

КИЇВСЬКА ШКОЛА ЕКОНОМІКИ

МАГІСТЕРСЬКА ПРОГРАМА З ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ВРЯДУВАННЯ

ДИПЛОМНА РОБОТА

«Популізм парламентських партій Верховної Ради ІХ скликання: порівняльний аналіз»

Студент: Шулімов Станіслав Федорович
Науковий керівник: к. політ. н. Гомза Іван Анатолійович

Для здобуття освітнього ступеня: Магістр
за спеціальністю: 281 Публічне управління та адміністрування

Київ 2020

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	3
ВСТУП	4
ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ.....	5
ДИЗАЙН ДОСЛІДЖЕННЯ.....	8
РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	10
Політична партія «Слуга народу».....	10
Політична партія «Опозиційна платформа- «За життя».....	13
Політична партія «Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина».....	16
Політична партія «Європейська Солідарність»	19
Політична партія «Голос».....	22
ВИСНОВКИ І ДИСКУСІЯ	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	28

АНОТАЦІЯ

Попри те, що під час всіх виборчих кампаній популізм був та є загальною риторикою політичних партій в Україні, ступінь його використання окремими політичними силами залишається актуальним питанням. Також наразі не запропоновано жодного об'єктивного набору критеріїв та маркерів, які б дозволили показати, що одна політична сила застосовує більше популістичних тез ніж інша. На основі проведення перевірки поля популізму українських політичних партій за допомогою виокремлення конкретних маркерів популізму та проведення аналізу програм політичних партій і контент-аналізу промов їх лідерів було встановлено, що найбільш популістичною партією є «Опозиційна платформа- За життя». Більше того, всі партії критикують владу та спрощують дійсність аби досягти підтримки електорату.

Ключові слова: маркери популізму; політичні партії; парламентська виборча кампанія.

Кількість слів: 9569

ВСТУП

Вибори в Україні протягом всієї незалежності перетворюються на виступи політиків, які обіцяють зробити все і одразу. Після перемоги на виборах партії про це забувають, не збираючись виконувати все те, що було прописано в їх програмах або сказано в ефірах. Це означає, що вони вдаються до популізму. Остання парламентська виборча кампанія не стала унікальною, політичні партії все одно використовували популізм як політичну технологію для залучення електорату. Популістичні гасла політичних партій починались від простих обіцянок до відвертих маніпуляцій і нищівної критики попередньої влади.

Проблема: не зважаючи на те, що під час всіх виборчих кампаній протягом незалежності України популізм був та є загальною риторикою політичних партій в Україні, проте ступінь його використання окремими політичними силами залишається актуальним питанням. Політичні партії методично звинувачують одна одну в застосуванні популізму, проте на сьогодні не було проведено жодного порівняльного дослідження щодо рівня популістичності тієї або іншої політичної партії. Ба більше, наразі не запропоновано жодного об'єктивного набору критеріїв та маркерів, які б дозволили показати, що одна політична сила застосовує більше популістичних тез ніж інша.

Актуальність дослідження: Протягом виборчих кампаній політичні партії використовують риторику популізму задля мобілізації електорату, що після виборів приводить до певної депривації людей, оскільки їхні очікування не справджуються і партії не виконують свої обіцянки. Дуже часто програми політичних партій стають творами, які обіцяють все і одразу, але не пояснюють шляхів досягнення тих або інших програмних обіцянок. Актуальність роботи полягає в у створенні рамки вимірювання популістичності тієї або іншої партії, що дозволить проаналізувати риторику партій на предмет нереалістичних обіцянок та загравання з виборцями. Наявність знання про вимірювання популізму призведе до поступового покращення публічної політики у сфері виборчого законодавства, політичних партій та громадянської освіти. Якісна рамка для громадянської освіти у сфері протидії популізму, яку можливо розробити на основі дослідження, дозволить громадянам усвідомити шляхи протидії популізму, що в свою чергу зашкодить популістам отримувати владу, що дозволить прийти до влади дійсним професіоналам, які зможуть якісно керувати державою на основі продуманих рішень.

Робота покликана провести глибинний аналіз основних політичних партій в Україні з акцентом на виокремленні маркерів популізму.

ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ

Дослідники виділяють декілька підходів до вивчення популізму. В праці «Is Chávez Populist? : Measuring Populist Discourse in Comparative Perspective» Кірк Хоукінс виділяє три, на його думку, найбільш поширені підходи до вивчення популізму (Hawkins, 2009). Перший- структуралістській підхід описує соціальні передумови виникнення популізму та асоціює його виникнення з певними стадіями розвитку, в особливості країн, що знаходяться на периферії світової економіки (Cardoso & Faletto, 1979; Di Tella, 1965, 1997; Germani, 1978; Ianni, 1975; Weffort, 1973). Економічний підхід, в свою чергу, описує популізм як певні політики, асоціює популізм з продуктами політики, зокрема тими, що здійснюються по відношенню до бідних (Dornbusch & Edwards, 1991). Третій підхід- політичний знаходить природу популізму в боротьбі за отримання та контроль влади (Roberts, 2003; Weyland, 2001) . На нашу думку, найбільш релевантним підходом до використання у цьому дослідженні, буде політичний, оскільки дослідження присвячене дослідженню саме передвиборчих промов та програм політичних партій, відповідно для цього буде валідно використати політичний підхід.

Одним з найбільш конвенційних визначень популізму є його трактування як тонкої ідеології, оскільки він не має чітко визначених характеристик ідеології і може існувати лише в тандемі з іншими ідеологіями (Mudde, 2007, p. 23, Ahnes Ackerman & Cas Mudde, 2014, p. 5).

Мудде зазначає, що «популізм це тонка ідеологія, яка уявляє суспільство розділеним на дві гомогенні та антагоністичні групи, «народ» та «корумповані еліти». Також зазначається, що політика має бути втіленням «загальної волі» народу (Mudde, 2007, p.23). Народ в розумінні популістів є гомогенним, «чистим» та добродішним. Народ також має суверенітет, на який дуже часто спираються популісти, зазначаючи про бажання народу і його підпорядкування його суверенітету.

Крім цього, на думку популістів, наявність цього «народу» є основою існування гарного суспільства (Albertazzi & McDonnell, 2008a; Mény& Surel, 2002a; Mudde, 2004; Zaslove, 2008).

Оскільки фокусом теоретичного розділу роботи має стати виокремлення маркерів популізму, наразі можна вже виокремити 3 маркери популізму, які ми будемо використовувати при проведенні аналізу промов. Зокрема, першим маркером є наголошення на інтересах, важливості народу, як гомогенної групи без наголошення на певних різних групах з різними інтересами, народ також є найвищою цінністю популістів. Другим маркером є протиставлення народу поганим елітам, яке може проявлятися в різних твердженнях, що ми і спробуємо виокремити в процесі аналізу промов та партійних програм. Третім маркером варто виділити апіорі погану моральну природу еліт, які в контексті популізму в українських реаліях виявляються попередньою управлінською елітою, з якою і борються за владу популісти.

Ті ж автори також наголошують на ще одній дуже вагомій характеристиці популізму, яка підкріплює третій маркер. Як зазначають в своїй статті Анес Акерман та Кас Мудде, важливою рисою популістів, яка відрізняє їх від мейнстрімних партій є розмежування еліти та народу за моральною ознакою, тобто наголошуючи на тому, що еліта є апріорі поганою, корумпованою та має на меті лише тотальне «зло», в той час як гомогенний народ є уособленням добра. Також до третього маркеру популізму можна додати не тільки моральне засудження попередніх еліт, але наголошення на тому, що ці еліти нехтували інтересами народу, яких їх обрав, тим самим втрата попередніми елітами легітимності через невиконання обов'язків перед своїми виборцями (Skolkay, 2000, p.2). Отже, третім маркером є, насамперед, погана моральна природа еліт. (Ahnes Ackerman & Cas Mudde, 2014, p. 5).

В якості четвертого маркеру ми вважатимемо спрощення дійсності та складності політичних перетворень або реформ, будь-яких подій популістами, задля мобілізації електорату. Для підтвердження цієї тези ми використовуємо працю польського дослідника Анджея Сколкай, який зазначає, що «популізм дуже сильно симпліфікує проблеми та пропонує прості, безболісні і дуже часто нечіткі рішення» (Skolkay, 2000, p.2). Про це пише не тільки Сколкай, проте і інші дослідники популізму, а саме Асланідіс, Моффіт та Торней, та Фріден., що описували популізм як «тонку» ідеологію (Aslanidis, 2015; Moffit and Tormeу, 2014; Freedен, 2017). Варто додати до цього і наше розуміння простоти пропозицій популістів: вони зазначають, що рішення проблем є простими, природними та об'єктивними, які не мають ні у кого викликати сумнівів. маркер, як вже зазначалось є дуже важливим для аналізу, оскільки українські політики дуже часто маніпулюють простотою рішення насправді дуже важких проблем або проведення складних реформ, і на основі наукової теорії ми зможемо довести, що певні вислови політиків є популізмом.

Переходячи до визначення та опису п'ятого маркеру популізму, варто зазначити, що його було помітно в українському популістичному дискурсі протягом періоду всієї незалежності, політики також маніпулювали і наголошували на основних практичних характеристиках популізму, що підпадають під трактування цього маркеру популізму, який ми виокремлюємо. П'ятим маркером є наголошення популістами на тому, що вони є частиною народу. Як зазначають «популіст презентує себе як «свого» чоловіка, який розуміє людей, на відміну від корумпованих еліт» (Skolkay, 2000, p.2) (Moffitt & Tormeу, 2014). Анджеј Сколкай зазначає, що популісти намагаються показати, що вони репрезентують певну депривовану групу або декілька груп (Skolkay, 2000, p.2). Для нашого дослідження ця теза є дуже важливою, оскільки українські політики не майже на кожних виборах наголошували на «близькості» до народу і наголошували на тому, що вони є частиною тільки народу, але ніяк не «корумпованих еліт».

