

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
Факультет соціології і права
Кафедра соціології**

«До захисту допущено»
В.о. завідувача кафедри
_____ Максим ЄНІН
«__» _____ 20__ р.

**Кваліфікаційна робота
на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо-професійною програмою «Врегулювання конфліктів та
медіація»
спеціальності 054 «Соціологія»
на тему: «Культура електоральної поведінки в Україні: чинники впливу
та тенденції розвитку»**

Виконала:
студентка IV курсу, групи СЛЗ-11
Аханова Юлія Володимирівна

Керівник:
к. політ. н., доцент, доцент кафедри соціології
Багінський Андрій Владиславович

Рецензент:
к.і.н., доцент, доцент кафедри історії
Перга Юрій Миколайович

Засвідчую, що у цій дипломній роботі
немає запозичень з праць інших авторів
без відповідних посилань.
Студентка Аханова Юлія
Володимирівна _____

Київ – 2025 року

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
Факультет соціології та права
Кафедра соціології**

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність 054 – «Соціологія»

Освітньо-професійна програма «Врегулювання конфліктів та медіація»

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри

_____ Максим ЄНІН

«___» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу студентці

Ахановій Юлії Володимирівни

1. Тема роботи «Культура електоральної поведінки в Україні: чинники впливу та тенденції розвитку», керівник роботи Багінський Андрій Владиславович, , к. політ. наук, доцент, затверджені наказом по університету від «11» червня 2025 р. №1981-с.
2. Термін подання студентом роботи: 11 червня 2025.
3. Об'єкт, предмет роботи (об'єкт — електоральна культура, предмет — українські громадяни)
4. Зміст роботи (1. Теоретико-методологічні засади вивчення електоральної поведінки, 2. Електоральна поведінка в контексті демократичної трансформації України, 3. Емпіричний аналіз виборчих процесів в Україні)
5. Перелік ілюстративного матеріалу (3 ілюстрації, 10 додатків)
6. Дата видачі завдання: 14 квітня 2025 р.

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Визначення напрямку дослідження	Вересень 2024 р.	
2	Формування джерельної бази дослідження	Жовтень-листопад 2024 р.	
3	Складання розгорнутого плану	Грудень 2024 р.	
4	Написання вступу до роботи (визначення об'єкту, предмету, мети та завдань)	Січень 2025	
5	Підготовка і написання I розділу кваліфікаційної роботи (ТЕОРЕТИКО-МЕТОЛОДОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ)	Лютий-березень 2025	
6	Написання II розділу кваліфікаційної роботи (ЕЛЕКТОРАЛЬНА ПОВЕДІНКА В КОНТЕКСТІ ДЕМОКРАТИЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНИ)	Березень-квітень 2025	
7	Написання III розділу кваліфікаційної роботи (ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ ВИБОРЧИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ)	Квітень-травень 2025.	
8	Написання висновків, анотації, оформлення джерельної бази	Травень 2025	
9	Передача кваліфікаційної роботи на кафедру	11 червня 2025	

Студентка

Юлія АХАНОВА

Керівник роботи

Владислав БАГІНСЬКИЙ

Анотація

Аханова Ю.В. Електоральна поведінка в Україні: чинники впливу та тенденції розвитку – На правах рукопису.

Кваліфікаційна робота за напрямом 054 «Соціологія». – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», кафедра соціології. – Київ, 2025.

У кваліфікаційній роботі було здійснено комплексний аналіз електоральної поведінки в Україні в контексті загальної політичної поведінки громадян. Розглянуто основні теоретичні підходи до вивчення електоральної поведінки, включаючи соціологічні, психологічні та раціонально-вибіркові теорії. Проаналізовано особливості виборчого процесу в транзитних демократіях, зокрема досвід України як прикладу країни з перехідною політичною системою. В роботі розглянуто історичні аспекти формування української політичної культури та поведінки виборців, виявлено ключові чинники, що впливають на електоральні вподобання громадян. Здійснено емпіричне дослідження виборчої поведінки українців, виявлено основні тенденції та динаміку трансформацій в умовах політичної нестабільності, соціальних змін та зовнішніх викликів.

Ключові слова: електоральна поведінка, політична поведінка, вибори, транзитна демократія, політична культура, Україна, виборець, чинники впливу, тенденції.

Abstract

Akhanova Y.V. Electoral Behavior in Ukraine: Influencing Factors and Development Trends – Copyright of the manuscript. Qualification work in direction 054 "Sociology". - National Technical University of Ukraine "Ihor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", Department of Sociology. - Kyiv, 2025.

This qualification thesis presents a comprehensive analysis of electoral behavior in Ukraine within the broader context of citizens' political behavior. The study reviews the main theoretical approaches to the study of electoral behavior. It also examines the specific features of electoral processes in transitional democracies, with particular attention to Ukraine as an example of a country with a developing political system. The work explores the historical aspects of the formation of Ukrainian political culture and voter behavior, identifying the key factors that influence citizens' electoral preferences. An empirical study of electoral behavior in Ukraine was conducted, revealing the main trends and dynamics of transformation under conditions of political instability, social change, and external challenges.

Keywords: electoral behavior, political behavior, elections, transitional democracy, political culture, Ukraine, voter, influencing factors, trends.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОЛОДОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ	7
1.1. Електоральна поведінка як складова політичної культури	7
1.2. Основні теоретичні підходи до вивчення електоральної поведінки	10
1.3. Чинники впливу на електоральну поведінку	17
Висновки до Розділу 1	22
РОЗДІЛ 2. ЕЛЕКТОРАЛЬНА ПОВЕДІНКА В КОНТЕКСТІ ДЕМОКРАТИЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНИ	24
2.1. Україна як держава перехідної демократії	24
2.2. Історична еволюція та сучасні тенденції електоральної поведінки в Україні	28
Висновки до Розділу 2	35
РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ ВИБОРЧИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ	37
3.1. Динаміка виборчої активності: аналіз явки виборців.....	37
3.2. Еволюція електоральних вподобань: зміни політичних орієнтацій виборців (2002-2019 рр.)	40
Висновки до Розділу 3	53
Висновок	54

Список використаних джерел	58
Додатки	64

ВСТУП

Культура електоральної поведінки є ключовим елементом функціонування демократичних суспільств. У країнах із перехідною демократією, зокрема в Україні, формування сталих виборчих практик має вирішальне значення для утвердження громадянського суспільства, політичної стабільності та ефективного представництва інтересів виборців. Після проголошення незалежності Україна пережила декілька хвиль трансформацій політичної системи, кожна з яких супроводжувалась змінами в електоральній поведінці громадян.

З одного боку, українське суспільство демонструє зростання політичної активності, посилення зацікавленості у виборчому процесі, поширення громадянської свідомості. З іншого — залишаються стійкими прояви патерналістських установок, апатії, популізму, низької довіри до політичних інститутів. Такий дуалізм засвідчує, що культура електоральної поведінки в Україні перебуває на етапі становлення, який супроводжується впливом цілої низки факторів: соціальних, економічних, регіональних, історичних, інформаційних тощо.

В умовах збройної агресії Російської Федерації, інформаційної війни та змін у внутрішньополітичному ландшафті тема культури електоральної поведінки набуває особливої ваги. Саме від зрілості виборця, його ціннісних орієнтацій, обізнаності та критичного мислення залежить, наскільки ефективно Україна зможе протистояти зовнішнім викликам та продовжити демократичний поступ. Таким чином, дослідження чинників, що формують електоральну культуру, а також її перспектив розвитку є надзвичайно актуальним з теоретичної та практичної точок зору.

Стан наукової розробленості проблеми. Питання електоральної поведінки є предметом уваги багатьох дослідників у межах політології,

соціології, психології. Вітчизняні науковці, зокрема О. Рафальський, Ю. Шайгородський, В. Таран, І. Бекешкіна, С. Телешун, здійснили вагомий внесок у вивчення політичної культури, особливостей виборчого процесу та виборчої активності в Україні. Також слід відзначити праці зарубіжних учених — С. Верби, Г. Алмонда, Е. Ноель-Нойман, Е. Кемпбелла — які заклали теоретичні підвалини для аналізу політичної поведінки.

Однак, незважаючи на наявність значного наукового доробку, низка аспектів культури електоральної поведінки в Україні потребують подальшого дослідження. Зокрема, бракує міждисциплінарного підходу, що дозволив би комплексно проаналізувати вплив соціокультурних, психологічних та інформаційних факторів на поведінку виборців. Актуальним залишається вивчення змін у мотивації голосування в умовах війни, цифровізації та зростання ролі соціальних мереж.

Метою дослідження є з'ясування сутності та особливостей культури електоральної поведінки в Україні, аналіз чинників, що її формують, та визначення перспектив подальшого розвитку в контексті демократичної трансформації суспільства.

Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких **завдань**:

1. Охарактеризувати теоретико-методологічні підходи до вивчення електоральної поведінки.
2. Проаналізувати історичну еволюцію електоральної поведінки в Україні.
3. Визначити ключові соціальні, економічні, регіональні, інформаційні та психологічні чинники, що впливають на виборчі уподобання громадян.
4. Виявити особливості формування електоральної поведінки в Україні.

5. Розробити пропозиції щодо підвищення рівня електоральної культури в Україні.

Об'єктом дослідження є електоральна культура в контексті виборчого процесу в Україні.

Предметом дослідження виступає культура електоральної поведінки українських громадян, її структурні компоненти, чинники формування та тенденції розвитку.

Методи дослідження

У процесі написання дипломної роботи було використано комплекс методів наукового пізнання:

Емпіричні методи: контент-аналіз політичних програм, інтерпретація даних центральної виборчої комісії;

Історико-логічний метод — для виявлення динаміки розвитку електоральної поведінки у різні періоди.

Теоретичне значення роботи полягає у поглибленні наукових уявлень про культуру електоральної поведінки як складову політичної культури України. Узагальнення наукових підходів до вивчення цього явища дозволяє систематизувати знання про чинники, що впливають на вибір виборця, та окреслити напрями подальших досліджень.

Практична цінність полягає у можливості використання результатів дослідження органами державної влади, громадськими організаціями, політичними партіями, а також у процесі розробки освітніх програм з політичної освіти. Запропоновані рекомендації можуть слугувати основою для підвищення громадянської свідомості, зменшення впливу маніпулятивних технологій та посилення інституційної довіри в українському суспільстві.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків та рекомендацій, списку використаних джерел та додатки. Загальний обсяг роботи — 78 сторінок (з них 55 основного тексту). Список використаних джерел містить 46 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ

1.1. Електоральна поведінка як складова політичної культури

Протягом століть людство шукало відповіді на питання: хто має право керувати, як обираються ті, хто при владі, і в чому полягає справжня участь народу в управлінні державою. Ідея політичної участі бере свій початок ще з античності, коли Аристотель (Фоліо, 2023) визначав людину як «політичну істоту», яка прагне жити в спільноті і брати участь у справах полісу. У цьому сенсі держава постає не лише як система інституцій чи апарат примусу, а як політичне середовище, у якому формується колективна воля.

Платон у «Державі» (Фоліо, 2024). змальовував ідеальну політичну структуру, в якій влада належить мудрим, а не тим, хто просто здатен її здобути. Він недовірко ставився до демократії як до форми правління, що надто залежить від емоцій натовпу і є нестабільною за своєю природою. Водночас сам факт обговорення форм участі у політичному житті свідчить про те, що з найдавніших часів проблема взаємин між владою і громадянами була центральною для політичної думки.

Сучасна демократія ґрунтується на принципі народовладдя — визнанні народу джерелом влади. Проте сам акт вибору представників — вибори — є лише зовнішнім виявом більш глибоких процесів: довіри, лояльності, зацікавленості, знань і мотивів. У цьому контексті важливим є не лише формальний факт участі у голосуванні, а й внутрішні переконання та зовнішні умови, які визначають політичну поведінку громадян. Саме тому науковий інтерес поступово зосередився на аналізі того, як поведуться індивіди в умовах демократії, які чинники впливають на їхні політичні рішення, і яким чином ця поведінка відображає стан суспільства загалом.

Виникає потреба глибше осмислити поняття політичної поведінки як цілісного комплексу дій, що відображають ставлення особи до політичної системи, владних інституцій, політичних подій і процесів.

За класифікацією Г. Алмонда і С. Верби (1963) існує три типи ставлення громадян до політики. «Партисипативна» (учасницька) культура характеризується високим рівнем зацікавленості населення у політичному процесі, активною участю в його інститутах та визнанням власної відповідальності за результати. «Підданська» політична культура передбачає пасивне ставлення. Громадяни усвідомлюють існування правил і знають, хто приймає рішення, але самі мало впливають на процес, скоріше пасивно реагуючи на рішення влади. «Патріархальна» культура виражена традиційною прив'язаністю до обмежених локальних груп та нездатністю впливати на політику, люди мають мало знань і очікувань від центральної влади. Алмонд і Верба підкреслювали, що в реальному житті ці чисті типи не існують ізольовано, адже фактично політична культура будь-якого суспільства є сумішшю цих елементів.

Політичну поведінку зазвичай розглядають як широкий спектр дій, установок і переконань громадян, пов'язаних з політичним процесом. Зокрема, політична поведінка визначається як людська діяльність, пов'язана з політикою та владою, що здійснюється задля впливу на суспільні рішення (Weinschenk, 2022). Наприклад, професор Хосе Перейра (2022) підкреслює, що політична поведінка охоплює всі дії звичайних громадян, які прямо чи побічно впливають на політичні результати. Ці дії можуть варіюватися від читання новин про політику до різних форм політичної участі – від голосування на виборах до протестних акцій. Отже, під політичною поведінкою розуміють весь набір свідомих дій і реакцій індивіда чи групи у політичній сфері.

За класичною концепцією, запропонованою політичним теоретиком Лестером Мілбрайтом (Milbrath, 1965), усі форми політичної активності можна умовно розділити на конвенційні (легальні) та неконвенційні. До конвенційних, тобто усталених і легальних форм участі, належить передусім ознайомлення з політичними подіями за допомогою ЗМІ, зокрема читання

політичних новин або перегляд телепередач. Навіть така пасивна форма зацікавлення політикою вже розглядається як частина політичної участі. У цьому ж руслі можна розглядати і так званий абсентеїзм — свідоме або вимушене утримання від участі у виборах.

Дещо активнішими проявами є ведення політичних розмов у приватному чи професійному середовищі, а також безпосередня участь у голосуваннях під час виборів або референдумів. На цьому рівні громадяни вже виконують базову політичну функцію, впливаючи на процес формування влади.

До розширених форм конвенційної участі відноситься долучення до діяльності політичних партій, участь у з'їздах, мітингах, звернення до державних органів або посадовців із публічними запитами чи скаргами. У найвищій мірі активності особа може навіть сама виконувати функції політичного діяча, бути обраною до органів влади чи брати участь у виборчій кампанії як суб'єкт.

Паралельно з цим існують і неконвенційні прояви політичної активності, які виходять за межі усталених процедур. Наприклад, підписання петицій (в тому числі і як способу тиску на владу), участь у протестах, зокрема несанкціонованих демонстраціях, страйках, бойкотах, перекриттях доріг або навіть захопленні адміністративних будівель. Такі радикальні дії мають на меті публічне вираження невдоволення та спонукають владу до негайних змін. Це резонує з визначенням цивільного непокору (*civil disobedience*) як публічний, свідомий, політичний акт, що суперечить закону, зазвичай здійснюваний з метою змінити закон або політику уряду (Brownlee, 2009).

З огляду на усталені підходи до вивчення політичної поведінки, вибори розглядають як інституціоналізований механізм впливу на владу, який забезпечує стабільне функціонування демократичного політичного процесу.

Участь у виборах вважається базовою, мінімальною, але водночас найпоширенішою формою політичної активності, яка не потребує значних ресурсів або ризикованої поведінки з боку індивіда. Тому, необхідно краще зрозуміти мотиваційні механізми участі у виборах, виявити закономірності ухвалення рішень виборцями, а також проаналізувати взаємозв'язок між соціальними, культурними та інституційними чинниками, що впливають на електоральні уподобання

1.2. Основні теоретичні підходи до вивчення електоральної поведінки

Однією з найбільш формалізованих, регулярних і водночас символічно значущих її форм виступає електоральна поведінка — участь громадян у виборчому процесі, насамперед у голосуванні на загальнодержавному чи місцевому рівнях.

Електоральна поведінка розглядається як форма політичної активності, у межах якої індивід виражає своє ставлення до суб'єктів політичної боротьби, актуальних проблем і цінностей, а також демонструє рівень довіри до інституцій демократії (Волович, 2009).

Участь у виборах є важливим каналом політичної соціалізації, що формує відчуття громадянської відповідальності. Водночас пасивність, абсентеїзм, протестне голосування або вибір «проти всіх» також є виявами електоральної поведінки і потребують окремого аналітичного підходу. Таким чином, електоральна поведінка є не лише способом формування влади, а й індикатором глибших соціально-політичних процесів — рівня політичної культури, стабільності суспільства, впливу соціальних мереж і медіа, тощо.

