

Партію регіонів ввели в оману щодо російської мови та її рейтингу серед виборців

Намагання Партії регіонів прийняти в якості електоральної "цукерки" до виборів закон Колесніченка-Ківалова "Про засади державної мовної політики", який робив би російську мову другою державною де-факто, були спровоковані проросійською частиною партії влади зовсім не з метою підвищити рейтинг партії.

Як повідомляють наші джерела у Партії регіонів та близьких до неї колах, ми маємо справу із свідомою спробою лояльних до Москви сил послабити позиції української та посилити позиції російської мови незалежно від того, як цей крок відіб'ється на рейтингах. Бо з електоральною метою навіть, якби підвищення статусу російської мови справді давало підвищення рейтингу, ініціювати прийняття закону слід було б восени, аби до виборів розкручувати цей крок по висхідній. Натомість після літньої паузи (якою б не була політична активність партій влітку, ця пора року все одно буде "мертвим сезоном" для сприйняття виборцями партійної пропаганди) відгук виборців вже не буде таким жвавим, адже це виглядатиме як витягання з шухляди вже один раз використаної речі.

Головним аргументом для Партії регіонів під час прийняття рішення про прийняття закону "Про засади державної мовної політики" стало закрите соціологічне опитування, яке регіонали замовили в своїй підконтрольній компанії "Research&Branding Group" (приналежність R&B до ПР [не приховує і сам керівник компанії – Євген Копатько](#), розповідаючи, як він переконує людей, які приймають рішення, зробити російську другою державною). За повідомленнями наших джерел замовнику (Партії регіонів) виконавець (Research&Branding Group) просто "намалював" такі результати опитування, аби вони свідчили про певне зростання рейтингу, достатнє для того, щоб переконати більшість впливових у Партії регіонів осіб. Бо керівник компанії "Research&Branding Group" особисто зацікавлений (в т.ч. з ідейних міркувань) у прийнятті закону Колесніченка-Ківалова, оскільки має проросійські імперські погляди (у вузькому колі він прямо казав: "Я – цепной пес Российской Империи и служу русскому миру").

[Недобросовісність соціологічних опитувань "Research&Branding Group"](#) та особиста зацікавленість Є. Копатька у просуванні "русского міра" неодноразово відзначалася експертами та політологами. Нещодавно компанія

[була звинувачена у маніпуляціях](#)

під час проведення "дослідження" щодо ставлення українців до релігії та церкви. А в іншому,

[нібито проведеному R&B "опитуванні"](#)

, показані абсурдні навіть з точки зору простої формальної логіки результати, коли частка тих, хто вважає себе патріотами України, на 4% перевищує частку тих, хто просто пишається українським громадянством. При цьому результати іншого "дослідження" R&B суперечать цим та іншим цифрам. Бо не може бути в країні 76% тих, хто називає себе

патріотами і 52% тих, хто готовий захищати свою країну,

[поряд з 58% тих, хто не вважає Росію закордоном](#)

. Та ще й при цифрах у 41% та 28% тих, хто вважає, що Україна сьогодні ще не є незалежною або є не повністю незалежною державою. Інший приклад: 8 листопада 2011 року

[Євген Копатько стверджує](#)

, що протестні настрої в Україні настільки великі, що може повторитися лівійський сценарій, і що так вважає 40% громадян України. А через три дні його

"Research&Branding Group" повідомляє, що

[лише 14% українців готові вийти на протест](#)

(ця цифра дуже відрізняється в бік зменшення від опитування всіх без винятку інших соціологічних компаній).

Така нісенітниця в цифрах різних опитувань, коли результати одного "дослідження" суперечать результатам інших "досліджень" однієї й тієї ж компанії, говорить про некомпетентність або заангажованість опитувань "Research&Branding Group", яку фактично [визнає і сам Євген Копатько](#) : "Если бы вы узнали, какие разные люди являются нашими заказчиками, вас бы это удивило. Думаю, что после этого вы бы не задавали таких вопросов" (цікаво, що цією своєю відповіддю на питання "Нового регіона" Є. Копатько фактично погодився з думкою читача, який назвав Партію регіонів "сборищем воров и убийц", а самого Копатька – маніпулятором на їх користь").