Шостим маркером популізму в контексті дослідження ми можемо виділити критику статусу кво, незалежно від того чи дійсно він потребує критики і дійсно є поганим (Лісничук, 2015) (Moffitt & Tormeу, 2014, p. 5). На нашу думку це визначення варто дещо поглибити і додати до загальної критики статусу кво критику популістами всіх здобутків «попередників» і трактування всіх позитивних змін в завідомо

негативному контексті, що в українських реаліях є дуже важливою частиною аналізу емпіричних даних. Ми виділяємо цей критерій окремо від загального визначення популізму, яке винайшов Кас Мудде, оскільки хочемо підкреслити саме безпідставну критику «еліт» популістами, в той час як позитивні зміни за попередньої влади дійсно відбувались, підтверджень чого було дуже багато. Варто також зазначити, що при безпідставній критиці попередньої влади, популісти дуже часто використовують «помпезні» вирази, наприклад, що скоро почнеться нова ера, революційна ера, ера змін тощо (Hawkins, 2009). Це варто підкреслити, оскільки це є важливим уточненням при вивченні саме українського популізму.

Сьомим маркером є те, що автор статті «Is Chávez Populist? : Measuring Populist Discourse in Comparative Perspective» Кірк Хокінс, цитуючи Макгвайра називає «anything goes». Переводячи це в площину нашої роботи, основною характеристикою такого опису зазначеними авторами є нехтування інститутами, процедурами, що дуже часто роблять популісти (McGuire 1997)(Hawkins, 2009). Додаючи до цієї тези, популісти, нехтуючи конвенційними правилами спираються на вже згадану нами «волю народу» і наголошують на тому, що виконання процедур є необов'язковим, оскільки заважає виконувати волю народу і робити зміни (Weyland, 2001) (Hawkins, 2009).

Останнім, восьмим, але не менш важливим за попередні маркери є характеристика популізму, яка належить радше не до дискурсивного, а до стилістичного опису популістів, тобто показує певні тенденції в поведінці популістів, а не в тому, що вони кажуть або пишуть. П'єр Остігі зазначає, що задля мобілізації електорату популісти часто використовують певний «низький» стиль мовлення (Ostiguy, 2009). Також дослідники додають, що популісти при використанні «низького» стилю застосовують сленг, лайку, поводять себе надмірно демонстративно (Moffitt & Simon Torney, 2014).

Отже, задля методологічної ясності та подальшого використання в процесі аналізу партійних програм та промов партійних діячів нами було виокремлено вісім найбільш важливих, на нашу думку, маркерів популізму, які можливо проаналізувати, використовуючи емпіричні дані та методологію про яку буде йтися в наступному розділі. Зокрема, були виділені наступні маркери:

1. наголошення на ключовій ролі народу в прийнятті рішень;
2. протиставлення народу поганим елітам;
3. апріорі погана моральна природа;
4. спрощення дійсності популістами задля мобілізації електорату;
5. наголошення популістами, що вони є частиною народу;
6. критика популістами статусу кво;
7. нехтування популістами інститутами та конвенційними правилами;
8. використання «низької» мови.

ДИЗАЙН ДОСЛІДЖЕННЯ

Варто зазначити, що в рамках дослідження не стояло мети виокремлення конкретної гіпотези щодо популістичності тієї або іншої політичної партії. Дослідження варто віднести до *exploratory research* і його метою є, перш за все, ознайомлення з полем популізму українських політичних партій, виокремлення загальних тенденцій використання популізму українськими політичними партіями протягом парламентської виборчої кампанії 2019 року, яке наразі є недостатньо дослідженим для формування гіпотез.

При процесі проведення дослідження було використано декілька методів.

Класично при проведенні дослідження популізму використовували метод кейс-стаді, а саме обирали або декілька партій в одній країні, або декілька політичних партій з різних країн і проводили порівняльний аналіз на предмет популістичності. Мною було вирішено також використати метод кейс-стаді, а саме обрати п'ять українських партій, що пройшли до парламенту за пропорційною виборчою системою, тобто п'ять кейсів. Кейси були обрані максимально рівні. Зокрема, при аналізі було обрано рівну кількість даних, а саме кількість виступів та промов партійних лідерів від кожної політичної партії.

Другим методом, який став основою для дослідження був контент-аналіз. Зокрема, першою стадією контент-аналізу стало визначення хронологічних рамок. Ця стадія була важливою, оскільки парламентська виборча кампанія в нашому випадку була короткою, а метою дослідження є аналіз саме передвиборчої діяльності політичних партій на предмет наявності маркерів популізму. З огляду на важливість, нами було вирішено взяти хронологічні рамки в період з 20 травня 2019 року по 21 липня 2019 року. Дата 20 травня була обрана з огляду те, що саме на інавгурації Володимир Зеленський заявив про розпуск Верховної Ради XIII скликання, що по суті і стало початком виборчої кампанії. Аналіз популістичності політичної партії «Слуга Народу» є неможливим без аналізу програми їх неформального лідера, а саме Володимира Зеленського, який і забезпечив цій партії настільки великий рейтинг і перемогу на парламентських виборах і більшість в Верховній Раді IX скликання. Відповідно хронологічні разом з програмою партії «Слуга Народу» проаналізовано також буде і програму Зеленського.

Наступним етапом проведення контент-аналізу було виокремлення масиву документів та виступів політиків. Зокрема, для проведення контент-аналізу було обрано п'ять партій що пройшли до парламенту IX скликання, а саме партії «Слуга Народу», «Опозиційна платформа- «За життя», ВО «Батьківщина», «Європейська солідарність» та партія «Голос».

Для проведення контент-аналізу та виокремлення повідомлень, що відповідає маркерам популізму в політичній силі, що отримала перше місце під час виборчих перегонів було обрано Дмитра Разумкова, оскільки саме він став першим номером в списку партії та основним спікером протягом передвиборчої кампанії. Що стосується

політичної партії, яка отримала друге місце на минулих виборах, а саме політична партія «Опозиційна платформа- «За життя», буде відбуватись аналіз промов та виступів Юрія Бойка.

В рамках аналізу популістичності політичної партії Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина» буде відбуватись аналіз промов Юлії Тимошенко. Має сенс також провести аналіз «Нового курсу» Всеукраїнського об'єднання «Батьківщина», який фактично є розлогою політичною програмою партії та допоможе сформувавши більш повну картину щодо популістичності партії.

Промови будуть проаналізовані в рамках дослідження популістичності «Європейської Солідарності». В рамках дослідження популістичності політичної партії «Голос» буде проаналізовано промови Святослава Вакарчука.

Окрім промов та виступів лідерів та перших номерів у списках партій, як вже зазначалось, важливим є проведення аналізу і основних програмних документів цих політичних партій. Варто також наголосити, що проаналізовано було не лише стислі передвиборні програми політичних партій, що були розміщені на веб- сайті Центральної виборчої комісії, проте і політичні партійні програми, що були розміщені на сайтах політичних партій.

Не зважаючи на те, що Володимир Зеленський не був формально керівником або головою політичної партії «Слуга Народу», не брати для аналізу передвиборну програму новообраного Президента України було б помилкою, адже основна частина електорату цієї партії є якраз прихильниками Зеленського та його риторики. В той же час, варто наголосити, що парламентська виборча кампанія партії «Слуга Народу» була безпосередньо пов'язана з виборчою кампанією Володимира Зеленського, а саме була її продовженням, як в політичному плані, так і в плані програми партії, яка містить пункти щодо втілення в життя саме ініціатив Президента, яким став Зеленський. Отже, відносно політичної партії «Слуга Народу» і визначення популістичності цієї партії буде відбуватись також і аналіз програми Володимира Зеленського, проте без аналізу його промов.

Отже, протягом першого етапу проведення контент- аналізу було виокремлено для аналізу 25 промов або виступів зазначених лідерів політичних партій, тобто по 5 промов кожного спікера. Формування вибірки відеоматеріалів відбувалось за доступністю. Основними критеріями формування вибірки промов була тривалість промов- від 24 до 59 хвилин, промови мали бути виголошені в межах окресленого хронологічного періоду.

Також для проведення контент- аналізу було обрано дев'ять текстових документів, а саме дві програми політичної партії «Слуга Народу» (програма Зеленського та програма самої партії), передвиборна програма політичної партії «Опозиційна платформа- «За життя», оскільки програма на сайті партії є ідентичною тій, що на сайті дві програми політичної партії «Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина» (передвиборна програма з сайту ЦВК та «Новий курс»), дві програми політичної партії «Європейської солідарності» (передвиборна програма з сайту ЦВК та

розлога з сайту партії) та дві програми політичної партії «Голос» (з сайту ЦВК та розлога з сайту партії).

На третьому етапі відбувався пошук цитат, шматків тексту в промовах політиків та програмах партій, які відповідають або є близькими за змістом виділеним категоріям, тобто маркерам популізму з подальшим їх кодуванням номером маркера, наприклад «маркер 1», «Маркер 8».

Четвертим етапом стало узагальнення отриманих результатів. Для узагальнення висновків щодо того, яка партія є більш популістичною, а яка менш популістичною, кількість знайдених маркерів популізму була підрахована. Під кількістю мається на увазі як наявність в промовах або партійних програмах того або іншого з восьми маркерів, так і кількість кожного маркера в програмах та промовах. Такий підхід дозволить уникнути неточностей у висновках, якщо, наприклад у однієї партії кожен маркер зустрічається по одному разу, а у іншій декілька маркерів зустрічаються більше десяти разів.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Політична партія «Слуга народу»

Перед початком аналізу популістичності політичної партії «Слуга народу», варто нагадати, що в рамках аналізу програм, буде також проаналізовано і передвиборну програму Володимира Зеленського, оскільки саме програму Зеленського обіцяла втілювати «Слуга Народу», про що також було зазначено в самій програмі партії.

Як в програмі Зеленського так і в програмі політичної партії «Слуга народу» вдалось знайти тези, що відповідають виокремленим нами маркерам популізму. Зокрема, в програмі Зеленського помітно використання «низької» мови, а саме певного народного сленгу, що відповідає восьмому маркеру. Наприклад тези «Де немає оголошень «Робота в Польщі». А в Польщі є оголошення «Робота в Україні» та «Де дороги є, а дурнів – немає» безпосередньо показує використання «низького» стилю в програмі Володимира Зеленського, лідера «Слуги народу» (Передвиборна програма Володимира Зеленського, 2019).