З метою глибшого розуміння механізмів, що впливають на вибір громадян у процесі голосування, у політичній та соціологічній науці сформувався цілий спектр теоретичних підходів до вивчення електоральної поведінки.

Перші спроби передбачати результати виборів базувалися на неформальних опитуваннях виборців. Термін «солом'яні опитування» (straw polls) походить від порівняння з киданням соломинки в повітря, щоб визначити напрям вітру. Англійський правник і бібліограф Джон Селден вперше вжив цю метафору: за його словами, піднята соломинка показує напрямок вітру, а так зване «солом'яне опитування» – суспільні настрої. У США перші дослідження громадської думки пов'язані з газетними експериментами. Так, вже в 1883 р. газета Boston Globe направила своїх репортерів на виборчі дільниці напередодні голосування, щоб опитати виходячих із кабінки виборців і на основі цих спостережень передбачити результати (по суті, це були перші вихідні опитування, або ранні варіанти ексті-полів – exit polls). Хоча такі методи не мали наукової вибірки і були менш надійні, вони заклали основу для подальшого розвитку соціологічних методів вивчення виборчої поведінки.

В інтелектуальних колах Франції на рубежі XIX–XX ст. сформувалася «французька школа» вивчення електоральної поведінки, представлена насамперед діяльністю географа-політика Андре Зігфріда. Він уперше спробував системно поєднати політичний аналіз з географією. У 1913 р. вийшла його знаменита праця «Політичний нарис Західної Франції в часи Третьої Республіки» (Siegfried, 1913), де зібрано «психологічну і політичну географію» французьких регіонів. Ця робота стала фундаторською для соціології виборчої поведінки, зокрема вона вперше показала, що політичні уподобання мають чітке географічне розташування. Зігфрід виявив, що кожна велика ідеологічна течія («центристська», «республіканська» чи «соціалістична» тощо) мала свої «форпости» або політичні кліматичні зони – стабільні регіональні бази підтримки. Ці кліматичні зони зазвичай корелювали з релігійними, соціальними чи історичними особливостями регіонів (наприклад, кластер релігійності чи сільське населення). Відтак французька школа дала зрозуміти, що електоральна поведінка має сталі

соціальні фактори, пов'язані з місцем проживання, культурною традицією та регіональною історією.

Класичною соціологічною моделлю голосування вважають підхід Ліпсета та Роккана (1967), відомий як «теорія розломів» (cleavages). У своїй монографії вони розглядали, як історичні соціально-політичні розколи («розломи») перетворюються на структурні лінії партійної боротьби та електоральних альянсів. Зокрема, вони виділили дві основні хвилі «революцій»: національну/державну та індустріальну. Наслідком першої («національної революції») були розломи держави: центр – периферія (боротьба центральної влади з регіональними елітами) та релігійний розлом (цькування церкви державою або навпаки). Другою стала індустріалізація, яка породила класовий розлом (робітники проти капіталістів) і урбан–сільський розлом (містяни проти аграріїв). Ці чотири розломи за Ліпсетом та Рокканом заклали довгострокову «напряму» партійних систем у Європі – умовно “заморожуючи” партійні системи. Сучасні дослідження підтверджують, що саме комбінація цих розломів (центр–периферія, релігія, клас, місто–село) довгий час відігравала ключову роль у формуванні стабільних партійних уподобань виборців.

У 1930–1950-х рр. у США зародився біхевіористський (емпіричний) підхід до політики. Його представники відмовлялися від чисто нормативних моделей і наполягали на зборі даних про реальну поведінку виборців. Важливою фігурою тут був Чарльз Мерріам, який у 1923 р. очолив кафедру політології в Чиказькому університеті. Під егідою Мерріама розвинулася так звана «Чиказька школа», яка використовувала опитування, статистику й соціальну науку для пояснення політики (Merriam, 1924). Іншим видатним американцем був Френк Госнелл, учень Мерріама, який 1937 р. опублікував монографію *Machine Politics: Chicago Style*. У цій роботі Госнелл зібрав докладні дані про голосування по 50 округах Чикаго за 1920–30-ті рр., проаналізував результати по дільницях і виявив значущість локальних

факторів (наприклад, ролі партійних посадовців). Обидва цих вчених довели: ефективне вивчення виборчої поведінки потребує систематичних статистичних даних (зазвичай збору анкетних опитувань) та аналізу закономірностей у цих даних. Згодом біхевіористи почали активно використовувати панельні опитування – тобто багаторазові опитування одних і тих же респондентів у різні виборчі періоди. Це дозволило дослідникам відстежувати зміни в настроях конкретних людей. Панельні дані підтверджували класичне спостереження: більшість виборців демонструють високу стійкість вибору, хоча окремі індивідууми можуть змінювати свої вподобання. Так, дослідження показали, що традиційні моделі (соціологічна чи психологічна) добре пояснюють загальну стабільність партійних орієнтацій, тоді як раціональне моделювання – поки що не в змозі пояснити, чому зростає частка ситуативних коливань.

Наступний крок у розвитку досліджень електоральної поведінки став фокус на внутрішніх мотивах та соціальній ідентичності виборців. Класичний приклад – «мічіганська модель» 1950–60-х рр., сформульована Кемпбеллом, Конверсом, Міллером і Стоксом у книзі *The American Voter* (1960). Ця модель трактує партійну ідентифікацію як форму соціально-психологічної ідентифікації виборця. Згідно з ними, люди «присвоюють» собі партійну належність через процес соціалізації (сім'я, середовище), і вона стає емоційним «дзеркалом», що визначає більшість голосувань. Тобто, партійна ідентичність – це постійне усвідомлення громадянином того, які типи людей належать до різних партій і чи ідентифікується він із цими соціальними групами. Сильна партійна прихильність діє як когнітивна схема чи ярлик, що спрощує процес голосування. Водночас моделі цього напрямку враховують й короткотермінові фактори: сприйняття кандидатів, оцінка їхніх позицій і контексту кампанії. Разом соціально-психологічні моделі підкреслюють, що сукупність тривалих уподобань та емоційної прив'язаності до партій (*long-term orientations*) спільно з актуальними ставленнями

формують вибір виборця. Наприклад, за опитуваннями 1956–1960 років виявилось, що понад 70% виборців із міцною партійною прихильністю голосували за кандидата своєї партії, незалежно від конкретних політичних питань. Натомість незалежні виборці були менш зацікавлені й часто змінювали вподобання.

У 1950–70-х рр. в США і Західній Європі отримали поширення теорії раціонального вибору, що походять із політичної економії. Антоні Даунс опублікував працю *An Economic Theory of Democracy* (1957), в якій застосував апарат економічного аналізу до політики. За Даунсом, виборець – це раціональний агент, який ураховує вигоди (наприклад, очікувані політичні блага) та витрати (час, зусилля) свого голосування. Простіше кажучи, голос він віддає лише якщо очікуваний виграш від його голосу перевищує витрати. Ця раціоналістична модель породила низку формальних аналогій між ринком та демократією, де партії – як підприємства (максимізують голоси), а виборці – як споживачі (максимізують своє «задоволення» від політики. У цьому контексті М. Фіоріна (Morris P. Fiorina) розвинув у своїй книзі *Retrospective Voting in American Elections* (1981) ідею «ретроспективного голосування». Фіоріна стверджує, що раціональний виборець зосереджується на минулому досвіді: оцінює діяльність уряду/очільників за останні роки і голосує, якщо вважає їхні дії вдалими. Якщо ж ні – голосує проти. Таким чином, за теорією Даунса–Фіоріни, голос є результатом особистісного розрахунку індивіда, орієнтованого на власні матеріальні чи політичні інтереси. Ці підходи пояснюють, наприклад, чому виборці можуть «карати» уряд у разі економічної кризи, та чому медіа-кампанії, обіцянки партій тощо діють лише косвенно через зміну очікувань виборців. Так намагалися пояснити зростання популізму в ліберальних демократіях через раціональний вибір, спираючись на економічну теорію демократії Ентоні Даунса (Hedoin, Chirat, 2023). Стверджується, що популістські партії виникають як реакція на економічні труднощі, культурну тривогу, недовіру до традиційних ЗМІ та інституцій, а

також через зростання невизначеності в політичній інформації. Популісти мобілізують виборців, які раніше не брали участі у виборах, і використовують ідеологію як спрощену інформаційну підказку. Популізм можливий лише тоді, коли послаблюється ліберальний консенсус – набір базових правил і норм, які утримують демократію стабільною.

Кінець XX ст. в США приніс синтез традиційних соціологічних та інституційних факторів. Найвідомішим довідником став збірник «Who Votes?» (1980), авторства Реймонда Волфінгера та Стівена Розенстоуна. Вони зібрали цілу низку досліджень по явці та партійності виборців в американських виборах. У цій класичній американській моделі виділяють ключові детермінанти: соціально-демографічні фактори (освіта, дохід, раса, вік) та інституційні умови (закони реєстрації, склад електорату тощо) – основні передумови участі у голосуванні. Волфінгер і Розенстоун показали, що в США рівень освіти та простота процедури реєстрації мають набагато вагоміший вплив на явку, ніж, скажімо, рекламні кампанії чи короткочасні передвиборчі стимули. Наприклад, у 1977 р. явка серед громадян виборчого віку становила лише 54%. Детальний аналіз засвідчив, що на вищу явку впливає зростання віку, вищий рівень освіти та вищий дохід. Люди з вищою освітою та сталим прибутком демонстрували значно вищу схильність голосувати, ніж молодь і бідні верстви населення. Тобто, виборчу участь більшою мірою формує «соціальний бекграунд» та інфраструктура процесу, аніж миттєві зміни у політичному кліматі. Цей підхід залишався базовим для досліджень виборчої поведінки в Америці до початку 2000-х рр.

На основі аналізу класичних теорій можна виокремити низку ключових факторів, що впливають на рівень та характер участі:

Структурні та історико-соціальні фактори. Регіональні особливості, історична пам'ять, релігійна традиція, тип поселення (місто або село), класова структура суспільства, культурні коди спільнот, сталий характер соціального середовища. Ці фактори формують довготривалі лінії

політичного поділу й визначають основу партійної стабільності на окремих територіях.

Соціально-демографічні чинники. Освіта, рівень доходу, вік, етнічна чи расова належність, соціальний статус, зайнятість, стать. Саме ці змінні мають вирішальний вплив на участь у голосуванні та схильність до підтримки певних політичних сил. Наприклад, вищий рівень освіти та доходу корелює з більшою політичною активністю.

Соціально-психологічні чинники. Партійна ідентифікація, емоційна прив'язаність до політичних сил, внутрішнє ототожнення з певною ідеологією чи соціальною групою, політична соціалізація (через родину, школу, медіа), когнітивні схеми. Такі чинники забезпечують стійкість вибору та є основою політичної лояльності виборця.

Раціонально-інтересові чинники. Особистий інтерес, очікувані вигоди від обрання певної партії чи кандидата, оцінка минулих дій влади (ретроспективне голосування), співвіднесення витрат і користі від участі у виборах. Виборець оцінює, який варіант голосування є для нього найефективнішим з точки зору досягнення бажаного політичного або економічного результату.

Ситуативно-контекстуальні чинники. Наративи кампаній, медійна активність кандидатів, актуальні події (кризи, скандали, війни, економічні потрясіння), особисті якості кандидатів, політична мобілізація з боку партій. Ці чинники здатні впливати на виборців із нестійкими переконаннями та змінювати розстановку сил у короткотерміновій перспективі.

Інституційні чинники. Законодавчі умови виборчого процесу, складність або простота реєстрації, доступність виборчих дільниць, тип виборчої системи, обмеження або розширення виборчого права, рівень прозорості та довіри до виборчих інституцій. Такі умови значною мірою

визначають рівень участі у голосуванні та ступінь ефективності електоральної конкуренції.

Усі ці фактори не діють ізольовано, а формують складну багаторівневу матрицю впливів, де довготривалі соціальні структури поєднуються з поточними контекстами, емоційною ідентифікацією та індивідуальними обчисленнями користі. Саме ця взаємодія і визначає вибір виборця.

1.3. Трансформація інформаційного середовища та її вплив на виборця

Класичні дослідження виборчої поведінки в США та інших демократіях показали обмежений прямий ефект медіа на виборців. Так, дослідження «The People's Choice» (Lazarsfeld, 1944) з'ясувало, що переважна більшість виборців дізнається інформацію про кандидатів через друзів і знайомих, а не безпосередньо з газет чи радіо. У виборах визначальним чинником є «двоступеневий потік» інформації, коли медіа насамперед впливають на «лідерів думок», а ті, у свою чергу, через спілкування передають повідомлення іншим. Джозеф Клаппер (1960) розвинув цю ідею у своїй «моделі обмежених ефектів», показавши, що соціальні та психологічні чинники (наприклад, партійна ідентифікація, групова приналежність, соціальні мережі) значно сильніше зумовлюють голосування, ніж масмедіа. Люди зазвичай споживають ті медіа, що відповідають їхнім попереднім політичним уподобанням.

З кінця XX – початку XXI ст. відбувся глибокий зсув у медійному середовищі: домінування телебачення та преси поступилося появі інтернету та соціальних мереж. Телебачення дотепер залишається потужним джерелом новин, але довіра до традиційних ЗМІ постійно знижується (лише близько 30% американців довіряють ТБ та газетам) (Pew Research Center, 2024). Особливо скептично до традиційних медіа ставляться молоді люди: серед респондентів віком до 30 лише близько 26% висловили довіру проти 43%

серед старших (65+ років). Це свідчить про втому аудиторії від суто телевізійного формату, що змусило виборців шукати альтернативні джерела. Так виникла мода на «чесних блогерів» та інфлюенсерів у соцмережах: сучасні користувачі дедалі більше сприймають політичні повідомлення через персоналізовані стрічки в Інстаграмі, X/Twitter чи Телеграмі, а не через вечірні новини на телебаченні.

Паралельно відбувається злиття політики та розваг. Політична кампанія все більше наближається до шоу-бізнесу: кандидати вчаться видавати емоційні короткі меседжі, використовувати гучні образи і драматичні формати. Якщо телебачення перетворило політику на «шоу», то соціальні мережі перевели її у формат віртуального «двору», де емоції та особисті історії мають більш вагомий ефект, ніж суха інформація. Цей контекст створює сприятливе підґрунтя для появи мемів, віртуального прапорів та гасел, які легко розходяться мережею, формуючи розважальний рамковий контент для виборців.

Загалом початок ХХІ ст. відзначений низкою епохальних кампаній, які випробували нові технології. Вважають, що найважливіша з них – кампанія Барака Обами 2008 року (Cogburn & Espinoza-Vasquez 2011). Команда Обами активно застосувала інтернет та соціальні мережі для організації виборчого процесу: вони створили власні сторінки на Facebook, YouTube та MySpace, де публікували «вірусні» відеоролики, оновлювали новини та збирали пожертви. Ця кампанія показала, що інтернет може забезпечити потужну мікротаргетовану мобілізацію – наприклад, за допомогою електронних листів та персоналізованих повідомлень активізувати молодь чи малозалучені групи. Можна сказати, що з того часу жарти, меми і вірусні кліпи стали невід’ємним атрибутом кампаній. Цей випадок продемонстрував, що нові цифрові інструменти дозволяють спілкуватися з виборцем один на один і створювати масштабні мережі волонтерів.

Сьогодні політичні штаби використовують алгоритми платформи для того, щоб «збагачувати» бази даних виборців новою інформацією, відслідковувати реакції та оптимізувати меседжі в реальному часі (Zakharchenko, 2019). Відповідно, соціальні мережі стали не тільки каналом поширення інформації, але й засобом прямої організації та взаємодії з електоратом.

Цікавим є експеримент, який провели у день проміжних виборів до Конгресу США 2 листопада 2010 року понад 61 мільйон користувачів Facebook стали учасниками рандомізованого контрольованого експерименту (Aral, Muchnik & Sundararajan 2012). Одні учасники групи отримали повідомлення з нагадуванням про день виборів, кнопкою "Я проголосував" та фотографіями шести друзів, які вже натиснули цю кнопку. Інша група побачила аналогічне повідомлення, але без фотографій друзів.



Рис. 1.3.1. Зразки повідомлення у Facebook в експерименті 2010 року (Aral, Muchnik., & Sundararajan, 2012).

Дослідники порівнювали поведінку цих груп, використовуючи як дані з Facebook, так і публічні виборчі реєстри, щоб визначити вплив повідомлень на реальну явку виборців. Користувачі, які отримали соціальне повідомлення

з фотографіями друзів, були на 0,39% більш схильні проголосувати, ніж ті, хто не отримав жодного повідомлення або отримав лише інформаційне повідомлення без соціального контексту. Це еквівалентно приблизно 60 000 додаткових голосів. Вплив був найбільш вираженим серед «близьких друзів», визначених за частотою взаємодії на Facebook.

