

*Робота на Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт*

*у галузі «Соціологічні науки»*

*на тему:*

**«Ідеологічні орієнтації українського електорату:  
оцінка рівня узгодженості установок і стратегій вибору»**

## ЗМІСТ

<b>Вступ .....</b>	<b>4</b>
<b>Розділ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження електоральної поведінки.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1. Теорії ухвалення рішень .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2. Кліважі як фактори електоральних рішень .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3. Сучасні дослідження ідеологічної узгодженості між виборцями та суб'єктами політики .....</b>	<b>12</b>
<b>Висновки .....</b>	<b>14</b>
<b>Розділ 2. Дослідження електоральної поведінки в Україні .....</b>	<b>15</b>
<b>1.4. Теоретичні напрацювання з вивчення електоральної поведінки в Україні.....</b>	<b>15</b>
<b>1.5. Дослідження мотивації голосування.....</b>	<b>16</b>
<b>1.6. Вимірювання ідеологічності українців .....</b>	<b>16</b>
<b>1.7. Регіональний фактор як основний чинник голосування .....</b>	<b>17</b>
<b>1.8. Ідеологія як чинник голосування .....</b>	<b>17</b>
<b>Висновки .....</b>	<b>18</b>
<b>Розділ 3. Узгодженість ідеологічних установок та електорального вибору населення України .....</b>	<b>19</b>
<b>3.1. Характеристика проведеного дослідження .....</b>	<b>19</b>
<b>3.2. З'ясування ідеологічної позиції респондентів .....</b>	<b>20</b>
<b>3.3. З'ясування ідеологічної орієнтації суб'єктів політики .....</b>	<b>23</b>
<b>3.4. Узгодженість ідеологічних позицій респондентів з їхнім електоральним вибором .....</b>	<b>27</b>
<b>3.5. Ідеологічне ядро електорату та потенціал для його мобілізації....</b>	<b>28</b>
<b>Висновки .....</b>	<b>28</b>
<b>Висновки .....</b>	<b>30</b>
<b>Список використаних джерел.....</b>	<b>31</b>
<b>Додатки.....</b>	<b>39</b>
Додаток А.....	39
Додаток Б .....	40
Додаток В .....	41
Додаток Г .....	42
Додаток Д.....	44
Додаток Е .....	45
Додаток Є .....	46
Додаток Ж.....	47
Додаток З.....	48
Додаток И.....	49
Додаток І .....	50

<b>Додаток І</b> .....	51
<b>Додаток Й</b> .....	52
<b>Додаток К</b> .....	53
<b>Додаток Л</b> .....	54
<b>Додаток М</b> .....	55
<b>Додаток Н</b> .....	56
<b>Додаток О</b> .....	57
<b>Додаток П</b> .....	59
<b>Додаток Р</b> .....	62
<b>Додаток С</b> .....	63
<b>Додаток Т</b> .....	64
<b>Додаток У</b> .....	67

## Вступ

Чесні та конкурентні вибори є однією з головних характеристик демократичного суспільства. Країна, у якій вони відсутні, не може вважатися повністю демократичною [1], адже для цього має виконуватися принцип зміни влади. Але як виборці вирішують, за кого віддавати свій голос на виборах? Існують різні теорії, які намагаються дати відповідь на це питання. Прибічники деяких із них зазначають, що громадяни голосують, оцінюючи для себе майбутні збитки і зиски, на основі чого й ухвалюють своє рішення. Інші вказують на партійну ідентифікацію як основний чинник. А ще інші досліджують електоральну поведінку як дію, на яку впливає певний набір установок та преференцій, який не завжди є раціональним. Саме до цієї останньої групи можна віднести тему нашої роботи “Ідеологічні орієнтації українського електорату: оцінка рівня узгодженості установок і стратегій вибору”. Хоча деякі дослідники писали про те, що “історія закінчилася” [2], оскільки “померли” ідеології як великі набори суджень, що пояснюють світ, це не зовсім відповідає дійсності. На Заході досі продовжують досліджувати ідеології та ідеологічність різних соціальних груп, особливо з огляду на піднесення популізму, який також зараховували до ідеологій, але вже відмовились від цього [3]. Тому визначення ідеологічних орієнтацій та як вони узгоджуються з електоральним вибором дає можливість прогнозувати та досліджувати важливі проблеми, які турбують суспільство, тим самим допомагаючи впроваджувати ефективні соціально-політичні заходи урядам держав. Крім того, такі дослідження можуть дати інформацію для партій з приводу нинішнього стану ідеологічних орієнтацій виборців. Звісно, партія може цим скористатися, щоб перемогти вибори, але разом із тим це укріпить її і вона зможе стати фундаментом для формування ідеологічних партій в Україні. Вони потрібні суспільству через те, що такі партії мають менший ризик стати популістськими, оскільки мають довгу традицію та певну світоглядну позицію, яка визначає їх діяльність.

У цьому дослідженні ми презентуємо відносно нову для академічного світу методику дослідження ідеологій. Вона набула великої популярності серед світових онлайн медіа-ресурсів, але до неї також звертаються і професійні дослідники. Ми

розглянемо, якою мірою ця методика може бути вписана в контекст сучасної соціологічної літератури.

**Об’єкт** – ідеологічні орієнтації українського електорату

**Предмет** – рівень узгодженості ідеологічних установок та стратегій вибору українського електорату.

**Мета** – оцінити рівень узгодженості ідеологічних установок та стратегій вибору українського електорату.

**Досягнення поставленої мети передбачає реалізацію таких завдань:**

- розкрити теоретико-методологічні засади дослідження електоральної поведінки;
- охарактеризувати стан дослідженості електоральної поведінки в Україні;
- на основі наявних напрацювань розробити інструментарій дослідження узгодженості ідеологічних установок виборців та обраних ними суб’єктів політичного життя;
- на основі проведеного дослідження з’ясувати міру ідеологічності електорального вибору українських громадян.

Наша робота складається з трьох розділів. У першому ми окреслимо наявні теорії ухвалення рішень, поняття “кліважів” та ідеології в ньому та звернемося до сучасних західних праць на тему ідеологічної узгодженості. В другому ми з’ясуємо вивченість цього питання в Україні. У третьому презентуємо результати аналізу опитування, яке було проведено перед першим туром президентських виборів 2019 року. Використовуючи ці дані, ми перевірили рівень узгодженості між ідеологічною позицією виборців та ідеологічною позицією політичного суб’єкта, за його вони планують голосувати.

**Методи дослідження.** На етапі збору даних для нашого дослідження використовувалося проведення фейс-ту-фейс інтерв’ю. Аналіз проводився використовуючи такі статистичні методи як факторний аналіз, оцінка узгодженості шкал ( $\alpha$ ) та кореляційний аналіз. Усі статистичні операції виконано в програмному середовищі R. Скрипт, використаний для підготовки та аналізу даних, розміщений у *додатках П та Т*.

**Апробація результатів.** Частина результатів даної роботи отримала апробацію на студентській конференції в листопаді 2019 року, за результатами якої були опубліковані тези на тему «Застосування елементів просторового аналізу у вивченні електоральної поведінки». З метою виконання «Положення про проведення Всеукраїнського конкурсу...» в частині дотримання анонімності оцінювання поданих робіт копія даної публікації міститься в Додатку У із прихованим ім'ям автора. Її повноцінна копія, в якій можна побачити ім'я автора, додається до «Відомостей про автора...» у запечатаному конверті. Також до цього розділу додається дві статті, які були опубліковані на сайті аналітичного центру «VoxUkraine» у співавторстві: «Справа наліво: що думають українці про державний контроль економіки та особистих свобод?» та «Три міфи про виборців».

## **Розділ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження електоральної поведінки**

### **1.1. Теорії ухвалення рішень**

Наша робота ставить собі за мету дослідити політичний вибір українців. Як індивід робить вибір? Це непросте питання в науках про суспільство. Існує декілька традицій вивчення феномена вибору. В цьому розділі ми розглянемо головні течії в літературі. Огляд літератури свідчить, що досліджувати вибір можна, виходячи з двох традицій [4, 5, 6, 7, 8]. Перша з них - нормативна теорія ухвалення рішень, інакше відома як теорія очікуваної корисності [5]. Основний постулат цієї теорії у тому, що людина ухвалює рішення, володіючи усією повнотою інформації про об'єкти вибору. Тобто вона може аналізувати наслідки вибору і в залежності від того, які вони для неї, робити свій вибір. Через те, що в розпорядженні індивіда не буває всієї інформації, цей підхід не має пояснювального апарату для з'ясування того, як ухвалюються рішення. Тому наразі він розвинувся у галузь аналізу рішень, яка намагається з'ясувати як людям ухвалювати кращі рішення.

Інший напрямок має назву дескриптивної теорії. Вона має на меті показати, як люди ухвалюють рішення насправді. Ця теорія відкидає раціонального суб'єкта ухвалення рішень. Натомість вона пропонує суб'єкта, який ухвалює рішення, базуючись на певних правилах, які не завжди є раціональними. Так, наприклад, були виявлені когнітивні упередження (cognitive bias), які впливають на вибір [9]. Під ними розуміють певні форми ухвалення рішень, які відбуваються ірраціонально. Вони розділяються на три види:

*Евристики*-сформовані під впливом еволюції, яка не надала людському мозку можливість обробляти всю отриману інформацію. Тому евристики спрощують картину світу. Вони не завжди дають змогу адекватно оцінити ситуацію, а отже, ухвалити найкраще рішення, хоч у більшості повсякденних рішень спрощують систему прийняття рішень. Прикладом таких упереджень можуть слугувати стереотипи.

*Спрямованість на управління помилками (Error management bias)* - людина вибирає той варіант, який призведе до меншої ціни помилки. Тобто вплив

помилки на індивіда при одному виборі менший, ніж при іншому. Прикладом такого упередження є позитивні ілюзії (positive illusions<sup>1</sup>).

*Упередження як артефакт дослідження* - з'являється під час неправильно проведеного дослідження. Коли експериментатор не може ліквідувати ефект експериментатора (піддослідний відповідає і вчиняє ті дії, які на його думку необхідні експериментатору).

Ми також вважаємо, що ідеологічне голосування є певним видом упередження, а саме евристики, оскільки в такому разі індивід робить вибір, відштовхуючись лише від сформованого набору установок, якими є ідеології [10, с. 3]. Під установками ми розуміємо “латентну схильність розглядати щось як бажане або не бажане” [11, с. 2].

Окрім установок у нашій роботі ми також будемо використовувати поняття преференції, хоча існує великий набір різних термінів, які застосовуються у соціальних науках, щоб пояснити той чи інший вибір – смаки, потреби, мотиви, бажання та інші. В емпіричній частині ми будемо вивчати, як саме преференції українців впливають на їхній електоральний вибір. Преференції є найбільш вдалим підходом для нашого дослідження, оскільки “преференції передбачають альтернативи. Хотіти ми можемо самі по собі, але ми надаємо преференцію одному об'єкту над іншим” [12, с. 96]. В емпіричній частині роботи у респондентів просили давати оцінку різним твердженням за шкалою Лайкерта. Тобто респонденти оцінювали різні альтернативи і надавати перевагу одним твердженням, а не іншим. Замість того, щоб чітко визначити себе як “соціалісти” чи “лібертаріанці”, наші респонденти просто зіставляли та надавали перевагу одній ідеології над іншою.

## **1.2. Кліважі як фактори електоральних рішень**

Психологи та економісти розробили теорії ухвалення рішень і застосовують їх в різних сферах: від виборів товару в магазині до вибору на ринку інвестицій. Але одна сфера їх цікавила менше - це дослідження

---

<sup>1</sup> Це такий вид упередження, коли особа сприймає себе або своїх близьких краще, ніж це є насправді [64]. В цьому випадку переоцінка означає меншу ціну проблему і навпаки допомагає адаптуватись до складних ситуацій.



електорального вибору, оскільки вона виходить за межі сфери їх інтересів. Ми змогли виявити лише одне дослідження політичних виборів психологами [13], та жодного дослідження, проведеного економістами. Натомість ця теорія активно розроблялася соціологами та політологами. Одним з найґрунтовніших та найбільш вагомих досліджень у цій темі була книга Сеймура Мартіна Ліпсета та Стейна Рокана “Партійні системи і електоральні преференції” [14]. У зазначеній роботі автори дослідили партійні та виборчі системи Західної Європи. Хоча Ліпсет і Рокан не торкаються напряду теми нашого дослідження, вони акцентують увагу на поділах у суспільстві, так званих - кліважах). Враховуючи їх, населення і робить свій вибір. Тобто партія має займати ту чи іншу позицію відносно важливих поділів, щоб отримати найбільшу кількість голосів. Саме тому ідеології партій вибудовуються навколо кліважів [15]. Такий підхід до аналізу формування політичної системи називається “знизу вгору”. Він полягає у тому, що політична конкуренція формується під впливом певних поділів, які вже існують у суспільстві. На них, своєю чергою, реагують політичні агенти і формують таким чином свої позиції, щоб врахувати ці кліважі.

Ліпсет і Рокан зазначають, що розвиток політичної системи у Європі зумовлений важливими соціальними процесами. Основними з них є національна та індустріальна революція. Ці події найбільшою мірою були зумовлені чотирма кліважами. Перші два з’явилися після індустріальної революції: *Класовий*. Він проходить між підприємцями, які почали масово з’являтися після індустріальної революції та працівниками, які працювали на цих підприємств. *Виробничий*. По обидва боки цього кліважу перебувають аграрії та фабричні робітники. Проявляється у партіях, які відстоюють традиційний аграрний устрій на противагу новим методом виробництва, які з’являються в містах. Але йдеться не лише про способи виробництва, а й про стиль життя.

Інші два - після національної революції: *Територіальний*. Політичні партії, які акцентують увагу на цьому поділі, підкреслюють відмінність між центром та периферією. Вони виступають за автономію певних територій від центру або за утвердження сильної влади на всій території країни. *Релігійний*. Розділення в

цьому випадку відбувається по лінії церква-держава. В залежності від займаної позиції, партії відстоюють владу церкву, владу держави або тісне співіснування цих двох інститутів. Також сюди включається конфлікт між різними конфесіями та відстоювання традиційних цінностей.

Згідно з Ліпсетом і Роканом лише ті партії, які уособлюють в собі всі ці 4 розділення, мають змогу відтворювати себе інституційно та електорально [14, с. 4]. Вони стали основою для створення сучасної партійної системи в Європі.

Обмеженням цього дослідження полягає в тому, що воно проводилося в країнах Західної Європи. Вони вже тоді були розвиненими демократіями. Водночас не зрозуміло, чи ці кліважі можна враховувати при аналізі політичної системи у країнах, що розвиваються.

Ліпсет і Рокан не приділяли уваги саме ідеологічним розділенням - ліві та праві. Але вони одні з перших дослідили вплив кліважів на політичні системи. Як вже було зазначено раніше, ідеологію також можна відносити до розділень. Крім того, саме певна позиція по чотирьох вищевказаних кліважах дає підстави відносити особу чи партію до правої чи лівої ідеології.

