

## ПРО ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ УЧАСТІ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ВИБОРЧІЙ КАМПАНІЇ 2006 РОКУ: СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Розглянуто особливості впливу на електорат громадських організацій як суб'єктів політичного життя. Висвітлено роль громадських організацій у сучасному українському суспільстві. На конкретному прикладі показано особливості участі громадських організацій у парламентських виборах 2006 р. Розкрито сутність уявлень пересічного громадянина щодо майбутніх виборів, його очікування від свого вибору та готовність відповідати за нього.

Ключові слова: громадська організація, політичний вибір, відповідальність, ставлення до виборів.

Рассмотрены особенности влияния на электорат общественных организаций как субъектов политической жизни. Освещена роль общественных организаций в современном украинском обществе. На конкретном примере показаны особенности участия общественных организаций в парламентских выборах 2006 г. Раскрыты сущность представлений рядового гражданина о предстоящих выборах, его ожидания от своего выбора и готовность нести за него ответственность.

Ключевые слова: общественная организация, политический выбор, ответственность, отношение к выборам.

Peculiar features of public organizations' as political life subjects impact upon the electorate have been examined. The role of public organizations in the contemporary Ukrainian society has been elucidated. The peculiarities of public organizations participation in the parliamentary election in 2006 have been revealed with the help of the specific example. The essence of an average citizen's ideas about the future election, his/her expectations towards his/her own choice and the readiness to assume the responsibility for it have been exposed.

Key words: public organization, political choice, responsibility, attitude towards election

Проблема. Вибори Президента, що відбулися в нашій країні восени 2004 р., Помаранчева революція, розшарування суспільства на тих, хто підтримав “помаранчевих”, і тих, хто за “біло-блакитних”, і т. ін. – усе це зумовило перебіг виборчої кампанії 2006 р. (вибори до Верховної Ради, місцевих органів влади). Фактично під час останніх виборів тривала боротьба, започаткована ще від президентських виборів 2004 р.

З огляду на особливості передвиборної кампанії 2006 р. потребували спеціального психологічного дослідження уявлення пересічного громадянина щодо майбутніх виборів, його очікування від вибору і готовність взяти на себе відповідальність за свій вибір тощо. Одним з осередків, через який можна досліджувати соціально-психологічні процеси і чинники, що впливають на готовність особистості зробити політичний вибір, є громадська організація. З іншого боку, саме громадська організація стає інструментом впливу на готовність індивіда здійснити політичний вибір.

В останніх публікаціях увага дослідників в основному концентрувалася на окремих характеристиках Помаранчевої революції [1–5] або на її розгляді як системного явища [див., наприклад, 6–11]. На нашу думку, слід приділити більш пильну увагу дослідженню ролі й місця громадських організацій під час виборчих перегонів, вивченню форм і методів їх впливу на громадськість, зокрема на перебіг подій під час виборчої кампанії.

Отже, досі не було спеціальних досліджень громадських об'єднань як суб'єктів мобілізаційних дій, що впливають на інтеграційні процеси в суспільстві. Це й визначило, зрештою, актуальність нашого дослідження.

Мета статті: з'ясувати особливості впливу, що здійснюють громадські об'єднання на електорат задля формування в пересічного громадянина відповідальності за власний політичний вибір.

Об'єкт дослідження – громадські організації як суб'єкт політичного життя суспільства. Предмет – мобілізаційні дії громадських організацій, спрямовані на формування готовності особистості до здійснення свідомого політичного вибору. Завданнями нашого дослідження було: здійснити теоретичний огляд літературних джерел з огляду на особливе місце громадських організацій у сучасному українському суспільстві; дослідити уявлення

пересічного громадянина про майбутні вибори, його очікування від вибору і готовність брати на себе відповідальність за зроблений вибір; дослідити особливості участі громадських організацій у виборах 2006 р. (на прикладі виборів мера окремого міста).