У цьому контексті соціальні мережі виступають і як канал розповсюдження інформації (аналог традиційних ЗМІ), і як соціальна платформа, де взаємодія відбувається через мережу реальних соціальних зв'язків. Це дає підстави стверджувати, що навіть в умовах цифрової медіаекспансії класичні механізми соціального впливу залишаються релевантними, хоча й модифікуються технологічними засобами. Сама наявність "сильного зв'язку" в цифровому просторі (визначеного, зокрема, через інтенсивність взаємодії в мережі) зберігає свій вагомий вплив на політичну мобілізацію, а отже, інтернет-комунікація не нівелює міжособистісний вплив, а радше надає йому нових форм.

Зниження довіри до офіційних каналів породжує попит на альтернативні джерела. Наприклад, щорічні опитування показують, що сьогодні лише третина американців висловлює довіру традиційним ЗМІ (Gullup, 2024), натомість частка тих, хто довіряє інформації в соцмережах (наприклад, отриманій від друзів або впливових блогерів), поступово зростає. У масштабах Європи спостерігаються подібні тренди: молоді люди перестали сприймати телебачення як об'єктивне джерело, тому віддають перевагу блогерам у YouTube, Telegram-каналам чи навіть TikTok, вважаючи, що там «чують правду» від простих людей.

Натомість зростає роль інфлюенсерів та журналістів. Останнє дослідження Rew (2024) показало: приблизно 20% американців регулярно отримують новини саме від людей у соцмережах з великою аудиторією – у віці до 30 цей показник – вже 37%. Такі «люди-бренди» можуть бути як професійними журналістами, так і блогерами без зв'язків із медіа. Зазвичай

вони охоче публікують особистий погляд на події, спілкуються з підписниками та радше грають роль «друга, що розповідає новини», ніж дистанційного репортера. Через це молодь часто більше довіряє цим індивідам – вони виглядають ближчими. У звіті відзначено: багато опитаних користувачів зазначали, що «інфлюенсери допомагають краще зрозуміти поточні події» і що контент від них відрізняється від традиційних ЗМІ, хоча більшість (65%) зазначило, що все ж має доступ до різного спектру думок через цих людей. Таким чином, втома від ТБ породила явище персоналізації новин, коли кожен виборець збирає інформацію з того, що ближче до його вподобань і стилю сприйняття.

Загалом нові медіа сприяють тенденціям, які історично спрацьовували на користь популістів. Людям пропонуються легкі формули («всі корумповані», «назад до простих часів»), підкріплені відчуттями тривоги чи гніву. В умовах «електронної турбулентності» такі відчуття поширюються ще інтенсивніше, часто без фактчекінгу або розбору аргументів. Зв'язок між медійною динамікою і популістською риторикою стає дедалі тіснішим: емоційні меседжі для емоційних людей отримують широке розповсюдження. Критично важливим аспектом є також участь алгоритмів та штучних агентів у цьому процесі. Соціальні мережі легко піддаються маніпуляціям з боку ботів, тролів, накруток лайків, репостів, які створюють ілюзію широкої суспільної підтримки певних позицій. Цей «цифровий шум» здатен спотворювати уявлення справжніх користувачів про реальний перебіг подій.

Соціальні мережі, перебравши на себе функції традиційних ЗМІ, перетворилися на ключовий канал політичної комунікації в цифрову добу. Вони не лише поширюють інформацію, а й активно формують порядок денний, політичні уявлення та емоційні реакції громадян. Відбулося зміщення впливу з ієрархічно організованих, редакційно контрольованих медіа на децентралізоване, неконтрольоване середовище, де контент

формується і самими користувачами (знизу). Як результат, соціальні мережі не тільки інформують, але й мобілізують, радикалізують, дезорієнтують або емоційно заряджають виборців з усіма відповідними наслідками для якості демократичного процесу.

Висновки до Розділу 1

Електоральна поведінка є невід'ємною частиною політичної поведінки, адже саме вона демонструє, як громадяни реалізують своє право на участь у політичному житті через голосування. Теоретичне осмислення цього явища пройшло еволюцію: від класичних соціологічних, психологічних та раціонально-вибіркових моделей до складніших гібридних підходів, які враховують контекст, культуру, комунікацію та роль ідентичностей. Сучасні підходи наголошують не лише на стабільних детермінантах, таких як соціальний статус, партійна ідентифікація чи ідеологія, але й на динамічних чинниках — інформаційному середовищі, емоціях, медіа та технологіях.

Якщо в минулому вважалось, що медіа лише посилюють існуючі упередження виборців, то сьогодні соцмережі створюють нову динаміку – від прямого мобілізаційного впливу та персоналізованого повідомлення до ширення дезінформації й посилення поляризації.

Людська відповідь на ці зміни – пошук нових, «чесніших» джерел новин, перехід до альтернативних платформ, а часто – найвніше бажання почути виключно «свою правду». У такому «новому медіа-ландшафті» зв'язок між змінами в медійному середовищі та популізмом стає очевидним: прості, емоційні меседжі добре «заходять» у таких умовах. Отже, сьогодні вплив ЗМІ на електоральну поведінку є багатограннішим і більш значущим, ніж у «ерах» мінімальних ефектів. Політики навчилися використовувати технологічні особливості для досягнення результатів, а звичайні виборці – реагувати на інформацію по-новому, часто виходячи з емоцій і візуальної привабливості контенту.

Тому, у ХХІ столітті вивчення електоральної поведінки вимагає врахування не тільки класичних підходів, але й гнучкого аналізу новітніх комунікаційних середовищ, технологічних змін і культурних трансформацій.

РОЗДІЛ 2. ЕЛЕКТОРАЛЬНА ПОВЕДІНКА В КОНТЕКСТІ ДЕМОКРАТИЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНИ

2.1. Україна як держава перехідної демократії

Демократія, як форма державного устрою, нерозривно пов'язана з низкою ключових соціально-політичних цінностей. Серед них: рівність, свобода, громадянські права, можливість вільного висловлення думок, формування громадської думки, а також політична культура громадян. Саме ці складові визначають не лише характер демократії, а й ступінь її укорінення в суспільстві (М. Ф. Головатий, 2011).

У щорічному Індексі демократії організації Economist Intelligence Unit (2023) враховуються такі індикатори: якість виборів і рівень плюралізму, гарантія громадянських свобод, прозорість і підзвітність уряду, а також політична культура і активність населення. Таким чином, у сучасних оцінках демократії підкреслюється, що вона передбачає не лише формальне проведення виборів, а й наявність реальної конкуренції, вільних ЗМІ, розвитку громадянського суспільства та ефективного розподілу влади.

В.В. Меркель (2004) виділяє у своїй класифікації так звані «вбудовані демократії» (embedded democracies), які складаються з п'яти взаємозалежних компонентів: електорального режиму (вільні вибори і партійна конкуренція), політичних прав (право бути обраним, право голосу), громадянських прав (свобода слова, ЗМІ, асоціацій), горизонтальної підзвітності (система стримувань і противаг між гілками влади) та ефективності урядування (здатність влади впроваджувати політику). Згідно з цією концепцією, якщо хоча б один із цих елементів істотно послаблений, демократія стає «дефектною», тобто переходить у так звану дефектну демократію. Меркель підкреслює, що дефектні демократії зазвичай не є тимчасовими: вони здатні міцно вкорінюватися в суспільстві, доки загалом відповідають суспільному замовленню на ефективне правління. Тобто, режим може десятиліттями

формально залишатися «гібридним» або ж «транзитним» (частково демократичним, частково авторитарним), якщо еліти й громадяни вважають його адекватним вирішенням своїх проблем.

Поняття перехідного (транзитного) режиму традиційно застосовується до країн, що пережили крах авторитарних систем і намагаються встановити демократичні порядки, але формально ще не досягли повної стабільності чи консолідації демократії.

Олександр Романюк (Романюк, 2006) навів таку типологію моделей переходу до демократії, яка дозволяє системно зрозуміти різні траєкторії політичних трансформацій у посттоталітарних суспільствах — пряма, двофазна та зворотна.

Пряма модель характеризується безпосереднім переходом від тоталітаризму до процедурної (електоральної) демократії, яка згодом консолідується в ліберальну демократію. Це означає, що спочатку запроваджується механізм вільних і конкурентних виборів, що створює основу для формування плюралістичної політичної системи. Поступово розвиваються інститути громадянського суспільства, забезпечується розподіл влад, а також укорінюються норми правової держави.

Класичні приклади цієї моделі — Польща та Чехія, які у 1990-х роках здійснили демократичний прорив, провівши структурні політичні та економічні реформи. Зовнішньополітична інтеграція (вступ до НАТО та Європейського Союзу) відіграла ключову роль у стабілізації нових демократичних інститутів, виконуючи роль своєрідного "якоря демократизації". В обох країнах сформувалися біполярні партійні системи, у межах яких влада періодично змінюється між правоцентристськими та лівоцентристськими силами.

Двофазна модель передбачає проміжну стадію авторитарного режиму між тоталітаризмом і демократією. Тобто, транзит розгортається у два етапи:

перший — демонтаж тоталітаризму і встановлення більш гнучкого, але все ще недемократичного авторитарного режиму; другий — перехід від авторитаризму до демократії.

Після насильницького повалення Чаушеску в грудні 1989 р. Румунія формально стала на шлях демократії, однак у 1990–1996 роках країна де-факто перебувала в авторитарній проміжній фазі. Формальне багатопартійне середовище існувало, проте велику частину влади зосередив у руках ФНП, що складався з колишніх номенклатурників. Нові демократичні інституції були слабкими і лише з 1996 року, коли опозиційні демократичні сили прийшли до влади, Румунія перейшла до другої фази — поступового формування повноцінної демократії: реформована конституція, стабілізація політичних інститутів, розвиток громадянського суспільства, зростання ролі виборців. За оцінками міжнародної правозахисної організації Freedom House (2025), Румунія на сьогоднішній день є напівконсолідованою демократією.

Зворотна модель — це процес, за якого країна, що формально вступила на шлях демократизації, повертається до авторитарних чи напівавторитарних практик. У цьому випадку відбувається ерозія демократичних інститутів, згортання свобод ЗМІ, придушення опозиції та зростання ролі силових структур.

Типовим прикладом є Білорусь, яка після здобуття незалежності у 1991 році спершу формально запровадила електоральну демократію, але вже з середини 1990-х років розпочався курс на централізацію влади в руках президента Олександра Лукашенка. У країні сформувався поліцейський авторитаризм, де відсутня чітка ідеологія, натомість влада тримається на апараті примусу, лояльності силовиків та адміністративному контролі за суспільством.

Можна побачити, що демократія не є автоматичним результатом повалення старого режиму. Більше того, демократичний транзит може

виявитись нестійким або навіть зворотнім, якщо не забезпечити умови для розвитку відкритого, плюралістичного суспільства.

Відомий критик «транзитології» Томас Кероз (Carothers, 2002) застерігав, що далеко не завжди можна розглядати будь-яку поставторитарну країну як «очевидно ту, що перебуває в транзиті до демократії». Тому, тут варто зауважити, що наявність виборів як інституційного атрибуту ще не гарантує демократичності політичного режиму. Формальна наявність виборчих процедур, свободи слова чи політичного плюралізму на рівні законодавства не завжди свідчить про реальне вкорінення демократичних цінностей у суспільстві. У низці країн, зокрема тих, що перебувають у стані транзиту, демократичні інститути можуть співіснувати з патерналістською політичною культурою, недовірою до влади та пасивністю громадян.

У таких випадках демократія існує переважно «на папері», тобто інституційно, але не в масовій політичній свідомості. Це призводить до ситуацій, коли вибори формально проводяться регулярно, але їхній зміст зводиться до підтримки персоналій, а не програм чи ідеологій; участь у виборах сприймається не як інструмент впливу на політику, а як ритуальна дія або форма «громадянського обов'язку».

Україна, як і багато інших пострадянських країн, перебуває в стані перехідної демократії, що характеризується наявністю демократичних процедур при одночасному збереженні інституційної нестабільності, фрагментованості політичної культури та впливу недемократичних практик. Та ж організація Freedom House класифікує Україну як «транзитну» або ж «гібридну» державу. У межах щорічного звіту Україна оцінюється як країна з частково вільними інститутами, де відзначається певний прогрес у сферах самоврядування та громадянського суспільства, але водночас наголошується на проблемах, пов'язаних із верховенством права, судовою незалежністю, корупцією та свободою ЗМІ (Freedom House, 2025).

Попри задекларований курс на європейську інтеграцію та широке суспільне прагнення до демократичних цінностей, Україна продовжує стикатися з численними викликами на шляху до консолідованої демократії. Поряд з інституційною недосконалістю, вагомим чинником залишається стан суспільної свідомості, що формується під впливом історичних травм, довготривалого домінування авторитарних практик і відсутності усталених демократичних традицій.

Український громадянин нерідко демонструє суперечливу політичну поведінку: з одного боку, виявляє готовність до мобілізації та протестної активності, особливо у кризові моменти, як це було під час двох Майданів, а з іншого — залишається вразливим до популізму і маніпуляцій. Така амбівалентність пояснюється не лише нестачею політичної освіти, а й глибоко вкоріненими у масовій свідомості уявленнями про владу як щось відсторонене, часто ворожо налаштоване до простого громадянина.

У цьому контексті доцільно звернутися до аналізу ключових етапів формування української політичної культури, аби краще зрозуміти сучасну електоральну поведінку.

2.2. Історична еволюція та сучасні тенденції електоральної поведінки в Україні

Важливим чинником формування електоральної поведінки в Україні є історично сформована політична ментальність, що ґрунтується на глибоких традиціях державотворення, правосвідомості та самоврядування. О Гордійчук (2024) виокремлює низку ключових етапів і подій, які визначили основи політичної культури українців та вплинули на їхнє ставлення до влади, держави й політичної участі.

Першим вагомим етапом становлення політичної думки стали традиції Київської Русі (X–XII ст.). Найдавнішим джерелом права тут було звичаєве право, що пізніше лягло в основу «Руської правди» — першої писемної

збірки законів. У цей період були закладені демократичні елементи, зокрема функціонування віча як форми народного самоврядування.

Наступним вагомим періодом був досвід перебування українських земель у складі Великого князівства Литовського та Речі Посполитої (XIV–XVII ст.). Як зазначає Гордійчук, цей етап ознайомив його з європейськими формами політичного устрою та сприяв поширенню освіти і правових практик. Важливе значення мало також запровадження магдебурзького права в українських містах у XIV–XV ст., що дало поштовх до розвитку виборних органів місцевого самоврядування, формування правової культури та громадянської відповідальності.

Окрему роль у формуванні політичної ідентичності відіграла Гетьманщина XVII–XVIII ст. Саме в цей період українці вперше реалізували проєкт держави з елементами республіканського устрою: із виборною владою, сильною традицією громадського контролю, колегіальним прийняттям рішень. Ці демократичні практики сприяли зародженню політичної нації.

Уже з другої половини XVII ст. Україна поступово втрачала політичну автономію, перетворюючись на об'єкт колоніальної політики Московського царства, а згодом Російської імперії, де цілеспрямовано руйнувалися традиційні українські політичні структури та звужувався простір політичної участі, зокрема через обмеження прав козацтва, скасування гетьманства та централізацію влади.

У XX столітті політичний розвиток українців був знову перерваний — цього разу радянським тоталітарним режимом. Попри коротку спробу відновлення незалежності у формі УНР (1917–1920 рр.), Україна остаточно потрапила під контроль СРСР. Як зазначено в дослідженні, комуністичний режим ліквідував політичну еліту, придушував ініціативу, маніпулював масовою свідомістю через популізм, насильство та цензуру. Сотні тисяч

українців стали жертвами репресій, депортацій, голодомору, катувань, зазнали фізичного та психологічного тиску.

Тривале перебування українців у стані бездержавності, під владою імперій, спричинило формування особливої політичної ментальності, в якій простежується адаптивна поведінка до зовнішніх норм (Поліщук, Лур'є, 2014). Це явище можна визначити як своєрідну мімікрію — здатність пристосовуватися до нав'язаних порядків, часто лише формально сприймаючи ідеї та цінності, не інтегруючи їх на глибинному рівні.

З огляду на викладене, було б надто наївно очікувати, що нація з таким складним і переривчастим досвідом державності та самоврядування швидко пройде шлях до сталих демократичних форм. Політична ментальність формується не лише під впливом сучасних інституцій, але й через глибоко вкорінені історичні патерни — як конструктивні, так і деструктивні. Тривала бездержавність, досвід колоніального панування, а особливо травматичні наслідки тоталітарного радянського періоду, залишили помітний слід у суспільній свідомості українців.

Геополітичне положення України історично зумовило її перебування на цивілізаційному розломі між Заходом і Сходом – між європейським світом з її ліберально-демократичними цінностями та авторитарно-централізованою російською традицією. Така міжцивілізаційна позиція, як можна побачити, створювала постійне напруження у питанні національної ідентичності, зовнішньополітичного курсу та внутрішнього політичного розвитку, яке продовжується і до сьогоденних днів.

Цю фундаментальну відмінність концептуалізували українські інтелектуали, зокрема історик Михайло Грушевський (1908), який наполягав на тому, що українці та росіяни є окремими народами з відмінними історичними шляхами. У своїх працях він підкреслював «величезну історичну, культурну і психологічну прірву» між українцями та росіянами.

