

СЕКЦІЯ 1 МЕТОДОЛОГІЯ ТА МЕТОДИ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

ПРОБЛЕМИ РАЦІОНАЛЬНОСТІ В ЕЛЕКТОРАЛЬНІЙ ПОВЕДІНЦІ НА МІСЦЕВИХ ВИБОРАХ

PROBLEMS OF RATIONALITY IN ELECTORAL BEHAVIOR IN LOCAL ELECTIONS

Статтю присвячено дослідженню мотивації електоральної поведінки на місцевих виборах, що характеризуються помітно меншою явкою, аніж президентські та парламентські, проєкцією центральних політичних дискусій на регіональний рівень та додатковими можливостями зміцнити своє становище для опозиційних або локальних політсил. Автор ставить мету провести емпіричну адаптацію підходів школи раціонального вибору до українських реалій. Досі це питання залишається невирішеним у вітчизняній електоральній соціології. Дослідник спирається на результати опитувань громадської думки, проведених компанією "IRG" із його особистою участю у Запорізькій області у серпні–жовтні 2020 року. За результатами аналізу «теорії близькості» Е. Даунса, концепцій «економічного голосування», «валентного голосування» та «виборця-споживача» робиться висновок, що кожна з них пояснює свій окремий аспект поведінки виборців. Даунсівська теорія описує стратегії, за допомогою яких люди структурують електоральний простір, та індикатори політичних розмежувань. Ідеї М. Фіоріни потребують більш складного механізму емпіричної верифікації, до якого входять як оцінка діяльності уряду та динаміки змін власного матеріального становища, так і соціально-класова самоідентифікація. Ключовим є питання про «соціотропне» або «ретроспективне» голосування. «Валентна модель» у чистому вигляді майже не спрацьовує через слабкі традиції місцевої демократії та відсутність запиту на власний, відмінний від столичного, порядок денний. Концепція Х. Хіммельвейт дає уявлення про мотиви підтримки електоральних акторів, а також може використовуватись для вивчення ставлення громадян до найбільш резонансних положень передвиборчих платформ. Автор констатує, що зростання політичної ваги місцевої влади, переміщення фінансових потоків та владних повноважень від державних адміністрацій до об'єднаних територіальних громад зумовлює ускладнення електоральної поведінки на місцевому рівні, а моделі голосування з кожним роком усе більше відрізняються від загальнонаціональних.

Ключові слова: електоральна поведінка, теорії раціонального вибору, теорія близь-

кості, економічне голосування, споживацька теорія голосування.

The article is devoted to the motivation of electoral behaviour in local elections, which are characterized by significantly lower turnout than presidential and parliamentary elections, the projection of central political discussions at the regional level and additional opportunities to strengthen their position for opposition or local political forces. The author aims to empirically adapt the approaches of the school of rational choice to Ukrainian realities. So far, this issue remains unresolved in the domestic electoral sociology. The researcher relies on the results of public opinion polls conducted by IRG with his personal participation in the Zaporizhia region in August–October 2020. Based on the analysis of E. Downs's "theory of proximity", the concepts of "economic voting", "valence voting" and "voter-consumer", it is concluded that each of them explains its own, separate aspect of voter behaviour. Downs' theory describes the strategies by which people structure the electoral space and indicators of political divisions. M. Fiorina's ideas require a more complex mechanism of empirical verification, which includes both the assessment of government activities and the dynamics of changes in their own financial situation, and socio-class self-identification. The key issue is "sociotropic" or "retrospective" voting. The "valence model" in its pure form hardly works due to the weak traditions of local democracy and the lack of demand for its own, different from the capital, agenda. H. Himmelweit's concept gives an idea of the motives for supporting electoral actors, and can also be used to study the attitude of citizens to the most resonant provisions of election platforms. The author states that the growing political weight of local government, the transfer of financial flows and power from state administrations to united territorial communities complicates electoral behaviour at the local level, and voting models are increasingly different from national ones.

Key words: electoral behaviour, theories of rational choice, proximity theory, economic voting, consumer voting theory.

УДК 316.334.3+342.8
DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2021.26.1>

Зубченко О.С.

