних босів, а стосунки з виборцями відходять на задній план. Має місце слабкість зв'язків між депутатом і виборцями; існує серйозна залежність депутатів від своїх партій та керівництва, що значно обмежує депутатів і може вплинути на процес обговорення і прийняття важливих законодавчих актів. Пропорційна система також формально не допускає самовисунення незалежних кандидатів. Відповідальність депутатів тут має перш за все партійний характер, тобто мандат так само є імперативним, але депутатський обов'язок визначається вже не наказами виборців, а партійною дисципліною. Вибори за пропорційною системою значною мірою мають безособовий характер – адже виборцям пропонують визначити вподобання не до персони кандидата, а до політичних програм і платформ. Крім того використання пропорційної системи передбачає існування вже усталеної партійної структури, бо виборці мають голосувати передовсім за партію, а не за окремого кандидата чи групу кандидатів. Отже, запровадити пропорційну систему буде важко у країнах, де партій немає або вони існують лише у зародковому стані чи мають аморфну партійну структуру. За даної системи можуть отримати представництво в органах державної влади

політичні сили, що не мають підтримки в масштабах усієї держави. І нарешті, складність пропорційних систем полягає у тому, що вони часто є маловідомими для багатьох країн, що мають за плечима історію англійського чи французького колоніального завоювання і окремі варіанти таких систем надто складні для розуміння виборцями і адміністративного забезпечення виборчого процесу. Ф. Герменс називає пропорційні системи “троянським конем демократії” з огляду на те, що зумовлюють вони значну мультиплікацію політичних партій, заохочуючи їх до дезінтеграції, радикалізації, до формування непотрібних і нетривких коаліцій.

Критики пропорційних систем вважають, що вони стимулюють багатопартійність, яка приводить до політичної дестабілізації, що особливо виразно видно на прикладі Веймарської Республіки та IV Республіки у Франції. Дану оцінку можна підтвердити на прикладі Італії, де вину за неефективне функціонування I Республіки покладають на існування тут пропорційної виборчої системи, що змусило в 1993 р. перейти до застосування змішаної виборчої системи. Однак видається, що однозначний зв'язок політичної нестабільності з пропорційними виборчими системами є дещо спрощеним. Так держави, з найвищою кількістю ефективних партій – Фінляндія, Швейцарія, Бельгія та Данія, застосовують пропорційну виборчу систему, а їх політична стабільність, яка вимірюється тривалістю існування урядових кабінетів відноситься до числа найнижчих. Однак, такі держави як Австрія чи Греція (а частково також і Німеччина) характеризуються низьким числом ефективних партій і відносно високим рівнем політичної стабільності, незважаючи на застосування тут пропорційної виборчої системи. Це не дає підстав зробити однозначний висновок, про детермінантну залежність між типом виборчої системи і політичною стабільністю. Дана система робить високою вірогідність існування урядів меншості. Рідко коли трапляється так, що одна партія отримує підтримку половини чи більшої частини електорату, тому фіксування багатопартійної системи є невід'ємним наслідком застосування даної виборчої системи. Ця система сприяє формуванню малих партій. У парламентах семи країн ЄС, які застосовують дану систему щонайменше один мандат мають в середньому вісім партій. У шести ж країнах, де діє система відносної більшості нормальним є представництво п'яти партій, дві з яких мають значно більше депутатів, ніж решта. Система пропорційного представництва не визначає, скільки партій буде представлено у виборчому органі; вона лише сприяє більшій кількості партій, ніж це робить система відносної більшості, і становить певну, хоча й можливу для подолання, перешкоду для утворення однієї чи двох очевидно провідних партій або блоків. Італія та Франція свого часу відмовились від пропорційної виборчої системи на користь мажоритарної виборчої системи.

Заміною в 1993 р. пропорційної виборчої системи мажоритарною (щодо  $\frac{3}{4}$  складу Сенату і Палати представників) в Італії розраховували на зменшення ефективної кількості партій, а також рівня фракційності партійної системи. Однак надії ці не виправдалися. У виборах 1994 р. ефективна кількість партій була найвищою з 1946 р., а конкуренція набрала трьохстороннього і значно радикальнішого характеру, незважаючи на скорочення ідеологічної дистанції поміж головними політичними силами. У цілому необхідно підкреслити, що значення і сама суть пропорційних виборчих систем не слід переоцінювати. Їх можна розглядати як засіб наближення до більш-менш справедливого представництва і в жодному разі не як метод досягнення абсолютного результату. У наш час пропорційне представництво не розглядається як форма, що забезпечує дзеркальне відображення всього різноманітного спектру політичних поглядів, смаків і переконань, які існують у суспільстві. У пропорційному представництві, швидше вбачають можливість реалізації політичними партіями, через відповідні державні структури, своїх програмних цілей і установок.

### ***3. Розподіл пропорційних систем за рівнем пропорційного представництва.***

***Пропорційна система з повним пропорційним представництвом (єдиним загальнонаціональним округом).*** Різновид пропорційної виборчої системи при якому існує єдиний виборчий округ, який включає всю територію країни. Застосовується у Нідерландах, Ізраїлі, Парагваї, Молдові, Словенії.

***Пропорційна система з обмеженим пропорційним представництвом.*** Різновид пропорційної виборчої системи у якій вибори відбуваються в декількох багатомандатних виборчих округах, на рівні яких розподіляються й парламентські місця. У такому випадку існує певна відмінність між кількістю голосів, отриманих партією в результаті виборів по всій країні, та кількістю її представників у законодавчому органі. Досить складно домогтися розподілу, який би найточніше відображав вплив кожної партії чи коаліції, тому місця в парламенті можуть отримати партії, які не мають підтримки в масштабі всієї країни. За такої системи розподіл депутатських мандатів відбувається в два етапи: на першому визначаються виборчі квоти, а на другому відбувається розподіл зайвих голосів і незаповнених місць; виборці голосують за списки кандидатів; кандидати від партій обираються за партійними списками тільки в багатомандатних округах.

### ***4. Система партійних списків.***

Для більшості пропорційних систем притаманне голосування за партійними списками. Дані системи застосовується в усіх країнах континентальної Європи за винятком Франції. Вибори за партійними списками у найпростішому своєму варіанті передбачають, що кожна політична партія пропонує на розгляд виборців список кандидатів. Система партійних списків передбачає, що в межах кожного виборчого округу виборець голосує за партійний список. Виборці голосують за партії, а ті отримують свою частку місць у парламенті пропорційно до кількості отриманих голосів виборців. Кандидати заповнюють місця, отримані партією, відповідно до їхнього місця у партійному списку. Максимальна кількість кандидатів від партії у списку може дорівнювати кількості депутатських місць, що виборюються у межах цього виборчого округу. Ще донедавна дані системи не сприймалися прихильниками принципу пропорційного представництва в англосаксонських країнах. Проте у 1976 р. Комісія товариства Ганзарда у справах виборчої реформи під головуванням лорда Блейка рекомендувала впровадити у Великобританії німецький варіант виборчої системи, а 1977 р., напередодні перших у країні виборів до Європарламенту, лейбористський уряд запропонував застосувати для їх проведення виборчу систему Фінляндії. Однак палата громад відхилила цю пропозицію. Існує багато різновидів системи партійних списків, і всі вони мають різні політичні наслідки, то ж було б помилково трактувати цей термін як поняття, що означає окрему виборчу систему. Всі подібні системи можна класифікувати за чотирма критеріями, а саме: є список загальнонаціональним чи регіональним; відбувається пропорційний розподіл мандатів на національному рівні чи в округах; голосують виборці за списки в цілому чи також за окремих кандидатів; якими є походження і розмір виборчого бар'єру. Системи загальнонаціональних списків застосовується лише в Ізраїлі та Нідерландах. У Ізраїлі виборчі округи відсутні взагалі, а у Нідерландах вони не визначають кількість мандатів, яку отримає кожна партія. У округах тут визначаються лише прізвища кандидатів, які заповнять отримані партією місця у парламенті. Решта країн, де діють системи партійних списків, користуються регіональними списками та багатомандатними округами; виняток становить лише Німеччина, у якій регіональні списки поєднуються з одномандатними округами. У країнах, що застосовують системи загальнонаціональних списків, пропорційний розподіл мандатів відбувається також на національному рівні. Інші країни можуть організувати цей процес або на національному, або на регіональному рівні. У Данії, Італії та Німеччині було обрано останній з варіантів. При цьому пропорційність представництва у національному масштабі забезпечується дорозподілом спеціально для цього зарезервованих парламентських мандатів. Водночас її ступінь значно менший за той, що досягається в умовах застосування

альтернативного варіанта. Більше того, малим партіям значно легше забезпечити своє представництво, якщо мандати розподіляються на національному рівні: навіть якщо така партія не має вагомої підтримки у жодному окремому взятому регіоні, сукупна її підтримка у кількох регіонах може виявитись достатньою для того, щоб кандидати від цієї партії потрапили до виборного органу. Різні системи пропорційних списків пропонують виборцям голосувати або за закриті списки, або за окремих кандидатів у відкритих списках. Так, громадяни Ізраїлю мають найбільш обмежений вибір: вони змушені голосувати лише за символіку тієї чи іншої партії, добір же кандидатів кожна партія проводить на власний розсуд. Така система представляє приклад закритого списку. У Німеччині виборці також голосують за партії в цілому. Водночас варіант німецької системи, що його запропонувало Товариство Ганзарда у 1976 р. і який забезпечує пропорційність представництва шляхом обрання кращих з переможених кандидатів в одномандатних округах, можна розглядати як систему “прихованого списку”: виборці можуть не знати, які кандидати перебувають у ньому, що є несумісним зі справжнім списком. Переважна кількість країн припускає певний, але часто досить обмежений вибір з-поміж кандидатів. Типовим для відповідних виборчих систем – систем гнучкого списку – є бюлетень для голосування, що використовується у Бельгії. Цей бюлетень пропонує виборцеві голосувати за список в цілому, погоджуючись з визначеним партією розташуванням кандидатів (так званий *case de lete*), або вносити зміни у запропонований порядок; у першому випадку відповідна позначка робиться вгорі бюлетеня, інакше ж виборець позначає власну градацію кандидатів. Приклад фінської системи відкритого списку демонструє можливість надання громадянам ширшої можливості вибору при голосуванні. У виборчій практиці Фінляндії відсутнє поняття *case de lete*; прізвища кандидатів розташовані у списку в алфавітному порядку, і виборець, голосуючи за того чи іншого кандидата, ставить позначку поряд з його прізвищем. За системи так званих вільних списків, що застосовується у Швейцарії та Люксембурзі, виборцеві також не пропонується впорядкований партією список. Проте тут, на відміну від Фінляндії, виборець має стільки голосів, скільки мусить бути обрано депутатів від округу. Обидві ці системи встановлюють громадський контроль над визначенням порядку розташування кандидатів у вузькому партійному колі. Крім того, системи партійних списків, особливо при розподілі мандатів на національному рівні, найповніше забезпечують пропорційне представництво. Насправді, навіть найбільш “чисті” системи загальнонаціональних списків, що діють у Ізраїлі та Нідерландах, не забезпечують абсолютної пропорційності. Кожна система встановлює виборчий бар’єр, що не допускає до влади надто дрібні партії. Взагалі, пропорційність представництва є тим більшою, чим більшою є

територіальна одиниця розподілу мандатів. Так, найбільш пропорційними є нідерландська, ірландська, ізраїльська та німецька системи загальнонаціонального списку. Різні правила і формули використовуються і для міжпартійного розподілу мандатів; депутатами стає визначена для кожної партії кількість кандидатів, найближчих до першого місця у списку за результатами проведеного голосування. Системи списків відрізняються між собою методами, які використовуються для перетворення отриманих під час виборів голосів у депутатські мандати.

### ***5. Змішані виборчі системи. Персоналізована (персоніфікована) пропорційна система.***

Змішана (пропорційно-мажоритарна) виборча система. Тип виборчої системи, що поєднує в собі елементи як мажоритарної так і пропорційної виборчих систем. За цією системою одна частина парламенту обирається за мажоритарною схемою в округах, а інша частина – за пропорційною схемою голосування за партійними списками. При змішаній системі місця, розподілені за партійними списками, компенсують диспропорційність, що виникає під час голосування у виборчих округах. Дж. Сарторі під змішаною виборчою системою розуміє таку – за допомогою якої “у ту саму палату обирають шляхом поєднання пропорційного критерію і критерію відносної більшості”. А. Блайс з цього приводу зазначає “змішаними є такі системи, які поєднують у собі дві формули – пропорційність та плюралітет або більшість. ...змішаною системою є така система, в якій виборчі результати лежать поміж тими, що звичайно отримуються від плюралітету чи більшості і пропорційного представництва”. Дана виборча система нейтралізує недоліки мажоритарних та пропорційних виборчих систем; дозволяє забезпечити формування стійкої парламентської більшості при більш повному врахуванні інтересів малих соціальних груп; однак є певні труднощі у встановленні результатів голосування. Застосовується в Німеччині, Новій Зеландії, Болівії, Італії, Мексиці, Венесуелі та Угорщині. Можлива комбінація, коли ці елементи діють послідовно або паралельно (лінійна змішана виборча система). Останній варіант, є більш популярним. Він зокрема використовується в Німеччині, Болівії, Венесуелі. Характерним прикладом тут є виборча система ФРН (персоніфікована пропорційна система). Тут половина депутатів нижньої палати парламенту обирається в одномандатних округах за мажоритарною системою відносної більшості, а інша половина – за пропорційною системою на основі партійних списків, запропонованих в суб'єктах федерації. Відповідно кожному виборцю надається два голоси. Один подається за одного кандидата в окрузі, а другий – за один із списків політичних партій. Якщо, наприклад, одна партія отримає 10 % на загальнодержавних



виборах і жодного голосу в округах, то їй буде виділена достатня кількість місць за партійними списками, для забезпечення представництва приблизно на рівні 10 %. Дж. Сарторі, М. Галлахер, М. Лейвер та П. Майр виборчу систему Німеччини визначають як різновид пропорційної виборчої системи, натомість Л. Массікотт та А. Блайз розглядають її як один з варіантів змішаної виборчої системи. Така ж формула використовується й під час виборів Сенату та на муніципальних виборах у Франції. В усіх країнах, де використовується змішана виборча система, крім однієї, мандати в округах розподіляються, за мажоритарною системою голосування за принципом відносної більшості, хоча в Угорщині використовується система виборів у два тури. Набагато складнішим є італійський метод: четвертина парламентських місць резервується для компенсації невикористаних голосів в одномандатних округах. У Венесуелі 102 місця розподіляються за мажоритарною системою голосування за принципом відносної більшості, 87 місць – пропорційно за загальнонаціональними партійними списками, а 15 місць є додатковими компенсаційними місцями, що розподіляються пропорційно. У Мексиці 200 місць, що розподіляються пропорційно за результатами виборів за партійними списками, компенсують переважно значний дисбаланс результатів виборів 300 депутатів за мажоритарною системою відносної більшості, хоча згідно зі спеціальним положенням жодна партія не може отримати більше 315 парламентських місць, а якщо партія отримує менше 60 % голосів, то може розраховувати максимум на 300 місць. Зустрічається і послідовне сполучення елементів мажоритаризму і пропорціоналізму. Так, в Австралії нижня палата парламенту обирається за мажоритарною системою, а верхня – на основі пропорційного представництва. Згідно з даною системою передбачається такий порядок встановлення результатів виборів, який покликаний усунути об'єктивні вади мажоритарної та пропорційної системи. Особливості даної системи є наступні: голосування відбувається в одномандатних виборчих округах у частині, що обирається за мажоритарною системою, та багатомандатних – у частині, що обирається за пропорційною системою; в одномандатних округах голосування відбувається за конкретного кандидата у депутати, у багатомандатних – за партійний список; результати голосування встановлюються за абсолютною чи відотною більшістю в одномандатних округах і за пропорційною відповідністю – в багатомандатних. М. Шуггарт та М. Ваттенберг вважають, що змішана система “дисциплінує національні партії, чиї парламентарі можуть бути відповідальні й за вираження місцевих інтересів”. До того ж, змішана система дає змогу партіям використовувати певні свої переваги: сконцентруватися на виборчих округах чи на партійному списку. Однак це може вести до утворення двох “класів” депутатів. Слід також пам'ятати, що в аспекті перетворення голосів на

парламентські місця змішана система може бути такою ж пропорційною, як і система виборів за партійними списками, з усіма недоліками та перевагами, які їй притаманні. Одна з причин, через яку змішана система часом вважається менш доцільною, ніж просто вибори за партійними списками, полягає в тому, що вона може призвести до так званих аномалій стратегічного голосування. Існує кілька різновидів змішаних систем: структурна змішана, лінійна змішана, подвійного голосування. У змішаних системах можуть надаватися переваги системі за більшістю поданих голосів чи системі пропорційного представництва або ж ефективному поєднанню обох систем. Л. Массікотт та А. Блайз також вирішальною рисою змішаної системи вважають те, що її механізми охоплюють одночасно “комбінацію різних виборчих формул (більшості чи пропорційного представництва; плюралітету чи пропорційного представництва) для вибору єдиної більшості”. Серед змішаних систем, де використовується принцип більшості поданих голосів, виділяється кілька її різновидів: просте голосування без права передачі голосу; просте голосування з правом передачі голосу; обмежене голосування; кумулятивне голосування. Серед змішаних виборчих систем, які, навпаки, є ближчими до пропорційного представництва найчастіше використовуються: система обмеженого голосу; альтернативна система багатомандатного та одномандатного округу; система партійних списків. Рівновага між пропорційним представництвом та голосуванням за більшістю поданих голосів може досягатися як шляхом поєднання цих способів, так і шляхом накладок. Змішана виборча система сьогодні використовується лише у 7 країнах світу (Німеччина, Венесуела, Нова Зеландія, Мексика, Італія, Болівія і Угорщина), а кількість населення у цих країнах становить 265 млн. чол., або 6 % від всього населення світу. Як правило вона використовується в тих країнах, де йде пошук і становлення виборчих систем або необхідно досягти компромісу між принципом представництва у парламенті різних політичних сил та стабільністю сформованого ними уряду.

#### **Література.**

- Балабан Р. В. Теорія виборчої системи. – К., 2007. – 112 с.
- Бодрова І. Теоретико-правові аспекти поняття "виборча система" / І. І. Бодрова // Проблеми законності [Текст]: академічний збірник наукових праць / відп. ред. В.Я.Тацій. – Харків, 2010. – Вип. 110. – С. 36-46.
- Вибори і референдум в Україні: проблема теорії і практики : збірник / Ред. : М. Рябець та ін. – К. : Центральна виборча комісія, 2001. – 360 с.
- Вибори в Європейському Союзі / За ред. Ковриженка Д. С. ; Лабораторія законодавчих ініціатив. – К. : ФАДА, ЛТД, 2006. – 156 с.
- Виборче право України : навч. посіб. / за ред.. В. Ф. Погорілка, М. І. Ставнійчук. – К. : Парламентське видавництво, 2003. – 383 с.
- Вишняк О. І. Електоральна соціологія: історія, теорії, методи. - К., 2000.
- Граф Г., Зайлер Г. Выборы и избирательное право в классовой борьбе. - М., 1974.

- Кіс Т. І. Виборчі системи та їхні політичні наслідки // Нова політика. - 1996. - №2, 4.
- Конституционное (государственное право) зарубежных стран: Том 1-2. Часть общая / Отв. ред. проф. Б. А. Страшун. - М., 2000.
- Ключковський Ю.Б. Виборчі системи та українське виборче законодавство: монографія / Ю.Б.Ключковський; Національний університет «Києво-Могилянська Академія». – К.: Час Друку, 2011. – 132 с.
- Мазур О. Г. Виборчі системи: світовий досвід / О.Г. Мазур. - Луган. : СУДУ, 1999. – 36 с.
- Надане А. Выбор избирательных систем // Полис. - 1993. - №3.- С. 70-79.
- Паппи Ф. У. Политическое поведение: мыслящие избиратели и многопартийные системы // Политическая наука: новые направления. - М., 1999.- С.262-280.
- Пугачев В. П., Соловьев А. И. Введение в политологию: Учебник для студентов высших учебных заведений. - М., 2000.
- Рябов С. Г. Політичні вибори: Навчальний посібник. - К., 1998.
- Сарторі Дж. Порівняльна конституційна інженерія. – К. : Арттек, 2001. – 212 с.
- Таагапера Р., Шугарш М. С. Описание избирательных систем // Полис. - 1997. - №3.
- Уоллерстайн М. Избирательные системы, партии и политическая стабильность // Полис. - 1992. - № 5-6.
- Чайковський Б., Рибачук М. Сучасні моделі виборчих систем: проблеми теорії і практики / Б. Чайковський, М. Рябчик // Вісник Центральної виборчої комісії. – 2009. – № 1. – С. 44–52.
- Шаповал В. М. Конституційне право зарубіжних країн. - К., 2001. - С.118-126.
- Шведа Ю. Р. Вибори та виборчі системи. Європейські стандарти та досвід для утвердження демократії в Україні.- Львів, 2010. – 462 с.
- Шведа Ю. Партії та вибори: європейський досвід і українські реалії. Енциклопедичний словник.- Львів, 2009.- 500 с.
- Шведа Ю. Р. Партії та вибори : енциклопедичний словник / Ю. Р. Шведа. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – 750 с.
- Шведа Ю. Політичні партії у виборах: теорія та практика виборчої кампанії : навч.-метод. посіб. / Ю. Шведа. – К. : Знання, 2012. – 373 с.

## **Тема 5. Референдуми і плебісцити: співвідношення понять**

- 1. Поняття, види референдуму.*
- 2. Умови проведення і значення референдумів.*

### **Зміст лекції**

#### ***1. Поняття, види референдуму.***

Слово "референдум" походить з латинської мови і дослівно означає "те, що має бути повідомлено". Прийнято вважати, що перший в історії людства референдум був проведений у Швейцарії ще у 1439 р.

Референдум відповідно до ч. 1 ст. 1 Закону України "Про всеукраїнський та місцеві референдуми" це спосіб прийняття громадянами України шляхом голосування законів, інших рішень з важливих питань загальнодержавного і місцевого значення.

Голосування виборців іноді називають ще плебісцитом. Це поняття є синонімом терміна "референдум". Проте в основних законах Бразилії та Колумбії вживаються обидва зазначені терміни, що свідчить про відмінність явищ, на позначення яких вони використовуються. У Колумбії референдумом є конституційно визнане всенародне голосування щодо внесення змін до основного закону. Отже, можна припустити, в цій країні плебісцит - це голосування з інших питань.

Існують і інші трактування терміна "плебісцит" як певної форми безпосередньої демократії. За змістом ст. 76 Конституції Єгипту плебісцитом є всенародне голосування щодо заміщення поста президента, на яке вноситься єдина кандидатура, визначена законодавчим органом.

У французькій юридичній літературі термін "плебісцит" вживають для позначення референдуму, формальним предметом якого є підтримуваний президентом законопроект, а реальним - політика президента, відображена у змісті такого законопроекту. Деякі науковці вважають плебісцитом будь-який референдум, призначений главою держави.

Поняття плебісциту пов'язують також з голосуванням з питань форми державного правління. Деякі дослідники ототожнюють плебісцит з консультативним референдумом, причому така тотожність іноді визнається в конституції (Чилі) або в законодавстві (Бразилія).

У міжнародному праві плебісцит - це голосування індивідів, які мають статус виборців і проживають у межах певної частини відповідно матеріалізованого простору, з метою визначення її державної незалежності або статусу як новоутвореної держави. З середини XIX ст. плебісцит (за наведеним визначенням) нерідко застосовується з метою мирного врегулювання

міжнародних спорів з територіальних питань. Згодом його почали застосовувати у процесі реалізації права націй на самовизначення.

За авторитарних режимів референдум використовується диктаторською владою для того, щоб обійти представницькі установи, ті носячи найважливіші державні рішення безпосередньо на розсуд виборців, які досить часто не мають можливості розібратися в їх суті. Однак і в демократичних державах референдум може бути використано як протипагу представницькій демократії. Це може мати місце тоді, коли право призначення референдуму входить до таких повноважень глави держави чи уряду, що здійснюються ними за власним розсудом (дискреційні повноваження).

Референдуми виконують такі соціальні функції:

- 1) вони є одним із основних інструментів реалізації права народного суверенітету і легітимізації владних рішень;
- 2) є однією з основних форм реалізації права національного суверенітету;
- 3) є одним із способів формування громадської думки;
- 4) за умови демократичного суспільства референдуми можуть бути використані народом як протипага рішенням органів державної влади та місцевого самоврядування, що не задовольняють інтереси громадян.

Розрізняють певні види референдумів:

1. За територіальною ознакою:

- всеукраїнський референдум. Відповідно до ст. 72 Конституції України всеукраїнський референдум призначається Верховною Радою України або призначається чи проголошується Президентом України відповідно до їхніх повноважень, установлених Конституцією України.

Статтею 73 та п. 2 ч. 1 ст. 85 Конституції України встановлено, що до повноважень Верховної Ради України належить призначення всеукраїнського референдуму з питань про зміну території України.

Згідно з п. 6 ч. 1 ст. 106 Конституції України Президент України призначає всеукраїнський референдум щодо змін Конституції України відповідно до ст. 156 Конституції та проголошує всеукраїнський референдум за народною ініціативою, висловленою у порядку, визначеному ч. 2 ст. 72 Конституції України: всеукраїнський референдум проголошується за народною ініціативою на вимогу не менш як трьох мільйонів громадян України (це приблизно 1/10 виборчого корпусу України), які мають право голосу, за умови, що підписи щодо призначення референдуму зібрано не менш як у двох третинах областей і не менш як по сто тисяч підписів у кожній області. Відповідно до Рішення Конституційного Суду України від 15.10.2008 р. № 23-рп/2008' Президент України зобов'язаний проголосити такий референдум, якщо його ініційовано з додержанням встановлених Конституцією та законами України вимог щодо

організації і порядку проведення всеукраїнського референдуму за народною ініціативою.

Всеукраїнські референдуми проводилися в Україні двічі. Перший відбувся 1 грудня 1991 р. На ньому було підтримано проголошення незалежності України. Другий було проведено 16 квітня 2000 р. відповідно до Указу Президента України "Про проголошення всеукраїнського референдуму за народною ініціативою" від 15.01.2000 р. № 65/2000 із змінами<sup>2</sup>, виданого на вимогу більш як трьох мільйонів громадян України.

- місцевий референдум, який може проводитися у межах Автономної Республіки Крим або у межах села, селища, міста.

Відповідно до ст. 7 Закону України "Про місцеве самоврядування в Україні" предметом місцевого референдуму може бути будь-яке питання, віднесене Конституцією України, цим та іншими законами до відання місцевого самоврядування. На місцевий референдум не можуть бути винесені питання, віднесені законом до відання органів державної влади.

Рішення про проведення референдуму Автономної Республіки Крим приймає Верховна Рада Автономної Республіки Крим (п. 3 ч. 2 ст. 26 Конституції Автономної Республіки Крим), а рішення про проведення місцевого референдуму приймає сільська, селищна, міська рада (п. 18 ч. 1 ст. 26 Закону України "Про місцеве самоврядування в Україні").

Отже, сьогодні інститут місцевих референдумів знайшов своє закріплення у Конституції України, Законі України "Про всеукраїнський та місцеві референдуми", Законі України "Про місцеве самоврядування в Україні", Законі України "Про Центральну виборчу комісію". З огляду на застарілість чинного закону про референдуми 1991 р. у частині, що не суперечить Конституції України, необхідно прийняти два самостійних законодавчі акти: закон про всеукраїнський референдум та закон про місцеві референдуми.

2. За предметом референдуму (тобто за питанням, вирішення якого відбувається шляхом народного голосування) розрізняють:

- конституційні референдуми, коли шляхом референдуму вирішується питання прийняття, затвердження або зміни конституції;

- законодавчі референдуми, коли народним голосуванням вирішуються питання, пов'язані з прийняттям, затвердженням, зміною, скасуванням законів.

