

УДК 911.3:32

DOI: <https://doi.org/10.15407/ugz2018.04.033>**М. П. Добиш**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**СУЧАСНІ ТРЕНДИ ЕЛЕКТОРАЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В СВІТІ  
ТА РОЗВИТОК ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ГЕОГРАФІЇ В УКРАЇНІ**

Мета публікації – розкрити можливості використання в електорально-географічних студіях в Україні сучасних методологічних та теоретичних надбань світових електоральних та міждисциплінарних досліджень. Дослідження базується на аналізі дискурсу щодо факторів електоральної поведінки населення та причинності в політичному виборі в англійській літературі з урахуванням українського контексту. Розкрито географічні аспекти теорії економічного голосування, моделі лійки причинності, теорії моральних засад Джонатана Хайдта; уточнено розуміння теорії розломів С. М. Липсета та С. Роккана, ефекту сусідства та ефекту друзів і сусідів, ролі географічного масштабу та місця-як-контексту в електоральних студіях в Україні. Розкриті в статті теоретичні надбання світових електоральних студій створюють передумови для покращення якості електорально-географічних досліджень в Україні.

**Ключові слова:** теорія розломів; теорія моральних засад; місце-як-контекст; економічне голосування; ефект сусідства.

**M. P. Dobysh**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

**CURRENT TRENDS IN ELECTORAL GEOGRAPHY STUDIES IN THE WORLD AND DEVELOPMENT OF ELECTORAL GEOGRAPHY IN UKRAINE**

The paper aims to reveal opportunities to use contemporary methodological and theoretical contributions of the world electoral and interdisciplinary studies. The research is based on academic discourse analysis of the factors of electoral behavior and causality of electoral choice in the English literature in respect to Ukrainian context. The paper reveals geographical aspects of economic voting, funnel of causality model, Haidt's moral foundations theory, clarifies the use of Lipset-Rokkan cleavages model, neighborhood effect, effect of friends and neighbors, the role of scale and place-as-context in electoral studies in Ukraine. Introduced theoretical and methodological studies create preconditions to increase quality of electoral geography studies in Ukraine.

**Keywords:** cleavages model; moral foundations theory; place-as-context; economic voting; neighborhood effect.

**Актуальність теми дослідження**

Перші відомі нам намагання концептуалізувати електорально-географічні дослідження як новий напрямок суспільної географії в Україні були зроблені в 1999-2002 роках в дисертаційних дослідженнях Є. А. Хана [1] та В. М. Миронюка [2], а також статті Я. Б. Олійника та В. Б. Шишацького [3]. З того часу не лише їх інтерпретативні, а й аналітично-описові можливості не були належно розвинуті для пояснення територіальних відмінностей в політичних поглядах. У західній електоральній географії проблемою є обмеження її інтерпретаційних можливостей, тоді як для України залишається невирішеним питання базових методологічних засад та ознайомленості з теоретичною широтою розуміння територіальних відмінностей в політичних поглядах, напрацьованих за кордоном. Водночас західні теоретичні

та методологічні рамки потребують контекстуалізації до умов України та розуміння їх сильних і слабких сторін.

**Стан вивчення питання**

Перші спроби електорально-географічних досліджень в Україні мали регіональний фокус. Зокрема в 1999 р. було здійснено дисертаційне дослідження з електоральної географії Криму [1], а в 2002 р. - стосовно галицьких областей [2]. Друга хвиля досліджень, в 2006-2007 роках, зробила спробу не тільки охопити всю територію країни, а й розширити концептуальні рамки, зокрема стосовно таких питань: понятійно-термінологічний апарат, регіональна поляризація політичних поглядів в Україні, етно-лінгвістичний фактор електоральної поведінки [4 - 6], вплив периферійності в депресивних районах на поведінку виборців [7], географічні особливості та чинники політичної поведінки регіону [8] та інші.

У цей же період питання електоральної географії було включено до підручника з політичної географії за редакцією Б. П. Яценка [9]. Наразі теоретичні огляди суті електорально-географічних досліджень уже прийнято включати до нових підручників з політичної географії в Україні (наприклад, [10, 11]).

При цьому бракує досліджень конкретних ситуацій, а також ширшого розуміння теоретичних і методологічних засад географічних досліджень політичних поглядів. Щодо першого, то в 2011 р. видано монографію, присвячену політико-географічним процесам у Чернівецькій та Закарпатській областях [12], у якій розглядаються й питання електоральної поведінки населення.

Слід зауважити, що дослідження цих питань відбувається у рамках адміністративних меж, вони спираються на доступну державну статистику, пропонують штучне дослідницьке районування, яке не обов'язково відображає реальну географію політичних процесів, а також недостатньо ознайомлені з теоретичними моделями, напрацьованими в світі, що обмежило результати проведених досліджень.

