



Близнюк А. Електоральний успіх В. Януковича на президентських виборах 2010 року: до питання про комплекс чинників. *Агора. Журнал соціальних наук*. 2025. Вип. 3, № 1. С. 62–65. <https://doi.org/10.25264/2786-9202/3.1-62-65>.

ЕЛЕКТОРАЛЬНИЙ УСПІХ В. ЯНУКОВИЧА НА ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ 2010 РОКУ: ДО ПИТАННЯ ПРО КОМПЛЕКС ЧИННИКІВ

Анна Близнюк ^{а,*}

^а *Кафедра національної безпеки та політології,
Національний університет «Острозька академія», Острог, Україна*

Президентські вибори 2010 року стали одним із ключових моментів у новітній політичній історії України, позначивши зміну політичної траєкторії держави та актуалізувавши питання передумов електорального успіху Віктора Януковича. Попри поширене уявлення про визначальну роль підтримки у східних регіонах, підстави його перемоги мають комплексний характер і охоплюють політичні, соціальні, економічні та медійні аспекти. Саме тому проблема потребує академічного обговорення та концептуалізації в рамках наукової дискусії щодо чинників електоральної поведінки в умовах постреволюційних та постконфліктних політичних трансформацій.

Серед ключових чинників, які формували підґрунтя перемоги, варто виокремити: (1) глибоку фрагментацію політичного поля України та конфліктність у “помаранчевому” таборі (Kovalyova O., 2019); (2) застосування популістських і комунікаційних стратегій, спрямованих на формування образу “стабільної альтернативи” (Гришко Л., 2010); (3) контроль над медіапростором та використання маніпулятивних інформаційних технологій (Тужанський Д., 2010; Лебедь Р., 2011); (4) регіонально забарвлений геополітичний вектор, що був важливим для частини електорату (Золотарьова Я., 2021); (5) використання адміністративного ресурсу, що хоча й не мало масового характеру, проте могло вплинути на результати у низці округів.

Таким чином, головне дослідницьке питання полягає в уточненні: які саме чинники визначили електоральний успіх Віктора Януковича на президентських виборах 2010 року, і яким чином їх взаємодія формувала політичний результат?

Вивчення електоральних кампаній та чинників політичної підтримки потребує врахування ширшого соціально-політичного контексту, що включає рівень довіри до політичних інститутів, інтенсивність політичної апатії, особливості політичної культури та політичні ідентичності виборців.

Важливим джерелом у цьому контексті є праця “Social Changes in Ukraine and Europe: Outcomes of European Social Survey 2005–2007” (Golovakha E., Gorbachuk A., 2009), яка вказує на критично низький рівень довіри до державних інституцій у 2005–2007 роках. Такі настрої формували передумови для підтримки кандидата, якого сприймали як “менше зло” або альтернативу хаотичній політичній ситуації після революційних подій. Поряд з тим, зниження інтересу громадян до політики та посилення політичної апатії сприяло мобілізації стабільного електорату Партії регіонів. Структурні відмінності у політичних установках між регіонами поглиблювали поляризацію, що стала важливою основою для виборчої стратегії В. Януковича.

Другий значущий напрям наукової дискусії стосується інформаційного поля. У статті М. Левченка (2023) підкреслено, що напередодні виборів 2010 року українські медіа перебували під суттєвим впливом політичних і бізнесових груп, що створювало нерівні можливості для кандидатів. Контроль над медіа забезпечував формування вигідних інформаційних наративів та трансляцію політично вмотивованого контенту, що сприяло конструюванню позитивного іміджу В. Януковича.

Таким чином, наявні дослідження дозволяють сформулювати аналітичне поле для дискусії щодо взаємозв'язку між системною кризою довіри, політичною апатією, регіональною ідентичністю та медійним впливом.

Зміна суспільних настроїв напередодні виборів засвідчує, що період 2005–2010 років характеризувався зростанням політичної апатії, загальною втомою від конфліктів між політичними елітами та розчаруванням у результатах Помаранчевої революції. За даними КМІС (2007) та Рейтинг (2010), більшість громадян оцінювали напрям розвитку країни як неправильний, що створювало передумови для запиту на “сильного лідера” та стабільність. Такий запит був ефективно інтерпретований та використаний штабом В. Януковича.