- референдуми з питань зміни території;

- міжнародно-правові референдуми;

- інституційні референдуми (з питань дострокового припинення повноважень парламенту або глави держави). Конституція України не закріплює можливість проведення таких референдумів, але спроби їх ініціювання мали

місце у 1992,1993,1996, 1998 рр. Інституційним може вважатися і місцевий референдум щодо дострокового припинення повноважень сільського, селищного, міського голови, можливість проведення якого передбачена ч. 3 ст. 79 Закону України "Про місцеве самоврядування в Україні".

Відповідно до ст. 3 Закону України "Про всеукраїнський та місцеві референдуми" предметом всеукраїнського референдуму може бути:

- затвердження Конституції України, її окремих положень та внесення до Конституції України змін і доповнень;

- прийняття, зміна або скасування законів України або їх окремих положень;

- прийняття рішень, які визначають основний зміст Конституції України, законів України та інших правових актів.

Крім того, згідно з частинами 1,2 ст. 5 зазначеного Закону на всеукраїнський референдум можуть виноситися питання, які за Конституцією України належать до відання України. Виключно всеукраїнським референдумом вирішується питання про реалізацію права народу України на самовизначення та входження України до державних федеративних і конфедеративних утворень або вихід з них.

Статтею 74 Конституції України встановлено, що не допускається референдум щодо законопроектів з питань податків, бюджету та амністії.

Відповідно до ч. 3 ст. 5 Закону на всеукраїнський референдум не виносяться питання, віднесені законодавством України до відання органів суду і прокуратури; питання амністії та помилування; питання про вжиття державними органами України надзвичайних і невідкладних заходів щодо охорони громадського порядку, захисту здоров'я та безпеки громадян; питання, пов'язані з обранням, призначенням і звільненням посадових осіб, що належать до компетенції Верховної Ради України, Президента України та Кабінету Міністрів України.

Питання про предмет референдуму, визначені нормативними положеннями закону, називаються формулою референдуму.

Формули референдумів поділяють на звернення до виборчого корпусу з приводу запропонованого питання та народний вибір, тобто пропонування голосуючому двох і більше варіантів вирішення проблеми.

Формула всеукраїнського референдуму передбачає такі вимоги:

- неприпустимим є винесення на референдум питань, передбачених чинним законодавством;

- формула всеукраїнського референдуму повинна передбачати оптимальний варіант вирішення проблеми, винесеної на референдум;

- формула повинна давати можливість реалізувати рішення референдуму як самостійного законодавчого акта та виключати будь-які його "доопрацювання";

- формула має передбачати безальтернативний характер відповідей ("так", "ні", "прийняти", "відхилити"); неприпустимою є можливість часткового висловлення виборця з проблеми референдуму;

- питання мають бути актуальними, лаконічними та зрозумілими для пересічного виборця.

Щодо кількості питань, які виносяться на референдум, як свідчить досвід, проведення референдуму з множинних питань має наслідком проблему з реалізацією його рішень.

Отже, за формулою, тобто конструкцією питань, що виносяться на всенародне голосування, референдуми поділяють на:

- прості конструкції питань референдумів, що передбачають винесення на референдум одного питання з конкретної проблеми. Прикладом простої формули референдуму є всеукраїнський референдум 1991 р., коли на голосування виносилося одне питання про легітимізацію Акта проголошення незалежності України;

- складні (комбіновані) конструкції питань референдумів передбачають голосування з двох і більше питань, які можуть стосуватися проблем різного характеру, але, як правило, сукупність питань, винесених на референдум, стосується однієї проблеми.

#### 4. За обов'язковістю:

- обов'язкові референдуми, які проводяться, коли іншим чином рішення з певного питання не може бути прийняте. Так, відповідно до ч. 1 ст. 156 Конституції України законопроект про внесення змін до розділів I, III, XIII Конституції України затверджується всеукраїнським референдумом, який призначається Президентом України;

- факультативні референдуми, які можуть бути проведені, а можуть бути і не проведені залежно від рішення певного органу або існування народної ініціативи. Предметом такого референдуму може стати будь-яке питання або проект державного чи самоврядного рішення, за винятком питань та проектів, винесення яких на референдум заборонено конституцією або законом. Референдуми з ініціативи громадян завжди мають факультативний характер. Факультативні референдуми, які проводяться за народною ініціативою, вважаються зброєю опозиції.

#### 5. За моментом проведення:

- дозаконодавчі референдуми, які проводяться до розгляду законопроекту парламентом та зазвичай є консультативними;



- післязаконодавчі референдуми, які проводяться після розгляду законопроекту парламентом та є, як правило, постановляючими.

#### 6. За правовими наслідками:

- консультативні референдуми. Статтею 46 Закону України "Про всеукраїнський та місцеві референдуми" передбачено можливість проведення дорадчого опитування громадян (консультативного референдуму), що проводиться з метою виявлення волі громадян при вирішенні важливих питань загальнодержавного і місцевого значення. Результати такого опитування розглядаються і враховуються при прийнятті рішень відповідними державними органами. Якщо проекти законів, інших рішень Верховної Ради України або рішень місцевої ради не відповідають результатам всеукраїнського або відповідного місцевого дорадчого опитування, такі закони, рішення можуть бути прийняті лише більшістю не менш як дві третини від загальної кількості народних депутатів України або депутатів відповідної місцевої ради.

Від консультативного референдуму слід відрізнити опитування громадської думки, що відповідно до ст. 47 зазначеного Закону проводяться в іншому, ніж передбачено цим Законом, порядку, або з питань, які відповідно до Закону не можуть виноситися на всеукраїнський чи місцевий референдуми. Вони не мають статусу консультативного референдуму і правових наслідків, що з нього випливають. У науковій літературі зазначається, що консультативні референдуми на місцевому рівні проводити недоцільно через їх неефективність та значну собівартість.

Частина 2 ст. 48 Конституції Автономної Республіки Крим передбачає можливість проведення консультативного республіканського (місцевого) референдуму щодо змін, які стосуються обмежень статусу і повноважень Автономної Республіки Крим, Верховної Ради Автономної Республіки Крим і Ради міністрів Автономної Республіки Крим, визначених Конституцією України, законами України;

- постановляючі (імперативні) референдуми. Зі змісту ч. 3 ст. 1 Закону України "Про всеукраїнський та місцеві референдуми" випливає, що закони, інші рішення, прийняті всеукраїнським референдумом, мають вищу юридичну силу щодо актів органів державної влади та місцевого самоврядування. Рішення, прийняті місцевим референдумом, мають вищу юридичну силу щодо рішень місцевих рад, на території яких він проводиться. Відповідно до ч. 4 ст. 1 зазначеного Закону закони, інші рішення, прийняті референдумом, не потребують будь-якого затвердження державними органами і можуть бути скасовані або змінені лише у порядку, передбаченому цим Законом.

#### 7. За часом проведення:

- повторні референдуми. Відповідно до ст. 43 Закону України "Про всеукраїнський та місцеві референдуми" повторні всеукраїнські та місцеві референдуми проводяться, якщо під час проведення відповідного референдуму було допущено грубі порушення цього Закону. У такому разі Верховна Рада України у місячний строк, а місцева рада у п'ятнадцятиденний строк, можуть призначити повторний всеукраїнський або місцевий референдум на всій території держави, відповідної адміністративної одиниці або її частини.

- нові референдуми. Новий всеукраїнський референдум з питань, що раніше виносилися на референдум, може бути проведено не раніш як через 5 років, а місцевий референдум - не раніш як через рік від дня проведення попереднього референдуму з цих питань.

## **2. Умови проведення і значення референдумів.**

Законодавчою основою організації та проведення всеукраїнського референдуму є розділ III Конституції України та Закон України "Про всеукраїнський та місцеві референдуми". Процедура проведення референдумів здійснюється на демократичних засадах, відкрито і гласно, шляхом таємного голосування. Контроль за волевиявленням громадян не допускається, крім того, громадяни беруть участь у референдумі безпосередньо. Голосування за інших осіб не допускається. Фінансову основу всеукраїнського референдуму становлять витрати із Державного бюджету України.

Порядок проведення референдуму, тобто референдний процес, складається з відносно самостійних процедур:

- а) призначення референдуму;
- б) його підготовка;
- в) проведення референдуму та голосування;
- г) підрахунок та визначення підсумків референдуму;
- г) оприлюднення та введення у дію рішень, нормативно-правових актів, прийнятих референдумом.

Призначення референдуму є початковою стадією проведення референдуму. Розрізняють ініціативу про проведення референдуму і прийняття відповідного рішення про призначення референдуму. Всеукраїнський референдум призначається згідно зі ст. 72 Конституції України Верховною Радою України або Президентом України.

Виключним суб'єктом призначення всеукраїнського референдуму про зміну території України є Верховна Рада України. Постанова про призначення Верховною Радою України на певну дату всеукраїнського референдуму оприлюднюється засобами масової інформації, а перелік питань, що виносяться на референдум, оголошується у десятиденний строк після офіційного

оприлюднення рішення про призначення референдуму. Президент України призначає обов'язковий всеукраїнський референдум щодо змін Конституції України, а саме: розділу I "Загальні засади", розділу III "Вибори та референдуми" та розділу XIII "Внесення змін до Конституції України". Крім того, Президент України проголошує всеукраїнський референдум за народною ініціативою.

Місцеві референдуми згідно з ч. 2 ст. 13 Закону України "Про всеукраїнський та місцеві референдуми" призначаються відповідними місцевими радами на вимогу депутатів, що становлять не менш як половину від загального складу цих рад, або на вимогу, підписану однією десятою частиною громадян України, які постійно проживають на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці і мають право брати участь у референдумі. Вимога депутатів про проведення всеукраїнського чи місцевого референдуму реалізується шляхом поіменного голосування на пленарному засіданні відповідної ради або шляхом збирання підписів депутатів.

Громадяни України реалізують своє право на ініціативу всеукраїнського референдуму шляхом збору підписів, яких має бути не менше 3 млн. Вони мають бути зібрані не менш як у двох третинах областей і не менш як по 100 тис підписів у кожній області. Організують та здійснюють збирання підписів ініціативні групи референдуму, що утворюються й діють відповідно до названого Закону.

Ініціативна група всеукраїнського референдуму утворюється на зборах громадян України, в яких беруть участь не менш як 200 осіб, які мають право на участь у референдумі. Ініціативна група обласного, міського, районного, районного в місті референдуму утворюється на зборах за участю не менш як 200 громадян України, а міського, селищного і сільського референдуму - на зборах за участю не менш як 50 громадян України, які мають право на участь у референдумі і постійно проживають на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці.

Не пізніше як за десять днів до проведення зборів з питання всеукраїнського референдуму їх ініціатори повинні письмово повідомити про час, місце і мету зборів голову районної, міської ради, на території якої проводитимуться збори, а зборів з питань місцевого референдуму - голову відповідної місцевої ради. У разі схвалення більшістю учасників зборів пропозиції про проведення референдуму та затвердження формулювання питання, що пропонується на нього винести, обирається ініціативна група, якій доручається організація збирання підписів громадян. Ініціативна група всеукраїнського референдуму складається не менш як з 20 громадян України, які мають право брати участь у референдумі. Ініціативна група місцевого референдуму складається не менш як з 10 громадян

України, які мають право брати участь у референдумі і постійно проживають на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці.

У триденний строк після завершення збирання підписів ініціативна група з проведення всеукраїнського референдуму складає підсумковий протокол, який передається на перевірку ЦВК.

Після прийняття рішення про проведення референдуму дата проведення:  
о всеукраїнського референдуму призначається не раніш як за три й не пізніш як за чотири місяці;

\* місцевого референдуму - не раніш як за місяць і не пізніш як за два місяці.

Підготовка референдуму є важливим етапом у референдумному процесі. Для проведення референдуму створюються необхідні умови, наприклад, дільниці для голосування, комісії з проведення референдуму, а також складаються списки учасників референдуму. Разом з тим, на відміну від виборів, проведення референдуму не вимагає створення виборчих округів. Згідно зі ст. 23 Закону України "Про всеукраїнський і місцеві референдуми" для проведення голосування і підрахунку голосів створюються тільки дільниці для голосування, що об'єднують від 20 до 3000 громадян, які мають право брати участь у референдумі. Для забезпечення належної підготовки та проведення референдуму такого масштабу утворюються спеціальні комісії - Центральна, АРК, обласні, районні, міські, селищні, сільські. Загальне керівництво всеукраїнським референдумом покладається на ЦВК.

Центральною комісією із всеукраїнського референдуму є ЦВК України. Вона виконує ряд важливих функцій, а саме: спрямовує діяльність підпорядкованих їй комісій з проведення референдуму, здійснює розподіл коштів між ними, визначає зразки документації, що застосовується при проведенні референдуму, здійснює підрахунок голосів та оголошує результати всеукраїнського референдуму.

На засіданнях комісій всіх рівнів при підрахунку голосів мають право бути присутніми представники політичних партій, громадських організацій, трудових колективів.

Рішення, закони або інші правові акти, прийняті на всеукраїнському референдумі, діють з моменту їх опублікування, а датою прийняття рішень чи правових актів вважається дата проведення референдуму. У разі грубих порушень законодавчих вимог щодо проведення референдуму Верховна Рада України в місячний термін може призначити повторний всеукраїнський референдум.

**Література.**

- Погорілко В. Ф. Референдуми в Україні : історія та сучасність : [монографія] / Віктор Федорович Погорілко, Владислав Леонідович Федоренко. – К. : Ін-т держави і права НАН України, 2000. – 248 с.
- Референдуми в Європейському Союзі / О. Чебаненко, О. Гришук, Н. Колодяжна, А. Євгенєва; За ред. Д. С. Ковриженка – К. : ФАДА, ЛТД, 2007. – 186 с.
- Шудра О. Местный референдум : организационно-правовые требования [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://ecsocman.hse.ru/data/582/680/1219/009.SHUDRA.pdf>
- Посібник з питань партисипативної демократії (демократії участі) на місцевому рівні / Під ред. Толкованова В. В. – К. : Крамар, 2011. – 199 с.
- Деревянко С. Референдум як демократичний політичний інститут : світовий досвід і Україна : автореф. дис. / Деревянко С. М. – К. 2012.
- Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
- ЗУ «Про всеукраїнський та місцеві референдуми» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1286-12>
- ЗУ «Про всеукраїнський референдум» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5475-17>
- Погорілко В.Ф., Федоренко В.Л. Референтне право України : [навчальний посібник]. – К. : Ліра-К, 2006. – 366 с.
- Місцеві референдуми в Україні: теоретичні та нормо-проектні аспекти: матеріали «круглого столу», 2009, м. Київ // Передмов. М.В. Оніщука; Автор. кол. : Федоренко В. Л., Ляшко І. В., Базілевич Д. С., Кузнецова Н. О., Черничка Л. В.; Упоряд.: Пиняк С. І., Гарбуз Ю. П., Степанян Г. С. – К. : СПД Москаленко О. М., 2009. – С. 27 – 55.
- Коли в Україні з'являться місцеві референдуми? Старт проекту «Реформа інституту місцевого референдуму: участь громадян в урядуванні» [Електронний ресурс] // Центр Політичного Аналізу та Виборчого Консалтингу, 2012. – Режим доступу : <http://www.cpaec.org.ua/uk/news/view/565>

## **Тема 6. Виборча кампанія її суть та складові. Стратегія і тактика виборчої кампанії**

### **План.**

- 1. Сутність передвиборної кампанії. Передвиборні проекти.*
- 2. Поняття виборчої кампанії, її суб'єкти, учасники, цілі, завдання.*
- 3. Класифікація виборчих кампаній.*
- 4. Основні стадії виборчої кампанії.*
- 5. Ресурси виборчої кампанії. Стратегії їх розподілу у часі.*
- 6. Фінансування виборчих кампаній. Фондрайзинг.*

### **Зміст лекції.**

#### **1. Сутність передвиборної кампанії. Передвиборні проекти.**

Важливою складовою електоральної діяльності партій кандидатів є реалізація політичних проектів, від чого не меншою мірою, ніж від ресурсів чи від проекту виборчої кампанії залежить її результативність. Є. Малкін і Є. Сучков характеризують політичний проект як будь-яку позитивну діяльність політика (політичної партії), результати якої використовуються в публічній діяльності. Він, на погляд учених, має такі етапи: запуск, розкрутка, засвітка, фаза наростання, фіксація. Завдяки їм відбувається «розкрутка» партійних брендів, лідерів політичних сил, забезпечується політична впізнаваність партій, розширюється їх позитивний образ. Все це є надзвичайно важливим під час проведення виборчих кампаній, які є свого роду вершиною політичних проектів. Окрім того, політичні проекти є основною формою існування і розвитку партійних організацій.

Як вказують Є. Малкін та Є. Сучков, особливим різновидом політичних проектів є передвиборні проекти або передвиборна кампанія – агітація виборців, яка проводиться в період між виборами. Їх цілями є, по-перше, забезпечення впізнаваності і формування (розширення) позитивного образу кандидата (партії); по-друге, створення (нарошування, намагнічування, навчання) команди активістів, а також виявлення і фіксація потенційних прихильників кандидата (партії); по-третє, акумуляція всіх видів ресурсів для майбутньої виборчої кампанії.

Український політолог О. Хімченко визначає передвиборні проекти як організовану діяльність кандидата і його команди, позитивні наслідки якої використовуються у виборчій кампанії для формування його позитивного образу. Вчений зауважує, що основна діяльність політичних партій у період між виборчими кампаніями повинна концентруватися навколо організації і реалізації передвиборних проектів, які можуть бути як загальнопартійними, так і пов'язаними з діяльністю регіональних партійних структур, що повинні мати

чітку змістовну мету, тобто стратегію, і ретельно вивірені й обґрунтовані засоби його реалізації, тобто тактику. Передвиборний проект, висновок науковець, – це кращий спосіб для партії затверджувати свою силу, бойовитість, впізнаваність і популярність серед виборців.

О. Хімченко наводить такі типи передвиборних проектів політичних партій: проекти «резонансних» справ (розв'язання якоїсь важливої для виборців проблеми); робота з цільовими групами виборців; збір підписів з різними вимогами до влади; розвиток підприємництва і захист товаровиробників; взаємодія зі ЗМІ, створення власних друкованих видань і телерадіокомпаній; організація передвиборних науково-практичних конференцій, партійних дискусій; відзначення ювілейних дат; благодійність («гуманітарні» проекти, тобто різні програми та акції з надання все можливої «допомоги» громадянам); збір коштів для чергової виборчої кампанії; створення партійних шкіл, різних громадських комітетів.

## ***2. Поняття виборчої кампанії, її суб'єкти, учасники, цілі, завдання.***

Виборча кампанія політичної партії має свою структуру. Найновіші дослідження дозволяють нам умовно виділити об'єктно-суб'єктну складову, ресурсний компонент, а також проект виборчої кампанії. Об'єктно-суб'єктну складову виборчої кампанії добре характеризує М. Афанасьєва. Об'єкт виборчої кампанії – це волевиявлення виборців та результат виборів. Серед суб'єктного компоненту вчена виокремлює суб'єктів та учасників виборчої кампанії. Суб'єкти виборчої кампанії – кандидати на виборчі посади, політичні партії, виборчі блоки політичних партій, тобто, ті, які безпосередньо реалізують свої виборчі права. Учасники – представники кандидатів, партій у виборчих кампаніях, довірені особи, розпорядники виборчих фондів, офіційні спостерігачі від кандидатів, партій (виборчих блоків), уповноважені особи, тобто, ті, які сприяють реалізації виборчих прав суб'єктів.

Цілі й завдання, які ставить політична партія чи кандидати у виборчій кампанії, визначають особливості їх електоральної діяльності. Ззовні може здаватися, що найголовнішою метою є обов'язкова і якомога переконливіша перемога. Проте, як зазначають українські фахівці з організації та проведення виборів В. Полторак і В. Петров, цілі участі партій та їх кандидатів у виборчих кампаніях можуть бути найрізноманітнішими, найтипівішими серед яких є наступні: одержання на виборах абсолютної більшості голосів («нищівна перемога»); одержання відносної більшості голосів; страхування лідера виборчої кампанії (звичайно – зі «здачею» йому своїх голосів); передача влади під час виборів своєму наступникові; участь за дорученням органів управління (причини – найрізноманітніші); отримання досвіду участі у виборчій кампанії;

розкрутка кандидата в якості політика; «крадіжка» частини голосів суперника основного кандидата; підтримка кампанії, що проводиться партією, яку представляє кандидат; «підстава-страхування» – участь на всякий випадок: раптом знімуть всі кандидатури і тоді вибори не відбудуться, відповідно, постраждає основний кандидат; «підстава-ресурс» – участь з метою «скидання» коштів, які виділяються на проведення кампанії (а їх об'єм строго контролюється), на користь основного кандидата; розкрутка імені кандидата у сферах, не пов'язаних з політикою; наприклад, просування бренду торгової марки підприємства, до якого він має відношення, реклама товару, презентація суспільної або бізнес-програми.

В даний час широко використовується поняття «партія-спойлер» для з'ясування цілей та завдань участі політичних партій у виборах. Партії-спойлери – підставні партії, головною метою яких є не перемога на виборах, а відтягування голосів конкурентів. Вони, як правило, не мають ніякої електоральної бази і створюються для того, щоб активно критикувати конкурентів свого замовника. При цьому виокремлюються два типи спойлерів: «професійні» – ті, хто свідомо працює над падінням рейтингу опозиції і «принципові» – ті, чиї амбіції не дозволяють інтегруватися з однодумцями.

### ***3. Класифікація виборчих кампаній.***

Виборчі кампанії розрізняються за різними параметрами. За рівнем, який визначається адміністративно-територіальною системою, в межах якої проводяться вибори, виокремлюються виборчі кампанії загальнодержавного рівня, рівня області, району, міста, селища, села.

За масштабом, який характеризується кількістю виборців, що беруть участь в голосуванні, виділяють виборчі кампанії дрібного, середнього та великого масштабів. Їх характеристику подають Є. Малкін та Є. Сучков. Кампанії дрібного масштабу – до 100 тисяч виборців в окрузі, середнього – від 100 до 1000 тисяч, великого – понад 1000 тисяч виборців.

За порядком встановлення результатів виборів, який визначається типом виборчої системи, виборчі кампанії класифікуються наступним чином:

1. Представницька або куріальна, 2. Мажоритарна, 3. Пропорційна, 4. Змішана.

За тенденцією зміни електоральних переваг виділяють виборчі кампанії політизовані, нормальні, деполітизовані (зі слабким змістом). Політизовані виборчі кампанії характеризуються виникненням або наростанням в окрузі (в регіоні, в країні) якоїсь проблеми, навколо якої поступово починає зосереджуватися все політичне життя. Це призводить до зростання числа активних виборців та збільшення серед них частки політично (точніше,



проблемно) орієнтованих. В крайньому випадку ситуація може виявитися близькою до революційної та призвести до поляризації виборців в чорно-білій системі координат.

Нормальні виборчі кампанії характеризуються інтересом виборців до кандидатів та їх передвиборчої агітації. Кампанія розгортається переважно в дусі змагальності і толерантності. Спостерігається висока активність виборців, серед яких виокремлюються групи політично орієнтованих (абстракціоністів), особистісно орієнтованих (персоніфікаторів) та рухливих виборців.

Деполітизовані виборчі кампанії або зі слабким змістом характеризуються втратою інтересу виборців до відповідного виборного органу влади, зниженням активності виборців, розмиванням сегментів базового електорату і відносним ростом числа рухливих виборців, відсутністю особливого інтересу до кандидатів та їх передвиборчої агітації, низькою явкою на виборчі дільниці.

Окремо слід виокремити негативні або протестні виборчі кампанії. Їх суть полягає в тому, що кандидат (партія) позиціонує себе як борець зі злом, яке втілює якийсь «ворог»: конкуруючий кандидат або партія, влада, комуніст, демократ, олігарх. Головне, щоб ворог володів достатньо сильним антиобразом, тобто, досить чисельним антиелекторатом. Розрахунок на перемогу будується на протестному голосуванні: кандидата як борця зі «злом» має підтримувати антиелекторат «ворога».

Існують ще паралельні виборчі кампанії. Паралельна виборча кампанія – схема, при якій кампанія партії та кампанії її кандидатів в округах перетворюються в єдине ціле, тобто вони стратегічно і тактично зшиваються таким чином, щоб взаємно доповнювати і посилювати одна одну. Паралельні виборчі кампанії спостерігаються, коли вибори відбуваються за змішаною виборчою системою, одночасно відбуваються парламентські та місцеві вибори, одночасно здійснюються вибори представницьких органів на рівні області, району, міста, селища, села.

Залежно від обсягу грошового забезпечення можна виділити чотири градації виборчих кампаній:

1. Незабезпечені кампанії, коли грошові засоби кандидата майже відсутні.
2. Мінімальні кампанії, грошове забезпечення яких дозволяє провести мінімальний набір заходів, що реалізують оптимальну стратегію.
3. Достатні кампанії, які дозволяють реалізувати оптимальну стратегію, провести тотальну агітацію.
4. Кампанії з додатковими гарантіями, грошове забезпечення яких дозволяє провести розширений набір заходів.

#### ***4. Основні стадії виборчої кампанії.***

Будь-яка виборча кампанія стандартно має чотири етапи:

1. Підготовчий етап, що проводиться до офіційного початку виборів (здійснення передвиборчої кампанії, тобто сукупності заходів, що проводяться до офіційного початку виборів, які забезпечують попередню агітацію виборців і вирішують проблему «упізнаваності» кандидата; проектування кампанії; створення штабу; акумуляція ресурсів).

2. Етап реєстрації (збір підписів; підбір агітаторів; розроблення матеріалів агітаційної кампанії, непряма реклама в засобах масової комунікації).

3. Офіційна агітаційна кампанія, яка проводиться з моменту офіційної реєстрації кандидата.

4. Завершальний етап – інтенсивний удар, який здійснюється в останні 7-14 днів до дня голосування. До цього ж етапу належать заходи, які здійснюються в день голосування.

Як зазначають Є. Малкін та Є. Сучков, в залежності від прийнятої стратегії і тактики виборчої кампанії можуть впроваджуватись й додаткові етапи. Так, досить часто на етапі реєстрації додатково виділяють стартовий агітаційний удар (7-10 днів).

### ***5. Ресурси виборчої кампанії***

Важливим структурним компонентом виборчої кампанії політичної партії є ресурсний, від якого залежить результативність електоральної діяльності. Під ресурсами виборчої кампанії російський політолог В. Римський розуміє будь-які можливості, джерела і засоби досягнення цілей і завдань виборчої кампанії. Ю. Шведа виводить поняття «ресурси партії», яке визначає як можливості та засоби, які політичні партії здатні залучати для реалізації своїх політичних завдань. Вчений виділяє людські, організаційні, фінансові, технологічні, інтелектуальні, технічні та інші ресурси. Вчений зазначає також, що чим більшу кількість ресурсів зможе залучити партія, тим ефективнішою буде її діяльність.

В деяких наукових розвідках виокремлюють електоральні ресурси політичних партій, серед яких виділяють наступні групи: 1) організаційний ресурс (чисельність, розгалуженість мережі парторганізацій в регіонах, їх дієздатність); 2) фінансовий ресурс (потенційні можливості для залучення коштів на ведення передвиборної кампанії); 3) медіа-ресурс (наявність власних ЗМІ, можливість доступу до центральних та регіональних, друкованих та електронних ЗМІ); 4) адміністративний ресурс (наявність представників партії на керівних посадах у центральних та місцевих органах виконавчої влади, органах місцевого самоврядування); 5) ідеологічний ресурс (наявність у партії власної ідеології, яка сприймається електоратом, здатність до розробки на її основі якісних передвиборних програмних документів); 6) кадровий ресурс

(наявність підготовлених кадрів для заміщення посад у центральних та місцевих органах виконавчої влади в разі перемоги партії на виборах); 7) PR-ресурс (наявність у партії популярної символіки, «розкрученого» бренду, знакових для певних суспільних кіл постатей, здатності до проведення ефективної рекламної кампанії).

