

УДК 324:[34+070](477)"2012"

ОСОБЛИВОСТІ ПАРЛАМЕНТСЬКОЇ ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ 2012 РОКУ: ІНФОРМАЦІЙНИЙ ТА ПРАВОВИЙ АСПЕКТИ

Віталій Пересада

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, м. Львів, 79044, Україна
e-mail: journft@franko.lviv.ua*

У статті досліджено та проаналізовано парламентську виборчу кампанію, яка проводилась за змішаною виборчою системою у конкретній суспільно-політичній ситуації, виокремлено інформаційний та правовий аспекти цієї кампанії. Акцентовано, що результати виборчої кампанії обумовили зростання протестних настроїв у суспільстві.

Ключові слова: парламент, виборча кампанія, суспільно-політична ситуація, засоби масової інформації.

Актуальність та важливість теми. Глибоко й системно проаналізувати одну з визначальних парламентських виборчих кампаній, що відбулася у жовтні 2012 року, доречно з таких причин:

– парламентська виборча кампанія 2012 року припала на середину терміну правління глави держави Віктора Януковича, який перебував на посаді Президента з 2010 року;

– вона проводилася в період, коли команда чинного тоді, легітимно обраного глави держави Віктора Януковича визначилася зі стилем свого політичного керівництва, зробивши відвертий крен в бік жорсткого авторитаризму;

– глава держави відкрито хотів збільшення своїх владних повноважень і, отримуючи щораз нові, прагнув ще. Концентрація таких владних повноважень в однієї особи, рейтинг якої постійно знижувався, викликала справедливу пересторогу в критично мислячій політичній еліті й політично свідомих верств суспільства, активними та згуртованими членами яких були студенти провідних навчальних закладів країни. Згодом їх дещо несподівано підтримали члени фан-клубів провідних футбольних команд, включно з уболівальниками дніпропетровського «Дніпра», а відтак – донецького «Шахтаря», харківського «Металіста» та одеського «Чорноморця».

Наукова розробка теми. Виборчим кампаніям до українського парламенту присвячена низка ґрунтовних досліджень провідних українських науковців та політичних оглядачів, експертів та практикуючих журналістів-аналітиків, серед яких доцільно виділити сфокусовану на окресленій тематиці Академію Української Преси, зокрема визначних її журналістикознавців Валерія Іванова, Наталію Костенко та Сергія Макєєва. Соціологічний аспект виборчої кампанії глибоко й системно з'ясувала та проаналізувала Ірина Бекешкіна; правовий її аспект про-

аналізував Андрій Магера, політологічний – Юрій Шведа та Олександр Палій. Відрадно, що виборча кампанія була у фокусі професійної уваги провідних українських журналістів-оглядачів: Сергія Рахманіна, Івана Фаріона та Андрія Гануса.

Предметом дослідження є парламентська виборча кампанія в Україні в правовому та інформаційному її вимірах та конкретна суспільно-політична ситуація, у якій ця кампанія проводилась.

Об'єктом дослідження є провідні ефірні та друковані засоби масової інформації: Перший національний телевізійний канал, «1+1», ICTV та «Інтер» і друковані періодичні видання: «Дзеркало тижня в Україні», «День», газета «2000» та журнал «Корреспондент».

Часові межі дослідження співпадають із визначеними юридичними термінами проведення кампанії: серпень-жовтень 2012 року.

Мета публікації полягає в з'ясуванні впливу суспільно-політичної ситуації, правових та інформаційних чинників на проведення та результати парламентської виборчої кампанії 2012 року.

Із поставленої мети випливають такі завдання:

- визначити й охарактеризувати суспільно-політичну ситуацію, в умовах якої проводилась виборча кампанія;
- виокремити правовий аспект її проведення;
- проаналізувати інформаційний ракурс парламентських виборів та виокремити основні категорії ЗМІ, інформаційна політика яких виходила за визначені професійні стандарти.

Наукова новизна публікації полягає у спробі комплексного та системного вивчення парламентської виборчої кампанії 2012 року через з'ясування суспільно-політичної ситуації та виокреслення двох основних чинників, які найбільш істотно вплинули на перебіг виборчих перегонів та результати народного волевиявлення – інформаційного та правового її аспектів.