к.соціол.н.,
доцент кафедри філософії та соціології
Маріупольський державний університет

Поглиблення реформи децентралізації та зростання політичної ваги місцевого самоврядування зумовило швидке зростання інтересу дослідників та політтехнологів до

електоральної поведінки на місцевих виборах. Адже до останнього часу формування місцевих легіслатур вважалося виборами «другого порядку», на відміну від президентських або

парламентських. Особливо яскраво це стало проявлятися з 2010 р., коли регіональні та національні виборчі кампанії вперше було рознесено у часі. Можна погодитись із К. Рейфом та Г. Шміттом, що електоральна поведінка на «першочергових» та «другорядних» виборах суттєво відрізняється за кількома характеристиками [5, с. 126].

По-перше, вибори «другого порядку» характеризуються набагато меншою явкою. Наприклад, у Запорізькій області у першому турі виборів Президента України у березні 2019 року взяли участь 64%, за три місяці під час голосування за народних депутатів України явка становила 50,8%, а у жовтні 2020 р. на місцевих виборах – лише 34%. Звісно, на активність запоріжців могли вплинути інші, позасистемні чинники (наприклад, пандемія коронавірусу), проте загальна тенденція досить красномовна.

По-друге, результат неосновних електоральних змагань – це більшою мірою результат ідеологічного конфлікту, а не боротьби проблемних позицій чи партійних лідерів – «важковаговиків». Це потребує додаткових пояснень, адже часто говорять, що «каналізація та водогін не мають партійності». Але проблема дещо складніша. Зокрема, на місцевих виборах-2020 провідні електоральні актори, за дуже рідким виключенням, не вдавалися до яскравих регіональних кампаній та серйозної роботи над соціально-економічною проблематикою. Змістовні дискусії про подальший розвиток міст та сіл замінили борди та ролики «Армія, мова, віра», «Останній шанс на зміни», «За мир, за життя» тощо.

По-третє, вибори другого порядку – це можливість опозиційним партіям відігратися за поразки загальнонаціонального рівня, шанс вийти на авансцену позасистемним силам та регіональним лідерам. На місцевих виборах-2020 загалом по Україні правляча партія «Слуга народу» змогла отримати лише 15% депутатських крісел у громадах проти 43% у парламентському марафоні-2019. Водночас вагоме представництво у радах отримала новостворена партія «За майбутнє» (9,6%), ВО «Батьківщина» суттєво поліпшила свої показники (10,5% мандатів), не говорячи вже про два десятки регіональних політсил, кожна з яких отримала від 100 до 500 місць та майже монопольний контроль над окремими містами, районами та навіть областями.

Західна соціологія намагається дати відповіді на ці важливі запитання з кінця 1950-х років, насамперед у рамках теорії раціонального вибору. Незважаючи на активну критику та численні модифікації, значний пізнавальний потенціал для пояснення електоральної поведінки зберігають теорії «економічного голосування» М. Фіорини [5, с. 125], ретроспективного, перспективного

та афективного волевиявлення М. Льюїса-Бека [13, с. 43], «виборця як споживача» Х. Хіммельвейт [3, с. 33].

Разом із тим у вітчизняній електоральній соціології досі триває пошук відповіді на ці важливі питання. В. Кононов, аналізуючи зв'язок між ідейно-політичними переконаннями, мовою спілкування та ідентифікаційними практиками, доходить висновку про «усереднення» партійних платформ, що лише окремими деталями (символою, кольорами, ключовими повідомленнями) підлаштовуються під начебто антагоністичні бренди [8, с. 94]. Ю. Брайчевський, поєднуючи елементи просторового та інструментального підходу та спираючись на концепцію місця Дж. Егню, констатує, що місцеві вибори – це насамперед голосування за «своїх», а раціональність вибору може суттєво відрізнятись [2, с. 71–72]. Р. Панухник намагається моделювати процес електорального вибору за допомогою власної концепції мікро- та макродальніх квадрантів, спираючись на останні досягнення інструменталістської школи [10, с. 214–215].

Російські дослідники йдуть шляхом виділення соціально-економічних чинників електоральної поведінки на місцях: говорять про соціальну структуру та соціальне самопочуття [12], середню зарплату, обсяг інвестицій та соціальних трансфертів, кількість суб'єктів малого та середнього бізнесу [1, с. 101–102], соціально-економічний вимір або ліво-правий політичний континуум [14, с. 132–133]. Своєю чергою О. Іваненко намагається виділити детермінанти електоральної активності, серед яких – ціннісні орієнтації, соціальні ідентичності, психологічні характеристики виборців та оцінка ефективності політичних інститутів [6].