Ресурси виборчої кампанії прийнято поділяти у політичній науці ще на базові або основні та на похідні або додаткові. Вітчизняний науковець М. Бучин, якому належить окрема монографія з цього питання, вважає, що базові ресурси – це ті, які повинні обов'язково бути присутніми для того, щоб забезпечити перемогу на виборах. До них він зараховує самого кандидата, його команду, час і фінанси. До похідних ресурсів виборчої кампанії вчений відносить інформаційний ресурс, технологічний ресурс, організаційний ресурс, елітний ресурс та адміністративний ресурс.

В умовах проведення сучасної виборчої кампанії політичної партії особливої ролі з-поміж базових виборчих ресурсів набули технологічні ресурси або виборчі технології. На даний час в політичній науці існує багато визначень виборчих технологій. Ми будемо брати за основу дефініцію М. Афанасьєвої, яка визначає виборчі технології як сукупність прийомів та способів впливу на волевиявлення виборців та на результати виборів, які застосовуються при підготовці, організації, та проведенні виборчих кампаній з метою досягнення на виборах поставленого політичного результату.

Деякі дослідники як тотожний поняттю виборчі технології використовують терміни «виборче мистецтво», «політична технологія виборчої кампанії» (А. Джабасов), «електоральний (виборчий) маркетинг» (Л. Кочубей). Проте інші вчені схильні розглядати електоральний (виборчий) маркетинг як частину політичного маркетингу, метою якого є розробка ефективних виборчих технологій, організація і проведення виборчих кампаній (М. Багмет, В. Темерівський). Існує багато класифікацій виборчих технологій за різними критеріями. За завданнями, які ставляться у виборчій кампанії, виділяються організаційні, інформаційно-комунікативні (технології рекламно-агітаційного напрямку та технології організаційно-масового напрямку або польові), психолого-іміджеві, адміністративні, соціологічні, ідеологічні; в залежності від обраного суб'єктами способу впливу на свідомість і поведінку виборців – раціональні, засновані на переконанні, та ірраціональні, які ґрунтуються на примусі, маніпуляції (називають ще маніпулятивними; за відповідністю виборчих технологій чинному законодавству – легальні й нелегальні, а моральним нормам – легітимні й нелегітимні).

За відповідністю законодавству та етичним нормам В. Полторак та О. Петров поділяють виборчі технології на «білі» (не суперечать закону, наприклад,

розклеювання листівок); «сірі» (прямо не порушують закон, наприклад, присутність на мітингу кандидата його противників із транспарантами проти нього); «чорні» (пряме порушення законодавства, наприклад, замах на кандидата. М. Афанасьєва пропонує «білі» електоральні технології називати легальними, «сірі» – нелегітимними, «чорні» – нелегальними.

Українські вчені М. Бучин та Ю. Шведа наводять ще такі класифікації виборчих технологій: базові та диференційні; активні і пасивні; гнучкі і негнучкі; позитивні та негативні; «чисті» й «брудні»; законні та незаконні. Серед них слід звернути увагу на базові та диференційовані виборчі технології. Базові виборчі технології – виборчі технології, пов’язані зі стратегічним проектуванням виборчої кампанії (наприклад, технологія ставки на партію, ставки на лідера партії, ставки на програму партії тощо), а диференційні – виборчі технології, пов’язані з тактико-оперативним впливом на електорат чи його групи (наприклад, технологія переконання, навіювання, залякування).

У залежності від наявності ресурсів, стартового рейтингу, специфіки регіону можна виділити кілька стратегій розподілу ресурсів виборчої кампанії у часі.

Крейсерська стратегія – стратегія використання ресурсів виборчої кампанії у часі. Суть її полягає в тому, що навантаження і кількість рекламного часу, розподіл ресурсів однакові протягом всієї виборчої кампанії. Вказана стратегія є найефективнішою для тих суб’єктів виборчого процесу, які лідирують з самого початку кампанії, і яким необхідно зберегти свої позиції у ході всієї виборчої кампанії. Це дозволяє суб’єкту виборчого процесу, який користується авторитетом у виборців, бути весь час на видноті, проводити виборчу кампанію рівно і впевнено. Однак ця стратегія може зумовити у виборців і явище пересичення.

Лідерська стратегія (стратегія ривка, прориву) – стратегія використання ресурсів виборчої кампанії у часі. Суть її полягає у ранньому, потужному старті, масивній рекламі та агітації завдяки чому досягається впізнавання імені й образу кандидата і завоювання ним авторитету виборців. У цьому випадку ресурси виборчої кампанії використовують на старті. Після цього рекламна та агітаційна діяльність суттєво зменшуються, чи, взагалі припиняються. Дана стратегія найчастіше використовується тими суб’єктами виборчого процесу, які мають низький рейтинг та є маловідомими серед виборців виборчого округу.

Стратегія великої події – стратегія використання ресурсів виборчої кампанії у часі. Вона використовується для привернення уваги журналістів, які безплатно висвітлюють у засобах масової інформації (ЗМІ) хід виборчої кампанії кандидата. Під час виборчої кампанії в рамках даної стратегії проводяться масштабні акції, навколо яких будується план ведення виборів. До таких акцій

можна віднести спец проекти, телешоу, публічні дебати, прес-конференції із сенсаційними заявами та ін. Ще одним варіантом стратегії великої події є використання підтримки певної видатної особистості, яка дозволяє суб'єкту виборчого процесу наперед планувати події, готуватися до них. Подібна схема дозволяє із стовідсотковою гарантією стверджувати, що це обов'язково приверне увагу ЗМІ. Однак вона має один негативний аспект. Наприклад, у випадку відміни приїзду VIP-персони вся стратегія суб'єкта виборчого процесу зазнає краху, а це завдає відчутній удар по його іміджу. При використанні стратегії великої події ресурси виборчої кампанії залучаються нерівномірно, в міру проведення запланованих акцій. Завдяки цьому створюється можливість зменшувати ресурсні витрати у період між акціями.

«Гребенева» стратегія – стратегія використання ресурсів виборчої кампанії у часі, яка базується на чергуванні ряду “ривків” та спокійних періодів із поступовим підвищенням рівня інтенсивності ведення виборчої кампанії. У основі даної стратегії лежить ідея про чергування піків і спадів інтересу до суб'єкта виборчого процесу, а довга, інтенсивна рекламна кампанія призводить до втрати інтересу й до ворожого сприйняття кандидата виборцями. Тому інтенсивні етапи реклами повинні бути досить короткими, щоб не дратувати виборців, але й достатньо частими, щоб виборець не забув кандидата. У рамках даної стратегії кілька разів проводиться короткочасна масована рекламна атака. Найбільш ефективною ця атака є у періоди, коли інтенсивність виборчої кампанії опонентів є слабкою.

Стратегія швидкого фіналу – стратегія використання ресурсів виборчої кампанії у часі. Суть даної стратегії полягає в тому, що суб'єкт виборчого процесу проводить всю кампанію повільно, рівно, без зайвої “засвітки”, за винятком останнього етапу виборчої кампанії, коли всі зусилля і ресурси використовуються для “рекламного штурму”. Дана стратегія дозволяє нагромадити значні ресурси до кінця виборчої кампанії, і їх потужне використання досить часто дає позитивний ефект. Проте загалом дана стратегія є малоефективною й спрацьовує лише у випадку, коли опоненти є слабкими і неправильно ведуть свою виборчу кампанію.

За В. Бебиком стратегія виборчої кампанії може базуватися на таких елементах:

1. Декларування причетності до певної політичної партії, передвиборного блоку, владної структури, політичного лідера і т. ін.
2. Створення міжособистісного контрасту кандидатів.
3. Створення ідеологічного контрасту кандидатів.
4. Ставка на базову проблему.
5. Формування позитивного іміджу кандидата.

6. Створення негативного іміджу конкурентам.
7. Утворення передвиборних коаліцій.
8. Ставка на владні структури.
9. Ставка на суспільно-політичні структури.
10. Ставка на засоби масової комунікації.
11. Деморалізація конкурентів.

Коли визначено провідні складові стратегії виборчої кампанії, перш ніж розтлумачити, що означає кожен з них, варто згадати і про форму її викладення.

Передусім не зайве знати, що стратегія виборчої кампанії має бути викладена письмово, обсягом не більше однієї сторінки.

Після цього треба починати складати великообсяговий і деталізований план проведення кампанії, в якому мають бути висвітлені всі основні тактичні дії на весь час проведення виборів.

Пам'ятайте! Ні стратегії, ні тактики немає, поки вони не викладені на папері й не деталізовані в такому плані кампанії.

Крім того, треба мати на увазі, що тактика передвиборної боротьби обов'язково повинна бути узгоджена із стратегією визначених дій. Навіть якщо вам і вдалося знайти якийсь новий тактичний хід, досить ефектний і цікавий, але він не узгоджується з виробленою лінією, від нього краще відмовитися. Дисципліна — понад усе!

Розібравшись із загальними вимогами до створення стратегії виборчої кампанії та її менеджменту, можемо розглянути детальніше згадані вище елементи стратегії.

**1. Декларування причетності.** Цей спосіб ефективний під час використання на території округу (або й усієї країни), в якому політична партія або громадсько-політична організація, що вас підтримує, користується великою популярністю. За таких умов головне завдання — повідомити якомога більшій кількості виборців про те, що ця партія або громадсько-політична організація висунули й підтримують саме цього кандидата (тобто вас). У цій ситуації особистісні характеристики кандидата лишаються на другому плані, а вперед виходить магічний вплив іміджу означеної партії чи організації.

Спосіб декларування причетності кандидата може застосовуватися не лише стосовно партії, організації чи руху. Якщо є популярна й впливова людина, імідж якої можна використати у передвиборній кампанії, цей спосіб спрацює не гірше.

В американській політичній практиці часто-густо кандидати використовують плакати, листівки, відеоматеріали, в яких висвітлюється підтримка даного кандидата, скажімо, президентом США.

Під час проведення виборів 1990 р. в Україні кандидати демократичної спрямованості намагалися повідомити своїм виборцям про свою причетність до Демократичного блоку України, в який об'єдналися партії й рухи опозиційні до компартії.

Такий самий спосіб, але на особистісному рівні, використовували багато кандидатів, які вийшли до фінального голосування. Вони зверталися зі схожими програмами й політичними поглядами з проханням підписати лист на підтримку фіналіста. Так вони намагалися привернути на свій бік тих виборців, які в першому турі віддали свої голоси за інших кандидатів, які не дійшли до фіналу.

Виборчі кампанії 1994 р. в Україні (президентська, парламентська і місцева) засвідчили більшу структурування українського суспільства і значно більшу поляризацію суспільної свідомості. А це, у свою чергу, сприяло більшому використанню саме декларування причетності, але не лише до певної партії. Використовувався цей підхід і під час декларування прихильності до певної ідеї (самостійності України — об'єднання з Росією, підтримки державою української мови — надання статусу державної і російській мові тощо).

Але декларування своєї партійності активно використовували кандидати всіх рівнів, що, до речі, мало свої практичні наслідки: понад 20 % депутатів 1994 р. були членами політичних партій.

Структурація політичного вибору електорату мала політико-психологічний контекст і була зумовлена не стільки зростанням популярності окремих політичних партій та блоків, скільки обмеженістю інформації про кандидатів у результаті катастрофічного падіння тиражів газет і журналів. Саме тому виборці, ставлячи на перший план в особі, наприклад, парламентарія, морально-етичні та професійні якості кандидатів, не маючи даних саме про ці характеристики більшості претендентів на мандати, голосували здебільшого за партійно-блоковими параметрами.

Як наслідок, чимало виборців голосували за комуністичний блок КПУ-СПУ-СелПУ (“бо за комуністів було що їсти”) або за націонал-демократів (які “стоять за незалежну Україну”). І якщо на сході та півдні України ярлик “рухівця” означав провал на виборах, то на заході та Київщині з тим самим результатом закінчилися вибори для “комунок”.

Отже, можна зазначити, що метод декларування причетності в умовах обмеженої інформації про виборчий процес і насамперед особисті якості кандидатів є досить ефективним засобом проведення кампанії.

**2. Створення міжособистісного контрасту.** Цей метод суто психологічний і побудований на порівнянні кандидатів, їхніх особистісних характеристик, соціально-психологічних і професійних статусів, віку, зовнішності, статі, освіти тощо.

Під час використання методу створення міжособистісного контрасту головне завдання полягає у виробленні різних способів порівняння кандидатів за тими параметрами, які вам вигідні.

Такими параметрами можуть бути особистісні риси характеру, зовнішня привабливість, комунікабельність, ставлення до найактуальніших проблем даного виборчого округу.

Наприклад, коли 1980 р. сенатор-демократ Уоррен Могнусон боровся за переобрання на цей пост, який він обіймав ще з 1946 р., йому було вже близько вісімдесяти років.

Він був доволі кволий, інколи забалакувався, що, до речі, й не дивно для людини його віку. А його опонентом від Республіканської партії було висунено 42-річного міністра штату Вашингтон Слейда Гортон, який мав чудові фізичні дані.

Саме останнім чинником команда Гортон й вирішила скористатися у передвиборній боротьбі. Тактику вона обрала таку: по телебаченню часто показували, як С. Гортон вранці займається спортом, організовували безліч дискусій кандидата на людях і т. ін.

Звичайно, У. Могнусон мав далеко не виграшний вигляд порівняно з молодим та енергійним конкурентом. Тому й мета команди Гортон — довести виборцям, що їхній кандидат навіть фізично краще підготовлений захищати інтереси виборців — була досягнута. Тим більше, що за останні десятиліття в США сформувався культ здорового способу життя.

С. Гортон обрали сенатором, що свідчить не лише про велику користь занять спортом, а й про досить ефективний метод міжособистісного контрасту.

Ви можете запитати, а як же бути тоді, коли кількість кандидатів набагато більша? Допоможуть соціологи. Вони виведуть вам рейтинг усіх кандидатів, передбачать, хто з них вийде до фіналу. А це й дасть вам змогу використати метод міжособистісного контрасту. Хоча це абсолютно не виключає можливості його використання з-поміж усіх кандидатів, особливо якщо у вас є на чому створити позитивний контраст.

**3. Створення ідеологічного контрасту.** Цей метод за принципом використання схожий на попередній. Відрізняється він лише тим, що побудований виключно на ідеологічних чинниках (наприклад, консервативна філософія проти ліберальної, комунізм проти антикомунізму і т. ін.).

Така “ідеологічна” стратегія може стати в пригоді, коли переконаний консерватор змагається зі стійким лібералом. У такому разі ставка на ідеологічне протистояння виправдана й корисна, про що свідчить, скажімо, досвід президентської кампанії 1984 р. у США.



Команда Рональда Рейгана використала метод ідеологічного контрасту на всі сто відсотків.

Тоді було цілком зрозуміло, що Р. Рейган і його конкурент У. Мондейл є принциповими супротивниками майже щодо всіх ідеологічних і філософських питань. А суспільно-психологічна атмосфера в США характеризувалася переважно консервативними настроями. Тому й не дивно, що команда Рейгана під час проведення виборчої кампанії повсякчас наголошувала на різних позиціях кандидатів. Це було надзвичайно вигідним, тому що погляди Р. Рейгана були надто консервативними.

Облишмо, однак, американців з їхніми філософськими тонкощами в політиці. Нас більше цікавить вітчизняний політичний досвід.

Порівняно демократичні вибори 1989-1990 рр. засвідчили, що населення робило свій вибір переважно з ідеологічних мотивів.

Не були популярні радянські консерватори (партійні функціонери, працівники радянських органів, керівники міністерств, відомств, установ тощо). Навпаки, люди симпатизували кандидатам, які намагалися протистояти тим, хто був при владі. Ця категорія кандидатів користувалася підтримкою виборців як демократи — спрацював своєрідний антиконтраст.

Звичайно, не варто, щоб серед критеріїв переважали лише ідеологічні кліше. Досвід роботи представницьких органів в умовах перехідного періоду показав, що з погляду ефективності роботи депутатського корпусу цього вочевидь замало. У такий спосіб обираються депутати, професійно не здатні виконувати свої функції.

З одного боку, 1990 р. в Україні були обрані переважно ортодоксальні представники компартійного апарату із соціальною настановою “не пущать”, з другого — радикальні націонал-демократи, енергії яких у поєднанні з відірваністю від життєвих реалій вистачало хіба що на руйнацію застарілих структур. А конструктивний прошарок центристського напрямку виявився замалим. Це дає нам право казати, що депутатський корпус перехідного періоду психологічно був не готовий до розбудови нової демократичної держави. А що вдієш! Ми всі є “зомбі” тоталітаризму та сформованої ним політичної культури.

Не кращим був депутатський корпус після виборів 1994 р., коли голосування знову-таки відбувалося переважно за ідеологічними критеріями, а владу здобули здебільше ті, у кого була ностальгія за Радянським Союзом і так званим соціалізмом, що виявилось ефективним в умовах загострення кризових явищ у суспільстві. Отже, боротьба точилася саме на ідеологічних контрастах, і це позначилося на депутатському корпусі всіх рівнів.

**4. Ставка на базову проблему.** Світова політична практика знає приклади, коли об’єктивно слабкіші кандидати перемагали своїх конкурентів,

зробивши ставку на одну-єдину базову проблему, яка є дуже актуальною для виборців певного округу чи регіону.

У цьому випадку кандидат, який будує стратегію передвиборної боротьби в певному окрузі на одній проблемі, має перетворити вибори на своєрідний референдум з цієї проблеми. Якщо певне питання турбує більшість виборців округу, треба зробити так, щоб воно “перекрило” всі інші питання, а різниця в позиціях кандидатів мусить бути дуже чіткою: “так” чи “ні”.

Під час відпрацьовування такої передвиборної стратегії, до речі, доволі ризикованої, треба дотримувати всіх пунктів плану виборчої кампанії. І хоча її досить складно реалізувати, досвід показує: такі дії можуть бути ефективними там, де позиції конкурентів найсильніші.

Ви ще не зовсім зрозуміли, у чому річ? Розглянемо такий приклад з американської історії парламентських виборів.

На початку 70-х років ХХ ст. один зухвалий кандидат-рес- публіканець насмілювався кинути виклик вельми популярному в Техасі демократу — постійному членові Конгресу від цього штату.

У той час федеральне керівництво намагалося примусити штат погодитися на будівництво нової автостради, яка б розділила територію Техасу на дві частини. Цей проект був дуже непопулярний серед населення. А конгресмен-демократ зайняв непринципову позицію з цього питання, що було сприйнято виборцями як зневажання їхніх інтересів. І навпаки, молодий республіканець побудував свою стратегію виключно на питанні про автостраду. Скрізь і завжди він робив особливий наголос на цій проблемі й таки зумів переконати виборців, що в разі свого обрання він захищатиме їхні інтереси і боротиметься проти цього будівництва.

Ось так, за умов, коли інша стратегія не могла б дати позитивного результату, ставка на одну базову (надзвичайно актуальну для виборців) проблему уможливила перемогу об’єктивно слабшого кандидата.

До речі, таку найважливішу проблему можна знайти у будь-якому виборчому окрузі. Скажімо, для Одеси це може бути проблема нафтового терміналу, для Севастополя — Чорноморського флоту, для Сум — хімічного заводу, для Донецька — збиткових шахт, для Київщини — Чорнобильської АЕС і т. ін.

**5. Формування позитивного іміджу кандидата.** Цей елемент виборчої кампанії надзвичайно важливий для будь-якого політика, оскільки процес формування політичного іміджу досить тривалий.

У процесі формування позитивного іміджу кандидата йдеться насамперед про його особисті якості, які, напевно, здебільшого є універсальні для країн, що демократичним шляхом обирають собі законодавчу та виконавчу владу.

Щодо цього цікавою є думка багаторічного керівника Національного комітету республіканської партії США Р. Блісса. Він вважав, що для політичного лідера найважливішими є такі якості: чесність, увага до інтересів людей, уміння усвідомити себе лідером, поєднання слова й діла, ґрунтовна освіта, досвід практичної діяльності та відносна молодість.

Звичайно, можна навести безліч думок багатьох людей з цього приводу. Але річ не в тім. Головне — зрозуміти, що в кожному суспільстві домінують свої стереотипи стосовно іміджу ідеального політика (про це ми говорили раніше). Є справді базові цінності, є й специфічні для кожного суспільства, ментальні особливості сприйняття політичного ідеалу. Саме цей метод наближає реальний імідж до настанов суспільної свідомості щодо ідеального політичного лідера. Якщо це вдається, вважайте, що перемога — за вами.

**6. Створення негативного іміджу конкурентам.** Цей елемент стратегії побудований на намаганні додати ложку дьогтю до напрацьованого (позитивного) іміджу опонента. І хоча такий шлях доволі сумнівний з погляду моралі, дехто вважає його ефективним засобом для збереження “чистоти рядів” політичної еліти суспільства.

Найяскравішим прикладом, коли згаданий метод спрацював на всі сто відсотків, є історія виведення з боротьби за крісло у Білому домі Геррі Харта, який був дуже популярний до 1987 р. серед членів демократичної партії і справедливо вважався одним із реальних претендентів на посаду президента США. Засоби масової інформації на всі голоси обговорювали його подружню зраду. Це й перетворило його із впливового лідера практично на політичного аутсайдера. Ця пляма на біографії перекреслила інші позитивні політичні та ділові якості сенатора в очах більшості потенційних виборців. Інший популярний сенатор Джо Вайден став посміховиськом після того, як журналісти довідалися, що його “автобіографічна” книга майже цілком повторює життєпис одного з англійських політиків.

Проте не завжди використання цього елемента стратегічної поведінки виправдовує себе під час виборчої кампанії. По-перше, треба враховувати соціально-психологічні та морально-етичні норми, що домінують у певному суспільстві. Скажімо, подружня зрада, наприклад, у країнах з офіційно визнаним багатоженством майже не вплине на політичну репутацію особи, яка конкурує з вами на виборах. По-друге, якщо ви, критикуючи конкурентів, як-то кажуть, “передасте куті меду”, це може викликати протилежний до бажаного ефект — сприятиме підвищенню рейтингу тих опонентів, проти яких спрямована ця критика.

Водночас, ураховуючи мотивацію вибору електорату і традиції політичних технологій (виборцям, як правило, пропонують викреслити прізвище того

кандидата, проти якого він голосує), слід мати на увазі, що чимало людей переважно голосують не за якого-небудь політика, а проти його опонентів. І цей цілком психологічний момент також “вписується” в стратегічну лінію негативізації конкурентів та їхніх дій.

Досвід свідчить, що не варто “атакувати” сильні сторони програм та іміджу опонентів. Менеджери виборчих кампаній вважають, що більш ефективним є пошук “темних” плям у біографії, наголошення на розмитості політичних поглядів, недостатньому рівні освіти, відсутності необхідного досвіду і т. ін. Не варто “атакувати” особистість політика “у лоб”. Краще звернути увагу на “послужний список” лідера: біографію, приховану ним від громадськості інформацію, невиконані ним обіцянки і т. ін.

Одним із засобів реалізації методу створення негативного іміджу конкурентові є поширення інформації всілякими дослідницькими центрами, громадськими організаціями, службами опитування громадської думки і т. ін., які піддають критиці біографію, політичну програму, громадську чи політичну діяльність конкурента. Цілком можливо, що в цих зверненнях чи повідомленнях не буде прямого заклику голосувати проти цього кандидата, однак на рівні підсвідомості ця інформація сприятиме формуванню у виборців саме негативного іміджу.

До аналогічних наслідків можуть призвести й психологічно більш тонкі трюки. Такі, скажімо, які використала команда Джорджа Буша під час передвиборних змагань з Майклом Ду-какісом. Підконтрольні Дж. Бушу засоби масової інформації поширювали факт членства М. Дукакіса в одній з організацій ліберального спрямування. Але цей факт коментувався опосередковано — нібито як участь у діяльності організації з “членськими квитками”.

Треба знати американську політичну практику, де члени двох основних партій — республіканської та демократичної — не мають фіксованого членства на відміну від компартії США. А остання для багатьох американців є “антиамериканською” організацією. Отже, блискучий психологічний трюк “напівправди” досить ефективно працював на створення психологічного зв'язку прізвища “Дукакіс” з чимось “неамериканським”. Цей зв'язок, до речі, у поєднанні з нетиповим для пересічного американця прізвищем сприяв відторгненню на рівні підсвідомості особи цього політика у більшості виборців. Мовляв, він — “не наш”.

**7. Утворення передвиборних коаліцій.** Цей елемент виборчої кампанії має надзвичайне значення і передбачає встановлення контактів з найвпливовішими лідерами, політичними структурами та групами впливу, які формують у певному виборчому окрузі громадську думку. Особливо важливо

домовитися про підтримку (або хоча б не протидію) з людьми, які доти традиційно виступали на боці конкурентів і готові до цього знову.

Передвиборні коаліції можуть формуватися з окремими людьми, політичними партіями, профспілками, громадськими організаціями й рухами, трудовими колективами, бізнесовими структурами тощо.

Можна й цілеспрямовано звертатися до окремих груп виборців, не укладаючи юридичних (хоча й негласних) угод. Це можуть бути звернення за підтримкою, апелювання до корінних інтересів расових і етнічних груп, підприємців і профспілок, учителів та інженерів, православних і греко-католиків, кролівників і автолюбителів.

Такий підхід може бути дуже ефективний там, де виборці раніше стабільно голосували за партію або громадську організацію опонента. Він дає змогу роз'єднати потенційно опозиційну соціально-територіальну спільноту виборців шляхом "гри" на різних соціально-професійних інтересах і суспільних статусах виборців.

**8. Ставка на владні структури.** Цей шлях використовується тоді, коли структури виконавчої влади на місцях контролюють політичну ситуацію й можуть реально впливати на процес виборчої кампанії починаючи від селекції претендентів (задовго до висування) і закінчуючи етапом безпосередньої агітації. Не обходиться у таких випадках і без маніпулювання бюлетенями на виборчих дільницях. (Останній шлях кримінальний і використовувати його не варто, оскільки такі дії караються законом і можуть назавжди зруйнувати кар'єру політика.)

Загалом не слід переоцінювати такий підхід, позаяк він спрацьовує досить ефективно лише в тоталітарних або посттоталітарних умовах функціонування владних структур. А за демократичних умов адміністративний тиск може спричинити реакцію протидії виборців з абсолютно небажаним результатом. Хоча вміло використана підтримка влади може бути суттєвим чинником під час проведення виборчої кампанії за відсутності політично структурованого суспільства.

**9. Ставка на суспільно-політичні структури.** Методологічно цей шлях виправданий, коли у виборчому окрузі діють потужна партійна машина, розгалужена мережа первинних організацій і велика кількість членів партії, суспільної організації і т. ін. Цей елемент стратегії використовується в поєднанні з елементом декларування причетності кандидата саме до цієї суспільно-політичної структури, яка має такий значний вплив у певному регіоні.

**10. Ставка на засоби масової комунікації.** Вона робиться за умов незаперечного переважання одного із кандидатів у впливі на мас-медіа. Однак слід пам'ятати, що перебільшувати їхній вплив не варто, оскільки, по-перше,

виборці все-таки віддають перевагу безпосереднім контактам з кандидатами, а по-друге, активна підтримка тільки одного з учасників передвиборного марафону може лише дратувати й діяти не на користь єдиного обранця ЗМК.

**11. Деморалізація конкурентів.** Цей елемент стратегії використовується тоді, коли кандидат має незаперечну перевагу в матеріально-фінансових ресурсах, спирається на потужну партійну машину та володіє контрольним пакетом найвпливовіших у регіоні засобів масової інформації в поєднанні з високим особистим авторитетом.

Продемонструвавши свої “політичні м’язи” й приголомшивши у такий спосіб конкурентів, можна примусити їх зневіритися у своїх можливостях і зняти свою кандидатуру з балотування.

