

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра політичної соціології



ЗАТВЕРДЖЕНО

В.Н. декана соціологічного факультету

В'ячеслав НІКУЛІН

«28» червня 2024 року

Робоча програма навчальної дисципліни
ЕЛЕКТОРАЛЬНА СОЦІОЛОГІЯ

рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**

галузь знань **05 Соціальні та поведінкові науки**

спеціальність **054 Соціологія**

освітньо-професійна програма «**Соціально-політичні та маркетингові дослідження**»

вид дисципліни **обов'язкова**

факультет **соціологічний**

2024/2025 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету протокол №9 від “26” червня 2024 року.

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Запорожченко Руслан Олександрович – доктор філософії з політології, старший викладач закладу вищої освіти кафедри політичної соціології соціологічного факультету.

Програму схвалено на засіданні кафедри політичної соціології протокол №12 від “21” червня 2024 року.

Завідувач кафедри



Дмитро БОЙКО

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми «Соціально-політичні та маркетингові дослідження»

Гарант освітньої програми



Олена МУРАДЯН

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету. Протокол №8 від “26” червня 2024 року.

Голова методичної комісії



Юлія Сорока

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Електоральна соціологія» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 054 Соціологія.

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Електоральна соціологія» є ознайомлення студентів із соціологічними теоріями електоральної поведінки, з основними діючими моделями голосування, методами вивчення електоральних процесів, правилами розробки соціологічних досліджень електоральної поведінки.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

1.2.1. Ознайомити з історією дослідження електоральних настроїв та електоральної поведінки населення у західній та вітчизняній соціології.

1.2.2. Систематизувати основні поняття, поширені в теорії та практиці електоральної соціології.

1.2.3. Розглянути особливості використання сучасних методів дослідження в електоральній соціології.

1.2.4. Висвітлити сучасні політичні процеси та особливості їх вивчення в електоральній соціології.

1.2.5. Сформувати здатність до самостійного соціологічного дослідження електоральних процесів.

1.3. Кількість кредитів – 4

1.4. Загальна кількість годин – 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов'язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	4-й
Семестр	
7-й	7-й
Лекції	
26 год.	10 год.
Практичні, семінарські заняття	
26 год.	4 год.
Лабораторні заняття	
Самостійна робота	
68 год.	106 год.
Індивідуальні завдання	
8 год. за рахунок самостійної роботи	

1.6. Заплановані результати навчання

Відповідно до вимог освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких результатів навчання:

ЗНАТИ:

- Специфіку та особливості електоральної соціології.
- Політичні та маркетингові технології, які використовуються в електоральній соціології.
- Теоретико-методологічне підґрунтя електоральної соціології.
- Тенденції та прояви використання електоральної соціології.
- Зв'язок електоральної поведінки та політичної культури громадянського суспільства.

ВМІТИ ТА ВОЛОДІТИ НАВИЧКАМИ:

- Аналізувати конкретні прояви електоральної поведінки на різних масивах.
- Визначати фактори електоральної поведінки та ступінь їхнього впливу.
- Розробляти інструментарій для аналізу та прогнозування електоральної поведінки.
- Розробляти та проводити емпіричні соціологічні дослідження електоральної поведінки, аналізувати та використовувати отримані дані в професійній діяльності.
- Робити експертний аналіз електоральних процесів.

Курс сприятиме формуванню наступних загальних компетентностей:

ЗК 1. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК 5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 10. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

У результаті вивчення навчальної дисципліни повинні бути сформовані наступні спеціальні компетентності:

СК 03. Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому.

СК 04. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.

СК 05. Здатність самостійно планувати, організувати та проводити соціологічне дослідження.

СК 06. Здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки та рекомендації.

СК 07. Здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців та нефахівців.

СК 08. Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога.

Також будуть сформовані наступні програмні результати навчання:

ПРН 01. Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності.