Розвиває ідеї Ліпсета і Рокана Ханспітер Крезі. Він не говорить про те, що класичні кліважі з роботи Ліпсета і Рокана зникають з часом, як робить багато інших дослідників [16, с. 3]. Натомість Крезі доповнює ці поділи новим - ціннісним. Він вказує на появу нового класу - світового середнього класу. І тепер основне розділення буде проходити всередині цього класу між двома групами робітників "за контроль над роботою"[17, с. 5] – управлінцями та "соціокультурними професіоналами". Останні через постійну взаємодію з клієнтами змушені більше "реагувати на соціальна проблеми, ніж на організаційні"[17, с. 5]. Водночас перші більше стурбовані проблемами організації. В цьому випадку і виникає поділ.

Опрацювавши концепцію кліважів Ліпсета і Рокана та Крезі, ми переходимо ближче до нашої теми. Як було сказано вище, ідеологія також може вважатись розділенням, яке впливає на політичну систему. Вона є кліважем, який засновується на інших поділах. Детально це досліджував Андрія Хенджак [18].

У своїй роботі він вивчає питання ідеологічних кліважів і їх вплив на електоральні процеси в країнах Заходу. Він виділяє три конфігурації основних джерел розділень:

Перша конфігурація - економічні проблеми є основним джерелом розділень. Культурні (ідентичності та релігійні) проблеми не відіграють великої ролі (Нова Зеландія, Великобританія, Канада)

Друга конфігурація будується, знову ж таки, на економічному розділенні (як і в першій). Однак на розділення також впливає ідентичність та культурні фактори. (Данія, Швеція, Норвегія).

Третя конфігурація основне розділення відбувається по культурних та релігійних розломах, а не по економічних (Нідерланди, Німеччина, Бельгія).

Також дослідженням ідеологічних кліважів займався Рассел Далтон [19]. Використовуючи дані Порівняльних опитувань електоральних систем він з'ясовував, чи існує різниця між джерелами розділення на правих-лівих між країнами. Для визначення позиції респондента по шкалі "ліво-право" використовувалась класична 10-бальна шкала, де 0-ліва позиція, а 10-права. Варто зазначити, що автор погоджується з думкою, що така шкала не підходить для визначення саме ідеологій. Тобто використовуючи її, ми не зможемо сказати, індивід соціал-демократ чи соціаліст. Водночас Далтон вказує на цю шкалу як інструмент з'ясування політичної ідентичності населення, яка допомагає йому орієнтуватись в політиці. Вона «є простим способом для виборця підсумувати (shorthand for summarizing) наявні в політичній сфері дебати щодо важливих питань» [19, с. 2]. Але тут виникає питання: а, що якщо виборець задає собі лише невелику кількість запитань, яка охоплює тільки економічну сферу? Або тільки культурну? Чи буде тоді позиція на шкалі вважатись правильною? На нашу думку, ні, і тому ми пропонуємо інший інструмент для вимірювання позицій респондентів у третьому розділі роботи. В результаті аналізу Далтон з'ясував, що, по-перше, соціально-економічний розвиток зменшує екстремізм; по-друге, у розвинених країнах Європи позиція на шкалі "ліво-право" частково залежить від релігійності, суб'єктивної класової належності, гендеру та освіти; по-третє,

позиція на шкалі “ліво-право” зумовлює вибір партій у розвинених країнах та не справляє ніякого впливу в країнах, що розвиваються.

### **1.3. Сучасні дослідження ідеологічної узгодженості між виборцями та суб’єктами політики**

Як ми бачили з останнього дослідження попереднього підрозділу ідеологічні преференції населення зумовлюють електоральний вибір. Це актуально, принаймні, для розвинених країн. Але ж робота Р. Далтона засновувалась на даних більш ніж 10-річної давності. За цей час у світі відбулося багато суттєвих змін: фінансова криза 2008 року, піднесення популізму, інтенсифікація міграційних процесів, зумовлених війнами. Можливо, наразі індивід може вважати себе лівою, але насправді він піде голосувати за правих кандидатів чи партії. Оскільки в часи страху перед економічною невизначенністю або розмиттям ідентичності виборці будуть схильні голосувати за популістські рухи. Для цього ми зробимо огляд останніх досліджень (базуються на свіжіших даних, яким менше 10 років, або які охоплюють певний період, який закінчується не раніше 2009 року. Наприклад, дослідження ідеологічної узгодженості, що охоплюються період 2006-2014 років).

Ми знайшли велику кількість таких досліджень [20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27], але вирішили не описувати їх всі, оскільки частина з них не є релевантними для нашого дослідження в плані методології чи підходу. Тому ми зосередилися на найважливіших із них. Першим таким є дослідження проведене групою вчених у середині 2010-х [20]. Однією з його цілей було з’ясувати предиктивний потенціал цієї самоідентифікації при здійсненні електорального вибору. Дослідники провели опитування в 16 країнах на 5 континентах. У ньому респондентів просили розмістити себе на шкалі “ліво-право” або “лібералізм-консерватизм” для Великої Британії та США. Також респондентів просили обрати ту партію, за яку вони планують голосувати на наступних виборах. Ідеологічна позиція партій встановлювалася відповідно до декларованої партією позиції. В результаті, дослідники з’ясували: ідеологічна позиція може слугувати ефективним предиктором вибору в більшості країн. Лише у однієї країни була відсутня будь-яка кореляція - України. Автори цього дослідження пояснюють це

“історичними перипетіями та політичними традиціями” [20, с.15]. Однак у цього дослідження є одна вада: нерепрезентативність вибірок у більшості країн. Лише у двох з них ми можемо екстраполювати результати на все населення. Водночас в інших країнах опитували лише студентів. Однак автори говорять, що їх результати мають право на існування. Бо існує узгодженість між репрезентативними та нерепрезентативними вибірками у їх дослідженні [20, с. 16].

Також останнім часом набув популярності ще один підхід до дослідження ідеологічної узгодженості між позицією виборця та кандидатів. Він називається просторовою теорією голосування. Основна ідея цього підходу така. Респондент розміщує себе (або його розміщують дослідники) на ідеологічній шкалі (не важливо це право-ліво, лібералізм-консерватизм чи будь-яка інша шкала). Так само розміщуються на цій шкалі партії та/або кандидати. Залежно від того, яка партія розташована ближче до позиції респондента, таку партію він і обере [28, с. 14]. Складність цього підходу у використанні однакового методологічного підходу до визначення позиції кандидатів (партій) та виборців на ідеологічній площині. Різні дослідники розв’язують цю проблему по-різному. Наприклад, кандидатів та виборців можна опитати одним інструментарієм, щоб визначити ідеологічну позицію [22]. У результаті дослідники виявили, що існує значущий та значний зв’язок між близькістю позицій виборця та кандидата

Також дослідники намагаються з’ясувати наскільки поляризованість кандидатів впливає на їх зв’язок з виборцями [24]. Внаслідок аналізу вчені приходять до висновку, що збільшення поляризованості кандидатів негативно впливає на узгодження позиції кандидата та виборця. Цей ефект найбільшим чином проявляється серед заангажованих (*partisan*) виборців.

Дослідження за цим підходом проводилися не лише в США. Так, група науковців досліджувала відповідність ідеологічної позиції виборця та партії, за яку він голосував, на прикладі 39 виборів у різних європейських країнах з 2005 по 2011 рік. В середньому 80-88% виборців голосували за ту партію, яка найближче до їхніх позиції по шкалі “ліво-право”. На підвищення рівня

узгодженості позицій впливає: політична освіченість (чим вона вища, тим вищий у неї рівень політичної узгодженості) та партійною ідентифікація (чи вона вища, тим менша узгодженість) [27].

Всі вище перераховані дослідження визначали ідеологічну позицію виборців і кандидатів (партій) за допомогою опитування (політиків, експертів, виборців). Водночас це не єдиний спосіб, яким можна виміряти ідеологічну позицію, особливо враховуючи стрімкий розвиток технологій. Це врахували дослідники з Туреччини [25]. Замість того, щоб проводити опитування населення, вони скористалися алгоритмом машинного навчання. Дослідники зібрали дані Twitter публікацій керівників чотирьох найбільших партій країни та їх прихильників з 2012 по 2016 рік. Вони отримали масив у 4 млн повідомлень. Далі алгоритм автоматично виявляє серед них ті, які містять ідеологічні повідомлення. Враховуючи це, він розміщує партійних керівників та їх прихильників на шкалі “ліво-право” в залежності від наповнення їх повідомлень. Внаслідок аналізу з’ясувалося, що ліві партії більш ідеологічно узгоджені зі своїми прихильниками, ніж праві.

### **Висновки**

Ідеології - це “кліважі” або простіше кажучи соціально-політичні поділи. Вони не існують самі по собі, а будуються на інших (класових, релігійних та інших) поділах. Оскільки не кожен індивід має час та насагу розбиратись у всіх соціально-економічних проблемах, ідеології слугують спрощеними відповідями на складні питання. З досліджень, представлених у цьому розділі, видно, що ідеології навіть зараз після “кінця ідеологій” [29] продовжують зумовлювати політичний вибір. Але у праць, які нами були представлені, існує одна велика вада – американцєнтризм у вимірюваннях. Тобто дослідники використовували лише одну шкалу “лібералізм-консерватизм” для визначення ідеологій [22, 23, 24]. Їх одношкальний підхід продовжили дослідники з інших континентів [27]. Частина європейських дослідників вказує на неефективність вимірювання ідеологій однією шкалою [30]. Через це наша робота, емпірична частина якої, базується на двох шкалах, має кращий пізнавальний потенціал.

## **Розділ 2. Дослідження електоральної поведінки в Україні**

Питання збігу ідеологічних орієнтацій електорату з голосуванням на виборах в Україні майже не вивчалось українськими науковцями. Ми виявили лише три статті, які безпосередньо присвячені цій темі. Детальний огляд цих праць буде наведено нижче. Однак існують емпіричні та теоретичні праці, в яких розглядається електоральна поведінка та вимірюється ідеологічність українців взагалі. У цьому розділі ми спершу розглянемо ці останні праці, а потім перейдемо до огляду досліджень, більш дотичних до мети нашої роботи.

### **1.4. Теоретичні напрацювання з вивчення електоральної поведінки в Україні**

Для початку варто оглянути теоретичні напрацювання з цієї тематики. Так, О. Косахівська та В. Бунь досліджують теоретико-методологічні підходи до дослідження електоральної поведінки [31, 32]. В. Бунь приходить до висновку, що існуючі підходи не можна застосувати до України. Тому в іншій своїй роботі В. Бунь пропонує модель, яка підходить для дослідження електоральної поведінки українців - “лійка причиновості” [33]. Цей варіант моделі було запозичено у російської дослідниці Мелешкіною. Вона відкидає фактор партійної ідентифікації як нерелевантний для російських умов через існування багатопартійності та швидкоплинності партій. В Україні ситуація аналогічна. На 01.01.2019 [34] в нашій країні зареєстровано 352 політичні партії. Лише частина з них займається активною політичною діяльністю (на останніх виборах, які відбулись у 2015 році брала участь 141 партія [35]). Тому на місце цього фактору В. Бунь ставить ідеологічний фактор, який відіграє роль “проміжної ланки, своєрідного фільтра, що опосередковує перехід від політичних цінностей і позицій стосовно проблем до електоральних установок.” [33, с. 9]

Продовжуючи досліджувати електоральну поведінку українців, ми звернемося до дослідження Д. Локтіонової [36]. Воно присвячено з’ясуванню найбільш підхожої українському електорату моделі поведінки. Авторка поділяє їх на три класичні види та три нові. Одну з них авторка виокремила самотійно. Дві інші були розроблені у ХХІ столітті російськими дослідниками [36].

### **1.5. Дослідження мотивації голосування**

Окремо в літературі виступають емпіричні дослідження з приводу загальної мотивації виборців голосувати за того чи іншого кандидата або партію. Варто зазначити, що такі дослідження зазвичай вивчають суб'єктивні оцінки респондентів, а не об'єктивні характеристики їх соціального чи політичного буття. Одне з таких досліджень провела І. Бекешкіна [37]. Використовуючи дані 2012 року, вона з'ясувала важливі чинники голосування за ту чи іншу партію: “лідер партії”-26% та “програма, ідеї, пропозиції” партії - 37%.

Також схоже дослідження [38] було проведене перед виборами 2007 року Центром політичних комунікацій університету „Україна” та Всеукраїнською асоціацією політичних наук (ВАПН). Відповідно до нього, найбільшими чинниками, які вплинули на вибір партії були “Ідеологія, яку декларує партія чи виборчий блок” - 19,4%. “ефективність роботи партії чи блоку у попередніх складах парламенту та уряду” - 19,4%

### **1.6. Вимірювання ідеологічності українців**

Попередні дослідження вивчали суб'єктивні оцінки респондентів щодо їх мотивації віддавати голос за партію. Окрім цього в літературі можна знайти приклади досліджень, які присвячені суто з'ясуванню ідеологічних позицій українців. Наприклад, у 2004 році Назар Слюсаревський взяв оригінальну шкалу з соціального моніторингу Інституту соціології (ІС) НАН України з невеликими змінами і проаналізував результати [39]. В результаті після проведення опитування, яке містило це питання, автор виявив, що найбільша підтримка в населення була стосовно демократичної течії (41,5%) та течії “зелених” (35,8%). Автор робить висновок, що “в суспільстві, хоча й повільно, відбувається поступовий відхід від панування радянської (комуністичної) ідеології та перехід до демократичної.”[39, 5].

Також існують підходи до з'ясування ідеологічних поглядів населення без прохання до них самотійно віднести себе до певної ідеології. Наприклад, певні дослідники з'ясовують ідеологічні погляди населенням базуючись на їх голосуваннях [40].



### **1.7. Регіональний фактор як основний чинник голосування**

Також існують прикладні дослідження, які фокусуються на специфічних поясненнях політичного вибору. Наприклад, на регіональних чинниках політичного вибору фокусуються: В. Климончук [41], В. Хмелько [42] та О. Бакумов [43].

Наскільки ці дослідження релевантні у теперішніх умовах? Частина дослідників говорять, що нерелевантна. Наприклад, Я. Грицак [45] у своїх блогах, які часто базуються на аналізі Світового дослідження цінностей в Україні, говорить про зникнення геополітичного поділу Росія-Захід. Для того, щоб зрозуміти це, він рекомендує подивитись на результати виборів у 2019 та 2014 роках. Тоді більша частина населення України проголосувала за одного кандидата. Про зменшення цього геополітичного розлому також говорить [46] й Ірина Бекешкіна.