Водночас не слід забувати і про політико-психологічну культуру електорату. Йдеться про те, що, наприклад, “зрівнялівська” психологія, що и донині домінує в українському суспільстві, може дати протилежні результати за умов надмірної демонстрації своїх переваг у грошах та інших матеріальних ресурсах. Ті ж самі пенсіонери можуть в обличчя дякувати за продуктивні набори і з тією ж “щирістю” викреслювати прізвище “добродійника” з виборчого бюлетеня.

Проаналізувавши основні елементи стратегії виборчої кампанії у вітчизняній та зарубіжній політичній практиці, слід зазначити, що не в кожній кампанії є всі згадані елементи стратегії. І це зрозуміло, бо не в усіх умовах застосування тих чи інших засобів політичної боротьби є доцільним і ефективним. У кожному окремому випадку треба ретельно проаналізувати передвиборну ситуацію, перш як обирати єдино правильну стратегію, що веде до перемоги.

Ключове місце в стратегії виборчої кампанії посідає її тип. Вдалу класифікацію типів стратегій виборчих кампаній запропонували В.Полторак та О.Петров, використавши при цьому напрацювання Є.Малкіна і Є.Сучкова. За змістовними, технологічними підходами, тобто за специфікою організації виборчих кампаній, стратегії можна розділити на три групи:

1. Наївні, спрощені підходи до формування стратегії.

Власне наївний підхід. Кандидат орієнтується на думку своїх друзів, знайомих, власну думку й гадає, що сподобається також всім виборцям.

Програмний підхід. Кандидат і його команда вважають, що головне дати електоратові гарну програму, ознайомившись з якою, він за неї і проголосує.

Апаратний підхід. Головне для кандидата схилити на свою сторону керівництво регіону і все буде в порядку.

Професійно-корпоративний підхід. За кандидата має проголосувати якась професійна організація чи об’єднання.

2. Підходи до формування стратегії, засновані на специфіці електоральної поведінки.

Соціально-економічний підхід. Основне положення тут полягає в тому, що виборці голосують на виборах, керуючись своїми соціально-економічними інтересами. Ці інтереси виявляються в процесі електоральних досліджень, і максимально враховуються при організації виборчої кампанії.

Модель ідеального кандидата або лідерська модель. Ґрунтується на припущенні, що для виборця головним є наявність в кандидата певної сукупності якихось якостей.

Адресний підхід. Суть його полягає у виділенні за допомогою широких електоральних досліджень цільових (адресних) груп електорату за різними критеріями. Потім в стратегії й тактиці розробляються специфіка і методи роботи з цими групами.

Маніпулятивний підхід. Передбачає використання методів і прийомів прихованого соціального управління політичною свідомістю та поведінкою виборців з метою примусу їх до певних діянь.

3. Комплексні підходи до формування стратегій.

Підхід на основі багатогранного позиціонування кандидата за наступними чотирма параметрами:

1) політичне позиціонування в «правій-лівій» системі координат згідно соціально-економічної моделі;

2) особистісне позиціонування – визначення позитивних особистісних якостей відповідно до моделі ідеального кандидата;

3) проблемне позиціонування – ставлення кандидата до основних проблем округу;

4) позиціонування щодо конкурентів.

Підхід на основі моделі домінуючого стереотипу. Він передбачає, що при голосуванні більшість виборців роблять свій вибір, керуючись не стільки своїми інтересами, скільки під впливом одного з типових стереотипів масової свідомості, що є домінуючим на момент здійснення вибору. При цьому стереотипи розподіляються на дві групи: перша – цінності та ідеали, пов'язані зі зрозумілим способом життя; друга – особистісні якості кандидата (лідера партії), які найбільшою мірою відповідають уявленням виборців про ідеал їхнього обранця. Тому при побудові стратегії на основі цієї моделі кандидат (партія) повинен сформулювати яскравий позитивний образ, що відповідає домінуючим стереотипам досить великої групи виборців.

У проєкті виборчої кампанії поряд зі стратегією важливе місце займає тактика. Тактика виборчої кампанії – це її комунікативна частина, сукупність методів і прийомів, які дозволяють найефективніше донести до виборців

стратегічний зміст виборчої кампанії, іншими словами вона відповідає на запитання: як, в якій формі та в якій часовій послідовності треба донести до виборців змістову інформацію, щоби вони проголосували за відповідного кандидата (партію) [24, с. 180]. Для того, щоб побудувати тактику кампанії, необхідно якнайкращим чином розподілити наявні ресурси між її складовими (напрямами кампанії) і за часом (етапами кампанії). Це називається тактичним малюнком (схемою) виборчої кампанії. Він передбачає наявність двох базових (основних) та шести забезпечуючих (допоміжних) напрямів. Базовими напрямами є наступні:

1. Організаційно-масовий (польовий): безпосередній вплив на виборців через прямі контакти з кандидатом, його командою та його агітаторами.

2. Агітаційно-рекламний: опосередкований вплив на виборців через ЗМІ, зовнішню рекламу, агітаційні матеріали.

До забезпечуючих напрямів відносяться:

- 1) інформаційно-аналітичне забезпечення;
- 2) зв'язки із зовнішніми організаціями (державними, комерційними і громадськими);
- 3) юридичне забезпечення;
- 4) технічне забезпечення;
- 5) фінансове забезпечення;
- 6) проектування та управління виборчою кампанією.

Іноді при структуруванні виборчої кампанії, крім восьми універсальних напрямів, виокремлюють ще спеціальні проекти (спецпроекти) кампанії. Спецпроектом називається комплекс взаємозв'язаних заходів, об'єднаних спільною ідеєю і які охоплюють відразу декілька тактичних напрямів кампанії.

Зупинимось детальніше на базових напрямках тактики виборчої кампанії. Агітаційно-рекламний напрям передбачає передусім формування і підтримку іміджу кандидата, його позитивного образу, бренду політичної партії, розробку символіки кампанії або її фірмового стилю. Фірмовий стиль містить в собі створення слогана (головного гасла кампанії), емблеми, логотипу, музичної фрази, підбір кольорової гами агітаційних матеріалів. В рамках цього напряму готуються основні агітаційні матеріали – обов'язкові й додаткові. Обов'язковими є меседжі (послання до виборців), речові модулі для відпрацювання тем кампанії, офіційна фотографія та біографія кандидата. Додатковими є програмна листівка кандидата або основний плакат, питальник або програмна стаття, листівка, відео заставка. Агітаційно-рекламний напрям, окрім того, передбачає проведення прямої та непрямой реклами в ЗМІ, зовнішньої реклами.



Пряма реклама передбачає, що споживач знає, що джерелом рекламної інформації є кандидат, його прихильники. Непряма реклама (PR) будується таким чином, щоб джерело інформації ззовні виглядало нейтральним, незалежним від кандидата. Зовнішня реклама, «наружка» – узагальнююча назва класу носіїв агітаційних повідомлень, розміщених на вулицях населених пунктів.

Основним каналом прямої реклами, безсумнівно, є телебачення. В номенклатуру прямої реклами входять: іміджеві кліпи; кліпи-афіші; відеозаставка; кліп останнього тижня; декілька відеофільмів; біографічний відеофільм; відеокліпи контрпропаганди; анонси; заставки; бігущий рядок.

Першим напрямом до організації непрямої реклами є створення інформаційних приводів – подій, пов'язаних з кандидатом і які представляють інтерес для ЗМІ. Другий напрям непрямої реклами – замовні сюжети у ЗМІ.

Зовнішня реклама, як відзначають Є. Малкін та Є. Сучков, є менш ефективним засобом здобуття голосів порівняно з непрямою рекламою і заходами оргмасового напрямку, але є прекрасним засобом забезпечення впізнаваності кандидата і тотальності кампанії.

Основними формами зовнішньої реклами є рекламні щити (білборди, сіті-лайти); перетяжки над вулицями; плакати; листівки; буклети; брошури; спеціальні випуски газет; дрібні форми (візитки, календарики, стікери); сувенірна продукція (футболки, бейсболки, значки, целофанові пакети, ручки, блокноти); нестандартні форми агітації (графіті, листівки-кліпи, усний фольклор, люди-бутерброди).

Організаційно-масовий (польовий) напрям передбачає розв'язання наступних завдань:

- формування команди агітаторів;
- збір підписів для висування кандидата;
- програма «від дверей до дверей», «від людини до людини»;
- адресна і суцільна розсилка агітаційних матеріалів за місцем проживання виборців;
- телефонна агітація;
- організація масових заходів: пікетів, мітингів, конференцій, зібрань, концертів, агітбригад;
- розклейка листівок і плакатів;
- організація зустрічей кандидата і його довірених осіб з виборцями;
- укладення договорів кандидата з виборцями;
- організація громадських приймалень кандидата;
- програма «Спостереження»;
- забезпечення контролю роботи агітаторів.

Третьою складовою проекту виборчої кампанії є її план-графік – ілюстративне оформлення тактичного розділу виборчої кампанії.

### **6. Фінансування виборчих кампаній. Фондрайзинг.**

Один з принципових елементів виборчої інфраструктури — фінансування виборчих кампаній. Сучасне законодавство західних країн виходить із принципу множинності суб'єктів фінансування виборчих кампаній. Наприклад, згідно з федеральним законодавством США у них існує п'ять джерел, які кандидати можуть використовувати для фінансування виборів: скарбниця США (для кандидатів у президенти); пожертвування окремих громадян; пожертвування політичних партій; пожертвування комітетів політичних дій; власні збереження кандидатів.

У європейських країнах, як правило, залучається державне і недержавне фінансування виборчих кампаній. У Франції держава бере на себе витрати, пов'язані з організацією й діяльністю виборчих комісій, а кандидатам, які одержали не менше як 5 % голосів виборців, відшкодовуються витрати, які вони задіяли на проведення своєї агітації.

Фінансування виборів в Україні передбачає залучення як державних, так і недержавних джерел. Під час виборчої кампанії кожний кандидат у Президенти може мати особистий виборчий фонд розміром 10 000 мінімальних зарплат, сформований із власних коштів, коштів політичних партій, пожертвувань громадян (розмір внеску однієї юридичної або фізичної особи не повинен перевищувати 100 мінімальних заробітних плат).

Організація і проведення виборчої кампанії вимагає фінансових витрат, причому часом значних. Звідки ж з'являються гроші на виборчому рахунку?

Теоретично, джерелами фінансування можуть бути наступні:

- Власні гроші кандидата;
- Партійні гроші;
- Пожертвування виборців;
- «Спонсорська» допомога крупних фінансово-промислових груп (ФПГ).

В умовах російських реалій найпоширенішим, швидше за все, є третій варіант, фінансування виборчої кампанії кандидата різними фінансово-промисловими групами.

Нам не відомо жодного випадку фінансування кампанії за рахунок пожертвувань фізичних осіб (є на увазі дрібні пожертвування виборців).

Фінансування із засобів партій у край рідко, небагато частіше зустрічаються варіанти фінансування з партійних кас. Можна чекати, що у зв'язку із зміною передвиборного законодавства (партії тепер повинні брати

участь в регіональних виборах), цей варіант може набути ширшого поширення в майбутньому.

Зараз же частіше за партію шукають крупних спонсорів, у тому числі і для регіональних компаній, в обмін на гроші пропонуючи цим спонсорам очолити регіональні партійні списки.

Не так вже і часто зустрічається варіант самофінансування. Це характерніший для виборів невеликих масштабів (депутати законодавчих органів і розділу невеликих муніципальних утворень наприклад).

Фінансування виборчих кампаній. так або інакше упирається в питання: чим може допомогти депутат? Найочевиднішою є відповідь: певне голосування по певному пункту. Але для того, щоб пункт «пройшов» необхідна більшість депутатів. Для ухвалення того або іншого закону легше і простіше провести роботу по даному пункту («виторговувивая» голосування у партійних лідерів або окремих депутатів-одномандатників).

Лобі, лобізм (від англ. lobby - кулуари), соціальний інститут, що існує як правило в рамках законодавчих органів, чинить прямиий тиск (аж до підкупу) на законодавців і державних чиновників на користь різних ФПГ.

#### Література.

- Афанасьєва М. В. Конституційно-правове забезпечення виборчих технологій в Україні [Електронний ресурс] / М. Афанасьєва : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юридичних наук : спец. 12.00.02 «Конституційне право» / Мар'яна Володимирівна Афанасьєва. – Одеса : [б. в.], 2004. – 20 с. – [Режим доступу] <http://lawbook.org.ua/biblioteka/avtoreferaty/ukraina/svobodnyj-dostup/12-00-02-konstitutsijne-pravo-munitsipalne-pravo/747-afanaseva-mar-yana-volodimirivna-konstitutsijno-pravove-zabezpechennya-viborchikh-tekhnologij-v-ukrajini>
- Буркут І. Г. Виборчі технології: регіональний досвід / І. Г. Буркут, О. В. Колесников. – Чернівці : Букрек, 2009. — 240 с.
  - Бучин М. А. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні : монографія / М. А. Бучин. – Львів : ЛІСВ, 2009. – 231 с.
  - Вибори і референдум в Україні: проблема теорії і практики: Збірник / Ред.: М. Рябець та ін. - К., 2001.
- Гришин Н. В. Основы проведения избирательных кампаний / Н. Гришин. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 184 с.
- Душин И. Выборы: технологии избирательных технологий / И. Душин, А. Сысун, Б. Ложкин. – Х. : РА, 1998. – 160 с.
- Максимець Б. В. Національно-демократичні партії України у виборчих кампаніях початку ХХІ століття : [монографія] / Б. В. Максимець / Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпат. нац. ун-ту ім. Василя Стефаника, 2014. – 219 с.
- Малкин Е. Основы избирательных технологий и партийного строительства / Е. Малкин, Е. Сучков. – К. : Издательство «Основні цінності», 2005. – 528 с.
- Малкин Е. Политические технологии. 2-е (7-е) стер. изд. / Е. Малкин, Е. Сучков – М. : «Русская панорама», 2008. – 680 с.
- Полторац В. Избирательные кампании: научный подход к организации / В. Полторац, О. Петров. – К. : Знання України, 2004. – 120 с.
- Пугачев В. П., Соловьев А. И. Введение в политологию: учебник для студентов

высших учебных заведений. - М. : Аспект Пресс, 2004. – 479 с.

- Пуфлер Е. Партийна система України: особливості формування, тенденції подальшої трансформації. - К., 1997.
- Рябов С. Г. Політичні вибори : навч. посіб. / С. Г. Рябов. – К. : Тандем, 1998. – 96 с.
- Хімченко О. Г. Політичні партії і виборчий процес в умовах розбудови демократичного суспільства: навчальний посібник. – К. : Видавничий дім «Професіонал», 2006. – 208 с.
- Чиркин В. Е. Формирование парламента // Основы сравнительного государственного управления. – М., 1997. – С. 197–210.
- Шведа Ю. Соціологія партійних систем Моріса Дюверже // Нова політика. – 1996. – №4. – С.31–37.
- Шведа Ю. Р. Вибори та виборчі системи. Європейські стандарти та досвід для утвердження демократії в Україні. – Львів, 2010. – 462 с.
- Шведа Ю. Партії та вибори: європейський досвід і українські реалії. Енциклопедичний словник.– Львів, 2009. – 500 с.
- Шведа Ю. Р. Партії та вибори : енциклопедичний словник / Ю. Р. Шведа. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – 750 с.
- Шведа Ю. Політичні партії у виборах: теорія та практика виборчої кампанії : навч.-метод. посіб. / Ю. Шведа. – К. : Знання, 2012. – 373 с.

## **Тема 7. Виборчі технології: теорія та практика застосування**

### **План.**

- 1. Сутність і завдання виборчих (електоральних) технологій.*
- 2. Етапи еволюції виборчих технологій.*
- 3. Класифікація електоральних технологій.*
- 4. Чинники ефективності виборчих технологій.*

### **Зміст лекції.**

#### ***1. Загальна характеристика виборчих (електоральних) технологій.***

У сучасному світі політичні вибори перетворилися на загальноновизнаний засіб легітимації державної влади. Політичні вибори – це форма безпосереднього народовладдя, яка полягає у народному волевиявленні через голосування з метою формування органів державної влади та місцевого самоврядування. Вільні політичні вибори на конкурентній основі є однією з основних ознак демократичного політичного режиму. Вони проводяться за допомогою різноманітних виборчих технологій.

У широкому розумінні виборчі технології є частиною політичних технологій, хоча провести чітку межу між політичними та виборчими технологіями можна тільки формально. Виборчі технології застосовуються з початком офіційної виборчої кампанії (строки проведення якої прописані у національному законодавстві) і закінчуються разом із формальним закінченням виборчої кампанії (хоча хронологічні рамки проведення виборчих технологій є значно ширшими, ніж рамки офіційної виборчої кампанії). Тому при окресленні проблематики виборчих технологій має розглядатися і комплекс політичних технологій, що проводився напередодні виборів.

А. А. Джабасов упроваджує поняття «політичні технології виборчих кампаній» та визначає їх як сукупність прийомів, методів впливу на виборців, заснованих на визначених наукових розробках, даних конкретних соціологічних досліджень з метою досягнення політичного успіху певної політичної сили на виборах, яка використовує для досягнення цієї мети засоби політичної реклами та методи паблік рилейшнз. У вузькому розумінні А. А. Джабасов розглядає політичні технології виборчої кампанії як метод боротьби за електорат, який співвідноситься із загальною концепцією проведення виборчої кампанії - з одного боку, певними засобами її проведення - з другого, які виявляються як елементи системи політичної технології виборчої кампанії.

М. Ф. Головатий розглядає поняття «виборчі технології» як «сукупність політико-організаційних, інформаційних, пропагандистських та інших дій з метою приведення до влади певного політика, групи політиків, політичної організації чи їх об'єднання».

Л. О. Кочубей подає психологічну дефініцію поняття «виборча технологія», зазначаючи, що виборчі технології – це мистецтво вивчення електоральної мотивації, вироблення механізмів, які базуються на певних психологічних підходах, за умови, коли першочерговим є не «що», а «як» здійснити, як вдало побудувати виборчу кампанію, вплинути на виборця. Виборчі технології – це, безумовно, технології політико-психологічні. Вони базуються на комплексному науковому підході з урахуванням досягнень низки наукових дисциплін, у першу чергу – політології, соціології, економіки, психології, політичних PR тощо.

На нашу думку, виборчі технологи-це сукупність методів, програм та практик впливу на свідомість електорату з боку суб'єктів виборчого процесу і задіяних ними медіа-корпорацій та інших комунікаторів з метою отримати необхідну підтримку виборців через їх голосування на політичних виборах. У зв'язку з цим слід виокремити основних суб'єктів політичних відносин у період електоральної кампанії: 1) політичні сили і кандидати на виборчі посади; 2) електорат, тобто всі громадяни, які на момент проведення виборів мають право голосу.

Якщо підходити до проблеми комплексно, то можна стверджувати, що виборчі технології - це сукупність прийомів, методів, процедур та варіантів політичної дії, які використовують суб'єкти політичної діяльності (політичні лідери, політичні партії, громадські організації, рухи та групи тиску) задля отримання максимального результату впродовж електоральної кампанії. Виборчі технології містять у собі комплекс, який складається з політичної реклами (яка поділяється, у свою чергу, на офіційну та неофіційну), типи політичної поведінки лідерів відповідно до проголошеної політичної програми (яка також є частиною виборчої технології). Значним блоком виборчих технологій є методи контролю за дотриманням самої процедури виборів – з одного боку, а також методи проведення фальсифікацій – з другого. Звісно, що сам процес організації та роботи політичної партії, яка є фундаментом для політичного лідера, також є в певному розумінні виборчою технологією, адже навіть сам характер організації вже спрямований на розвиток комунікативних зв'язків із масою і керується у цьому процесі специфічним інструментарієм, характерним тільки для певної політичної групи.

Виборчі технології застосовуються задля досягнення певних цілей.

1. Сфокусувати увагу виборців на політичних силах, їх лідерах та представниках, щоб показати їх переваги над опонентами, висвітлити іміджеві особливості учасників політичної боротьби.

2. Інформувати електорат (виборців) про ідеологічну позицію, виборчу програму політичних сил та кандидатів на виборні посади, їх бачення основних проблем громадян та засобів їх вирішення.

3. Виконати просвітницьку функцію для виборців, навчити їх навичкам усвідомленого голосування, коли в центрі їх мотивації надання переваги тому чи іншому політику - власний інтерес як представника соціальної групи та прихильника певної ідеології.

4. Закріпити політичні настанови на голосування тих виборців, які поділяють позицію певної політичної сили та її кандидатів, та формувати спільну ідентифікацію виборців та політиків.

5. Змінити або скорегувати настанови тих виборців, які не поділяють ідейно-політичну позицію політичної сили та її кандидатів, та змусити їх щонайбільше підтримати певних політиків, а щонайменше – не йти на вибори, щоби їх голос не дістався конкурентам.

6. Модифікувати електоральну поведінку тих виборців, які ще не визначилися з тим, за кого вони голосуватимуть, та взагалі, чи братимуть участь у цих виборах. Як правило, основна політична боротьба розгортається саме за прихильність цієї категорії електорату, яка зазвичай нараховує 15-25 % від усіх виборців та має вирішальне значення для успіху на виборах.

7. Сформувати міцний довготривалий зв'язок між політичними силами (їх кандидатами) та виборцями задля забезпечення ймовірної підтримки на наступних політичних виборах.

Протягом виборчої кампанії на електорат чиниться різноманітний вплив з боку політичних сил, кандидатів на виборчі посади з метою сформувати необхідну підтримку через голосування. Як правило, застосовується весь арсенал виборчих технологій, медіа-технологій, ідеологій, комунікаційних технологій. Причому до виборчих технологій можна віднести весь перелік інших згаданих технологій, хоча існують вони не лише під час проведення електоральних кампаній і тому можуть не мати суто передвиборний сенс. Загалом виборчі технології виконують функцію зв'язуючої ланки, яка забезпечує рівновагу всіх складових чинників: влади виборця, прагнення політичних сил і кандидатів на виборні посади отримати цю владу в обмін на репрезентацію інтересів виборців у владних структурах та, нарешті, виборчих технологій, які транслюють відповідні меседжі й забезпечують цілісність і замкненість цього процесу.

## **2. Етапи еволюції виборчих технологій.**

У своєму розвитку виборчі технології пройшли декілька важливих етапів: газетну, телевізійну та «цифрову» епохи. Першим етапом розвитку виборчих

технологій була так звана газетна епоха (друга половина XIX ст. - перша половина XX ст.). У технологічному аспекті вона характеризувалася незначною або спорадичною увагою до підготовки електоральних кампаній. Політичні комунікації у ресурсному плані здійснювалися переважно через агітаторів, партійну пресу, плакати; базовою робочою силою виборчих кампаній були члени партій та добровольці, які певною мірою автономно діяли у межах місцевих громад без детальних указівок із центру. Щодо зворотного зв'язку, то велике значення мали суб'єктивні думки і враження місцевих фахівців, які впливали на формування громадської думки, у тому числі журналістів. Для мобілізації виборців з метою підтримки місцевого кандидата організовувалися агітаційні тури політиків національного масштабу. Цільову аудиторію становили певні соціальні категорії, у результаті акцент робився на мобілізації населення, а не на агітації. Основною комунікаційною стратегією кампанії була пропаганда.

Виникнення другого етапу розвитку виборчих технологій було тісно пов'язано з розвитком засобів масової комунікації та значною професіоналізацією галузі PR і характеризувалося визначальним впливом на свідомість людей телебачення, тому визначається як телевізійна епоха (друга половина XX ст.). Відтепер детальною підготовкою виборчої кампанії займаються створені за рік - два до виборів спеціальні комітети, роль яких у політичних партіях дедалі зростає. Акцент робиться на телебаченні як основному засобі комунікації, відповідно лідери та кандидати від партії проходять медіа-тренінги, значні ресурси виділено на підтримку зв'язків із громадськістю. Зростає роль непрямих методів комунікації. Ще однією особливістю цього етапу є професіоналізація партійної бюрократії із залученням спеціалістів зі сфери ЗМІ та маркетингу. Використання політконсультантів та PR-агентств збігається з виходом кампанії на загальнонаціональний рівень, при цьому влада та ресурси зосереджуються у центральному осередку партії. Увага фокусується на лідерові партії, а зусилля виборчого штабу спрямовані на запровадження національного стандарту кампанії з виробленням однакових посилів та гасел для всіх регіонів країни. На даному етапі партії намагаються заручитися підтримкою всіх соціальних груп, відповідно менше уваги приділяється цільовій аудиторії.

Комунікаційна кампанія передбачає «продаж» продукту – партії чи кандидата у вигляді передвиборчої програми, у ході якої робляться окремі спроби проаналізувати ринок. Основним переконанням є те, що громадська думка піддається впливу ззовні, ідеологія ж кандидата повинна залишатися незмінною. Поява телебачення радикально вплинула на бюджет виборчих кампаній, зумовивши його постійне зростання.

Третій етап еволюції виборчих технологій – «цифрова» епоха (кінець XX ст. – початок XXI ст.) – почався із винаходом нових телекомунікаційних



технологій (супутникового і кабельного телебачення, розвитком Інтернету) та їх поступовим освоєнням у ході виборчих кампаній. Для нього характерні, по-перше, перехід до «перманентної виборчої кампанії», коли підготовкою до виборів займається спеціально створений відділ виборчої кампанії у партійній структурі. Більше уваги звертається на «прямі» методи комунікації, які пропонуються кабельним телебаченням та Інтернетом. По-друге, організацією та проведенням виборів займаються переважно професіонали, досить широко використовуються PR-агентства, політконсультанти. Це призводить до зростання ролі команди лідера. Однак такий масовий прихід спеціалістів ззовні породжує організаційні проблеми, зокрема щодо розподілу сфер відповідальності. По-третє, особлива увага приділяється виваженому формулюванню гасел кампанії – розробка їх під конкретну цільову аудиторію, відповідно до місця і часу, з широким застосуванням методів зворотного зв'язку. Широкий спектр альтернативних засобів комунікації використовується для точної подачі гасел конкретній цільовій аудиторії. Тепер комунікаційні засоби кампанії більш орієнтовані на споживача-виборця, підлаштовуючись під його проблеми та інтереси. Таким чином, партійна конкуренція набуває форми пристосування до уподобань виборців, а не зміни їх уявлень.

### ***3. Класифікація електоральних технологій.***

Сучасні виборчі технології можна типологізувати за різними критеріями: хронологією застосування, значенням, сферою застосування, ступенем інноваційності, витратами, прогнозованістю результатів, легальністю використаних засобів, морально-етичним змістом тощо.

За хронологією застосування виборчі технології поділяються на ті, що використовують на початку електоральної кампанії; під час її кульмінації, на фініші цієї кампанії.

На початку виборчої кампанії стоїть завдання сформувати якомога більшу впізнавальність політичної сили та її представників серед виборців, тому на цьому етапі застосовують виборчі технології типу «Впізнайте мене, це – Я!». До таких технологій належать: видання рекламної біографічної продукції (плакати, календарі, буклети тощо), проведення та друкування ознайомчих інтерв'ю, білборди із зображенням кандидатів та брендом їх політичної сили, рекламні аудіо- та відео-роліки на радіо та телебаченні тощо.

Під час кульмінації виборчої кампанії стоїть завдання показати переваги політичної сили та її представників над політичними конкурентами, тому на цьому етапі використовуються технології типу «Ми зробимо те, чого зробити не зможе ніхто!». Це виборчі технології, які спрямовані на те, щоби показати всілякі переваги одних політиків над іншими. Сюди відносять: виборчу програму,

авторитетних соратників («команду кандидата»), звіти перед виборцями (для діючих депутатів), різноманітні проекти розвитку країни, регіону, округу, угоди між кандидатом і виборцями про взаємні обов'язки в разі його перемоги, накази виборців кандидату в депутати, зустрічі з виборцями кандидата та його довірених осіб тощо.