Наявний в програмі тодішнього кандидата на пост Президента України і перший маркер, а саме наголошення на неабиякій важливості народу, як гомогенної категорії. Наприклад, наступна теза доводить наявність першого маркера в програмі Зеленського «Мій перший законопроект: «Про народовладдя». У ньому ми разом закріпимо механізм, за яким тільки Народ України буде формувати основні завдання для влади через референдуми та інші форми прямої демократії» (Передвиборна програма Володимира Зеленського, 2019). В цьому уривку також можна побачити і п'ятий маркер популізму, а саме ототожнення себе з народом, акцент на тому, що Зеленський невіддільний від народу. Той самий п'ятий маркер помітний і в останній тезі програми

Зеленського, де він закликає «змінимо Україну разом»(Передвиборна програма Володимира Зеленського, 2019).

Яскравим прикладом наявності другого, та третього маркеру є ще одна теза з програми Володимира Зеленського, а саме там зазначено «насправді є тільки один поділ: ми і вони. Ми – це Народ України. Вони – це «політичні пенсіонери», які кочують із влади до опозиції, з партії в партію і постійно створюють собі вигідне місце, прикриваючись недоторканністю». Зеленський наголошує на поділі між народом та владою, морально засуджує попередню владу і політиків, що були у владі раніше. Також ця теза містить п'ятий маркер, ототожнення себе з народом (Передвиборна програма Володимира Зеленського, 2019).

Моральне засудження та наголошення на невиконанні владою своїх обіцянок, тобто третій маркер містить наступна теза програми Зеленського «Всі роки влада штучно створювала ситуацію, за якої чесно вести бізнес в Україні для підприємця було практично неможливо». Те ж саме можна помітити і в цій тезі з програми Володимира Зеленського «Бюджет держави повинен стати народною казною, а не системою забаганок народних депутатів.». Також в цій тезі наявний і другий маркер, протиставлення народу і влади (Передвиборна програма Володимира Зеленського, 2019).

В програмі Зеленського також наявні спрощення дійсності, які відповідають четвертому маркеру популізму. Зокрема, в деяких тезах програми не зовсім зрозуміло, яким чином будуть здійснені ті або інші кроки, проте зазначено, що це є метою. В той же час тези є значно спрощеними і не пояснюють конкретні кроки досягнення цих програмних обіцянок. Наприклад теза «Наш вибір – економіка, зорієнтована на потреби кожного громадянина» або «Мета: не брати, не давати, а хто не зрозумів – саджати». Ці тези не пояснюють складності перетворень або кроків, які насправді стоять за обіцянками, що власне і показує на наявність четвертого маркеру популізму (Передвиборна програма Володимира Зеленського, 2019).

Що стосується партійної програми, яка як і всі попередні передвиборні програми, була взята з сайту ЦВК, також містить маркери популізму. Зокрема, продовжується тенденція морального засудження влади, тобто те, що відповідає третьому маркеру популізму. Наприклад, на початку програми зазначено «Але стара політична система, система корупції, брехні та свавілля, не хоче й не здатна змінитися». Також можна помітити і шостий маркер популізму через наголошення на необхідності «кардинальних змін», що написано теж на початку програми (Передвиборна програма політичної партії «Слуга народу», 2019).

Варто відмітити, що програма політичної партії «Слуга народу» містить багато обіцянок, які спрощують дійсність і приховують складність їх виконання. Зокрема, в програмі зазначено про «створення механізму народного вето на щойно ухвалені закони», що є відвертим заграванням з виборцями, а також не зрозумілі механізми втілення цієї обіцянки в життя(Передвиборна програма політичної партії «Слуга народу», 2019).

Загалом, найбільш поширеним маркером в програмі Володимира Зеленського і політичної партії «Слуга народу» є четвертий маркер, який зустрічається дев'ять разів. Восьмий маркер, тобто використання «низької» мови, зустрічається в програмах чотири рази, перший та другий маркер по два рази, третій маркер шість разів, п'ятий маркер чотири рази.

В процесі аналізу п'яти промов Разумкова вдалося виявити сорок дві тези, що містять маркери популізму (Телеканал ZIK (12.06.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал ICTV (18.06.2019), Телеканал 112 (28.05.2019), Телеканал 112 (31.05.2019)).

Перший маркер було простежено в п'яти тезах політика. Зокрема, Разумков наголошував про «государство для людей», «украинское общество сделает свой выбор и даст возможность решить проблему», «Зеленский с народом Украины», що відповідає першому маркеру, а саме наголошення на важливості народу та «суспільства» (Телеканал ZIK (12.06.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал ICTV (18.06.2019), Телеканал 112 (28.05.2019), Телеканал 112 (31.05.2019)). Відповідно, ці тези були закодовані першим маркером.

Не зважаючи на доволі обережну риторичку по відношенню до минулої влади, в промовах голови «Слуги народу» все ж вдалося виявити двадцять дев'ять тез, що відповідають третьому маркеру, критиці політиків або влади. Разумков в більшості випадків критикував парламент, членів парламенту, наприклад, Дмитро Разумков зазначав, що «узурпация власти сейчас происходит в стенах парламента, и они плюют на украинское общество», «есть каста неприкасаемых и мы должны на нее работать», «они сделали», чтобы профессионалы уехали». (Телеканал ZIK (12.06.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал ICTV (18.06.2019), Телеканал 112 (28.05.2019), Телеканал 112 (31.05.2019)).

Тричі Разумков використав тези, що містять спрощення дійсності і наголошують на простоті якихось рішень, наприклад, «не так как обещают, а прийти и снять» зазначав Разумков про недоторканність, або «предлагаю простую систему президенту закон об импичменте, а парламенту о снятии неприкосновенности» (Телеканал ZIK (12.06.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал ICTV (18.06.2019), Телеканал 112 (28.05.2019), Телеканал 112 (31.05.2019)).

Також чотири рази зустрічається у виступах керівника політичної партії «Слуга народу» і «низька» мова, що відповідає восьмому маркеру популізму. Зокрема, Разумков в декількох промовах говорив про «волчий билет», зазначав про «Змея Горыныча» та про «тушек, которых дергали у разных фракций» (Телеканал ZIK (12.06.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал ICTV (18.06.2019), Телеканал 112 (28.05.2019), Телеканал 112 (31.05.2019)).

Отже, загалом в програмі Зеленського, програмі «Слуги народу» та промовах Дмитра Разумкова сім разів зустрічається перший маркер, дві тези відповідають другому маркеру, тридцять п'ять разів вдалось виявити тези, що відповідають третьому маркеру, дванадцять тез відповідають четвертому маркеру, чотири тези п'ятому маркеру та вісім разів тези, що відповідають восьмому маркеру. Загальна кількість тез, що містить маркери популізму склала 68 разів.

Політична партія «Опозиційна платформа- «За життя».

Почати аналіз популістичності політичної партії «Опозиційна платформа- «За життя» варто з пояснення того, що партія по своїй суті є унікальною по своїй ідеологічній складовій, адже вона є відверто проросійською серед всіх інших партій, що отримали мандати і її риторика направлена на відновлення зв'язків з Російською Федерацією, відповідно вони артикулювали і артикують антиукраїнські повідомлення і формують антиукраїнський політичний дискурс. Також необхідно наголосити, що через антиукраїнськість, ця політична партія має свою нішу та свій електорат, і саме через це вони отримали друге місце в виборчій кампанії 2019 року. Відповідно до попередніх тез, узагальнена характеристика популістичності «За життя» полягає в антисистемних проросійських повідомленнях, як проти попереднього Президента України Петра Порошенка, попереднього парламенту та і проти новообраного Президента Володимира Зеленського.

Насамперед аналіз популістичності політичної партії «Опозиційна платформа- «За життя» варто з виокремлення маркерів популізму в передвиборній програмі цієї політичної сили. Задля уникнення потрапляння неофіційної інформації в це дослідження, програма партії була взята з офіційного сайту Центральної виборчої комісії. Програма також повністю відповідає програмі, що знаходиться на сайті партії.

Отже, програма ОПЗЖ має назву «Мир, відповідальність, турбота», оскільки партія наголошує на неодмінному встановленні миру після обрання в парламент (Передвиборна програма політичної партії «Опозиційна платформа- «За життя», 2019).

Також партія пише про те, що їх програма є суспільним договором між українським народом та самою партією. Ця теза відповідає декільком маркерам популізму, а саме першому маркеру, наголошенні на важливості народу, та п'ятому маркеру, акцентуванні на тому, що вони є частиною народу, а в нашому випадку умовними «партнерами» народу після укладання так званого суспільного договору. Перший маркер популізму також можна впізнати і в наступних тезах передвиборної програми партії, а саме вони пишуть, що «Опозиційна платформа — За життя», керуючись інтересами українського народу та української держави, усвідомлюючи загрози та виклики, які постали перед країною, йде на вибори, щоб повернути мир і стабільність» (Передвиборна програма політичної партії «Опозиційна платформа- «За життя», 2019). З цієї цитати можна побачити наголошення цією політичною силою на інтересах народу, і саме важливість українського народу є тією причиною, через яку ця політична партія брала участь у виборчій кампанії 2019 року. Також містить ознаки першого маркеру популізму і наступна теза з програми політичної партії «Опозиційна платформа- «За життя». Вони зазначають, що «забезпечать реальне народовладдя. Повернемо громадянам України право говорити, спілкуватися, навчатися російською та мовами національних меншин» (Передвиборна програма політичної партії «Опозиційна платформа- «За життя», 2019).

Наступна цитата з програми містить три маркери популізму. Зокрема, в партійній програмі зазначено, що «П'ять років влада систематично порушувала права

і обмежувала свободи мільйонів українських громадян. Політика мовних заборон та утисків, втручання влади у справи релігійних громад розколювали українське суспільство, принижували честь та гідність людей» (Передвиборна програма політичної партії «Опозиційна платформа- «За життя», 2019). З цієї тези варто виділити три маркери популізму. Зокрема, другий маркер, «Опозиційна платформа» наголошує на тому, що попередня влада порушувала права українців. Це відповідає другому маркеру, що був виділений на початку роботи, а саме протиставленню еліти і народу, в нашому випадку відбувається протиставлення влади Петра Порошенка та парламенту XIII скликання українському народові. Також з цієї цитати можна побачити третій маркер популізму, а саме, політична партія «Опозиційна платформа «За життя» загострює увагу і морально засуджує попередню владу, тим самим наголошуючи на апріорі негативній моральній характеристиці попередньої влади. Це також підтверджується словами, що влада «принижувала честь та гідність людей».