Доцільність продовження дослідження обумовлена тим фактом, що парламентська виборча кампанія була віддзеркаленням методів і стилю політичного керівництва Віктора Януковича та чільних членів його політичної команди, які в кінцевому результаті детермінували масштабні масові акції спочатку мирного, а згодом революційного за способом дій протесту, що отримав назву Революція Гідності.

Методи дослідження: історичний, контент-аналіз, порівняльний, аналізу, синтезу та абстрагування, структурно-функціональний.

Результати українських виборчих кампаній загальнодержавного рівня – парламентських, а особливо президентських, – можуть призвести не лише до зміни зовнішньополітичного курсу держави, трансформації її політичної системи, стилю політичного керівництва або кардинальної зміни політичного режиму, але й до виникнення реальної загрози втрати територіальної цілісності, а віднедавна і найбільшого національного досягнення – державної незалежності. Вищезазначені фактори обумовлюють антагоністичну політичну боротьбу у виборчих кампаніях на різних її етапах: у передвиборчий період, упродовж проведення виборів, під час підрахунку голосів та оприлюднення офіційних результатів, а також при політичному структуруванні вищого законодавчого органу країни.

Парламентська виборча кампанія 2012 року мала свою специфіку. Зрештою, стверджує Ю. Шведа, усі виборчі кампанії, що проводились у минулому, і ті, що будуть в майбутньому, є своєрідними і неповторними [5]. Ці особливості були зумовлені суспільно-політичною ситуацією, яка склалася перед фактичним стартом кампанії. Мала вона також правовий та інформаційний аспекти, які детермінували відомі політичні наслідки. Охарактеризуємо кожну зі зазначених категорій.

Суспільно-політична ситуація. Новітня історія України насичена перманентними виборчими кампаніями і потрясіннями, що виникали внаслідок них. Як і будь-яка інша складна проблема, озвучена також має варіанти простих трактувань і пояснень. Не обтяжені глибиною думки експерти стверджують, що причиною зазначеного факту є низька політична культура наших громадян. Як кожне спрощене трактування складної й затяжної проблеми, таке пояснення не витримує найпростіших контраргументів. Зокрема, таких:

1. Рівень політичної культури виборця проявляється в його участі у виборах та в усвідомленому голосуванні. Активність наших громадян на виборах загальнодержавного рівня завжди була високою, а в доленосних, визначальних виборчих кампаніях навіть перевищувала 80% і в окремих регіонах наближалася до позначки 90%.

2. Чи вибір громадян був усвідомленим і зрілим? Без сумніву, так – у всіх тих виборчих округах, де виборцям давали можливість його зробити. Інша річ, коли на виборчих дільницях спостерігачі виконували функцію наглядачів, члени комісії голосували за немічних людей поважного віку, а виборців під страхом звільнення з роботи змушували фотографувати бюлетені після голосування як доказ обрання «правильного» кандидата.

Отож, звинувачення у низькій політичній культурі українців є безпідставними та неаргументованими. Виборча кампанія проходила у рік найвищого національно-патріотичного піднесення за всю історію української незалежності, оскільки збіглася в часі з найпрестижнішим спортивним святом для Старого Світу – футбольним чемпіонатом Євро-2012, серед співгосподарів якого вперше була Україна. Футбольний турнір відчутно посприяв ідентифікації нації, спричинив прояви патріотизму у тих громадян країни, які доти українцями себе не вважали, заклав паростки національних зерен у регіонах, для яких завжди була пріоритетною тільки їхня «крайова ідентичність»: «ми жителі Донбасу», «ми – кримчани» і т. д.

Партія влади зарахувала до своїх політичних надбань відносно добре організований та проведений європейський футбольний форум, який підвищив міжнародний імідж України у світі й посприяв її утвердженню як європейської держави. Провладні та підконтрольні їй ЗМІ широко використовували цей факт у рекламно-пропагандистських цілях.