Одним з таких замовників свого часу був, наприклад, фонд "Русский мир", який [надавав в "Research&Branding Group" грант для "дослідження" поширення російської мови на пострадянському просторі](#)

. При цьому більш незалежним у поглядах соціологічним компаніям (для отримання об'єктивніших результатів) такі замовлення цим фондом не надавались. Таким чином можна стверджувати, що "Research&Branding Group" використовується не для соціологічних досліджень, а як інструмент підтвердження необхідної пропаганди, яка не обов'язково відповідає дійсності. Адже навряд чи той, хто прагне отримати справжні результати щодо питань довкола російської мови, замовлятиме дослідження компанії, керівник якої не приховує, який би результат був для нього бажаним. А Євген Копатько прямо каже, що

[є прихильником російської мови як другої державної та зближення з Росією](#)

, а також

[є одним з захисників Дмитра Табачника](#)

на посаді міністра освіти і науки, молоді та спорту.

Про відсутність компетентності та фаховості Євгена Копатька може свідчити хоча б його [прогноз, який збувся з точністю до навпаки](#) . Керівник "Research&Branding Group" абсолютно безпідставно назвав смерть Усами бен Ладена подією №1 у світі та потрапив пальце у небо, пророкуючи реакцію у відповідь ісламських терористів, в т.ч. і щодо України.

Цікаво, що Євген Копатько, активно просуваючи ідею російської мови як другої державної в Україні, [визнає можливі руйнівні для держави наслідки цього кроку](#) : "Моя

личная позиция – я за русский язык. Но – нужно помнить, что это – вопрос, который может расколоть страну. Есть ведь огромное количество людей, которые против этого. На вопросах языка и религии, как показывает история, возможны очень жесткие конфликты. Вспомните, что случилось с Югославией. Львовские события могут показаться детским лепетом”. Також Є. Копатько визнає, що

[вести бізнес в країні, де панує соціальна напруга і несприйняття одними прошарками суспільства інших дуже ризиковано](#)

. Отже виходить, що заради примарних електоральних переваг і сам Є. Копатько, і Партія регіонів, яка піддається на його переконання, готові кинути Україну у вир розколу й громадянської війни.

Водночас інші опитування стверджують, що питання мови дуже мало цікавлять той електорат, на який розраховує Партія регіонів під час прийняття закону “Про засади державної мовної політики”. Наприклад, [для мешканців Донецька найактуальнішими є проблеми зростання цін на продукти харчування та житлово-комунальні послуги, економіки та роботи підприємств, охорони здоров'я та цін на житло](#)

. Однак наші джерела кажуть, що більшість впливових людей у Партії регіонів вірять Євгену Копатьку і не прагнуть звірити надані ним результати опитувань з подібними дослідженнями інших соціологічних компаній. Натомість найавторитетніші українські соціологи стверджують, що, наприклад, проголошення російської мови як регіональної там, де проживає лише 10% російськомовного населення, як цього вимагає закон “Про засади державної мовної політики”,

[приведе не до електоральних здобутків, а, навпаки, до електоральних втрат Партії регіонів](#)

, особливо у центрі України, де за неї сьогодні голосує не так вже й мало людей. Ну і звичайно жодне опитування не враховує, що законопроект Колесніченка-Ківалова викличе мобілізацію проукраїнського електорату та надзвичайну активність тих груп населення, які до сьогодні не мали наміру активно підтримувати ні владу, ні опозицію на парламентських виборах, але для яких питання мови та стабільності й цілісності держави є надзвичайно принциповим. Розгорнута такими групами і базована на економічних, а не мовних меседжах кампанія проти Партії регіонів (особливо, якщо вона отримає ресурсну підтримку від політичної опозиції) може знизити рейтинг партії влади значно більше, ніж його підвищить (якщо підвищить взагалі) антиукраїнський законопроект Колесніченка-Ківалова і навіть “роздача гречки” під назвою “соціальні ініціативи Президента”, які, на відміну від мовного законопроекту, справді отримали позитивний відгук у частині найбідніших прошарків населення.

[Майдан](#)