Наступним маркером, який можна зустріти в передвиборній програмі політичної партії «Опозиційна платформа - «За життя» є виокремлений нами маркер під номером чотири, а саме спрощення дійсності і проблем, шляхів проведення реформ. Зокрема, посилаючись на попередню тезу про дискримінацію населення попередньою владою, в програмі партії зазначається, що «Опозиційна платформа — За життя» припинить політику дискримінації, ксенофобії та радикалізму» (Передвиборна програма політичної партії «Опозиційна платформа- «За життя», 2019). Перший факт полягає в тому, що цієї політики дискримінації і ксенофобії немає, а другий в тому, що партія обіцяє дуже просто це все змінити і виправити, що підпадає під п'ятий маркер-спрощення дійсності. Окрім цієї обіцянки, партія також багато чого обіцяє по інших пунктах. Зокрема, вони обіцяють «шляхом діалогу та компромісів припинимо бойові дії, забезпечимо політичне врегулювання конфлікту та повернемо людей Донбасу через їхню свідомість, забезпечивши гарантії безпеки» (Передвиборна програма політичної партії «Опозиційна платформа- «За життя», 2019). Загалом з цих двох тез можна зрозуміти, що партія намагається спростити дійсність, пропонуючи здійснити важкі реформи і кроки не говорячи про їх тяжкість.

Загалом після аналізу партійної передвиборної програми можна зробити висновок, що партія використовує п'ять перших маркерів популізму, які найбільше стосуються зв'язків народу та влади. В загальній кількості в програмі партії перший маркер зустрічається в програмі Опозиційної платформи три рази, другий та третій- один раз, п'ятий маркер зустрічається три рази. Відповідно можна зробити висновок, що найбільш поширеним серед цієї партії є перший та четвертий маркер, а саме наголошення на надважливості народу та спрощення дійсності.

Окрім аналізу передвиборних програм також було проведено контент аналіз п'яти великих промов- інтерв'ю Юрія Бойка, співголови політичної партії «Опозиційна платформа- «За життя».

Як було зазначено в розділі про методологію, промови були обрані саме з передвиборчого періоду, з 20 травня 2019 року до 21 липня 2019 року (Канал VTVPLUS

(05.07.2019))(7 канал (14.06.2019)) (112 канал (25.06.2019)) (112 канал (13.07.2019) (112 канал (31.05.2019).

Перед узагальненням результатів контент-аналізу промов лідера політичної партії ОПЗЖ варто зазначити, що три з п'яти інтерв'ю, що підпали під контент-аналіз, були розміщені на Youtube каналі телевізійного каналу 112, власники якого є афілійованими до одного з інших партійців Опозиційної платформи- Віктора Медведчука.

Також варто виділити цікаву тенденцію, яка значно виділяє Юрія Бойка з-поміж інших кандидатів, це те, що мені не вдалося знайти відео-матеріалів, де б він брав участь у ефірах з іншими політиками, вдалось знайти тільки інтерв'ю та ефіри з одним або двома ведучими.

Переходячи до самого аналізу, варто сказати, що протягом перегляду відео та проведення контент-аналізу і узагальнення популістичності політичної партії «Опозиційна платформа- «За життя» я дійшов до неочікуваних висновків. Зокрема, за обраною методологією було виявлено, що в промовах Юрія Бойка містилась найбільша кількість тез, що відповідають виділеним маркерам популізму, а саме дев'яносто два маркери.

Тези, що відповідають першому маркеру популізму зустрічаються в промовах Юрія Бойка чотири рази. Найчастіше Бойко використовував слова або речення, в яких йшлося про важливість народу, проте він наголошує на важливості «людей», зокрема майже в усіх промовах він каже про те, що «люди мене говорять, дають накази і я делаю», «источником власти являются люди» тощо (Канал VTVPLUS (05.07.2019))(7 канал (14.06.2019)) (112 канал (25.06.2019)) (112 канал (13.07.2019) (112 канал (31.05.2019)). Проте, варто також зазначити, що риторика важливості народу, відповідно до результатів не є основною у Юрія Бойка.

Тез, що відповідають другому маркеру популізму в промовах Бойка налічується дев'ять. Зокрема, в більшості випадків Бойко наголошував на відірваності минулого парламенту від населення, від «людей» і зазначав, що «парламент сейчас живет совершенно далекой от людей жизнью», «мы защитим право людей жить так, как хотят они, а не как хотят остатки правящей власти» в чому можна помітити явний поділ між народом та елітою, політиками, що безпосередньо відповідає другому маркеру (Канал VTVPLUS (05.07.2019))(7 канал (14.06.2019)) (112 канал (25.06.2019)) (112 канал (13.07.2019) (112 канал (31.05.2019)).

Найбільш уживаними тезами стали тези, які відповідають третьому маркеру популізму. Зокрема, в п'яти промовах Юрія Бойка, тези, що відповідають маркеру три і означають критику влади/еліти або їх моральне засудження зустрічаються п'ятдесят три рази. Насамперед, серед цих тез зустрічалась жорстка критика влади колишнього Президента України Петра Порошенка та уряду Володимира Гройсмана, так і самої партії «Блок Петра Порошенка», яку протягом всіх п'яти промов Бойко називав «партією війни». Також лідер Опозиційної платформи часто виголошував тези «я не знаю, что эта власть вообще делала эти пять лет», «они взяли просто так, глянувши на скелю, подняли цену на газ в 8 разів» (Канал VTVPLUS (05.07.2019))(7 канал

(14.06.2019)) (112 канал (25.06.2019)) (112 канал (13.07.2019)) (112 канал (31.05.2019)). Окрім цього, Бойко жорстко засуджує владу Порошенка за те, що вони «пускають газ по віртуальному реверсу, тем самым зарабатывают компании, близкие к бывшему президенту, а люди переплачивают за газ» (Канал VTVPLUS (05.07.2019))(7 канал (14.06.2019)) (112 канал (25.06.2019)) (112 канал (13.07.2019)) (112 канал (31.05.2019)).

Четвертий маркер вдалося виявити п'ятнадцять разів. Зокрема, найчастіше Бойко використовував загальні обіцянки, що приховують тяжкість дій, а саме він зазначав «да, конечно, мы это точно сделаем», «мы знаем как это сделать» «если есть политическая воля, мы очень быстро можем принять закон о снятии неприкосновенности» (Канал VTVPLUS (05.07.2019))(7 канал (14.06.2019)) (112 канал (25.06.2019)) (112 канал (13.07.2019)) (112 канал (31.05.2019)).

П'ятий маркер було знайдено лише один раз, а саме в тезі, де Бойко пояснював те, що зниження цін на газ «сделает всех нас богаче» наголошуючи на невіддільності його партії і народу і спільності їх інтересів (Канал VTVPLUS (05.07.2019))(7 канал (14.06.2019)) (112 канал (25.06.2019)) (112 канал (13.07.2019)) (112 канал (31.05.2019)).

Сім разів в промовах Бойком було використано тези, що відповідають шостому маркеру популізму, який означає критику статусу кво. Бойко, без наголошення на тому, хто винен зазначав «у нас сейчас в стране разруха» і загалом критикував стан речей, не зазначаючи, хто або що це спричинило (Канал VTVPLUS (05.07.2019))(7 канал (14.06.2019)) (112 канал (25.06.2019)) (112 канал (13.07.2019)) (112 канал (31.05.2019)).

Три рази Юрій Бойко використовував «низьку» мову, усілякі фразеологізми і неофіційну мову, наприклад, «мне вот сказали решать», вот я и решаю» (Канал VTVPLUS (05.07.2019))(7 канал (14.06.2019)) (112 канал (25.06.2019)) (112 канал (13.07.2019)) (112 канал (31.05.2019)).

Отже, загалом в партійній програмі та промовах Юрія Бойка вдалося виявити вживання сімох тез, що відповідають першому маркеру популізму, десять разів тези, що відповідають другому маркеру популізму, п'ятдесят шість разів тези, що відповідають третьому маркеру популізму; вісімнадцять разів зустрічаються тези, що відповідають четвертому маркеру; п'ятий маркер вдалось виявити в одній тезі; шостий маркер було виявлено в семи тезах; останній восьмий маркер було виявлено в трьох випадках. Загальна кількість використаних тез, що містять маркери популізму склала сто два рази.

Політична партія «Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина»

Перед аналізом популістичності політичної партії «Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина» варто відмітити, що це партія, яка чи не найбільше була підготовлена до парламентських виборів, в плані підготовки партійних документів, програм тощо. Зокрема, ще в 2018 році Юлія Тимошенко почала поширювати в маси свою програму «Новий курс», «Новий економічний курс», «Нова народна конституція». Квінтесенцією цих документів став «Новий курс» партії «Батьківщина», який був представлений протягом парламентської виборчої кампанії. Він є розширеною версією

передвиборної програми з деякими вставками на пряму мову Юлії Тимошенко. Доцільним є проаналізувати спочатку передвиборну програму з сайту ЦВК і доповнити аналізом «Нового курсу».

Отже, насамперед варто відмітити, що в скороченій версії програми політичної партії «Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина» найбільше зустрічається четвертий маркер популізму, тобто спрощення дійсності. Зокрема, партія намагається просунути дуже важкі і довготривалі реформи, не зазначаючи нічого про їх складність або тривалість. Також партія обіцяє зробити напрочуд багато за одну каденцію в парламенті. На самому початку програмного документу зазначено, що «Новий Курс України» – це єдина комплексна програма швидкого відродження України» (Передвиборна програма Всеукраїнського об'єднання «Батьківщина», 2019), що відповідає четвертому маркеру, адже наразі дуже важко стверджувати, що «відродження» України можна зробити швидко, як це хоче зробити ця політична сила. Більш того, тут можна простежити тенденцію до того, що партія не має жодних сумнівів, що у неї це вдасться, і це також відповідає четвертому маркеру, в частині простоти рішень і їх повної необхідності та об'єктивності. Також четвертому маркеру відповідає наступна теза в програмі «Ми ефективно втілюватимемо Угоду про асоціацію Україна–ЄС. Наше майбутнє – в ЄС» (Передвиборна програма Всеукраїнського об'єднання «Батьківщина», 2019). Зокрема, тут знову виникають питання до простоти виконання Угоди, також важливо зрозуміти поняття ефективності для цієї партії, адже це не пояснено в програмі, відповідно партія маніпулює складністю кроків, що вони пропонують. Також партія обіцяє, що «буде запроваджено обов'язкове медичне страхування за рахунок коштів роботодавців з одночасним зменшенням удвічі податкового навантаження на їх підприємства. Також «Батьківщина» зазначає, що «ціну на газ для населення буде знижено в 2 рази. Це дозволить удвічі зменшити тарифи на тепло й гарячу воду, адже газ – це головна складова у їх вартості» (Передвиборна програма Всеукраїнського об'єднання «Батьківщина», 2019). Шляхи втілення цієї обіцянки, звісно, не зазначаються, що також є спрощенням тяжкості втілення обіцянки.