Ухвалою Конституційного Суду було поновлено дію Основного закону України у редакції 2006 року, тобто держава знову стала президентсько-парламентською з вираженими домінуючими повноваженнями глави держави. Суспільно-політичну ситуацію на початковому етапі виборчої кампанії визначали такі знакові події, як сумнозвісні «харківські угоди», що продовжили перебування російського Чорноморського флоту в Севастополі на чверть століття, та

«мовний закон» Ківалова-Колесніченка, який мав на меті не просто звузити сфери функціонування державної мови, а фактично витіснити її з усіх інституцій у регіонах, у яких домінував «язык» теперішнього агресора. Два ключові лідери опозиції – колишній міністр внутрішніх справ, депутат парламенту декількох скликань Юрій Луценко та харизматичний экс-прем'єр-міністр і головний опонент В. Януковича на президентських виборчих перегонах Юлія Тимошенко перебували у місцях позбавлення волі внаслідок необґрунтованих звинувачень, які більшість українців сприймала як брутальну форму політичної розправи з ідеологічними супротивниками. Малий і середній український бізнес на знак протесту організував безуспішний Податковий майдан, а від свавілля міліціонерів, митників, працівників Служби безпеки, суддів і суддівського інституту загалом, який зі сарказмом усе голосніше почали іменувати не інакше як «найсправедливіший суд у світі», українське суспільство потерпало системно й всеохопно. Вищеперераховані фактори стали причиною зростання безробіття й реального скорочення величини матеріальної винагороди за важку фізичну й інтелектуальну працю, зумовили виникнення протестних настроїв у суспільстві, інтенсивність яких змінювалася залежно від регіону. Високий рівень опозиційності був у центральних областях України, найвищий – на західних її теренах і, що найважливіше, дещо менший, але все-таки критично високий у столиці держави. Кияни з перших днів президентської каденції В. Януковича не сприймали ні його вузькорегіональної команди, ні стилю, форм та методів його політичного керівництва. Контрольований адміністрацією глави держави парламент – Верховна Рада України – втрачав вплив на політичний процес і поступово перестав виконувати одну з основних функцій у демократичній державі – виступати дієвим важелем стримування виконавчої гілки влади, яка в Україні хоч і складалася з Кабінету Міністрів та інституту президентства, але за Конституцією у редакції 2006 року Кабмін фактично функціонував як один зі структурних підрозділів Адміністрації Глави Держави. Керівник президентської Адміністрації виконував роль тіньового глави уряду і часто фактично керував урядом, залишаючи відповідальність за наслідки свого управління на Прем'єр-міністрові.

Склад Верховної Ради VI скликання, хоч і обирався 2007 року за пропорційною виборчою системою, не відображав електоральних настроїв і політичних уподобань суспільства з таких основних причин:

1. У партійних списках демократичного крила політичних партій на дострокових виборах 2007 року було чимало осіб, які називали себе спонсорами парламентських партійних організацій, майже не приховуючи свій вплив на «рядових» членів парламенту і навіть на лідерів депутатських фракцій. Їхній вплив на роботу фракцій був настільки вагомий, що партійні «грошові мішки» дозволяли собі навіть не зауважувати членів фракції, не те що враховувати їхню позицію. Щомісячно фінансисти фракції дотували кожного члена фракції в астрономічних для пересічного українця величинах – у межах 20–50 тисяч умовних одиниць. А відтак вважали, що мають право претендувати на його політичну смиренність і використовувати його голос у власних цілях.

2. Народний обранець фактично не представляв інтересів своїх виборців у парламенті, не мотивував своїх дій, керуючись власними політичними мірку-

ваннями, уподобаннями й визначеними критеріями, а перетворювався на засіб для голосування. Голосував особисто, а за його відсутності цю функцію виконували товариші-«кнопкодави». Регіонали та їхні політичні соратники взагалі голосували за помахом руки фракційного диригента Михайла Чечетова, що не раз шокувало представників закордонних засобів масової інформації та іноземних гостей із парламентів європейських країн.

3. Окремі фінансисти партій не могли залишатися в опозиції в умовах стилю керівництва В. Януковича і знакових членів його команди, а тому спочатку голосували в унісон із провладними фракціями, а згодом перейшли з демократичного крила парламенту у позафракційні групи. Окремі з них навіть приєдналися до провладної більшості. Непостійність та непослідовність своїх політичних уподобань вони мотивували доцільністю ведення бізнесу і збереженням робочих місць для найманого персоналу власних підприємств. За «грошовими мішками» перейшли наближені до них депутати, для яких ідеологічні критерії політичної діяльності не були визначальними. Український народ надав своїм обранцям представницькі мандати як носіям певних ідеологічних платформ та концепцій, а вони, натомість, зрадили своїх виборців. Незабаром опозиційні ЗМІ нарекли їх «тушками». Електоральні настрої суспільства не проектувалися на структуру парламенту, і дистанція між ними з кожним наступним місяцем правління В. Януковича, лише збільшувалася. Особистий рейтинг глави держави стрімко продовжував знижуватися, Партії регіонів – також, а чисельність провладних фракцій у парламенті продовжувала зростати. Це й зумовлювало неминуче напруження у державі.