Емпіричну основу нашого дослідження становили результати опитувань громадської думки, які було проведено компанією «IRG» з особистою участю автора у Запорізькій області у серпні–вересні 2020 року. За квотною вибіркою (параметри квоти – стать та вік) у три хвили методом особистого інтерв'ю за місцем проживання було опитано 5226 респондентів. Похибка даних не перевищує 3%. Також наводяться дані регіонального екзит-полу 25.10.2020 (опитано 2500 респондентів на 50 виборчих дільницях, рівень досяжності – 77%). У статті наведені власні аналітичні розрахунки автора, що публікуються вперше.

Таким чином, у спеціальній літературі досі не знайшли належного емпіричного обґрунтування пізнавального (наскільки раціональним є голосування виборців на місцевому рівні та з яких теоретичних позицій його доречніше пояснювати) та інструментального (мотивація, що переважає у громадян, та чинники, які детермінують їхній вибір) аспектів досліджуваної проблеми, що і буде метою цієї статті.

Однією із головних ідей авторів Виборчого кодексу, за яким проходили місцеві вибори у 2020 році, було подолання «партійної диктатури» завдяки активній роботі на окрузі, активісти отримували шанс стати депутатами місцевих рад, набравши понад 25% від партійної квоти. Обов'язкове закріплення партійців за округами мало стимулювати їх «йти в поля». Власне, це було логічним та раціональним кроком політичної спільноти, з одного боку, політичні сили мали показувати «товар лицем» та максимально персоніфікувати електоральний вибір; з іншого – стимулювати внутрішній праймеріз та перетворити кулуарний процес відбору кандидатів, особливо до прохідної частини виборчих списків, на реальний, ринково-конкурентний процес.

У разі відсутності на місцях партійних структур та вкрай пасивної діяльності у міжвиборчий період умови для «раціонального прогнозування» підсумків виборів та відповідно формування своїх електоральних преференцій, за Е. Даунсом, значно ускладнюються. За такої ситуації починає працювати «теорія близькості» Е. Даунса, що описує способи, за допомогою яких пересічна людина структурує для себе певну виборчу кампанію та ранжує її учасників [11, с. 200–201].

Після Революції Гідності розподіл ішов за вектором «проросійські-проєвропейські» сили, емпіричним індикатором якого є ставлення до подій на Майдані.

Із таблиці 1 бачимо розмежування на промайданні («ЄС», Батьківщина), помірковані (Слуга народу, партія Буряка) та антимайданні (ОПЗЖ, партія Шарія) сили. На перший погляд, подібна диференціація надзвичайно далека від власне місцевого порядку денного, проте вона допомагає виборцю вибудувати хоча б первісну систему координат політичного простору та попередньо визначитись, на чиєму він боці.

Ще однією важливою подією, що істотно змінила політичну конфігурацію як національного, так і регіонального рівнів, стала «зелена хвиля» 2019 року. Відповідно, одним із маркерів електорального структурування може бути порівняльна оцінка нинішнього та колишнього Президентів.

Отже, дані, що наведено у таблиці 2, свідчать про справедливість «теорії напрямів» Дж. Рабиновича, згідно з якою «виборець визначає для себе партію, яка дозволяє просувати свої інтереси у потрібному напрямі» [цит за: 11, с. 201]. Своєю чергою вибір конкретної політсили із певного спектра визначається рівнем її активності, наявністю популярних лідерів, змістовністю та цікавістю агітації тощо. У нашому випадку на протилежних полюсах континууму «старе–нове» розташовані «Слуги народу» та «ЄС». Решта партій знаходяться між ними, із значно більшими прихильностями до нової адміністрації. І це виглядає досить логічно, адже у другому турі

Таблиця 1

Розподіл відповідей на запитання: «Як ви оцінюєте події на Майдані у 2013–2014 роках?» (у відсотках від прихильників кожної партії)

Політична партія	Позитивні оцінки	Негативні оцінки	Не визначились
Слуга народу	50	40	11
Партія В. Буряка «Єднання» (партія Буряка)	40	48	12
Європейська солідарність (ЄС)	64	34	2
Опозиційна платформа «За життя» (ОПЗЖ)	40	50	10
Батьківщина	60	31	7
Партія Шарія	32	60	8

Таблиця 2

Розподіл відповідей на запитання: «Як ви оцінюєте діяльність влади Володимира Зеленського порівняно з Петром Порошенко?» (у відсотках від прихильників кожної партії)

Політична партія	Нинішня влада краща за попередню	Нинішня влада суттєво не відрізняється від попередньої	Нинішня влада гірша за попередню	Не визначились
Слуга народу	63	29	6	2
Партія Буряка	26	51	18	5
ЄС	13	34	52	1
ОПЗЖ	38	44	14	4
Батьківщина	25	55	15	5
Партія Шарія	19	42	24	13

президентських виборів-2019 за В. Зеленського віддали голоси 86,6% виборців Запорізького регіону.