Проблемне політико-психологічне поле передвиборної кампанії 2006 р. можна охарактеризувати так:

- \* зміна влади в країні роз'єднала її населення на дві великі й багато дрібних внутрішньо конфліктуючих груп й угруповань. Це протистояння до виборів 2006 р. зберігалось й загострювалося;

- \* упродовж 2005 р. нова влада спрямовувала основні зусилля на те, щоб створити політичний, економічний, соціальний і психологічний плацдарми для своєї перемоги на виборах 2006 р., що було гарантією її зміцнення. З іншого боку, навчені результатами президентських виборів 2004 р. прихильники “помаранчевих” і “біло-блакитних” боролися проти фальсифікацій і використання адміністративного ресурсу;

- \* після виборів Президента почалася адаптація й становлення нової влади на місцях, у регіонах;

- \* відбулися суттєві зміни у вертикалях впливу місцевих органів самоврядування;

- \* активізувалася діяльність громадських організацій і ЗМІ, спрямована на посилення впливу громади на перебіг і результати виборів насамперед до місцевих органів влади;

- \* на місцях за участі громадських організацій зроблено кроки до формування механізму відстоювання інтересів громади. Громадські організації стали організаторами численних спроб впливати на політичні партії, що брали участь у передвиборних перегонах, та на окремих кандидатах, що балотувалися на посади голів міст і селищ.

Зауважимо, що визначальним фактором перебігу передвиборної кампанії 2006 р. у формуванні партійних переваг було ставлення виборців до лідера партійної структури. Не ідеологія партії (блоку), не її (його) передвиборна програма, а саме особиста довіра людей до конкретної персони, оцінка її особистісних рис багато в чому зумовили подальший електоральний вибір.

Розглядаючи діяльність громадських організацій як інструмент впливу на готовність індивіда здійснювати політичний вибір, ми вибудували наше дослідження на основі наведених нижче тверджень: 1) участь громадськості є процесом, що відбувається в межах громади, і полягає в організації громадян та їх цілей через діяльність недержавних організацій з метою здійснення впливу на процес прийняття рішень; 2) громадяни найбільш активно долучаються до справи, якщо проблема, яку слід розв'язати, стосується їх безпосередньо; 3) участь громадськості передбачає, що всі зацікавлені сторони співпрацюють задля здійснення змін.

Громадські організації посідають особливе місце в сучасному суспільстві, однією з найважливіших характеристик якого є політична участь. В основі цього поняття лежить уявлення, відповідно до якого без широкої участі громадськості неможливо досягти суспільної згоди. Крім того, одним з наріжних каменів функціонування громадянського суспільства є участь громадськості в процесі розробки і прийняття рішень.

Відповідно до загальноприйнятої думки, ключовим фактором, що впливає на характер і спрямованість політичної участі, є рівень політичної культури суспільства, що виражається, у свою чергу, у прийнятті й освоєнні ним демократичних цінностей та інститутів. Це означає, що чим вища в суспільній свідомості значимість демократичних цінностей і свобод, тим вищий рівень політичної участі громадян. І, навпаки, низька оцінка значимості демократичних прав і свобод здатна викликати в значної частини населення апатію й відчуження від політичної сфери. На користь цієї думки свідчить той факт, що, скажімо, у США основним механізмом управління територіальними громадами є різноманітні громадські організації. Законодавчі і виконавчі інститути влади вступають в дію лише тоді, коли з якихось причин суспільні процеси на рівні громади не вдається врегулювати через громадські об'єднання та організації [12].

Громадські організації спроможні безпосередньо впливати на організацію життя суспільства, його окремих верств. Але оскільки вони за характером свого функціонування не є ані комерційними, ані владними органами, а власне самодіяльними організаціями, то їх

функції в суспільному середовищі більшою мірою здійснюються через вплив на владні державні й муніципальні органи, бізнес-структури та інші організації, які мають у своєму розпорядженні фінансові або ж інші, більш істотні, ресурси, ніж громадські організації. Ефективність їх діяльності значною мірою залежить від того місця, яке вони посідають у структурі суб'єктів громадянського суспільства.

Спробуймо з'ясувати чисельність організацій громадянського суспільства та їх регіональні особливості. За даними Міністерства юстиції України, станом на січень 2005 р. в Україні загалом було зареєстровано 1963 всеукраїнські і міжнародні громадські організації, з них усеукраїнських – 1520, міжнародних – 443. Серед цих організацій відповідно до мети, завдань і напрямів діяльності переважають об'єднання професійного (346), фізкультурно-спортивного (270), науково-технічного (144), освітнього, культурно-виховного (151) спрямування. Значну частину серед зареєстрованих структур становлять організації національних і дружніх зв'язків (125), молодіжні (124), жіночі (44) організації, об'єднання ветеранів та інвалідів (63), охорони природи (52) тощо. На 1 лютого 2005 р. на території України загалом діяло понад 22 тисячі громадських організацій місцевого статусу.