Спробою запропонувати нові методологічні рамки для досліджень електоральної географії України була стаття Ю. С. Брайчевського [13] про концепцію місця Дж. Егню як відхід електоральної географії від описових моделей територіальних особливостей результатів виборів до пояснення електоральної поведінки через географічні чинники. Слід відмітити й спробу цього автора [14] розпочати дискусію щодо методів електорально-географічних досліджень на прикладі методу регресійного аналізу.

### **Мета та методологія дослідження**

З огляду на уже широко окреслену в літературі роль композиційних характеристик (етнічної та мовної структури населення, соціально-економічних та демографічних характеристик населення певної території) та розкриті Ю. С. Брайчевським [13, 15] теорію політичної культури, а також концепцію місця Дж. Егню, у даному дослідженні не будемо детально зупинятися на цих підходах до електорально-географічних досліджень. Натомість, попри широку цитованість теорії розломів С. М. Ліпсета та С. Роккана [16], ми зупинимось на семантичній різноманітності у вживанні концепту «розлом» та пов'язаних з цим проблем і водночас розкриємо результати праць, які доповнювали модель Ліпсета-Роккана. Також

увагу зосереджено на розумінні локальних особливостей голосування та місця-як-контексту, які наразі домінують в західній географії. Водночас метою статті є не лише залишитися в рамках географії, а й спробувати показати потенціал географічних досліджень, використовуючи міждисциплінарні підходи, а саме: американську модель лійки причинності для комплексного пояснення електоральної поведінки населення, економічне голосування та теорію моральних засад.

### **Виклад основного матеріалу**

#### ***Ефекти контексту та структури населення***

Пояснення територіальних відмінностей у політичних поглядах через структуру населення певної території сягає ще перших електорально-географічних досліджень у Західній Європі. Зокрема, ще в 1913 р. А. Зігфрід стверджував про відмінності електоральних вподобань між католиками та протестантами у Франції, а в 1916 р. А. Е. Кребхейл виявив кореляцію між видом зайнятості та підтримкою партій у Великобританії. Ще 80 років тому з'явилося й перше дослідження, в якому запропоновано альтернативний погляд на територіальні відмінності – *ефект контексту*. Шведський дослідник Г. Тінгстен, досліджуючи електоральну статистику та структуру населення Стокгольма за 55 округами, виявив, що в округах, де робочий клас складає більшість, частка голосів за соціалістичну партію є більшою від частки самого робочого класу в окрузі [17], тобто представники інших соціальних груп починають голосувати, не слідуючи закономірностям голосування своєї групи, а підтримувати політичні сили, які найпопулярніші в їхньому районі.

За аналогічним принципом пошуку кореляцій, і для сучасної України, але використовуючи складніші й більш контрольовані регресійні моделі, дослідники говорять про вплив етнічного та мовного складу населення, а також регіонального чинника на результати виборів [18 - 24]. Регіональний фактор у цьому випадку є нічим іншим як змінною, яка при контрольованості всіх доступних соціально-демографічних характеристик населення корелює з результатами виборів.

Проблема такого підходу в тому, що за його допомогою намагаються пояснити індивідуальний вибір через збірні категорії (соціальної групи чи населення адміністративної одиниці), що відразу натикається на статистичну похибку, яку називають екологічною. Чим більшою за розміром буде ця об'єднуюча категорія (наприклад, область,

а не район), тим більшою є похибка. Також такий підхід не має інтерпретативної сили, тобто не зрозуміло, чому саме так голосують люди, які відносяться до певної категорії. Дж. Егню [25] стверджує, що причинність може бути зрозумілою лише як соціальний механізм, який перетворює соціальну структуру на індивідуальну дію.

Спробою розширити інтерпретативні рамки електоральної географії було використання поняття «контекст». Спочатку воно обмежувалося до відомого в україномовному перекладі «*ефекту сусідства*», хоча, щоб уникнути термінологічної та змістової плутанини з «ефектом друзів та сусідів», краще було б перекладати як «ефект околиці» чи «ефект району». Суть ефекту сусідства полягає в тому, що локальний контекст інтерпретується як вплив на результати голосування інтенсивності місцевих комунікацій в сім'ї, родині, з друзями, на роботі, з сусідами та інших, які зазвичай обмежені до локальної території, де людина проживає, тоді як *ефект друзів і сусідів*, про який вперше ще у 1949 р. написав О. Кей, вказує на сильнішу підтримку кандидатів, які родом з певного місця чи там проживають. Наприклад, К. Ацаймер та Дж. Еванс [26, 27] показали статистичну значущість відстані від місця проживання кандидата до місця проживання виборця на виборах у Великобританії в 2010 та 2015 роках.