### **1.8. Ідеологія як чинник голосування**

У вступі було зазначено, що більшість досліджень не торкаються власне зв'язку між ідеологією та електоральною поведінкою українців. Виняток становлять лише чотири джерела, які вдалося знайти та опрацювати. Почати варто з роботи Олександр Вишняк [47]. У своїй дисертації Вишняк розробляє нову модель електоральної поведінки електорату у посткомуністичних країнах - "ідеологічно-економічна". Її основна ідея полягає в тому, що "найбільш активна частина виборців голосує згідно зі своїм ідеологічними уподобаннями, а інша частина – ситуативно-економічно, тобто в залежності від рівня суб'єктивної задоволеності умовами життя в період, коли при владі знаходився певний Президент чи Уряд (парламент)" [47, с. 5]. Підтверджує дієвість цієї теорії автор за допомогою аналізу власних та знайдених досліджень.

Продовжує дослідження впливу ідеологій на електоральну поведінку Максим Єнін. У своїй роботі науковець на прикладі зайнятості виборців Луганської області показує відсутність зумовленого ідеологією електорального вибору [48]. Однак в цьому дослідженні Єнін припускається, на нашу думку, кількох важливих помилок.

По-перше, ідеологічність стосується не лише "класів". З бурхливим розвитком технологій, торгівлі та міграції класи у класичному марксівському сенсі почали зникати. На їх зміну прийшли більш динамічні утворення, які діляться не лише за доступом до засобів виробництва (яке проявляється у сфері зайнятості).

По-друге, суб'єктивна ідентифікація індивіда з певною ідеологією сама собою не є чудовим інструментом для вимірювання ідеологічних преференцій. Так, гарвардські дослідники вказують на те, що “респонденти не завжди правильно відповідають на питання про їх ідеологічну ідентифікацію. Вони не поділяють загального розуміння того, що глобальні ідеологічні течії означають. Вони можуть виводити свій політичний статус з інших атрибутів (наприклад, як 50-річний білий баптист з передмістя Х'юстона я маю бути консервативним республіканцем”[49, с. 5].

По-третє, партії в Україні не завжди сповідують ті ідеології, які їм приписують. Через те, що в нашій країні немає довгої парламентської традиції, а кількість партій шалена, партії можуть декларувати одну ідеологічну позицію, але по факту просувати іншу. Тому декларована ідеологічна позиція партії не завжди є індикатором її справжнього ідеологічного вектору.

В результаті ми маємо дослідження, яке має багато серйозних вад, але все одно робить свій внесок у розробку цього питання.

Також ми не могли оминати дослідження VoxUkraine, на методології якого базується наша робота [50]. Детальніше про методологію та про роботу над встановленням ідеологій кандидатів у президенти буде написано в третьому розділі.

### **Висновки**

Оглянувши основні дотичні праці, ми бачимо, що тема нашого дослідження майже не розкрита в Україні. Частина праць українських науковців сфокусовані або на теоретичних напрацюваннях з теми електоральної поведінки (Бунь, Коханівська) або на з'ясуванні власної мотивації респондентів голосувати (Бекешкіна). Також частина досліджень присвячені з'ясуванню ідеологічних позицій українців (Слюсаревський, Мельник). Деякі дослідники (Хмелько, Климончук) вважають найважливішим чинником голосування геополітичні погляди, які зумовлені регіоном проживання виборців. Дотичними ж до нашої теми є лише три праці. Вони, своєю чергою, мають певні обмеження. Деякі дослідження застосовують не зовсім релевантні теоретичні підходи, інші ж не володіють репрезентативними даними і фокусуються на окремих соціальних групах. Враховуючи це, наша робота пропонує нові методологічні рішення у вивченні електоральної поведінки населення.

### **Розділ 3. Узгодженість ідеологічних установок та електорального вибору населення України**

В попередніх розділах було окреслено сучасний стан вивченості питання співвідношення позиції виборця в ідеологічній площині та партії (кандидата), за яку (якого) він віддасть свій голос. Цей розділ ми присвяtimo результатам емпіричного дослідження, перед яким стояла мета перевірити теорію.

#### **3.1. Характеристика проведеного дослідження**

Ми використовуємо дані всеукраїнського опитування, яке проводилось з 7 по 17 березня 2019 року. Польовий етап був виконаний компанією VoxPopuli. Розмір вибірки – 1200 респондентів зі статистичною похибкою 3% при довірчій ймовірності 95%. Опитування репрезентативне для України. Окрім питань, які мали на меті виміряти ідеологічну позицію та з'ясувати електоральний вибір респондента, про які йтиметься нижче, в анкету увійшов широкий спектр питань – від участі в Євромайдані до медіа-споживання.

Для визначення ідеологічної позиції респондента ми використовували інструмент під назвою “Політичний компас”. Він побудований за таким принципом. Існують дві осі: X та Y. Їх називають в залежності від виміру, який досліджується. Наприклад, “економічне ліво-право”-”традиційні-нетрадиційні цінності” – у цьому випадку досліджується економічний та культурний виміри. Ці вісі перетинають одна одну по центру. Таким чином вони формують 4 квадранти (Рис.2 у додатку Б).

Кожній з осей відповідає певна кількість запитань у анкеті. Зазвичай вони являють собою певні позиції, які респондент підтримує або ні. В більшості випадків питань має бути парна кількість, щоб вони були збалансовані, тобто на кожну половину однієї осі має припадати однакова кількість питань. У нашому прикладі має бути шість питань про “економічну лівицю” та шість питань про “економічну правицю”. Хоча збалансованість анкет може і не дотримуватись у певних випадках, про що ми напишемо нижче. Підтримку або не підтримку певної позиції респондент може висловити за допомогою п'яти- або чотириступеневої порядкової шкали, від “Я повністю підтримую це твердження” до “Я повністю не підтримую це твердження”. У чотириступеневій версії відсутнє середнє значення (“Як підтримую так і не

підтримую”). Чи ефективніша вона за п’ятиступеневу шкалу? Ми не володіємо такою інформацією. Відповідаючи на питання, респондент потрапляє в певний квадрант. Так можна побачити його сукупну позицію з питань, які задавались в анкеті.

Зазвичай “Політичний компас” використовують ЗМІ для медійних цілей, щоб привернути увагу читачів і підняти перегляди на сайті. Наприклад, в Україні таку медійну версію робив журнал «Фокус». Однак цей інструмент застосовують і для академічних досліджень. Наприклад, двоє вчених зі США досліджували ідеологічні преференції населення Китаю за допомогою так званого “Китайського політичного компасу”[51]. Також дуже схожою методикою користувались у Інституті соціології, коли досліджували політичну культуру українців. Однак на відміну від компасу, тут не формувалися площини з квадрантами [52]. Тобто все залежить від цілей використання та якості “Політичного компасу”. Під якістю ми розуміємо ґрунтовний теоретичний підхід до побудови опитувальника, а також статистичний аналіз, який допоможе виділити лише ті запитання, які “працюють”. Бажано, щоб було дотримано обидві ці вимоги.

### **3.2. З’ясування ідеологічної позиції респондентів**

Для з’ясування ідеологічної позиції респондента ми вирішили використати “Політичний компас”, керуючись при цьому такими міркуваннями: по-перше, це досить простий для розуміння респондентів інструмент. Тобто дослідник не питає ставлення респондента до певної ідеологічної течії або чи відносить респондент себе до неї. В таких дослідженнях позиція респондента визначається відповідно до його відповідей на перелік запитань. Ці запитання, як вказувалося раніше, є позиціями щодо певних проблем. По-друге, він ефективніше вимірює ідеологію. У нашій теоретичній частині ми вказували на ваду багатьох досліджень ідеології – вимірювання відбувається за однією шкалою. Наприклад, “консерватизм-лібералізм”. “Політичний компас” дає змогу збільшити кількість шкал до двох, що покращить точність наших даних.

Таких компасів існує велика кількість. Ми зупинились на моделі компасу від аналітичної платформи VoxUkraine, оскільки це був інструмент вже апробований у дослідженні, і розробили на його основі власний інструментарій. Про нього ми вже

писали наприкінці другого розділу. Тепер детальніше зупинимось на методології та основних результатах цього проекту. Створюючи свій компас, дослідники з VoxUkraine визначили чотири категорії, на основі яких і будується ідеологічна позиція: «Ліва економічна політика», «Права економічна політика», «Лібертарна політика» і «Авторитарна політика». Ці чотири категорії формують дві вісі: «Ліва економічна політика»- «Права економічна політика» та «Політика невтручання держави в суспільне життя»- «Авторитарна політика».

Під «Ліва економічна політика» та «Права економічна політика» розуміється бажана для респондента міра втручання держави в економіку та масштаби суспільного перерозподілу. Наприклад, якщо респондент хоче, щоб держава повністю регулювала бізнес, то він буде поміщений на лівій частині осі. Вісь «Авторитарна політика» – «Лібертарна політика» вимірює бажаний респондентом ступінь втручання держави у особисте життя громадян та наявності традиційних цінностей. Чим вище респондент на цій осі, тим більш авторитарні у нього погляди на соціальне життя. Тобто зверху розміщені традиційні цінності, смертна кара, цензура та інші схожі за сенсом політичні практики.

Для з'ясування ідеології респондента дослідники VoxUkraine користуються 40 запитаннями: 20 для однієї осі і 20 для іншої. Відповідаючи на ці запитання, респонденти розміщуються в одному з чотирьох квадрантів, який відповідає їхній ідеології (Рис. 3 у Додатку В).

Як ми зазначали вище, VoxUkraine проводив своє опитування у 2015 році. Тобто на момент написання роботи вже були доступні відповіді респондентів. Використовуючи ці дані, ми б змогли покращити наш компас. Для цього ми скористались факторним аналізом, який дозволяє перевірити наявність "однофакторних рішень" для кожної групи запитань. Тобто чи "лягають" 20 питань на одну шкалу (фактор), а 20 інших – на другу шкалу. Для отримання масиву ми звернулись у VoxUkraine, які люб'язно нам його надали. Після цього ми провели факторний аналіз на їхньому масиві. Його детальні результати можна переглянути у додатку А. Також ми проаналізували питання на пропущенні значення (на які питання велика частина респондентів не змогла відповісти). Потім ми проаналізували

узгодженість питань для кожної з осей "Політичного компасу" ( $\alpha$ ). Він показує, чи всі шкали разом вимірюють якийсь один феномен, чи окремі шкали випадають із загальної картини. На підставі факторного аналізу ми зробили висновок, що частину з 40 питань можна прибрати, бо вони не “спрацювали” – не потрапили в жоден із факторів. Також частину запитань ми прибрати через їх логічну неузгодженість: вони перевіряли одне й те саме, але різними словами. Наприклад, в тесті було три різних питання, які мали на меті з’ясувати ставлення респондента до ЛГБТ. Ці питання ми замінили на ті, які вимірюють важливі для виявлення ідеології респондента позиції по значущих питаннях. Так були додані питання про безкоштовну освіту та медицину. В результаті у фінальній версії “Політичного компасу” залишилось 24 запитання. Вони найбільш узгоджені за статистичним тестом, мають однофакторне рішення та у них відсутні логічні неузгодженості. Їх можна переглянути в додатку Б. Обрані таким чином питання лягли в основу нашого інструментарію, застосованого в опитуванні березня 2019 року

Також ми здійснили перекодування усіх питань, щоб в кінцевому результаті вони були однонаправленими. Тобто 1 - це “підтримка лівої (по іншій осі – авторитарної) політики”, а 5 - “підтримка правої економічної (по іншій осі – лібертарної) політики”. Для цього ми використовували мову програмування R. Відповідний скрипт вміщено в додатку П.

Одразу хочемо додати, що інструментарій у нас вийшов не збалансованим - 8 запитань щодо підтримки “лівої економічної політики” та 4 “правої економічної політики”. Така ситуація склалась через те, що ми основну увагу приділили результатам факторного аналізу. Таким чином у нас запитання розподілилися між факторами нерівномірно. Через цей факт міг статися зсув масиву респондентів ліворуч. Ми не знаємо, наскільки сильний це зсув, якщо він узагалі стався. Оскільки дослідження вказують на те, що українці в більшості справді мають “ліві” погляди [53], ми вважаємо, що такий інструментарій допустимо використовувати.

В результаті респонденти в даних за березень 2019 року розмістились на політичному компасі таким чином. (Рис. 4 у Додатку Г)

Однак у нашому аналізі ми будемо враховувати лише тих респондентів, які віддають свій голос за шість партій або шістьох кандидатів, бо ми вивчали лише ці партії та кандидатів. Такий вибір ми обґрунтуємо нижче. Розподіл респондентів, які потрапили у наш фінальний аналіз, показано на Рис.5 у Додатку Г. Як бачимо, результати майже такі самі.

### **3.3. З'ясування ідеологічної орієнтації суб'єктів політики**

З'ясувавши політичну позицію респондента, нам потрібно ідентифікувати ідеологічну позицію кандидата в президенти та провідних партій. З кандидатами нам допомогла основна частина дослідження VoxUkraine. У ній дослідники визначали ідеологічну позицію найрейтинговіших на момент початку дослідження (літо 2018 року) кандидатів. Володимир Зеленський відсутній у дослідженні з двох причин: на той час не було зрозуміло, чи буде він балотуватися; навіть, якби автори дослідження вирішили його включити, то не змогли б цього зробити через відсутність будь-яких висловлювань на важливі теми. Його виступи в шоу "95 Квартал" та цитати з серіалу "Слуга народу" не досліджували в зв'язку з відсутністю розуміння, де справжня його позиція, а де сценарій. В результаті вийшов список із сімох кандидатів: Петро Порошенко; Вадим Рабінович; Юлія Тимошенко; Андрій Садовий; Юрій Бойко; Анатолій Гриценко; Олег Ляшко.

Частина з них знялась з виборів на користь інших кандидатів вже після публікації результатів дослідження. Дослідники з'ясовували ідеологічну позицію кандидатів з використанням компасу, про який йшла мова вище. Щоб розмістити їх на точках по осях, вони застосовували формулу:  $r/(r+1)$ , де  $r$  – кількість унікальних тверджень у дусі правої політики,  $1$  – кількість унікальних тверджень у дусі лівої політики". Для іншої осі  $a$  (авторитаризм) –  $lib$  (лібертаріанство):  $a-lib/a+lib$

Внаслідок розрахунків дослідників, всі претенденти на президентство опинилися в соціал-демократичному квадранті (лівий верхній) або на його межі (Рис. 5). Через такі суперечливі результати стаття зазнала критики, яка мотивувалася переважно ідеологічними позиціями критиків, ніж фактичними недоліками інструменту [54]. Тому у своїй роботі ми використовуємо результати дослідження VoxUkraine (Рис. 6 у Додатку Д).