Грушевський наголошував, що українці здавна тяжіють до західноєвропейських ціннісних і політичних моделей, таких як індивідуальна гідність, демократизм і традиції самоврядування. Російська ж традиція, за Грушевським, сформувалася під впливом азійських імперських практик, що передбачали сильну централізацію влади і колективізм.

Етнокультурний фактор у виборчій поведінці в Україні також є важливою складовою структури електоральних уподобань, особливо у регіонах зі значною часткою національних меншин. Найбільше це помітно у східних і південних областях, де частка етнічних росіян історично була істотною: на Донеччині — 38,22%, на Луганщині — 39,05%, на Харківщині — 25,6% (за переписом 2001 року) (Український перепис населення, 2001).

У політичному житті України мовне питання регулярно використовувалося як інструмент популістської та маніпуляційної мобілізації виборців, зокрема проросійськими політичними силами. Аналіз риторики таких партій свідчить про цілеспрямоване використання чутливих тем національної ідентичності не задля конструктивного діалогу, а радше задля політичної спекуляції та мобілізації електорату.

Чого тільки вартує президентська кампанія Віктора Януковича 2004 року — одна з найскандальніших в історії незалежної України. Саме тоді вперше було відкрито застосовано технологію навмисного розколу суспільства за мовною та регіональною ознаками. Наприклад, картинка про так званих «три сорти» українців.



Рис. 2.2.1. Агітаційний плакат, розроблений політтехнологами під час президентської кампанії Віктора Януковича 2004 (Рух ЧЕСНО, 2024)

Радянська спадщина залишила по собі низку структурних та культурних відбитків. По-перше, панування держави як головного організатора суспільства, безумовний авторитет партійної верхівки та традиційне патерналістське ставлення до влади сформували в суспільній психології елементи підданської і патріархальної політичних культур. Для багатьох поколінь звичними були ідеї «міцної руки» та віра в те, що держава вирішить усі проблеми. Панівним був культ особистості та політична пасивність.

Розпад Радянського Союзу став потужним історичним зламом, який спричинив глибоку кризу ідентичності у значної частини населення колишніх радянських республік, зокрема України. Сформувався так званий «homo sovieticus» (Tyszka, 2010). Людина, привчена до директив «згори» та одноманітної ідеології виявилася дезорієнтованою перед обличчям нової реальності, де відповідальність за вибір лягала вже не на партію, а на самого громадянина.

Відсутність сформованої демократичної політичної культури в післярадянський період ускладнювала консолідацію демократії. Як зауважував О. Кіндратець (2009), труднощі формування розвинутої демократії в Україні пояснюються саме «не сформованістю демократичної політичної культури». Перехідний період означав, що економічні й політичні реформи мали супроводжуватися зміною самої політичної культури (іншими уявленнями про владу та цінності).

Кризи, що супроводжували перші десятиліття незалежності — від гіперінфляції 1990-х до олігархізації політики у 2000-х — лише поглибили недовіру до інститутів. Дві масштабні революційні хвилі — Помаранчева революція 2004 року та Революція Гідності 2013–2014 років — стали проявами намагання суспільства впливати на політичні процеси, виборюючи базові демократичні права. Проте ці сплески активності мали фрагментарний і циклічний характер: за ними слідували періоди розчарування, політичного цинізму та відкату реформ.

Після 2014 року почався новий етап — збройна агресія Росії, анексія Криму, війна на Донбасі, а з 2022 року — повномасштабне вторгнення. Ці події, з одного боку, прискорили націєтворення, посилили почуття політичної суб'єктності, з іншого — зумовили концентрацію суспільної уваги на безпеці, виживанні, фізичному захисті. У цих умовах значна частина громадян шукає стабільності через сильну централізовану владу, що апелює до патріотичних цінностей і обіцяє рішучість у боротьбі з загрозами.

Соціолог Євген Головаха (2019) зауважує, що українське суспільство переважно тяжіє до матеріалістичних цінностей — виживання, економічна стабільність, безпека залишаються пріоритетом для більшості. Це суттєво відрізняє нас від західноєвропейських країн, де домінують постматеріалістичні орієнтири — свобода самовираження, права меншин, екологічна свідомість, толерантність.

Тобто, у ситуації постійної загрози, українці частіше віддають перевагу владі, яка обіцяє порядок, контроль і здатність реагувати на виклики жорсткими методами. Як наслідок, попит на популістів, авторитарних, «харизматичних», «сильних» лідерів часто переважає над інтересом до інституційної демократії.

Популізм приваблює тим, що пропонує легкі відповіді на складні запитання. Замість багатофакторного аналізу популісти зводять усе до простої дихотомії: "ми" — чесний народ проти "них" — корумпованої еліти, бюрократії, зовнішніх ворогів чи внутрішніх «зрадників». Ця поляризація створює відчуття мобілізації, спільної боротьби та чіткого поділу на добро і зло. У кризовий момент, коли звичні політичні чи економічні механізми перестають працювати або втрачають довіру, популістський лідер може здаватися єдиним, хто "каже правду", "не боїться системи" і "врешті зробить порядок".

Однією з характерних особливостей політичної культури в Україні є схильність виборців до високих очікувань від новообраних лідерів, які часто сприймаються як потенційні «рятівники» нації. Проте ця початкова ейфорія має тенденцію швидко згасати під тиском реальності та невиправданих сподівань. Після перемоги на виборах Петро Порошенко отримав кредит довіри від 47% громадян, однак з часом рівень підтримки зменшився на 30%, досягнувши позначки 17%. Аналогічна ситуація спостерігалася і після перемоги Володимира Зеленського, якому у вересні 2019 року довіряли близько 80% українців. Проте вже у лютому 2022 року, напередодні повномасштабного вторгнення, довіра знизилася до 37%, водночас як 52% респондентів висловлювали недовіру до президента.

Політолог Володимир Фесенко (2017) вважає однією з рис українського електорального процесу циклічну динаміку суспільних очікувань: спочатку зростає ентузіазм та надії, згодом настає пік підтримки, після якого йде поступове охолодження, розчарування та спроби

стабілізувати ситуацію. У цьому контексті політичні лідери, зокрема президенти, частіше зосереджуються не на активному розширенні своєї електоральної бази, а на збереженні стабільного ядра прихильників.

Це спричиняє своєрідний маятниковий рух у політичному житті країни, коли виборці періодично змінюють свої орієнтири, шукаючи нові обличчя, здатні виправдати сподівання, натомість зіштовхуючись із повторюваними розчаруваннями. Таким чином, історично обумовлена політична ментальність українців, сформована під впливом як глибинних традицій самоврядування, так і травматичного досвіду бездержавності, тоталітаризму та пострадянських трансформацій, відіграє ключову роль у формуванні нестабільної, емоційно насиченої електоральної поведінки.

Висновки до Розділу 2

Історично сформована політична ментальність українців є складним феноменом, що виник унаслідок тривалого, суперечливого та часто травматичного історичного досвіду. Вона поєднує в собі риси як демократичних традицій — віча, самоврядування, виборності — так і патерналістських установок, успадкованих від авторитарних і тоталітарних режимів. Тривала бездержавність, колоніальне підпорядкування, репресії та радянська уніфікація значною мірою деформували природні механізми політичної участі та знецінили ідею особистої відповідальності за суспільні процеси.

У сучасному українському електоральному полі це проявляється у високому рівні очікувань від лідерів, періодичному зростанні попиту на «сильну руку», популярності популістських обіцянок та фрагментарності громадянської активності. Водночас у кризові моменти — під час революцій або війни — спостерігається здатність до мобілізації, захисту демократичних прав та прагнення до самовизначення. Таким чином, українська політична ментальність є контекстуально змінною, водночас зумовленою як

історичними архетипами, так і сучасними викликами, що формують динамічну та неоднорідну електоральну поведінку.

РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ ВИБОРЧИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

З метою поглибленого розуміння особливостей електоральної культури в Україні, ключове значення має аналіз реальних даних про участь громадян у виборчих процесах та їхні політичні вподобання. Емпіричне осмислення цих параметрів дає змогу не лише виявити сталі або змінні тенденції, а й зрозуміти структурні чинники, які впливають на політичну активність та вибір українського електорату. У межах даного дослідження було здійснено вторинний аналіз офіційної статистики Центральної виборчої комісії України, зокрема щодо явки виборців та результатів голосування на президентських і парламентських виборах у різні роки. Для наочності та поглибленого аналізу використано також тематичні візуалізації, які дозволяють краще окреслити динаміку та регіональні особливості електоральної поведінки.

3.1. Динаміка виборчої активності: аналіз явки виборців

Одним із ключових індикаторів електоральної активності є рівень явки виборців на виборах. В українському контексті цей показник демонструє значні коливання залежно від типу виборів (президентські чи парламентські), регіону країни, політичного контексту та рівня суспільної мобілізації.

У рамках дослідження електоральної поведінки українців доцільно звернутися до просторового аналізу явки виборців за регіонами України. Нижче подана карта — це візуалізація середньої явки виборців за різні цикли президентських та парламентських виборів у період із 2010 по 2019 рік, побудована на основі адміністративного поділу 2014 року. Візуалізація створена командою Social Data як інтерактивний інструмент, що дозволяє самостійно дослідити локальні тенденції участі громадян у виборах на рівні районів і громад.

Методологічні пояснення. Карта використовує градацію кольору явки на виборах: червоний > 68%, помаранчевий 64 - 68%, жовтий 60 - 64%, світлоблакитний 56 - 60%, блакитний 52 – 56%, синій < 52%.

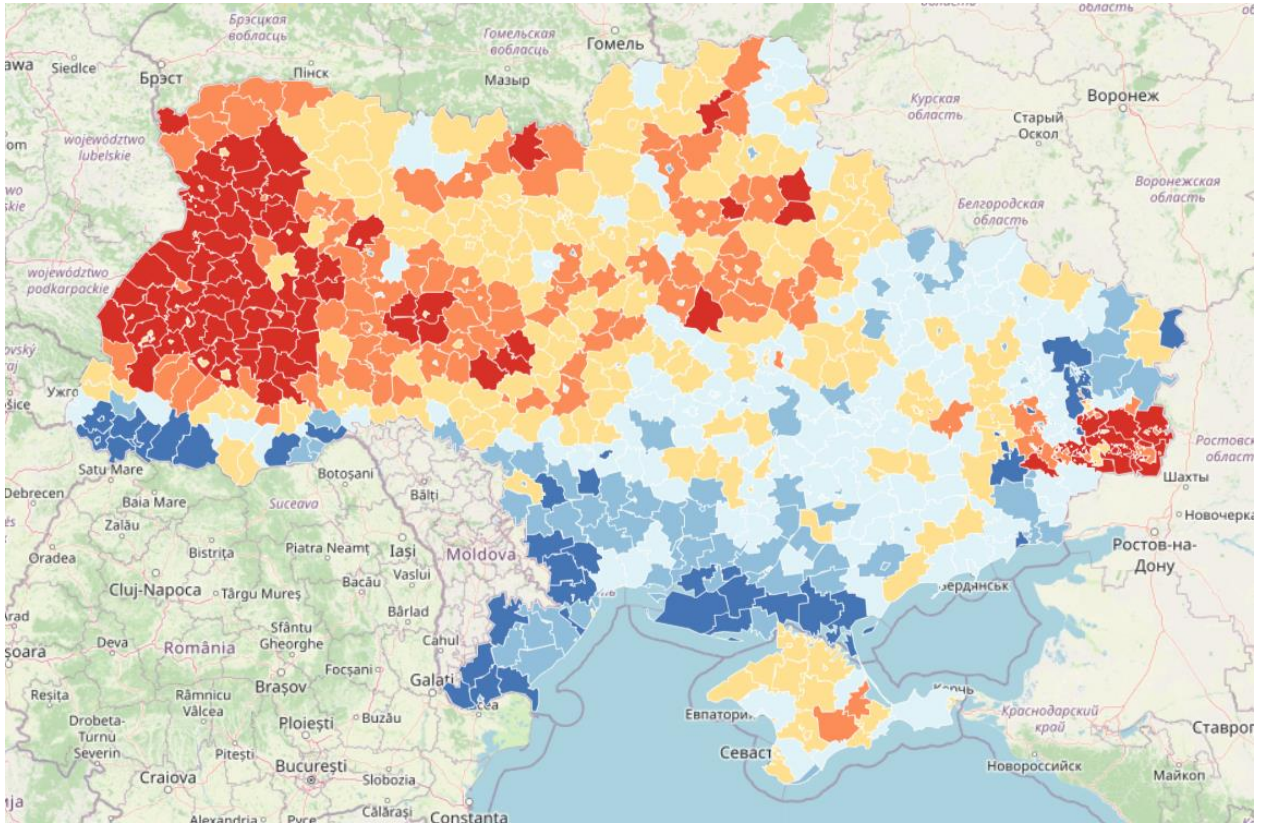


Рисунок 3.1.1. Середня явка на президентські та парламентські вибори українців за областями 2010-2019 (Socialdata. 2019)

Як показує порівняльний аналіз президентських та парламентських кампаній, в Україні стабільно фіксується вища явка на президентських виборах, що підтверджує теорія "виборів другого порядку", запропонованої К. Рейфом і Г. Шмітом (1997). Відповідно до неї, парламентські вибори сприймаються громадянами як менш значущі, тому участь у них нижча. Це пов'язано, зокрема, з високим рівнем персоніфікації політичного процесу: виборці орієнтуються передусім на особистість кандидата, а не на програмні ідеї політичних партій.

Найвища явка (понад 68%) зафіксована у західних областях України — насамперед в Івано-Франківській, Львівській та Тернопільській. Ці регіони традиційно характеризуються високим рівнем громадянської активності.

Центральні та північні області демонструють помірно високу явку в межах 60–68%, що свідчить про відносно стабільну участь громадян у виборах.

Південні та східні області демонструють нижчі показники явки — особливо Миколаївська, Херсонська, Одеська, Дніпропетровська, частково Харківська, Луганська та Донецька області. Тут переважають блакитні відтінки, що вказує на середню та низьку участь виборців (56% і менше). Цей регіональний патерн пояснюється кількома факторами: вищим рівнем політичної апатії та зниженим рівнем довіри до інституцій.

Однак, цікавим є випадок Донецької та Луганської областей. Частина територій демонструє високу явку (понад 68%), що на перший погляд суперечить загальній тенденції східної апатії. Водночас необхідно врахувати, що дані для деяких громад тут включають результати до 2014 року, тобто до початку окупації частини Донбасу. У 2010–2012 (період правління президента Віктора Януковича) роках спостерігалось інтенсивне використання адміністративного ресурсу, чим можна пояснити високі показники мобілізації. Починаючи з 2014 року, явка в підконтрольних уряду районах значно знижується, що пов'язано з бойовими діями, внутрішнім переміщенням населення, страхом та відчуженням виборців.

Особливої уваги заслуговує Закарпатська область, яка демонструє найнижчий рівень явки в країні. Усі громади тут позначені синім кольором, що свідчить про середню явку на рівні менше 52%. Цей феномен можна пов'язати із високим рівнем трудової міграції, значною часткою національних меншин (зокрема, угорської), а також з географічними та природними особливостями.

Регіональні відмінності у явці чітко вказують на нерівномірність громадянської участі: найвищу активність демонструють західні області, які історично вирізняються глибшим рівнем національної ідентичності та політичної суб'єктності. У центрі та на півночі явка є стабільно середньою,

що свідчить про порівняно сформовану політичну культуру. Натомість південь та схід виявляють нижчу участь, що може бути наслідком тривалого домінування патерналістських установок, розчарування в політиці та відсутності стабільного представництва інтересів.

3.2.Еволюція електоральних вподобань: зміни політичних орієнтацій виборців (2002-2019 рр.)

Перші роки незалежності України були часом формування базових політичних орієнтирів, а виборча поведінка громадян у 1990-х роках значною мірою визначалася інерцією пострадянської свідомості, соціально-економічною нестабільністю та браком політичного досвіду. Кампанії 1990-х років мали виразно персоніфікований характер і значною мірою відображали регіональні відмінності, які згодом стали стабільним елементом електоральної мапи країни. Уже тоді можна було помітити поділ на умовний «Захід» і «Схід», який тримався не стільки на ідеології, скільки на історичній пам'яті, мовному питанні та орієнтації на різні зовнішньополітичні вектори.

У новому тисячолітті ці орієнтації переважно збереглися, однак вперше з кінця 1990-х у парламент зайшли потужні прозахідні сили. Після загибелі В'ячеслава Чорновила, який уособлював націонал-демократичний рух 1990-х, роль лідера західноорієнтованого електорату перебрав на себе Віктор Ющенко.

На парламентських виборах 2002 року (Додаток А) його блок "Наша Україна" не лише набрав найбільше голосів у загальнодержавному окрузі (23,57%), а й виграв на більшості територій західної, центральної та північної України. Разом із ним до Ради увійшов і прозахідний Блок Юлії Тимошенко (7,26%), хоч і з меншим результатом.