Навіть більше - ефект сусідства має не лише комунікаційну складову, яка дуже звужує розуміння контексту. Т. А. ван Дійк [28], наприклад, стверджує, що контекстом є все те, що учасники конкретної соціальної ситуації вважають за важливе. Проблемою є те, що географічне розуміння контексту, наприклад, місця-як-контексту в теорії Дж.Егню [25], важко формалізувати і зробити вловимим за допомогою кількісних методів дослідження, які домінують в сучасній науці. Ефект сусідства часто досліджують за допомогою соціологічних опитувань, хоча, як зазначають деякі дослідники [29], саме недостатня кількість даних для адекватного вивчення локального контексту електоральної поведінки та її територіальних відмінностей є головною проблемою.

Отже, контекст у географії зазвичай розуміють як ефект сусідства, якщо йдеться про кореляцію з результатами голосування місцевості проживання чи ефект регіону, коли саме регіон проживання набуває прогностичної сили у поясненні політичного вибору населення. Однак, сам факт наявності

тих статистичних взаємозалежностей не має пояснювальної сили. У випадку ефекту сусідства західні географи найчастіше роблять спроби знайти причинно-наслідкові зв'язки, аналізуючи закономірності комунікації на індивідуальному рівні, апелюючи до підпорядкування соціальним нормам, які панують на території чи впливу інституцій, які локально впливають на індивідуальну поведінку.

Наприклад, в американських електоральних студіях ефект сусідства демонструється фактом, що в громадах, які мають більше індивідуальних контактів поза громадою, ймовірність підтримки партії, яка має електоральну перевагу в спільноті, зменшується [30]. Водночас Дж. Егню [25] робить спроби вивести вплив контексту лише з локального рівня дослідження та стверджує, що місце-як-контекст об'єднує в собі впливи на різних географічних рівнях.

### **Економічне голосування**

Не полишеним впливу контексту є й так зване *економічне голосування* (economic voting), яке зазвичай пояснюється раціональними теоріями політичного вибору. Цей феномен проаналізували британські географи Р. Дж. Джонстон та Ч. Патті [29], як і його географічну складову. Досліджувати економічні чинники голосування можна аналізуючи кореляції об'єктивних змін економіки з результатами голосування (наприклад, рівня безробіття), що фактично також є аналізом економічного контексту, в якому відбувається політичний вибір. При цьому слід зазначити, що сприйняття людьми стану економіки може відрізнятися від об'єктивних показників через упередження, індивідуальний досвід та обмеженість в доступі до інформації.

Окремим випадком є й так звані *соціотропні виборці*, які в оцінці економічного стану спираються не на власний досвід, а на бачення стану економіки в суспільстві загалом. У цьому випадку виникає питання ролі географічного масштабу в такому сприйнятті: що сприймається як суспільство, яке має спільні економічні негаразди чи успіхи? Це може бути локальна спільнота (наприклад, громада), регіональна спільнота (вплив регіональної ідентичності) та нація загалом. Це питання може бути ускладнене етнічним чинником, виділенням певної соціальної групи за релігійним, класовим чи іншим підходом, коли питання поділу починають політизуватися в риторичі політичних сил.

Іншим залежним від контексту аспектом економічного голосування є питання причинності: чи підтримка конкретної політичної партії або кандидата виливається в упереджену оцінку стану економіки та свого достатку чи, навпаки, сприйняття стану економіки виливається у вибір конкретної партії або кандидата? До того ж, партії в своїх електоральних кампаніях можуть експлуатувати сприйняття виборцями стану економіки чи то індивідуально, чи на локальному, регіональному та національному рівнях (або навіть й на глобальному).

Ще однією неоднозначністю економічного голосування є те, чи виборці оцінюють стан економіки ретроспективно чи перспективно. Відбиток може накладати й політична освіченість виборців, а саме розуміння, які інституції мають вплив на економіку і яким чином (наприклад, хто має більший вплив президент чи парламент).

Р. Дж. Джонстон та Ч. Патті [29] також наголошують на тому, що географія нерівномірного розвитку може бути одним з ключових факторів для прийняття рішення тими, хто ставить на перше місце вагу економічних факторів.

Зауважимо, що для електоральних досліджень в Україні ми маємо недостатньо матеріалу для висновків щодо впливу економічного голосування на результати виборів та їх територіальних паттернів. Для прикладу, в США постійні соціологічні опитування на кожних виборах дають можливість дивитися на це питання в ретроперспективі та зважувати вагу кожного з факторів електоральної поведінки населення. Наприклад, у фундаментальній праці [31] емпірично показано, що третина виборців в США використовує економічні аргументи для пояснення свого політичного вибору.