Як зазначалося вище, Володимир Зеленський не потрапив до цього дослідження. Однак він переміг у першому турі виборів (як і в другому). Тому визначати його позицію також потрібно. Для цього ми будемо використовувати методологію дослідження VoxUkraine. З цією метою ми провели контент-аналітичне дослідження усіх інтерв'ю кандидата з 26 грудня по 21 квітня 2019 року, президентської програми та дебатів. Часові рамки вибрано не просто так: 26 грудня вийшло перше інтерв'ю Володимира Зеленського, в якому задавалися запитання державницького та економічного характеру. А 21 квітня відбувся другий тур виборів. Позаяк нас цікавить ідеологічна позиція кандидати лише під час виборчої кампанії, ми не беремо період післявиборчий. У зазначений час вийшло дев'ять інтерв'ю Володимира Зеленського. В них ми шукали ідеологічні тези, які можуть розповісти про політичну позицію кандидата. Наприклад, фраза “Я проти корупції” не може трактуватись як така, що має ідеологічне забарвлення. Водночас теза “Необхідно субсидіювати сільське господарство” відноситься до лівої економічної політики. Також варто додати, що обиралися лише унікальні твердження. Тобто десять тверджень про важливість референдуму, які звучали різними словами, визначаються як одне. В результаті ми отримали 16 тез по економічній політиці і 26 по державній (вісь “авторитаризм-лібертаріанство”). Вони розміщені у додатку Р.

Використовуючи вищезазначену формулу, на основі цих тверджень ми можемо з'ясувати позицію Володимира Зеленського на компасі. Він розташувався в точці 0 на осі X та майже на півшляху до анархізму на осі Y – -0.46. Одразу варто зазначити, що наше дослідження ідеологічної позиції кандидата Володимира Зеленського гірше, ніж у дослідників VoxUkraine. В першу чергу через надмалу вибірку - усього 42 тези. Однак результати нашого дослідження підтверджуються словами ідеолога команди Володимира Зеленського - Руслана Стефанчука. Він в інтерв'ю Громадському сказав таке: “Основне — зменшення функцій держави і збільшення саме сервісної функції держави. Держава — це те, що утримується нами задля того, щоб нам надали сервіс. Це така ідеологія з точки зору саме ліберальної економіки. З точки зору відносин людини і держави — безперечно, це народовладдя” [55]. Крім того, сам Володимир



Зеленський ідентифікує себе як ліберала. Тобто навіть із більшою вибіркою, його позиція на компасі кардинально не змінилася б.

Знаходити позиції інших кандидатів ми не будемо, оскільки за них проголосувало досить мало виборців (кандидати зі списку VoxUkraine та Володимир Зеленський на виборах набрали 84% [56]). Фінальний варіант розміщення кандидатів на компасі виглядає так. (Рис. 7 у Додатку Е).

Для нашого дослідження також слід визначити ідеологічність партій. У опитуванні, на якому базується наша робота, було представлено дванадцять партій. Ми визначимо ідеологію лише шістьох партій, адже за них були готові проголосувати 54,5% респондентів, якщо враховувати тих, які не визначилися (22,2%) та тих, хто не планує йти на вибори (7,8%). Коли ж ми відкидаємо ці групи респондентів, то наші шість партій в сумі отримали 77% підтримки опитаних. Список цих партій такий: “Слуга Народу”; ВО “Батьківщина”; Громадянська позиція; Блок Петра Порошенка (БПП); Опозиційна платформа-За Життя; Радикальна партія Олега Ляшка (РПЛ).

Розміщувати партії на компас можна декількома підходами. Перший полягає у тому, що партії розміщуються на одному місці з їх лідерами. Допустимість цього підходу не викликає особливих здивувань в українських реаліях, адже багато політичних експертів зазначають, що в Україні немає ідеологічних партій [57], а ті, що є, – це політичні проекти конкретних осіб, які є їх лідерами та кандидатами в президенти від них. Підтвердженням цього можуть слугувати назви партій, які містять прізвища конкретних політиків (Блок Петра Порошенка або Радикальна партія Олега Ляшка). Але хиба цього підходу – відсутність емпіричних доказів цим твердженням. Відсутні дослідження, які б підтверджували або спростовували слова експертів. Тобто цей підхід видається нерелевантним.

Другий підхід полягає у використанні такої самої методології для партій, як і для кандидатів. Обмеженням цього підходу є прогнозовано мала вибірка ідеологічних тез. Причина цьому у тому, що для аналізу позицій партій ми можемо використовувати лише їх програмні документи (статут і програма). Виступи ж членів цих партій досить часто можуть не збігатися з позицією партію. Наприклад, у програмі БПП за 2014 рік написано, що “ключове завдання реформи сільського

господарства – вирішення питання формування прозорого ринку землі” [58]. Водночас народний депутат від цієї партії Олег Барна виступає проти продажу землі й у 2018 році вніс законопроект про продовження мораторію до 2024 року [59].

Згідно з третім підходом, ідеологічну позицію партії виявляють на основі того, як партія сама себе ідентифікує. Тобто яка ідеологічна позиція записана у статуті партії. Але і у цього підходу є свій недолік, який впливає з українських реалій. Він зазначений вище – відсутність ідеологічності партій. Тобто ідеологічна позиція партії декларується лише як формальний атрибут. Водночас справжня позиція партії може бути там, де розташований її лідер. Проте і цей підхід не спирається на емпіричні дослідження, які б підтверджували його обґрунтованість. Тому він нам видається також нерелевантним.

Всі три підходи мають свої недоліки. Але другий підхід видається нам, все ж таки, найбільш підходящим, оскільки навіть при малій вибірці він дозволяє з’ясувати приблизну позицію партії на компасі. Також у ньому застосовується та сама методологія, що і для з’ясування ідеологічної позиції кандидатів.

До партії “Слуга Народу” ми вирішили застосувати інший підхід, оскільки на момент написання роботи не було, принаймні у відкритому доступі, програми цієї партії. Також нам не відомо про членів партії, окрім її очільника Івана Баканова. В зв’язку з цим партія “Слуга Народу” буде займати таку саму позицію на компасі як і кандидат від цієї партії на виборах президента – Володимир Зеленський. Підтвердженням того, що їхні позиції збігаються слугують слова радника колишнього лідера “95 кварталу”. Він сказав, що партія “Слуга Народу” має ліберальну ідеологію в економічному плані [60]. Це збігається з ідеологією Володимира Зеленського. Тобто одну партію ми будемо аналізувати, застосовуючи перший підхід.

Як ми і прогнозували, вийшла невелика вибірка ідеологічних тез (Табл. 1 у Додатку Є). Також вона варіюється від партії до партії, оскільки розмір програм різний. Приклади цих тез можна побачити у Додатку С. До отриманих ідеологічних заяв ми використали формули, яка наводили вище. В результаті у нас утворилися координати. Використовуючи їх, ми розмістили партії на компасі.

### **3.4. Узгодженість ідеологічних позицій респондентів з їхнім електоральним вибором**

Тепер перейдемо до аналіз результатів нашого опитування, проведеного в березні 2019. Для початку ми вирішили чи зумовлюють ідеології вибір українців. Як вже зазначалося раніше ми відібрали лише тих респондентів, які голосували або за одного з шести провідних кандидатів або за одну з шести провідних партій, представлених в нашому дослідженні. Для того, щоб перевіряти узгодженість позицій кандидатів та респондентів, ми скористалися мовою програмування R.

Для початку подивимось розподіл кандидатів відповідно до вибору респондентів у нашому дослідженні (Рис. 9 у Додатку 3). Однак, якщо ми поглянемо на те, який кандидат є найближчим сусідом для респондентів, то графік виходить зовсім інший (Рис. 10 у Додатку І).

Таким чином, ми бачимо, що якби респонденти робили ідеологічний вибір, то інший кандидат, а не Володимир Зеленський, здобув би перемогу. При аналізі партій ситуація виходить майже аналогічна (Рис. 11 та Рис. 12 у Додатках І та ІІ). Тобто, ми бачимо, що партії та кандидати, за яких голосують респонденти, не є найближчими до респондентів у ідеологічному плані.

Також використовуючи результати опитування, ми можемо дослідити, як часто респонденти роблять узгоджений ідеологічний вибір. Тобто скільки респондентів в опитуванні обрали того кандидата, який до них є найближчим на компасі. Ми виявили, що лише в 12% респондентів ідеологічні погляди узгоджені з вибором при голосуванні за партії та в близько 13% вони узгоджені при голосуванні за кандидатів.

Ми вирішили дослідити узгодженість вибору ще одним способом – за допомогою кореляції. Для цього ми взяли відстані кожного з респондентів до кожного з кандидатів/партій і перетворили їх на одну змінну. А як другу ми взяли дихотомічну змінну, де 0 – респондент не планує голосувати за цього кандидата/партію, а 1 – респондент планує віддати свій голос за цього кандидата/партію. Таким чином, наш кореляційний аналіз мав показати, чи є зв'язок між наміром проголосувати за того чи іншого кандидата/партію та відстанню до неї. Скрипт розрахунків ми наводимо в додатку Е. В результаті ми отримали такі коефіцієнти кореляції:  $0.00055$  – для

кандидатів; 0.0150335 – для партій. Це означає, що зв'язку взагалі немає, що зайвий раз підтверджує, що електоральний вибір українців не має ідеологічного характеру.

### **3.5. Ідеологічне ядро електорату та потенціал для його мобілізації**

Після попереднього аналізу ми задалися питанням: а яка партія/кандидат мають серед своїх прихильників найбільшу частку справжніх ідеологічних послідовників? Це може означати, що політичний суб'єкт краще таргетує групу своїх ідеологічних прихильників, а також, що у нього є “ядро”, яке не покине цього суб'єкта після невдач, оскільки воно орієнтується на ідеологічність. Відповідно до отриманих даних найбільша частка справжніх ідеологічних прибічників серед кандидатів у Олега Ляшка - 57% (Рис. 13 у Додатку Й).

Якщо говорити про партії, то серед них найбільш ідеологічною є Радикальна партія Олега Ляшка – 71% електорату цієї партії мають близькі з нею ідеологічні погляди (Рис. 14 у Додатку К). Маючи найбільше “ядро” серед інших партій, РПЛ все одно не входить навіть в топ-5 партій, за які планують голосувати респонденти.

Це єдина партія та єдиний кандидат, які мають “ядро” більше 50% свого електорату; ще один кандидат маж більше 30%, а всі інші політичні суб'єкти менше 20%. В зв'язку з цим ми вирішили дослідити, яка партія чи кандидат має найбільший електоральний потенціал при вдалій мобілізаційній компанії. Для цього ми порахуємо частку електорального ідеологічного “ядра” від усіх респондентів, які розмістилися найближче до кожного кандидата/партії. Внаслідок наших розрахунків ми виявили, що найбільший потенціал серед кандидатів має Анатолій Гриценко – 94% (Рис. 15 у Додатку Л). Це означає, що цей кандидат має 94% виборців, для яких він ідеологічно найближчий кандидат, але вони не планують голосувати за нього.

Серед партій, як не дивно, найбільший потенціал має партія, яка також має найбільше ідеологічне “ядро” - Радикальна партія Олега Ляшка. Її потенціал становить 90% (Рис. 16 у Додатку М).

### **Висновки**

Як ми бачимо з аналізу, в більшості випадків вибір респондентів стосовно партій і стосовно кандидатів не зумовлений ідеологією. Можливо, це пов'язано із короткою історією існування нашої політичної системи. Люди ще не встигли

сформулювати свою ідеологічну позицію, яку вони можуть артикулювати або вони вже її сформулювали, але ще немає партій, які її справді відстоюють (хоча відповідно до нашого аналізу такі партії є). Тому слід звернутися до інших пояснень причин голосування респондентів. Їх може бути кілька. По-перше, особа лідера. Це може стосуватися як кандидата, так і партії. Громадяни обирають політичних суб'єктів, базуючись лише на їхніх особистих якостях. Наприклад, про це писала І. Бекешкіна, аналізуючи мотивацію голосування громадян на виборах 2012 року [37, 40]. По-друге, геополітичні позиції, закладені в програмах кандидатів та партій. На цей фактор вказував Н. Слюсаревський [39, 41]. Окремо слід пояснити високу підтримку Володимира Зеленського. Відповідно до однієї моделі, індивіди голосують за недосвідчених політиків, коли вважають, що теперішні політики корумповані чи мають високий рівень недовіри [61]. Ця модель цілком підходить для України, де рівень недовіри до влади перед президентськими виборами був одним з найвищих у світі [62].

## Висновки

У цій роботі ми спробували дослідити тему, яка не отримала особливої уваги в Україні, але досить активно обговорюється в західному суспільствознавстві – узгодженість ідеологічних позицій виборців з їхнім майбутнім вибором. Ми розкривали цю тему, використовуючи новий інструментарій (“Політичний компас”). Він має набагато точніше з’ясовувати ідеологічну позицію респондента/кандидата/партії за рахунок використання двох шкал, а не однієї. Провівши аналіз, ми прийшли до висновку, що українці не голосують ідеологічно. Для більшої впевненості ми перевірили це, використовуючи кілька підходів: кореляцію між відстанню до політичного суб’єкта і наміром виборця голосувати за нього та обчислення частки респондентів, яка планує голосувати за ідеологічно найближчого кандидата. Обидва розрахунки показали, що за електоральним вибором українців стоять інші причини та фактори.

Також ми окремо дослідили, які партії/кандидати мають найбільше ідеологічне “ядро” – частку виборців, яка займає найближчу до цієї партії/кандидата ідеологічну позицію та планує голосувати за цього політичного суб’єкта. Аналіз продемонстрував, що ті суб’єкти, які мають найбільше ідеологічне “ядро”, не входять навіть у топ-3 прогнозованих переможців виборів. Лише Юлія Тимошенко слугує винятком – вона займала третю позицію за ідеологічним “ядром” серед кандидатів і третю позицію в опитуваннях перед президентськими виборами. Але, як ми знаємо, перемогла не вона.

Таким чином ми ще раз акцентуємо увагу на тому, що електоральний вибір українців не ідеологічний. Як же тоді вибирають українці? Існує кілька можливих пояснень. По-перше, особа кандидата або лідера партії. Тобто виборці віддають свій голос на виборах, базуючись лише на особистих якостях політичних суб’єктів [37, 40]. По-друге, орієнтації громадян, щодо союзників. Тобто до зближення з ким має рухатись країна: НАТО/ЄС чи Росія? [39, 41]. Таким чином, ми спростували узгодженість ідеологічних установок і стратегій вибору українського електорату, але цей результат вимагає подальшого пошуку факторів, які все ж таки зумовлюють електоральну поведінку українців.