Як відомо, офіційні статистичні дані не відображають достовірно загальної кількості реально працюючих громадських організацій, діяльність яких можна назвати системною та постійною. Аналіз літературних джерел [1–11] показав, що в більшості областей України нараховується по кілька сотень організацій громадянського суспільства (точна їх кількість коливається в межах від 200 до 500). На цьому тлі дуже вирізняється Львівська область, яка є абсолютним лідером за кількістю зареєстрованих громадських організацій (понад 4000) і відзначається бурхливим суспільно-політичним життям, до якого залучено численні місцеві об'єднання. Серед лідерів за кількістю організацій можна назвати також Запорізьку (близько 1500), Дніпропетровську (майже 1000), Одеську (близько 1000) і Луганську (понад 750) області. Найменшу кількість організацій зареєстровано в Харківській і Закарпатській областях (відповідно 112 і 70). При цьому більшість регіональних експертів відзначають, що реально працюють лише 20–30% зареєстрованих організацій.

Найменшими за кількістю членів є зазвичай спеціалізовані організації, спрямовані на представлення і захист інтересів певних груп громадян (молодь, люди з особливими потребами та ін.). Найчисленнішими є, як правило, організації молодіжні і спортивного спрямування, ветеранські об'єднання, а також організації, що представляють і захищають права різних національних і релігійних груп. Найбільш відомими громадськості і найширше залученими до справ місцевих органів влади є організації суспільно-політичного або аналітичного спрямування (нерідко це відділення відомих загальноукраїнських організацій або ж “дочірні структури” політичних партій чи місцевих бізнес-структур).

Значний інтерес у дослідників викликають сучасні механізми громадської участі [12]. Відповідно до чинного законодавства можна виокремити такі їх види:

- \* громадські слухання;
- \* загальні збори громадян;
- \* місцеві ініціативи;
- \* місцеві референдуми.

Ці форми громадської участі під час виборчої кампанії в цілому використовувалися рідко, що пов'язано, на нашу думку, з низьким рівнем правової компетенції лідерів громадських організацій. Як головні форми участі громадських організацій у публічній політиці виокремимо “круглі столи”, мітинги, прес-конференції, семінари.

Не можемо залишити поза увагою і питання співпраці громадських організацій і політичних партій. У більшості регіонів України така співпраця є досить активною. Тому традиційно в кожній області численні громадські організації є “сателітами” різних політичних сил. Особливо це стосується молодіжних організацій, оскільки більшість партій намагається створити у своєму регіоні “дружні” структури, насамперед молодіжне крило. До недоліків такої співпраці можна віднести певну фінансову залежність громадських організацій від політичних партій. Завдяки такому співробітництву політичні партії розширюють можливості для своєї діяльності і популяризації ідей, збільшують кількість своїх симпатиків.

Крім описаних вище форм поєднання політичних і громадських структур, громадські організації нерідко залучають партійні кошти для реалізації окремих проектів, подекуди спільно працюють у дорадчих органах над проектами рішень і розробкою рекомендацій щодо політики місцевих органів влади з тих чи інших питань. Наприклад, професійну співпрацю з політичними партіями, залишаючись при цьому повністю незалежною, зазвичай організовує в періоди виборчих кампаній така громадська організація, як Комітет виборців України. Діяльність КВУ є активною, професійною і добре відомою як у колах професіоналів, так і серед широкої громадськості.

Загалом численні громадські організації, залучені до останньої виборчої кампанії, можна розглядати як механізм саморегуляції сучасного суспільства. В основі цього механізму лежить феномен прийняття відповідальності членами цих громадських організацій за результати електорального вибору.

Щоб вивчити соціально-психологічний аспект участі громадських організацій у виборчій кампанії 2006 р., у січні цього року було проведено дослідження. Аналізуючи електоральну поведінку, ми зіткнулися з проблемою вибору методу. З огляду на поставлені перед дослідженням завдання і наявні засоби за такий було взято метод фокус-груп.

Дослідження проводилося в одному з міст України, що є районним центром. До співпраці було залучено членів громадської організації міста і потенційних виборців, запрошених членами громадської організації для участі в дослідженні. Наша робота проводилася у два етапи.