Соціологічні опитування 2010 року відображали стійке лідерство В. Януковича, що ґрунтувалося на стабільній підтримці у східних та південних регіонах. Натомість електорат Ю. Тимошенко був більш гетерогенним географічно, але менш мобілізованим. Різкий спад рейтингу В. Ющенка створив додатковий простір для перерозподілу голосів на користь кандидата від Партії регіонів. Важливим чинником стала також частка громадян, що не визначилися або планували голосувати “проти всіх”, що відображало глибоку недовіру до політичної еліти.

Інформаційний простір напередодні виборів був значною мірою контрольований фінансово-промисловими групами. Згідно з аналітичними даними “Детектор медіа” (Бахтеев Б., 2010), у медіапросторі спостерігалися маніпулятивні практики, зокрема застосування “темників”, цензури та замовних матеріалів. Контроль над ключовими телеканалами дозволяв В. Януковичу формувати стабільний та передбачуваний образ, що позитивно вплинуло на його електоральні позиції.

Аналіз президентських виборів 2010 року свідчить, що електоральний успіх В. Януковича був результатом комплексної взаємодії суспільних настро-

їв, регіональної поляризації, структурної ненадійності політичних інститутів та медійного впливу. Політична фрагментація, розчарування в результатах Помаранчевої революції та контроль над інформаційним простором створили умови, які забезпечили перемогу кандидата від Партії регіонів.

Актуальність цієї проблематики зберігається і сьогодні, оскільки питання довіри до державних інститутів, незалежності медіа та політичної мобілізації залишаються ключовими викликами для розвитку української демократії у поствоєнний період. Аналіз виборів 2010 року є важливим елементом ширшої наукової дискусії про ризики політичного реваншу проросійських сил, роль медіа й громадського сектору у демократичних процесах та довіри до державних інститутів.

Бібліографічні покликання:

Бахтеєв, Б. 2010. Про єдність ЗМІ та влади. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/50294/2010-01-09-pro-iednist-zmi-ta-vlady/>.

Гришко, Л. 2010. Янукович підбив перші підсумки і пообіцяв «стабільність і реформи». *Deutsche Welle*. URL: <https://www.dw.com/uk/янукович-підбив-перші-підсумки-і-пообіцяв-стабільність-і-реформи/a-5646387>

Електоральні настрої населення України: березень 2010. Соціологічна група Рейтинг. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/elektoralnye_nastroeniya_naseleniya_ukrainy_mart_2010.html.

Електоральні настрої населення України: за місяць до виборів. 2007. КМІС. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=449&page=53>.

Золотарьова, Я. 2021. Історія виборів: третього Президента в 2004 році Україна обирала у «три тури». ОПОРА. URL: <https://www.oporaua.org/vybory/istoriia-viboriv-tretogo-prezidenta-v-2004-rotsi-ukrayina-obirala-u-tri-turi-23049>.

Лебедь, Р. 2011. Журналісти визнали Януковича ворогом. *BBC News Україна*. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/news/2011/05/110503_press_pressure_rl.

Левченко, М. 2023. Вплив вітчизняних ЗМІ на електоральні вподобання українців наприкінці XX – на початку XXI століття. *Українські історичні студії*. № 14/56. URL: <http://phh.dspu.edu.ua/article/view/291405>.

Тужанський, Д. 2010. Як це робиться – контроль над державними медіа. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2010/05/26/5077000>.

Golovakha E., Gorbachyk A. 2009. Social Changes in Ukraine and Europe: Outcomes of European Social Survey 2005-2007. Institute of Sociology of the NAS of Ukraine. 127 p. URL: https://isnasu.org.ua/assets/files/books/2009/european_social_survey_57_en.pdf.