На фініші виборчої кампанії головним завданням стає максимально мобілізувати своїх прихильників на голосування за власну політичну силу та її кандидатів. На цьому етапі загострюється боротьба з політичними опонентами, тому виникає завдання їх дискредитації та демонстрації на контрасті недоліків суперників та переваг свого кандидата, його політичної сили. На завершальному етапі використовуються виборчі технології типу «Голосуйте за нас! Не голосуйте за інших, вони гірші за нас!». До подібних технологій належать: політичні ток-шоу на телебаченні, теледебати, дискусії з опонентами на радіо; увесь комплекс технологій «чорного PR» (брудних, незаконних технологій, які спрямовані на дискредитацію опонентів): клонування кандидатів-суперників, випуск антиагітаційної продукції від імені та проти конкурентів, акції з різними цільовими групами електорату (форуми, мітинги, конференції, демонстрації) з метою їх мобілізації на голосування за власну політичну силу та її представників.

Зазначенням виборчі технології поділяються на базові та допоміжні: перші - це власне політичні дії, спрямовані на збільшення кількості прихильників політичної сили (від політичних мітингів до антиреклами); другі - спрямовані на дослідження та представлення точки зору великих електоральних груп (соціологічні опитування чи «фокус-групи»).

За сферою застосування виокремлюються медійні та «польові» технології. До медійних належать: іміджмейкінг (створення та просування в інформаційному просторі іміджу політиків), теледебати, агітація в Інтернеті, телешоу з елементами маніпуляції громадською думкою. Найбільш поширеними польовими технологіями є кампанія «від людини до людини», кампанія «від дверей до дверей», публічні виступи в ході виборів, мітинги, демонстрації, протести, хеппенінги, перформанси, зовнішня та вулична реклама, адресна агітація тощо.

Крім того, виборчі технології можна класифікувати за ступенем інноваційності (традиційні та інноваційні); витратами (низько-, середньо- і високозатратні); прогнозованістю результатів (легко- або складнопрогнозовані); легальністю засобів, які використовуються (легальні і нелегальні); морально-етичним критерієм (конвенціональні і девіантні); характером дії (стратегічні, тактичні, оперативні); рівнем ефективності (високоєфективні, середньоєфективні, низькоєфективні).

Нарешті, виборчі технології можна поділити, виходячи з такого критерію, як відповідність моралі та законодавству. Згідно з цим критерієм виборчі технології поділяються на три групи: «білі», «сірі» та «чорні». До «білих» технологій належать ті, що цілком відповідають морально-етичним нормам суспільства та національному законодавству. Як правило, це технології, спрямовані на інформування виборців про політиків, їх програмні положення та ідеологічні засади. До подібних технологій належать: агітаційні пости та обходи, зустрічі кандидатів із виборцями, рекламні ролики, прес-конференції, передвиборча програма політичної сили та її представників, ідеологічні маніфести тощо. «Сірі» технології відповідають національному законодавству, але іноді суперечать загальній моралі та спрямовані на маніпулювання громадською думкою. Сюди належать такі «жанри», як напівправа, замовчування, тенденційний підбір фактів, «замовна» соціологія та ін. До «чорних» технологій належать ті, що ігнорують морально-етичні норми та порушують законодавчі приписи. Як правило, ці технології застосовуються для повної дискредитації політичних суперників. Наприклад, до «чорних» технологій можна віднести оприлюднення фальсифікованої біографії конкурентів, видання та поширення від імені опонентів агітаційних матеріалів, які мають екстремістський зміст, інспірування скандалів у «жовтій пресі», відверті наклепи на політичних суперників тощо.

Розвиток інформаційного суспільства зумовлює помітну трансформацію виборчих технологій. Останнім часом спостерігається становлення виборчих технологій нового порядку. Технології попереднього покоління мали справу головним чином з управлінням сприйняттям інформації, яка надходить виборцям. Сьогодні формуються метатехнології, пов'язані вже з управлінням соціальними процесами. Політичний PR (зв'язки з громадськістю) перестає бути простою сукупністю процедурних технологій, він набуває статусу «комунікативного менеджменту» як управління масовими соціальними комунікаціями. Це вказує на розширення перспективи застосування комунікативної концепції виборчого PR у подальшому, адже змінюється сама природа технологій роботи з електоратом у бік встановлення партнерських стосунків між політиками-управлінцями та їхніми підлеглими, які делегують їм владні повноваження через процедуру регулярних політичних виборів.

Розвиток виборчих технологій пов'язаний із розвитком медіа-ринку та інтегрованих маркетингових комунікацій, які передбачають комплексне використання для вирішення маркетингових завдань реклами, PR (зв'язків із громадськістю), просування продажів, прямого маркетингу, інтернет-технології, формування єдиної багатоканальної синхронізованої комунікації. Виборчі

технології за нових умов розглядаються насамперед як комунікативна діяльність в електоральному процесі або ширше - у політичному процесі загалом.

Комунікативно-менеджерський зміст сучасних виборчих технологій полягає в тому, що різноманітні засоби масової комунікації використовуються, щоб досягати такого впливу на електорат, який програмується політтехнологами задля конвертації його в голоси за певну політичну силу чи політика, які виступають замовниками політтехнологічних послуг. Формується своєрідний замкнений цикл: політик - політтехнолог - виборчі технології - позиція електорату - голосування за політика-замовника політтехнологічних послуг.

Цей процес відбувається за умов віртуалізації інформаційного простору, яка пов'язана з розвитком сучасного економічного та політичного ринку. Ми спостерігаємо систематизацію інформаційного середовища, коли локальні бази даних поступово заміщуються глобальними інформаційними системами. Ідеться насамперед про Інтернет як глобальний медіа-ресурс. Він відрізняється від традиційних засобів масової комунікації своїми специфічними особливостями. Зокрема, його непросто контролювати урядам і фінансовим структурам. Ураховуючи навальне поширення інтернет-технологій, можна стверджувати, що Інтернет став невід'ємною частиною інформаційного простору. Саме завдяки розвитку глобальної інформаційної мережі (кіберпростору) поступово девальвується ключове для політтехнологів поняття «цільова група».

Ми стаємо свідками переходу від настанови «інформація шукає споживача» до іншої- «споживач шукає інформацію». Це значно ускладнює централізований та цілеспрямований вплив на споживачів політичної інформації, які одночасно виступають у ролі виборців. Політичні комунікації конструюють нову політичну реальність. За умов інформаційних мутацій *homo sapiens* перероджується у «людину інформаційну», яка істотно відрізняється від «людини політичної» та претендує на зміну не лише ролей, але й сценаріїв розвитку політичного процесу.

Важливо чітко розуміти, що самі по собі виборчі технології ще не є гарантією досягнення необхідного результату – усе залежить від здатності суб'єкта виборчого процесу реально оцінити політичну ситуацію, можливості та ресурси конкурентів, обрати оптимальні способи реалізації свого політичного потенціалу та здібностей переконати та привернути на свій бік якомога більшу кількість виборців. У політичних колах широко відомим є такий вислів: «Немає поганих технологій, є погані виконавці!».

#### ***4. Чинники ефективності виборчих технологій.***

Ефективність виборчих технологій – співвідношення між кінцевим політичним продуктом, метою його використання і ресурсами, використаними

для його створення. Таким чином, це дозволяє встановлювати взаємозв'язок між цілями, результатами застосування технології і витратами на її реалізацію.

Серед найбільш універсальних чинників ефективності виборчих технологій виокремлюються:

врахування соціально-економічної та політичної ситуації в окрузі (впровадження виборчих технологій є ефективним за умов врахування демографічних і соціально-економічних показників регіону, результатів останніх виборчих кампаній, інформації про впливових осіб і наявні ЗМІ, аналізу діяльності конкурентів, регіональної специфіки електорату і місцевих проблем);

відповідність технологій інтересам і потребам виборців (виборці голосують, керуючись насамперед власними, егоїстичними інтересами. Дослідження політичного ринку дає змогу об'єктивно оцінити потреби та очікування електорату і адаптувати під них виборчі технології);

коректність у визначенні обраної цільової електоральної групи (вдале обрання пріоритетних сегментів електорату і спрямування на них основного технологічного впливу забезпечує побудову переможної стратегії на виборах);

наявність необхідного ресурсного забезпечення для проведення виборчої кампанії (фінансове і матеріальне забезпечення суб'єкта виборчого процесу і його команди, оптимізоване, виходячи із поставлених цілей кампанії і переліку застосовуваних технологічних прийомів);

рівень професійності та спрацьованості команди, яка забезпечує виборчу кампанію суб'єкта виборчого процесу (професійна команда кандидата та чітка взаємодія між ними здатна підвищити ефективність розроблених для виборчої кампанії технологій);

харизматичність політичного лідера, кандидата на обрані посади (суб'єкт виборчого процесу виступає в якості одного з головних ресурсів виборчої кампанії, тому від його лідерських здатностей і залученості до агітаційних процесів залежить електоральний вибір громадян);

врахування особливостей виборчого законодавства і типу виборчої системи (регламентують розвиток і направленість виборчих технологій);

ідеологічне спрямування стратегії і тактики виборчої кампанії (застосування виборчих технологій повинно узгоджуватися із стратегічною лінією і тактичними цілями виборчої кампаніями);

рівень політичної культури виборців (у суспільстві з високим рівнем політичної культури ефективними є конструктивні виборчі технології і знижується вплив маніпулятивних технологій, і навпаки).

**Література.**

- Афанасьєва М. В. Конституційно-правове забезпечення виборчих технологій в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юридичних наук : спец. 12.00.02 «Конституційне право» / Мар'яна Володимирівна Афанасьєва. – Одеса : [б. в.], 2004. – 20 с. <http://lawbook.org.ua/biblioteka/-avtoreferaty/ukraina/svobodnyj-dostup/12-00-02-konstitutsijne-pravo-munitsipalne-pravo/747-afanaseva-mar-yana-volodimirivna-konstitutsijno-pravove-zabezpeche-nnya-viborchikh-tekhnologij-v-ukrajini>.
- Багмет М. О. Виборчий маркетинг як основна складова частина політичного маркетингу / М. О. Багмет, В. В. Темерівський // Гілея : науковий вісник. Збірник наукових праць. – К. : ВІР УАН, 2010. – Вип. 38. – С. 469–475.
- Буркут І. Г. Виборчі технології: регіональний досвід / І. Г. Буркут, О. В. Колесников. – Чернівці : Букрек, 2009. – 240 с.
- Бучин М. А. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні : монографія / М. А. Бучин. – Львів : ЛІСВ, 2009. – 231 с.
- Гришин Н. В. Основы проведения избирательных кампаний / Н. Гришин. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 184 с.
- Джабасов А. А. Политические технологии избирательных кампаний: проблема категориального осмысления / А. А. Джабасов // Вестник Московского университета. Сер. 12. Политические науки. – 2000. – № 2. – С. 56–62.
- Душин И. Выборы: технологии избирательных технологий / И. Душин, А. Сысун, Б. Ложкин. – Х. : РА, 1998. – 160 с.
- Колесников О. Еволюція виборчих технологій у контексті демократичного процесу в Україні / О. Колесников // Вісник Центральної виборчої комісії. – 2011. – № 2. – С. 56–64.
- Кочубей Л. О. Виборчі технології : навч. посіб. / Л. О. Кочубей. – К. : Український центр політичного менеджменту, 2008. – 332 с.
- Кочубей Л. Інтернет-технології, вибори і процес утвердження громадянського суспільства в Україні: проблеми і перспективи / Л. О. Кочубей // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України [Текст] /редкол.: Ю.А.Левенець (голова) та ін. – К., 2007. – Вип. 36. : Курасівські читання - 2007: Влада і суспільство в сучасній Україні: механізми взаємодії. – С.246-255.
- Кочубей Л. Категоріальне осмислення виборчих процесів / Л. Кочубей // Політичний менеджмент. – 2004. – № 4. – С. 57–68.
- Куц Г. Україна в лабіринтах виборчих перегонів: проблема електорального розколу / Г. Куц // Віче. – 2007. – № 11. – С. 14-16.
- Куценко Є. «Виборчі технології» як наукова категорія: сутність і класифікація / Є. Куценко // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України [Текст]. – К., 2013. – Вип. 1 : січень-лютий. – С. 387-403.
- Куценко Є. Ефективність застосування виборчих технологій на парламентських виборах 2007 р. в Україні / Є. Куценко // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім.І.Ф.Кураса НАН України [Текст]. – К., 2012. – Вип.1(57) : (січень-лютий). – С. 297-310.
- Куценко Є. В. Українська політична думка про дослідження виборчих технологій / Є. В. Куценко // Гілея : науковий вісник. Зб. наук. праць. – К. : ВІР УАН, 2013. – Вип. 3. – С. 790–794.
- Лопушинський І. Мова як об'єкт політичної боротьби в ході виборчих перегонів 2006 року / І. Лопушинський // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2007. – № 1. – С.160-169.
- Мадрига Т. Специфіка теоретико-методологічних підходів до дослідження виборчої кампанії / Т. Мадрига // Вісник Прикарпатського університету. Політологія. – Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника, 2011. – Вип. 4–5. – С. 47–53.
- Малкин Е. Основы избирательных технологий и партийного строительства / Е. Малкин, Е. Сучков. – К. : Издательство «Основні цінності», 2005. – 528 с.

- Малкин Е. Политические технологии. 2-е (7-е) стер. изд. / Е. Малкин, Е. Сучков – М. : «Русская панорама», 2008. – 680 с.
- Мокан В. Виборчі технології як різновид соціально-політичних технологій / В. Мокан // Вісник Київського національного університету. Політологія. – К., 2008. – Вип. 89. – С. 119–121.
- Мокан В. Проблема ефективності виборчих технологій [Електронний ресурс] / В. Мокан. – Режим доступу : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26692/17-Mokhan.pdf?sequence=1>.
- Моторнюк Т. М. Виборчі технології: концептуальні інтерпретації/ Тетяна Моторнюк // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / Гол. ред. В.М. Вашкевич. – К.: ВІР УАН, 2010. – Випуск 32. – 342 с. – С. 292-299.
- Моторнюк Т. М. Американізація політтехнологій в електоральних кампаніях України/ Т. М. Моторнюк // Вісник Національної юридичної академії імені Ярослава Мудрого. Серія: філософія, філософія права, політологія, соціологія. – 2010. – № 5. – С.123-129.
- Нальотов А. Виборчі технології як чинник впливу на електоральну культуру й поведінку та їхня роль у трансформації політичних систем / А. Нальотов // Віче. – 2007. – № 16. – С.21–24.
- Розумний М. Виборчі технології: інструмент управління чи маніпуляцій? / М. Розумний // Трибуна. – 2008. – № 5-6. – С.33.
- Шведа Ю. Р. Партії та вибори : енциклопедичний словник / Ю. Р. Шведа. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – 750 с.
- Шелестов О. Теоретичні засади дослідження виборчих технологій в електоральному процесі України та проблеми їх ефективності / О. М. Шелестов // Держава і право [Текст] : збірник наукових праць.Юридичні і політичні науки. – К., 2010. – Вип.50. – С. 748 – 754
- Юрченко Є. Стратегія електорального циклу у виборчих технологіях / Є. Юрченко // Держава і право [Текст]: збірник наукових праць. – К., 2008. – Випуск 39. – С. 733–736.
- Юрченко Є. Американізація виборчих кампаній / Є. Юрченко // Політологічний вісник. – 2008. – № 34. – С. 255–263.
- Юрченко Є. Теоретико-методологічні підходи до аналізу поняття виборчих технологій / Є. Юрченко // Держава і право. Зб. наук. праць. – К.: Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2007. – Вип. 37. – С. 724–733.

## **Тема 8. Організація роботи, структура та завдання виборчого штабу.**

### **План.**

- 1. Менеджмент виборчих кампаній. Виборчий штаб, його функції та організаційна структура.*
- 2. Підстави, союзники, конкуренти.*
- 3. Добровольці та агітатори.*

### **Зміст лекції.**

#### ***1. Менеджмент виборчих кампаній. Виборчий штаб, його функції та організаційна структура.***

Менеджмент (управління) виборчої кампанії – практичне управління виборчою кампанією неможливе без системи структурних елементів організаційного характеру, з регламентованим порядком діяльності та взаємовідносин між елементами цієї системи. Процес управління виборчою кампанією покладається на виборчий штаб, у якому працює виборча команда.

Виборчий штаб – організаційно-аналітична структура, яка розробляє виборчу стратегію кампанії та забезпечує її реалізацію. Виборчий штаб вирішує проблеми делегування повноважень і відповідальності, приймає всі необхідні управлінські рішення, приймає стратегічні, тактичні, організаційні рішення, використовує задля перемоги кандидата у депутати чи політичної партії фінансові, господарські, людські ресурси. Штаб є головним аналітичним і виконавчим органом виборчої кампанії, покликаним реалізовувати всі основні функції передвиборчої діяльності. Виборчий штаб покликаний розв'язувати наступні функціональні завдання: управління інтеграцією у виборчій кампанії, забезпечує засобами політичного маркетингу, розробку стратегії і тактики виборчої кампанії та високої координованості всіх функцій виборчого штабу; управління виборчою кампанією має за мету перемогу на виборах і містить у собі процеси підготовки, організації й проведення всіх елементів виборчої кампанії; управління часом передбачає визначення послідовності основних заходів виборчої кампанії, своєчасного їх проведення, розробку та контроль дотримання календарного плану; управління бюджетом здійснюється з метою раціонального розподілення та використання існуючого бюджету виборчої кампанії, кошторису кожного з її елементів, планування ресурсів, їх видів, кількості та оцінка їх вартості, важлива складова управління бюджетом – контроль вартості, пов'язаний з оперативними змінами в ході виборчої кампанії; управління ефективністю включає визначення програми-мінімум та програми-максимум, регулярну поетапну оцінку виконання виборчої стратегії за ознаками ефективності та своєчасне реагування на зміни ефективності в процесі відстежування результатів виборчої кампанії; управління людськими ресурсами



має забезпечити найбільш раціональне використання кожного члена виборчої команди через організаційне планування, документування, розподіл обов'язків і відповідальностей, звітність, комплектування, вдосконалення індивідуальних та колективних навичок роботи, ефективну роботу з добровольцями та електоратом; управління інформаційним зв'язком забезпечує своєчасне збирання, отримання, поширення та зберігання необхідної інформації. Планування інформаційних зв'язків, визначення інформаційних і комунікативних потреб, своєчасне розміщення інформації в найбільш ефективних каналах впливу на електорат; управління ризиком має ідентифікувати, аналізувати та оперативно реагувати на всі види ризику, що виявляються під час виборчої кампанії. У ході цього процесу відбувається визначення категорії ризиків, їх кількісна оцінка та прорахунки можливих наслідків для виборчої кампанії; управління матеріальним забезпеченням передбачає планування забезпечення, вибір джерел фінансування, придбання необхідних товарів і послуг, розрахунки з оплачуваними членами команди, оперативне врегулювання проблем матеріально-технічного характеру, що виникають під час виборчої кампанії. Для ефективного функціонування виборчого штабу необхідно, щоб він характеризувався як команда однодумців: єдиною метою для всіх членів, спонуканням до згаданої сумісної роботи, обмеженим у часі терміном діяльності, обмеженою кількістю членів команди, сполученням жорсткого централізму й автономії кожного члена команди, впорядкованою системою обміну інформації серед членів команди, розподіленням та чіткою функціональних обов'язків кожного з членів команди. Велике значення в ефективній роботі штабу має створення оптимальної рольової та психологічної структури цього тимчасового колективу, оскільки ліміт часу не залишає місця на "притирання", пристосування, вироблення командних звичок – штаб має ефективно й інтенсивно працювати з першого ж дня свого функціонування. Штаб є основним робочим місцем виборчої кампанії. Більше того, це на найближчі кілька місяців просто домівка для кандидата, членів його кухонного кабінету та багатьох працівників. Це командний пункт і надійний тил. Є кілька загальноприйнятих вимог до приміщення штабу: штаб має розміщуватись у зручному місці, бажано в центрі виборчого округу поблизу центральної виборчої дільниці, повинні бути забезпечені зручності для персоналу: достатня кількість кабінетів, місце відпочинку й харчування, туалети, складські приміщення, має бути достатня кількість телефонних апаратів і ліній, електричних розеток, меблів, кондиціонерів, пристроїв автономного енергопостачання, технічне обладнання штабу передбачає щонайменше три комп'ютери, лазерний, матричний та кольоровий струйний (ще краще – кольоровий лазерний) принтери, факс, копіювальний апарат формату А4 і

копіювальний апарат формату А3, дуже доцільно було б мати різнограф. Повинні бути одна-дві відеокамери, кілька відео двійок, фотоапарати, диктофони, мегафон, конторське обладнання.

Керівник (менеджер) виборчої кампанії – Основна дійова особа в організації виборів. Він має користуватися абсолютною довірою кандидата у депутати. Керівник виборчої кампанії, який несе повну відповідальність за її результати та володіє необмеженими правами. Він єдиний з членів виборчого штабу, який може сказати кандидату “ні”. Водночас у стратегічних питаннях він має лише дорадчий голос і з принципових питань найефективнішим є прийняття рішення, узгодженого з кандидатом, керівником кампанії та кухонним кабінетом. Керівник виборчої кампанії працює безпосередньо з керівниками усіх підрозділів виборчого штабу, інструктує їх, ставить перед ними завдання і контролює хід їх виконання. Керівник виборчої кампанії має право: цілодобового доступу до кандидата, приймати рішення тактичного характеру, визначати зміст рекламних матеріалів, складати графік зустрічей кандидата і графік його виступів у засобах масової інформації (ЗМІ), видавати розпорядження, обов’язкові для виконання всіма працівниками штабів усіх рівнів (крім референта-секретаря кандидата), приймати на роботу будь-якого спеціаліста, узгоджувати з кандидатом кандидатури референта-секретаря, начальника штабу та керівників регіональних штабів, відсторонювати від роботи будь-якого спеціаліста виборчого штабу за винятком референта-секретаря, начальника штабу та керівників регіональних штабів. Водночас керівник виборчої кампанії зобов’язаний: ніколи не використовувати інформацію, що стосується кандидата проти нього (навіть по закінченню виборів), повністю контролювати щоденну роботу штабів, щоденно доповідати кандидату про хід виборчої кампанії, проблеми, що виникають та заходи, що вживаються для їх вирішення, щотижнево доповідати кандидату про результати соціологічних опитувань, діяльності експертно-аналітичної групи та пропозиції по коригуванню ходу виборчої кампанії, надавати кандидату для остаточного схвалення проекти рекламної продукції, оперативно доповідати кандидату про дії виборчих штабів інших кандидатів, їх методи й форми роботи, пропонувати заходи протидії, знати особисті якості й здібності керівників кампанії, уміти використовувати їх з найбільшою ефективністю. Керівник виборчої кампанії працює у цілодобовому режимі з жорстким графіком і психологічними перенавантаженнями. Тому він має мати добре здоров’я, аби витримати напругу виборчого процесу. У ході виборчої кампанії її керівник не повинен займатись “розкруткою” власного іміджу.

“Кухонний кабінет”. 1. Головний штаб виборчої кампанії. До його складу входять найбільш наближені до кандидата фахівці з головних напрямів

виборчого процесу. Назва пішла від звички збиратись наближеним особам разом з кандидатом увечері в нього на кухні, щоб підбити підсумки роботи за добу, прийняти оперативні рішення в зв'язку із непередбаченими змінами, що сталися в ході виборчої кампанії. Кухонний кабінет – це люди абсолютної довіри, вони можуть відкрито, щиро й критично висловлюватись з приводу будь яких процесів, осіб і дій виборчої кампанії. Як правило, вони займають ключові посади у виборчому штабі: менеджер (керівник) виборчої кампанії, референт-секретар, прес-секретар, начальник штабу, скарбник, юрист, голова фінансово комітету, керівник групи безпеки, керівник добровольців, голова громадського комітету підтримки. Кухонний кабінет обов'язково підбиває підсумки доби, але не обов'язкова присутність кандидата – через щільний графік він не завжди має змогу щоденно приймати участь у засіданнях кухонного комітету. Ухвали кухонного кабінету здебільшого, є обов'язковими для кандидата. Розлад у кухонному кабінеті або між кухонним кабінетом і кандидатом неминуче приведе до поразки у виборчій кампанії. 2. Невелика група близьких радників прем'єр-міністра або президента, що неформально збирається для ухвалення постанов з урядової політики. Вперше цим терміном названо зустрічі президента Е. Джексона зі своїми приятелями на кухні Білого дому, де вони обговорювали урядові справи. Між членами “кухонного кабінету”, які можуть неформально впливати на політику, і міністрами, які безпосередньо та офіційно відповідають за урядові справи, але бачать, що їх відгородили від процесу ухвалення постанов, часто виникають напружені стосунки.

Команда кандидата – це група наближених до кандидата людей, які допомагають йому організувати і провести виборчу кампанію. Вона формується, як правило, на основі особистих і неформальних зв'язків кандидата. Це не означає, що в команду не можуть потрапити люди, невідомі раніш кандидату. Головний принцип її утворення і роботи – повна довіра, особиста відданість, взаємна відповідальність і жорсткий централізм. Команда досягає результативності в роботі при умові, що кожний її член знає, що робить інший і що найголовніше – навіщо. Сам кандидат підкорюється законам і правилам діяльності команди, як і будь-який з її учасників. Злагожденість і взаємопідтримка утворюють кумулятивний ефект, що веде до досягнення загальної мети. Таким чином, команду кандидата як організаційну структуру характеризують наступні риси:

- наявність єдиної мети для всіх членів команди і спонукання до сумісної роботи. Кандидат для ефективного управління командою повинен чітко уявляти собі, що її членів можуть об'єднувати дуже різні мотиви. Серед них можна виділити особисту підтримку, прагнення до самоствердження, прагнення

відстоювати певні цінності світогляду, матеріальний інтерес, надія зробити гарну кар'єру тощо;

- обмежений термін діяльності. Команда організується як проблемна, творча група для цільової участі у виборчій кампанії;

- обмежена чисельність. По своїй суті вона складається ніби з двох кіл. Коло найбільш наближених, довірених кандидату людей, які перш за все зайняті розробкою стратегічних питань і програм. Більш широке коло членів команди, хоч і не відсторонені від творчої діяльності, все ж більше зайняті практичними ділами. В той же час у команді є межі, і належати до неї може не кожний;

- сполучення жорстокого централізму і автономії кожного з членів команди, який відповідає за визначену область діяльності і має в ній вирішальне слово від імені всієї команди. Кожний, приймаючи рішення в своїй області, не вмішується в сферу іншого. Коли рішення прийнято колективно, ніхто не має права засуджувати, критикувати або ігнорувати його;

- завдання виборчої боротьби вимагають упорядкованої системи обміну інформацією серед членів команди.

Отож, організація або претендент у депутати починає створення команди кандидата. З якими проблемами вони зустрінуться в цей період?

1. Із прибічників, що оточують кандидата і організацію, треба вибрати не тільки кваліфікованих у своїй галузі, але й абсолютно надійних людей, які повинні знати виборчий округ, його демографічний склад, його соціально-економічні та інші проблеми. Члени майбутньої команди повинні усвідомлювати, що в найближчому вони весь свій час будуть віддавати роботі на свого лідера; що робота часто будується на безвідплатній основі, що в разі помилки вони можуть і повинні виконати роль буфера і відвести небезпеку від кандидата, що робота в команді підкоряється загальній ідеї.

2. Кандидат у депутати, будучи формальним лідером команди, повинен вміти сполучати цю роль з роллю неформального лідера. Це передбачає створення такої внутрішньої атмосфери в команді, яка б сприяла творчості, скрашуючи тягар рутинної роботи. Кандидат повинен побудувати керівництво командою з максимальним використанням принципу делегування своїх прав і повноважень керівникам функціональних груп. На практиці, це означає, що він повинен відмовитись від втручання в повсякденну роботу підрозділів команди. Головне не забувати, що кандидат такий же член команди, як і всі інші.

3. Розширюючи коло команди, кандидат разом з своїми найближчими помічниками повинен заздалегідь продумати питання навчання, підготовки, підвищення кваліфікації членів команди та обміну досвідом між ними.