### *Модель лійки причинності*

На основі багатого багаторічного емпіричного матеріалу, зібраного в США, американські дослідники електоральної поведінки [32] запропонували модель лійки причинності як організаційних рамок, які можуть всебічно охопити вибір, за кого голосувати. Поняття лійки використовується метафорично, щоб наголосити на тому, як відбувається фільтрування політичного вибору від довготермінових факторів (соціологічні, психологічні, географічні та історично-інституційні) в широкій її частині до короткострокових (соціально-психологічних, політико-психологічних, економічних та комунікаційних), пройшовши через

вузький фільтр яких з'являється остаточний вибір [32, с. 28]. На прикладі виборів в США в 2000 р., дослідники встановили таку структуру політичних ідей серед широких мас населення [32]:

1) мислять широкими ідеологічними категоріями – 24.6%;

2) мислять відповідно до групової приналежності чи середовища проживання – 30.2%;

3) враховують економічні фактори – 28.9%;

4) міркують у віддалених від політичних проблем термінах – 16.3%.

На перший погляд ця модель позбавлена географічності й обмежує географічні чинники лише до довгострокових та вузької групи географічних особливостей соціальної та демографічної структури населення та ефекту сусідства. З іншого боку, географічність присутня в кожній з наведених груп. Наприклад, як вище в статті описано у випадку економічного голосування. Щоправда ця модель теж впирається в проблему причинності, не даючи відповіді на питання як соціальна структура переходить в індивідуальну дію, і для кожної з країн можуть бути свої групи впливових чинників, і їх ваговий вплив може коливатися від виборів до виборів.

### *Теорія розломів*

Шукаючи відповіді на питання причинності, С. М. Ліпсет та С. Роккан ще у 1960-их роках дійшли цікавих висновків на основі порівняльно-історичного дослідження формування політичних систем в Скандинавських та Західно-Європейських країнах. Вони стверджують, що виборці зіштовхуються з історично даними політичними «пакунками» між якими роблять вибір. Не розуміючи, як ці «пакунки» створювалися, неможливо зрозуміти нюансів політичного вибору. За їх дослідженням, історичні процеси (у випадку Західної Європи – національна та індустріальна революції) визначають конфліктуючі інтереси у суспільстві. Однак, протиріччя можуть виникнути з широкого кола соціальних відносин, але лише окремі з них поляризують політику будь-якої даної системи [16, с. 5]. Партії ж виступають як інститути, які роблять розломи очевидними для суспільства та кристалізують їх, щоб мобілізувати виборця. Однак, парадокс полягає в тому, що для того, щоб політична партія виникла, повинен бути розлом всередині еліти країни, і саме цей розлом в майбутньому кристалізується в партійній системі.

Один з вимірів такої кристалізації за названим



джерелом є чітко географічним: опозиція периферії до центру чи розкол еліт всередині центру, інший – функціональним: розкол на основі різниці в економічних інтересах чи ідеологічних позиціях. Жоден з конфліктів, які кристалізуються, за авторами, не проходить виключно по одній лінії, функціональній чи територіальній. Автори також ставлять чіткі питання, на які потрібно знайти відповіді, щоб зрозуміти як соціокультурний конфлікт перетворюється на опозицію між партіями:

- 1) традиції прийняття рішень в країні;
- 2) шляхи вираження та мобілізації протестів;
- 3) можливості та ціна укладання політичних союзів;
- 4) можливості та обмеження принципу більшості у системі.

Відповідно, більшість досліджень, які оперують поняттям «розлом», спираються не на первинні ідеї цих авторів та не шукають відповіді на те, які та як розломи історично формуються за лаштунками партійного будівництва та на яких принципах політичні сили готові об'єднуватися, а на вираз політичного «розлому» в суспільстві на основі результатів виборів, тобто фактично *post hoc*, оминаючи ключове пояснення існуючого стану справ.

А. Лайпхарт на основі аналізу політичних процесів у Західній Європі в післявоєнні роки доповнив модель Ліпсета-Роккана чотирма новими розломами [16]:

- 1) на основі зовнішньополітичних орієнтацій (найчастіше ізоляціонізм проти інтеграційних рухів);
- 2) ставлення до ліберальної демократії (ті, що її підтримують, і ті, що пропонують альтернативи, зазвичай авторитарні);
- 3) енвайронменталізм (на основі політизації проблем навколишнього природного середовища);
- 4) ставлення до партисипативної демократії.