ПРН 04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних задач.

ПРН 07. Вміти використовувати інформаційно- комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.

ПРН 08. Обґрунтовувати власну позицію, робити та аргументувати самостійні висновки за результатами досліджень і аналізу професійної літератури.

ПРН 10. Володіти навичками збору соціальної інформації з використанням кількісних та якісних методів.

ПРН 11. Презентувати результати власних досліджень для фахівців і нефахівців.

ПРН 12. Знати та дотримуватися етичних норм професійної діяльності соціолога.

ПРН 13. Відтворювати факти (дати, події, принципи й закономірності суспільного розвитку), встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між подіями, явищами, робити висновки, аргументувати свої думки.

2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Вступ до електоральної соціології.

Введення в основні поняття електоральної соціології, включаючи визначення предмету та об'єкту дослідження. Обговорення значення виборчої поведінки в демократичних системах. Введення в ключові терміни, такі як електоральна участь, політична соціалізація, та електоральні системи. Розгляд взаємозв'язку між політичною та електоральною соціологією.

2. Історичні підходи до вивчення виборчої поведінки.

Розгляд еволюції теорій виборчої поведінки з акцентом на соціологічний підхід (П. Лазарсфельд), психологічний підхід (Е. Кемпбелл та Мічиганська школа), і раціонально-вибірковий підхід (Е. Даунс). Огляд впливу Чиказької школи на розвиток електоральної соціології. Обговорення ролі соціологічних та політичних інститутів у формуванні підходів до вивчення виборчої поведінки.

3. Типології електоральних систем і їх вплив на виборчу поведінку.

Вивчення основних типів електоральних систем: мажоритарних, пропорційних, та змішаних систем. Обговорення впливу кожного типу на політичну репрезентацію, партійну систему, та виборчу поведінку. Аналіз теорії Дюверже щодо зв'язку між виборчими системами та партійними системами. Огляд сучасних прикладів електоральних систем у різних країнах.

4. Соціальні та економічні детермінанти виборчої поведінки.

Розгляд соціальних та соціокультурних чинників, таких як клас, дохід, освіта, та їх вплив на електоральну поведінку. Дослідження економічних чинників, зокрема теорії економічного голосування, розробленої Е. Даунсом. Аналіз впливу соціально-економічної структури на формування політичних уподобань виборців у контексті теорії соціальних розломів (С. Ліпсет, С. Роккан). Історичні детермінанти та сучасні практики електоральних циклів.

5. Роль ідентичності у виборчому процесі.

Вивчення впливу етнічної, релігійної, гендерної та регіональної ідентичності на виборчу поведінку. Розгляд теорії політичної ідентифікації Мічиганської школи (Е. Кемпбелл) та її ролі у формуванні електоральних преференцій. Аналіз випадків, коли ідентичність стає ключовим фактором виборчого процесу, зокрема в контексті мультикультурних та багатонаціональних суспільств.

6. Психологічні аспекти виборчої поведінки.

Вивчення психологічних чинників, що впливають на вибір виборців, таких як емоції, когнітивні упередження, групова динаміка. Розгляд теорії когнітивного дисонансу (Leon Festinger) та її застосування у виборчій поведінці. Аналіз теорії емоційного виборчого рішення (George Marcus), яка розглядає, як емоції впливають на прийняття політичних рішень.

7. Медіа та електоральна соціалізація.

Аналіз ролі мас-медіа та соціальних мереж у формуванні політичних поглядів та електоральних уподобань. Дослідження механізмів політичної комунікації та її впливу на виборців. Розгляд ролі медіа у формуванні політичних поглядів та електоральних уподобань. Дослідження теорії порядку денного (agenda-setting theory) М. Маккомбса та Д. Шоу. Аналіз впливу медіа на політичну соціалізацію та процес формування політичної ідентичності. Обговорення ролі нових медіа та соціальних мереж у сучасних виборчих кампаніях.

