Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра політичної соціології

ЗАТВЕРДЖЕНО

директор навчально-наукового інституту
соціології та медіакомунікацій



Олена МУРАДЯН

«28» серпня 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЕЛЕКТОРАЛЬНА СОЦІОЛОГІЯ

рівень вищої освіти **бакалаврський**
галузь знань **С соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини**
спеціальність **С5 соціологія**
освітня програма **соціально-політичні та маркетингові дослідження**
вид дисципліни **обов'язкова**
ННІ **соціології та медіакомунікацій**

2026 / 2027 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою навчально-наукового інституту соціології та медіакомунікацій

“26” серпня 2026 року, протокол №6

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:
Запорожченко Руслан Олександрович – доктор філософії з політології, доцент закладу вищої освіти кафедри політичної соціології ННІ соціології та медіакомунікацій.

Програму схвалено на засіданні кафедри політичної соціології

Протокол від “26” серпня 2026 року №1

Завідувач кафедри політичної соціології


Дмитро БОЙКО

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Соціально-політичні та маркетингові дослідження»

Гарант освітньо-професійної програми


Олена МУРАДЯН

Програму погоджено науково-методичною комісією ННІ соціології та медіакомунікацій

Протокол від “26” серпня 2026 року №1

Голова науково-методичної комісії ННІ соціології та медіакомунікацій


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.

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.

Курс сприятиме формуванню наступних загальних компетентностей:
ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
ЗК08. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

У результаті вивчення навчальної дисципліни повинні бути сформовані наступні спеціальні компетентності:
СК01. Здатність оперувати базовим категоріально-понятійним апаратом соціології.
СК02. Здатність до опанування та використання основних класичних та сучасних соціологічних теорій.
СК03. Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому.
СК04. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.
СК05. Здатність самостійно планувати, організовувати та проводити соціологічне дослідження.
СК06. Здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки та рекомендації.
СК07. Здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців та нефахівців.
СК08. Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога.

1.7. Перелік програмних результатів навчання, що формує дана дисципліна:
ПРН01. Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності.
ПРН02. Розуміти історію розвитку соціології, її сучасні концепції та теорії, основні проблеми.
ПРН04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних задач.
ПРН08. Обґрунтовувати власну позицію, робити та аргументувати самостійні висновки за результатами досліджень і аналізу професійної літератури.
ПРН10. Володіти навичками збору соціальної інформації з використанням кількісних та якісних методів.
ПРН11. Презентувати результати власних досліджень для фахівців і нефахівців.
ПРН12. Знати та дотримуватися етичних норм професійної діяльності соціолога.
ПРН13. Відтворювати факти (дати, події, принципи й закономірності суспільного розвитку), встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між подіями, явищами, робити висновки, аргументувати свої думки.

1.8. Пререквізити: вказати перелік дисциплін, що передують вивченню даної дисципліни
«Вступ до соціології», «Вступ до соціально-політичних та маркетингових досліджень», «Сучасні соціологічні теорії», «Соціально-політичний маркетинг», «Політологія».

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					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	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. *Дослідження та обговорення основних положень моделей раціонального вибору та соціологічних моделей електоральної поведінки (Downs, Campbell, Converse).*	2	
2	Соціологічні методи дослідження електоральної поведінки. *Практичний аналіз соціологічних опитувань та їх застосування для вивчення електоральних установок і поведінки (Використання даних з опитувань World Values Survey або European Social Survey).*	2	
3	Політична соціалізація та її вплив на електоральну поведінку. *Дослідження процесів політичної соціалізації та впливу сім'ї, освіти, медіа на формування електоральних переконань (Inglehart, Norris).*	2	2
4	Крос-національне порівняння електоральної поведінки. *Аналіз відмінностей у виборчій поведінці в різних країнах та регіонах, з акцентом на вплив культурних, економічних та інституційних факторів (Lipset, Rokkan).*	2	
5	Роль ідентичності у формуванні електоральної поведінки. *Обговорення впливу етнічної, національної, релігійної та іншої ідентичності на вибір виборців (Lupu, Riedl).*	2	