Водночас підтримка КПУ хоч і залишалася вагомою (19,98%), але уже не мала домінуючого характеру, як у 1998 році. У ряді східних і південних

регіонів — зокрема, в Одеській, Миколаївській, Запорізькій, Дніпропетровській і Луганській областях — комуністи ще залишались серед лідерів. Але от в Донецькій області вперше КПУ почав витісняти новий провладний проєкт — блок “За Єдину Україну!” (який в майбутньому трансформується у “Партію регіонів”), та набрав там 36,83%.

Цікавим моментом є й розрив між голосуванням за партії та мажоритарних кандидатів. КПУ перемогла в понад 100 округах, але отримала лише 6 мандатів — тобто їхні виборці часто голосували за кандидата-комуніста в окрузі, але не підтримували список партії. Більш послідовними були виборці “Нашої України” на заході, в Києві, а також на частині півночі.

Вже на президентських виборах 2004 року (Додаток Б) головними претендентами стали Віктор Янукович і Віктор Ющенко. Доречно буде провести невеликий контент-аналіз передвиборчих програм, аби розуміти до якого електорату кожен звертається.

У вступі до своєї програми Віктор Янукович називає себе «сином України». У його риториці простежується образ «працюючої країни», що добре резонує з індустріальними регіонами, де основну частину населення становили робітники заводів і шахт. Янукович систематично використовує форму «ми», намагаючись створити ілюзію єдності з народом. У програмі часто зустрічаються слова на кшталт «соціальне», «робочі місця», що є відповіддю на масовий запит на соціальну захищеність, особливо в промислових, депресивних регіонах. Мовне питання подається досить обережно: українській мові гарантується статус державної, російській — вільний розвиток.

На противагу цьому, Віктор Ющенко робить ставку на цінності та особисту відповідальність. У його програмі відчувається більш емоційно-ціннісна подача: звучать образи «європейської держави», «демократії», «гідності». Він звертається до виборців частіше від першої особи — «я», що

створює враження прямої обіцянки від конкретного лідера. Програма Ющенка містить не лише ідеї реформ, а й чітко прописані напрямки змін, наприклад: децентралізація, реформа політичної системи, обмеження повноважень президента. Ющенко орієнтується насамперед на інтелігенцію, освітян. При цьому він намагався розширити свою аудиторію, звертаючись і до жителів південних та східних областей, запевняючи їх у відсутності антиросійських намірів і підкреслюючи важливість стабільних, взаємовигідних відносин із Росією.

Риторика Януковича проста і зрозуміла тому електорату, якому була важлива не ідеологія, а впевненість у завтрашньому дні. Ющенко ж апелював до людей, які прагнули змін — більш активних, часто молодших виборців із Центральної та Західної України. Його програма будувалася на європейському векторі розвитку, демократичних цінностях і модернізації країни.

Оскільки значна частина громадян не визнала оголошену перемогу Віктора Януковича, що й призвело до масових протестів — Помаранчевої революції, стало очевидно: в українському суспільстві назрів глибокий запит на демократію та прозорі вибори. Люди вийшли на вулиці не через економічні труднощі, а через політичну несправедливість, передусім через фальсифікації під час голосування. Це показало, що для багатьох українців уже були важливими не тільки базові потреби, а й цінності — чесність, виборче право, європейський вектор розвитку. Після рішення про переголосування другого туру, перемогу здобув Віктор Ющенко, набравши найбільше голосів у західних, центральних та північних областях.

У 2006 році (Додаток В) вперше вибори проводилися виключно за пропорційною системою. Особливо помітним є різке зниження підтримки лівих партій. КПУ, яка у 2002 році була другим за силою гравцем, у 2006-му отримала лише 3,66% і 21 мандат. СПУ — 5,69% і 33 місця. Причиною цього

стала як загальна втрата актуальності лівої риторики, так і те, що Партія регіонів почала перехоплювати значну частку їхнього електорату.

Партійна система увійшла в нову фазу з домінуванням Партії регіонів і формуванням протистояння між нею та БЮТ. Вже на дострокових парламентських виборах 2007 року (Додаток Г) Блок Юлії Тимошенко значно покращив свої позиції: з 129 до 156 мандатів, піднявшись з 22,29% до 30,72%. Партія регіонів хоча і зберегла перше місце (175 мандатів проти 186 у 2006-му), у відсотковому співвідношенні покращила свої результати майже в усіх областях. “Наша Україна” фактично зберіглася як регіональна сила лише у Галичині та на Закарпатті.

Аби вирахувати наскільки змінилися електоральні вподобання громадян між двома виборами, можна застосувати індекс нестабільності партійної системи Педерсена, який розраховується за формулою:

$$\frac{1}{2} \sum_{i=1}^n |P_{i1} - P_{i2}|$$

Де P_{i1} — відсоток голосів, який отримала партія i на перших виборах;

P_{i2} — відсоток голосів, який отримала партія i на других виборах;

За розрахунками, індекс Педерсена у 2007 році знаходиться на рівні 55,4% — це дуже високий рівень електоральної нестабільності, який підтверджує, що між 2002 і 2007 роками українська партійна система зазнала глибокої структурної трансформації. З політичної арени зникли блоки й партії, що ще 5 років тому мали відчутну підтримку (СПУ, СДПУ(о), “ЗаСУ”), натомість зросли нові потужні гравці (Партія регіонів) та посилилися вже відомі (БЮТ).

Особливо важливо, що ліві партії майже повністю втратили підтримку: якщо в 2002 році КПУ, СПУ, СДПУ(о) разом мали понад 33% голосів, то у 2007-му — лише 5,4% залишилось за КПУ. Виборець, який у 2002 році

голосував за соціалістів і комуністів, у 2007 році масово переорієнтувався на Партію регіонів, яка, хоча й не була ідеологічно лівою, але ефективно інтегрувала у свою риторику соціальні обіцянки, радянську ностальгію і проросійську символіку.

Вже на виборах президента у 2010 році основними конкурентами стали Віктор Янукович та Юлія Тимошенко.

Провівши контент-аналіз передвиборчих програм Юлії Тимошенко та Віктора Януковича 2010 року, можна виділити кілька ключових відмінностей у їхніх підходах, що відображають ідеологічні та електоральні орієнтири кожного кандидата.

Обидва кандидати обіцяють економічне зростання, проте бачення шляхів його досягнення дещо відрізняється. Янукович акцентує на зниженні податків і залученні іноземних інвестицій, що свідчить про його прихильність до більш ліберальної економічної моделі. Тимошенко ж зосереджується на збільшенні частки заробітної плати у собівартості та оподаткуванні розкоші, що вказує на її схильність до соціалістичних підходів, спрямованих на перерозподіл багатства.

Риторично програми також різняться. Програма Януковича має виразний анти-помаранчевий та анти-західний характер, що проявляється у звинуваченнях попередньої влади у "злочинному правлінні". Це є спробою мобілізувати електорат, який був розчарований результатами Помаранчевої революції. Натомість Тимошенко, хоч і критикує "корупційний союз влади та олігархії", робить більший акцент на "відновленні духовності нації" та її "унікальній місії". Її риторика, порівняно з Януковичем, є менш конфронтаційною, більше спрямованою на об'єднання навколо національних і духовних цінностей.

Ключова, відмінність прослідковується у питанні мови. Янукович відкрито виступає за надання російській мові статусу другої державної, що є

принциповою позицією його політичного табору та орієнтовано на електорат південних та східних регіонів України. Тимошенко, у свою чергу, говорить про "відродження української мови" без згадок про статус російської, що відповідає її орієнтації на україномовний електорат.

У сфері міжнародної політики також існують чіткі розбіжності. Янукович декларує позаблоковий статус України та робить акцент на відновленні та зміцненні відносин із Російською Федерацією та країнами СНД. Тимошенко, хоч і говорить про "дружні відносини з Росією", ставить у пріоритет членство в Європейському Союзі, а питання колективної безпеки пропонує вирішувати через референдум, що залишає простір для ширшого геополітичного вибору.

Мапа чітко ілюструє виражений географічний розподіл підтримки між двома кандидатами, що є типовим для українських виборів після 2004 року. Візуально спостерігається чітка лінія розмежування, яка проходить приблизно по Дніпру, розділяючи Україну на дві великі електоральні зони:

Підтримка Юлії Тимошенко домінує в західній та центральній частинах (Д). Відсотки її голосів у цих областях коливаються від Високі показники спостерігаються у Тернопільській (81.85%), Волинській (76.24%), Хмельницькій (69.74%), Вінницькій (71.10%), Чернівецькій (66.47%) та у Києві (65.34%). Було б спрощенням стверджувати, що це була виключно позитивна підтримка її особи чи програми. Тимошенко скоріше стала єдиною можливою альтернативою проросійському Януковичу. Її участь у Помаранчевій революції та загальне позиціонування як представниці "помаранчевого" табору, попри всі внутрішні суперечності та розчарування, усе одно робило її "меншим злом" у цих регіонах.

У південних та східних регіонах переважає підтримка Віктора Януковича. Його відсотки голосів значно вищі 90.44% у Донецькій області, 88.96% у Луганській області. Високі показники також фіксуються в

Автономній Республіці Крим (78.24%) та місті Севастополь (84.35%), у Запорізькій (71.53%), Дніпропетровській (59.98%), Харківській (71.35%) та Одеській (74.14%) областях.

Вибори до парламенту 2012 року (Додаток Е) засвідчили суттєві зміни в електоральній системі України. Перехід до змішаної виборчої системи — поєднання пропорційного та мажоритарного принципів — став визначальним фактором, який дозволив Партії регіонів, попри зменшення частки голосів у загальнонаціональному масштабі з 34,4% до 30%, здобути найбільше місць у парламенті (185 мандатів). Це стало можливим завдяки широкій перемозі її кандидатів у мажоритарних округах, насамперед у східних і південних регіонах, де вона традиційно мала сильні позиції. В окремих областях, як-от Донецька, Луганська чи Крим, рівень підтримки сягав 50–65%. Водночас поширене застосування адміністративного ресурсу у цих округах додатково підсилювало її результат.

Помітною новизною стало входження до парламенту нових політичних сил. Партія УДАР Віталія Кличка, орієнтована на модерністський, проєвропейський електорат, отримала значну підтримку (майже 14% голосів), здобувши 40 мандатів. Інша нова сила — націоналістичне ВО «Свобода» — зуміла мобілізувати протестний електорат на заході країни, зокрема у Львівській області, де здобула перемогу.

ВО «Батьківщина» зберегла лідерство у низці центральних областей, однак загалом втратила частину електорату — як через появу конкуренції з боку УДАРу в центрі, так і через активну експансію «Свободи» на заході. Її позиції виявилися менш стабільними, особливо в регіонах, де раніше вона домінувала.

Варто звернути увагу й на результат Комуністичної партії України (КПУ), яка суттєво покращила свої позиції — з 5,39% у 2007 році до 13,18% у 2012-му.

Значною зміною стало також зникнення з політичної арени блоку «Наша Україна», який ще у 2007 році мав понад 14% підтримки та був представлений 72 депутатами. У 2012 році він не потрапив до парламенту взагалі, що свідчить про втрату довіри до колишньої провладної сили. Це стало наслідком як внутрішньої фрагментації, так і розчарування виборців у результатах його правління.

Динаміку змін в електоральних уподобаннях добре ілюструє індекс Педерсена, який у 2012 році склав 29,94. Це доволі високий показник, що свідчить про значну електоральну мінливість. Такий рівень турбулентності зумовлений як зникненням окремих політичних гравців (зокрема «Нашої України» та Блоку Литвина), так і появою нових сил — УДАРу та «Свободи», які зуміли перехопити протестний електорат, а також суттєвим посиленням позицій КПУ.

Зростання популярності нових партій і радикальніших сил можна розглядати як політичну реакцію на дії влади, що викликали суспільне обурення. Зокрема, ухвалення «мовного» закону в червні 2012 року стало символом посилення проросійських тенденцій у політиці Партії регіонів, що мобілізувало національно свідомий електорат та сприяло зростанню протестних настроїв.

Передвиборча програма Петра Порошенка 2014 року є відповіддю на події Євромайдану та початок російської агресії. Вона апелює до потреби глибоких змін у суспільстві, політиці, економіці та державному управлінні. Ключова ідея — «Жити по-новому» — означає водночас і особисту, і національну трансформацію. У мовному питанні Порошенко пропонує зберегти статус-кво: українська як єдина державна, але з повагою до мов нацменшин, зокрема російської. У міжнародній політиці пріоритет надається європейській інтеграції: безвізовий режим, початок переговорів про членство в ЄС, впровадження стандартів Євросоюзу. Водночас декларується прагнення деескалації конфлікту з Росією при незмінності європейського

вектору. У сфері безпеки – суттєве посилення армії, оборонної промисловості, збереження територіальної цілісності, повернення Криму політико-дипломатичним шляхом.

У той час як інші кандидати зосереджувалися переважно на риториці сили, оборони, патріотизму та єдності, Петро Порошенко підкреслював, що всі ці цінності мають сенс лише в контексті оновлення. Саме ідея новизни, переосмислення старих підходів та відмова від риторики минулого стала об'єднуючим чинником для різних верств суспільства. Його стратегія полягала в уникненні конфліктів, провокацій та взаємних звинувачень, що дозволило дистанціюватися від дискредитованих практик попередніх політичних кампаній і запропонувати виборцям альтернативу без огляду на минуле.

Результати позачергових президентських виборів 2014 року в Україні (Додаток Є) засвідчили важливий злам у політичній культурі та електоральній поведінці громадян. Петро Порошенко здобув 54,70% голосів виборців, перемігши у першому турі. Особливо показовими є регіональні результати: у Львові він отримав 69,92%, що очікувано для традиційно проукраїнського заходу. Але не менш важливими є цифри зі сходу країни, зокрема з Донбасу. У Донецьку за Порошенка проголосували 36,15% виборців, а в Луганську — 33,17%. Для порівняння, у 2004 році в цих регіонах за проукраїнські сили голосували лише 2,9% та 4,5% відповідно.

Ці цифри свідчать про серйозну зміну політичних орієнтацій мешканців східних регіонів, які раніше традиційно підтримували проросійські сили. На тлі анексії Криму та початку збройного конфлікту на Донбасі, українці, незалежно від регіональної приналежності, об'єдналися навколо ідеї збереження державності. Війна та зовнішня агресія стали каталізатором політичного пробудження, зумовивши зростання підтримки проукраїнського кандидата навіть у тих областях, де донедавна панували сепаратистські настрої або домінувала проросійська риторика. Це засвідчило

готовність громадян до єдності заради цілісності країни та її європейського майбутнього. Вибори 2014 року стали проявом національної консолідації, демонструючи зростання рівня політичної свідомості та відповідальності серед українців у надзвичайно складних умовах.

Парламентські вибори 2014 року (Додаток Ж) стали продовженням електоральної мобілізації українців, яка почалася з президентських виборів на тлі Революції Гідності, анексії Криму та війни на Донбасі. Їх результати засвідчили суттєву трансформацію політичного ландшафту країни та зміну електоральних пріоритетів населення.

Перше місце за партійними списками посіла партія «Народний фронт», очолювана Арсенієм Яценюком, з результатом 22,14%. Її підтримка пояснюється високим рівнем довіри до тодішнього прем'єр-міністра, який асоціювався з активним опором агресії Росії, рішучими реформами та стабілізацією ситуації в країні. Блок Петра Порошенка посів друге місце з незначним відставанням — 21,82%, але завдяки перемогам в одномандатних округах здобув найбільшу фракцію у парламенті — 132 мандати. Це свідчило про високий кредит довіри до новообраного президента та його політичної сили.

Третє місце посіла Об'єднання «Самопоміч» — 10,97%, яка несподівано для багатьох набрала значну підтримку, особливо у великих містах. У парламент також увійшли Опозиційний блок (9,43%), що репрезентував переформатовані залишки Партії регіонів; Радикальна партія Олега Ляшка (7,44%), яка робила ставку на популізм і гучну антиросійську риторику; та партія «Батьківщина» (5,68%), яка зберегла електоральне ядро, але вже не мала такої домінуючої ролі.

Окрему увагу заслуговує велика кількість мажоритарників — самовисуванців, які здобули 96 мандатів.

Запит на оновлення став ключовим чинником виборчої поведінки у 2014 році. Він вивів на перший план нових політичних акторів та значною мірою переавантажив склад парламенту, хоча й не повністю усунув вплив старих еліт, які продовжили діяти через мажоритарну систему та контроль над місцевими ресурсами.

Цікаво розглянути передвиборчі програми Володимира Зеленського та Петра Порошенка вже на президентських виборах 2019, оскільки вони дуже яскраво ілюструють різні моделі політичної комунікації, стилі мислення та уявлення про роль держави.