8. Електоральна мобілізація та кампанії.

Вивчення стратегій електоральної мобілізації та ефективності виборчих кампаній. Аналіз різних форм політичної участі та методів залучення виборців. Вивчення стратегій електоральної мобілізації, зокрема прямих і непрямих методів залучення виборців. Аналіз виборчих кампаній, включаючи розробку стратегії, використання медіа та соціальних мереж, роботу з базами даних виборців. Розгляд теорії когнітивного залучення (cognitive engagement theory) та її застосування у контексті політичної мобілізації.

9. Політична партійність та її вплив на виборчу поведінку.

Дослідження ролі політичних партій у формуванні виборчої поведінки. Розгляд теорій партійної ідентифікації та аналіз еволюції партійних систем. Дослідження ролі політичних партій у формуванні електоральної поведінки. Аналіз теорії партійної ідентифікації Мічиганської школи (Е. Кемпбелл), яка розглядає партійну лояльність як ключовий фактор виборчої поведінки. Обговорення сучасних тенденцій, зокрема зростання поляризації та зміни партійних систем.

10. Соціальні мережі та виборчий процес.

Аналіз впливу соціальних медіа на виборчу поведінку. Розгляд феноменів «інформаційних бульбашок», дезінформації та віртуальних кампаній у сучасних електоральних процесах. Аналіз впливу соціальних медіа на виборчу поведінку. Розгляд феноменів «інформаційних бульбашок» (Eli Pariser) та «ехо-камер» у соціальних мережах. Дослідження впливу дезінформації та віртуальних кампаній на електоральні процеси. Обговорення сучасних викликів, пов'язаних із цифровою політичною комунікацією.

11. Методи дослідження виборчої поведінки.

Ознайомлення з основними методами та техніками збору і аналізу даних у електоральній соціології, такими як опитування, фокус-групи, екзит-поли. Аналіз етичних аспектів проведення досліджень. Ознайомлення з основними методами збору та аналізу даних у електоральній соціології. Розгляд кількісних методів (опитування, екзит-поли, аналіз великих даних) та якісних методів (фокус-групи, глибинні інтерв'ю). Обговорення етичних аспектів проведення досліджень, зокрема конфіденційності даних та впливу на політичні процеси.

12. Поствиборчий аналіз і прогнозування.

Вивчення методів аналізу результатів виборів та прогнозування майбутніх електоральних процесів. Розгляд питань репрезентативності, електоральної стабільності та зміни політичних настроїв. Вивчення методів аналізу результатів виборів та прогнозування майбутніх електоральних процесів. Розгляд підходів до аналізу репрезентативності (Larry Bartels) та електоральної стабільності. Аналіз змін у політичних настроях, зокрема на основі порівняння виборчих циклів і впливу зовнішніх факторів на електоральні результати.

3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усь ого	у тому числі					усь ого	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	ла б.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Вступ до електоральної соціології.		2	2			5		2	-			10
2. Історичні підходи до вивчення виборчої поведінки.		2	2			5			-			8
3. Типології електоральних систем і їх вплив на виборчу поведінку.		2	2			5		2	-			10
4. Соціальні та економічні		2	2			5		2	-			8

детермінанти виборчої поведінки.												
5. Роль ідентичності у виборчому процесі.		2	2			5			-			10
6. Психологічні аспекти виборчої поведінки.		2	2			5			-			8
7. Медіа та електоральна соціалізація.		2	2			5		-	-			10
8. Електоральна мобілізація та кампанії.		2	2			5		2	2			6
9. Політична партійність та її вплив на виборчу поведінку.		2	2			5		-	-			10
10. Соціальні мережі та виборчий процес.		2	2			5		-	-			10
11. Методи дослідження виборчої поведінки.		4	4			5		2	-			10
12. Поствиборчий аналіз і прогнозування.		2	2		8	5		-	2			6
Усього годин		26	26		8	60		10	4			106

4. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

№	Назва теми	Кількість годин	
1	Аналіз класичних теорій електоральної поведінки. <i>Дослідження та обговорення основних положень моделей раціонального вибору та соціологічних моделей електоральної поведінки (Downs, Campbell, Converse).</i>	2	
2	Соціологічні методи дослідження електоральної поведінки. <i>Практичний аналіз соціологічних опитувань та їх застосування для вивчення електоральних установок і поведінки (Використання даних з опитувань World Values Survey або European Social Survey).</i>	2	
3	Політична соціалізація та її вплив на електоральну поведінку. <i>Дослідження процесів політичної соціалізації та впливу сім'ї, освіти, медіа на формування електоральних переконань (Inglehart, Norris).</i>	2	
4	Крос-національне порівняння електоральної поведінки. <i>Аналіз відмінностей у виборчій поведінці в різних країнах та регіонах, з акцентом на вплив культурних, економічних та інституційних факторів (Lipset, Rokkan).</i>	2	
5	Роль ідентичності у формуванні електоральної поведінки. <i>Обговорення впливу етнічної, національної, релігійної та іншої ідентичності на вибір виборців (Luri, Riedl).</i>	2	

6	Медіа та їхній вплив на електоральну поведінку. <i>Дискусія про роль традиційних і нових медіа в електоральних кампаніях та вплив на виборчі рішення (Iyengar, Kinder).</i>	2	
7	Поляризація та її вплив на електоральну поведінку. <i>Аналіз явища політичної поляризації та його впливу на виборців, розгляд випадку США (Bartels, Hobolt).</i>	2	
8	Електоральна мобілізація та роль соціальних мереж. <i>Обговорення сучасних підходів до мобілізації виборців та впливу соціальних мереж на електоральну участь (Green, Gerber, Margetts).</i>	2	2
9	Аналіз виборчих систем та їхнього впливу на результати виборів. <i>Дослідження різних типів виборчих систем (мажоритарна, пропорційна) та їхнього впливу на електоральні результати (Norris, Vowles).</i>	2	
10	Порівняльний аналіз партійних систем та їхнього впливу на електоральну поведінку. <i>Вивчення впливу різних партійних систем на виборців у різних політичних системах (Katz, Mair).</i>	2	
11	Проблеми електоральної справедливості та маніпуляції виборами. <i>Дискусія про проблеми електоральної чесності, фальсифікації та маніпуляції виборами, з акцентом на глобальні кейси (Birch, Norris).</i>	2	
12	Популізм і його вплив на електоральну поведінку. <i>Обговорення ролі популізму у сучасній політиці та його впливу на виборців (Inglehart, Galais).</i>	4	2
13	Захист індивідуальних завдань.	2	4
	Разом	26	4

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
1	Підготовка до семінарських занять, включаючи аналіз літератури, конспектування, вивчення візуалізаційних матеріалів, розробка презентаційних матеріалів тощо.	40	20
2	Підготовка індивідуального завдання, включаючи як письмовий, так і презентаційний матеріал.	10	30
3	Підготовка до контрольних робіт, які передбачені навчальним планом і які проводяться у вигляді (1) аналітичного есе, (2) аналітичної записки, (3) тестової методики (на вибір викладача).	10	30
4	Підготовка до іспиту, повторення вивченого матеріалу, опрацювання різноманітних завдань та тестів.	8	26
	Разом	68	106

6. Індивідуальне завдання

«Аналіз виборчої кампанії з використанням візуалізації даних»

Зміст індивідуального завдання.

Студенти отримують завдання провести детальний аналіз виборчої кампанії в одній із країн світу (за вибором студента або за погодженням із викладачем). Основна мета завдання – дослідити, як певні фактори (економічні, соціальні, культурні, медійні) вплинули на результати виборів та електоральну поведінку виборців. Завдання передбачає збір, аналіз та візуалізацію даних з використанням інструментів для створення графіків та діаграм.