Однією з визначених складових успіху будь-якого кандидата, що вступає в передвиборчу боротьбу, є правильне і своєчасне формування власних

«робочих структур», точне визначення їх функцій і вдалий розподіл обов'язків між людьми.

Штаб, як структурне утворення команди, покликаний реалізувати всі напрямки передвиборчої кампанії кандидата. У зв'язку з цим, його структура будується під характер діяльності, яку він веде.

Як показує практика, структура штабу будується на тому людському і кваліфікаційному ресурсі, який є в розпорядженні. У зв'язку з цим члени команди штабу виконують ті функції, які в них краще виходять, або в яких вони мають накопичений досвід, і функціональні позиції в штабі часто формуються, виходячи з особливостей і досвіду включених в нього людей.

Але, яким би чином не розподілювалась відповідальність між членами штабу, необхідно так визначати людей за функціональними обов'язками, щоб ніякий напрямок діяльності штабу не випав з сфер відповідальності або не виникло перевантаження якихось членів штабу від відповідальностей, що вони поклали на себе, аби якісно виконувати кожен з них.

Головна рекомендація тут наступна: за кожний напрямок діяльності штабу повинна відповідати конкретна людина, природний перерозподіл між людьми функціональних обов'язків кінець-кінцем повинен розподілитись так, щоб кожний член штабу не був перевантаженим відповідальністю, що порушило б структуру управління.

Головні функції, які штаб покликаний реалізувати, наступні:

- - М – менеджерська (планування, організація, мотивація, контроль і корекція загального процесу, управління інформаційними потоками, представництво);
- - І – інформаційно-аналітична;
- - С – соціологічна;
- - П – психологічна;
- - Л – лобістсько-представницька, що забезпечує зовнішні зв'язки;
- - А – агітаційно-пропагандистська та рекламна;
- - Т – матеріально-технічне забезпечення;
- - Ю – юридична;
- - Ф – фінансово-бухгалтерська;
- - Б – безпека.

На малюнку наводиться зразок схеми штабу окружної виборчої кампанії. По такій же структурі будували свої штаби багато об'єднань, кандидатів України, Росії та інших країн.

Структура штабу, виходячи із масштабів кампанії, може модифікуватися. Наведена структура підходить для кампаній великого та середнього рівня. Для

невеликих, малих кампаній структура спрощується. Для округу в декілька тисяч виборців штаб скорочується до 3-х осіб: сам кандидат, керівник кампанії та його помічник. Але ні один із напрямів діяльності не повинен випасти із поля зору. Мозковим центром будь-якої структури штабу є рада кампанії. За зразок можна прийняти такий склад ради:

- - керівник виборчої кампанії;
- - кандидат;
- - начальник штабу;
- - прес-секретар кампанії;
- - керівник інформаційно-аналітичної групи (аналітик);
- - спеціаліст по вивченню громадської думки (соціолог);
- - довірений консультант кандидата (близька довірена особа).

Рада кампанії є центром прийняття рішень, визначення стратегії і тактики кампанії.

Рада запрошує спеціалістів до розробки конкретних сценаріїв проведення виборчої кампанії, приймаючи за основу зібрану іншими підрозділами сукупну інформацію (соціологічну, політологічну, соціально-психологічну, конфіденційну тощо) а також, при необхідності, запрошує довірених осіб кандидата. Вона коректує та координує під час виборчої кампанії акції кандидата і підрозділів штабу. Рекомендації ради мають директивний характер у відношенні до кандидата і всієї команди. В термін, що починається від дня реєстрації, і до дня виборів, рада проводить щоденні наради по спеціально розробленому плану з метою контролю за виконанням плану-графіку кампанії і своєчасної корекції. Функції ради кампанії:

- загальне керівництво кампанією;
- підбір і розстановка кадрів;
- організація інформаційно-аналітичної роботи (залучення і відбір спеціалістів, розподіл обов'язків, координація їх діяльності, забезпечення аналітичної переробки (структурування, порівняльний аналіз) сукупної інформації);
- організація процесу розробки прикладних матеріалів, приймаючи за основу відповідне аналітичне забезпечення (тексти і рекомендації по формі виступів, заяви, листівки, плакати, сценарії проведення акцій, підготовка полеміки, організація контрпропаганди і оперативне реагування на результати поточного моніторингу);
- визначення стратегії і тактики виборчої кампанії (ідеологічна складова, напрямок та конкретні характеристики пропаганди, методи опонування, виділення пріоритетів (в агітаційних міроприємствах, фінансуванні тощо), розробка цілісної концепції кампанії і концепції образу кандидата;

- розробка сітьового графіка заходів (календаря кампанії), контроль (в разі необхідності-корекція) за його виконанням;
- розробка рекомендацій по практичній реалізації специфічних передвиборчих технологій;
- постійний зв'язок.

Нижче наводиться змістовний опис складу структурних підрозділів штабу і їх функції для середньої та великої виборчої кампанії. Інколи за браком людей або через особливості їх особистого потенціалу, деякі напрямки віддаються одній людині; в такому разі доцільно об'єднати в одному відповідальному виконавцеві ті види діяльності, які логічно пов'язані між собою.

### ***Група інформаційно-аналітичного забезпечення***

Група забезпечує розробку передвиборчої програми кандидата і конкретних напрямків за дорученням ради. Здійснює інформаційний контроль за ходом виборчої кампанії, а також за ситуацією (моніторинг ЗМІ). Члени ради кампанії можуть одночасно працювати і в групі інформаційно-аналітичного забезпечення. Також можуть залучатися інші спеціалісти для проведення конкретних досліджень.

#### *Функції групи інформаційно-аналітичного забезпечення:*

1. Вивчення електорату:
  - соціологічні дослідження (від слідування рейтингів кандидатів, виявлення політичних, соціально-економічних питань, до яких воліють виборці, їх чекання, вивчення громадської думки про актуальні з точки зору виборців проблеми округу);
  - вивчення історії виборчого округу (минулі голосування, політичні кампанії тощо);
  - соціально-психологічні дослідження (виявлення «кращого» з точки зору виборців образу кандидата, положень програми, лозунгів; вивчення місцевого «говору», на якому найбільш ефективно розмовляти про місцеві проблеми; ефективних засобів пропаганди і контрпропаганди; «нездорових» тем, інтересів, проблем). Перспективним є метод фокус-груп (групового інтерв'ю);
  - соціально-економічні та політологічні дослідження (економічний стан в окрузі, положення в соціальній сфері (рівень добробуту), політична ситуація);
  - збір і аналіз загальної інформації (екологічної, демографічної, конфесійної, етнічної, освіти і культури). Вивчення політичної географії, складання спеціальних атлас-карт округу;
  - збір і аналіз специфічної інформації (особливості округу, криміналітет, «місцеві» проблеми, місцеві та центральні ЗМІ, переваги виборців, місцеві авторитети і місцеві еліти);

- виявлення і аналіз реакції виборців на ті чи інші пропагандистські акції, інші події в ході виборчої кампанії;

- відслідкування змін тих параметрів, що характеризують стан електорату.

## 2. Вивчення опонентів:

- докладне вивчення біографій (у тому числі минулу політичну кар'єру), особистих психологічних якостей, їх зв'язки (політичні, дружні, ділові, особисті), конфлікти, конструювання «портретів» опонентів. Особливу увагу треба звернути на збір і використання матеріалу, який можна використати як компрометуючий. Відбираючи «компромат», слід керуватись оцінками громадської думки. Критерій його якості – спровокований ним ступінь негативного відношення електорату до опонента;

- дослідження бази підтримки опонентів (у тому числі по таких параметрах: соціальна база, «команда» (оточуючі), фінансово-політична база, ангажовані ЗМІ);

- систематичне відслідковування стратегії і тактики передвиборчої боротьби, що ведеться опонентами (у динаміці, у тому числі по наступних параметрах: програма, ідеологія, методи, способи пропаганди (з урахуванням регіональної специфіки), створюваний ними образ).

## 3. Спеціальні дослідження:

- вивчення специфічних проблем, що виникають у ході виборчої кампанії, а також детальне вивчення місцевих еліт (органи влади, підприємці, господарські керівники, ЗМІ, конфесійні організації тощо, у тому числі «тіньовики», взаємозалежності між ними);

- одночасно перспективні дослідження, що детально розкривають суть та специфіку місцевих проблем (аж до збору конкретної інформації про житлово-комунальні умови, підприємства побутового обслуговування тощо). Їх результати структуруються і за спеціальними методиками підлягають аналітичній переробці.

### ***Група агітації та пропаганди***

Група агітації і пропаганди вбирає в себе безпосередньо організаторів процесу виготовлення агітаційного матеріалу, а також пропагандистів і агітаторів (група підтримки). При необхідності до групи залучають спеціалістів по розробці пропагандистської продукції (спеціалісти можуть поєднувати свою діяльність з функціями в інших групах).

#### *Функції групи агітації та пропаганди:*

- розвиток громадських зв'язків кандидата;
- планування і забезпечення участі кандидата у громадськовизначних заходах округу;



- планування і відкриття в районних центрах округу, а також у великих населених пунктах агітпунктів та клубів виборців;

- організація розсилання листів та телефонних інформаційних та агітаційних опитувань.

*Робота із засобами масової інформації (прес-центр):*

- організація виступів, прес-конференцій, інтерв'ю та інші пропагандистські акції кандидата (та його довірених осіб) в пресі, по радіо і телебаченню, складання спеціального плану-графіка виходу матеріалів, забезпечення відповідних домовленостей із ЗМІ, розробка і адаптація текстів виступів, статей, підготовка інтерв'ю, телепередач (розробка сценаріїв), підготовка прес-релізів, відслідкування контрпропагандистських акцій та реакції виборців на перебіг виборчої кампанії (аналогічно із ЗМІ);

- при необхідності підготовка рекламних кліпів (окремі відповідальні за сценарій, зйомку, прокат);

- робота з представниками ЗМІ (добір «своїх» журналістів, залучення тих, хто вагається, розподіл функцій і завдань між ними, контроль виконання).

*Контрпропаганда:*

- розробка прикладних матеріалів по всіх формах концептуальної полеміки (методика, сценарій дебатів, дискусій, виділення «сильних» - «слабких» тем, підготовка системи аргументації (плюс конкретні полемічні прийоми);

- розробка всіх форм особистої полеміки (оформлення компромату на опонентів, матеріалів для непрямой дискредитації тощо);

- організація зустрічей з виборцями (графік, розподіл «ролей», сценарії, тексти тощо);

- виготовлення і розповсюдження контрпропагандистської продукції;

- організація непрямой дискредитації опонентів (інспірування чуток за спеціальними методиками, підбір та забезпечення багатофункціонального використання «нейтралів»);

- попередження і своєчасна реакція на контрпропаганду опонентів.

*Розробка та розміщення друкованої продукції (листівки, плакати, буклети, календарі тощо):*

- розробка і адаптація текстів для друкованої продукції;

- визначення оптимальної кількості друкованих матеріалів;

- оформлення друкованої продукції (бажано використати фахівця по рекламі);

- визначення оптимальної системи розповсюдження (з урахуванням атлас-карт), складання плану-графіку розміщення;

- разом з координатором добровольців, організація «пикетів» на підтримку кандидата, розповсюдження своєї агітаційної продукції та організація роботи групи, яка прибирає агітаційну продукцію опонентів;

- вивчення реакції груп виборців (рівень побутових вимірів).

*Впровадження особливих агітаційно-пропагандистських прийомів, наприклад:*

- вивчення оптимальних форм використання таких методів, як підтримка авторитетів (популярних осіб, у тому числі і місцевих – спортсмени, письменники, актори, режисери, зірки естради, ветерани, цілителі тощо) – фотографії з ними, появлення на публіці, підписи осіб в підтримку кандидата тощо;

- виготовлення і розповсюдження значків, наклейок, майок, кепок з атрибутикою кандидата тощо;

- відображення «місцевих» тем, сентименталізма (хобі, захоплення), популярної тематики.

*Інструктаж пропагандистів-агітаторів, «нейтралів», груп підтримки.*

- первинний аналіз інформації про реакцію виборців, інструктаж наглядців та організацію контролю на день голосування та при підрахунку голосів (при можливості прийняти участь у формуванні дільничих виборчих комісій, подати заявку і включити своїх представників у кожен дільничу комісію).

***Група фінансово-технічного забезпечення***

Група взаємодіє із структурами, що надають матеріальну допомогу кандидату, планує і реалізує заходи по збору фінансових коштів.

Групу фінансово-технічного забезпечення доцільно розділити по наступних напрямках роботи, які відповідають функціям, що вони виконують:

- сектор фінансів (робота із спонсорами, бюджет кампанії, бухгалтерія, договори, аудит тощо);

- сектор МТЗ, ксерокопіювання, тиражування та сервісного обслуговування оргтехніки;

- сектор зв'язку і транспорту, що забезпечує комунікації, планування роботи транспорту, контроль, чергування на телефоні тощо;

- адміністративно-господарський сектор, включаючи оздоровчо-відновлювальні міроприємства для персоналу і забезпечення харчування членів штабу.

***Група довірених осіб кандидата***

Головні функції:

- головною діяльністю є домовленості про зустрічі з виборцями на підприємствах та в інших місцях з використанням свого авторитету та зв'язків (в термін 1,5 місяців не менш 150 зустрічей за участю від 50 до 100 виборців);

- друга частина роботи – це публічні виступи від імені кандидата з роз'ясненням його передвиборчої платформи і особистої гідності;

- організація зустрічей кандидата і довірених осіб з виборцями;

- ведення плану-графіку поїздок кандидата і розклад його участі в різноманітних заходах, зустрічах з журналістами тощо.

Конкретний розподіл функцій у групі залежить від ситуації, що складається.

## ***2. Підстави, союзники, конкуренти.***

Підстави – підставні кандидати, які висуваються, аби збільшити шанси на перемогу основного кандидата. Підстави як правило не мають своїх цілей в кампанії, повністю ууправляються і фінансуються із штабу основного кандидата. Їх висування оформляється як спец проект кампанії основного кандидата. Підставні кандидати підпадають під назву технічний кандидат. Є такі типи кандидатів-підстав: однопольник (двійник), критик, важіль, спаррінг, дублер.

Підставні кандидати (підстави) висуваються, щоб збільшити шанси на перемогу свого наймача, якого ми далі будемо називати основним кандидатом. Підстави, як правило, не мають своїх цілей в кампанії. Їхні дії під час виборів не самостійні, вони повністю управляються штабом (точніше, філією штабу) основного кандидата і фінансуються з коштів основного кандидата. Зазвичай висунення підстави та ведення його кампанії оформляється як спецпроект кампанії основного кандидата. Від підстави слід відрізнити кандидата-союзника, що висувається самостійно і переслідує свої власні цілі, які, взагалі кажучи, можуть і не збігатися до кінця з цілями основного кандидата. Нерідкі випадки, коли союзник координує свої дії з основним кандидатом настільки ж щільно, як і підставі, і фінансується за рахунок основного кандидата. Однак при цьому треба весь час пам'ятати, що союзник, на відміну від класичної підстави, може вийти з покори і доставити основному кандидату масу неприємностей. Деякі кандидати свідомо висуваються, щоб у відповідний момент продасться одному з основних претендентів на перемогу, і ніщо не заважає таким «союзникам» змінити покупця по ходу кампанії, причому не один раз ... Не слід змішувати підстав і з кандидатами-двійниками (однофамільцями), які висуваються, щоб відтягнути частину голосів у «замовленого» кандидата: якщо в бюлетені два і більше кандидатів з однаковими прізвищами, частина виборців переплутає і проголосує не за «справжнього» кандидата, а за двійника. Чомусь саме цю примітивну технологію журналісти особливо люблять наводити як приклад

«політтехнологічної беспредела». Тим часом двійники, на відміну від підстав, не змінюють конфігурації кампанії, і їх висунення слід віднести швидше до тактичних, а не до стратегічних прийомам. Далі, на відміну від складної, різноманітної і досить тонкої технології підстав, двійники розраховані лише на найпримітивніший обман виборців. З чого, звичайно, не випливає, що двійники нешкідливі і що на них можна не звертати уваги. У деяких своїх варіантах це дуже неприємна технологія, якої необхідно протидіяти. Однак, як ми вже говорили, і саму технологію двійників, і протидія їй ми схильні віднести не до стратегії, а до тактики; причому до тієї частини тактики, яка розглядає відверто брудні виборчі технології.

Отже, є такі типи підстав: 1. «Однопольник» (електоральний двійник) – кандидат, що має позитивний образ (або елементи образу) близький до образу найбільш небезпечного конкурента основного кандидата. Висувається, щоб розтягнути базовий електорат згаданого конкурента. «Однопольник» – один з найбільш часто використовуваних типів підстав і, мабуть, найбільш небезпечний. На відміну від двійника-однофамільця, електоральний двійник може відібрати не 1-2% голосів виборців, які переплутали рядки виборчого бюлетеня, а значну частину базового, тобто найбільш важливого електорату «замовленого» кандидата. Іноді проти особливо небезпечного конкурента практикується висунення не одного, а відразу декількох однопольників. У цьому випадку бідолаха може взагалі залишитися без базового електорату. Відзначимо, що, незважаючи на простоту ідеї, технологія однопольників далеко не так проста в реалізації, як це здається на перший погляд. По-перше, ведення однопольника вимагає повноцінної виборчої кампанії – інакше як він зможе відібрати частину базового електорату у «замовленого» кандидата? Але повноцінна кампанія обходиться дорого, особливо коли доводиться просувати відразу декількох однопольників. Спроби ж заощадити і вести кампанію однопольника абияк можуть дорого обійтися основному кандидату. По-друге, перед тим, як висунути однопольника, треба правильно визначити «поле», на якому гратиме основний конкурент. Для тих, хто керується малоадекватними моделями ця задача може виявитися непосильною. З урахуванням різних типів «полів», можна вказати декілька найбільш поширених категорій однопольників. 1). Однопольники-«протестанти», націлені на завоювання протестного електорату. 2). Однопольники-«земляки». Виставляються проти кандидатів, що мають особливо сильні позиції в тій чи іншій частині округу. Як правило, мова йде про малу батьківщину «замовленого» кандидата. У цьому випадку проти нього можуть виставити цілий букет «земляків» у різних електоральних номінаціях: «пенсіонер», «молодий підприємець», «лікар» і т.д. «Земляки» особливо небезпечні, якщо «замовлений» кандидат вирішив побудувати свою кампанію на

відпрацюванні образу «свого». У цьому випадку однопольники-земляки можуть повністю розтягнути його електорат. Однак «свій» - це не образ, а розширення; як ядро образу «свій» працює слабо (точніше, працює тільки тоді, коли і конкуренти пред'являють виборцям настільки ж слабкі образи). Тому, якщо «замовлений» кандидат діє правильно, тобто формує свій образ відповідно до стандартних типажів, а «свій» використовує тільки як розширення, то ніякі «земляки» не зможуть відняти його базовий електорат. Правда, в цьому випадку «земляки» серйозно ускладнять розширення електорату «замовленого» кандидата, але це біда не настільки велика в порівнянні з втратою базового електорату. 3). Однопольники по біографії. Проти лікаря виставляють лікаря; проти підприємця - директора заводу; проти директора школи - заслуженого вчителя і т.д., з очевидною метою – створити двійника «замовленого» кандидата по позитивному образу і відібрати у нього частину базового електорату. Однопольник по біографії - це майже смертельно, коли «замовлений» кандидат будує всю кампанію виключно на відпрацювання свого професійного статусу. Проте позитивний образ – це не тільки професія. Це професія + біографія (в т.ч. яскраві вчинки) + особисті якості кандидата. Якщо «замовлений» кандидат формує образ в повному обсязі, то важко буде знайти під нього повного електорального двійника, що збігається за все трьом перерахованим вище параметрам. Виставляти ж двійника свідомо більш слабкого - небезпечно: ми вже говорили, що може трапитися, якщо «замовлений» кандидат розгромить «підставу» в ході кампанії.

2. «Критик» – кандидат, що висувається спеціально для реалізації критичної атаки на конкурента (конкурентів) основного кандидата. «Критик» висувається, коли з тих чи інших причин основний кандидат не може виступати з критикою від свого імені, але в той же час стратегія кампанії вимагає жорсткої критики конкурентів. У таких випадках критичну атаку можна проводити від імені зовні не пов'язаних з кандидатом політиків, громадських діячів, політологів і т.д. Однак найбільш зручною і ефективною формою є висунення підстави-критика. Такий критик вписаний в сюжет кампанії, є ньюсмейкером; його дії проти «суперників» сприймаються виборцями природно і не викликають питань. Висування «критика» практично обов'язково, якщо основний кандидат виступає в образі «чудотворця» або «переможця». У цьому випадку захоплення критикою конкурентів з його боку буде «знижувати» образ. «Сильна особистість» також повинна акуратно дозувати критику від свого імені (слон на мосьок не гавкає), і кандидату, який працює в даному образі, часто буває корисно застрахуватися і висунути підставу-критика.

3. «Важіль» – Підстава, висунута спеціально для завоювання голосів того чи іншого сегмента електорату з подальшою передачею цих голосів основному кандидату.

4. «Спаринг». Ця підстава повинна грати роль «головного ворога» основного кандидата. Кампанія зводиться до демонстративної боротьбі підстави і спаринга, в результаті чого всі інші конкуренти видавлюються з сюжету кампанії. Природно, в кінці спаринг повинен програти своєму наймачеві. Спаринг – досить екзотичний вид підстав. Не тому, звичайно, що занадто хитромудрий – просто рідко зустрічаються ситуації, коли можна виставити в окрузі відразу двох потужних кандидатів, «боротьба» між якими затьмарить дії інших конкурентів. Іноді доводиться спостерігати, як основний кандидат і спаринг в поті чола намагаються привернути увагу виборців до свого титанічній поєдинку – і без жодного результату. Як правило, успішні спаринги висуваються домінуючими кандидатами, які побоюються протестних кампаній.

5. «Дублер». Висувається на той випадок, якщо основного кандидата знімуть з дистанції. Дублер буває дуже корисною підставою, якщо основний кандидат веде протестну кампанію. У ході агітаційної кампанії дублер виступає як союзник основного кандидата, а напередодні голосування знімає на його користь свою кандидатуру. Іноді виставляється не один, а кілька дублерів. Практика показує, що наявність дублерів дещо охолоджує ентузіазм влади з приводу зняття кандидатів з виборів. Адже відразу після усунення «ворога» влади доводиться зіткнутися з його дублером і звинуваченнями в адміністративному свавіллі. Тим більше, що негативні кампанії – це якраз той випадок, коли голоси можуть передаватися від одного кандидата до іншого з мінімальними втратами

6. Технічні підстави. Висуваються для вирішення тих чи інших технічних проблем кампанії основного кандидата. Зазвичай технічні підстави взагалі не ведуть ніякої кампанії. «Страховка». Висувається домінуючим кандидатом, щоб застрахуватися від одночасного зняття всіх його суперників з виборів (після чого, відповідно до закону, вибори скасовуються). Завдання «страховки» – мовчазно бути присутнім у виборчому бюлетені для гарантії альтернативності виборів незалежно від того, що будуть робити реальні суперники основного кандидата. «Ресурс-підстава». Висувається, щоб обійти обмеження на розмір виборчого фонду основного кандидата.

Конкуренти – це суперники кандидата. Щодо них можна застосовувати технологію компроматів. Кандидати-союзники висуваються самостійно, переслідують свої цілі, які можуть й не збігатися до кінця з цілями основного кандидата. Нерідко союзник координує свої дії з основним кандидатом так тісно, як і підстава та фінансується за рахунок основного кандидата. Однак союзник

може і будь-який час вийти з-під підпорядкування основного кандидата. Також він може продатися іншому кандидатові – претендентові на перемогу.

### ***3. Добровольці та агітатори.***

Добровольці – це люди, які як правило беруть участь у виборах з ідейних переконань або керуються симпатією до самого кандидата (його програми), або прагненням розв'язати низку соціальних питань. Вони не отримують за свою працю матеріальної винагороди. Проте досить часто мають відкладений у часі на «після перемоги» конкретний особистий інтерес або прохання до кандидата.

Керівник добровольців – особа, яка у структурі виборчого штабу відповідає за роботу з добровольцями. Вона повинна мати хист залучати добровольців до участі у виборчій кампанії. Легко давати завдання й вимагати його виконання в людини, яка не отримує платні. Він повинен організовувати роботу добровольців з прийому і розсилки пошти, адресної розсилки, телефонного опитування, керувати діяльністю добровольців безпосередньо на виборчих дільницях. Керівник добровольців має списки всіх добровольців, їх адреси, підтримує з ними добрі стосунки, визначає їм завдання та розповсюджує через них рекламні матеріали. Керівник добровольців входить до складу кухонного кабінету й підпорядковується керівнику виборчої кампанії.

Агітатори – члени агітаційної команди кандидата чи політичної партії. На відміну від добровольців за свою роботу отримують певну платню. Забезпечення роботи агітаторів починається з створення паспорту виборчого округу. При підборі агітаторів необхідно звернути увагу на психологічні характеристики та зовнішній вигляд людини, що претендує працювати агітатором. Агітаторами не можуть бути люди, які: не є громадянами України, мають важкі хронічні захворювання, візуально відштовхуючі фізичні вади, психічно неврівноважені, перебувають на обліку міліції чи мають судимість, знаходяться на службі в міліції чи в охоронних структурах, схильні до наркоманії та алкоголізму, зухвалої та образливої, агресивної поведінки. Агітатор повинен володіти вичерпними знаннями про найвагоміші проблеми в житті будинків на його дільниці, бути дисциплінованим, відкритим у спілкуванні, творчо-винахідливим, доброзичливим, добре орієнтуватись на території проведення агітації, мати гарну пам'ять та швидке мислення, бути охайним, культурно вихованим та загально інформованим, знати кількість прихильників кандидата, а найбільш активних з них, в обличчя і по імені, знати як звати дільничого міліціонера – в міру можливостей попереджати провокаційні дії конкурентів, повідомляти бригадира чи менеджера про спроби підкупу чи інші форми залучення до співпраці з конкурентами. При проведенні агітаційної роботи треба звернути на наступні вимоги: безпосередню агітацію (спілкування з людиною

або кількома) проводять декілька агітаторів (2-3), бажано різної статі чи віку; агітатор обов'язково повинен мати привабливу зовнішність та повинен просто викликати довіру, агітатор повинен мати документ, що посвідчує особу, агітація повинна проходити у формі ненав'язливої бесіди, успіх якої повністю залежить від особистої симпатії агітатора і враження справленого на агітовану особу, бесіда повинна будуватись в залежності від особи загітованого (характер, вік, стать, соціальне становище), якщо розмова відбувається з членами однієї родини, необхідно з більшою увагою звертатись до неформального лідера сім'ї, наприкінці бесіди потрібно м'яко підвести агітованого до логічного завершення, намагаючись отримати певний емоційний результат, завжди слід пам'ятати, що головне обговорення виборцями вражень від роботи агітатора почнеться після закінчення візиту, треба бути готовим до сутички з агітаторами від інших кандидатів, однак ні в якому разі не варто вдаватись до лайки, тим більше до бійки.

Серед агітаторів виділяються пікетники, розклеювальники, лектори, слухачі, агенти (інформатори). Залежно від ролі в кампанії агітатори поділяються на основних (постійних) і локальних (одноразових), а залежно від форм організації їх праці – на дільничних (із закріпленою територією) і маршрутних (без закріпленої території).

