

## ПОЛІТТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ В УКРАЇНІ

**Яковлєва Н. І.,**

кандидат політичних наук,

викладач кафедри соціології

Національного технічного університету

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Стаття присвячена президентським виборчим кампаніям у період Незалежності. Окреслено технологічні риси виборів Президента України (1991–2019). Виокремлено специфіку ефективних стратегій кандидатів, які в першому турі виборів здобули перемогу. Розкрито особливості політтехнологічного протистояння кандидатів у другому турі президентських виборів.

Статья посвящена президентским избирательным кампаниям в период Независимости. Очерчены технологические характеристики выборов Президента Украины (1991–2019). Сформулирована специфика эффективных стратегий кандидатов, победивших в первом туре выборов. Раскрыты особенности политтехнологического противостояния кандидатов во втором туре президентских выборов.

The article is devoted to the presidential election campaigns during the Independence period. The political technology features of the election of the President of Ukraine (1991–2019) have been outlined. The specifics of the efficient strategies of the candidates, who won the first round of the elections, have been singled out. The peculiarities of political counterstrategy of candidates in the second round of the presidential elections have been revealed.

**Ключові слова:** політичні технології, вибори, президентські вибори, Президент України, електоральні процеси.

---

**Постановка проблеми.** Інститут президентства був запроваджений в Україні з набуттям незалежності держави. Із 1991 року неодноразово відбувалися зміни форми державного правління, а відповідно, відрізнявся політико-правовий статус глави України, проте завжди президентська виборча кампанія і політична боротьба за найвищу посаду характеризувалася застосуванням великого арсеналу електоральних технологій.

Формально в Україні президент є главою держави і конституційним органом, хоча і не очолює жодну з гілок влади. Навіть за умов нині діючої редакції Конституції України, в якій закріплена парламентсько-президентська республіка, повноваження глави держави є достатньо широкими. Окрім того, в Україні продовжується формування системи стримувань і противаг між різними гілками влади, тому президенти України нерідко використовували цей процес для збільшення свого політичного впливу.

**Виклад основного матеріалу.** Швидкі суспільні трансформації і зміни політичних конфігурацій призводять в Україні до того, що тільки Л. Кучмі (1994 і 1999 року) вдалося забезпечити перемогу на президентських виборах двічі поспіль, а інші президенти здобували перемогу лише один раз, зокрема Л. Кравчук (1991 рік), В. Ющенко (2004 рік), В. Янукович (2010 рік), П. Порошенко (2014 рік).

На 31 березня 2019 року призначено чергові вибори Президента України, які є сьомими в історії Незалежності, тому питання використання політичних технологій для здобуття перемоги або підвищення власного електорального рейтингу певним кандидатом залишається актуальним як із практичної, так і з теоретичної точок зору.

Коло наукових пошуків щодо президентських виборів є достатньо широким. Зокрема, специфіку цієї проблеми в політтехнологічному аспекті досліджували М. Бойчун, В. Гончарук, О. Колесников, О. Поліщук, О. Топлиго. З юридичної точки зору інститут президентства в Україні досліджували О. Волощук, І. Корж, В. Кохановський. Що стосується західних дослідників, то більше уваги стосовно президентських виборів в Україні присвячено періоду «Помаранчевої революції», зокрема в роботах П. Д'Аньєрі, Е. Уілсона. Інші президентські кампанії описували Г. Флікке, Е. С. Херрон.

Перемога на президентських виборах забезпечується рядом чинників, серед яких: особистий рейтинг кандидата, базова ідея, меседжі і програма, що відповідає сучасним соціальним настроям, основні

проекти і попередні здобутки, партійно-організаційна структура, консенсус політичних еліт, підтримка іншими кандидатами. Відповідно, метою дослідження є розкрити особливості найбільш ефективних політичних технологій, що використовувалися на президентських виборах у період Незалежності України.