Але наскільки така електоральна поведінка, вписана у прокрустове ложе ідеологічних або лідерських залежностей, є раціональною? Цікаве рішення пропонує модель «ретроспективного голосування» М. Фіоріні. Американський дослідник намагається спустити даунсівську школу з небес на землю та зауважує: «Позиція вчених, що працюють у рамках раціонального вибору, як правило, занадто претензійна, а в окремих випадках навіть віддає манією величі у намаганнях створити всеохоплюючу теорію політичної поведінки» [9, с. 47].

Така концепція передбачає, що виборці володіють лише одним видом даних – вони знають, як їм живеться за чинної влади. Інакше кажучи, існує прямий зв'язок між станом економіки і результатами виборів, і під час голосування виборець враховує те, що саме уряд несе відповідальність за економічний стан країни.

Таблиця 3

Оцінка змін за останній рік матеріального становища прихильниками різних політичних сил (у відсотках)

Партія	Покращилось	Погіршилось
Слуга народу	40	20
ОПЗЖ	20	39
ЄС	18	45
Батьківщина	16	40
Партія Буряка	17	37
Партія Шарія	8	41

На перший погляд, теорія працює. Якщо гаманець потовстішав – голосуєш за владу, якщо схуд – за опозицію. Насправді прямої залежності тут не існує, адже електоральний корпус різних партій суттєво відрізняється за соціально-демографічними та психографічними характеристиками. Наприклад, серед прихильників «ЄС» доля виборців, які ідентифікували себе із середнім класом, сягала 50%, а у ОПЗЖ – лише 13%. Таким чином, дані, які наведено у таблиці, лише підтверджують тен-

денцію до поглиблення майнового розшарування в українському суспільстві. Багаті стають багатішими, а бідні – біднішими незалежно від партійних кольорів.

Також можна погодитись із Г. Голосовим, який ставить питання: чи можуть пострадянські виборці із мінімальним демократичним досвідом та надзвичайно високою недовірою до майже всіх політичних інституцій правильно визначити наслідки свого вибору? І наскільки взагалі є сенс робити такі розрахунки за умов високої невизначеності політичного процесу та атомізації партійної системи? [4, с. 47–48]. Наприклад, на виборах-2020 до нового складу Запорізької обласної ради змогли потрапити лише три партії із восьми переможців електорального марафону-2015.

Саме тому в рамках такої теорії висувуються припущення про можливості не лише «соціотропного», але й «ретроспективного» голосування, яке детермінується комплексною оцінкою розвитку держави та ставленням до її керівників.

Із таблиці бачимо, що негативні оцінки вектора руху Української держави домінують лише серед прибічників партій – ідеологічних антагоністів – «Європейської солідарності» та ОПЗЖ. Водночас позитивне ставлення до нинішнього глави держави переважає навіть у таборі проросійської опозиції. Отже, незважаючи на численні прорахунки та рейтингові втрати, чинна влада зберігає чималий електоральний потенціал і концепція «економічного голосування» це підтверджує, принаймні на нинішньому етапі.

На стику теорій раціонального вибору та партійної ідентифікації виникла модель «валентного голосування» К. Кларка [3, с. 61]. Головна ідея автора – вирішальне значення для формування думки виборців має т.зв. «валентність політиків» – здатність ефективно діяти у сферах, що турбують їхній електорат. Виборці прагнуть зменшення когнітивного навантаження, акцентуючи свою увагу лише на окремих аспектах діяльності своїх фаворитів. Для перевірки цієї гіпотези подивимось, чи є відмінності у соціально-економічній проблематиці електорату різних політсил.

Таблиця 4

Оцінка стану справ в Україні очима прихильників різних політичних сил (у відсотках)

Партія	Напрямок розвитку держави		Діяльність В. Зеленського	
	Правильний	Неправильний	Краща за попередника	Гірша за попередника
Слуга народу	49	36	64	5
ОПЗЖ	38	40	35	15
ЄС	27	44	10	55
Батьківщина	43	33	26	18
Партія Буряка	49	37	23	18
Партія Шарія	46	41	18	21

Як бачимо із таблиці, статистично значущих відмінностей зовсім небагато і вони, вочевидь, пояснюються не стільки різною ієрархією пріоритетів громадян, скільки неоднорідністю електорального поля, наприклад, за віком. Абсолютно логічно, що людей похилого віку більше хвилюватимуть побори у лікарнях та захмарна вартість препаратів, тоді як для молодих мам важливіше наведення порядку у дворах та парках.