### Список використаних джерел

1. "Election (political science)," Encyclopedia Britannica Online. Available at: <https://www.britannica.com/topic/election-political-science>
2. Francis Fukuyama (1989) 'The End of History?', The National Interest, (16) (Summer 1989), pp. 3-18. Available at: [https://www.embl.de/aboutus/science\\_society/discussion/discussion\\_2006/ref1-22june06.pdf](https://www.embl.de/aboutus/science_society/discussion/discussion_2006/ref1-22june06.pdf)
3. Paris Aslanidis (2015) 'Is Populism an Ideology? A Refutation and a New Perspective', Political studies, 64(1), pp. 88-104 Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/1467-9248.12224?journalCode=psxa#articleCitationDownloadContainer>
4. Arnaldo Oliveira (2007) 'A Discussion of Rational and Psychological Decision-Making Theories and Models: The Search for a Cultural-Ethical Decision-Making Model', Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies, 12(2), pp. 12-17. Available at: [http://ejbo.jyu.fi/pdf/ejbo\\_vol12\\_no2\\_pages\\_12-17.pdf](http://ejbo.jyu.fi/pdf/ejbo_vol12_no2_pages_12-17.pdf)
5. Niko Suhonen (2007) 'Normative and Descriptive Theories of Decision Making under Risk: A Short Review ', pp. 1-22. Available at: [http://epublications.uef.fi/pub/urn\\_isbn\\_978-952-458-985-7/urn\\_isbn\\_978-952-458-985-7.pdf](http://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-458-985-7/urn_isbn_978-952-458-985-7.pdf)
6. Jake Chandler (2017) Descriptive Decision Theory, Available at: <https://plato.stanford.edu/entries/decision-theory-descriptive/> (Accessed: Sep 26, 2017).
7. Dillon, Stuart. (2019). Descriptive decision making: Comparing theory with practice. Available at: <http://orsnz.org.nz/conf33/papers/p61.pdf>
8. Starmer, C. (2000). Developments in Non-Expected Utility Theory: The Hunt for a Descriptive Theory of Choice under Risk. Journal of Economic Literature, 38(2), pp. 332–382. Available at: <https://www.jstor.org/stable/2565292>
9. Martie G. Haselton, Daniel Nettle, Paul W. Andrews (2005) 'The Evolution of Cognitive Bias', in David M. Buss (ed.) The Handbook of Evolutionary Psychology. United States: John Wiley & Sons, pp. 724-726. Available at: <http://www.sscnet.ucla.edu/comm/haselton/papers/downloads/handbookevpsych.pdf>

10. Alfred Kieser (2001) 'Trust as a Change Agent for Capitalism or as Ideology? A Commentary', *Organization Science*, 12(2), pp. 241-246. Available at:  
<https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/orsc.12.2.241.10109>
11. Caleb Warren, A. Peter McGraw, Leaf Van Boven (2011) 'Values and preferences: defining preference construction.', *Wiley interdisciplinary reviews. Cognitive science*, 2(2), pp. 193-205 Available at:  
<https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/orsc.12.2.241.10109>
12. Jeremy Freese (2011) ' Preferences', in Peter Bearman and Peter Hedström (ed.) *The Oxford Handbook of Analytical Sociology*. Oxford: Oxford University Press, pp. 94-114. Available at:  
<https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199215362.001.0001/oxfordhb-9780199215362-e-5>
13. Michael Hennessy, Michael X. Delli Carpini, Michael B. Blank, Kenneth Winneg, Kathleen Hall Jamieson (2011) 'Using psychological theory to predict voting intentions', *Journal of community psychology*, 43(4), pp. 466-483 Available at:  
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jcop.21697>
14. Åsa von Schoultz (2017). Party systems and voter alignments. In K. ArzheimerJ. Evans & M. S. Lewis-Beck *The SAGE Handbook of electoral behaviour* (Vol. 2, pp. 30-55) Available at:  
[https://tuhat.helsinki.fi/portal/files/98525480/SHEB\\_Party\\_systems\\_and\\_voter\\_alignments\\_2017.pdf](https://tuhat.helsinki.fi/portal/files/98525480/SHEB_Party_systems_and_voter_alignments_2017.pdf)
15. Іван Гомза (2018) *Суспільно-політичні рухи навчальний посібник*, 1 edn., Україна: НаУКМА. Available at:  
[http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/12291/Gomza\\_Suspilno-politychni\\_rukhy.pdf](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/12291/Gomza_Suspilno-politychni_rukhy.pdf)
16. Constantinos Pierides (2009) *Changing Social Cleavages and the formation of Electoral Behaviour in Greece of the late “Metapolitefsis” (1996 – 2007).*, Greece: 4th Hellenic Observatory PhD Symposium. Available at:  
[http://www.lse.ac.uk/europeanInstitute/research/hellenicObservatory/pdf/4th\\_%20Symposium/PAPERS\\_PPS/POLITICAL%20PARTIES%20II/PIERIDIS.pdf](http://www.lse.ac.uk/europeanInstitute/research/hellenicObservatory/pdf/4th_%20Symposium/PAPERS_PPS/POLITICAL%20PARTIES%20II/PIERIDIS.pdf)



17. Hanspeter Kriesi (1998) 'Normative and Descriptive Theories of Decision Making under Risk: A Short Review ', *European Journal of Political Research*, (33), pp. 165–185. Available at: <http://piketty.pse.ens.fr/files/Kriesi1998.pdf>
18. Andrija Henjak (2007) *Ideological Cleavages in Western Societies: Transformation of Cleavage Politics*, Finland: ECPR Join Session of Workshops. Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/b102/e9e832b105aa291d2ac590e392c6c61283af.pdf>
19. Russell J. Dalton (2010) 'Ideology, Partisanship, and Democratic Development', in Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi, Pippa Norris (ed.) *Comparing Democracies: Elections and Voting in the 21st Century*. United States: SAGE Publications Ltd, pp. 143-164. Available at: <https://sites.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Acrobat/Chapter%204%20Dalton%20Ideology%20Draft%203.pdf>
20. Gian Vittorio Caprara, Michele Vecchione, Shalom H. Schwartz, ... (2017) 'Basic Values, Ideological Self-Placement, and Voting: A Cross-Cultural Study', *Cross-Cultural Research*, 51(4), pp. 388-411 Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1069397117712194#articleCitationDownloadContainer>
21. Cheryl Boudreau, Christopher S. Elmendorf, Scott A. MacKenzie (2019) 'Racial or Spatial Voting? The Effects of Candidate Ethnicity and Ethnic Group Endorsements in Local Elections', *American Journal of Political Science*, 63(1), pp. 5-20 Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1069397117712194#articleCitationDownloadContainer>
22. Boris Shor , Jon Rogowski (2016) 'Ideology and the US Congressional Vote', *Political Science Research and Methods*, 6(2), pp. 323–341. Available at: <https://www.cambridge.org/core/journals/political-science-research-and-methods/article/ideology-and-the-us-congressional-vote/0694B5A73DDA9594D16A46E71B1D0E26>
23. Chris Tausanovitch, Christopher Warshaw (2016) 'Does the Ideological Proximity Between Congressional Candidates and Voters Affect Voting Decisions in Recent U.S.

- House Elections?', pp. 1-42 Available at:  
[http://www.ctausanovitch.com/TW\\_SpatialVoting161030.pdf](http://www.ctausanovitch.com/TW_SpatialVoting161030.pdf)
24. Jon C. Rogowski (2018) 'Voter Decision-Making with Polarized Choices', *British Journal of Political Science*, 48(1), pp. 1-22 Available at:  
[https://econpapers.repec.org/article/cupbjposi/v\\_3a48\\_3ay\\_3a2018\\_3ai\\_3a01\\_3ap\\_3a1-22\\_5f00.htm](https://econpapers.repec.org/article/cupbjposi/v_3a48_3ay_3a2018_3ai_3a01_3ap_3a1-22_5f00.htm)
25. Aydogan, A., Tuna, T., & Kadir Yildirim, A. (2019). 'Ideological Congruence and Social Media Text as Data. ', *Representation*, pp. 1–20. Available at:  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00344893.2019.1592012>
26. James Adams, Erik Engstrom, Danielle Joeston, Walt Stone, Jon Rogowski, Boris Shor (2017) 'Do Moderate Voters Weigh Candidates' Ideologies? Voters' Decision Rules in the 2010 Congressional Elections', *Political Behavior*, 39(1), pp. 205–227 Available at:  
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11109-016-9355-7>
27. Joris Boonen, Eva Falk Pedersen & Marc Hooghe (2014) The influence of political sophistication and party identification on partyvoter congruence: a comparative analysis of 37 countries, Scotland: 'Elections, Public Opinion and Parties (EPOP)' conference. Available at:  
[http://www.pol.ed.ac.uk/\\_data/assets/pdf\\_file/0020/161093/Boonen,\\_Falk\\_Pedersen\\_and\\_Hooghe\\_-\\_Ideological\\_congruence\\_EPOP\\_20141.pdf](http://www.pol.ed.ac.uk/_data/assets/pdf_file/0020/161093/Boonen,_Falk_Pedersen_and_Hooghe_-_Ideological_congruence_EPOP_20141.pdf)
28. Lukas Frederik Stotzer (2014). 'Spatial model of voting: Citizens with inconsistent, persuadable and endogenous policy preferences', pp. 1–162. Available at:  
<https://madoc.bib.uni-mannheim.de/39935/1/DISS.pdf>
29. John Summers (2011) Daniel Bell and The End of Ideology, Available at:  
<https://plato.stanford.edu/entries/decision-theory-descriptive/>
30. Ryan Bakker, Seth Jolly, Jonathan Polk (2018). 'Multidimensional incongruence and vote switching in Europe', *Public Choice*, 176(1-2), pp. 267–296. Available at:  
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11127-018-0555-z>
31. Ольга Косахівська (2010) 'Електоральна поведінка: теоретикометодологічні засади дослідження', *Державо і право*, 50, pp. 758-763 Available at:

<http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/35003/118-Kosakhivska.pdf?sequence=1>

32. Вікторія Бунь (2006) 'Електоральний вибір та електоральна поведінка: основні моделі', pp. 1-7 Available at:

[http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11622/1/5\\_18Ukr\\_nac\\_ideya.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11622/1/5_18Ukr_nac_ideya.pdf)

33. Вікторія Бунь (2014) 'Побудова інтегративних моделей електорального вибору на основі методології «лійки причиновості»', Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії, 5, pp. 177-188 Available at: [http://www.fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/5\\_2016/22.pdf](http://www.fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/5_2016/22.pdf)

34. 'Відомості щодо зареєстрованих у встановленому законом порядку політичних партій на 01.01.2019' Available at: <https://minjust.gov.ua/m/4561>

35. 'Перелік політичних партій, якими прийнято рішення про участь їх місцевих організацій у місцевих виборах 2015 року' Available at: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vm2015/pvm109pt001f01=100.html>

36. Дінара Локтіонова (2008) 'Моделі електоральної поведінки: загальний огляд', Наукові праці, 93(80), pp. 135-141 Available at: [http://irbis-nbuu.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuu/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Npchdupol\\_2008\\_93\\_80\\_33.pdf](http://irbis-nbuu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Npchdupol_2008_93_80_33.pdf)

37. Ірина Бекешкіна (2013) 'Вибори–2012: динаміка рейтингів і мотивація вибору', Соціальні виміри суспільства, 5, pp. 239-251 Available at: [http://irbis-nbuu.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuu/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/svs\\_2013\\_5\\_19.pdf](http://irbis-nbuu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/svs_2013_5_19.pdf)

38. Валерій Бебик, Оксана Дацаківська, Ольга Охотникова (2008) 'Вибори – 2007: мотивація та ефективність політичних впливів', Політичний менеджмент, 1(), pp. 239-251 Available at: <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/71544/03-Bebyk.pdf?sequence=1>

39. Слюсаревський Назар (2006) 'Простір ідеологічного самовизначення громадян України: основні напрямки', Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, 723(), pp. 220-225 Available at:

[http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/4272/1/N\\_Sliusarevskyi\\_VHNUIVVK\\_723\\_NDL\\_KL.pdf](http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/4272/1/N_Sliusarevskyi_VHNUIVVK_723_NDL_KL.pdf)

40. Ірина Мельник (2013) 'Ідеологічна сегментація українського електорату на виборах верховної ради України впродовж електоральних циклів періоду незалежності', *Studia Politologica Ucraino-Polona*, 3(), pp. 220-225 Available at: <http://journals.uran.ua/spup/article/download/168610/168408>

41. Василь Климончук (2017) 'Ідеологічна сегментація українського електорату на виборах верховної ради України впродовж електоральних циклів періоду незалежності', *Наукові записки*, 1(87), pp. 151-163 Available at: [http://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/klymonchuk\\_tsinnisnyi.pdf](http://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/klymonchuk_tsinnisnyi.pdf)

42. Валерій Хмелько (2007) 'Соціальне підґрунтя протилежності електоральних переваг двох частин України', *Наукові записки НаУКМА*, 70, pp. 33-39 Available at:

[http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6885/Xmel%60ko\\_Social%60ne\\_pidg%60runtya\\_proty%60lezhnosti.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6885/Xmel%60ko_Social%60ne_pidg%60runtya_proty%60lezhnosti.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

43. Суспільно-політичні погляди населення України : опитування IRI 30.01.2019 Available at: [http://ratinggroup.ua/research/ukraine/obschestvenno-politicheskie\\_vzglyady\\_naseleniya\\_ukrainy\\_opros\\_iri.html](http://ratinggroup.ua/research/ukraine/obschestvenno-politicheskie_vzglyady_naseleniya_ukrainy_opros_iri.html)

44. Олександр Бакумов (2016) 'Електоральна поведінка українських виборців в 2010-2014 рр.: кластерний аналіз', *Форум права*, 3, pp. 19-24 Available at: <http://univd.edu.ua/science-issue/issue/428>

45. Ярослав Грицак (2019) Обережно: рибораки!, Available at: [https://nv.ua/ukr/opinion/oberezhno-riboraki-50015060.html?prefer\\_lang=uk](https://nv.ua/ukr/opinion/oberezhno-riboraki-50015060.html?prefer_lang=uk)

46. Андрій Голуб (2018) Ірина Бекешкіна: «Такої кризи політичному загалом у нас не було ніколи», Available at: <https://tyzhden.ua/Society/214373>

47. Олександр Вишняк (2001) Електоральна соціологія: історія, теорії, методи, pp. 1-23 Available at: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&Z21ID=&Image\\_file\\_name=DOC/2001/01voitm.zip&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&Z21ID=&Image_file_name=DOC/2001/01voitm.zip&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1)