Програма Володимира Зеленського написана простою, розмовною мовою, без чиновницьких фраз чи складних формулювань. Це «мовлення від людини до людини», не зверху вниз, а на рівних. Часто зустрічаються короткі речення, риторичні запитання, звернення до читача («Що потрібно людині для щастя?», «влада – це ми», «гроші – не для чиновника, а для людей»). Програма Зеленського — ідеологічно гібридна, тобто змішує різні підходи: антиелітний популізм («влада – це ми», «гроші – не для чиновника, а для людей»); лібералізм (менше держави, більше сервісу, підтримка бізнесу; соціальна риторика (гідна пенсія, справедливі тарифи, страхова медицина); Це не про чітку ідеологію, а про намагання «сподобатися всім». Основна цільова аудиторія — широке коло виборців, які втомилися від старих політиків. Також велика ставка на молодь (через діджиталізацію, «державу у смартфоні»). Загалом, це програма про оновлення, справедливість і надію на зміни через просту мову та образ «свого хлопця», не з політики.

Програма Петра Порошенка і Володимира Зеленського різко контрастують не лише за змістом, а й за стилем подачі, ідеологічним наповненням та цільовою аудиторією. Порошенко апелює до раціонального виборця, з проєвропейськими поглядами та патріотичною позицією, який підтримує курс на НАТО, цінує стабільність, безпеку, реформи й

послідовність. Мова програми більш офіційна, структурована, наповнена поняттями з державного управління, оборонної політики, економіки.

Ідеологічно програма Порошенка чітко артикульована: вона продовжує лінію державного патріотизму, проєвропейської інтеграції, сильної армії та курсу реформ. Якщо програма Порошенка побудована на збереженні вже досягнутих змін, то програма Зеленського – на обіцянці “перезавантаження” системи. В центрі бачення Порошенка – держава, яка гарантує безпеку й порядок; у Зеленського – громадянин, який отримує якісний сервіс і може впливати на владу.

Карта результатів другого туру президентських виборів 2019 року в Україні (Додаток 3) чітко демонструє масштабну регіональну підтримку Володимира Зеленського. Його результат — 73,22% по країні — став рекордним для українських виборів,

Зеленський переміг практично у всіх регіонах, крім кількох західних областей. Особливо високі показники — схід та південний схід України: (Луганська обл. — 89,44%, Донецька — 86,94%, Дніпропетровська — 87,25%). Львівська область — єдина, де Порошенко виграв впевнено (62,79%). Ще кілька округів у Тернопільській та Івано-Франківській дали йому незначну перевагу. Проаналізувавши передвиборчу програму, можна сказати, що Зеленський отримав голоси не за регіональним принципом, а транскласово і трансрегіонально — він був кандидатом «антисистеми», кандидатом «проти всіх», але при цьому не радикалом. Виборці фактично відкинули традиційні ідеологічні лінії поділу (мовні, культурні), об’єднавшись навколо образу зміни. Вперше в історії України перемогу отримав кандидат, що не спирався на жодну із традиційних регіональних баз. Це також показує зміни в структурі електоральної поведінки — домінують не стільки ідеологічні, скільки емоційні та культурні очікування.

За інерцією українці після президентських виборів проголосували на парламентських за партію Зеленського — «Слуга народу» (Додаток І). Це була не стільки підтримка партійної програми (якої на той момент майже не існувало), скільки вотум довіри особисто Зеленському, перенесений на парламентський рівень. Виборець очікував «перезавантаження» не лише президентського офісу, а всієї влади, й голосував за можливість Зеленського діяти без опору з боку старої системи. У цьому сенсі парламентські вибори стали третім туром президентських. Розрахувавши індекс ефективної кількості партій у 2019 році, можна побачити, що він різко зменшився до ≈ 2.9 , тобто реальна конкуренція зосередилась між двома-трьома гравцями.

Отже, аналіз змін у політичних уподобаннях українців дає змогу виокремити кілька ключових тенденцій, які відображають еволюцію електоральної поведінки в умовах трансформаційного суспільства:

Зниження явки виборців. З кожним виборчим циклом в Україні спостерігається стабільна тенденція до зменшення участі громадян у голосуванні. Це свідчить про падіння довіри до інституту виборів, розчарування в політичних елітах і зростання політичної апатії. Особливо помітною є низька активність молоді, що ставить під сумнів ефективність демократичного представництва. Виборці дедалі частіше обирають пасивність як форму протесту або байдужості до політичного процесу.

Зникнення лівих сил. Після 2014 року з українського політичного ландшафту фактично зникли ліві партії. Комуністична партія була офіційно заборонена, а інші ліві політичні сили втратили популярність через асоціацію з проросійськими наративами, радянським минулим і неспроможністю адаптуватися до нових реалій. У результаті в українському парламенті наразі відсутні чітко виражені ліві політичні сили, а сам лівий дискурс майже повністю витіснений із суспільного обговорення.

Європейська переорієнтація. Події Революції Гідності, війна на Донбасі та повномасштабне вторгнення Росії сприяли консолідації українського

суспільства навколо ідеї європейської та євроатлантичної інтеграції. Більшість провідних політичних сил проголошують курс на вступ до ЄС і НАТО, а відповідні орієнтири закріплені в законодавстві. Змінилася і суспільна свідомість: навіть мешканці традиційно проросійських регіонів дедалі частіше підтримують євроінтеграційний вектор.

Популізм як елемент політичної конкуренції. Український виборець часто орієнтується не стільки на ідеологічну послідовність, скільки на обіцянки швидких рішень, харизматичних лідерів та образ «свого» кандидата.

Еволюція електоральної карти. Якщо раніше політична карта України демонструвала чітку регіональну поляризацію — умовний поділ на «прозахідний» Захід і «проросійський» Схід, — то після 2014 року ці межі почали розмиватися. Внаслідок анексії Криму, війни на Донбасі та масштабної внутрішньої міграції відбулося переформатування електоральних орієнтацій.

Електоральна поведінка в Україні дедалі менше пояснюється класичними ідеологічними поділами. Регіональні, мовно-культурні чи навіть вікові чинники більше не є настільки сталими, як це було раніше. Натомість зростає роль емоційної мобілізації, медіаобразу кандидата, а також запиту на новизну, що унеможливорює прості прогностичні моделі.

Висновки для Розділу 3.

На сьогодні в Україні не склалася стала чи домінуюча модель електоральної поведінки. Выборчі уподобання є динамічними, значною мірою ситуативними та залежать від контексту — зокрема війни, економічної ситуації та рівня довіри до конкретних політичних фігур. Український електорат продовжує перебувати у стані пошуку ефективної політичної моделі, що поєднувала б цінності демократії, безпеки та соціальної справедливості.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Дослідження електоральної поведінки українців дозволяє зробити низку фундаментальних узагальнень, які відображають як специфіку трансформаційного періоду в історії України, так і глибші соціокультурні особливості політичної свідомості громадян.

По-перше, українське суспільство формує свою політичну культуру у складному перехідному контексті – між пострадянським минулим та демократичним майбутнім. Ця культура не є одномірною чи усталеною. Вона характеризується гібридністю: поєднанням патерналістських очікувань від держави із водночас зростаючим запитом на демократичні інститути, прозорість влади та справедливі вибори. Виборчий процес у цьому контексті виконує не лише легітимаційну функцію, а й слугує інструментом соціального протесту, кардинальної зміни курсу або ж «перезавантаження» влади, яке електорат вимагає з певною циклічністю.

По-друге, демократія в перехідних системах, зокрема в Україні, не є автоматичним продуктом виборів. Вибори в нашій державі часто зберігають процедурну форму демократії, однак їхній зміст не завжди відповідає суті демократичного вибору – через нерівний доступ до ЗМІ, популізм, адміністративний ресурс, низьку політичну освіту виборців. Проте навіть у таких умовах спостерігається поступова політизація суспільства, зростання ролі громадянських ініціатив, появу більш критичного ставлення до кандидатів та програм.

По-третє, українська політична культура зазнає істотної еволюції. Якщо раніше її можна було охарактеризувати як переважно підданську, то з 2004 року, а особливо після подій 2013–2014 років, чітко простежується перехід до більш активної, партисипаторної моделі участі. Водночас регіональні особливості, мова, історична пам'ять, вплив релігії й етнічні фактори продовжують впливати на вибір виборців. Цінності, якими керуються українці при голосуванні, демонструють поступовий зсув від

емоційного до більш раціонального вибору – хоча популістські проєкти досі знаходять значну підтримку в кризові періоди.

По-четверте, аналіз виборів 2002–2019 років показав, що електоральна поведінка українців — це не просто політична реакція, а відображення глибших структурних процесів у суспільстві. Можна говорити про наявність кількох моделей голосування: протестне, ідентифікаційне (на основі мови, регіону, партійної лояльності), прагматичне (вибір меншого зла або "ефективного менеджера") та ціннісне (на основі проєвропейських/прорадянських орієнтацій). З кожним роком зростає роль останнього типу, що свідчить про поступову нормалізацію політичного простору.

У цьому контексті особливої ваги набуває розуміння викликів, які постають перед майбутніми виборами в Україні. Вірогідним є подальше зростання ролі ціннісного голосування, де визначальними будуть не лише ідеологія чи партійна належність, а здатність кандидата або політичної сили уособлювати конкретну візію майбутнього — безпеку, відновлення, інтеграцію з ЄС, зміцнення інституцій. Очікується також посилення запиту на нові обличчя, особливо з числа військових, волонтерів, представників громадянського суспільства — людей, які вже проявили себе на практиці, а не лише в політичних деклараціях.

Однак ці вибори відбуватимуться не в абстрактному демократичному вакуумі, а в реаліях боротьби за збереження територіальної цілісності, державного суверенітету й людських життів. Це додає виборчому процесу екзистенційного виміру: кожне політичне рішення, кожен вибір стає не просто політичним актом, а частиною ширшої національної стратегії виживання.

Дослідники мають відмовитися від шаблонів і шукати нові змінні, зокрема — довіру, відчуття справедливості, страхи та надії виборців.

Перед дослідниками постає серйозна проблема обліку внутрішньо переміщених осіб (ВПО). Від 2014 року сотні тисяч громадян були змушені

змінити місце проживання, але часто не змінювали виборчу адресу. Це призводить до статистичних викривлень, особливо у східних областях, і ставить питання: кого насправді представляють офіційні цифри? Актуалізується потреба персоналізованих вибіркових обстежень та додаткових якісних методів (наприклад, глибинних інтерв'ю).

Надзвичайно складною є оцінка електоральної поведінки на окупованих територіях або там, де участь у виборах була обмеженою (Крим, частини Донбасу). Відсутність даних не означає відсутність громадянської позиції. Тут доречно говорити про мовчазну політику — коли люди не голосують, але мають чітку політичну позицію, яку важливо фіксувати іншими засобами.

В умовах цифровізації зростає роль онлайн-агітації, інфлюенсерів, Telegram-каналів, які складно зафіксувати традиційними інструментами соціології. Це вимагає оновлення методологічного інструментарію, зокрема — включення елементів цифрової етнографії, аналізу соцмереж, поведінкових панелей.

Очевидно, що очікувати просвітницької ініціативи з боку політичних еліт — наївно. В умовах, коли пасивний, дезорієнтований виборець вигідніший для маніпуляцій, підвищення політичної обізнаності має стати громадянською ініціативою.

Необхідно підтримувати критичне мислення в електоральному контексті, зокрема через розбір політичних обіцянок, перевірку фактів, боротьбу з дезінформацією. Це також може реалізовуватись на рівні освітніх програм у школах та університетах, але важливо, щоб це відбувалось не формально, а з акцентом на практичні навички аналізу.

Роль ЗМІ має бути переосмислена: від трансляторів маніпулятивних меседжів до медіаторів між суспільством і владою, що підвищують рівень політичної культури аудиторії.

І, нарешті, активна громадянська позиція — це не романтика, а інструмент виживання в умовах війни й кризи демократії. Електоральна

поведінка повинна стати усвідомленим актом відповідальності, а не способом покарати когось чи «просто змінити обличчя».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Almond, G. A., & Verba, S. (1963). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton University Press.
- Aral, S., Muchnik, L., & Sundararajan, A. (2012). A 61 Million Person Experiment in Social Influence and Political Mobilization. *Nature*, 489(7415), 295–298.
https://www.researchgate.net/publication/230841708_A_61-Million-Person_Experiment_in_Social_Influence_and_Political_Mobilization
- Bond, R. M., Fariss, C. J., Jones, J. J., Kramer, A. D., Marlow, C., Settle, J. E., & Fowler, J. H. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489(7415), 295–298.
- Brownlee, K. (2009). Civil disobedience. In E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Fall 2009 Edition). Stanford University.
<https://plato.stanford.edu/entries/civil-disobedience/>
- Carothers, T. (2002). The end of the transition paradigm. *Journal of Democracy*, 13(1), 5–21. <https://doi.org/10.1353/jod.2002.0003>
- Cogburn, D. L., & Espinoza Vasquez, F. K. (2011). From networked nominee to networked nation: Examining the impact of Web 2.0 and social media on political participation and civic engagement in the 2008 Obama campaign. *Journal of Political Marketing*, 10(1–2), 189–213.
<https://doi.org/10.1080/15377857.2011.540224>
- Davies, C. (2020, October 30). Pro-choice supporters hold biggest-ever protest against Polish government. *The Guardian*.
<https://www.theguardian.com/world/2020/oct/30/pro-choice-supporters-hold-biggest-ever-protest-against-polish-government>

- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper & Brothers.
- Economist Intelligence Unit. (2023). *Democracy Index 2023: Measuring the quality of democracy worldwide*. Retrieved from <https://www.eiu.com/n/campaigns/democracy-index-2023/>
- Franklin, M. N. (2004). *Voter turnout and the dynamics of electoral competition in established democracies since 1945*. Cambridge University Press.
- Freedom House. (2024). *Nations in Transit 2024: Ukraine*. Freedom House. <https://freedomhouse.org/country/ukraine/nations-transit>
- Hédoin, C., & Chirat, A. (2023). How Anthony Downs's analysis explains rational voters' preferences for populism. <https://www.promarket.org/2023/09/26/how-anthony-downss-analysis-explains-rational-voters-preferences-for-populism/>
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. Glencoe, IL: Free Press.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign* (2nd ed.). New York, NY: Columbia University Press.
- Merkel, W. (2004). Embedded and defective democracies. *Democratization*, 11(5), 33–58.
- Merriam, C. E. (1924). The significance of psychology for the study of politics. *American Political Science Review*, 18(3), 469–488.
- Pereira, J. S. (2022). Political behavior. In C. Gianolla & M. M. Lopes (Eds.), *Populisms and emotions glossary*. <https://unpop.ces.uc.pt/en/glossário>

- Pew Research Center. (2024, November 18). *America's news influencers*.
<https://www.pewresearch.org/journalism/2024/11/18/americas-news-influencers/#:~:text=better%20understand%20who%20regularly%20gets,news%20from%20news%20influencers>
- Reif, K., & Schmitt, H. (1997). Second-order elections. *European Journal of Political Research*, 31(1), 109–124.
<https://doi.org/10.1023/A:1006860919635>
- Siegfried, A. (1913). *Tableau politique de la France de l'Ouest sous la Troisième République*. Paris: Armand Colin.
- Tyszka, K. (2010). Homo Sovieticus two decades later. *Polish Sociological Review*, 168(4), 507–522.
- Weinschenk, A. (2022). Political behaviour and its influence on political orientation. *Commentary*, 16(3).
- Wikipedia contributors. (2002). *Parliamentary elections in Ukraine, 2002*. Wikipedia.
https://uk.wikipedia.org/wiki/Парламентські_вибори_в_Україні_2002
- Wikipedia contributors. (2006). *Parliamentary elections in Ukraine, 2006*. Wikipedia.
https://uk.wikipedia.org/wiki/Парламентські_вибори_в_Україні_2006
- Wikipedia contributors. (2007). *Parliamentary elections in Ukraine, 2007*. Wikipedia.
https://uk.wikipedia.org/wiki/Парламентські_вибори_в_Україні_2007
- Wikipedia contributors. (2012). *Parliamentary elections in Ukraine, 2012*. Wikipedia.
https://uk.wikipedia.org/wiki/Парламентські_вибори_в_Україні_2012

Wikipedia contributors. (2014). *Parliamentary elections in Ukraine, 2014*. Wikipedia.

https://uk.wikipedia.org/wiki/Парламентські_вибори_в_Україні_2014

Wikipedia contributors. (2019). *Parliamentary elections in Ukraine, 2019*. Wikipedia.

https://uk.wikipedia.org/wiki/Парламентські_вибори_в_Україні_2019

Wikipedia contributors. (2004). *Ukrainian presidential election, 2004*. Wikipedia.

https://uk.wikipedia.org/wiki/Вибори_Президента_України_2004

Wikipedia contributors. (2010). *Ukrainian presidential election, 2010*. Wikipedia.

https://uk.wikipedia.org/wiki/Вибори_Президента_України_2010

Wikipedia contributors. (2014). *Ukrainian presidential election, 2014*. Wikipedia.

https://uk.wikipedia.org/wiki/Вибори_Президента_України_2014

Wikipedia contributors. (2019). *Ukrainian presidential election, 2019*. Wikipedia.

https://uk.wikipedia.org/wiki/Вибори_Президента_України_2019

Zakharchenko, A., Maksimtsova, Y., Iurchenko, V., Shevchenko, V., & Fedushko, S. (2019). Under the conditions of non-agenda ownership: Social media users in the 2019 Ukrainian presidential elections campaign. *arXiv preprint*, arXiv:1909.01681.