Однак, це знову ж таки модель для Західної Європи, яка має обмежене застосування в контекстах інших країн світу. Г. Кітшельт [32] запропонував модель розломів для Східної Європи, яка включає три лінії конфлікту:

- 1) щодо розуміння громадянства як інклюзивного чи етноцентричного;
- 2) у виборі структур врядування (лібералізм проти авторитаризму);
- 3) економічної системи і розподілу ресурсів (економічного лібералізму проти популістського перерозподілу ресурсів державою).

Згідно з таким розумінням теорії розломів в

українському контексті радше буде шукати не етнічні та мовні протиріччя, які корелюють з результатами на виборах, а територіальні аспекти формування українських політичних еліт та фінансово-олігархічних груп і розколів та союзів всередині їх. Для прикладу, в цьому випадку можна окреслити групи, для яких економічний інтерес полягає в закритості українського ринку для іноземних компаній, адже їх бізнес не є конкурентним в умовах вільного ринку. За А. Лайпхартом, це можна назвати розломом у зовнішньополітичних орієнтаціях.

### **Теорія моральних засад**

Коли розлом всередині еліт сформований, все ж питання мобілізації населення на виборах саме по цій лінії поділу залишається відкритим. Ще однією з міждисциплінарних теорій, яка робить спробу пояснити як партії завойовують голоси виборців, є теорія моральних засад Дж. Хайдта. Вона має два ключових постулати [33]:

- 1) щоб отримати голос виборця, політична партія чи кандидат мають активізувати щонайменше одну моральну засаду свого виборця, щоб мотивувати його прийти на вибори й проголосувати;
- 2) при бажанні змінити погляди людей потрібно звертатися до їх емоцій.

У цій теорії виділено шість моральних засад, які виникли еволюційно. Хоча автор використовував їх для розрізнення лібералів та консерваторів у США, їх можна використовувати ширше для розуміння політичних поглядів населення в різних країнах світу.

Першою моральною засадою, яка впливає на політичні погляди за Дж. Хайдтом, є засада *піклування/шкоди* (care/harm), яка в американському контексті пояснює чутливість лібералів до питань меншин та пригноблених груп, а консерваторами активізується по відношенню до нації загалом.

Друга засада, *справедливості/шахрайства* (fairness/cheating) – проводить лінію між лівими як такими, що розуміють справедливість як рівність, та правими як такими, що розуміють її як пропорційність (кожен отримує пропорційно від вкладеної праці навіть якщо це призводить до нерівності у суспільстві).

Третя засада – *лояльності/зради* (loyalty/betrayal) активізується при загрозі чи виклику для цілісності групи і сильніше проявляється у консерваторів як пошук символів унікальності своєї групи чи в боротьбі проти загроз, які можуть розмити групову ідентичність.

Четверта засада – *влади/перевороту* (authority/subversion) проявляється в ієрархічності суспільств. Однак, Дж. Хайдт наголошує, що владу (authority) слід відрізнити від сили (power), адже влада несе відповідальність за стан справ та її можуть скинути, якщо вона не виконує свої функції.

П'ятою є засада *святості/деградації* (sanctity/degradation), що найчастіше проявляється в табу окремих ідей та сильніше проявляється серед консерваторів як відразу до соціальних явищ (наприклад, одностатевих шлюбів чи абортів).

Для повноти висвітлення моральних засад політичної поведінки лібералів було виявлено ще засаду *свободи/утис-ку* (liberty/oppression). Її політичним проявом в американському суспільстві є антикапіталістичні рухи (типу «Захопи Волл-стрит»), які вважають капіталістичну систему пригнобленням їх особистих прав і свобод.

Хоча теорія моральних засад є універсальною за своїм змістом, але, як стверджують Р. Лі та М. Д. Сміт [34, с. 3], універсальні поняття моралі піддаються постійному впливу географічної практики та партикулярності. Для Р. Д. Сака [35] мораль взагалі стоїть в центрі його концепту *homo geographicus* та розуміння географічного місця. Відповідно, з географічної точки зору, теорія моральних засад може бути контекстуалізована під конкретне місце чи регіон. Наприклад, питання групової лояльності буде залежати від політики географічного масштабу (на якому рівні політизується ідентичність: локальному, регіональному чи національному, і одночасно це може відбуватися на кількох рівнях та різними партіями на різних рівнях). Розуміння справедливості близьке за суттю до економічного голосування, але глибше розглядає проблему мотивації та переходу від контексту до індивідуальної дії (дія є результатом відчуття несправедливості в економічній системі країни, в положенні регіону, локальній ситуації чи власному гаманці). Крім того, активізація зазначених засад може залежати від характеру електоральних кампаній та інтенсивності агітації, які, в свою чергу, можуть мати географічні аспекти організації.