Агітаційна команда – структурний підрозділ виборчого штабу, що обслуговує виборчі дільниці округу, з метою забезпечення прямої роботи з виборцями та проведення агітаційної роботи кандидата чи партії. Агітаційна команда складається з агітаторів, які допомагають відслідковувати ситуацію в окрузі, безпосередньо займаються агітацією, виконують поставлені перед ними інші завдання (наприклад, проводять соціологічні опитування). Від добровольців вони відрізняються тим, що свою діяльність ведуть за певну платню. У сучасних умовах, коли рівень безробіття значний, знайти таких людей неважко. Водночас набір випадкових людей містить в собі ряд загроз. По-перше до агітаційної команди в такий спосіб можуть проникнути представники конкурентів. По-друге, їх діяльність відзначається низькою виконавчою дисципліною. Тому, поряд з добровольцями, найкращими агітаторами є структуровані та організовані одиниці, як-то: первинні осередки політичних партій, громадські організації, релігійні общини. Прекрасний результат дає залучення працівників пошти (на чолі з поштовим керівником середнього рівня), медиків, вчителів. А от спроби створити агітаційні команди з підлеглих майже завжди призводять до зворотного ефекту, виборці розцінюють це як грубий адміністративний тиск і здебільшого негативно ставляться до того, що до них в якості агітатора завітали місцеві чиновники, службовці, тим паче міліціонери, чи працівники податкової адміністрації. Агіткоманди формуються таким чином, щоб охопити агітаційною



роботою всі виборчі дільниці, максимально більшу кількість виборців. Діяльність агітбригади очолює бригадир, а координує керівник агітбригад. Крім суто агітаційної роботи, агіткоманда займається: встановленням неформальних стосунків з окремими виборцями, відслідкуванням ситуації на дільницях та в окрузі, збором інформації про діяльність команд конкурентів, створенням мережі (виявлення, налагодження стосунків та стимулювання діяльності) прихильників кандидата, веденням роз'яснювальної роботи, проведенням поточних та експресних соціологічних досліджень.

Є декілька правил організації команди агітаторів: налаштування агітаторів на кандидата; налаштування агітаторів на командну гру; навчання агітаторів; організація належного рівня оплати агітаторів, їх заохочення; організація контролю роботи агітаторів.

#### Література.

- Афанасьєва М. В. Конституційно-правове забезпечення виборчих технологій в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юридичних наук : спец. 12.00.02 «Конституційне право» / Мар'яна Володимирівна Афанасьєва. – Одеса : [б. в.], 2004. – 20 с. <http://lawbook.org.ua/biblioteka/-avtoreferaty/ukraina/svobodnyj-dostup/12-00-02-konstitutsijne-pravo-munitsipalne-pravo/747-afanaseva-mar-yana-volodimirivna-konstitutsijno-pravove-zabezpeche-nnya-viborchikh-tehnologij-v-ukrajini>.
- Багмет М. О. Виборчий маркетинг як основна складова частина політичного маркетингу / М. О. Багмет, В. В. Темерівський // Гілея : науковий вісник. Збірник наукових праць. – К. : ВІР УАН, 2010. – Вип. 38. – С. 469–475.
- Буркут І. Г. Виборчі технології: регіональний досвід / І. Г. Буркут, О. В. Колесников. – Чернівці : Букрек, 2009. – 240 с.
- Бучин М. А. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні : монографія / М. А. Бучин. – Львів : ЛІСВ, 2009. – 231 с.
- Гришин Н. В. Основы проведения избирательных кампаний / Н. Гришин. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 184 с.
- Джабасов А. А. Политические технологии избирательных кампаний: проблема категориального осмысления / А. А. Джабасов // Вестник Московского университета. Сер. 12. Политические науки. – 2000. – № 2. – С. 56–62.
- Душин И. Выборы: технологии избирательных технологий / И. Душин, А. Сысун, Б. Ложкин. – Х. : РА, 1998. – 160 с.
- Колесников О. Еволюція виборчих технологій у контексті демократичного процесу в Україні / О. Колесников // Вісник Центральної виборчої комісії. – 2011. – № 2. – С. 56–64.
- Кочубей Л. О. Виборчі технології : навч. посіб. / Л. О. Кочубей. – К. : Український центр політичного менеджменту, 2008. – 332 с.
- Кочубей Л. Інтернет-технології, вибори і процес утвердження громадянського суспільства в Україні: проблеми і перспективи / Л. О. Кочубей // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України [Текст] /редкол.: Ю.А.Левенець (голова) та ін. – К., 2007. – Вип. 36. : Курасівські читання - 2007: Влада і суспільство в сучасній Україні: механізми взаємодії. – С.246-255.
- Кочубей Л. Категоріальне осмислення виборчих процесів / Л. Кочубей // Політичний менеджмент. – 2004. – № 4. – С. 57–68.
- Куц Г. Україна в лабіринтах виборчих перегонів: проблема електорального розколу / Г. Куц // Віче. – 2007. – № 11. – С. 14-16.

- Куценко Є. «Виборчі технології» як наукова категорія: сутність і класифікація / Є. Куценко // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України [Текст]. – К., 2013. – Вип. 1 : січень-лютий. – С. 387-403.
- Куценко Є. Ефективність застосування виборчих технологій на парламентських виборах 2007 р. в Україні / Є. Куценко // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім.І.Ф.Кураса НАН України [Текст]. – К., 2012. – Вип.1(57) : (січень-лютий). – С. 297-310.
- Куценко Є. В. Українська політична думка про дослідження виборчих технологій / Є. В. Куценко // Гілея : науковий вісник. Зб. наук. праць. – К. : ВІР УАН, 2013.– Вип. 3. – С. 790–794.
- Лопушинський І. Мова як об'єкт політичної боротьби в ході виборчих перегонів 2006 року / І. Лопушинський // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2007. – № 1. – С.160-169.
- Мадрига Т. Специфіка теоретико-методологічних підходів до дослідження виборчої кампанії / Т. Мадрига // Вісник Прикарпатського університету. Політологія. – Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника, 2011. – Вип. 4–5. – С. 47–53.
- Малкин Е. Основы избирательных технологий и партийного строительства / Е. Малкин, Е. Сучков. – К. : Издательство «Основні цінності», 2005. – 528 с.
- Малкин Е. Политические технологии. 2-е (7-е) стер. изд. / Е. Малкин, Е. Сучков – М. : «Русская панорама», 2008. – 680 с.
- Моқан В. Виборчі технології як різновид соціально-політичних технологій / В. Моқан // Вісник Київського національного університету. Політологія. – К., 2008. – Вип. 89. – С. 119–121.
- Моқан В. Проблема ефективності виборчих технологій [Електронний ресурс] / В. Моқан. – Режим доступу : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26692/17-Mokhan.pdf?sequence=1>.
- Моторнюк Т. М. Виборчі технології: концептуальні інтерпретації/ Тетяна Моторнюк // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / Гол. ред. В.М. Вашкевич. – К.: ВІР УАН, 2010. – Випуск 32. – 342 с. – С. 292-299.
- Моторнюк Т. М. Американізація політтехнологій в електоральних кампаніях України/ Т. М. Моторнюк // Вісник Національної юридичної академії імені Ярослава Мудрого. Серія: філософія, філософія права, політологія, соціологія. – 2010. – № 5. – С.123-129.
- Нальотов А. Виборчі технології як чинник впливу на електоральну культуру й поведінку та їхня роль у трансформації політичних систем / А. Нальотов // Віче. – 2007. – № 16. – С.21–24.
- Політична абетка : матеріали для практичного використання. [Текст] / за наук. ред. док.наук держ. упр. О. В. Радченка; Редактор-упорядник А. В. Карташов, [авт.-упоряд. А. Ю. Геращенко, М. Д. Городок, А. В. Карташов, К. В. Плоский, О. В. Радченко, В. С. Радчук, О. Г. Солонтай, О. М. Спунтай, В. М. Стах, О.Л. Храбан]; Вид. 8-е, доп. і перероб. – Х. : Вид-во «ДокНаукДержУпр», 2010. – 328 с.
- Полторац В. Избирательные кампании: научный подход к организации / В. Полторац, О. Петров. – К. : Знання України, 2004. – 120 с.
- Розумний М. Виборчі технології: інструмент управління чи маніпуляцій? / М. Розумний // Трибуна. – 2008. – № 5-6. – С.33.
- Хімченко О. Г. Політичні партії і виборчий процес в умовах розбудови демократичного суспільства : навч. посіб. / О. Г. Хімченко. – К. : Видавничий дім «Професіонал», 2006. – 208 с.
- Шведа Ю. Р. Партії та вибори : енциклопедичний словник / Ю. Р. Шведа. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – 750 с.
- Шведа Ю. Політичні партії у виборах: теорія та практика виборчої кампанії : навч.-метод. посіб. / Ю. Шведа. – К. : Знання, 2012. – 373 с.
- Шелестов О. Теоретичні засади дослідження виборчих технологій в електоральному процесі України та проблеми їх ефективності / О. М. Шелестов // Держава і право [Текст] : збірник наукових праць.Юридичні і політичні науки. – К., 2010. – Вип.50. – С. 748 – 754

- Юрченко Є. Стратегія електорального циклу у виборчих технологіях / Є. Юрченко // Держава і право [Текст]: збірник наукових праць. – К., 2008. – Випуск 39. – С. 733–736.
- Юрченко Є. Американізація виборчих кампаній / Є. Юрченко // Політологічний вісник. – 2008. – № 34. – С. 255–263.
- Юрченко Є. Теоретико-методологічні підходи до аналізу поняття виборчих технологій / Є. Юрченко // Держава і право. Зб. наук. праць. – К.: Інститут держави і права ім. В. М. Корещького НАН України, 2007. – Вип. 37. – С. 724–733.

## **Тема 9. Поняття, форми та засоби передвиборчої агітації.**

*1. Основи агітації та пропаганди у виборчих кампаніях.*

*2. Особливості формування іміджу у виборчих кампаніях.*

### **Зміст лекції**

#### ***1. Основи агітації та пропаганди у виборчих кампаніях.***

Політична агітація є одним із найбільш важливих елементів у виборчій кампанії будь-якого рівня. В ідеалі агітація є навіть центральним моментом усього виборчого процесу, оскільки саме завдяки їй громадяни дізнаються про чесноти кандидатів, про їхні дії, наміри, здобутки тощо, формують судження про кандидата і виявляють відповідне рішення щодо делегування своїх повноважень. Однак на практиці агітація дуже часто використовує відверто маніпулятивні технології або навіть поступається впливу адміністративного ресурсу чи банального підкупу. Поширюється така практика і в Україні. Наприклад, під час парламентських виборів 2002 року у виборчому окрузі № 201, згідно з даними спостерігачів, опублікованими Інститутом політики, кандидат у народні депутати Нестор Шуфрич майже не проводив передвиборної агітації, натомість через систему мережевого маркетингу заплатив десяткам тисяч своїх «агітаторів» фактично за їхні голоси. Подібних ситуацій достатньо, аби пересвідчитися, що нехтування демократичними принципами агітації часто призводить до викривлення політичної волі виборців. Саме тому особливу увагу слід приділити законодавчим нормам агітаційної діяльності, а також їх дотриманню під час виборчих кампаній.

**Розуміння передвиборної агітації.** У виборчому законодавстві України та країн Центральної та Східної Європи термін «передвиборна агітація» ніде не розкривається, оскільки він виходить за межі будь-яких юридичних обмежень (хоча б тому, що поява нових технічних можливостей може сильно вплинути на усталену практику — як це сталося у випадку з Інтернетом). Однак у політології все ж удаються до конкретного, але досить широкого розуміння цієї діяльності.

Так, Сергій Рябов у своєму словнику дає таке визначення «передвиборної агітації» (від латинського *agitatio* — приведення в рух, спонукання): це один із найважливіших засобів політичного впливу на маси, інструмент боротьби за політичний авторитет, владу, сукупність методів схиляння населення на бік кандидата, який полягає в поширенні шляхом особистих зустрічей та бесід, доповідей, виступів на мітингах, зборах, через ЗМІ тощо ідей та настанов, що мають спонукати маси до активних політичних дій, впливати на їхню свідомість та настрої. Водночас у європейській та російській практиці агітацію розглядають як більш складне й концептуальне явище.

Зокрема, можна виділити три концепції передвиборної агітації:

1. Агітація як політичний маркетинг має пропонувати вирішення найважливіших проблем округу, а імідж кандидата має відповідати бажанням електорату.

2. Агітація як ведення інформаційної війни — це застосування інформації для перемоги над суперником. Сюди можна віднести так званий «чорний піар», антирекламу, фальшиві листи тощо.

3. Агітація як передвиборна дипломатія має на меті домовитися з усіма більш-менш важливими суб'єктами виборів (політиками, керівниками підприємств, суперниками, громадянами), створити відповідний політичний дискурс між усіма зацікавленими особами.

Оскільки на практиці передвиборна агітація включає в себе всі три напрями, то й варто розглядати її як сукупність маркетингових стратегій, інформаційної війни та дипломатії. При цьому чим слабшими є в країні традиції проведення демократичних виборів, тим сильнішим є ухил у напрям інформаційної війни та маніпулятивного застосування політичного маркетингу. Натомість дипломатичний аспект агітації, а також її інформативна сутність залишаються почасти законодавчим та етичним ідеалом.

В Україні в законодавстві та на практиці ведення передвиборної агітації цілком відповідає вказаним тенденціям. Так, попри динамізм українського виборчого законодавства (протягом десяти років незалежності змінилося декілька законів про вибори усіх рівнів), юридичне розуміння агітаційної діяльності залишалося досить сталим і сьогодні фактично відповідає міжнародним нормам (з тими чи іншими відхиленнями). А от її реалізація в житті вже не раз викликала нарікання як іноземних, так і українських спостерігачів.

**Юридичний статус передвиборної агітації в Україні.** Розглянемо юридичні норми проведення передвиборної агітації в Україні на прикладі Закону України «Про вибори народних депутатів України» в редакції 17 січня 2002 року (тим більше, що саме в цьому напрямі будуть надалі розвиватися норми законодавства про президентські та місцеві вибори). Як ми вже зазначили, у законі відсутнє визначення, що є агітацією.

Замість дефініції запропоновано приклади того, чим є агітація — це публічні дебати, дискусії, виступи, «круглі столи», прес-конференції, інтерв'ю, виступи, політична реклама, теленариси, відеофільми, інші публікації та повідомлення про партію (блок), кандидата в депутати та інші форми, що не суперечать законодавству (стаття 53.2 Закону). Узагалі передвиборна агітація може вестися в будь-яких формах та будь-якими засобами, що не суперечать Конституції та законам України (ст. 51.1). Крім того, також зазначено, що не є передвиборною агітацією. Це офіційні повідомлення в період виборчого процесу (без коментарів, ілюстрацій тощо, які можуть мати агітаційний характер) про дії

кандидатів у депутати, пов'язані з виконанням ними службових обов'язків (ст. 51.2). Тобто новини в засобах масової інформації агітацією не вважаються, хоча нижче буде йти мова про те, як в українській практиці (особливо президентських виборів) надуживається цей пункт закону.

Види агітації можна класифікувати й поза межами законодавства. Так, російські дослідники Є. Малкін та Є. Сучков у рамках агітаційно-рекламного напряму виборчої кампанії пропонують такий «політтехнологічний» розподіл: формування та підтримка іміджу кандидата, розробка фірмового стилю кампанії та основних агітаційних матеріалів (програми, угоди з виборцями), оперативну розробку заяв, звернень і виступів кандидата з актуальних питань, розробку і розміщення прямої політичної реклами в ЗМІ, підготовка і реалізація PR-заходів (прес-конференції, «круглі столи»), розробка і випуск зовнішньої реклами й агітаційних матеріалів (буклетів, календариків), організація роботи прес-служби (прес-релізи, інформаційні приводи). Утім, подібних класифікацій може бути безліч, залежно від масштабів, умов кампанії, підходів її менеджерів.

Щодо принципів агітації, то вони є спільними як для міжнародного права, так і для законодавства окремих країн. В Україні, як і в багатьох демократичних державах, закріплено такі декларативні норми, як свобода агітації, створення рівних юридичних можливостей усіх кандидатів на виборах, неупереджене ставлення з боку державних органів, посадових осіб до всіх кандидатів, контроль за використанням фінансово-матеріальних засобів, доступність засобів масової інформації, чесність і справедливість ведення агітаційної діяльності, державна підтримка кандидатів, партій (блоків) у їхній передвиборній агітації та ін. Усі ці норми тією чи іншою мірою стосуються закріпленого Конституцією права на свободу слова, думки та вільного доступу до інформації. Що ж до міжнародного права, то, наприклад, у Конвенції про стандарти демократичних виборів, виборчих прав і свобод у державах-учасниках СНД, яку підписав голова ЦВК М. Рябець, але не ратифікувала Верховна Рада України, вказано спільні моменти щодо принципів проведення агітаційної діяльності, і саме вони можуть слугувати орієнтиром і в українському законодавстві.

Так, завданням держави є забезпечення громадянам, кандидатам, політичним партіям, іншим громадським об'єднанням свободи проведення в будь-яких законних формах і методах агітаційної діяльності в умовах плюралізму думок і відсутності цензури; усім кандидатам законом має бути забезпечено рівні умови доступу до ЗМІ; при проведенні агітації мають бути певні обмеження свободи слова (наприклад, у випадках закликів до війни, терористичних дій тощо); ніхто не має використовувати ЗМІ однієї держави для агітації під час виборів у іншій державі (ст. 13 Конвенції). Таким чином, досить закономірно, що і в національних виборчих законодавчих актах частково

обмежуються природні права і свободи, а практика, крім того, свідчить про їх численні порушення в процесі виборів — особливо представниками державних органів.

Загалом у Законі України «Про вибори народних депутатів України», окрім статей, що затверджують відкритість виборчих процесів та загальний доступ кандидатів до засобів масової інформації (наприклад, ст.12), передвиборній агітації присвячено цілий — восьмий — розділ. Подібна практика є досить нетрадиційною для виборчих законодавств Центральної та Східної Європи, оскільки агітацію у своєму законі про парламентські вибори виділила в окремий розділ тільки Литва (є такий розділ і в російському федеральному законі про основні виборчі права громадян РФ).

Здебільшого ж агітацію вважають невід’ємним елементом власне виборчої кампанії (Молдова, Польща, Словаччина) і поєднують з нормами щодо засобів масової комунікації (як це є в законодавстві Албанії). Водночас, наприклад, у законі про парламентські вибори Естонії термін «агітація» взагалі не використовується, а в Латвії, навпаки, їй присвячено окремий нормативний акт — закон про передвиборну агітацію перед виборами до Сейму (останні зміни було внесено 20 червня 2002 року). Міжнародне право схильне до розгляду агітації як однієї з форм діяльності від моменту реєстрації кандидатів до дня голосування. Як приклад можна навести Конвенцію про стандарти демократичних виборів, виборчих прав і свобод в державах-учасниках СНД, у якій агітацію розглядають тільки в рамках дотримання справедливих виборів (ст. 10), а також державної інформаційної підтримки виборів та агітаційної діяльності (ст. 13).

**Обмеження передвиборної агітації.** Важливим пунктом законодавства для розуміння суті передвиборної агітації є визначення її суб’єктів та об’єктів — опосередковано, через їх обмеження. Так, в Україні додатковими обмеженнями (крім вищезазначеної відповідності законодавству) на агітацію є такі пункти: не можуть агітувати особи, які не є громадянами України, органи державної влади та місцевого самоврядування, їх посадові та службові особи, члени виборчих комісій під час виконання своїх обов’язків (ст. 56.1), а також державні та комунальні ЗМІ, їх посадові та службові особи і творчі працівники поза межами укладених з кандидатами, партіями (блоками) угод (ст. 56.4). Обмежується право на агітацію й у військових частинах та установах кримінально-виконавчої системи. Не можна розміщувати агітацію і в зарубіжних ЗМІ, які діють на території України. Протягом останніх 15 днів заборонено поширювати в ЗМІ інформацію про результати опитувань громадської думки щодо кандидатів (ст. 56.14). До речі, в Албанії цей строк становить 5 днів, у Польщі це взагалі заборонено протягом виборчого процесу (причому штраф за порушення цієї

норми — до мільйона злотих, що становить понад 250 тисяч доларів). Подібні обмеження тією чи іншою мірою діють у різних країнах, і до них досі немає однозначного ставлення. Так, досить складною є ситуація з агітацією посадових осіб, оскільки іноді дуже складно розрізнити, коли вони виступають як посадові особи, а коли — від власного імені (наприклад, як кандидати в народні депутати). Крім того, в Україні досить невизначеною є ситуація з терміном «посадові особи», у зв'язку з чим Дніпропетровський апеляційний суд літом 2002 року визначив, що народні депутати є посадовими особами, а отже, не можуть вести передвиборної агітації. Крім того, попри свободу агітації, зазначені обмеження не дають засобам масової інформації поширювати власні редакційні матеріали агітаційного спрямування. Також за свідченнями багатьох соціологів, недостатньо чітко в українському законодавстві виписана досить демократична норма про непоширення соціологічних опитувань у ЗМІ, через що є багато можливостей для її обходу (наприклад, публікація опитування експертної думки тощо), немає в законі про парламентські вибори й покарання за порушення цієї норми. Відсутні в українському законодавстві і достатні процедурні норми для дотримання всіх обмежень передвиборної агітації. До того ж останні вибори засвідчили, що також немає головного — політичної волі посадовців, відповідальних за контроль над виборами. Саме це спричинило масову агітацію на президентських виборах 1999 року і парламентських виборах 2002 року іноземних громадян (В. Чорномірдин), посадових осіб (В. Пустовойтенко, Л. Кучма, голови облдержадміністрацій та ін.), участь ЗМІ в агітаційній кампанії (телеканали «Інтер» УТ-1). Відповідно порушення саме цієї частини законодавства залишаються одними з найбільш поширених в українській практиці, і частину з них відносять до так званого «адміністративного ресурсу». Однак повернемося до норм проведення передвиборної агітації.

**Строки проведення передвиборної агітації.** Сам по собі процес передвиборної агітації визначено в законодавстві шостою стадією виборчої кампанії. Виборче законодавство України, як і аналогічне законодавство інших країн, незалежно від виду виборів, завершення цієї стадії пов'язує з передоднем виборів (в Ізраїлі — за два дні до дня голосування). В українському законодавстві це конкретизовано так: «закінчитися передвиборна агітація має о 24 годині останньої п'ятниці перед днем виборів, і поза цими строками будь-яку агітацію заборонено» (ст. 50.2). Це є загальне демократичне правило, хоча в різних країнах існують певні розбіжності щодо інформаційних плакатів на виборчих дільницях. Так, у Польщі та Словаччині заборонені будь-які форми агітації на виборчих дільницях. У Литві так само заборонене розміщення програмних документів кандидатів на виборчих дільницях у день голосування. Крім того, немає однакості в різних державах і щодо початку стадії передвиборної



агітації. Так, в Україні передвиборна агітація на парламентських виборах має фіксовані строки — вона починається за 50 днів до дня голосування, а Центрвиборчком повідомляє в засобах масової агітації про початок агітації мінімум за 53 дні до голосування (ст. 50.1). Початком передвиборної агітації також може бути день оголошення дати голосування, як у Польщі та Румунії, опублікування списку кандидатів Головною виборчою комісією, як у Литві, і знову ж, конкретно визначений день до дати голосування (15 днів — Туреччина, 21 день — Ізраїль). Однозначно повсюди дозволено проводити агітацію до початку виборчої кампанії (в Україні — за 90 днів до дня голосування), оскільки юристи виходять з того принципу, що ніхто не може знати, кого зареєструють кандидатом. А от передвиборну агітацію в період виборчої кампанії поза встановленими строками для ведення передвиборної агітації в основному заборонено.

**Передвиборна агітація та ЗМІ.** Важливим аспектом передвиборної агітації є питання прав та обов'язків засобів масової комунікації. Якщо розглянути його в міжнародному аспекті, то стає очевидним, що немає однозначних норм у відносинах між державою, кандидатами та ЗМІ. Особливо складною є ситуація з електронними ЗМІ, зокрема з телебаченням, яке в усіх країнах знаходиться під найбільш прискіпливим контролем виконавчої влади. Узагалі, існує декілька концептуальних підходів до питання регулювання агітаційної інформації на телебаченні. Так, у Європі (Німеччині й Великобританії) висвітлення агітаційної кампанії є обов'язковим для каналів суспільного телебачення і комерційних каналів наземного мовлення. До того ж ефірний час для купівлі політичної реклами є суворо лімітованим, а у Великобританії платна телевізійна політична реклама заборонена взагалі. У США, де домінує комерційне телебачення, участь телеканалів у висвітленні виборів є добровільною, хоча й базується на принципі надання рівних можливостей для ефіру (відповідно до закону про зв'язок). Пояснюється це тим, що обов'язковість надання ефірного часу обмежує свободу ЗМІ.

У країнах СНД і Східної та Центральної Європи вдалися до змішаного підходу: державні телеканали обов'язково надають ефір для агітаційних матеріалів, а комерційні роблять це на власний розсуд, але «з дотриманням принципу рівності». Щоправда, закони про вибори, зокрема у Албанії, Боснії та Герцеговині забороняють публічному радію й телебаченню готувати та повідомляти платну політичну рекламу, у Румунії заборонено використовувати засоби комерційної реклами через ЗМІ для ведення передвиборної пропаганди; у Словаччині ж проведення передвиборної кампанії через приватні радіостанції та телеканали просто забороняється. Додатково у деяких країнах ЦСЄ, зокрема в Болгарії та Польщі, розподіляється також ефірний час на регіональних і

місцевих каналах та станціях. У кожному разі, «принцип рівності» є досить розмитим поняттям. У Західній Європі його сприймають не як арифметичну, але як пропорційну рівність, оскільки не можна допускати, щоб дрібні партії отримували стільки ж ефірного часу, що й великі. Вирішується це в індивідуальному порядку, на основі сталих традиційних уявлень, а також на основі результатів попередніх виборів. Так, наприклад, у Німеччині й Великобританії великі партії отримують по 5 виходів в ефір, а дрібні — по 1—3 виходи. В Україні та Росії безоплатний ефір надається на всезагальній основі, рівними частинами.

Отже, можна цілком прийняти умовну класифікацію щодо відносин між телебаченням, державними органами й учасниками виборів:

- 1) надання безоплатного ефіру на пропорційній основі з обмеженнями щодо купленої політичної реклами (як у Великобританії);
- 2) панування ринкових механізмів з відсутністю державного фінансування безоплатного ефіру (США);
- 3) змішаний підхід — квотування безоплатного ефіру і можливість його необмеженої купівлі (Німеччина, країни СНД, країни ЦСЄ).

Мають певні зобов'язання у зв'язку з виборчим процесом і засоби масової комунікації. Так, розцінки вартості за одиницю друкованої площі та одиницю ефірного часу встановлюються відповідними ЗМІ не пізніше як за 80 днів до дня голосування, а всі телерадіоорганізації зобов'язані не пізніше ніж за 70 днів до дня голосування опублікувати в друкованих ЗМІ розцінки вартості однієї хвилини (секунди) ефірного часу й надіслати ці розцінки до ЦВК та окружних виборчих комісій. При цьому ці розцінки не можуть перевищувати плату за комерційну рекламу і не повинні змінюватися впродовж усього виборчого процесу (ст. 53.6 та 54.1).