На першому етапі за участю власне членів громадської організації ми мали визначити “географію” міста (за допомогою методів глибинного колективного інтерв’ю – методу фокус-груп та експертних оцінок). Дванадцять учасників дослідження, з одного боку, репрезентували всі райони міста, а з іншого – виступали як експерти “географії міста”. Результатом першого етапу стала комплексна характеристика міста та окремих його районів. З огляду на особливості електорату було виділено чотири райони. Отож характеристики районів міста, їх образи та образи типових виборців стали основою формування “карти”, або “географії міста”.

Відповідно до цих “карт”, чи образів, було організовано другий етап дослідження, учасниками якого стали потенційні виборці, запрошені активістами громадської організації до участі у фокус-групі. Оскільки на “карті” міста було означено чотири райони, то, відповідно, стільки було проведено і фокус-груп. Учасники фокус-груп повною мірою репрезентували жителів визначених “географічних” районів міста. У цій статті представлено результати дослідження одного з “географічних” районів міста. Аналіз матеріалів наведено в кількох площинах: 1) ставлення жителів до процесу виборів; 2) образ ідеального мера; 3) характеристика району з погляду електоральної поведінки.

Ставлення до процесу виборів. Майбутні вибори сприймаються жителями району неоднозначно. Серед людей пенсійного віку склалася думка, що ходити на вибори безглуздо, оскільки їх результати визначено вже заздалегідь. Віру у вибори втрачено: революція не дала очікуваних результатів, влада так і залишилася корумпованою і не розв’язала існуючих проблем. Разом з тим, незважаючи на розчарування в попередніх виборах, бачимо готовність іти на майбутні вибори. Цю готовність підживлюють надія на зміни до кращого, з одного боку, і потреба розв’язання нагальних проблем міста, з іншого.

Очікування від виборів пов’язують з приходом лідера, який наведе порядок у місті, організує його життя, розв’язуватиме конкретні завдання, актуальні для міста. Для всіх вікових категорій характерні очікування, пов’язані з приходом до влади людини (сили) відповідальної, такої, що дотримується своїх обіцянок. Відповідальність розглядають, з одного боку, як рису людини, а з іншого – як готовність представника влади звітувати за виконану роботу.

Серед молоді поширені сподівання, пов’язані з приходом до влади представників цієї вікової групи, що дало б можливість реалізувати нові підходи і погляди, розширити перспективи для молодих людей. Крім того, сама участь у виборах пов’язується із шансом реалізувати в майбутньому свої сили і можливості. Стійкими, проте, є уявлення про обмежені на цей час перспективи молоді. Солідаризуються із цією думкою представники різних вікових і соціальних груп (пенсіонери, службовці, бізнесмени та ін.).

А втім, є очікування, спільні для всіх соціальних і вікових груп районів міста, зокрема:

- \* поява відкритого й зрозумілого механізму взаємодії представників влади і народу;
- \* прихід нової молоді команди – з новим мером на чолі, що буде швидко й динамічно реагувати на запити людей (“молода” команда мера міста як механізм реагування на запити людей і розв’язання проблем): “Молоді більш зухвалі! Вони здатні на такі кроки, на які доросла людина просто не зважиться!”;

- \* ефективна організація виконавчих структур влади, що буде зрозумілою і відкритою для контролю.

Ставлення жителів району до виборів значною мірою зумовлене переживанням образи, гніву, роздратування, розчарування як щодо чинної влади, так і щодо результатів Помаранчевої революції. Ці почуття істотно впливатимуть на готовність жителів району брати участь у виборах. Представники різних соціальних груп району підуть на вибори, сподіваючись на поліпшення свого життя.

Вибір молоді визначатимуть дві провідні цінності: для одних це кар’єра і престиж; для інших – матеріальне благополуччя. Отже, можливості самореалізації, з одного боку, і забезпечення необхідними благами себе і своєї родини, з іншого, впливатимуть на вибір молоді. Бачимо, що прогнозування ймовірних змін у результаті свого вибору матиме вирішальний вплив на вибір конкретних персон або сил.

Для людей середнього віку цінностями, що впливатимуть на вибір, будуть діти і турбота про них (організація дозвілля молоді, можливість реалізації молодих). Істотний вплив на вибір матимуть уявлення про те, наскільки здійсненними є передвиборні обіцянки кандидатів. Багато виборців висловлюють думку, що “нехай обіцяють менше, не треба ніяких золотих гір, але те, що обіцяють, нехай роблять”.