48. Максим Єнін (2013) 'Ідеологічні трансформації сучасного суспільства: електоральні установки луганчан ', ВІСНИК НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право., 4(20), pp. 19-24 Available at: [http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/16936/1/08\\_Yenin.pdf](http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/16936/1/08_Yenin.pdf)
49. J. Mark Ramseyer, Eric B. Rasmusen (2015) Measuring Voter Ideology: Descriptive Regression Measurement of the Left-Right Spectrum, pp. 1-37 Available at: <https://projects.iq.harvard.edu/files/pegroup/files/ramseyerrasmusenjune2015.pdf>
50. Людвіг Горонді, Тимофій Брік (2018) Між Чавесом і Меркель: яка політична ідеологія у майбутнього президента України. Дослідження, Available at: <https://voxukraine.org/longreads/compass-ideology/index-ua.html>
51. Jennifer Pan, Yiqing Xu, (2017) 'China's Ideological Spectrum', The Journal of Politics, 80(1), pp. 254-273 Available at: [http://jenpan.com/jen\\_pan/ideology.pdf](http://jenpan.com/jen_pan/ideology.pdf)
52. Олександр Стегній (2015) 'Соціологічні підходи до вивчення типів політичної культури', Український соціум, 2, pp. 26-35. Available at: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Usoc\\_2015\\_2\\_5.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Usoc_2015_2_5.pdf)
53. Віталій Проценко (2018) Економіка страждань і несправедливості: як українці перетворилися на «ліву» націю, Available at: <https://voxukraine.org/uk/ekonomika-strazhdan-i-nespravedlivosti-yak-ukrayintsi-peretvorilisya-na-livu-natsiyu/>
54. Тарас Білоус (2018) Чому Гітлер не був лівим: політичний спектр і науковий підхід, Available at: <https://voxukraine.org/uk/chomu-gitler-ne-buv-livim-politichnij-spektr-i-naukovij-pidhid/>
55. Максим Каменєв (2019) Що Зеленський-політик пропонує виборцям: відповідає ідеолог «Зе», Available at: <https://hromadske.ua/posts/sho-zelenskij-politik-proponuye-viborcyam-vidpovidaye-ideolog-ze>
56. Результати першого туру виборів президенту України 2019 року, ЦВК Available at: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vp2019/wp300pt001f01=719.html>
57. Іван Капсамун (2016) Почему в Украине нет идеологических партий?, Available at: <https://day.kyiv.ua/ru/article/podrobnosti/pochemu-v-ukraine-net-ideologicheskikh-partiy>

58. Програма партії Блок Петра Порошенка на парламентських виборах 2014 року  
Available at: [http://solydarnist.org/wp-content/uploads/2015/12/programa\\_solidarnist.pdf](http://solydarnist.org/wp-content/uploads/2015/12/programa_solidarnist.pdf)
59. Законопроект Олега Барни Available at:  
[http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=65039](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=65039)
60. Ніколаєнко Тетяна (2019) Налоговик из команды Зеленского Данил Гетманцев: Идеология партии? Чистая либеральная экономика, Available at:  
[https://censor.net.ua/resonance/3125278/nalogovik\\_iz\\_komandy\\_zelenskogo\\_danil\\_getmantsev\\_ideologiya\\_partii\\_chistaya\\_liberalnaya\\_ekonomika](https://censor.net.ua/resonance/3125278/nalogovik_iz_komandy_zelenskogo_danil_getmantsev_ideologiya_partii_chistaya_liberalnaya_ekonomika)
61. Simple Features for R in sf Available at: <https://r-spatial.github.io/sf/articles/sf1.html>
62. Rafael Di Tella, Julio J. Rotemberg (2016) The return of the “paranoid style”: some evidence and a simple model of demand for incompetence as insurance against elite betrayal, pp. 1-36 Available at: <https://www.nber.org/papers/w22975.pdf>
63. Zach Bikus (2019) World-Low 9% of Ukrainians Confident in Government, Available at: <https://news.gallup.com/poll/247976/world-low-ukrainians-confident-government.aspx>
64. Shelley E. Taylor, Jonathon D. Brown (1988) 'Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health', Psychological Bulletin, 103(2), pp. 193-210  
Available at:  
[http://humancond.org/\\_media/papers/taylor\\_brown\\_88\\_illusion\\_and\\_well\\_being.pdf](http://humancond.org/_media/papers/taylor_brown_88_illusion_and_well_being.pdf)

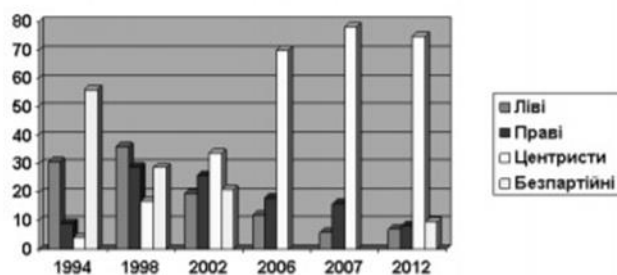
## Додатки

## Додаток А

**Рисунок 1** Графік зі статті Ірини Мельник

Таблиця 1.

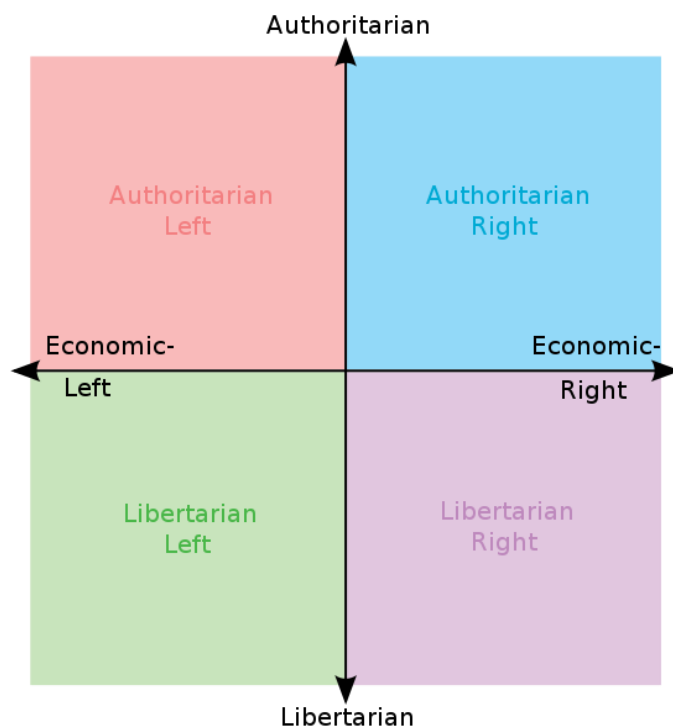
Порівняльний аналіз ідеологічної орієнтації голосування українського електорату на виборах до Верховної Ради України в 1994, 1998, 2002, 2006, 2007, 2012 рр. (у відсотках)



Джерела [8, 6, 9].

Джерело: <http://journals.uran.ua/spup/article/download/168610/168408>

## Додаток Б

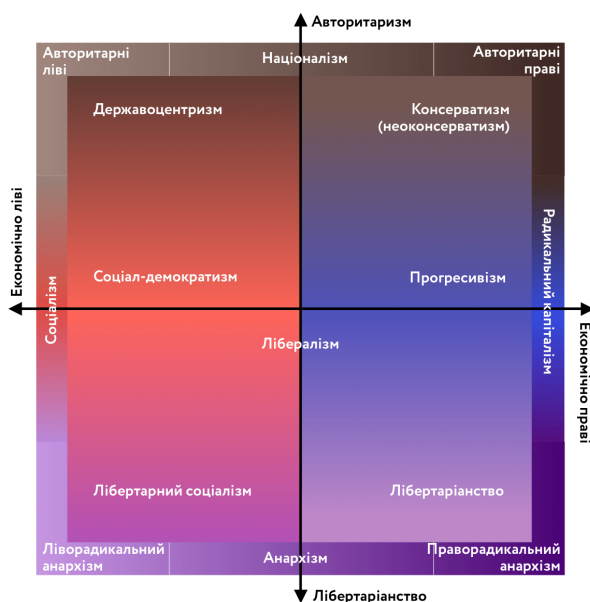
**Рисунок 2** Приклад "Політичного компасу" з сайту Political Compass

Джерело: <https://www.politicalcompass.org/>



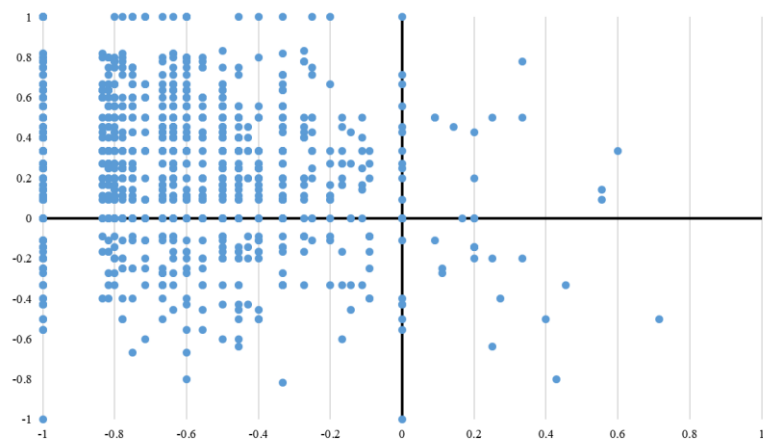
## Додаток В

### Рисунок 3 Політичний компас у версії VoxUkraine



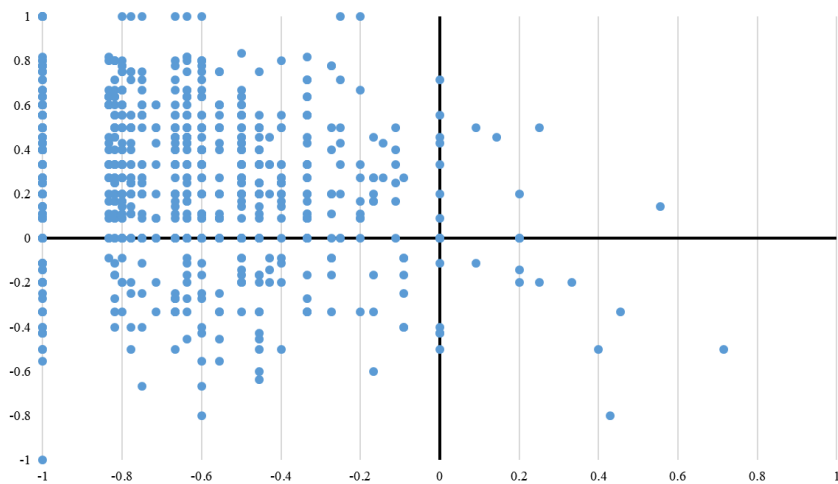
Джерело: <https://voxukraine.org/uk/politichnij-kompas-yak-jogo-chitati-ta-rozshifrovuvati-ideologiyi/>

## Додаток Г

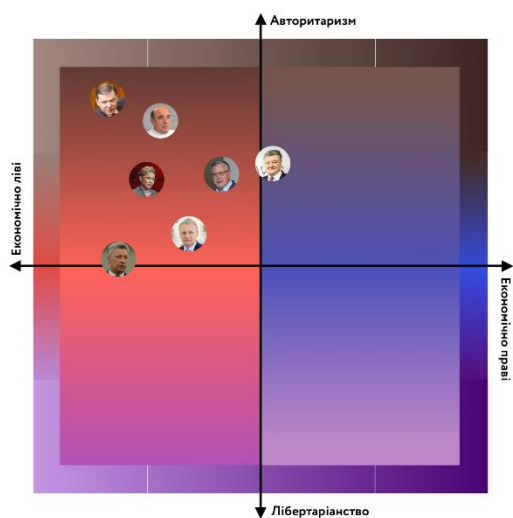
**Рисунок 4** Ідеологічна позиція респондентів на "Політичному компасі", n=1200

*Додаток Г*

**Рисунок 5** Ідеологічна позиція респондентів, відібраних для аналізу, на "Політичному компасі", n=795

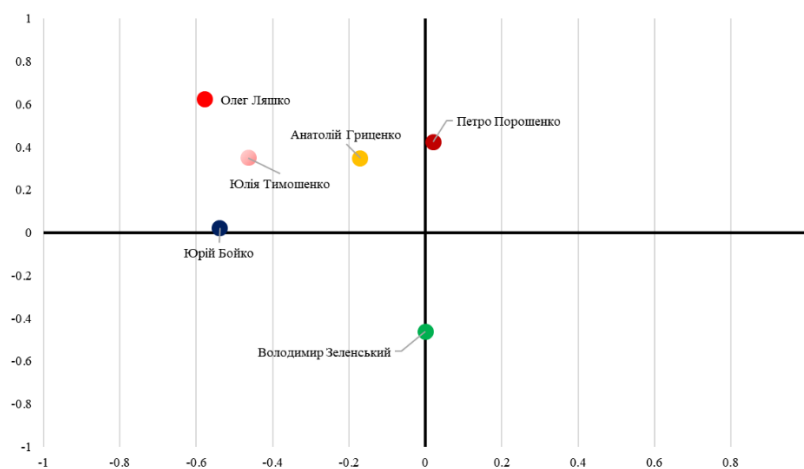


## Додаток Д

*Рисунок 6 Розміщення кандидатів у президента на "Політичному компасі"*

Джерело: <https://voxukraine.org/longreads/compass-ideology/index-ua.html>

## Додаток Е

**Рисунок 7 Розміщення кандидатів у президенти на "Політичному компасі"**

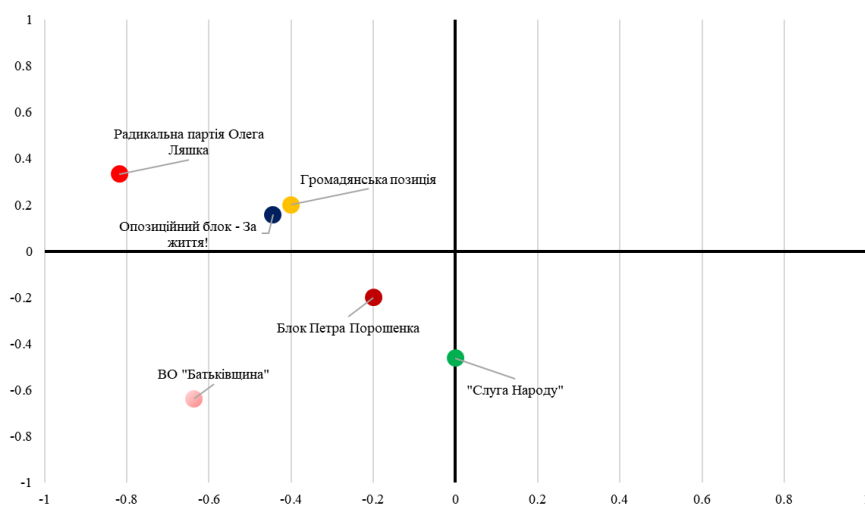
## Додаток Є

Таблиця 1 *Кількість ідеологічних тверджень по двох осях у досліджуваних партій*

Партія	Твердження на економічну тему (праві)	Твердження на економічну тему (ліві)	Твердження про внутрішньодержавні відносини (авторитарні)	Твердження про внутрішньодержавні відносини (лібертаріанські)
БПП	12	18	4	6
Батьківщина	2	9	2	9
Громадянська позиція	5	13	11	8
“Опозиційний блок-За життя!”	3	7	3	2
РПЛ	1	10	2	1