### **Вплив уявлених географій (*imagined geographies*)**

Як стверджує А. Б. Мерфі, географічні узагальнення можуть самі по собі впливати на прийняття кандидатами та партіями рішень як і де проводити виборчу кампанію та зміст їх політичної програми. Відповідно, якщо в Україні розлом

по лінії Схід-Захід вважається універсальною ментальною схемою, то і політичні партії його закріплюють у своїх електоральних кампаніях. Подібним чином, але з інших причин, у Великобританії в повоєнні роки існував електоральний розлом Південь-Північ, який також підтримувався виборчими кампаніями політичних партій, однак зі зміною політики уряду щодо перерозподілу ресурсів та зміни стратегії електоральних кампаній він відійшов на другий план розуміння електоральної географії країни. Р. Дж. Джонстон та Ч. Патті [29] також простежили, що з появою радіо та телебачення локальний аспект електоральних кампаній перестав сприйматися як ефективний у Великобританії, але з появою дедалі нових наукових досліджень, які вказували на вплив локального контексту на поведінку виборців, він знову почав використовуватися як один з головних інструментів виборчої інженерії.

Географічні узагальнення можуть стосуватися й локального рівня. Наприклад, територіально зосереджені етнічні, мовні, класові чи релігійні групи можуть ставати об'єктом сфокусованої електоральної кампанії або ж це може вилитися у етнічно-партійні союзи, коли підтримка партії етнічною меншиною дає їй (чи її еліті) певні привілеї. Отже те, як прийнято уявляти географічні поділи країни, впливає на їх кристалізацію в політичній системі чи, навпаки, на відхід від усталених практик. Причинно-наслідковий механізм такого впливу слідує психологічному феномену *провіщення, яке самозбувається* (self-fulfilling prophecy), коли віра виливається у конкретний набір моделей поведінки, який і призводить до того, що те, в що вірилося, стає дійсністю.

Наприклад, якщо політтехнологи вірять в те, що розлом Схід-Захід в Україні є ключовою лінією, яка розділяє електорат, то їх дії і виливаються в те, що електорат починає поляризуватися по цій лінії. Водночас, якщо вони зауважать критичність локальних контекстів, то різноманіття географічних місць проявиться на електоральній мапі в силу зміни підходу до ведення передвиборчих кампаній.

### **Висновки**

Географія електоральної поведінки населення – це більше ніж просто географічні закономірності соціальної структури населення різних територій (їх соціально-демографічної та економічно-соціальної композиції), які корелюють або ні з результатами виборів. Місце-як-контекст та регі-

он-як-контекст, проблема політики географічного масштабу в організації електоральних кампаній та політичних процесах в країні загалом, як і географічна обрамленість економічних процесів та сприйняття ситуації населенням в географічних місцях різного масштабу створюють ширші можливості для електорально-географічних досліджень. Крім того, електоральна географія може не обмежуватися аналізом географії підтримки, а й концентруватися на географії сили, тобто територіальних відмінностях у взаємодії та розломах серед еліт.

Разом з тим, не слід забувати про потенціал міждисциплінарних досліджень. Наприклад, розглянута у статті теорія моральних засад може бути географічно контекстуалізована в Україні. Також

зауважимо, що розглянуті в статті підходи не є всеохоплюючими, і в електорально-географічних дослідженнях України варто звертати увагу й на постколоніальну теорію, центр-периферійні відносини, політику пам'яті та ідентичності, а також вплив типу електоральної системи на результати та характер виборів.

У цій публікації зроблено спробу ввести в електорально-географічний дискурс в Україні та в методологію наступних електорально-географічних досліджень висвітлені напрацювання зарубіжних авторів, зокрема моделі лійки причинності та теорію моральних засад, економічне голосування та уточнені розуміння теорії розломів, ефекту сусідства, ефекту друзів та сусідів.