4. Окремі депутати-демократи проєвропейської орієнтації повірили у те, що «Великий Дон» і його команда «прийшли надовго, а можливо, і на їхнє політичне завжди», тому були змушені вдаватися до політичного роздвоєння: у своїх переконаннях, міркуваннях й уподобаннях залишатися незмінними прихильниками тієї частини електорату, яка наділила їх владними повноваженнями, а у своїх діях вдаватися до примирення з провладними фракціями, голосуючи щораз частіше в унісон із ними. Демократичні ЗМІ регулярно й послідовно, як, зрештою, і підконтрольна опозиції преса, повідомляли про ситуативних соратників Партії регіонів. Подібні повідомлення ставали дієвими механізмами впливу на політичні орієнтири народних депутатів. Дехто з них, як, для прикладу, Олесь Доній, частково логічно обґрунтував результат свого голосування в прямому ефірі рейтингової телевізійної передачі й запевнив свої виборців, що його союз із партією влади – не більше ніж збіг низки факторів, який трапляється не частіше як один раз на всю каденцію. До честі політика, як згодом ми не раз мали можливість пере-свідчитися, політичного курсу він суворо дотримувався. Інша ж частина згаданої категорії опозиційних депутатів, з'ясувавши, що її політичне переорієнтування стало відоме широкій громадськості, почала відкрито голосувати з партією влади. З кожним місяцем кількість цих депутатів збільшувалася, що викликало тривогу в демократичних колах.

На перебіг парламентської виборчої кампанії вплинули події, пов'язані з Помаранчевою революцією. Її активні учасники, що в буремні революційні дні були чільними членами помаранчевого табору, об'єдналися в категорію політичних лідерів нової генерації, проаналізували помилки й прорахунки своїх тодіш-

ніх політичних лідерів і спершу змодельовали, а згодом таки сформували цілком конкурентну виборчу команду, промовисто назвавши її Об'єднаною опозицією «Батьківщина». Оскільки політичні амбіції лідерів ВО «Свобода» Олега Тягнибока та УДАРу Віталія Кличка не до кінця враховували більш досвідчені соратники з Об'єднаної опозиції «Батьківщина», то ці дві сили пішли на вибори як самостійні учасники виборчого процесу.

В активних громадян, які становлять ядро громадянського суспільства, а після згаданої революції таких у нас нараховують щонайменше 7–10%, стан піднесення змінився на фатальне розчарування, яке обумовили передусім перманентні конфлікти між лідерами революції та непродуктивні політичні рішення знакових членів їхніх команд. Деякі з них були настільки абсурдними, що видавалися знущанням із колективного розуму народу, який своїми самовідданістю, рішучістю, волею та мужністю й привів цих осіб на вершину політичної влади. Подібних прикладів, на жаль, можна навести чимало, але з морально-етичних міркувань обмежимося лише публічними діями столичного мера Леоніда Черновецького, який у телевізійному ефірі то демонстрував свої жажливі вокальні здібності, то висів на турніку, як сарделька, то перед входом у мерію організовував публічні псевдоприйоми жителів столиці, то на камеру розповідав, як він пишається тим місцем, куди його вдарив ногою чинний тоді міністр внутрішніх справ. Преса, і це слід вважати однією з найбільших її помилок, не змогла адекватно оцінити дії згаданого політика і йому подібних. Вона обмежувалася іронічними «голками» і, досхоучу кепкуючи, смакувала витівками мера. У суспільстві, що виразно орієнтувалося на європейські цінності й традиції, і державі, у якій тривав глобальний трансформаційний період переформатування політичної системи, таку роль преси, особливо її демократичного сегменту, не можна назвати відповідальною, а головне – спрямованою на зміцнення країни.

Однак саме завдяки Помаранчевій революції громадянське суспільство за своїло урок, суть якого влучно сформулював Петро Мага, другий ведучий ток-шоу «Шустер live», в інтерв'ю Наталії Двалі: «Не можна ніким зачаровуватися, особливо політиками, щоб потім не розчаровуватися» [2].