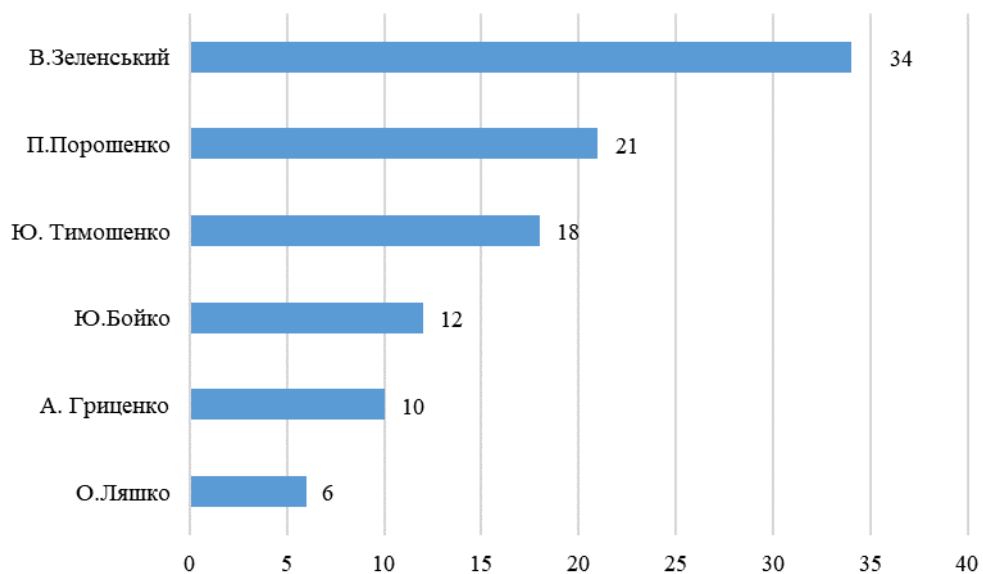
## Додаток Ж

Рисунок 8 Розміщення політичних партій на "Політичному компасі"



## Додаток 3

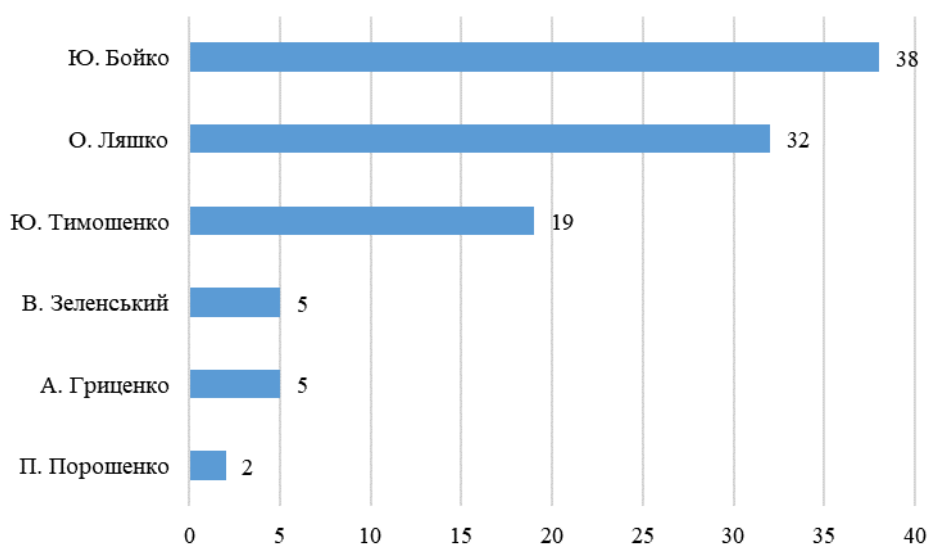
**Рисунок 9 Розподіл кандидатів за кількістю голосів отриманих в нашому опитуванні, % n=761**





## Додаток И

**Рисунок 10** Розподіл кандидатів за кількістю "найближчих сусідів" респондентів, %  $n=761$



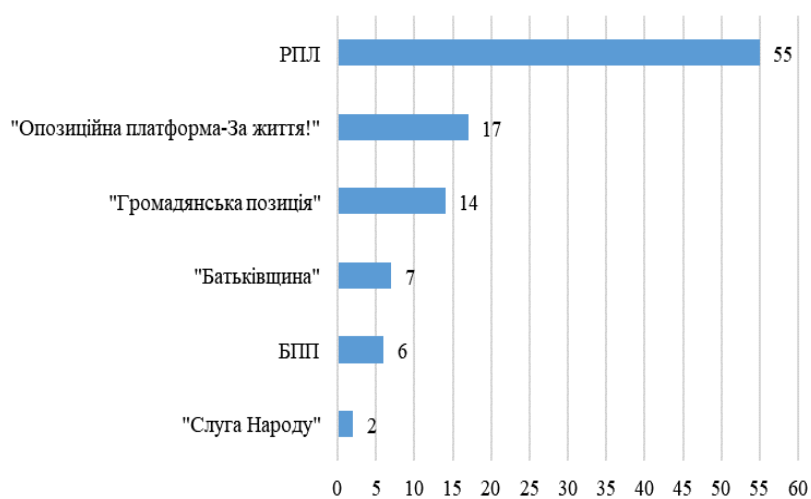
## Додаток І

**Рисунок 21** Розподіл партій за кількістю голосів отриманих в нашому опитуванні, % n=653



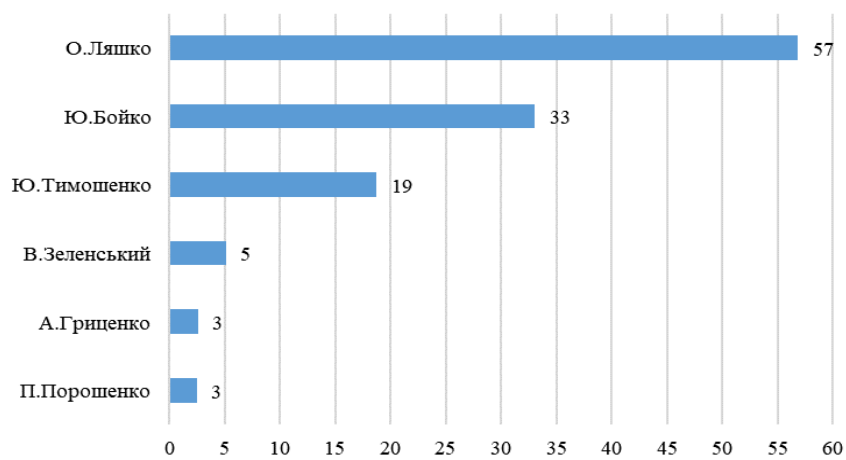
## Додаток І

**Рисунок 12** Розподіл партій за кількістю "найближчих сусідів" респондентів, %  
**n=653**



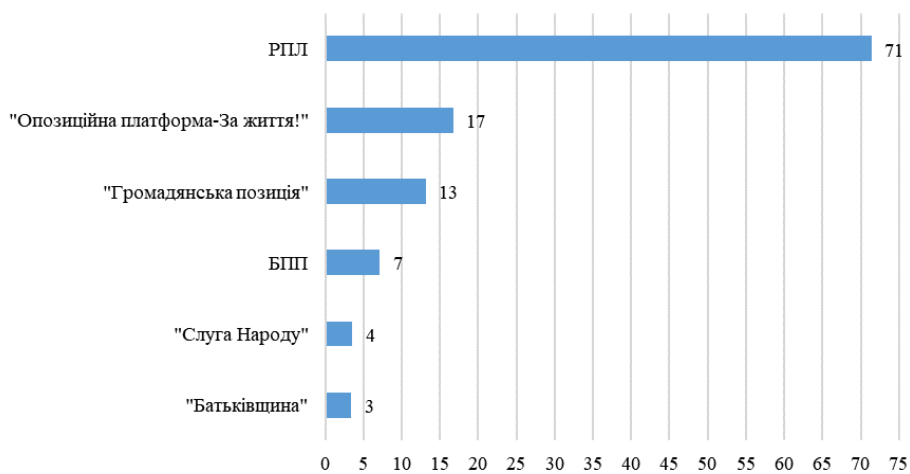
## Додаток Й

**Рисунок 33 Частка ідеологічних прихильників серед усього електорату кандидатів, % n=761**

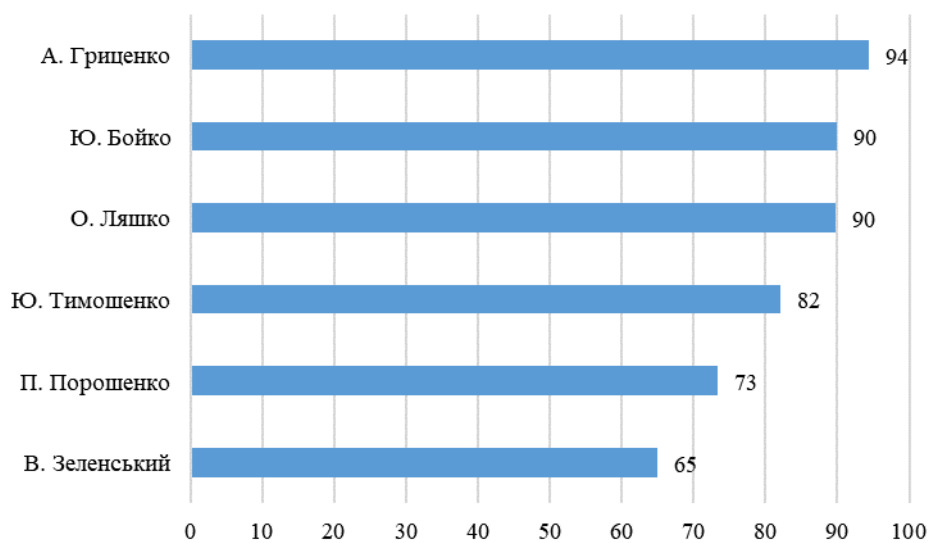


## Додаток К

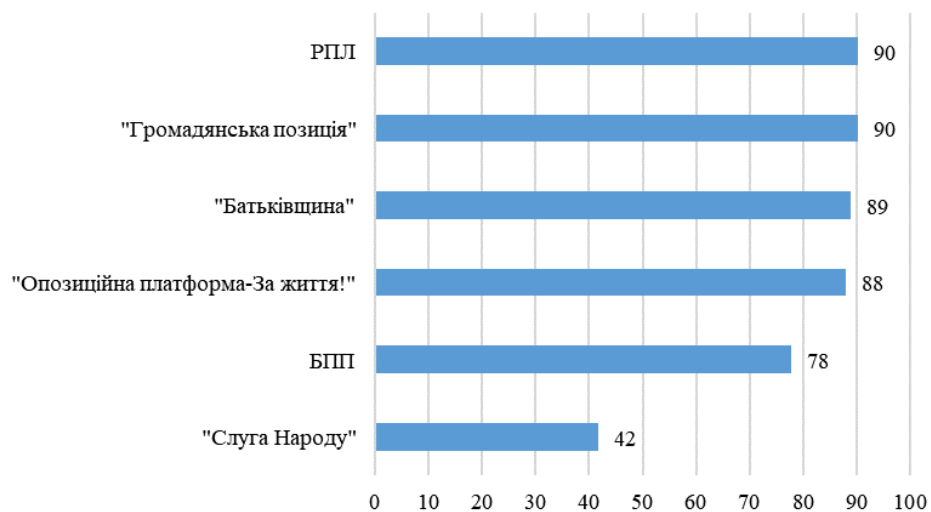
**Рисунок 44** Частка ідеологічних прихильників серед усього електорату партій,  
% n=653



## Додаток Л

**Рисунок 55** Ідеологічний електоральний потенціал кандидата, % n=761

## Додаток М

**Рисунок 16** Ідеологічний електоральний потенціал партії, % n=653

## Додаток Н

id	item	Hard to tell,	ideology	RC1_fit2	RC2_fit2
1	Володіння вогнепальною зброєю серед громадян треба легалізувати	10,1	from Left "-" to Right "+"	0,07081858422	0,4829573093
2	Підтримка національної валюти важливіша за боротьбу з безробіттям	20,3	from Left "-" to Right "+"	0,1927523315	0,1568113883
3	Держава повинна обмежувати владу великого бізнесу.	10,7	from Left "-" to Right "+"	0,004029280688	0,4204963913
4	Зважаючи на економічну кризу та воєнні дії на Донбасі, фінансування	7,4	from Left "-" to Right "+"	0,25719589	0,2828535456
5	Від кожного за його здібностями, кожному за потребами.	15,7	from Left "-" to Right "+"	-0,143689391	0,4284121205
6	Земля повинна бути товаром, що продається і купується.	8,2	from Left "-" to Right "+"	-0,2647120929	0,5108426645
7	Великі підприємства повинні розвивати соціальну сферу за місцем р	12,2	from Left "-" to Right "+"	0,05117688995	0,4167628141
8	Вакцинація та щеплення мають бути виключно добровільним вибором	6,6	from Left "-" to Right "+"	0,1218221071	0,04555152919
9	Держава має право втручатися у функціонування ринку.	15,1	from Left "-" to Right "+"	-0,1296089068	0,4465292432
10	Чим вільніший ринок, тим вільніші люди.	12,8	from Left "-" to Right "+"	-0,1754627206	0,4865558686
11	Аборт - безумовне право жінки.	6,5	from Left "-" to Right "+"	0,4696952791	-0,08366646369
12	Україна не повинна витрачати бюджетні кошти на охорону здоров'я	17,3	from Left "-" to Right "+"	0,2348351927	0,3260139986
13	Держава повинна фінансово допомагати вимушеним переселенцям.	10,5	from Left "-" to Right "+"	0,2365859325	0,3364223623
14	Те, що добре для великого бізнесу зрештою добре для всіх людей.	26,9	from Left "-" to Right "+"	0,1161626318	0,4294136213
15	Особи без українського громадянства не повинні мати право купуват	13,7	from Left "-" to Right "+"	-0,2708229048	0,3274038157
16	Збиткові та/або неприбуткові підприємства (шахти, заводи, фабрики)	9,1	from Left "-" to Right "+"	-0,1780214943	0,4308205075
17	Держава має піклуватися про добробут кожного громадянина.	11,8	from Left "-" to Right "+"	-0,01234250594	0,5656661208
18	Фемінізм – це вигадка нещасливих жінок, адже чоловік і жінка вже д	13,0	from Left "-" to Right "+"	0,5293905002	0,1648792221
19	"Укрзалізниця" і надалі має залишатись у державній власності.	19,1	from Left "-" to Right "+"	-0,1713685122	0,4994302061
20	Податок на розкіш треба регулярно підвищувати.	22,6	from Left "-" to Right "+"	-0,03398582366	0,4276977403
21	Будь-які дії Збройних сил України у зоні АТО є виправданими.	20,7	from Libertarian "-" to Aut	0,3121557712	0,2001914702
22	Будь-який авторитет підлягає сумніву.	7,0	from Libertarian "-" to Aut	0,3969178032	-0,1271836721
23	Наша етнічність має виняткові якості, які вивищують нас над предстат	7,9	from Libertarian "-" to Aut	0,5543286887	-0,08238114746
24	Батьки не мають права на жодні прояви насилля по відношенню до д	10,2	from Libertarian "-" to Aut	0,3381079362	0,05372387231
25	Телеканали, які транслюють пропагандистські програми треба позбав	15,0	from Libertarian "-" to Aut	0,1361378537	0,004840523717
26	Вживання легких наркотиків, таких як марихуана, не повинно бути к	10,2	from Libertarian "-" to Aut	0,3380956371	-0,3410099035
27	Діти з особливостями розвитку/здоров'я повинні навчатись окремо.	20,1	from Libertarian "-" to Aut	0,3903893215	-0,01684355217
28	Діти мають право на секрети від батьків.	9,8	from Libertarian "-" to Aut	0,3451611992	-0,1445407121
29	Людей з тяжкими генетичними хворобами треба позбавити права на	20,7	from Libertarian "-" to Aut	0,4389179622	-0,0720330944
30	Графіті – це мистецтво.	14,2	from Libertarian "-" to Aut	0,3412022254	-0,02174562272
31	Форма в школах має бути загальнообов'язковою.	9,0	from Libertarian "-" to Aut	0,3950730299	-0,2148765406
32	Інколи цензура може бути виправданою.	14,6	from Libertarian "-" to Aut	0,2649947055	-0,1760663552
33	Україні потрібен сильний лідер із надзвичайними повноваженнями	15,1	from Libertarian "-" to Aut	0,4802558346	-0,15132406
34	Україна має відновити смертну кару.	10,5	from Libertarian "-" to Aut	0,5293671444	-0,02140199915
35	Це марна трата часу намагатись пояснювати щось сепаратистам.	14,0	from Libertarian "-" to Aut	0,3643958991	0,2047385216
36	Жінка може будувати кар'єру, але першочергово її призначення бути	11,2	from Libertarian "-" to Aut	0,5900981876	-0,08187116154
37	Тільки релігійна людина може бути моральною.	5,1	from Libertarian "-" to Aut	0,5386775323	-0,03261948463
38	Одностатевим парам треба надати право на укладення офіційного ш	13,8	from Libertarian "-" to Aut	0,5800936565	-0,2038565666
39	Порнографія, навіть якщо вона зображає людей, які беруть в ній учас	10,6	from Libertarian "-" to Aut	0,3594025535	-0,3712080434
40	До Кримінального кодексу України треба повернути статтю за однос	5,6	from Libertarian "-" to Aut	0,5530321085	-0,1599369364