### References [Література]

1. Khan Ye. A. (1999). *Electoral geography of Crimea*. The dissertation author's abstract for obtaining a degree of candidate geogr. sciences. Odesa. [In Ukrainian].  
[Хан Є. А. Електоральна географія Криму: автореферат дисертації ... канд. геогр. наук. Одеса, 1999. 17 с.]
2. Myroniuk V. M. (2002). *Electoral geography of the region (on the materials of Galician oblasts): the dissertation author's abstract for obtaining a degree of candidate geogr. sciences*. Lviv. [In Ukrainian].  
[Миронюк В. М. Електоральна географія регіону (на матеріалах галицьких областей): автореферат дисертації ... канд. геогр. наук. Львів, 2002. 17 с.]
3. Oliynyk Ya. B., Shyshatskyi V. B. (2002). Electoral Geography. New field in Ukrainian Human Geography. *Economic and Social Geography*. Iss. 53, 12–21. [In Ukrainian].  
[Олійник Я. Б., Шишацький В. Б. Електоральна географія - новий напрямок суспільної географії в Україні // Економічна та соціальна географія. 2002. Вип. 53. С. 12–21.]
4. Shyshatskyi V. B. (2006). Electoral-geography polarization in Ukraine as factor of regional destabilization of the country. *Taras Shevchenko National university of Kyiv Bulletin (Series: Geography)*. Iss. 53, 27–30. [In Ukrainian].  
[Шишацький В. Б. (2006). Електорально-географічна поляризація в Україні як чинник регіональної дестабілізації держави // Вісник Київського нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка (Серія Географія). 2006. Вип. 53. С. 27–30.]
5. Shyshatskyi V. B. (2007). Influence of ethnolinguistic factor on electoral geography space of Ukraine. In *Regional problems in Ukraine: Geographical analysis and search for solutions*. Kherson, 360 p. [In Ukrainian].  
[Шишацький В. Б. Вплив етнолінгвістичного фактора на електорально-географічний простір України // Регіональні проблеми України: Географічний аналіз та пошук шляхів вирішення : зб. наук. пр. Херсон, 2007. 360 с.]
6. Shyshatskyi V. B. (2007). To the question of scientific theory and methodology in electoral geography. *Economic and Social Geography*. Iss. 57, 21–26. [In Ukrainian].  
[Шишацький В. Б. До питання про наукову теорію і термінологію електоральної географії // Економічна та соціальна географія. 2007. Вип. 57. С. 21–26.]
7. Dnistrianskyi M. S. (2007). Periphery of social development of distant depressive rayons of Ukraine as factor of electoral behavior. *Visnyk of the Lviv University (Series Geography)*. Iss. 34, 83-89. [In Ukrainian].  
[Дністрянський М. С. Периферійність соціального розвитку віддалених депресивних районів України як чинник електоральної активності населення // Вісник Львівського ун-ту (Серія: Географічна). 2007. Вип. 34. С. 83-89.]
8. Holod A. P. (2007). *Human-Geographical Aspects of Region Population Political Behavior (On the Materials of L'viv region)*. The dissertation author's abstract for obtaining a degree of candidate geogr. sciences. Lviv, 17 p. [In Ukrainian].  
[Голод А. П. Суспільно-географічні аспекти політичної поведінки населення регіону (на матеріалах Львівської області): автореферат дисертації ... канд. геогр. наук. Львів, 2007, 17 с.]
9. Podolskyi A. O. (2007). Electoral Geography as field of Political Geography. In *Political Geography and Geopolitics*. Ed. V.P. Yatsenko. Kyiv, 109–137. [In Ukrainian].  
[Подольський А. О. Електоральна географія як напрям політичної географії // Політична географія та геополітика (за ред. Б. П. Яценка). Київ, 2007. С. 109-137.]
10. Dnistrianskyi M. S. *Political Geography of Ukraine*. Lviv, 2014, 348 p. [In Ukrainian].  
[Дністрянський, М. С. Політична географія України : навчальний посібник. Львів, 2014. 348 с.]
11. Siutkin S. I. (2017). *Political Geography*. Sumy, 120 p. [In Ukrainian].