Із поставленої мети наукової роботи постають такі головні завдання: окреслити характерні технологічні риси кожної президентської кампанії, виокремити специфіку введення передвиборчих кампаній, де перемога кандидатом була здобута в першому турі виборів; представити особливості протистояння кандидатів у другому турі президентських виборів.

У загальнонауковому розумінні вибори є демократичним способом формування влади, що підтверджує її легітимність, волевиявленням народу та методом делегування повноважень. Часто в науковій літературі є широке і вузьке трактування поняття «вибори»: 1) весь виборчий процес, тобто час від дати призначення виборів до оголошення результатів; 2) сам день голосування. В даній статті до уваги береться широке трактування визначеного терміну.

З юридичної точки зору «президент» визначається як виборний глава держави. Саме тому поняття «глава держави» є родовим по відношенню до поняття «президент» і загальним для глав держав як із республіканською, так і з монархічною формами правління. Видовими ознаками поняття «президент» є виборність і визначений строк повноважень [1, с. 54].

Юридично президентські вибори визначаються двома головними документами: Конституцією України [2] і Законом України «Про вибори Президента України» [3]. Відповідно до них строк повноважень президента складає 5 років, одна особа не може бути президентом більш, ніж два строки поспіль, вибори відбуваються шляхом прямого всенародного голосування за мажоритарною системою абсолютної більшості в загальнодержавному одномандатному окрузі.

Варто відзначити, що ці базові принципи не змінювалися з 1991 року, проте постійно триває дискусія щодо їх корегування. Зокрема, чи мають вибори Президента бути прямими, чи, можливо, потрібно змінити цей принцип і перейти до способу обрання глави держави шляхом голосування в парламенті. Так, суттєвими перевагами обрання президента народом є його зв'язок із виборцями, що підвищує легітимність мандату, проведення більш незалежної політики стосовно парламенту. Крім цього, обрання президента безпосередньо громадянами в цілому потенційно перетворює його на справжнього лідера нації [4, с. 54].

У цьому ж контексті триває оцінка доцільності збереження мажоритарної системи абсолютної більшості для виборів Президента України. В. Гончарук вважає, що до переваг такої системи слід віднести: розширення можливостей електорального вибору (в першому турі виборець голосує за кандидата, якому він віддає перевагу, не побоюючись втратити власний голос, адже ймовірним є другий тур голосування з можливістю передати голос іншому кандидату); право виборця персонально голосувати за кандидата, підтверджуючи свій вибір або змінюючи його в залежності від обставин політичної боротьби); формування широких коаліцій підтримки довкола кандидата в президенти між першим і другим туром виборів [5, с. 394].

За мажоритарною системою абсолютної більшості для перемоги кандидат має набрати в першому турі – мінімум 50%+1 голос. Якщо ж такого не сталося, то відбувається другий тур голосування між двома кандидатами, які здобули найбільшу кількість голосів у першому турі, і за цих обставин переможець визначається на підставі відносної більшості голосів. Варто відмітити, що два рази в історії України кандидати здобували перемогу вже в першому турі. Це відбулося в 1991 році, коли перемога була за Л. Кравчуком, під час перших виборів в історії незалежної України, і в 2014 році, коли президентом став П. Порошенко. В обох випадках застосовувалася політична технологія безальтернативності вибору кандидата-переможця.

У 1991 році Л. Кравчуком була запропонована політична програма «Нова Україна», що базувалася на принципі п'яти «Д»: «Державність. Демократія. Добробут. Духовність. Довіра» [6, с. 187]. Головним іміджевим позиціонуванням Л. Кравчука на цих виборах було творення образу борця за незалежність України, і відповідно, єдиного політика, хто здатен нести відповідальність за розвиток держави.