**Українська практика проведення передвиборної агітації.** Такими є юридичні норми проведення передвиборної агітації в Україні. Загалом, у своїх вихідних положеннях вони цілком відповідають принципам міжнародного права та права інших країн. Звичайно, існує низка законодавчих ганджів відносно цієї стадії виборчого процесу, але постійно триває пошук нових форм регулювання агітаційної діяльності. І якщо ми можемо говорити про певні стандарти агітації (вільний доступ до ЗМІ, свобода висловлювання і т.д.), то в деталях кожна країна має свій власний досвід і свої власні підходи. Про це свідчить і те, що сьогодні в Україні перманентно ідуть суперечки щодо пунктів виборчого законодавства, раніше повністю взятих з нормативних актів країн Західної Європи, США, які, здавалося б, є досконалыми. Бо проблема, насправді, не у виборчій системі, а в низці дрібних порушень, які й викривлюють політичну волю громадян. Тут доречно ще раз підкреслити, що агітація є одним із найважливіших елементів

виборчої кампанії, а для кандидатів, партій — часто найважливішим, особливо в демократичних умовах. До неї входить не тільки поширення друкованих листівок чи показ політичної реклами на телебаченні. Передвиборна агітація — надзвичайно широке поняття, яке включає й організаційні заходи (наприклад, кампанію «від дверей до дверей» чи «йдіть голосувати» (GOTV — go to vote), і роботу прес-служби, і створення інформаційних приводів, і роботу з волонтерами. Саме тому логічно, що кандидати часто намагаються «вижати» все можливе зі своєї агітаційної кампанії, тобто найбільш ефективно використати свої ресурси з мінімумом витрат. А слабка політична культура, особливості української політичної системи, відсутність традиційного розуміння юридичних норм (правовий нігілізм) та інші причини призводять до постійних зловживань і порушень законодавства, пошуку «дірок», у які можна пролізти. Завдання законодавства — створити ефективну протидію цим досить природним тенденціям. Можна згадати слова народного депутата М. Томенка про те, що вибори і закон про вибори — це те, що треба виконувати, а не тлумачити або обходити законодавчі норми. Відповідно, завдання законодавців і виконавчої влади — не тільки шліфувати закони про вибори, а й створити ефективний незалежний від інших органів влади апарат контролю за діючими нормами. Адже саме його відсутність є сьогодні головною проблемою українських виборів.

Про це свідчить і той факт, що, мабуть, немає жодного обмежувального пункту українських законів про вибори, який би не було свого часу порушено — часто без подальших відповідних санкцій. Не раз порушувався принцип рівних умов: ЗМІ, особливо в регіонах, концентрують увагу тільки на своїх інвесторах, кандидати мають різні умови щодо висвітлення їхньої діяльності в ЗМІ (зокрема, багато було написано про надужиття Леонідом Кучмою свого права на новини під час виборів 1999 року, причому часто засоби масової інформації надавали матеріалам агітаційного характеру), ЗМІ відмовляють деяким кандидатам у наданні ефіру (як показує досвід Блоку Юлії Тимошенко, СПУ на парламентських виборах 2002 року).

Порушується принцип обмеженості виборчих фондів, який, хоча й недосконалий в українському виконанні, має на меті вирівнювати можливості кандидатів, політичних партій (блоків). Можна констатувати й неоднозначне ставлення органів контролю до різних ЗМІ — залежно від політичних орієнтирів їхніх незаконних агітаційних матеріалів. Широко практикується прямий підкуп (на виборах до Київської міської ради виборцям платили до 100 гривень, за даними Комітету виборців України) і непрямий підкуп (у селах, малих містах — збіжжям, маслом, цукром), використання іноземних ЗМІ (абсолютно безкарно пройшли на парламентських виборах 2002 року публікації про «Команду озимого покоління» в американських газетах, зокрема «Insight Magazine»).

Також проводилася агітація за конкурентів у день голосування чи роздача на виборчих дільницях агітаційних матеріалів конкурентів. У результаті, нинішній виборчий процес в Україні почасти перетворився на пошук норм, які порушив конкурент, і донесення їх до контрольних органів чи виборців. Натомість у засобах масової комунікації цю проблему часто зводять до проблеми нечесних технологій, замовчуючи при цьому реальні порушення. Частково цю ситуацію можна пояснити недосконалістю законодавства. Так, в Україні відсутнє юридичне розуміння «політичної реклами», яка є важливим складником передвиборної агітації (а отже, не можна говорити і про «політичну антирекламу»). Існує декілька недосконалих законопроектів «Про політичну рекламу та політичну агітацію», які навряд чи буде ухвалено найближчим часом.

Свого часу визначення «політичної реклами» надавала ЦВК у своєму Положенні «Про порядок використання ЗМІ для проведення передвиборної агітації під час виборчої кампанії Президента України у 1999 році». Згідно з ним, політична реклама — це розповсюджувана суб'єктом проведення політичної агітації інформація про кандидата, оплачена за його рахунок з метою оформлення його політичного іміджу, створення позитивної громадської думки про нього та бажаного впливу на подальшу поведінку учасників виборчого процесу. Очевидно, що ще протягом кількох років саме ЦВК ідентифікуватиме цей термін, часто нехтуючи багатьма його аспектами.

Однак ситуацію з «чорними політтехнологіями», нейролінгвістичним програмуванням тощо також можна пояснити і простим нерозумінням суті цих явищ. Багато хто вважає, що їх необхідно заборонити на законодавчому рівні. Виборче законодавство деяких країн відображає подібні спроби: ст. 47 Закону про вибори депутатів у Молдові не дозволяє використання таких форм ведення кампанії, які «порушують громадський спокій чи є неетичними»; ст. 16 відповідного закону Чехії передбачає, що «проведення виборчої кампанії та передвиборної агітації має здійснюватися на засадах доброчесності та чесності». У більшості країн окремо обумовлюється можливість кандидатові чи партії (блоку) виступити в ЗМІ, що розмістило компрометуючий матеріал, зі вчасним спростуванням. Зберігається відповідальність за поширення явно неправдивої інформації, наклеп.

Утім, поняття «чорного PR» узагалі не належить до юридичної площини, оскільки найчастіше воно не є порушенням законів. Фахівці пропонують оперувати поняттями законних і незаконних технологій виборчої боротьби. Що ж до «нечесних технологій», то вони — свідчення обмеженої політичної культури суспільства, кандидатів, і кожен визначає своє ставлення до них в міру своїх етичних поглядів. Але якщо влада не повинна забороняти подібну діяльність, то завдання громадських організацій — займатися творенням

загальнокультурних виборчих стандартів у громадян, для того щоб методи «чорного PR» не були ефективними, і тим самим змінити акценти сучасних українських виборчих кампаній.

На підтримку такої тези можна викласти порівняльну табличку деяких «чесних» і «нечесних» технологій, з якої можна пересвідчитися, що вони є явищем одного порядку, а ставлення до них визначається моральними нормами, що панують у суспільстві. Крім того, вона стане ілюстрацією головних напрямів агітаційної кампанії, які домінують в українській та світовій практиці.

Отже, можна побачити, що існує прямий зв'язок між етично правильними і неправильними агітаційними технологіями. Відповідно, владним структурам треба боротися не з «чорним PR», а з тим, щоб жодні заходи — ні з правої, ні з лівої колонки — не виходили за межі законодавства. Натомість завдання суб'єктів громадянського суспільства — досягнути того, щоби передвиборна агітація, конкурентна за своєю природою, проходила на умовах чесної конкуренції.

Для того ж аби сприяти більш свідомому вибору громадян, для пояснення технологічних «фокусів», можна скористатися досить цікавим досвідом країн, які залишили за державою просвітницьку роль на виборах. Так, у Албанії, відповідно до ст. 133 Виборчого кодексу, ЦВК має кожного календарного року по 60 хвилин на громадському радіо і телебаченні для «освіти виборців». У Боснії-Герцеговині всі державні засоби теле- та радіомовлення зобов'язані безкоштовно транслювати інформацію ЦВК про «всі аспекти виборчого процесу». У Македонії ЗМІ, засновані парламентом, зобов'язані спільно з Державною ВК інформувати громадян про «спосіб та техніку голосування». Аби запобігти зловживанням цим механізмом в умовах України, не перетворити його на додатковий засіб державної агітації, варто передбачити, що матеріали мають містити лише роз'яснення виборчого законодавства та основ виборчих технологій, не містити відсилок до прикладів із числа реальних політичних сил. Готувати ці матеріали могли б громадські організації, що мають відповідний досвід і добиралися б ЦВК на засадах відкритого конкурсу.

### ***3. Особливості формування іміджу у виборчих кампаніях.***

Формування іміджу політичного лідера – елемент виборчої кампанії, який є надзвичайно важливим для політика, оскільки політичний імідж та процес його формування є речами, що мають довгостроковий термін впровадження.

Імідж - це образ людини, який включає в себе як природні властивості особисті, так і спеціально вироблені, створені. Саме імідж надає політику характеристики, які не завжди є його реальними, але обов'язково асоціюються з ним. В політиці імідж сприяє позитивному ставленню до тієї чи іншої політичної

фігури. Імідж виступає в ролі провідника між політиком і його аудиторією. Він слугує відображенням як інтересів аудиторії, так і політика намагаючись поєднати, сполучити ці інтереси. Саме імідж скорочує шлях до електорату, оскільки електорат отримує найбільш привабливі аспекти образу політика. Крім того, він повинен відповідати ряду вимог, для того щоб легко сприйматися виборцями. Імідж пропонує матеріал, на основі якого виборці роблять свої висновки.

Природа іміджу лежить в основі соціального стереотипу. Стереотип базується на певних “об’єктивних” закономірностях функціонування людської психіки. Технологічно створення іміджу, по суті справи, зводиться до створення масового стереотипу. Стереотип представляє собою “форму установки”, яка виникає в процесі соціальної взаємодії і яка відрізняється значною емоційною інтенсивністю і підвищеною стійкістю.

Імідж політика формується на підставі реально властивих певній особистості характеристик, але у відповідний спосіб “препарованих” спеціалістами. Саме вони дозволяють лідеру здійснити свої функції, в тому числі переконувати населення в правильності вибраного рішення. Іміджеві характеристики являються певним спрощенням ситуації, оскільки вони зводять складну систему в ряд простих параметрів. Образ політика свідомо збагачується тими характеристиками, які потрібні для посилення значущості особи, але реально існують лише в потенції. Крім того, іміджеві характеристики вносять різноманітний вклад у формування особистої влади політичного лідера і в рівній мірі піддаються свідомому конструюванню.

Характеристики лідера можна розмістити за критерієм “глибини” необхідної для їх прийняття. Це персональні (особисті) характеристики, до них відносяться: фізичні, психофізіологічні особливості, характер політичного лідера, тип особистості, індивідуальний стиль прийняття рішень. Інші якості, які є суттєвими для іміджу лідера, – “соціальні” характеристики – пов’язані з політичною ситуацією, якій лідер повинен відповідати. Під ними ми розуміємо статус лідера, який включає в себе статус, пов’язаний не тільки із займаною офіційною позицією, але також з походженням, матеріальним статусом. Символічні характеристики – пов’язані з потребами реальності, вони є дуже стійкими і незмінним компонентом. Візуальні характеристики іміджу найбільш характерні для політичного лідера. Не менш важливими при створенні іміджу політика стають додаткові характеристики. До структури додаткових складових іміджу ми відносимо параметри альтернативного функціонування, які можуть так чи інакше змінюватися. Якщо нам складно змінити основну функцію політика (оскільки вона являється для нього визначальною), то інші функції явно можуть мати варіанти, які вигідні для лідера. Але головним правилом

залишається обов'язкове заповнення цього інформаційного простору (бо він може бути заповнений масовою свідомістю самотійно).

Створення політичного іміджу проходить ряд певних етапів, кожний з яких має свої методи здійснення.

Перший етап - збір та аналіз інформації. На цьому етапі збирається інформація, на базі якої буде створюватися побудова іміджу. Дані класифікуються за такими категоріями: природні якості, набуті якості, соціальні характеристики, політичні характеристики, дані соціологічних досліджень.

Другий етап - конструювання іміджу. Конструювання іміджу здійснюється по декільком напрямкам: зовнішня привабливість, комунікативна механіка, ділова риторика.

Третій етап - адаптація кандидата до образу.

Четвертий етап – апробація на електораті. Цей етап здійснюється в два кроки: перший – апробація через посередників, другий – особиста апробація, коли політик виступає в новій ролі.

П'ятий етап – аналіз інформації про імідж (збір і систематизація інформації).

Шостий етап – корекція іміджу.

При створенні іміджу політичного лідера застосовуються різноманітні політтехнології. Політтехнології – це комплекс заходів (передусім інформаційних, але підкріплених відповідними організаційними, кадровими та фінансовими ресурсами) спрямованих на створення позитивного іміджу, та відповідно - послаблення позицій опонентів.

Створення іміджу політика в рамках виборчої кампанії - це серія кроків, які носять технологічний характер, мова йде про методи підготовки, організацію і впровадження іміджу.

Політичний маркетинг, політичний менеджмент, PR, політична реклама та пропаганда використовуються як технології створення іміджу політичного лідера.

В політичному маркетингу і політичному менеджменті віддзеркалюються процеси, пов'язані з аналізом суспільно-політичної ситуації, визначенням стратегії і тактики впливу на настрої і поведінку електорату, форми і методи підготовки і проведення виборчої кампанії.

PR – діяльність, яка пов'язана із знаходженням взаєморозуміння між будь-якою організацією та громадськістю.

Політична реклама формує імідж людей, ідей, програм та політичних поглядів, вона переважно застосовується під час виборчих кампаній, і здійснюється через ЗМІ: радіо, телебачення, газети. Між PR і політичною

рекламою є спільне: вирішуються одні задачі, і різниця - в методах досягнення поставленої задачі.

Пропаганда - це вид масової комунікації, вона являється одним із засобів політичної маніпуляції. Пропаганда орієнтується на колективне несвідоме, її об'єктом стає маса, вона перетворює особистість в натовп і втягує її в певну діяльність.

### Література.

- Афанасьєва М. В. Конституційно-правове забезпечення виборчих технологій в Україні [Електронний ресурс] / М. Афанасьєва : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юридичних наук : спец. 12.00.02 «Конституційне право» / Мар'яна Володимирівна Афанасьєва. – Одеса : [б. в.], 2004. – 20 с. – [Режим доступу] <http://lawbook.org.ua/biblioteka/avtoreferaty/ukraina/svobodnyj-dostup/12-00-02-konstitutsijne-pravo-munitsipalne-pravo/747-afanaseva-mar-yana-volodimirivna-konstitutsijno-pravove-zabezpechennya-viborchikh-tekhnologij-v-ukrajini>
- Буркут І. Г. Виборчі технології: регіональний досвід / І. Г. Буркут, О. В. Колесников. – Чернівці : Букрек, 2009. — 240 с.
  - Бучин М. А. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні : монографія / М. А. Бучин. – Львів : ЛІСВ, 2009. – 231 с.
  - Вибори і референдум в Україні: проблема теорії і практики: Збірник / Ред.: М. Рябець та ін. - К., 2001.
- Гришин Н. В. Основы проведения избирательных кампаний / Н. Гришин. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 184 с.
- Душин И. Выборы: технологии избирательных технологий / И. Душин, А. Сысун, Б. Ложкин. – Х. : РА, 1998. – 160 с.
- Максимець Б. В. Національно-демократичні партії України у виборчих кампаніях початку ХХІ століття : [монографія] / Б. В. Максимець / Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпат. нац. ун-ту ім. Василя Стефаника, 2014. – 219 с.
- Малкин Е. Основы избирательных технологий и партийного строительства / Е. Малкин, Е. Сучков. – К. : Издательство «Основні цінності», 2005. – 528 с.
- Малкин Е. Политические технологии. 2-е (7-е) стер. изд. / Е. Малкин, Е. Сучков – М. : «Русская панорама», 2008. – 680 с.
- Полторац В. Избирательные кампании: научный подход к организации / В. Полторац, О. Петров. – К. : Знання України, 2004. – 120 с.
- Пугачев В. П., Соловьев А. И. Введение в политологию: учебник для студентов высших учебных заведений. - М. : Аспект Пресс, 2004. – 479 с.
- Пуфлер Е. Парти́йна система України: особливості формування, тенденції подальшої трансформації. - К., 1997.
- Рябов С. Г. Політичні вибори : навч. посіб. / С. Г. Рябов. – К. : Тандем, 1998. – 96 с.
- Хімченко О. Г. Політичні партії і виборчий процес в умовах розбудови демократичного суспільства: навчальний посібник. – К. : Видавничий дім «Професіонал», 2006. – 208 с.
- Чиркин В. Е. Формирование парламента // Основы сравнительного государственоведения. – М., 1997. – С. 197–210.
- Шведа Ю. Соціологія партійних систем Моріса Дюверже // Нова політика. – 1996. – №4. – С.31–37.
- Шведа Ю. Р. Вибори та виборчі системи. Європейські стандарти та досвід для утвердження демократії в Україні. – Львів, 2010. – 462 с.



- Шведа Ю. Партії та вибори: європейський досвід і українські реалії. Енциклопедичний словник.– Львів, 2009. – 500 с.
- Шведа Ю. Р. Партії та вибори : енциклопедичний словник / Ю. Р. Шведа. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – 750 с.
- Шведа Ю. Політичні партії у виборах: теорія та практика виборчої кампанії : навч.-метод. посіб. / Ю. Шведа. – К. : Знання, 2012. – 373 с.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. Бортніков В. І. Політична участь і демократія: українські реалії : монографія / В. І. Бортніков ; Волинський держ. ун-т ім. Лесі Українки. - Луцьк : Вежа, 2007. - 524 с.
2. Виборче право України / Ред. В. Ф. Погорілко, М. І. Ставнійчук. – К.: Парламентське видавництво, 2003. – 383 с.
3. Ворона В. Місцеве самоврядування і політичні партії в Україні: [монографія] / В. Ворона. — Х. : Магістр, 2008. — 184 с.
4. Гелд Д. Демократія та глобальний устрій / Дейвід Гелд ; пер. О. Юдін, О. Межевікіна ; відп. ред. О. Юдін. - К. : Port-Royal, 2005. - 358 с.
5. Георгіца А. З. Конституційне право зарубіжних країн. Підручник. – Чернівці: Рута, 2001. – 431 с.
6. Демократичний потенціал пропорційних виборчих систем / С. Конончук, О. Ярош, С. Горобчишина. – К, 2009. – 80 с.
7. Закон України «Про політичні партії в Україні». — К. : Парламентське вид-во, 2006. — 24 с. — (Бібліотека офіційних видань).
8. Історія української суспільно-політичної думки: навч. посібник / Укл.: В. В. Морозов. – К.: Нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана, 2006. – 180 с.
9. Каплан Ю. Стан розвитку партійної системи України : оцінки населення / Ю. Каплан // Стратегічні пріоритети. — 2009. — № 2 (11). — С. 71–75.
10. Ключковський Ю. Б., Принципи виборчого права: доктринальне розуміння, стан та перспективи законодавчої реалізації в Україні. - К.: Ваіте, 2018. – 908 с.
11. Конституція України. – Х. : ООО «Одиссей», 2007. – 64 с.
12. Конституційне право України : Підруч. для студ. вищ. навч. закл. / За ред. В. П. Колісника та Ю. Г. Барабаша. – Х. : Право, 2008. – 416 с.
13. Колодій А. Партійна структуризація в Україні в контексті розвитку громадянського суспільства і поза ним / Антоніна Колодій // Громадянське
14. Лінецький С. В., Крижанівський В. П. Коментар до Регламенту Верховної Ради України / С. В. Лінецький, В. П. Крижанівський. – К. : «К.І.С.», 2015. – 730 с.
15. Панкевич І. М. Традиція виборності влади в Україні: монографія / І. М. Панкевич. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. – 488 с.
16. Політичні партії як суб'єкт формування політико-управлінської еліти в умовах політичної модернізації : навч. посібник / [Ю. С. Ганжуров, В. В. Лісничий, О. В. Радченко] ; ред. кол. : Є. А. Афонін. — К. : Парламентське вид-во, 2008. — 416 с.

17. Політичні режими сучасності та перехід до демократії ( кол. моногр.) / (А.Ф. Колодій, Ю.А. Кужельюк, В.У. Харченко). – Львів, 1999. -168с.
18. Політологічний енциклопедичний словник. Упоряд.: В. П. Горбатенко.– К: . Генеза, 2004. – с. 522.
19. Посібник з розробки виборчих систем / Е. Рейнольдс, Б. Рейлі та ін. / пер. з англ. – К.: Нора-друк, 2003. – 168 с.
20. Романюк А. Партії та електоральна політика / А. Романюк, Ю. Шведа. — Львів : «Астролябія», 2005. — 348 с.
21. Рябов С.Г. Політичні вибори. Навч. Посібник. – К., 1994.
22. Совгіря О. В., Шукліна Н. Г. Конституційне право України. Повний курс: навч. посіб. Київ: Юрінком Інтер, 2018. - 556 с.
23. Шведа Ю. Вибори та виборчі системи. Європейські стандарти та досвід для утвердження демократії в Україні. – Львів, 2010. – 462 с.

Допоміжна:

24. Антонова О. Р. Вплив неурядових організацій на проведення парламентських виборів: форми участі та концептуальні засади / О. Р. Антонова // Наукові праці Чорноморського держ. ун-тету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія». Сер. : Державне управління. – 2012. – Т. 202. – Вип. 190. – С. 80–84. 64.
25. Антонович М. М. Виборче право в Україні та проблеми його відповідності міжнародним стандартам / М. М. Антонович // Наукові записки НаУКМА. – 2004. – Т. 31 : Політичні науки. – С. 42–47.
26. Анохин С. С. Политические системы: адаптация. Динамика, устойчивость. — М., 1996.
27. Базовкін С, Кремень В. Партії та громадські об'єднання України. — К., 1994.
28. Галус О. О. Становлення і розвиток інституту виборів в Україні / О. О. Галус // Університетські наукові записки. – 2013. – № 4 (48). – С. 36–41.
29. Гаєць В. М. Державність України: на шляху до громадянського суспільства // Віче. — 1995. — № 5.
30. Головатий М. Ф. Мистецтво політичної діяльності. — К., 2002
31. Гончарова О. С. Абсентеїзм як феномен політичного процесу / О. С. Гончарова // Сучасне суспільство. – 2013. – Вип. 1. – С. 40–47.
32. Дарендорф Р. У пошуках нового устрою: лекції на тему політики свободи у ХХІ столітті.- К., 2006.
33. Католик Я. Б. Виборча система України в контексті трансформації політичної системи: проблеми та напрямки реформування / Я. Б. Католик //

Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. – Одеса : Астрапринт, 2011. – Том 16. – Вип. 10 : Сер. «Соціологія, політологія». – С. 807–814.

34. Ковальчук В. Б. До легітимації державної влади через демократичні вибори: досвід вітчизняного конституціоналізму / В. Б. Ковальчук // Держава і право. – 2010. – № 47. – С. 138–143.

35. Короткий оксфордський політологічний словник / Пер. з англ.; За ред. І. Макліна, А. Макмілана. – К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2005.

36. Кирилюк Ф.М. Політологія. Навчально-методичний комплекс. - К.: Центр навч. літ-ри, 2004

37. Клементевич Т. Процесс принятия политических решений //Элементы теории политики. — М., 1991.

38. Рябов С. Політика як суспільне явище // Політологічні читання. — 1994. — № 2. — С. 189—222.

39. Рябов С. Структура і функції знань про політику // Політологічні читання. — 1994. — № 1. — С. 167—190.

40. Рябов С. Г. Політологічна теорія держави. — 2-ге вид. — К., 1996.

41. Школаєва М. І. Трансформація політичної системи України: інституціональний аспект // Політологічний вісник.: 36. наук, праць. — К., 1998. — Вип. 6.

42. Шляхтун П.П. Політологія (теорія та історія політичної думки): Підручник К., 2002.

43. Шумпетер Й. Капіталізм, соціалізм і демократія. — К., 1995.

#### Нормативно-правові акти

1. Конституція України від 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141 (зі змінами).

2. Закон України «Про відновлення дії окремих положень Конституції України» від 21 лютого 2014 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/742-18/paran2#n2>

3.. Закон України «Про статус народного депутата України» від 21 листопада 1992 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 3. – Ст. 17 (зі змінами).

3. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про статус народного депутата України» від 28 лютого 2014 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/836-18/paran2#n2>

4. Закон України «Про внесення змін до Конституції України» від 8 грудня 2004 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 2. – Ст. 44.

5. Закон України «Про громадянство України» від 18 січня 2001 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 13. – Ст. 65 (зі змінами).

6. Закон України «Про місцеві вибори» від 14 липня 2015 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2015. – № 37 – 38. – Ст. 366 (зі змінами).
7. Закон України «Про статус депутатів місцевих рад» від 11 липня 2002 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 40. – Ст. 290 (зі змінами).
8. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21 травня 1997 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 24. – Ст. 170 (зі змінами).
9. Закон України «Про вибори народних депутатів України» від 17 листопада 2011 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/>
10. Постанова Верховної Ради України «Про затвердження Положення про помічника-консультанта народного депутата України» від 13 жовтня 1995 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 37. – Ст. 283 (зі змінами).
11. Указ Президента України «Про дострокове припинення повноважень Верховної Ради України» №264/2007 від 2.04.2007 р. : // Офіційний Вісник Президента України. – № 1. – 02.04.2007.
12. Указ Президента України «Про дострокове припинення повноважень Верховної Ради України та призначення позачергових виборів» № 690/2014 від 27.08.2014 р. : // Офіційний вісник Президента України від 27.08.2014. – № 36. – Стор. 3. – Ст. 1544. 13
13. Указ Президента України «Про дострокове припинення повноважень Верховної Ради України та призначення позачергових виборів» №355/2007 від 26.04.2007 р.: // Офіційний Вісник Президента України. – № 5 від 26.04.2007.

#### Інтернет- ресурси

1. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, електронні фахові видання // [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua)
2. Наукова бібліотека Прикарпатського національного університету імені В. Стефаника <http://lib.pnu.edu.ua/>
3. Національна парламентська бібліотека України // <http://www.nplu.org/>
4. Книжкова палата України імені Івана Федорова // <http://www.ukrbook.net/>
5. Офіційне Інтернет-представництво Президента України <http://www.president.gov.ua/>
6. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України <http://zakon.rada.gov.ua/>
7. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України <http://www.kmu.gov.ua/control>
8. Офіційний веб-сайт Конституційного суду України <http://www.ccu.gov.ua/uk/index>
9. Офіційний веб-сервер Центральної виборчої комісії України <http://www.cvk.gov.ua/>

10. Офіційний веб-сайт Державного комітету статистики України  
<http://www.ukrstat.gov.ua/>
11. Офіційний сайт Ради національної безпеки і оборони України  
<http://www.rainbow.gov.ua/>
12. Національний інститут стратегічних досліджень <http://www.niss.gov.ua/>
13. Офіційний сайт Ради Європи <http://www.coe.int/>
14. Офіційний сайт Європейського суду з прав людини  
<http://www.echr.coe.int/echr>
15. Офіційний сайт Венеціанської комісії Ради Європи  
<http://www.venice.coe.int/>
16. Офіційний сайт Європейського Союзу <http://europa.eu/>
17. Офіційний сайт ОБСЄ <http://www.osce.org/>
18. Сайт Національної бібліотеки України ім.В.І.Вернадського  
<http://www.nbuv.gov.ua/>
19. Сайт Національної Парламентської бібліотеки України  
<http://www.nplu.kiev.ua/>
20. Сайт Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім.І.Ф.Кураса НАН України <http://www.ipiend.gov.ua/?mid=1>
21. Сайт Українського незалежного центру політичних досліджень  
<http://www.ucipr.kiev.ua/>
22. Сайт Українського центру політичного менеджмент  
<http://www.politik.org.ua/>
23. Сайт журналу «Політологічний вісник»  
[http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc\\_Gum/Pv/index.html](http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Pv/index.html)
24. Сайт журналу «Віче» <http://www.viche.info/>
25. Сайт альманаху «Грані» <http://www.grani.org.ua/>
26. Сайт наукового вісника «Гілея» <http://www.gileya.org.ua/213>
27. Сайт журналу «Нова парадигма» <http://www.novaparadigma.org.ua/>
28. Сайт щоденної української газети «День» <http://www.day.kiev.ua/>
29. Сайт щотижневика «2000» <http://2000.net.ua/>
30. Сайт газети «Дзеркало тижня» <http://www.zn.ua/>
31. Сайт журналу «ПОЛІС» <http://www.polistudies.ru/>

Міністерство освіти і науки України  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника»

Навчальний посібник

**МАРЧУК НАТАЛІЯ ВАСИЛІВНА,**  
кандидат політичних наук, доцент кафедри журналістики  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника»

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«ВИБОРЧИЙ ПРОЦЕС»**

В авторській редакції

Друк:  
адреса  
Папір  
підписано до друку 04.03.2019,  
формат 60x84/16, ум. друк. 7,7 арк.  
Наклад 300 прим.