Арістотель. (2023). *Політика. Поетика* (О. Кислюк & Б. Тен, Пер.). Folio.

Головаха, Є. (2019). [Феномен Зеленського — своєрідний електоральний Майдан]. *Українська правда*.

<https://www.pravda.com.ua/articles/2019/04/18/7212520/>

Головатий, М. Ф. (2011). *Демократія: історія, теорія, практика*. Київ: Персонал.

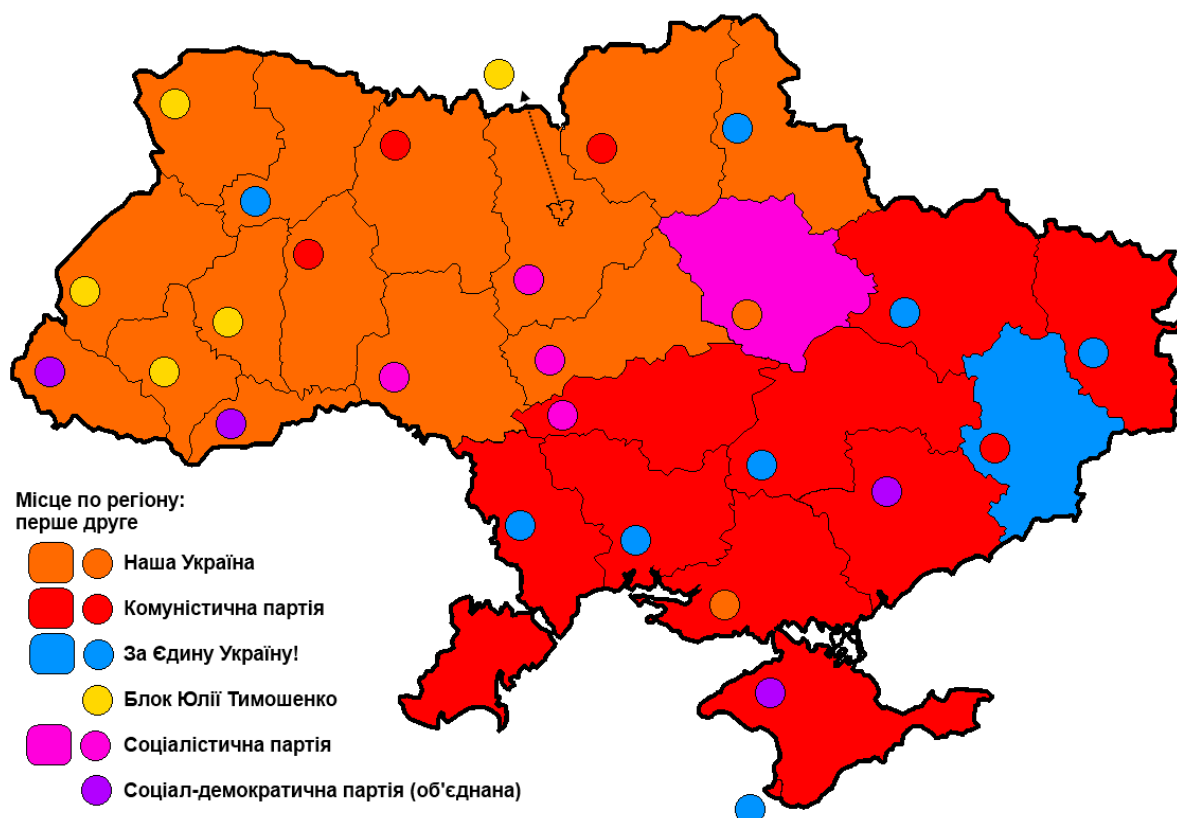
- Грушевський, М. С. (1908). *Українство і всеслов'янство*. У: М. С. Грушевський. *Публіцистика (збірка)*. Київ.
- Кіндратець, О. М. (2009). Політична культура як чинник демократичних перетворень. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, (39), 204–211.
- Волович, В. І. (2009). Електоральна поведінка. У І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк та ін. (Ред.), *Енциклопедія Сучасної України*. Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. <https://esu.com.ua/article-18853>
- Український перепис населення. (n.d.). *2001 український перепис населення*. <https://2001.ukrcensus.gov.ua/>
- Поліщук, І. О., & Лур'є, В. К. (2014). Політична культура постсоціалістичних України та Польщі: особливості трансформацій. *Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*, (3), 135–144.
- Платон. (2024). *Держава* (О. Стрельбицька, Пер.). Folio.
- Рух ЧЕСНО. (2024). Листівка "Три сорти українців": Друкована роздатка, чорний піар [Політична реклама 2004 року]. <https://www.chesno.org/political-ads/4136/>
- Socialdata. (n.d.). *Виборча явка в Україні: Динаміка, закономірності, просторові відмінності*. Центр прикладних досліджень. Retrieved June 11, 2025, from <https://socialdata.org.ua/projects/turnout/>
- Фесенко, В. (2017). [“Гойдалки” і ритми української політики]. *Українська правда*. <https://www.pravda.com.ua/articles/2017/04/21/7141779/>

Центральна виборча комісія України.. *Офіційний сайт.*
<https://cvk.gov.ua/index.html>

ДОДАТКИ

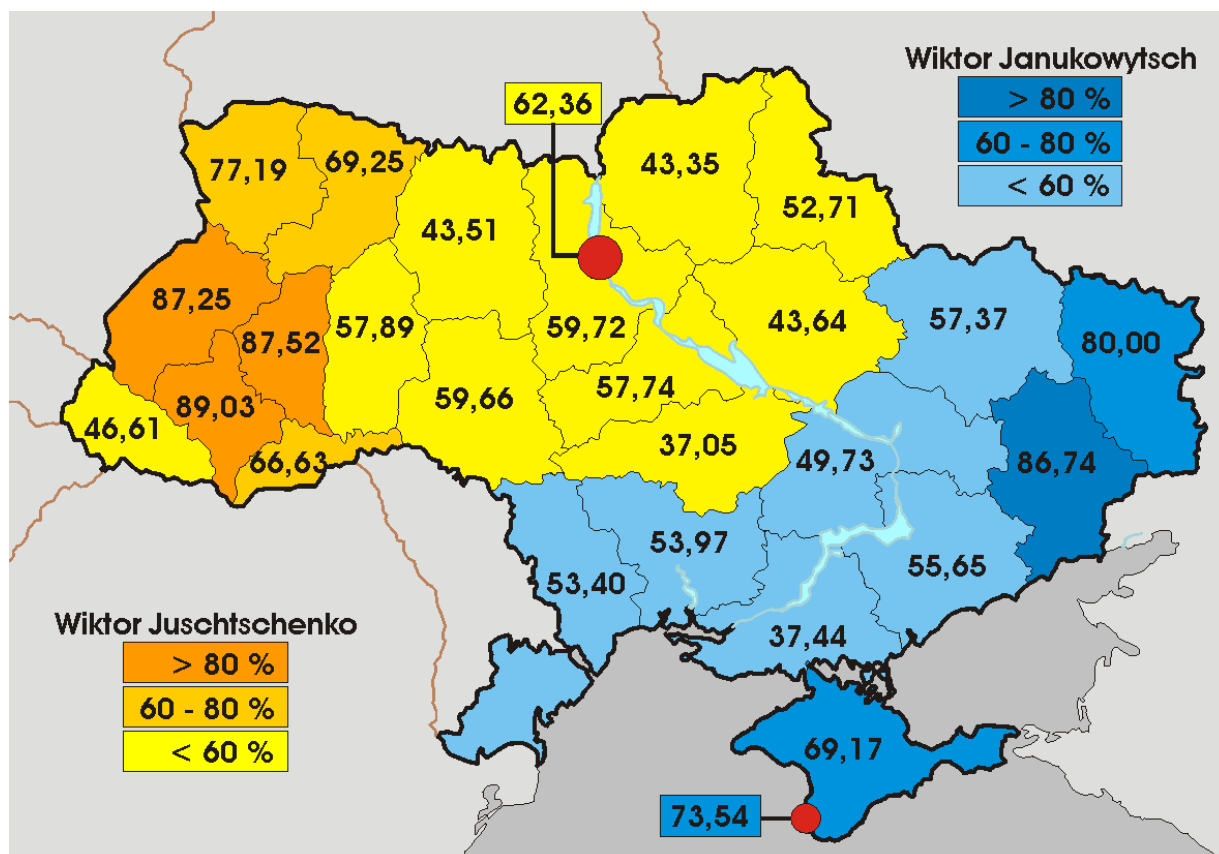
Додаток А

(Wikipedia, 2002)



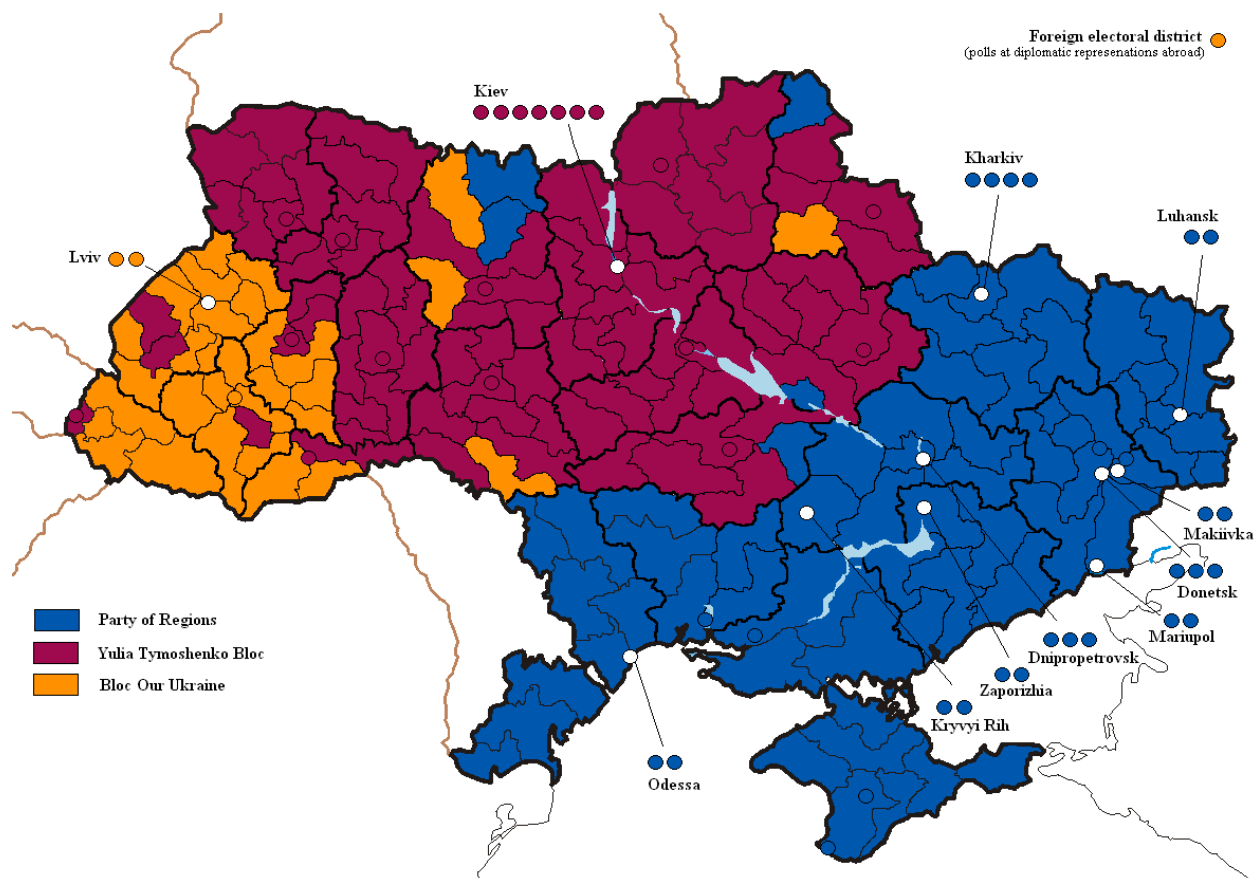
Додаток Б

(Wikipedia, 2004)



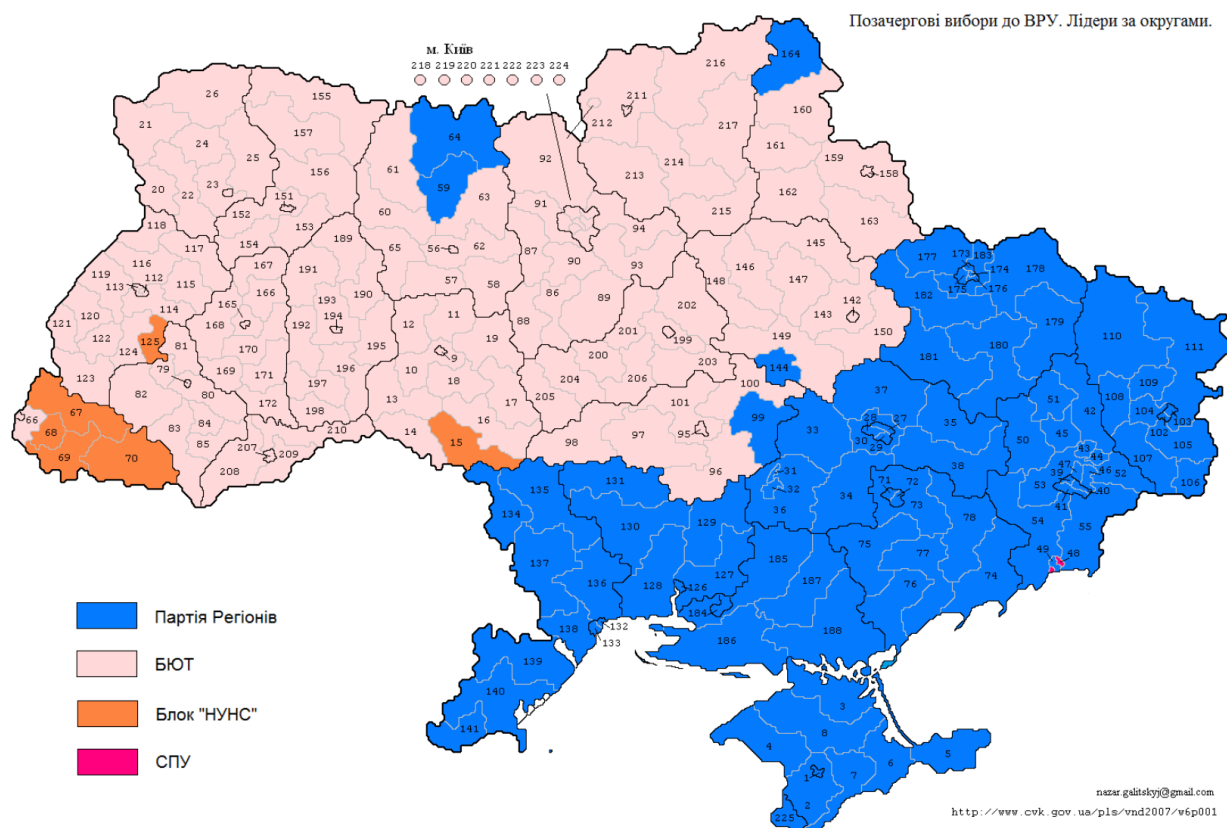
Додаток В

(Wikipedia, 2006)