Kovalyova, O. 2019. Прояви та специфіка бінарних опозицій “свій - чужий” під час Революції гідності. *International Journal of Slavic Studies*. Volume 1, Issue 1. pp. 165-198. DOI 10.34768/p8dx-1r93.

References:

Bakhteev, B. 2010. Pro yednist' ZMI ta vlady [On the unity of media and power]. Detector Media, January 9, 2010. <https://detector.media/infospace/article/50294/2010-01-09-pro-iednist-zmi-ta-vlady/>. [in Ukrainian].

Elektoralni nastroi naselennia Ukrainy: berezen 2010 [Electoral moods of the population of Ukraine: March 2010]. Sociolohichna hrupa Rating (Rating Sociological Group). March

18, 2010. https://ratinggroup.ua/research/ukraine/elektoralnye_nastroeniya_naseleniya_ukrainy_mart_2010.htm. [in Ukrainian].

Elektoralni nastroi naseleennia Ukrainy: za misiats do vyboriv [Electoral moods of the population of Ukraine: one month before the elections]. KMIS (Kyiv International Institute of Sociology). September 14, 2007. <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=449&page=53>. [in Ukrainian].

Golovakha, E., Gorbachyk, A. 2009. Social Changes in Ukraine and Europe: Outcomes of European Social Survey 2005–2007. Institute of Sociology, National Academy of Sciences of Ukraine. Kyiv, 2009. https://isnasu.org.ua/assets/files/books/2009/european_social_survey_57_en.pdf. [in English/Ukrainian].

Hryshko, L. 2010. Yanukovych pidbyv pershi pidsumky i poobitsiav «stabilnist i reformy» [Yanukovych summed up the first results and promised “stability and reforms”]. Deutsche Welle, June 3, 2010. <https://www.dw.com/uk/янукович-підбив-перші-підсумки-і-пообіцяв-стабільність-і-реформи/a-5646387>. [in Ukrainian].

Kovalyova, O. 2019. Proyavy ta spetsyfika binarnykh oppozytsii “sviy-chuzhiy” pid chas Revolyutsii hidnosti [Manifestations and specifics of binary oppositions “own – other” during the Revolution of Dignity]. International Journal of Slavic Studies. Volume 1, Issue 1, 2019. Pp. 165-198. DOI 10.34768/p8dx-1r93. [in Ukrainian].

Lebed, R. 2011. Zhurnalisty vyznaly Yanukovycha vorohom [Journalists recognised Yanukovych as an enemy]. BBC News Ukraine, May 3, 2011. https://www.bbc.com/ukrainian/news/2011/05/110503_press_pressure_rl. [in Ukrainian].

Levchenko, M. 2023. Vplyv vitchyznianskykh ZMI na elektoralni vpodobannia ukrainsiv naprykintsi XX – na pochatku XXI stolittia [Influence of domestic media on electoral preferences of Ukrainians at the end of the 20th – beginning of the 21st century]. Ukrainski istorychni studii, № 14/56, 2023. <http://phh.dspu.edu.ua/article/view/291405>. [in Ukrainian].

Tuzhanskyi, D. 2010. Yak tse robytsia – kontrol nad derzhavnymy media [How it's done – control over state media]. Ukrainska Pravda, May 26, 2010. <https://www.pravda.com.ua/columns/2010/05/26/5077000/>. [in Ukrainian].

Zolotarova, Ya. 2021. Istoriia vyboriv: tret'oho Prezydenta v 2004 rotsi Ukrayina obirala u “try tury” [History of elections: the third President in 2004 was elected in “three rounds”]. OPORA, April 28, 2021. <https://www.oporua.org/vybory/istoriia-vyboriv-tretogo-prezydenta-v-2004-rotsi-ukrayina-obirala-u-tri-turi-23049>. [in Ukrainian].

VIKTOR YANUKOVYCH'S ELECTORAL SUCCESS IN THE 2010 PRESIDENTIAL ELECTION: ON THE QUESTION OF A COMPLEX SET OF FACTORS

Anna Blyzniuk^a

^a*Department of National Security and Political Science, The National University of Ostroh Academy, Ostroh, Ukraine*