Серед людей пенсійного віку провідною цінністю, що визначатиме вибір, є, безперечно, турбота про соціально незахищені категорії населення (пенсіонерів, ветеранів війни).

У цілому на вибір жителів району впливатимуть насамперед такі чинники:

- \* імовірність змін у добробуті міста в результаті зробленого ними вибору;
- \* вірогідність реалізації очікувань, пов’язаних з діяльністю міської влади.

Ще одним важливим аспектом, який фіксувався під час проведення дослідження, було бачення жителями району найбільш актуальних проблем і досягнень міста та району, а також ставлення громадян до цих проблем і досягнень. Зміни, що відбуваються в місті, сприймаються жителями району неоднозначно. Спорудження нових будинків, магазинів, відродження промислових центрів, зростання промислового виробництва в цілому сприймаються позитивно, викликають почуття радості, задоволення конкретними змінами, гордості за місто. Водночас такі зміни найчастіше безпосередньо не пов’язуються з діяльністю міських органів влади, а сприймаються як такі, що стосуються скоріше розвитку бізнесу.

Спостерігається загальне невдоволення тим, що в темний час доби небезпечно перебувати на вулиці: у місті погане освітлення, а це ще більше посилює криміногенну обстановку. Такий стан справ викликає образу й прикрість, незадоволеність діями чинної влади. Ці почуття поділяють представники всіх вікових і соціальних груп району.

Представники старшої вікової категорії невдоволені тим, що на місці квартир облаштовуються магазини. Це викликає почуття образи і сприймається як нечесність, корумпованість чинної влади, оскільки виникнення таких торговельних майданчиків розглядається як “результат змови між підприємцем і представником влади”.

Жителі району негативно оцінюють діяльність міської влади. Її не розуміють, вона видається непрозорою й прихованою. Діяльність міської влади викликає недовіру, оскільки сама влада бачиться як така, що не виправдала очікувань жителів, байдужа до їхніх потреб. У висловлюваннях жителів району чинна влада оцінюється як морально застаріла (“радянського гарту”; “є механічна ретельність, але немає творчого підходу”). Ці обставини викликають роздратування, незадоволеність, гнів жителів району.

Представники бізнесу наполягали на тому, що в місті фактично задавлено середній бізнес. Бюрократичні перепони і бар'єри, які створює місцева влада, а також корумпованість чиновників, унеможливають розвиток бізнесу. Крім того, міська влада прагне підпорядкувати бізнесменів собі.

Звідси роздратування й у цілому негативне ставлення до влади.

Образ ідеального мера. В образі ідеального керівника міста знайшли відбиття: основні очікування, пов'язані з фігурою мера; оцінки діяльності нинішнього мера і ставлення до нього; почуття, викликані діями чинної міської влади; уявлення про ті зміни, яких потребує місто.

Ідеальний “міський голова” в уявленнях жителів району виглядає таким чином:

- \* це хазяїн, що може й повинен навести порядок у місті. “Хазяїн – він повинен сам скрізь бути, він повинен знати ситуацію, володіти ситуацією всього міста”;

- \* гарний господарник, здатний розв'язувати господарські проблеми міста (вода, освітлення вулиць, транспортні проблеми, якість доріг тощо);

- \* твердий керівник, здатний вимагати від підлеглих (Представники бізнесу: “Твердий у керуванні своїми структурними підрозділами. Щоб міг поставити завдання й спитати за його виконання, тобто міг керувати своїм апаратом. Не так, звичайно, щоб із шашкою вриватися на коні. Сьогодні настільки все розхитано, такий великий люфт, що потрібна людина, яка змогла б зібрати це все в кулак й утримати. Має бути гарним організатором”);

- \* повинен мати динамічну, молоду команду (Представники військових пенсіонерів: “Він повинен здійснювати основне керування і бути віссю, а механізми мають бути злагодженими, жорстко зчепленими...”); “Сам механізм повинен бути молодим... Ватажком у зграях кого завжди вибирали? Старожила, у якого досвід є... який є, бачить думку міста, вимоги людей, а механізм має бути молодим!... Вони (апарат мера) повинні бути як вовки, щоб їх випустили – і вони помчали...”);