В програмі також зустрічається і перші три маркери. Зокрема, наприкінці зазначено, що «люди нарешті відчують позитивні зміни у житті країни» (Передвиборна програма Всеукраїнського об'єднання «Батьківщина», 2019). З цією тези можна побачити шостий маркер популізму, а саме критика статусу кво і заперечення здобутків попередньої влади, наголошуючи на тому, що люди не відчували позитивних змін.

В розширеній програмі «Новий курс України» зустрічаються також і інші маркери популізму. Наприклад, на самому початку розлогого «Нового курсу» зазначено «сьогодні нам потрібен чіткий і покроковий план дій- на коротку і середньострокову перспективу» (Новий курс України, 2019) під «ми» мається на увазі не тільки сама партія «Батьківщина», проте і народ, відповідно «Батьківщина» формує свою програму, наголошуючи на тому, що вони і народ неподільні, що відповідає п'ятому маркеру популізму, а саме наголошення популістами на тому, що вони є частиною народу, а не еліти. Для посилення цієї тези, варто зазначити, що вся програма

написана в стилі не апелювання до народу, а пропозиції втілення всього запланованого разом з народом «разом». Саме тому протягом всієї програми використовується слово «ми», задля того, щоб підкреслити єдність цієї партії з народом.

Розлога програма також містить тези, які відповідають і іншим маркерам популізму, зокрема другого маркеру. В програмі зазначено, що «український народ чекає від влади не пустих заяв, про безальтернативність...» (Новий курс України, 2019). В цій тезі можна побачити протиставлення народу владі, а також дистанціювання «Батьківщини» від колишньої влади, хоча ця партія також була представлена в попередньому парламенті.

Перший маркер популізму можна побачити в іншій тезі програми, зокрема, партія наголошує на тому, що на момент виборів народ не є справжнім джерелом влади в Україні, а має бути. Відповідно, Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина» підкреслює важливість народного суверенітету і ідеалізує народ, зазначає про нього як про гомогенну одиницю.

Наявний в програмі і шостий маркер, а саме критика статусу кво. Це підтверджується негативним забарвленням наступної тези «Так звана «медична реформа», яка проводилась- це ще одна форма скорочення чисельності українського народу(Новий курс України, 2019).

Отже, найпоширенішим маркером серед програмних документів партії «Батьківщина» є четвертий, а саме спрощення дійсності і тяжкості певних кроків, він зустрічається програмі вісім разів. Перший, другий, та шостий маркер зустрічаються в програмі по одному разу.

Переходячи до підбиття результатів контент- аналізу промов лідерки партії «Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина» варто зазначити, що за результатами аналізу відеоматеріалів ця політична партія є другою за кількістю тез, які були сказані Юлією Тимошенко та які відповідають маркерам популізму. Отже, протягом проведення аналізу промов Юлії Тимошенко, вдалось виявити сімдесят три тези, що відповідають маркерам популізму (Сьогодні (28.06.2019), Сьогодні (12.07.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал 112 (06.07.2019), Телеканал 112 (17.07.2019)).

Три рази в п'яти промовах лідерки «Батьківщини» вдалось знайти тези, що відповідають першому маркеру популізму, а саме наголошенні на важливості народу. Тимошенко наголошувала на тому, що «за конституцією єдиним джерелом влади є народ, проте зараз він тільки голосує на виборах і не має влади». Така риторика Тимошенко підкреслює важливість такої гомогенної категорії як народ і відповідає першому маркеру популізму (Сьогодні (28.06.2019), Сьогодні (12.07.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал 112 (06.07.2019), Телеканал 112 (17.07.2019)).

В одній тезі було виявлено другий маркер популізму. Зокрема, Юлія Тимошенко зазначила, що «політика для себе все прописали в конституції, а для людей прописали лише декларації, які не мають жодного інструменту для втілення» (Телеканал Україна (28.06.2019), Телеканал Україна (Сьогодні (28.06.2019), Сьогодні (12.07.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал 112 (06.07.2019), Телеканал 112 (17.07.2019)).

Сорок сім разів в промовах лідерки Батьківщини було знайдено уривки, що відповідають третьому маркеру популізму, тобто критиці влади/ еліти. У усіх випадках Тимошенко жорстко критикує минулого Президента та минулий уряд за «тарифи», на її думку ця влада характеризувалась «повною безвідповідальністю, повною безконтрольністю», «треба розслідувати корупцію Порошенка та його оточення», «доки на посаді залишається кум Порошенка, ніхто не буде розслідувати корупцію Порошенка». Загальна тенденція показує особисту критику саме колишнього Президента України Петра Порошенка, рідше його команди (Сьогодні (28.06.2019), Сьогодні (12.07.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал 112 (06.07.2019), Телеканал 112 (17.07.2019)).

Чотирнадцять разів Юлія Тимошенко використовує тези, що містять спрощення дійсності, тобто кодуються четвертим маркером. Зокрема, вона зазначає «ми знаємо як це робити, у нас є чіткий план», «звісно ми це зможемо зробити, ми це вже робим» (Сьогодні (28.06.2019), Сьогодні (12.07.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал 112 (06.07.2019), Телеканал 112 (17.07.2019)).

П'ять разів Тимошенко критикувала статус кво безвідносно до особливостей. Зокрема, в одному з випадків зазначала «що ми пішли принципово неправильним шляхом розвитку агросектору» що відповідає шостому маркеру популізму (Сьогодні (28.06.2019), Сьогодні (12.07.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал 112 (06.07.2019), Телеканал 112 (17.07.2019)).

Вісім разів було виявлено тези, що відповідають восьмому маркеру популізму, використанню «низької» мови. Зокрема, Тимошенко дуже часто використовувала народні вислови, сленг. Наприклад, нею було використано словосполучення «недостатньо тут підкорегувати фейс», що містить сленг і відповідає останньому маркеру (Сьогодні (28.06.2019), Сьогодні (12.07.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал 112 (06.07.2019), Телеканал 112 (17.07.2019)).

Загалом в програмах політичної партії «Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина» та промовах їх лідерки Юлії Тимошенко вдалось виявити чотири тези, що відповідають першому маркеру, двічі тези, що відповідають другому маркеру, сорок сім разів було виявлено третій маркер, чотирнадцять разів було виявлено четвертий маркер, п'ять разів було виявлено шостий маркер та вісім разів в промовах я виявив восьмий маркер. Загальна кількість маркерів склала 80 штук.

Політична партія «Європейська Солідарність»

Дуже важливим аспектом перед початком аналізу передвиборної та політичної програми політичної партії «Європейська Солідарність», яка в період виборчої кампанії змінила свою назву з «Блоку Петра Порошенка «Солідарність» є пояснення унікальних обставин балотування цієї політичної сили до Верховної Ради ІХ скликання. Насамперед, унікальність цієї партії полягає в тому, що в Верховній Раді ХІІІ скликання була по суті партією влади, тобто мала найбільшу кількість депутатів в парламенті. Також, варто нагадати, що саме лідер цієї партії був Президентом України.

Відповідно, партія мала багато повноважень для виконання своїх обіцянок в минулому парламенті. Унікальною партія також є і через те, що їх немає, кого критикувати і називати умовною елітою та звинувачувати в провалах, у невиконанні обіцянок, протиставляти народу тощо, оскільки «Європейська солідарність» і була тією елітою, яка мала виконувати обіцянки народу.

Варто зазначити, що аналізувати передвиборну програму політичної партії «Європейська солідарність» та розлогу політичну програму, розміщену на сайті партії було складно. Передвиборна програма з сайту Центральної виборчої комісії написана в ретроспективному стилі, наголошуючи на здобутках «Європейської солідарності» протягом минулого скликання Верховної Ради і минулої каденції Петра Порошенка на посаді Президента України. З огляду на такий формат передвиборної програми, в ній було дуже варто виокремити тези, які хоч дотично відповідають маркерам популізму, через те, що в програмі партія не пише про якісь конкретні плани на майбутнє, не обіцяє нічого суттєвого, окрім продовження та посилення того, що вже було зроблене, як написано в програмі «Європейської солідарності».

Незважаючи на такий формат програми, декілька маркерів все ж було знайдено і в скороченій передвиборній програмі і в розлогій програмі, що розміщена на сайті партії.

Зокрема, партія також симпліфікує дійність і дещо маніпулює з обіцянками здійснити певний крок просто, хоча насправді він є складним. Наприклад, в передвиборній програмі зазначено, що «Наша мета: на основі зробленого, сприяти досягненню політичних, економічних, безпекових та правових критеріїв, необхідних для подання заявки на вступ до ЄС і отримання Плану дій членства у НАТО вже у 2023 році» (Передвиборна програма «Європейської солідарності», 2019). Ця теза опосередковано натякає на те, що партія збирається втілити подання заявки України до вступу в Європейський Союз до 2023 року, що є напроцуд хмарною перспективою, але партія в спрощеній формі намагається показати, що вони це втілять, що відповідає четвертому маркеру популізму.

Дотично можна також побачити і перший маркер популізму. Зокрема, «Європейська Солідарність» планує «Зробити владу ефективною та відповідальною, посилити участь і контроль з боку людей» (Передвиборна програма «Європейської солідарності», 2019). Ця теза показує наявність поняття «люди», тобто видозмінене поняття «народ» яке визначається як гомогенне є гомогенним, тобто відповідає першому маркеру. Партія планує посилити участь та контроль влади з боку людей, тобто народу.