Інший аспект цієї проблеми досліджувала Х. Хіммельвейт, у «споживчій моделі» якої центральними змінними є потреби виборців та проблематика виборів, які співвідносяться на політичному ринку як попит і пропозиція. Поведінка виборця – інструментальна, він шукає найкраще співвідношення між своїми поглядами й уподобаннями та платформами політичних партій [3, с. 61–62]. У вітчизняних політичних умовах ця теорія потребує осмисленої емпіричної верифікації, зокрема, через визначення мотивів голосування за різних електоральних акторів.

Із таблиці помітно, що споживацькі мотиви найбільше притаманні для електорату «Слуг народу» (підтримку ідей і поглядів та діяльності глави держави у цьому разі можна ототожнити), а також для потужних ідеологічних антагоністів – «ЄС» та ОПЗЖ. Із цього переліку дещо вибивається партія Шарія, ідейна платформа якої вичерпується блогом лідера у Youtube та червоними шариками на нечисленних акціях. Цей феномен, очевидно, потребує розширеного аналізу у фокус-групових дискусіях.

Отже, у ході нашого дослідження ми дійшли таких висновків. По-перше, методологічні підходи, що сформувались у рамках школи раціонального вибору, мають значні пізнавальні можливості для описання електоральної поведінки

українських виборців на місцевому рівні. Найбільший інтерес становлять «теорія близькості» Е. Даунса, «теорія напрямків» Дж. Рабиновича, «соціотропне» та «ретроспективне» голосування М. Фіорини, модель «валентності» К. Кларка та споживацька концепція Х. Хіммельвейт. Кожна з них пояснює свій, окремий аспект поведінки виборців. Нагальною проблемою є визначення емпіричних індикаторів, що дозволяли б провести верифікацію цих положень для вітчизняних суспільно-політичних реалій.

По-друге, кожна із вищеназваних теорій пояснює окремий аспект електорального вибору. Напрацювання Даунса та Рабиновича дозволяють спроектувати електоральні розколи національного рівня «Майдан– антимайдан», «Зеленський–Порошенко» на голосування в громадах. Доробок М. Фіорини, з одного боку, примушує нас задуматись про високу неоднорідність електорату різних політсил, а з іншого – дозволяє констатувати збереження значного електорального потенціалу чинної влади. Водночас «валентна» модель Кларка у класичному вигляді майже не спрацьовує. Адже багато років місцеві вибори сприймалися масовою свідомістю як вторинні, необов'язкові та нецікаві. Саме тому, вибираючи депутатів та мерів у своєму місті, селі, селищі, значна частина наших співгромадян досі орієнтуються на постаті президентів, прем'єрів та інших столичних політиків. Разом із тим ідеї Х. Хіммельвейт дозволяють пояснити мотиви волевиявлення симпатиків провідних політичних сил. Проте час від часу вони потребують доповнення актуальними концептами (наприклад, «наведення порядку» або «об'єднання справжніх патріотів»), які вже живуть власним життям на політичному ринку України.

Таблиця 5

Соціально-економічні проблеми держави та регіону очима прихильників різних політичних сил (у відсотках)

Проблематика	ОПЗЖ	Партія Буряка	ЄС	Слуга народу	Партія Шарія	Батьківщина
Благоустрій населеного пункту	32	40**	23	31	54	54
Високе безробіття	35	35	42	39	27	42
Дорогі ліки	30	31	38	30	30	32
Значне подорожчання послуг ЖКГ	20*	32	30	24	32	27
Криза в економіці	13	14	14	14	27	17
Неякісне медичне обслуговування	18	22	26	21	19	15
Затримки із виплатою зарплати	14	15	20	11	8	7
Поганий стан доріг	33	20	17	32*	14	17
Зростання цін на товари першої необхідності	9	12	14	16	3	5
Важка екологічна ситуація	22	19	9	21	11	15

*відмінності значущі на рівні 0,05; **відмінності значущі на рівні 0,01

Мотиви електорального вибору симпатиків різних партій (у відсотках)