До визнаних антислуг влади на чолі з Віктором Януковичем варто зарахувати поглиблення розриву, а фактично політичної прірви між свідомими представниками громадянського суспільства і людьми, показово байдужими до політичних процесів у країні. Цитованого нами відомого журналіста й поета найбільше обурює факт, що 90% жителів України можуть публічно заявити: «Та мені пофіг, хто буде при владі, від цього нічого не зміниться». Адже він – людина, яка більш ніж десять років працює в прямому ефірі найпопулярнішого в країні політичного ток-шоу, – добре розуміє, що саме такої байдужості свого народу і прагнула досягти не одна владна команда українських політиків. Команді В. Януковича це вдавалося чи не найкраще за два з половиною роки від початку правління. Вона сповна використовувала арсенал підконтрольних, в основному, ефірних ЗМІ, серед яких перевагу мало телебачення.

Об'єднана опозиція «Батьківщина» і правляча Партія регіонів із її сателітами мали кардинально відмінні погляди й сподівання на парламентську виборчу кампанію. Опозиція відкрито й послідовно прагнула своєрідного політичного ре-

ваншу – перемогти на виборах і сформувати переконливу, в ідеалі конституційну більшість, щоб через інститут парламентаризму виступити дієвим механізмом противага і стримувань автократичних намірів і посягань виконавчої гілки влади. Правляча партія, натомість, прагнула повністю контролювати новий парламент.

Правові особливості кампанії. Виборча кампанія 2012 року відбувалася за нестійкою змішаною чи, за твердженням Андрія Магери, паралельною виборчою системою, і в цьому полягала її головна ознака. У листопаді 2011 року цю модель протягнула через парламент владна більшість, якимось змусивши опозиційне крило ВР піти на компроміс. Про два аспекти недосконалості цієї системи на сторінках журналу «Корреспондент» виразно висловлювався заступник голови ЦВК, зазначаючи, що ця система зумовила доволі дивне, непрогнозоване і досі ще до кінця не зрозуміле голосування в Центральній Україні: за партійними списками – за одну політичну силу, а за мажоритарників – за другу. Як зазначає дослідник А. Магера, ще однією її системною вадою є те, що «в українських умовах мажоритарна складова має високий рівень «корупціогенності», оскільки підкупити виборців, залякати їх в умовах окремого мажоритарного округу набагато легше, ніж зробити це в масштабах усієї України» [1].

Другою важливою ознакою виборчої кампанії було вилучення із бюлетеня графи «проти всіх». При цьому законодавець керувався позицією, що нова правова норма зумовить більшу активність виборця, який у підсумку має визначитися, хто з політиків пропонує йому реалістичну програму і чий переконання відповідають його ідеологічним орієнтирам. Невдоволений та озлоблений виборець визначився і проголосував за найрадикальнішу, як згодом стверджувала І. Бекешкіна, політсилу – Всеукраїнське об'єднання «Свобода».

Третім правовим нововведенням було позбавлення політичних партій права об'єднуватися у виборчі блоки. Законодавці стверджували: ця норма зумовлена доцільністю прозорішої структуризації майбутнього парламенту й дотриманням політичними партіями своїх ідеологічних платформ. Публіцист Ігор Лосев принагідно зазначив на сторінках «Дня»: «Я болісно намагаюся пригадати хоча б один ініційований закон ПР без «подвійного дна» [4].

Інформаційний аспект кампанії досліджували науковці Наталія Костенко та Сергій Макеев, зазначивши у моніторингу, який регулярно впродовж кампанії проводила Академія Української Преси, що на восьми українських телевізійних каналах («Інтері», «1+1», «Новому каналі», «Україні», «СТБ», «ICTV», «Першому національному» і «ТВі») у розпал виборчих перегонів, за півтора місяця до дня голосування «у новинах не було підвищеної уваги до політичних тем – частка політичних новин у загальному потоці становила 28%». Наталія Костенко вважала, що абстрагуванням від політичних подій «канали чітко втілюють у життя свої стратегії і, судячи з усього, не збираються їх змінювати» [3].

Стійку тенденцію до деполітизації новин С. Макеев пояснив зниженням інтересу реципієнтів до політики у багатьох сучасних європейських країнах, але водночас наголосив, що «у нашій країні це одна зі стратегій, обраних владою: мовляв, припинить думати про політику, більше думайте про повсякденні справи і поточну несправедливість». Дослідника тривожив факт, що «характерною рисою політичних новин є знецінення виборів <...>, в сюжетах нема пояснень програм партій, а також не лунає думка, що вибори можуть щось змінити у країні».