Що стосується розлогої партійної програми, вона також написана в досить незрозумілому стилі, а саме партія не прописала конкретних кроків досягнення тієї або іншої тези в програмі. Програма написана в абстрагованому стилі, складається враження, що все, що прописано партією має статись само собою, а не зусиллями партії, коли вони будуть при владі. В той же час, незважаючи на такий формат програми, тези, що відповідають маркерам популізму досить складно, оскільки в

програмі більшість маркерів просто відсутні, інші важко виокремити. Проте декілька маркерів, все ж, вдалось знайти.

Зокрема в одній з партійних тез можна побачити п'ятий маркер популізму, ототожнення себе з народом. В програмі зазначено «поодинокі побороти виклики сучасності неможливо. Особистість здатна впливати на політику тільки тоді, коли діє пліч-о-пліч з іншими людьми... Це стає основою творення солідарного суспільства, здатного подолати виклики сучасності та відкрити нові можливості для України» (Політична програма «Блоку Петра Порошенка», 2015). З тези можна простежити заклик до спільних дій і тим самим підкреслення невіддільності від простих людей.

Перший маркер можна також побачити в наступній тезі «сучасна держава повинна відчувати суспільство», оскільки партія апелює до важливості суспільства, яке також є гомогенне в цій тезі, тобто є по своїй суті народом, що відповідає першому маркеру (Політична програма «Блоку Петра Порошенка», 2015).

Отже, незважаючи на настільки декларативний характер передвиборної і політичної програми партії, використовуючи наявну методологію можна виділити наявність лише трьох маркерів, першого, п'ятого і шостого, які використовуються лише один раз.

Перед узагальненням результатів контент-аналізу промов Петра Порошенка, лідера політичної партії «Європейська Солідарність» варто ще раз підкреслити її унікальність в умовах виборів 2019 року, оскільки на той момент вона була «колишньою владою», тобто концепція критики колишньої влади в цьому випадку не була валідною для аналізу популістичності цієї партії. Проте, в процесі контент аналізу вдалось виявити тези критики вже дійсного на той момент Президента України Володимира Зеленського, які і будуть вважатись критикою влади.

Промови Порошенка не набагато відрізняються змістом від програм його політичної партії. Зокрема, можна помітити таку ж декларативність і наголошення на колишніх здобутках. Проте, все ж вдалось виявити тези, які на мою думку відповідають виділеним для контент аналізу категоріям, тобто маркерам популізму.

Загальна кількість тез в п'яти промовах Петра Порошенка, які на мою думку відповідають або близькі за змістом восьми виділеним маркерам популізму складала тридцять сім штук (Телеканал Україна (12.07.2019), (Телеканал ICTV (10.06.2019), (Телеканал Прямий (09.07.2019), (Третя студія (22.06.2019), (Телеканал «ТРК РАІ» (09.07.2019).

В процесі аналізу було виявлено п'ять тез, що відповідають першому маркеру популізму, зокрема в цих тезах Порошенко наголошує на неабиякій важливості українського народу і зазначає, «що єдиним джерелом влади є народ», «саме народ має вирішити долю парламентських виборів» (Телеканал Україна (12.07.2019), (Телеканал ICTV (10.06.2019), (Телеканал Прямий (09.07.2019), (Третя студія (22.06.2019), (Телеканал «ТРК РАІ» (09.07.2019). Ці тези безпосередньо підкреслюють відповідність першому маркеру. Порошенко також не розділяє народ на групи, відповідно вважає його гомогенним, що також вкладається в розуміння першого маркеру. В промовах не

вдалось виявити тези, що відповідають другому маркеру, тобто протиставленню народу та еліт.

Третій маркер популізму був виявлений в одинадцяти тезах. В цих тезах Порошенко критикує пріоритизацію Зеленського і зазначає «це все залежить від пріоритетів президентів» критикуючи ставлення Зеленського до відміни військового параду на День Незалежності України. Також Порошенко критикує Зеленського за «невірні», на його думку кроки, зокрема не включення до делегації в ПАРЄ Іванни Климпуш-Цинсадзе (Телеканал Україна (12.07.2019), (Телеканал ICTV (10.06.2019), (Телеканал Прямий (09.07.2019), (Третя студія (22.06.2019), (Телеканал «ТРК РАІ» (09.07.2019).

На рівні з третім маркером в промовах колишнього президента можна побачити тези, які відповідають четвертому маркеру популізму. Ці уривки зустрічаються в п'яти промовах в загальній кількості одинадцять разів. П'ятий Президент України постійно використовує тези, що спрощують дійсність, а саме він постійно каже про те, що «ми знаємо як це робити, у нас є план дій, ми це зробимо», «ми продовжимо робити те, що робили, бо ми знаємо як це робити (Телеканал Україна (12.07.2019), (Телеканал ICTV (10.06.2019), (Телеканал Прямий (09.07.2019), (Третя студія (22.06.2019), (Телеканал «ТРК РАІ» (09.07.2019). Постійне використання подібних тез спрощує дійсність, оскільки Порошенко вважає продовження того, що вони робили об'єктивним і очевидним рішенням, що вкладається в рамку четвертого маркеру популізму.

Також в промовах Порошенка десять разів зустрічаються тези, що містять восьмий маркер популізму, а саме використання «низького» стилю. Петро Порошенко протягом цих уривків використовує не властиві офіційному спілкуванню словосполучення, наприклад, використання «медового» місяця для опису першого місяця роботи нового президента або повторення співу ультрас харківського Металіста про Путіна «лалалалала», що на мою думку також є використанням «низької» мови та відповідає восьмому маркеру популізму (Телеканал Україна (12.07.2019), (Телеканал ICTV (10.06.2019), (Телеканал Прямий (09.07.2019), (Третя студія (22.06.2019), (Телеканал «ТРК РАІ» (09.07.2019).

Отже, загалом в програмах політичної партії «Європейська солідарність» а промовах Петра Порошенка вдалося виявити шість тез, що відповідають першому маркеру популізму; було виявлено одинадцять тез, що відповідають третьому маркеру; дванадцять тез відповідають четвертому маркеру; один раз було виявлено п'ятий маркер; десять разів було виявлено восьмий маркер.

Загальна кількість тез, які містять маркери популізму склала 40 разів.

Політична партія «Голос».

Ще однією дуже цікавою для аналізу на популістичність з огляду на партійні програми та промови Святослава Вакарчука, лідера партії, є новостворена перед виборами 2019 року політична партія «Голос». Цікавою для аналізу вона є не тільки

через новизну, але і через те, що вона є другою партією, яку формально або неформально очолює людина не з політики, а саме співак Святослав Вакарчук.

Класично, аналіз програми цієї політичної сили варто з виокремлення тез, що підпадають під маркери популізму в передвиборній програмі, яка була розміщена на сайті Центральної виборчої комісії.

Варто відзначити, що багато тез в скороченій передвиборній програмі партії є декларативними, проте в розлогій програмі вони розкриваються і прописуються конкретні кроки здійснення того чи іншого програмного завдання, чого не було в жодній іншій партії, що також треба відмітити.

Незважаючи на доволі якісний підхід до написання програм, політичній партії «Голос» не вдалося уникнути тез, що містять ознаки маркерів популізму.

Зокрема, в програмах можна знайти п'ятий маркер популізму, а саме ототожнення і апелювання до єдності з народом або людьми. Наприклад один з підрозділів програми партія почала зі слів «ми станемо багатшими», що означає єдність з народом і артикулювання невіддільних цілей, наголошення на спільному «ми». Те ж саме можна побачити і в тезі з розлогої програми «державна- це люди, ми з вами» (Передвиборна програма партії «Голос», 2019) (Політична програма партії «Голос», 2019).

Також програма містить і четвертий маркер популізму, а саме намагання спростити дійсно важкі та довготривалі кроки простими обіцянками. Наприклад, партія обіцяє «завдати удару одночасно по всіх джерелах впливу олігархів: економічних монополіях, контролю над медіа та політикою» (Передвиборна програма партії «Голос», 2019; Політична програма партії «Голос», 2019), що є значно симпліфікованою тезою, адже боротьба з олігархами є дуже непростим завданням, проте партія про це не каже. Четвертий маркер можна побачити і в наступній частині програми цієї політичної партії «ми позбудемось того, що зараз не дає Україні розправити крила і рухатися вперед. Ми реалізуємо той потенціал України, про який лише говорили стільки років» (Передвиборна програма партії «Голос», 2019) (Політична програма партії «Голос», 2019). Варто зазначити, що ця теза є не тільки емоційно забарвленою, але і значно спрощує дійсність, що відповідає четвертому маркеру популізму.

Перший, другий та третій маркери також присутні в розлогій програмі політичної партії «Голос», яка доступна на сайті партії. Зокрема, в програмі зазначено «та все виразніше українці чують дисгармонію. І не вірять. Не вірять владі, яка раз-у-раз зраджує не тільки відважні сподівання, але й прості надії. Не вірять політикам, які обіцяють золоті гори, будують красиві вітрини і ховають за ними свої амбіції та схеми» (Політична програма партії «Голос», 2019). В цій тезі можна побачити, як партія апелює до гомогенного населення- українців, тобто народу; партія критикує попередню владу і розділяє її з народом; «Голос» також зазначає, що попередня влада і поганою, і морально засуджує, що також видно в цьому уривку.

Третій маркер також можна простежити в наступній програмній тезі «ми замінимо найслабшу ланку в державі — неефективну владу, сформовану політиками

старої генерації, непорядними і непрофесійними управлінцями, які 28 років крали в українців їхнє майбутнє» (Політична програма партії «Голос», 2019). З уривку стає зрозумілим, що політична партія «Голос» засуджує попередню владу з морального боку, що безпосередньо відповідає третьому маркеру популізму, що був виокремлений на початку роботи.

Варто зазначити, що програма партії «Голос» містить також і восьмий маркер популізму. Зокрема, в програмі з сайту ЦВК зазначено «десяток «хазяїв життя» не має права контролювати національну політику» (Політична програма партії «Голос», 2019). «Використання словосполучення «хазяї життя» є ознакою використання «низької» мови, що і означає восьмий маркер популізму.

Отже, в програмах політичної партії «Голос» найбільше використовуються тези, що відповідають четвертому маркеру популізму, а саме спрощенню дійсності. Партія використала чотири таких тези. В програмах двічі можна зустріти другий, третій та п'ятий маркери популізму, протиставлення народу владі, моральне засудження влади і наголошення на єдності з народом. Один раз в програмах зустрічається перший та восьмий маркери.