Структура виконання індивідуального завдання.

1. Вибір країни та виборчої кампанії. Студенти обирають країну та конкретну виборчу кампанію (наприклад, президентські вибори, парламентські вибори). Потрібно коротко обґрунтувати свій вибір.
2. Збір даних. Студенти збирають дані про вибори: результати голосування, соціально-економічні показники, демографічні дані виборців, дані про участь виборців у кампанії та активність у соціальних мережах. Джерелами можуть бути офіційні сайти виборчих комісій, бази даних (World Values Survey, Eurobarometer), аналітичні звіти та наукові статті.
3. Аналіз даних. Студенти проводять аналіз зібраних даних. Вони повинні знайти кореляції між соціально-економічними показниками та результатами голосування, дослідити вплив медіа та соціальних мереж на виборчу поведінку.
4. Візуалізація даних. Студенти створюють візуалізацію отриманих результатів у вигляді графіків, карт, діаграм або інфографік. Використовуються інструменти, як-от Excel, Tableau, Power BI, або Google Data Studio. Візуалізація повинна бути чіткою, інформативною та зрозумілою.
5. Написання аналітичного звіту. Студенти пишуть короткий звіт (1500-2000 слів), де описують методологію, проведений аналіз, отримані результати та висновки. У звіті також повинні бути включені візуалізації з поясненням їхнього значення.
6. Презентація результатів. Студенти готують презентацію (5-7 хвилин) та захищають своє дослідження перед групою, відповідаючи на запитання та отримуючи зворотний зв'язок від викладача та інших студентів.
7. Обговорення презентації та відповіді на питання.

Критерії оцінювання індивідуального завдання

Робота виконана на високому рівні. Описані необхідні структурні елементи, проведено порівняльне дослідження. Робота є логічною, послідовною, з викладом необхідного матеріалу. Використовуються концепції, моделі та підходи політичної науки, є міждисциплінарний підхід. Наявна презентація і проведений захист дослідницького проекту.	16-20 балів
Робота виконана на високому рівні. Наявні необхідні структурні елементи, проведено порівняльне дослідження. Робота є у більшості логічною, послідовною, з викладом необхідного матеріалу. Утім, використовується недостатня кількість концепцій, моделей або підходів. Наявна презентація і проведений захист дослідницького проекту, утім є плутанина у відповідях на запитання під час захисту.	6-15 балів
Робота виконана на низькому рівні. Загальні вимоги до дослідницького проекту не виконані, або виконані дуже частково. Відсутня презентація проекту, а також не було проведено захист дослідницького проекту	0-5 балів

7. Методи контролю

Контрольні роботи, передбачені навчальним планом. Індивідуальне завдання у вигляді аналізу електоральної кампанії. Виконання індивідуальних та групових завдань, які передбачені робочою програмою навчальної дисципліни.

8. Схема нарахування балів для дисципліни

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання				Сума
Семінари	Контрольна робота	Індивідуальне завдання	Іспит	
12	2	1	1	100
3*12=36	2*4=8	16	40	

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для чотирирівневої шкали оцінювання
90 – 100	Відмінно
70-89	Добре
50-69	Задовільно
1-49	Незадовільно