6	Медіа та їхній вплив на електоральну поведінку. *Дискусія про роль традиційних і нових медіа в електоральних кампаніях та вплив на виборчі рішення (Iyengar, Kinder).*	2	
7	Поляризація та її вплив на електоральну поведінку. *Аналіз явища політичної поляризації та його впливу на виборців, розгляд випадку США (Bartels, Hobolt).*	2	
8	Електоральна мобілізація та роль соціальних мереж. *Обговорення сучасних підходів до мобілізації виборців та впливу соціальних мереж на електоральну участь (Green, Gerber, Margetts).*	2	
9	Аналіз виборчих систем та їхнього впливу на результати виборів. *Дослідження різних типів виборчих систем (мажоритарна, пропорційна) та їхнього впливу на електоральні результати (Norris, Vowles).*	2	
10	Порівняльний аналіз партійних систем та їхнього впливу на електоральну поведінку. *Вивчення впливу різних партійних систем на виборців у різних політичних системах (Katz, Mair).*	2	
11	Проблеми електоральної справедливості та маніпуляції виборами. *Дискусія про проблеми електоральної чесності, фальсифікації та маніпуляції виборами, з акцентом на глобальні кейси (Birch, Norris).*	2	2
12	Популізм і його вплив на електоральну поведінку. *Обговорення ролі популізму у сучасній політиці та його впливу на виборців (Inglehart, Galais).*	4	
13	Захист індивідуальних завдань.	2	
	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*3=**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

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Під час вивчення навчальної дисципліни використання технологій штучного інтелекту (ШІ) здійснюється відповідно до Політики використання технологій штучного інтелекту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. У межах дисципліни застосовуються такі моделі використання ШІ:

1. Модель «ШІ як асистент».

Під час підготовки до практичних занять, виконання індивідуальних завдань, рефератів, аналітичних оглядів та інших письмових робіт дозволяється використання ШІ для: пошуку та систематизації інформації, добору та первинного аналізу наукових джерел, пояснення складних понять, удосконалення структури тексту, перевірки граматики, стилю та оформлення, генерації ідей, плану роботи або прикладів.

Фінальний текст роботи, висновки, аналіз, інтерпретація результатів та прийняті рішення повинні бути самостійно підготовлені здобувачем освіти.

2. Модель «ШІ як інструмент».

Для окремих лабораторних, практичних, проєктних або дослідницьких робіт використання технологій штучного інтелекту може бути обов'язковою складовою виконання завдання. У таких випадках здобувачі освіти можуть використовувати генеративні моделі ШІ для: аналізу та підготовки даних, генерації, аналізу й оптимізації програмного коду, порівняння результатів роботи різних моделей ШІ, створення візуалізацій, схем або зображень, аналізу великих масивів даних. проведення експериментів із застосуванням сучасних інструментів штучного інтелекту.

Усі результати, отримані за допомогою ШІ, підлягають критичному аналізу, перевірці та доопрацюванню здобувачем освіти.

Декларування використання ШІ.

У разі використання технологій штучного інтелекту здобувач освіти зобов'язаний зазначити: назву сервісу або моделі ШІ; дату використання; характер допомоги (генерація ідей, пошук інформації, аналіз даних, генерація коду, редагування тексту тощо).

Недекларованe використання технологій штучного інтелекту або подання згенерованого ШІ матеріалу як власного результату навчальної діяльності розглядається як порушення принципів академічної доброчесності відповідно до внутрішніх нормативних документів Університету.

9. Рекомендована література

1. 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
2. Bartels, L. M. (2016). Unequal democracy: The political economy of the new gilded age (2nd ed.). Princeton University Press.
3. 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
4. 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
5. Brady, H. E., & Johnston, R. (2021). The uncertain future of electoral politics: A comparative perspective. Cambridge University Press.
6. Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1980). The American voter (Unabridged ed.). University of Chicago Press.
7. Clarke, H. D., Sanders, D., Stewart, M. C., & Whiteley, P. F. (2009). Performance politics and the British voter. Cambridge University Press.
8. 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
9. Dalton, R. J. (2018). Citizen politics: Public opinion and political parties in advanced industrial democracies (7th ed.). CQ Press.
10. 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
11. 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
12. Downs, A. (1957). An economic theory of democracy. Harper & Row.
13. Erikson, R. S., & Tedin, K. L. (2019). American public opinion: Its origins, content, and impact (10th ed.). Routledge.
14. Fiorina, M. P. (1981). Retrospective voting in American national elections. Yale University Press.
15. Franklin, M. N. (2004). Voter turnout and the dynamics of electoral competition in established democracies since 1945. Cambridge University Press.
16. Galais, C., & Coller, 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
17. Green, D. P., & Gerber, A. S. (2019). Get out the vote: How to increase voter turnout (4th ed.). Brookings Institution Press.
18. 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
19. Inglehart, R., & Norris, P. (2021). Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism (2nd ed.). Cambridge University Press.
20. Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). News that matters: Television and American opinion. University of Chicago Press.