Переходячи до результатів контент-аналізу промов Святослава Вакарчука, лідера партії «Голос» варто сказати, що в його промовах вдалося виявити найменше тез, що містять маркери популізму, з-поміж усіх інших лідерів партій(Телеканал ICTV (15.07.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал ICTV (20.05.2019), Радіо Свобода (04.07.2019), Громадське (16.07.2019).

Зокрема, в виступах Вакарчука було знайдено двадцять чотири тези, що містять маркери популізму (Телеканал ICTV (15.07.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал ICTV (20.05.2019), Радіо Свобода (04.07.2019), Громадське (16.07.2019)..

Перший маркер було знайдено в двох тезах. В них Святослав Вакарчук зазначає про те, що «народ покарав владу», «народ дав оцінку владі»(Телеканал ICTV (15.07.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал ICTV (20.05.2019), Радіо Свобода (04.07.2019), Громадське (16.07.2019).

Вакарчук не уникав і критики попередньої влади, що відповідає третьому маркеру. Він двадцять разів використав тези, що містять третій маркер популізму. Лідер партії «Голос» зазначав про те, що «старим політикам бракує автентичності», «політики ставлять свій інтерес вище за інтереси народу», «стара політика має піти, старі політики мають піти»(Телеканал ICTV (15.07.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал ICTV (20.05.2019), Радіо Свобода (04.07.2019), Громадське (16.07.2019).

Двічі Святослав Вакарчук використав «низьку» мову, що відповідає восьмому маркеру популізму. Він сказав про те, що «деякі університети доять наш бюджет», «мій батько зіткнувся зі спротивом тусовки»(Телеканал ICTV (15.07.2019), Телеканал ICTV (08.07.2019), Телеканал ICTV (20.05.2019), Радіо Свобода (04.07.2019), Громадське (16.07.2019).

Загалом в програмах політичної партії «Голос» та промовах Вакарчука тричі були знайдені тези, що відповідають першому маркеру, двічі було виявлено другий маркер, третій маркер було знайдено двадцять два рази, чотири рази було виявлено

четвертий маркер, тез, що відповідають п'ятому маркер, було виявлено дві, восьмий маркер зустрічається в промовах Святослава Вакарчука та програмах партії три рази. Загалом було виявлено тридцять шість маркерів популізму.

Зокрема, після аналізу тільки програм, в Таблиці 1 можна побачити тенденцію, що партія «Слуга народу» є найбільш популістиною партією, а «Європейська Солідарність» найменш популістичною.

Таблиця 1. Кількість популістичних тез в програмах партій	
Політична партія	Кількість знайдених тез, що відповідають маркерам популізму в програмах партій
Слуга народу	27
За життя	8
Батьківщина	11
Європейська Солідарність	3
Голос	12

Іншою є тенденція, яку можна побачити в Таблиці 2, після аналізу програм і промов лідерів політичних партій. Зокрема, після аналізу всіх даних помітно, що найбільш популістичною партією є «Опозиційна платформа-»За життя», а найменш популістичною - «Голос».

Таблиця 2. Кількість популістичних тез в програмах і промовах	
Політична партія	Кількість знайдених тез, що відповідають маркерам популізму в програмах і промовах
Слуга народу	68
Опозиційна платформа-»За життя»	102
Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина»	80
Європейська солідарність	40
Голос	36

Найбільше тез, що відповідають маркерам популізму було виявлено у політичній партії «Опозиційна платформа- «За життя»- 102 , друга найбільша кількість у «Батьківщини»- 80, третє місце за кількістю популістичних тез займає «Слуга Народу» - 68, передостаннє місце займає «Європейська солідарність»- 40, і останнє політична партія «Голос- 36.

ВИСНОВКИ І ДИСКУСІЯ

В рамках дослідження не було конкретного питання та гіпотези, адже на сьогодні недостатньо інформації та даних щодо проблеми дослідження для виокремлення цих категорій. Відповідно, було обрано проведення exploratory research, що мало на меті первинне дослідження поля популізму українських політичних партій для проведення подальших досліджень на основі отриманих результатів.

На основі проведеного аналізу програм політичних партій та контент-аналізу промов лідерів політичних партій можна зробити висновок, що відповідно до обраної методології та отриманих результатів найбільш популістичною партією, що пройшла до Верховної Ради XI скликання стала політична партія «Опозиційна платформа- «За життя». Зокрема, в партійній програмі та промовах голови партії Юрія Бойка вдалося виявити сто дві тези, що містять маркери популізму, що на двадцять два маркери більше, ніж у партії «Батьківщина», що є другою за популістичністю партією.

Варто також додати, що характер промов Юрія Бойка є відмінним від промов інших лідерів політичних партій, адже не вдалось знайти жодного відеофайлу, де б Бойко був в студії, де сидять також і інші політики, натомість всі промови були у форматі інтерв'ю ведучим різних телеканалів.

Вдалося виявити той факт, що всі політичні партії в різній мірі використовували популістичні гасла. Зокрема, навіть політична партія «Європейська Солідарність», яка в уявленні всіх інших партій і була попередньою владою- елітою, також використала багато популістичних гасел, не ставши найменш популістиною партією.

На основі отриманих результатів дослідження також можна зробити висновок, що найбільш «популярним» маркером, який використовували всі політичні сили став третій маркер. Зокрема, всі партії критикували попередню владну еліту, підкреслюючи її погану моральну природу, погане ставлення до народу тощо.

Також варто зазначити про використання політичними силами і спрощення дійсності, що відповідає четвертому маркеру популізму. Зокрема, політичні сили обіцяли своїм виборцям складні перетворення, реформи, кроки, проте не зазначали шляхів їх втілення і складності досягнення цих цілей.

Політичні сили не в такій великій мірі використовували перший маркер популізму, а саме наголошення на важливості народу, найбільш таких тез вдалось виявити в промовах лідерів політичних партій.

Єдиний маркер, який так і не вдалось знайти ні в програмах ні в промовах- це сьомий, а саме нехтування інститутами.

Важливим висновком також є те, що партії використовували «низьку» мову, тобто восьмий маркер не тільки в промовах, але і в програмах.

Треба наголосити і на тому факті, що за результатами дослідження, саме промови лідерів політичних партій є найбільшим джерелом популізму, проте програми також містять багато тез, що відповідають маркерам популізму. Відповідно, неможливо досліджувати популізм і робити висновки без аналізу цих двох складових виборчих перегонів.

Оскільки метою дослідження було вивчення та перевірка поля популізму українських політичних партій, результати можуть стати основою для виокремлення конкретних гіпотез щодо популістичності тієї або іншої політичної партії в рамках проведення подальших досліджень.

З огляду на результати дослідження варто зазначити про певні обмеження обраного підходу та методології дослідження. Зокрема, вибірка відеоматеріалів формувалась за принципом доступності, промови деяких політиків в сукупності тривали більше ніж інших. Проте, на мою думку, це не значно вплинуло на результати дослідження, оскільки, однією з однак популістичності, яку не було винесено серед маркерів, проте яка стала явною після отримання результатів, є намагання партії якомога частіше потрапляти на екрани, займаючи якомога більше екранного часу. Ця ознака також відкриває можливості для подальших досліджень появи політичних партій в ефірах, та кількості ефірного часу, виду програм, в яких вони беруть участь, за допомогою програмного забезпечення.

Також необхідно відмітити певну обмеженість обраної методології при аналізі популістичності політичних партій, що мають декларативні програми, що не можна однозначно зарахувати до популізму. Простором для майбутніх досліджень може стати додавання ще одного маркеру популізму, а саме декларативності програмних положень політичних партій, відсутність конкретики, що, наприклад, дуже сильно видно в програмах політичної партії «Європейська солідарність».

На мою думку, висновки цього дослідження щодо популістичності тієї або іншої політичної партії варто поширювати лише з урахуванням використаних даних, тобто ефірів на телебаченні та партійних програм. Простором для подальших досліджень може бути використання більшої кількості даних, а саме партійних сайтів, сторінок в соціальних мережах, сторінок в соціальних мережах лідерів політичних партій.

Також важливо відмітити, що в контексті дослідження не стояло мети проаналізувати промови Володимира Зеленського в рамках аналізу популістичності політичної партії «Слуга народу». Цей крок дозволив зробити всі п'ять кейсів аналізу порівнюваними та однаковими в плані хронологічних рамок. Простором для подальшого дослідження може бути додавання президентської кампанії до аналізу популістичності партії «Слуга народу» з подальшим пошуком маркерів популізму.

Варто зазначити, що наслідком для політики може стати не так висновки цього дослідження як саме дослідження в цілому, з його теоретичною рамкою та аналізом популістичності партій. Основною цільовою аудиторією цього дослідження безперечно є населення України, яке отримає знання щодо основних характеристик популізму, що використовуються політичними партіями. В свою чергу це призведе до більш усвідомленого вибору громадян на подальших виборах, як наслідок до виборних органів будуть делеговані не популісти, а професіонали з чітким планом дій, що покращить публічну політику в Україні.

Для громадянського суспільства дослідження буде корисним для подальшої та кращої роботи в контексті виборчих кампаній, розпізнавання не тільки маніпуляцій та відвертої брехні в тому, що кажуть політики, але і популізму з подальшим

висвітленням цього для населення. Як наслідок, політика як «politics» буде більш раціональною та фаховою, до влади зможуть прийти дійсно професійні люди з мінімальним відсотком популізму.

В контексті дослідження також є можливим надання певних рекомендацій основним стейкхолдерам. Зокрема, Центральній виборчій комісії: прийняти постанову щодо єдиної форми передвиборних програм, де зобов'язати політичні сили, політиків в обов'язковому порядку прописувати такі критерії як вимірюваність їх обіцянок, конкретні строки їх виконання. Зобов'язати політичні партії в своїх програмах не писати про те, що вже було зроблене в декларативному форматі, натомість прописувати свої подальші конкретні кроки. Це може бути втілено шляхом розроблення Центральною виборчою комісією спеціального особистого кабінету для партій протягом виборчої кампанії, куди партія буде завантажувати конкретний текст і строки, індикатори виконання обіцянок. Це дозволить уникнути пустих обіцянок, які партії прописують в своїх програмах.