Партія	Ідеї та погляди партії	Подобаються лідери	Відстоює інтереси таких людей, як я	Популярна серед моїх друзів та знайомих	Може навести порядок	Об'єднує патріотів України	Сильна місцева команда	Цю партію підтримує Президент
Слуга народу	37	12	9	2	8	3	3	20
ОПЗЖ	45	10	15	2	17	4	4	-
ЄС	53	7	9	1	9	11	2	-
Опозиційний блок	39	13	13	3	12	2	6	2
Партія Буряка	32	14	13	4	12	2	11	1
За майбутнє	32	21	9	7	8	4	9	1
Батьківщина	25	18	15	6	20	6	3	-
Партія Шарія	57	8	14	3	9	2	-	-
По масиву	39	13	12	3	11	4	5	5

По-третє, зростання політичної ваги місцевої влади, переміщення фінансових потоків та владних повноважень від державних адміністрацій до об'єднаних територіальних громад призводить до значного ускладнення електоральної поведінки виборців на місцевому рівні. Моделі голосування та склад провідних політичних акторів з кожним роком усе більше і більше відрізняються від загальнонаціональних. Відповідно, зростає важливість вдосконалення теоретичного та емпіричного дослідницького інструментарію, подальшої адаптації класичних концепцій електоральної поведінки українців у разі вибору самоврядних органів, що і стане темою наукових розвідок.

ЛІТЕРАТУРА:

- Ахiev А.О. Трансформація електорального поведіння росіян в умовах зміни законодавства в 2000-х гг. URL: <https://www.ogt-journal.com/jour/article/download/164/163> (дата звернення: 13.06.2021).
- Брайчевський Ю.С. Концепція місця як чинник електоральної поведінки та регіональна політична поляризація в Україні. *Економічна і соціальна географія*. 2013. Вип. 2 (67). С. 67–74.
- Витюк Н. Соціально-психологічні особливості електорального вибору. *Вісник Прикарпатського університету. Філософські і психологічні науки*. 2019. Вип. 22. С. 59–67. DOI: 10.15330/vrpfnp.22.59-67.
- Голосов Г.В. Поведення виборців в Росії: Теоретичні перспективи і результати регіональних виборів 1996 г. *Поліс*. 1997. № 4. С. 44–56.
- Земскова А.М. История изучения электоральной социологии. *Вестник Института социологии*. 2019. Том 10. № 3. С. 113–130. DOI: 10.19181/vis.2019.30.3.595.
- Иваненко К.А. Общественное мнение и электоральная активность избирателей. URL: <https://pps.ranepa.ru/Publication2/2013/b6ec8748-d8bf-e611-80d0-005056a06105/56c6fa90d31e3.pdf> (дата звернення: 15.06.2021).
- Ковров В.Ф. Теоретико-методологический анализ электорального поведения: социологический аспект. Москва: Палеотип, 2007. 188 с.
- Кононов И.Ф. Идеологические координаты электорального поведения граждан Украины (на примере Донбасса). *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2012. № 993. С. 89–95.
- Нуждін О.Є. Соціологічні традиції в дослідженні електоральної поведінки: огляд основних моделей електоральної поведінки. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2013. Вип. 19. С. 42–50. URL: <http://apspp.soc.univ.kiev.ua/index.php/home/article/view/470> (дата звернення: 18.06.2021).
- Панухник Р. Моделирование электорального выбора: проблемы и перспективы. *Вісник Національної академії державного управління при Президенті України*. 2011. Вип. 2. С. 211–218. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2011_2_30 (дата звернення: 17.06.2021).
- Скочиляс Л. Детерминанты электорального поведения: от «экологизма» к «коммуникативизму». *Language – Culture – Politics*, 2018. Vol. 1. P. 189–207. URL: <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-f477672f-6a5c-414c-a2a0-39d0407ee433/c/Lubomir.pdf> (дата звернення: 12.06.2021).
- Туровский Р.Ф. Региональное измерение электорального процесса. *Общественные науки и современность*. 2006. № 5. С. 5–19.
- Туровский Р.Ф., Гайворонский Ю.О. Влияние экономики на электоральное поведение в России: работает ли «контракт» власти и общества? URL: [http://politeia.ru/files/articles/rus/Politeia-2017-3\(86\)-42-61.pdf](http://politeia.ru/files/articles/rus/Politeia-2017-3(86)-42-61.pdf), (дата звернення: 18.06.2021).
- Шевченко Ю.Д. Между экспрессией и рациональностью: об изучении электорального поведения в России. *Поліс*. 1998. № 1. С. 130–136.