- \* повинен здійснювати контроль за роботою команди підлеглих, доручених структур, відповідати за їх роботу;

- \* повинен мати свою думку, бути незалежним від впливу (обласного центру, Києва);

- \* має відстоювати інтереси міста й у разі потреби йти проти течії;

- \* повинен бути патріотом свого міста (Представники робітників: “Він повинен бути ще й патріотом свого міста, відстоювати інтереси того населеного пункту, що його обрав. Щоб не боявся суперечити вищій владі, не виконував тупо вказівки. Щоб не боявся йти на конфлікт...”);

- \* це місцевий, “який знає все в місті, тут виріс, працював”;

- \* уважний до думки народу, здатний її вислухати й зрозуміти, такий, що цікавиться думкою народу (Представники студентства: “Нам потрібний мер, що буде цікавитися думкою населення, нашою думкою”);

- \* близький до народу, доступний, відкритий;

- \* щоб виконував свої обіцянки (Бізнесмени: “Щоб людина, яка йде до влади, була готова виконати свої обіцянки”);

- \* здатний до компромісів при вирішенні спірних питань (Студенти: “Так. Не кожному догодити, а зробити те, чого потребує більша частина населення”);

- \* повинен мати прогресивні погляди на життя.

Отже, однією з основних характеристик образу ідеального керівника, як вважають представники всіх вікових і соціальних груп, є наявність молоді команди. Особливе значення команди пов'язане з тим, що, на думку жителів району, колишнього мера зняли саме через відсутність злагодженої молоді команди.

У цілому зазначені вище риси керівника в уявленнях жителів району погоджені між собою й не викликають суперечностей або розбіжностей. Ці властивості взаємодоповнюють одна одну.

Визначення “хазяїн” стоїть першим у ланцюжку рис, що характеризують образ ідеального керівника. Цим наголошується на актуальності потреби жителів району в порядку й стабільності.

Образ ідеального керівника більше деталізований в уявленнях людей старшого віку (45 років і більше). Представники молоді більшою мірою вичленовують окремі особливості ідеального керівника: відстоювання інтересів міста перед обласним центром і Києвом, наявність молодого команди, конкретні кроки з реальним результатом.

У цілому такі запити поділяють і представники середнього покоління, природно вбудовуючи їх у свій образ ідеального керівника.

Характеристика району з погляду електоральної поведінки. Уявлення жителів району впливатимуть на їх активність під час майбутніх виборів до органів міської влади. Серед електоральних особливостей району доцільно зацентувати увагу на двох основних моментах: 1) жителі району стали більш відкритими, не приховують свою думку; 2) образа і розчарування діями нинішньої міської влади, а також розчарування результатами Помаранчевої революції значною мірою впливають на готовність жителів брати участь у майбутніх виборах.

Виявлені оцінки міської влади (“всі бандити, нікому не можна довіряти”, “це все злодії, усі бандити”) і розчарування її діями свідчать про те, що жителі району не визнають вибори за суспільну цінність.

Найбільш активними учасниками майбутніх виборів імовірно, будуть люди пенсійного віку, а також молодь. Активність людей пенсійного віку багато в чому зумовлюється сподіваннями на зміни, надією на майбутні вибори як можливість розв’язання нагальних проблем міста і проблем пенсіонерів. Серед пенсіонерів спостережено готовність відстоювати свої права, зафіксовано окремі спроби таких дій. На момент проведення дослідження в районі це відбилося в протестах проти будівництва магазинів на перших поверхах житлових будинків. Можна припустити, що в майбутньому зменшення кількості місць для відпочинку через вирубку парків, зменшення площі зелених насаджень також призведе до зростання невдоволення й активних дій жителів району.

Активність молодого частини населення значною мірою зумовлена досвідом участі в попередніх президентських виборах. Позиція, що виявляється як можливість вплинути на владу й хід виборів, підкріплюватиме активність молодого частини електорату.

Бачимо, що можливість побачити власну вигоду від участі у виборах і вигоду вибору як такого буде вирішальним чинником при ухваленні рішення про участь у виборах. Ці мотиви в цілому визначатимуть спрямованість вибору. Значною мірою вибір спрямовуватиметься проти чинної влади як такої, що не розв’язує проблеми міста і не відповідає очікуванням жителів. Крім того, істотний вплив на вибір людей пенсійного віку може мати наявність або відсутність у майбутнього мера власного капіталу, оскільки для них характерне вороже ставлення до багатства як причини зубожіння простих людей.