Вибори 1991 року відбувалися одночасно з проведенням всеукраїнського референдуму на підтвердження Акта проголошення незалежності України. До виборчого бюлетеня було включено шість кандидатів на посаду Президента України: В. Гриньов, Л. Кравчук, Л. Лук'яненко, Л. Табурянський, В. Чорновіл, І. Юхновський. Л. Кравчук отримав 61,59% голосів виборців, а активність виборців склала 84,32% [7, с. 74].

Фактично ця безальтернативність Л. Кравчука ґрунтувалася ще на політичних традиціях СРСР. Так, П. Д'Аньєрі стверджує, що до того, як була прийнята Конституція України в 1996 році, фактично діяли радянські закони, тому перші два президенти України є персонами пострадянської епохи [8, с. 75].

Президентська виборча кампанія Л. Кравчука в 1991 році підтвердила сучасну «класичну» тезу, що особисті зустрічі і спілкування кандидата з виборцями є найбільш ефективною політичною технологією. У той час командою Л. Кравчука впроваджувалися відвідини міських базарів, які справляли масштабне позитивне враження на громадян [9, с. 78].

Виборча кампанія П. Порошенко, як друга в історії Незалежності, де перемога була здобута кандидатом у першому турі виборів, проходила в умовах втрати територіальної цілісності, збройного протистояння на сході держави. Гаслом і програмою виборчої кампанії кандидата П. Порошенко було «Жити по-новому» [10].

Базовим мобілізаційним меседжем став «Обери мир», адже однією з передвиборчих обіцянок П. Порошенко було швидке завершення АТО і мир на Донбасі. Фактично відбувалося насаджування політичної ідеї, що тільки П. Порошенко може встановити мир в Україні: «Обери мир – обери Порошенко».

У результаті виборів П. Порошенко отримав 54,7% голосів виборців, у той час як найближчий конкурент Ю. Тимошенко здобула лише 12,81% [11]. Перемога П. Порошенко у 2014 році відбулася з великим відривом, проте вже у 2019 році головними конкурентами на президентське крісло знову є П. Порошенко і Ю. Тимошенко, яка з початку 2000-х років закріпила за собою політичний імідж «головної опозиціонерки правлячого режиму».

Варто відзначити ще одну особливість президентської кампанії 2014 року, враховуючи тогочасні історичні обставини. Це була дострокова президентська кампанія, тобто вона була короткою за організаційним процесом і термінами агітації. Позачергові кампанії в Україні завжди характеризуються слабкістю передбачуваності результатів виборів, бо суспільні настрої змінюються стихійно. Усього в історії Незалежності було дві дострокові кампанії виборів Президента України: в 1994-му і 2014-му роках. До того ж, саме в ці роки проходили і дострокові парламентські вибори, що є свідченням масштабного перезавантаження виборних органів у державі.

Позачергові президентські вибори в 1994 році були призначені через страйки шахтарів на Донбасі і фінансово-економічну кризу в державі, що супроводжувалося галопуючою гіперінфляцією української грошової одиниці. У той час було два головних претенденти на крісло голови держави: тоді діючий Л. Кравчук і Л. Кучма. І це були другі президентські вибори, які проводилися ще в умовах відсутності Конституції.

Саме в цей період уперше в історії незалежної України використовуються технології розподілу електорату на різні вектори зовнішньополітичного курсу, на територію проживання в західних і східних областях України. В першому турі Л. Кравчук здобув на понад 7% більше голосів виборців, ніж Л. Кучма, проте в другому турі Л. Кучма отримав результат 52,14% підтримки населення [7, с. 74].

Розподіл електоральних симпатій за регіонами України чітко розподілив державу на захід і схід. Так, Л. Кравчук здобув більшість голосів у Тернопільській, Івано-Франківській, Львівській, Рівненській, Волинській, Закарпатській, Чернівецькій, Хмельницькій, Вінницькій областях, а також у Києві, Київській, Житомирській і Черкаській областях, а Л. Кучма – в Луганській, Донецькій, Сумській, Харківській, Полтавській, Дніпропетровській, Запорізькій, Херсонській, Миколаївській, Одеській, Кіровоградській, а також в АР Крим і Севастополі. П. Д'Аньєрі вважає, що Л. Кучма виграв у 1994 році за рахунок своєї проросійської налаштованості [8, с. 82].