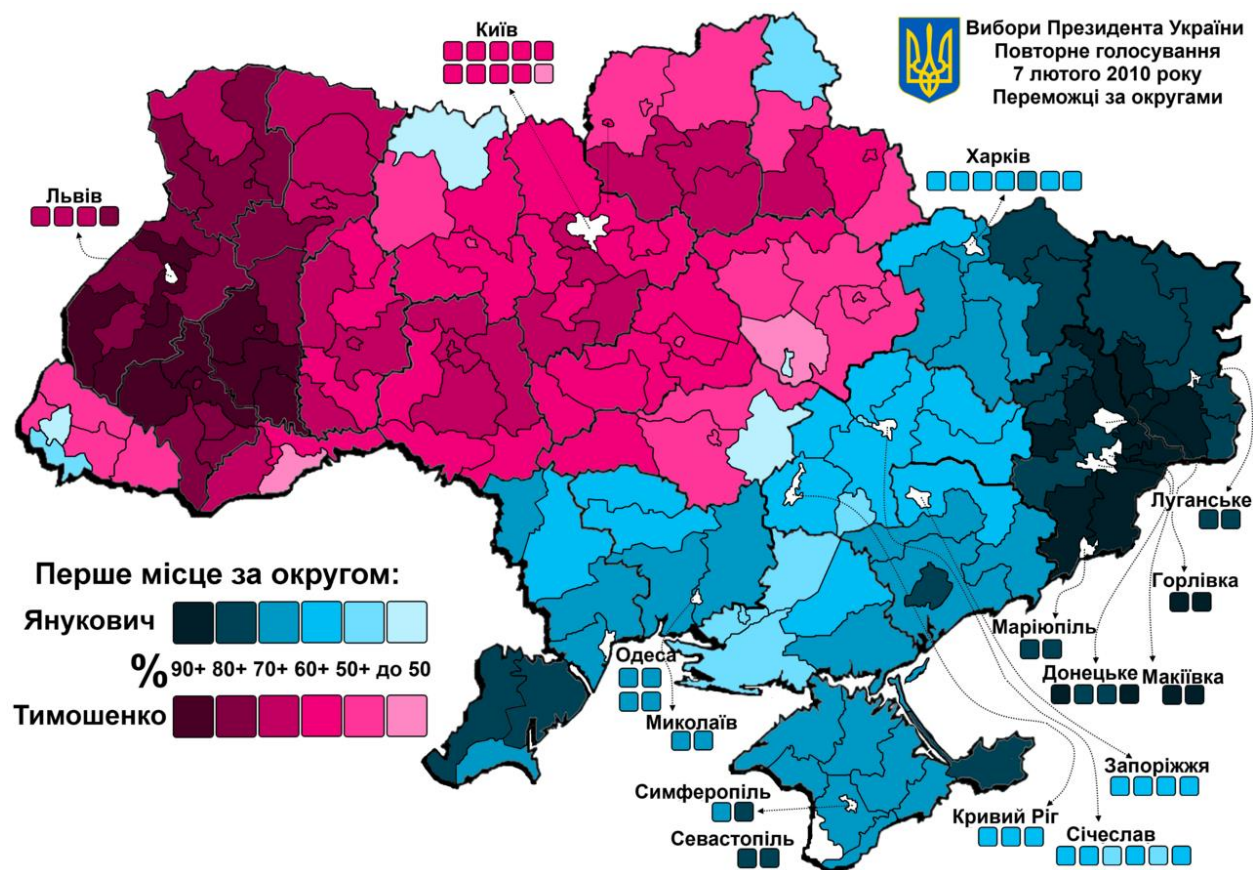
Додаток Г

(Wikipedia, 2007)



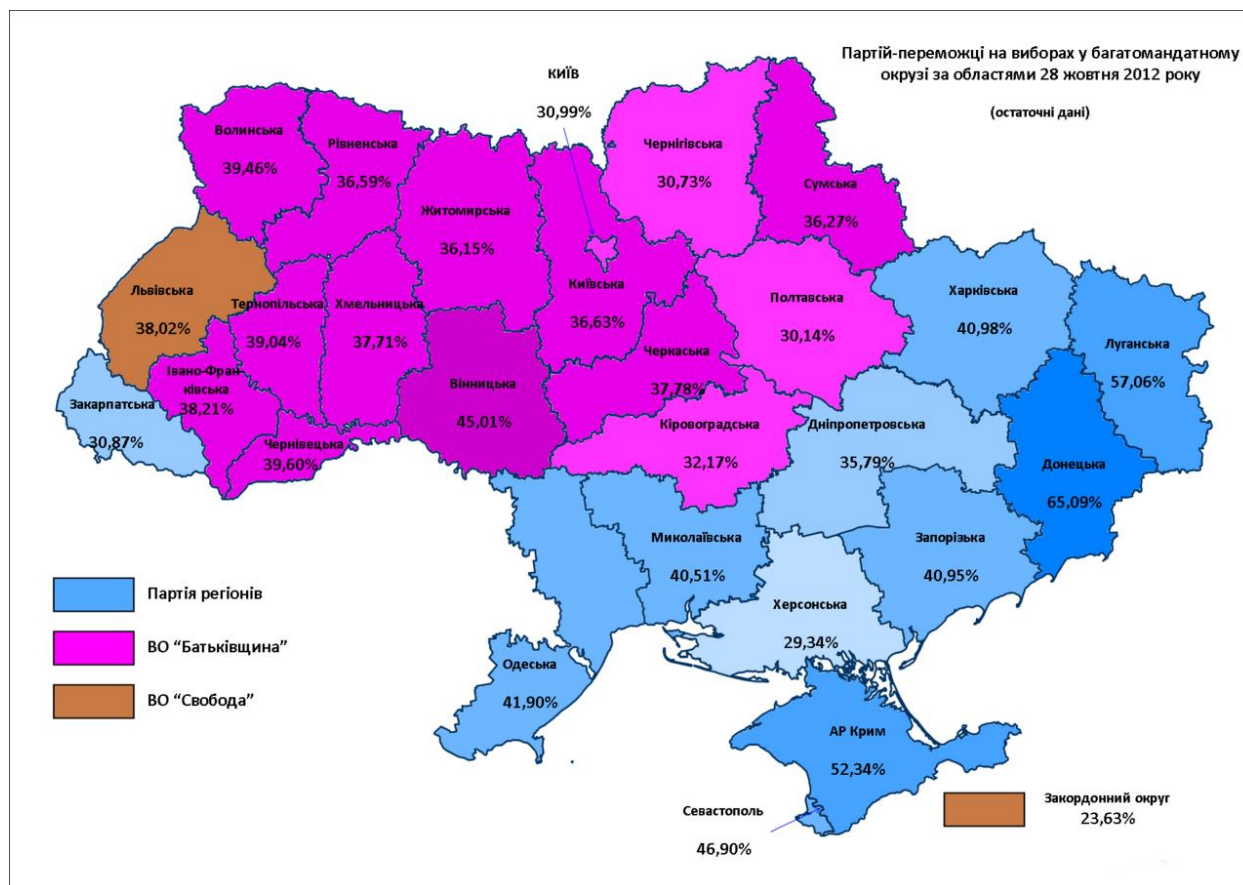
Додаток Д

(Wikipedia, 2010)



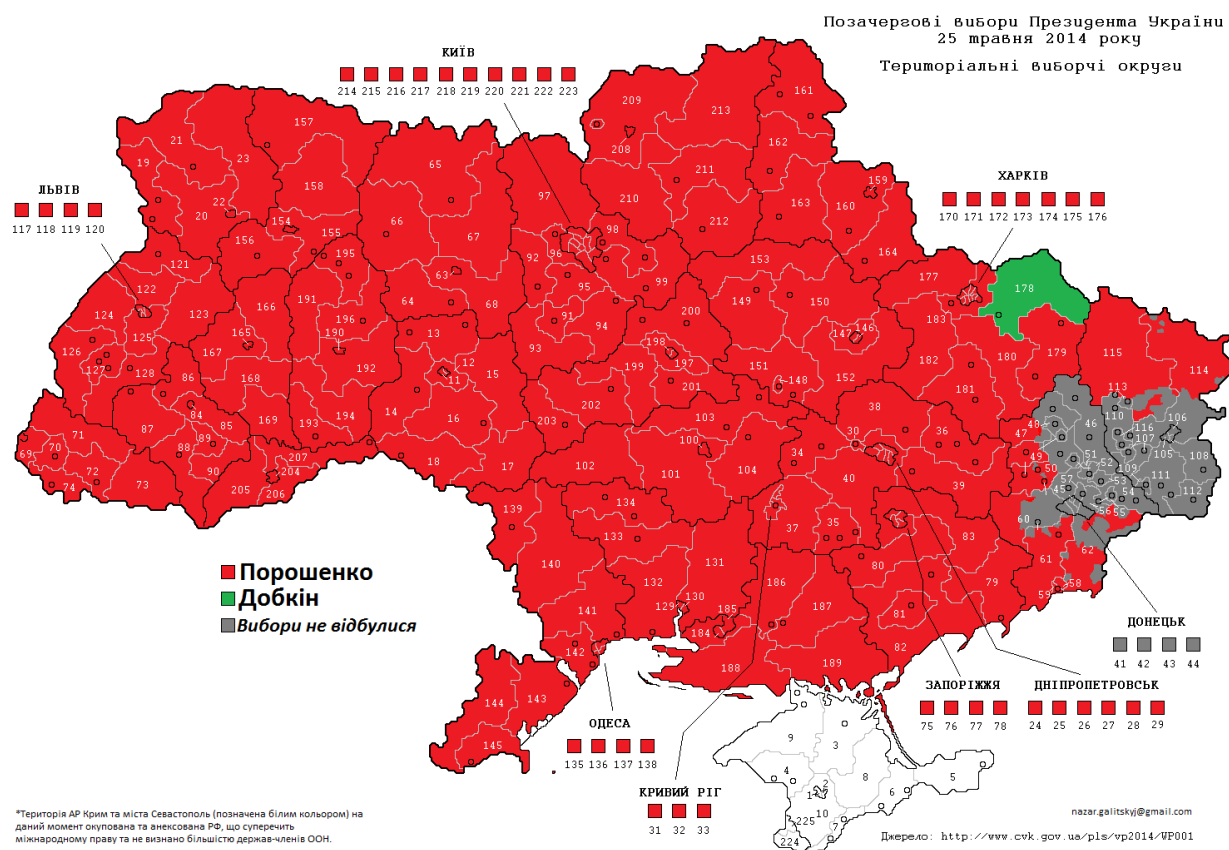
Додаток Е

(Wikipedia, 2012)



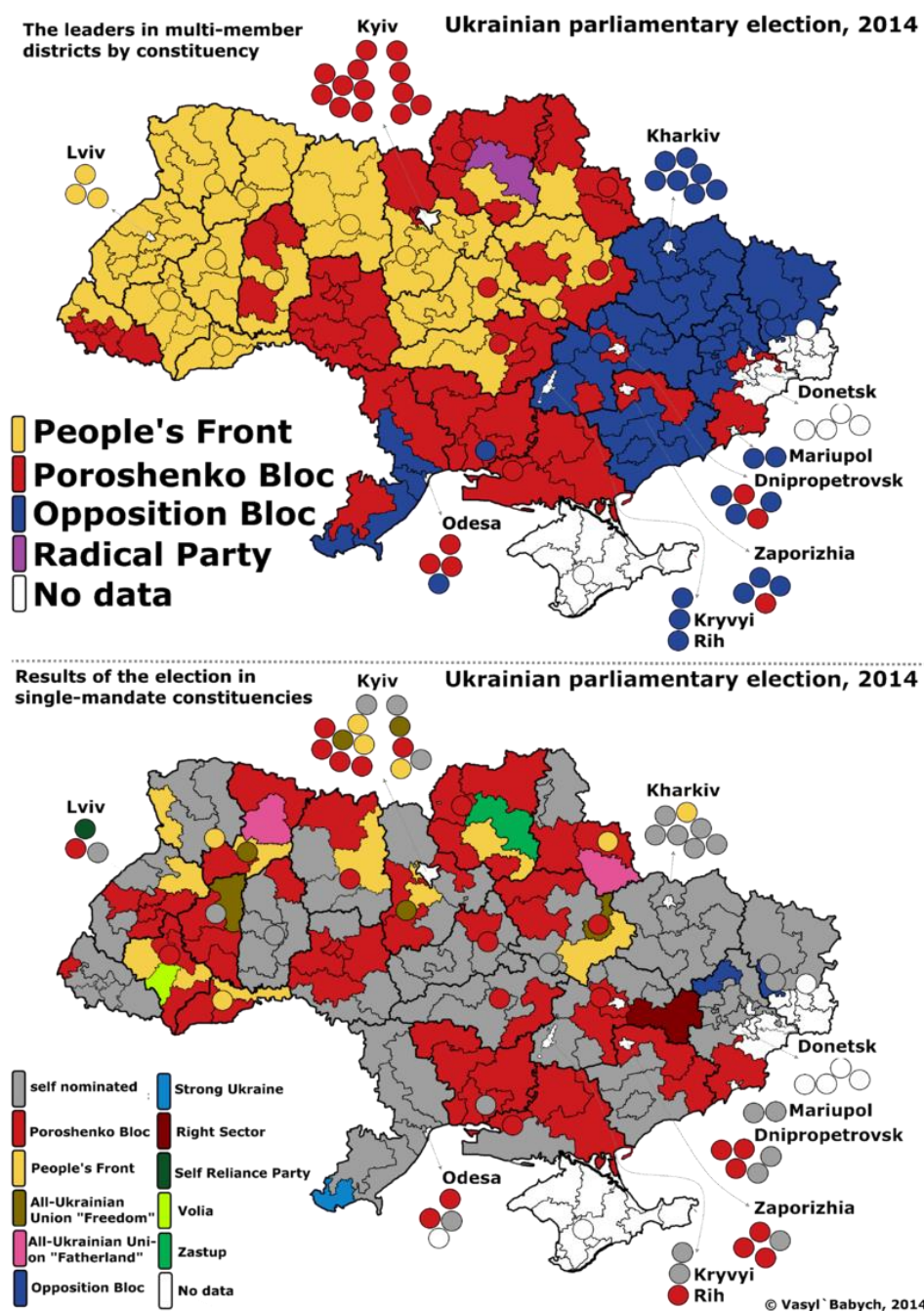
Додаток Є

(Wikipedia, 2014)

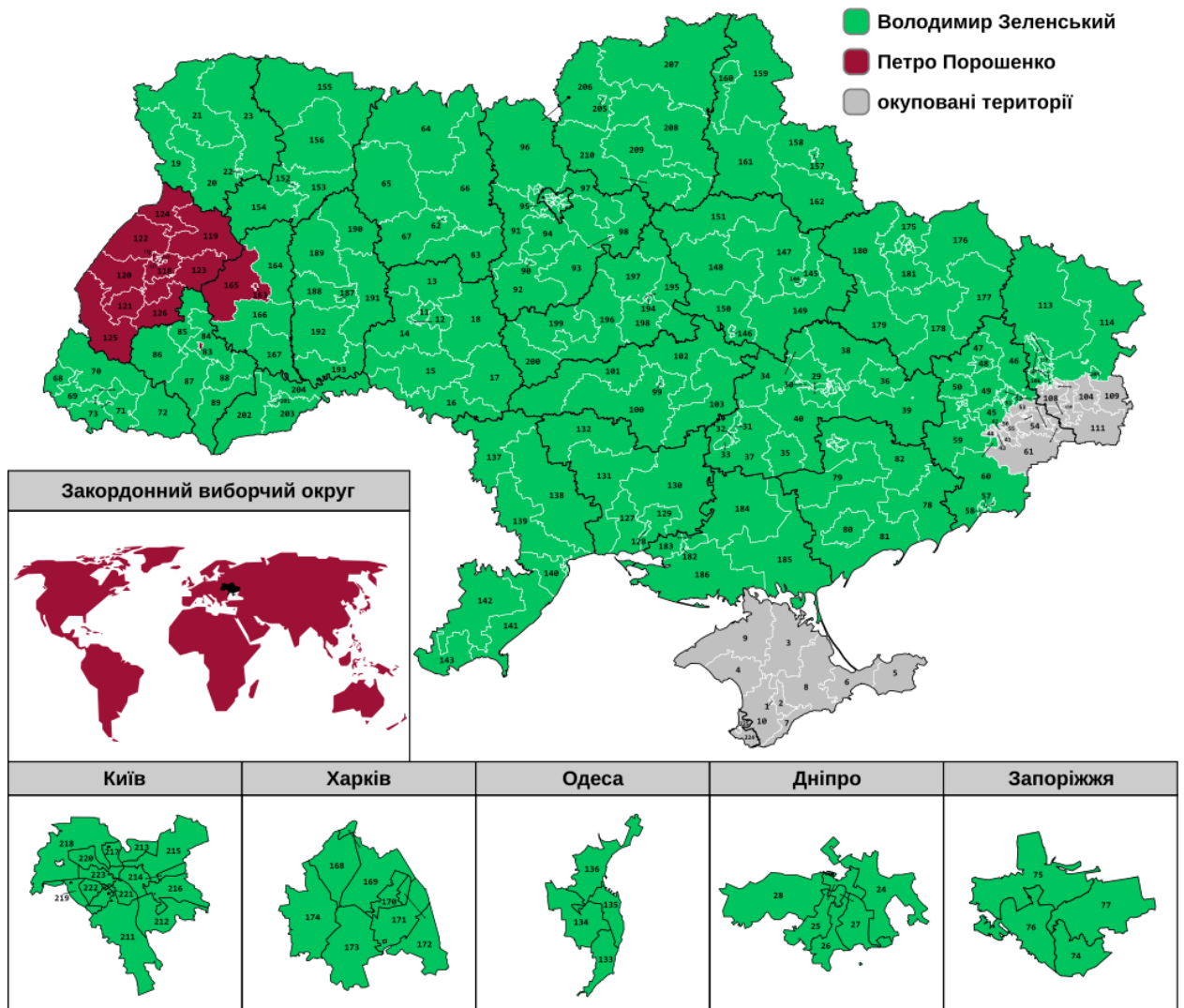


Додаток Ж

(Wikipedia, 2014)



Додаток 3



(Wikipedia, 2019)

Додаток И

(Wikipedia, 2019)