9. Рекомендована література

1. Зубченко, О. (2023). *Електоральна соціологія*. Київ: Ліра-К.
2. Паніна Н. (2007). *Технологія соціологічного дослідження: Курс лекцій*. Київ: Інститут соціології НАН України.
3. Требін М. (2017). *Соціально-політичні студії*. Харків: Право.
4. Aldrich, J. H., & Lu, F. (2023). Voter decision making in an era of partisan polarization: The impact of party identification and issue attitudes. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 33(2), 211-233. <https://doi.org/10.1080/17457289.2022.2056128>
5. Bartels, L. M. (2016). *Unequal democracy: The political economy of the new gilded age* (2nd ed.). Princeton University Press.
6. Birch, S., & van Ham, C. (2021). Getting away with foul play: The erosion of electoral integrity. *Comparative Political Studies*, 54(10), 1819-1847. <https://doi.org/10.1177/00104140211024312>
7. Blais, A., Dassonneville, R., & St-Vincent, S. L. (2022). The impact of campaign spending on turnout: Evidence from a natural experiment. *Electoral Studies*, 74, 102405. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2021.102405>
8. Brady, H. E., & Johnston, R. (2021). *The uncertain future of electoral politics: A comparative perspective*. Cambridge University Press.
9. Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1980). *The American voter* (Unabridged ed.). University of Chicago Press.
10. Clarke, H. D., Sanders, D., Stewart, M. C., & Whiteley, P. F. (2009). *Performance politics and the British voter*. Cambridge University Press.

11. Cramer, K. J. (2022). The politics of resentment revisited: Rural consciousness in the Trump era. *Annual Review of Political Science*, 25(1), 295-313. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051120-012318>
12. Dalton, R. J. (2018). *Citizen politics: Public opinion and political parties in advanced industrial democracies* (7th ed.). CQ Press.
13. Dalton, R. J., & Klingemann, H.-D. (2021). The dynamics of political participation. In *Oxford handbook of political participation*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199566020.013.001>
14. Dinas, E., & Stoker, L. (2023). Political socialization in flux: Revisiting the processes of party identification. *Political Behavior*, 45(1), 157-176. <https://doi.org/10.1007/s11109-021-09725-9>
15. Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. Harper & Row.
16. Erikson, R. S., & Tedin, K. L. (2019). *American public opinion: Its origins, content, and impact* (10th ed.). Routledge.
17. Fiorina, M. P. (1981). *Retrospective voting in American national elections*. Yale University Press.
18. Franklin, M. N. (2004). *Voter turnout and the dynamics of electoral competition in established democracies since 1945*. Cambridge University Press.
19. Galais, C., & Collier, X. (2021). The social roots of populism: The rise of populist voting in Western democracies. *Electoral Studies*, 72, 102405. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2021.102405>
20. Green, D. P., & Gerber, A. S. (2019). *Get out the vote: How to increase voter turnout* (4th ed.). Brookings Institution Press.
21. Hobolt, S. B., Leeper, T. J., & Tilley, J. (2021). Divided by the vote: Affective polarization in the wake of the Brexit referendum. *British Journal of Political Science*, 51(4), 1476-1493. <https://doi.org/10.1017/S0007123419000596>
22. Inglehart, R., & Norris, P. (2021). *Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism* (2nd ed.). Cambridge University Press.
23. Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News that matters: Television and American opinion*. University of Chicago Press.
24. Katz, R. S., & Mair, P. (1995). Changing models of party organization and party democracy: The emergence of the cartel party. *Party Politics*, 1(1), 5-28.
25. Key, V. O. (1966). *The responsible electorate: Rationality in presidential voting, 1936-1960*. Harvard University Press.
26. Lewis-Beck, M. S., & Stegmaier, M. (2013). The VP-function revisited: A survey of the literature on vote and popularity functions after over 40 years. *Public Choice*, 157(3-4), 367-385.
27. Lipset, S. M., & Rokkan, S. (1967). *Party systems and voter alignments: Cross-national perspectives*. Free Press.
28. Lupu, N., & Riedl, R. B. (2022). Political identities and electoral behavior in multiethnic societies. *Annual Review of Political Science*, 25(1), 161-181. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051420-124114>
29. Margetts, H., & John, P. (2022). The role of social media in the formation of political preferences: A review. *Annual Review of Political Science*, 25(1), 93-110. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051420-124815>
30. Martin, A. (2021). Generational effects on voting behavior: Evidence from three cohorts. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 31(3), 373-392. <https://doi.org/10.1080/17457289.2020.1840747>
31. Neundorf, A., Smets, K., & García-Albacete, G. (2022). Political socialization and the making of citizens. *Annual Review of Political Science*, 25(1), 25-45. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051720-093109>
32. Norris, P. (2004). *Electoral engineering: Voting rules and political behavior*. Cambridge University Press.
33. Norris, P., & Grömping, M. (2021). Election integrity and support for democracy. *Comparative Political Studies*, 54(13), 2267-2298. <https://doi.org/10.1177/00104140211024375>
34. Persson, M., Wass, H., & Solevid, M. (2021). Education and voter turnout: Evidence from a linkage of the Swedish population register and the Swedish electoral register. *Political Studies*, 69(2), 230-247. <https://doi.org/10.1177/0032321719899963>