Аналітики Академії Української Преси муслили з прикрістю констатувати «критичне зниження стандартів подачі інформації у новинних телепрограмах». За два місяці до дня виборів «лише кожне сьоме повідомлення (13%) мало дві позиції <...>. Найбільше їх на «ТВі» – 23%, найменше – на «Першому національному» (3%) та «СТБ» (9%). При цьому статистики й результатів опитувань громадської думки майже немає».

У друкованих ЗМІ, зокрема тих, що стали об'єктом нашого дослідження, не простежувалося редакційної політики, спрямованої на деполітизацію новин та інформаційно-аналітичних матеріалів. Виборча тематика висвітлювалась значно повніше, із більшим чи меншим дотриманням професійних стандартів (зокрема щодо толерантності).

Висновки. Аналізована парламентська виборча кампанія стала своєрідним рубіконом, подолати який зі своїми завданнями намагалася як провладна Партія Регіонів із політичними соратниками, так і Об'єднана опозиція «Батьківщина». У цій виборчій кампанії був застосований адміністративний ресурс й проявилася політична корупція як щодо конкретних мажоритарних кандидатів, так і щодо цілих політичних організацій. Зміна законодавства і запровадження змішаної виборчої системи обумовили формування у парламенті за результатами голосування провладної більшості. У засобах масової інформації виборча кампанія висвітлювалась нерівномірно й несистемно. В ефірних ЗМІ були спроби применшити її важливість та доленосність. На загальнополітичних каналах, зокрема «Першому національному» та СТБ, порушувалися професійні стандарти щодо збалансованості думок та позицій.

Натомість у друкованих ЗМІ – тижневику «Дзеркало тижня в Україні», газеті «2000» та «День», журналі «Корреспондент» – тема виборів була однією із провідних, де політизації інформаційно-аналітичних матеріалів нам виявити не вдалось. Виборчі перегони в друкованих ЗМІ висвітлювались з певними окремими ідеологічними відтінками, але преса вирізнялася серед інших ЗМІ більшою виваженістю, толерантністю й послідовністю.

1. Вецко Е. Мажоритарная нома / Евгения Вецко // Корреспондент. – 2014. – № 32. – 15 арг. – С. 24–26.

2. Двали Н. Телеведущий, поэт и шоумен Петр Мага: "Не Президент надавил на "1+1", чтобы выгнать Шустера, а другой высокопоставленный политик – второй человек в государстве" / Наталия Двали // Бульвар Гордона. – 2015. – № 50 (554). – С. 4.

3. Дорош М. Перед виборами без стандартів. Моніторинг АУП [Електронний ресурс] / Марина Дорош // Телекритика. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/pered_viborami_bez_standartiv_monitoring_aup/

4. Лосев І. Чому журналістика не можлива без довічної самоосвіти? / Ігор Лосев // День. – 2012. – 19-20 жовт. – С. 19.

5. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту : навч.-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2013. – 340 с.

SPECIFIC FEATURES OF 2012 PARLIAMENTARY ELECTION CAMPAIGN: INFORMATION AND LEGAL ASPECTS

Vitalii Peresada

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chupryny str., 49, Lviv, 79044, Ukraine
e-mail: journft@franko.lviv.ua*

The article focuses on the parliamentary election campaign which was organised according to a mixed electoral system in a certain social and political context. The information and legal aspects of the campaign have been singled out. The emphasis is placed on the fact that the results of the election campaign caused the rise of protests in the society.

Keywords: parliament, election campaign, social and political context, mass media.

ОСОБЕННОСТИ ПАРЛАМЕНТСКОЙ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ 2012 ГОДА: ИНФОРМАЦИОННЫЙ И ПРАВОВОЙ АСПЕКТЫ

Виталий Пересада

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко
ул. Генерала Чупринки, 49, г. Львов, 79044, Украина
e-mail: journft@franko.lviv.ua*

В статье исследовано и проанализировано парламентскую избирательную кампанию, которая проводилась по смешанной избирательной системе в конкретной общественно-политической ситуации, обособлены информационный и правовой аспекты этой кампании. Акцентируется, что результаты избирательной кампании обусловили рост протестных настроений в обществе.

Ключевые слова: парламент, избирательная кампания, общественно-политическая ситуация, средства массовой информации.