Проведене дослідження є підставою для певних тверджень та узагальнень. Відповідно до отриманих результатів було зроблено певні висновки щодо особливостей участі активістів громадських організацій у виборчих перегонах. З огляду на форми активності громадських організацій, дозволені чинним законодавством, найбільш ефективним важелем впливу можуть стати мітинги, організація і проведення громадських слухань. Майбутні громадські слухання, зініційовані громадськими організаціями, ставитимуть за мету насамперед таке:

- \* забезпечити право громадян на доступ до інформації про діяльність місцевих органів влади;

- \* розробити механізм громадського контролю за процедурою прийняття місцевими органами влади суспільно важливих рішень;

- \* забезпечити прозорість і відкритість діяльності міської ради, її виконавчих органів та посадових осіб.

Основними темами майбутніх громадських слухань мають стати актуальні для жителів району проблеми. Під час перебігу виборчої кампанії оцінка проблем і здобутків міста суттєво впливатиме на готовність мешканців району здійснити політичний вибір на користь того чи того кандидата.

Висновок. У ході дослідження було проаналізовано особливості діяльності громадських організацій у сучасному українському суспільстві, визначено та показано її специфіку. Досліджено також особливості перебігу виборчої кампанії 2006 р. на рівні регіонального міста, розглянуто ставлення пересічного виборця до процесу виборів,

визначено рівень залученості виборців до виборчого процесу. Нам вдалося обґрунтувати й розкрити сутність мотивів і чинників, якими керуються жителі міста, обираючи міського голову. Завдяки проведеному дослідженню вдалося в загальних рисах окреслити образ ідеального мера міста (з досвіду виборів мера окремого міста), показати особливості участі громадських організацій у парламентських виборах 2006 р.

#### Література

1. Білоконь І. Політичні події кінця 2004 року і соціально-політичні настановлення молоді // Соц. психологія. – 2005. – № 4. – С. 21–31.
  2. Дроздова М. Динаміка політичної свідомості у процесі виборчої кампанії 2004 року // Соц. психологія. – 2005. – № 4. – С. 32–43.
  3. Зливков В. Психологія перемоги: віртуальні та реальні чинники // Соц. психологія. – 2005. – № 3. – С. 33–41.
  4. Найдюнова Л. М. Емоційні стани учасників масових політичних акцій в контексті дружніх стосунків // Практ. психологія та соц. робота. – 2005. – № 10. – С. 65–68.
  5. Степаненко В. “Нас не подолати!” Соціокультурні аспекти “Помаранчевої” революції // Практ. психологія і соц. робота. – 2005. – № 4. – С. 74–77.
  6. Головаха Є. І. Революція очікувань // Сподівання на іншу Україну. Президентські вибори 2004 та навколо них: думки, настрої, оцінки людей. – К.: ІС НАНУ, 2005. – С. 32–39.
  7. Луковенко Ю., Магера Н., Фурман А., Якушик В. Півтора роки після Помаранчевої революції. Оцінка ситуації і перспективи // Психологія і суспільство. – 2006. – № 2. – С. 5–20.
  8. Степаненко В. П. Українська суспільна трансформація крізь призму Помаранчевої революції // Політ. портрет України. – 2005. – № 32. – С. 34–46.
  9. Ткаченко О. Розбудова України після “помаранчевої революції” // Соц. психологія. – 2007. – № 1. – С. 26–37.
  10. Ткаченко О. Тенденції змін життєвих орієнтацій українського суспільства, обумовлені феноменом “майдану” // Соц. психологія. – 2006. – № 3. – С. 25–33.
  11. Ткаченко О. Психологічне дослідження феномена Майдану // Психологія і суспільство. – 2006. – № 2. – С. 19–29.
  12. Українсько-американська програма партнерства громад для поширення досвіду місцевого самоврядування. – Режим доступу: <http://www.cpp.org.ua/library>.
- © Духневич В. М.

Духневич В.М. Про деякі особливості участі громадських організацій у виборчій кампанії 2006 року: соціально-психологічний аспект // В.М. Духневич // Наукові студії із політичної та соціальної психології. Збірник статей. – Випуск 18 (21). – К.: Міленіум, 2007. – сс. 105-116.