35. Popkin, S. L. (1994). *The reasoning voter: Communication and persuasion in presidential campaigns* (2nd ed.). University of Chicago Press.
36. Scarrow, S. E., & Webb, P. (2021). Party leadership and electoral outcomes: The changing nature of party competition. *Party Politics*, 27(3), 353-364. <https://doi.org/10.1177/1354068820944021>
37. Schmitt-Beck, R. (2003). *Political communication, the mass media and the consolidation of democracy*. Routledge.
38. Smets, K., & Van Ham, C. (2022). The impact of social networks on voting behavior: Evidence from two natural experiments. *Electoral Studies*, 77, 102465. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2021.102465>
39. Sniderman, P. M., Brody, R. A., & Tetlock, P. E. (1991). *Reasoning and choice: Explorations in political psychology*. Cambridge University Press.
40. Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.
41. Vowles, J. (2022). Electoral systems and political inequality: Understanding the impact of electoral rules on voter turnout and political representation. *Electoral Studies*, 76, 102425. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2022.102425>
42. Vráblíková, K., Knappe, H., & Dolezal, M. (2023). Protest and the vote: The role of social movements and interest groups in electoral politics. *Comparative Political Studies*, 56(2), 168-197. <https://doi.org/10.1177/00104140211039547>
43. Zaller, J. (1992). *The nature and origins of mass opinion*. Cambridge University Press.

Орієнтовний список тем до іспиту

1. Що таке електоральна соціологія і які її основні завдання?
2. Які методи дослідження використовуються в електоральній соціології?
3. Як визначають електоральну поведінку і які чинники на неї впливають?
4. Охарактеризуйте поняття «електоральна мобілізація». Які стратегії використовуються для мобілізації виборців?
5. Які існують типи електоральних систем і як вони впливають на результати виборів?
6. В чому полягає різниця між мажоритарною і пропорційною електоральними системами?
7. Які основні теорії електоральної поведінки ви знаєте? Розкрийте зміст однієї з них.
8. Як соціально-демографічні фактори впливають на електоральну поведінку виборців?
9. Що таке політична культура і як вона впливає на електоральний вибір?
10. Охарактеризуйте вплив засобів масової інформації на електоральну поведінку.
11. Яку роль відіграють соціальні мережі в формуванні електоральної поведінки в сучасному суспільстві?
12. Які зміни в електоральній поведінці відбулися в Україні після 2014 року?
13. В чому полягає відмінність між явкою виборців і активністю виборців?
14. Як впливають електоральні кампанії на поведінку виборців?
15. Які існують моделі передбачення результатів виборів?
16. Що таке «електоральний цикл» і як він впливає на політичний процес?
17. Охарактеризуйте поняття «електоральна волатильність» і чинники, що на неї впливають.
18. Як політична ідентичність виборців впливає на їх електоральні уподобання?
19. Що таке «електоральна апатія» і які її основні причини?
20. Як електоральна соціологія може допомогти в розробці політичних стратегій?
21. Яку роль відіграють політичні партії в електоральному процесі?
22. Як економічні фактори впливають на електоральну поведінку?
23. Розкажіть про значення електоральних досліджень для функціонування демократії.
24. В чому полягає відмінність між «твердим» і «м'яким» електоральним електоратом?
25. Як змінюються електоральні настрої під впливом політичних криз?
26. Охарактеризуйте поняття «електоральна соціалізація».
27. Як використовуються результати електоральних опитувань в передвиборчій стратегії?
28. Яку роль відіграють гендерні фактори в електоральній поведінці?
29. В чому полягає феномен «перемоги протестного голосування»?
30. Як електоральна соціологія може допомогти у прогнозуванні політичної стабільності в країні?