Л. Кучма у передвиборчій кампанії використовував такі слогани: «Кучма: порядок, праця і порядність» [12], «За президента Кучми твоє підприємство працюватиме», «Україна – Росія: менше річок, більше мостів» [13]. Команда Л. Кучми робила політтехнологічну ставку на дві базові ідеї: зростання промислового розвитку України, що випливало з біографії кандидата, та посилення взаємозв'язків із Росією, що відповідало настроям пострадянського минулого громадян на Сході.

У середині 1990-х років відбувається еволюція політичних технологій, а саме з 1998 року у виборчих кампаніях починають активно використовуватися засоби масової інформації, зокрема телебачення, в якому політики побачили якісно новий засіб комунікації з виборцями [14, с. 57].

Наступна президентська виборча кампанія відбулася в 1999 році, коли вперше одному і тому ж політику вдалося отримати президентський мандат двічі поспіль. Ця кампанія відзначилася масштабним застосуванням адмінресурсу в інформаційному просторі шляхом застосування важелів впливу за всією вертикаллю виконавчої влади. Основними конкурентами Л. Кучми були кандидати від «лівих» сил, зокрема П. Симоненко.

За твердженням О. Толпиго, через найбільший рівень підтримки в південно-східному регіоні і АР Крим штаб Л. Кучми обрав стратегію, яка була спрямована на залучення підтримки правочентристського налаштованого електорату, сконцентованого в західних і центральних областях. Шляхом застосування політично-маніпулятивних технологій залякування через можливе повернення комуністів до управління державою суспільство було змушене обирати між «двох альтернатив». Л. Кучма переміг за рахунок інтенсивної підтримки західних областей і нейтралітету решти регіонів України [15, с. 133].

Як наголошує І. Поліщук, головний меседж президентської кампанії Л. Кучми у 1999 році полягав у гаслі: «Не допустимо комуністичного реваншу! Утримаємо курс реформ!» [16, с. 254–255].

У результаті виборів Л. Кучма за рахунок розширення електоральних симпатій на заході України через «відвернення червоної загрози» отримав у другому турі 56,25% підтримки громадян, а його конкурент П. Симоненко – 37,8% [17].

Наступна президентська виборча кампанія 2004 року стала переломною історичною подією в історії України, адже вона кристалізувала протестні настрої серед українського населення через авторитарну систему управління і зовнішню політику «багатовекторності», що впроваджувалася Л. Кучмою. Так, політтехнологічно В. Ющенко позиціонували як кандидата від Заходу, а В. Януковича – від Сходу України. Головними аргументами в протиставленні регіонів стали різні зовнішньополітичні орієнтації, а також мовні та культурно-історичні розбіжності [18, с. 241].

Команда В. Ющенко представляла його як прогресивного кандидата, орієнтованого на проєвропейські цінності. Базові ідеї були викладені в передвиборчій програмі «10 кроків назустріч людям» [19]. Головним гаслом його передвиборчої кампанії було «Вірю. Знаю. Можемо», що в подальшому розкривалося через слогани «Мир Вам», «Бандитам – тюрми!», «Закон один для всіх», а загальним мобілізаційним меседжем був слоган «Так! Ющенко» [20].

Саме під час цієї кампанії сталася безпрецедентна подія, на фоні масових протестів після другого туру виборів між В. Ющенко і В. Януковичем, що в подальшому отримала назву «Помаранчева революція». Були призначені повторні вибори Президента України постановою ЦВК від 4.12.2004 року [21]. У результаті повторного голосування перемогу здобув В. Ющенко, який отримав 51,99% електоральних симпатій, а В. Янукович здобув лише 44,2% [22].