Міністерству освіти і науки України: разом з громадянським суспільством та аналітичними центрами розробити плани уроків та матеріали до них щодо надання учням знань про популізм та його характеристики та подальше викладання цього матеріалу в рамках предмету «Громадянська освіта». Це забезпечить учнів знаннями про популізм та його основні характеристики перед набуттям можливості голосувати, що збільшить шанси усвідомленого вибору та покращить політичну культуру в країні.

Міністерству цифрової трансформації: створити веб портал, який буде user-friendly, і який буде містити інформації щодо повноважень кожного конкретного органу влади, задля того, щоб виборці могли перевірити повноваження того або іншого органу.

Як наслідок попередніх кроків, політичні сили та політики, що братимуть участь у подальших виборах не будуть використовувати популізм як політичну технологію отримання більшої підтримки електорату, оскільки вона буде не ефективною.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. 112 канал (13.07.2019) Юрій Бойко на 112 [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=fTO6C0aDs6o>
2. 112 канал (25.06.2019) Юрій Бойко в ток-шоу «Пульс» на 112 [Відеофайл] Режим доступу https://www.youtube.com/watch?v=EEzSI_EKR8Q
3. 112 канал (31.05.2019) Юрій Бойко в программе «Голос народа» на 112 [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=ZbeOQt7N2TI>
4. 7 канал (14.06.2019) Інтерв'ю з Юрієм Бойко [Відеофайл] Режим доступу https://www.youtube.com/watch?v=fX_5KPyDhfM

5. Громадське (16.07.2019) Святослав Вакарчук — політичне інтерв'ю про коаліцію, Зеленського, олігархів, ідеологію та гроші [Відеофайл] Режим доступу https://www.youtube.com/watch?v=xOByfFCKysY&feature=emb_logo
6. Канал VTVPLUS (05.07.2019) Інтерв'ю з Юрієм Бойко [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=FiZY2EqNqTQ>
7. Новий курс України, 2019 Режим доступу <https://nku.com.ua/wp-content/uploads/2019/04/Novyj-kurs-Ukrayiny.pdf>
8. Передвиборна програма Всеукраїнського об'єднання «Батьківщина», 2019 Режим доступу <https://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2019/showdoc2pf7171=328pid409=27.doc>
9. Передвиборна програма «Європейської солідарності», 2019 Режим доступу <https://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2019/showdoc2pf7171=335pid409=27.doc>
10. Передвиборна програма Володимира Зеленського, 2019. Режим доступу <https://program.ze2019.com/>
11. Передвиборна програма партії «Голос», 2019 Режим доступу <https://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2019/showdoc2pf7171=389pid409=27.doc>
12. Передвиборна програма політичної партії «Слуга народу», 2019 Режим доступу <https://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2019/showdoc2pf7171=403pid409=27.doc>
13. Передвиборна програма політичної партії «Опозиційна платформа- «За життя», 2019 Режим доступу <https://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2019/showdoc2pf7171=393pid409=27.doc>
14. Політична програма «Блоку Петра Порошенка», 2015 Режим доступу http://solydarnist.org/wp-content/uploads/2015/12/programa_solidarnist.pdf
15. Політична програма партії «Голос», 2019 Режим доступу <https://www.goloszmin.org/program>
16. Радіо Свобода (04.07.2019) Вакарчук про Пінчука, концерти після виборів, Крим і Донбас [Відеофайл] Режим доступу https://www.youtube.com/watch?v=4_3U64ggINI&feature=emb_logo
17. Сьогодні (12.07.2019) Порошенко і Тимошенко: Головна тема. Вибір [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=m1BNz3DVjcU>
18. Сьогодні (28.06.2019) Тимошенко і Вакарчук – Головна тема. Вибір [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=kDXuZ3xC4eY>
19. Телеканал «ТРК РАІ» (09.07.2019) П'ятий президент України Петро Порошенко [Відеофайл] Режим доступу https://www.youtube.com/watch?v=Jb2osz_yХуМ
20. Телеканал 112 (06.07.2019) Юлія Тимошенко в «Большом интервью» на 112, 06.07.2019. Полное видео [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=2wHETtmWAB4>
21. Телеканал 112 (17.07.2019) Юлія Тимошенко в "Вечернем прайме" на 112 [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=kbwra2No8Jg>
22. Телеканал 112 (28.05.2019) Дмитрий Разумков в ток-шоу "Пульс" на 112 [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=S-9sE1h3sRM&feature=youtu.be>

23. Телеканал 112 (31.05.2019) Дмитрий Разумков в ток-шоу "Голос народа" на 112 [Відеофайл] Режим доступу https://www.youtube.com/watch?v=aPnZ0p1o_b8
24. Телеканал ICTV (08.07.2019) Мы стоим на золоте! Тимошенко о проблемах продажи украинской земли [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=qjFuZelnCsM>
25. Телеканал ICTV (08.07.2019) Разумков рассказал, как будут распределяться должности в новом Парламенте [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=WENIfA6PxmG&feature=youtu.be>
26. Телеканал ICTV (08.07.2019) Не запугивайте людей российским реваншем! Вакарчук обратился к политикам [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=k4lQWiUy2DE>
27. Телеканал ICTV (10.06.2019) Партия Европейская солидарность - Порошенко объяснил, почему идет в Парламент [Відеофайл] Режим доступу https://www.youtube.com/watch?v=G_4ePC-dI7U
28. Телеканал ICTV (15.07.2019) Мы знаем, что делать, чтобы старая политика была уничтожена – Вакарчук [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=oLf941Hst48>
29. Телеканал ICTV (18.06.2019) Купит за гречку! Как граждане Украины могут влиять на Правительство – Разумков [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=hIqw4jpRzYw>
30. Телеканал ICTV (20.05.2019) Без олигархов, а с людьми нового качества: Вакарчук о команде и политических амбициях [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=be5FfAwT110>
31. Телеканал ZIK (12.06.2019) Дмитро Разумков: про формування списків «Слуги народу», Коболева і вплив Заходу | HARD [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=mlyTNucOReE>
32. Телеканал Прямий (09.07.2019) Петро Порошенко гість "Прямого" [Відеофайл] Режим доступу https://www.youtube.com/watch?v=kc6M0TRbo_g
33. Телеканал Україна (12.07.2019) Порошенко і Тимошенко: Головна тема. Вибір [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=m1BHz3DVjcU>
34. Третя студія (22.06.2019) Гість студії: Президент України 2014 - 2019 рр. Петро Порошенко [Відеофайл] Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=60ijOp864qg>
35. Akkerman, A. & Mudde, Cas & Zaslove, Andrej. (2014). How Populist Are the People? Measuring Populist Attitudes in Voters. *Comparative Political Studies*.
36. Albertazzi, D., & McDonnell, D. (2008a). Introduction: The sceptre and the spectre. In D. Albertazzi & D. McDonnell (Eds.), *Twenty-first century populism: The spectre of Western European democracy* (pp. 1-11). Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
37. Albertazzi, Daniele & McDonnell, Duncan. (2008). *Twenty-First Century Populism: The Spectre of Western European Democracy*.
38. Aslanidis P. (2015). Is Populism an Ideology? A Refutation and a New Perspective. *Political Studies*. 64.

39. Di Tella, T. S. (1965). Populism and reforms in Latin America. In C. Véliz (Ed.), *Obstacles to change in Latin America* (pp. 47-74). New York: Oxford University Press.
40. Di Tella, T. S. (1997). Populism into the twenty-first century. *Government and Opposition*, 32, 187-200.
41. Dornbusch, R., & Edwards, S. (Eds.). (1991). *Macroeconomic populism in Latin America*. Chicago: University of Chicago Press.
42. Freedon, Michael. (2017). After the Brexit referendum: Revisiting populism as an ideology. *Journal of Political Ideologies*. 22. 1-11.
43. Germani, G. (1978). *Authoritarianism, fascism, and national populism*. New Brunswick, NJ: Transaction Books.
44. Hawkins, K. A. (2009). Is Chávez Populist ? : Measuring Populist Discourse in Comparative Perspective. *Comparative Political Studies*, 42(8), 1040–1067.
45. Ianni, O. (1975). *La formación del Estado populista en América Latina [The creation of the populist state in Latin America]*. México, DF: Ediciones Era.
46. McGuire, J. W. (1997). *Peronism without Perón: Unions, parties, and democracy in Argentina*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
47. Mény, Y., & Surel, Y. (2002a). The constitutive ambiguity of populism. In Y. Mény & Y. Surel (Eds.), *Democracies and the populist challenge* (pp. 1-21). Basingstoke, UK: Palgrave.
48. Moffitt Benjamin & Tormey Simon *Rethinking Populism: Politics, Mediatisation and Political Style*. *Political Studies*: 2014 Vol 62, 381–397
49. Mudde, C. (2004). The populist zeitgeist. *Government and Opposition*, 39, 542-563.
50. Mudde, C. (2007). *Populist radical right parties in Europe*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
51. Ostiguy, P. (2009) ‘The High–Low Political Divide: Rethinking Populism and Anti-populism’, *Committee on Concepts and Methods Working Paper Series*, 35.
52. Roberts, K. M. (2003). Social correlates of party system demise and populist resurgence in Venezuela. *Latin American Politics and Society*, 45(3), 35-57.
53. Skolkay Andrej. *Populism in Central Eastern Europe*. In: *Thinking Fundamentals, IWM Junior Visiting Fellows Conferences, Vol. 9: Vienna 2000*
54. Weffort, F. C. (1973). *Clases populares y desarrollo social [Popular classes and social development]*. In F. C. Weffort & A. Quijano (Eds.), *Populismo, marginalización y dependencia: Ensayos e interpretación sociológica [Populism, marginalization, and dependency: Essays and sociological interpretation]* (pp. 17-169). San Jose, Costa Rica: Editorial Universitaria Centroamericana.
55. Weyland, K. (2003). Economic voting reconsidered: Crisis and charisma in the election of Hugo Chávez. *Comparative Political Studies*, 36, 822-848.
56. Weyland, K. G. (2001). Clarifying a contested concept: Populism in the study of Latin American politics. *Comparative Politics*, 34(1), 1-22.
57. Zaslove, A. (2008). Here to stay? Populism as a new party type. *European Review*, 16, 319-336.