Критерії оцінювання екзаменаційної роботи

Розуміння теоретичних концепцій (10 балів)

- **10-9 балів:** Студент чітко та глибоко розуміє всі основні теоретичні концепції, терміни та визначення. Може пояснити складні концепції у простий спосіб та зробити порівняльний аналіз різних теорій.
- **8-7 балів:** Студент добре розуміє основні теоретичні концепції, але є деякі незначні неточності або недостатня глибина в розумінні окремих термінів.
- **6-5 балів:** Студент розуміє базові теоретичні концепції, але робить помилки в поясненні або має обмежене розуміння складних теорій.
- **4-3 бали:** Студент має загальне уявлення про теоретичні концепції, але демонструє значні помилки або поверхневе розуміння.
- **2-1 бал:** Студент погано розуміє теоретичні концепції, не може правильно визначити терміни або значно плутає їх між собою.
- **0 балів:** Відсутність знання теоретичних концепцій.

Застосування знань на практиці (10 балів)

- **10-9 балів:** Студент вміє ефективно застосовувати теоретичні знання на практиці, використовує приклади для ілюстрації своїх аргументів, пропонує глибокий аналіз та практичні висновки.
- **8-7 балів:** Студент добре застосовує знання на практиці, але не завжди глибоко аналізує або дає менш деталізовані приклади.
- **6-5 балів:** Студент може застосовувати знання на практиці, але робить це поверхнево або з обмеженими прикладами.
- **4-3 бали:** Студент має труднощі з застосуванням знань на практиці, наводить невідповідні або неточні приклади.
- **2-1 бал:** Студент не може застосувати теоретичні знання на практиці, приклади або аналіз відсутні або не мають сенсу.
- **0 балів:** Відсутність спроби застосувати знання на практиці.

Критичне мислення та аналітичні здібності (10 балів)

- **10-9 балів:** Студент демонструє високий рівень критичного мислення, вміє аналізувати різні точки зору, аргументувати свою позицію, використовує глибокий та багатогранний аналіз.
- **8-7 балів:** Студент проявляє здатність до критичного мислення, але аналіз не завжди є глибоким або повним.
- **6-5 балів:** Студент демонструє базові навички критичного мислення, але не завжди вміє чітко аналізувати або аргументувати свої думки.
- **4-3 бали:** Студент має обмежене критичне мислення, часто не аргументує свої думки або надає поверхневий аналіз.
- **2-1 бал:** Студент не демонструє критичного мислення або аналітичних здібностей.
- **0 балів:** Відсутність критичного мислення та аналізу.

Якість викладу матеріалу та структура відповіді (10 балів)

- **10-9 балів:** Відповідь чітко структурована, логічно побудована, з належним використанням наукової термінології. Немає граматичних чи стилістичних помилок.
- **8-7 балів:** Відповідь добре структурована, з мінімальними логічними чи граматичними помилками, що не впливають на загальне розуміння.
- **6-5 балів:** Відповідь має основну структуру, але містить кілька граматичних або логічних помилок.
- **4-3 бали:** Відповідь має слабку структуру, є значні граматичні та логічні помилки, що ускладнюють розуміння.
- **2-1 бал:** Відповідь погано структурована, з численними помилками, що унеможливають розуміння.
- **0 балів:** Відповідь відсутня або абсолютно неструктурована.