За управлінською логікою, як пише Е. Уїлсон, після перемоги В. Ющенко Україна мала б увійти у період стабільного державного розвитку, проте політичні суперечності всередині команди заважали цьому процесу, а опоненти Ющенко мали серйозні ресурси для реваншу [23, с. 204].

Компроміс політичних еліт у 2004 році із самого початку характеризувався поєднанням партизанської амбівалентності і законодавчих прогалин. Такий стан речей призвів до того, що перед стартом наступної президентської кампанії політичні еліти та виборці не оцінювали В. Ющенко як реального претендента на пост глави держави [24, с. 390].

Тому в 2010 році на президентських виборах головна боротьба розгорталася між В. Януковичем і Ю. Тимошенко. Е. Херрон зазначає, Ю. Тимошенко виступила як представниця інтересів заходу України, а Янукович – інтересів сходу. Головні баталії розвернулися у другому турі виборів, де Ю. Тимошенко не змогла завоювати симпатії півдня держави. Якщо аналізувати політичні конфігурації, то В. Янукович був незручним конкурентом для Ю. Тимошенко у другому турі. Наприклад, у С. Тігіпко, якби він був головним опонентом, Ю. Тимошенко виграла б президентські вибори [25, с. 55].

У плані політичних технологій зазначені вибори характеризувалися масштабним використанням адміністративного ресурсу, що дає змогу порівнювати їх із президентськими виборами 1999 року. На цих виборах В. Янукович виступав за посилення взаємовідносин із Росією, позиціонував себе як кандидат, що може повернути стабільність економічного розвитку України. Через політичне протистояння в команді В. Ющенко, що мало публічний характер, а також через наслідки економічної кризи такі тези підтримувалися населенням [26, с. 503].

Цього разу програма, що принесла перемогу В. Януковичу, мала назву «Україна для людей» [27], а деталізація слоганів відбувалася таким чином: «Почую кожного», «Гарантована робота – гідна зарплата», «Стабільна гривня – збереження заощаджень» [28].

За даними ЦВК, В. Янукович здобув перемогу у другому турі з результатом 48,95% підтримки населення України, в той час як Ю. Тимошенко здобула 45,47% [29]. Проте президентський термін В. Януковича був закінчений достроково у зв'язку з масовими протестами, що в подальшому отримали назву «Революція гідності», і його втечею в лютому 2014 року в Російську Федерацію.

Виборча кампанія 2019 року відбувалася на фоні протистояння двох головних конкурентів: П. Порошенка і Ю. Тимошенко, яка технологічно будувала свою передвиборчу кампанію як лідер президентських симпатій на підставі рейтингів соціологічних опитувань. Ю. Тимошенко протягом кампанії реалізовувала базовий проєкт «Новий курс України» [30], а П. Порошенко будував передвиборчу стратегію на базі меседжу «Армія. Мова. Віра».

Загалом, діючий президент завжди має більше можливостей для проведення повномасштабної виборчої кампанії, використовуючи свій статус для поїздок по регіонах держави, представляючи у ЗМІ державні здобутки як свої власні, застосовуючи механізми соціальних виплат як форму непрямої фінансової мотивації громадян. Політтехнологічною особливістю президентської виборчої кампанії 2019 року можна назвати відсутність гострого ідеологічного протистояння і безальтернативність зовнішньополітичного проєвропейського курсу України.

Підбиваючи підсумки щодо всіх президентських кампаній, що відбувалися в період незалежності України (1991, 1994, 1999, 2004, 2010, 2014, 2019 роки), варто зазначити, що кожні вибори характеризуються певними унікальними політично-історичними процесами. Проте за результатами дослідження варто підкреслити, що в період з 1991 року мали місце дві виборчі кампанії, де кандидати здобували перемогу в один тур, тобто набравши більше ніж 50%+1 голос, за постійно діючою мажоритарною системою абсолютної більшості. Це відбувалося у 1991 і 2014 роках, коли перемогу



здобули Л. Кравчук і П. Порошенко. Технологічно вони характеризувалися базовою ідеєю безальтернативності виборів, тобто основним меседжем був «Ніхто, крім кандидата-переможця».