## Додаток О

**Я буду зачитувати Вам твердження, а Ви маєте сказати наскільки ви з ними погоджуєтесь по шкалі від одного до п'яти, де 1 – «Я повністю НЕ погоджуюсь», а 5 – «Я повністю погоджуюсь»**

- Держава завжди повинна регулювати великий бізнес
- Будь-який авторитет можна піддати сумніву
- Держава повинна забезпечити мою старість
- Вживання легких наркотиків, таких як марихуана, не повинно переслідуватись як злочин
- Земля повинна бути товаром, що продається і купується
- Діти мають право на секрети від батьків
- Великий бізнес повинен фінансово підтримувати освітні заклади за місцем свого розташування
- Графіті на стінах – це мистецтво
- Економіка з мінімальним втручанням держави робить людей вільнішими у житті
- Україні потрібен сильний лідер із необмеженими повноваженнями
- Держава повинна фінансово допомагати вимушеним переселенцям
- Смертна кара має бути відновлена
- Збиткові державні підприємства треба продати приватним власникам
- Першочергове призначення жінки – бути матір'ю
- Держава має гарантувати безкоштовну вищу освіту
- Тільки віруюча людина може бути моральною
- Всі медичні послуги мають бути безкоштовні для громадян
- Одностатевим парам треба надати право на укладення офіційного шлюбу
- Держава має піклуватися про добробут кожного громадянина
- Цензура засобів масової інформації необхідна для забезпечення моральних норм в суспільстві

- Великі промислові підприємства мають сплачувати додаткові податки за забруднення навколишнього середовища
- Організовані протести та демонстрації завжди мають бути дозволені
- Відсутність державного регулювання цін позитивно впливає на економіку
- Коли люди отримують пільги від держави, вони не хочуть працювати

## Додаток П

```

setwd("C:/Users/Oleksii/Downloads/Telegram Desktop")
Sys.setlocale("LC_CTYPE", "ru_RU")
library(foreign)
library(car)
#
#cmps <- as.data.frame(read.spss("Political Compass_2103_final.sav"))
cmps <- read.csv("Political Compass_2103_final.csv", header=T, sep = ";")
cmps_cluster <- cmps[, c(24:47)]
scales.class <- cmps_cluster
colnames(scales.class)
type <- c("ec", "mor", "ec", "mor",
          "ec", "mor", "ec", "mor",
          "ec", "mor", "ec", "mor",
          "ec", "mor", "ec", "mor",
          "ec", "mor", "ec", "mor")
type <- c("ec", "mor", "ec", "mor")
type <- rep(type, 6)
colnames(scales.class) <- paste(colnames(scales.class), type, sep="_")
colnames(scales.class)
dim(scales.class)[2]
for(i in 1:dim(scales.class)[2]){
  scales.class[,i][scales.class[,i]==8] <- NA
  scales.class[,i][scales.class[,i]==9] <- NA
}
#
scales.class.nacount <- scales.class
table(is.na(scales.class.nacount))
#
for(i in 1:24){
  sel <- apply( scales.class.nacount, 1, function(x) sum(is.na(x))>=i )
  sn <- dim(scales.class.nacount[ sel, ])[1]

```

```

print(c(i, sn))
}
#
sel <- apply( scales.class.nacount, 1, function(x) sum(is.na(x))>=12 )
scales.class.nacount <- scales.class.nacount[!sel, ]
dim(scales.class.nacount)
scales.class <- scales.class.nacount
#
dim(scales.class)
#scales.class.cmps[!is.na(scales.class.cmps)] <- 0
#SUM LEFT
leftist <- c(1,3,7,11,15,17,19,21)
rightist <- c(5,9,13,23)
democr <- c(4,6,8,18,22)
author <- c(2,10,12,14,16,20,24)
length(leftist) + length(rightist)
length(author) + length(democr)
scales.class
#in total = 24
resp_l <- scales.class[, leftist]
resp_r <- scales.class[, rightist]
resp_d <- scales.class[, democr]
resp_a <- scales.class[, author]
summary(resp_l) #all 1,2 - right; all 4,5 - left
summary(resp_r) #all 1,2 - left; all 4,5 - right
table(resp_l[,1])
left1 <- recode(resp_l, "1=0;2=0;3=0;4=1;5=1")
table(left1)
#
left1 <- apply(resp_l, 2, function(x) {x <- recode(x,"1=0;2=0;3=0;4=1;5=1")})
left2 <- apply(resp_r, 2, function(x) {x <- recode(x,"1=1;2=1;3=0;4=0;5=0")})
right1 <- apply(resp_l, 2, function(x) {x <- recode(x,"1=1;2=1;3=0;4=0;5=0")})
right2 <- apply(resp_r, 2, function(x) {x <- recode(x,"1=0;2=0;3=0;4=1;5=1")})
#

```

```
aut1 <- apply(resp_a, 2, function(x) {x <- recode(x,"1=0;2=0;3=0;4=1;5=1")})
aut2 <- apply(resp_d, 2, function(x) {x <- recode(x,"1=1;2=1;3=0;4=0;5=0")})
dem1 <- apply(resp_a, 2, function(x) {x <- recode(x,"1=1;2=1;3=0;4=0;5=0")})
dem2 <- apply(resp_d, 2, function(x) {x <- recode(x,"1=0;2=0;3=0;4=1;5=1")})
#
l_sum <- apply(left1, 1, sum, na.rm=T) + apply(left2, 1, sum, na.rm=T)
r_sum <- apply(right1, 1, sum, na.rm=T) + apply(right2, 1, sum, na.rm=T)
a_sum <- apply(aut1, 1, sum, na.rm=T) + apply(aut2, 1, sum, na.rm=T)
d_sum <- apply(dem1, 1, sum, na.rm=T) + apply(dem2, 1, sum, na.rm=T)
```

## Додаток Р

Висловлювання по економічній політиці				Праве/Ліве		Висловлювання по державній політиці	Авторитаризм/Лібертар
Первыми всевозможными шагами нужно сделать, чтобы все э				Ліве		Интерв'юер: ты выступал против	Лібертаріанство
Поддерживать маленький бизнес, средний бизнес.				Ліве		Мое мнение, что президент макс	Лібертаріанство
Не могут большие финансовы структуры влиять на политику с				Ліве		Я очень либерален	Лібертаріанство
Никто не имеет права забрать их (олігархів) частную собствен				Праве		Вот наша цель - сохранить люде	Лібертаріанство
Интерв'юер: На мой взгляд человек, ставший президентом дол				Праве		[Про вирішення проблеми Донб	Лібертаріанство
Мне очень нравится, что не всем продают недвижимость, зем				Ліве		[Про власну команду] Я считаю	Авторитаризм
Я бы максимально сделал все, чтобы здесь (в Україні) бабки €				Праве		Было бы у нас чистое правитель	Лібертаріанство
Сейчас куча есть земли, недобитых заводов, которые в жутком				Праве		Для меня вопрос языка, это был	Лібертаріанство
Функции давления на экономику и влияния на бизнес, это есть				Праве		Я считаю, что декоммунизация	Авторитаризм
[Держа повинна] начать платить пенсии людям. Людям которі				Праве		Я помешан на референдумах	Лібертаріанство
Заміна податку на прибуток податком на виведений капітал да				Праве		Мне кажется номер один, что д	Авторитаризм
Формування прозорого ринку землі.				Праве		У нас можуть бути держслужбоі	Лібертаріанство
Відновимо програми молодіжного житлового кредитування.				Ліве		В любом цивилизованном обще	Лібертаріанство
Молодим підприємцям – державну підтримку і рік пільгового				Ліве		Но в принципе средства массовс	Лібертаріанство
Старшому поколінню – гідне пенсійне забезпечення. Перехід в				Ліве		Во-первых, она (ВРУ) не должн	Лібертаріанство
Сортування та переробка сміття, відмова від пластику, контро				Ліве		Я против легализации оружия	Авторитаризм
						Я за лигалайз капелек марихуан	Лібертаріанство
						Нужно сделать как Лас-Вегас, гд	Лібертаріанство
						Я считаю, что абортс человек в	Лібертаріанство
						Честно говоря, надо поменьше	Лібертаріанство
						Никто отменять квоты (на украї	Авторитаризм
						Скоротимо адміністративну над	Лібертаріанство
						Базовий рівень страхування для	Авторитаризм
						Ми запровадимо принцип «грош	Авторитаризм
						Створимо всі умови для того, щ	Лібертаріанство
						Для рівного розвитку регіонів м	Лібертаріанство

## Додаток С

[illegible]

## Додаток Т

```

setwd("C:/Users/Oleksii/Downloads")

library(sf)
library(rgdal)
library(nngeo)
library(dplyr)

#1 - кандидати

comp<-read.csv("polit_comp.csv", header = TRUE, sep=";")
comp1<-st_as_sf(comp, coords = c("x_axis", "y_axis"))
comp1<-filter(comp1, B5==10 | B5==1 | B5==6 | B5== 3 | B5==8 | B5==4)
plot(st_geometry(comp1))

cand<-read.csv("candidates.csv", header = TRUE, sep=";")
cand1<-st_as_sf(cand, coords = c("x", "y"))
plot(st_geometry(cand1), col="red", add=TRUE)

st_crs(comp1)<-"+proj=tmerc +lat_0=0 +lon_0=0 +k=1 +x_0=300000 +y_0=0
+ellps=krass +towgs84=25,-141,-78.5,0,0.35,0.736,0 +units=m +no_defs"

st_crs(cand1)<-"+proj=tmerc +lat_0=0 +lon_0=0 +k=1 +x_0=300000 +y_0=0
+ellps=krass +towgs84=25,-141,-78.5,0,0.35,0.736,0 +units=m +no_defs"

p1<-st_nn(comp1, cand1, sparse=FALSE,k=6, returnDist=TRUE, progress = FALSE)
cdist<-as.data.frame(p1[2])

B5<-comp1$B5
cdist<-cbind(cdist, B5)

tymosh<-cdist$B5==10
boy<-cdist$B5==1
liash<-cdist$B5==6
hry<-cdist$B5==3
porosh<-cdist$B5==8
ze<-cdist$B5==4

choice<-cbind(tymosh, boy)
choice<-cbind(choice, liash)
choice<-cbind(choice, hry)

```



```

choice<-cbind(choice, porosh)
choice<-cbind(choice, ze)
choice<-gsub(TRUE, 1, choice)
choice<-gsub(FALSE, 0, choice)%>%as.numeric()
cdist<-cdist[,1:6]
dist<-rbind(cdist[,1], cdist[,2])
dist<-rbind(dist, cdist[,3])
dist<-rbind(dist, cdist[,4])
dist<-rbind(dist, cdist[,5])
dist<-rbind(dist, cdist[,6])
dist<-as.vector(dist)
cor(dist,choice)

#2 - партіи
party<-read.csv("parties.csv", header = TRUE, sep=";")
party1<-st_as_sf(party, coords = c("x", "y"))
comp2<-st_as_sf(comp, coords = c("x_axis", "y_axis"))
comp2<-filter(comp2, B8==2 | B8==3 | B8==12 | B8== 10 | B8==6 | B8==5)
plot(st_geometry(party1), col="red", add=TRUE)
st_crs(comp2)<-" +proj=tmerc +lat_0=0 +lon_0=0 +k=1 +x_0=300000 +y_0=0
+ellps=krass +towgs84=25,-141,-78.5,0,0.35,0.736,0 +units=m +no_defs"
st_crs(party1)<-" +proj=tmerc +lat_0=0 +lon_0=0 +k=1 +x_0=300000 +y_0=0
+ellps=krass +towgs84=25,-141,-78.5,0,0.35,0.736,0 +units=m +no_defs"
p2<-st_nn(comp2, party1, sparse=FALSE,k=6, returnDist=TRUE, progress = FALSE)
pcdist<-as.data.frame(p1[2])
B8<-comp1$B8
pcdist<-cbind(pcdist, B8)
bpp<-pcdist$B8==2
batk<-pcdist$B8==3
liash<-pcdist$B8==12
opo<-pcdist$B8==10
hrom<-pcdist$B8==6

```

```
slu<-pcdist$B8==5
pchoice<-cbind(bpp, batk)
pchoice<-cbind(pchoice, liash)
pchoice<-cbind(pchoice, opo)
pchoice<-cbind(pchoice, hrom)
pchoice<-cbind(pchoice, slu)
pchoice<-gsub(TRUE, 1, pchoice)
pchoice<-gsub(FALSE, 0, pchoice)%>%as.numeric()
pcdist<-pcdist[,1:6]
pdist<-rbind(pcdist[,1], pcdist[,2])
pdist<-rbind(pdist, pcdist[,3])
pdist<-rbind(pdist, pcdist[,4])
pdist<-rbind(pdist, pcdist[,5])
pdist<-rbind(pdist, pcdist[,6])
pdist<-as.vector(pdist)
cor(pdist,pchoice)
```

**Додаток У**

Стаття-апробація окремих положень роботи