- [Сюткін С. І. *Політична географія: навчальний посібник*. Суми, 2017. 120 с.]
12. Sklyarska O. (2011). *Political-geographical processes in Zakarpatska and Chernivetska oblasts*. Lviv, 228 p. [In Ukrainian].  
[Склярська О. Політико-географічні процеси в Закарпатській і Чернівецькій областях: монографія. Львів, 2011. 228 с.]
  13. Braychevskiy Yu. S. (2013). The concept of place as a factor of electoral behavior and regional political polarization in Ukraine. *Economic and Social Geography*, Iss. 67, 67–74. [In Ukrainian].  
[Брайчевський Ю. С. Концепція місця як чинника електоральної поведінки та регіональна політична поляризація в Україні // Економічна та соціальна географія. 2013. Вип. 67. С. 67–74.]
  14. Braychevskiy Yu. S. (2014). The Use of Regression Analysis in Human-Geographic Studies: The Case of Electoral Behavior Analysis. *Economic and Social Geography*, Iss.70, 66–72. [In Ukrainian].  
[Брайчевський Ю. С. (2014). Використання методу регресійного аналізу у суспільно-географічних дослідженнях на прикладі вивчення електоральної поведінки // Економічна та соціальна географія. 2014. Вип 70. С. 66–72.]
  15. Braychevskiy Yu. S. (2012). The problem of regional polarization of socio-political development of Ukraine in foreign literature. *Geography and Tourism*, Iss. 22, 233-240. [In Ukrainian].  
[Брайчевський Ю. С. Проблеми регіональної поляризації суспільно-політичного розвитку України у зарубіжній літературі // Географія та Туризм. 2012. Вип. 22. С. 233–240.]
  16. Lipset S. M., & Rokkan S. (1967). Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments: An Introduction. In *Party systems and voter alignments; cross-national perspectives* (pp. 1–50).
  17. Prescott J. R. V. (1959). The Function and Methods of Electoral Geography. *Annals of the Association of American Geographers*, 49(3), 296–304. <https://doi.org/10.1525/jsah.2010.69.3.430.display>
  18. Barrington L. W., & Herron E. S. (2004). One Ukraine or many? Regionalism in Ukraine and its political consequences. *Nationalities Papers*, 32 (1), 53–86. <https://doi.org/10.1080/0090599042000186179>
  19. Birch S. (2000). Interpreting the Regional Effect in Ukrainian Politics. *Europe-Asia Studies*, 52(6), 1017–1041. <https://doi.org/10.1080/09668130050143815>
  20. Clem R. S., & Craumer P. R. (2008). Orange, Blue and White, and Blonde: The Electoral Geography of Ukraine's 2006 and 2007 Rada Elections. *Eurasian Geography and Economics*, 49 (2), 127–151. <https://doi.org/10.2747/1539-7216.49.2.127>
  21. Frye T. (2015). What Do Voters in Ukraine Want? A Survey Experiment on Candidate Ethnicity, Language, and Policy Orientation. *Problems of Post-Communism*, 62, 247–257. <https://doi.org/10.1080/10758216.2015.1026200>
  22. Katchanovski I. (2014). East or West? Regional Political Divisions in Ukraine since the Orange Revolution and the Euromaidan. *American Political Science Association*, 1-43. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
  23. Khmelko I. S., Semenova E., Teleshun S., & Titarenko A. (2011). Regionalism in Ukraine and Its Role in the Ukrainian Politics. *Journal of East European and Asian Studies*, 2 (1), 93–110.
  24. O'Loughlin J. (2001). The regional factor in contemporary Ukrainian politics: scale, place, space, or bogus effect? *Post-Soviet Geography and Economics*, 42, 1–33. <https://doi.org/10.1080/10889388.2001.10641161>
  25. Agnew J. (1996). Mapping politics: How context counts in electoral geography. *Political Geography*, 15(2), 129–146. [https://doi.org/10.1016/0962-6298\(95\)00076-3](https://doi.org/10.1016/0962-6298(95)00076-3)
  26. Arzheimer K., & Evans J. (2012). Geolocation and voting: Candidate-voter distance effects on party choice in the 2010 UK general election in England. *Political Geography*, 31(5), 301–310. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2012.04.006>
  27. Evans J., Arzheimer K., Campbell R., & Cowley P. (2017). Candidate localness and voter choice in the 2015 General Election in England. *Political Geography*, 59, 61–71. <https://doi.org/10.1016/J.POLGEO.2017.02.009>
  28. van Dijk T. A. (2009). *Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk*. Cambridge University Press, 227 p.
  29. Johnston R. J. & Pattie C. J. (2006). *Putting voters in their place : geography and elections in Great Britain*. Oxford University Press, 336 p.
  30. Lewis-Beck M., Norpoth H., Jacoby W., & Weisberg H. (2008). *The American Voter Revisited*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 479 p. <https://doi.org/10.3998/mpub.92266>
  31. Johnston R. J., Shelley F. M., & Taylor P. J. (Eds.). (1990). *Developments in Electoral Geography*. New York: Routledge, 272 p.
  32. Kitschelt H. (1995). Formation of Party Cleavages in Post-Communist Democracies: Theoretical Propositions. *Party Politics*, 1(4), 447–472. <https://doi.org/10.1177/1354068895001004002>
  33. Haidt J. (2012). *The righteous mind : why good people are divided by politics and religion*. Pantheon Books, 419 p.
  34. Lee R., & Smith D. M. (2004). Introduction: Geographies of Morality and Moralities of Geography. In *Geographies and Moralities: International Perspectives on Development, Justice and Place* (pp. 1–12).
  35. Sack R. D. (1997). *Homo Geographicus: A Framework for Action, Awareness, and Moral Concern*. Johns Hopkins University Press, 292 p.

Стаття надійшла до редакції 16.10.2018