**Висновки.** З 1991 року в Україні відбулося двоє позачергових президентських виборів. Вони відзначалися політично-економічною напругою в суспільстві, короткими термінами агітації, швидкою мобілізацією електорату, непередбачуваністю результатів виборів. Ці кампанії відбувалися в 1994 і 2014 роках, коли перемогу здобули Л. Кучма і П. Порошенко, відповідно.

Сьогодні Л. Кучма залишається єдиним Президентом України, який здобув перемогу на виборах двічі. Проте саме його кампанія 1999 року характеризувалася масштабним використанням адміністративного ресурсу, як і президентська кампанія В. Януковича 2010 року, в якій він здобув перемогу.

Окремо варто наголосити, що часто в період електоральних кампаній розігрується політична технологія ідеологічного, культурного і територіального розмежування громадян, коли захід і схід держави стають віссю поділу електоральних симпатій. Зокрема, найбільш яскравими прикладами таких президентських кампаній можна назвати 1994 і 2004 роки. Також особливим прецедентом в електоральній історії України є призначення повторних виборів президента у 2004 році.

Загалом, кожен президентський виборчий кампанію можна назвати унікальною, враховуючи економічні чинники, політичні конфігурації, соціальні настрої, зовнішні вектори розвитку, передвиборчі стратегії кандидатів, що в подальшому складає історію технологічних успіхів і помилок.

---

### Література:

1. Кохановський В.В. Президент України: розвиток його правового статусу та конституційне закріплення строку повноважень. Юридичний вісник «Повітряне і космічне право». 2012. Т. 3. № 24. С. 53–57.
2. Конституція України: офіц. текст. Київ: КМ, 2013. 96 с.
3. Про вибори Президента України: Закон України від 5.03.1999р. № 474-XIV. Дата оновлення: 01.01.2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/474-14> (дата звернення: 22.01.2019).
4. Волощук О.Т. Теоретичні та практичні проблеми організації інституту виборів Президента України. Вісник Центральної виборчої комісії. 2009. № 1(15). С. 53–59.
5. Гончарук В.П. Проблеми оптимізації інституту виборів Президента України. Інститут Президента України в системі державної влади України: матеріали наукової конференції, м. Київ (17 січня 2014 р.). Київ, 2014. С. 393–397.
6. Мицик Ю.А., Бажан О.Г. Історія України з 1914 р. до наших днів: посіб. для вступників до вищ. навч. закл. Ч. III. Київ: Вид. дім. «КМ Академія», 2003. 208 с.
7. Корж І.В. Вибори в незалежній Україні. Вісник Центральної виборчої комісії, 2007. № 1(7). С. 93–95.
8. D'Anieri P. Understanding Ukrainian Politics: Power, Politics, and Institutional. Taylor and Francis, 2006. 299 p.
9. Кокотюха А.А. Леонід Кравчук. Харків: Фоліо, 2009. 119 с.
10. Передвиборча програма кандидата в Президенти України Петра Порошенка. URL: [https://programaporoshenka.com/Programa\\_Poroshenko.pdf](https://programaporoshenka.com/Programa_Poroshenko.pdf) (дата звернення: 22.01.2019).
11. Позачергові вибори Президента України 25 травня 2014 року. Результати голосування по Україні. URL: <http://www.cvk.gov.ua/pls/vp2014/wp001> (дата звернення: 22.01.2019).
12. Семиженко А. Від Чорновола до Тимошенко: технології українських виборів у 12 історіях. Частина 1. Інтернет-видання «Insider». 15 серпня 2017 р. URL: <http://www.theinsider.ua/politics/5992f82e517b9/> (дата звернення: 22.01.2019).
13. Онищенко В. Українська трагедія. Леонід Кучма. Частина I / під ред. Б. Мацюк. Інтернет-видання «Волинські новини». 21 лютого 2016 р. URL: <https://www.volynnews.com/blogs/poblyzu-lutska-rozkopaly-zakhoronennia-pershoyi-svitovoyi-ukrayinska-trahediia-leonid-kuchma-chastyna-i/> (дата звернення: 22.01.2019).
14. Колесников О.В. Еволюція виборчих технологій в контексті демократичного процесу в Україні. Вісник Центральної виборчої комісії. 2011. № 2. С. 54–62.
15. Толпыго А.К. Интерпретация президентских выборов 1999 года. Полис. 1999. № 6. С. 129–134.
16. Поліщук І.О. Еволюція культури політичних виборів в Україні: монографія. Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2008. 352 с.
17. Вибори Президента України 14 листопада 1999 року. Результати голосування по Україні (загальнодержавний виборчий округ). URL: <http://www.cvk.gov.ua/pls/vp1999/WEBPROC0> (дата звернення: 22.01.2019).
18. Поліщук О.О. Еволюція виборчих технологій в електоральних кампаніях України. Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Політологія, 2017. № 2. С. 234–245.

