

МОНІТОРИНГ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

Лідерами електоральних симпатій на Заході країни є Блок Ющенка „Наша Україна” та Блок Юлії Тимошенко. У Центральному регіоні знов-таки ці два блоки змагаються за перше місце, незначну конкуренцію їм складають СПУ Олександра Мороза та Партія регіонів. Схожа ситуація і на Півночі. На Сході країни безсумнівним лідером є Партія регіонів, яка значно випереджає решту партій. Відповідно Партія регіонів залишається лідером ще у двох регіонах – на Півдні та в АР Крим, де жодна інша політична сила на даний момент не може скласти їй конкуренцію.

Аналіз електоральних уподобань по окремих вікових групах показує, що в групі лідерів, тобто тих трьох партій, що мають найвищу підтримку серед електорату, немає суттєвих розбіжностей у підтримці тієї чи іншої партії представниками якої-небудь вікової групи. Тобто Партія регіонів, Блок Юлії Тимошенко та Блок Ющенка „Наша Україна” є політичними силами, що спираються рівною мірою на всі вікові групи населення.

Телевізійна політична реклама в оцінках населення

Лише 2% виборців не бачили жодної політичної реклами, 21% опитаних зазначив, що їм не подобається жодна реклама, 6% вагалися із визначенням, чи є така реклама, яка їм подобається.

Таблиця 11

**Розподіл відповідей респондентів на запитання: „На телевізійних каналах зараз часто транслюється політична реклама. Реклама яких політичних партій/блоків сподобалась Вам найбільше? ”, %
(березень 2006 р.)**

Партія регіонів	24	Перша група
Народний блок Литвина	19	
Блок "Наша Україна"	15	Друга група
Блок Юлії Тимошенко	12	
Соціалістична партія України	10	Третя група
Громадянський блок ПОРА-ПРП	7	
Опозиційний блок "НЕ ТАК!"	7	
Блок Наталії Вітренко "Народна опозиція"	6	
Комуністична партія України	5	
Український народний блок Костенка і Плюща	5	
Партія "Віче"	5	
Партія зелених України	3	Четверта група
Політична партія "Партія екологічного порятунку "ЕКО+25%"	3	
Блок народно-демократичних партій (НДП)	2	
<i>Інша</i>	0,3	
<i>Не бачив жодної</i>	2	
<i>Не подобається жодна</i>	21	
<i>Важко відповісти</i>	6	

Таким чином, ми маємо декілька умовних груп партій, реклама яких подобається населенню. До першої групи належать партії, чия реклама подобається 20–25% населення, до другої – 10–15%, до третьої групи увійшли партії, чия

реклама сподобалася більш ніж 5% опитаних. Те, наскільки політична реклама тієї чи іншої політичної сили сподобалася опитаним, прямо залежить від їхніх електоральних симпатій.

Очікування змін після виборів

Порівняння даних нинішнього соціологічного дослідження з результатами, які були отримані Українським інститутом соціальних досліджень та Центром „Соціальний моніторинг” напередодні парламентських виборів у березні 2002 р., засвідчує, що населення продовжує зберігати оптимізм, який у нього з’явився трохи більше року тому під час „помаранчевої революції”. Нині ледь не вдвічі більше респондентів (55%) висловили надію на те, що після виборів у Верховній Раді України буде створено стабільну більшість і це дозволить їй працювати ефективно.

Таблиця 12

Розподіл відповідей респондентів на запитання: „Чи буде, на Вашу думку, після виборів створена стабільна більшість у Верховній Раді України, що дозволить їй ефективно працювати”, %

	<i>Березень 2002 р.</i>	<i>Лютий 2006 р.</i>	<i>Березень 2006 р.</i>
Так, буде	29	47	55
Ні, не буде	41	27	24
<i>Важко відповісти</i>	30	26	21

Цікавим є ставлення до перспектив створення стабільної більшості серед представників різних політичних уподобань. Серед тих, хто підтримує „помаранчеві” партії та виборчі блоки, залишається більше оптимістів, ніж серед їхніх супротивників.

Таблиця 13

Розподіл відповідей респондентів на запитання: „Якою буде ця більшість – пропрезидентською чи опозиційною до діючого президента України?”, % (березень 2006 р.)

Пропрезидентська	34
Опозиційна до діючого Президента	40
<i>Важко відповісти</i>	26

Перехресний аналіз відповідей щодо очікувань створення більшості та відповідей на запитання, якою буде ця більшість, показує:

- 30% вірять в те, що буде створена більшість і що вона буде пропрезидентська;
- 28% вважають, що буде створена опозиційна більшість;
- 5% вірять у створення більшості, але не можуть визначитися із тим, якою вона буде;