19. Передвиборча програма Ющенка. Повний текст. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2004/07/9/3001064/> (дата звернення: 22.01.2019).
20. Лозунг «Так! Ющенко» очень эффективен, больше ничего не надо говорить. Интернет-издание «Украинская правда». 26.07.2004. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/news/2004/07/26/4380112/> (дата обращения: 22.01.2019).
21. Постанова Центральної виборчої комісії від 04.12.2004. № 1273. Про призначення повторного голосування з виборів Президента України 26 грудня 2004 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v1273359-04> (дата звернення: 22.01.2019).
22. Повторне голосування 26.12.2004 Вибори Президента України. Результати голосування по Україні. URL: <http://www.cvk.gov.ua/pls/vp2004/wp0011> (дата звернення: 22.01.2019).
23. Wilson A. Ukraine's Orange Revolution. Yale University Press. 2005. 259 p.
24. Flikke G. Pacts, Parties and Elite Struggle: Ukraine's Troubled Post-Orange Transition. *Europe-Asia Studies*. 2008. Vol. 60. Issue 3. P. 375–396.
25. Herron E.S. How Viktor Yanukovych Won Reassessing the Dominant Narratives of Ukraine's 2010 Presidential Election. *East European Politics and Societies*. 2011. Vol. 25. P. 47–67.
26. Bojcsun M. The International Economic Crisis and the 2010 Presidential Elections in Ukraine. *Journal of Communist Studies and Transition Politics*. 2011. Vol. 27. № 3-4. P. 496–519.
27. Передвиборна програма кандидата на пост Президента України, Янукович Віктор Федорович. URL: <http://www.cvk.gov.ua/pls/vp2010/WP009?PT021F01=11&PT001F01=700> (дата звернення: 22.01.2019).
28. Кравчук О. Політична реклама в Україні: президентські вибори-2010 – рик «ТигрЮлі» та реванш Януковича. Інтернет-видання «24 канал». 18.09.2018. URL: [https://24tv.ua/politichna\\_reklama\\_v\\_ukrayini\\_prezidentski\\_vibori\\_2010\\_\\_rik\\_tigryuli\\_ta\\_revansh\\_yanukovicha\\_n1032709](https://24tv.ua/politichna_reklama_v_ukrayini_prezidentski_vibori_2010__rik_tigryuli_ta_revansh_yanukovicha_n1032709) (дата звернення: 22.01.2019).
29. Повторне голосування з виборів Президента України 07 лютого 2010 року. Результати голосування по Україні. URL: <http://www.cvk.gov.ua/pls/vp2010/WP0011> (дата звернення: 22.01.2019).
30. Новий курс України. URL: <https://nku.com.ua/> (дата звернення: 22.01.2019).