21. 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.
22. Key, V. O. (1966). The responsible electorate: Rationality in presidential voting, 1936-1960. Harvard University Press.
23. 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.
24. Lipset, S. M., & Rokkan, S. (1967). Party systems and voter alignments: Cross-national perspectives. Free Press.
25. 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
26. 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
27. 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
28. 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
29. Norris, P. (2004). Electoral engineering: Voting rules and political behavior. Cambridge University Press.
30. Norris, P., & Grömping, M. (2021). Election integrity and support for democracy. Comparative Political Studies, 54(13), 2267-2298. https://doi.org/10.1177/00104140211024375
31. 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
32. Popkin, S. L. (1994). The reasoning voter: Communication and persuasion in presidential campaigns (2nd ed.). University of Chicago Press.
33. 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
34. Schmitt-Beck, R. (2003). Political communication, the mass media and the consolidation of democracy. Routledge.
35. 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
36. Sniderman, P. M., Brody, R. A., & Tetlock, P. E. (1991). Reasoning and choice: Explorations in political psychology. Cambridge University Press.
37. Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). Voice and equality: Civic voluntarism in American politics. Harvard University Press.
38. 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
39. 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
40. Zaller, J. (1992). The nature and origins of mass opinion. Cambridge University Press.

ОРІЄНТОВАНІ ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ

1. Предмет, об’єкт і основні дослідницькі проблеми електоральної соціології. Місце електоральних досліджень у структурі політичної соціології.
2. Електоральна участь як форма політичної поведінки: поняття, типи та фактори участі.
3. Виборча поведінка як соціологічна категорія: основні підходи до пояснення електорального вибору.
4. Соціологічна модель виборчої поведінки П. Лазарсфельда та роль соціального середовища у формуванні політичних уподобань.
5. Соціально-психологічна модель Мічиганської школи: партійна ідентифікація та її трансформація в сучасних демократіях.
6. Теорія раціонального вибору Е. Даунса. Ретроспективне та перспективне голосування.
7. Теорія економічного голосування: вплив оцінки економічної ситуації на електоральний вибір.
8. Теорія соціальних розколів С. Ліпсета і С. Роккана та її застосування до сучасних партійних систем.
9. Мажоритарні виборчі системи та їхній вплив на партійну конкуренцію і поведінку виборців.
10. Пропорційні виборчі системи: політичне представництво, партійна конкуренція та стратегічне голосування.
11. Змішані виборчі системи: особливості функціонування та вплив на електоральну поведінку.
12. Закон Дюверже: сутність, механізми дії та сучасні інтерпретації.
13. Соціальний клас, доходи та освіта як фактори сучасної виборчої поведінки.
14. Релігійна, етнічна, мовна та національна ідентичності у формуванні електоральних уподобань.
15. Регіональна та локальна ідентичність як фактор політичного вибору.
16. Гендерний розрив у голосуванні: класичні пояснення та сучасні тенденції.
17. Вік, покоління та життєвий цикл як чинники електоральної поведінки. Особливості політичної участі молоді.
18. Нові соціально-політичні розколи: глобалізація, міграція, культурні цінності, «центр – периферія» та їхній вплив на голосування.
19. Політична ідентичність, партійність та афективна поляризація у сучасних виборчих процесах.
20. Емоції у виборчій поведінці: страх, гнів, ентузіазм і теорія афективного інтелекту Дж. Маркуса.
21. Когнітивні упередження, евристики та теорія когнітивного дисонансу в процесі прийняття виборчого рішення.
22. Персоналізація політики: образ кандидата, політичне лідерство та роль особистісних характеристик у голосуванні.
23. Теорії agenda-setting, framing та priming у дослідженні впливу медіа на виборців.
24. Соціальні мережі та цифрові платформи як середовище формування політичних уподобань і мобілізації виборців.
25. Інформаційні бульбашки, ехо-камери, селективний інформаційний вплив та політична поляризація.
26. Дезінформація, політична пропаганда та маніпулятивні технології у виборчих кампаніях. Проблема довіри до інформації та виборчих інституцій.
27. Big data, політичний мікротаргетинг і персоналізована політична реклама: можливості, ризики та етичні проблеми.
28. Штучний інтелект, генеративний контент і deepfakes у виборчих кампаніях: вплив на політичну комунікацію, довіру та поведінку виборців.
29. Сучасні методи дослідження електоральної поведінки: опитування, панельні дослідження, експерименти, exit polls, якісні методи, аналіз цифрових слідів і computational social science.
30. Електоральна участь і політичне представництво в умовах суспільних криз: війна, вимушена міграція, переміщення населення, голосування громадян за кордоном та виклики демократичній інклюзивності.

Критерії оцінювання екзаменаційної роботи

1. Знання та розуміння теоретичного матеріалу – 10 балів

- повне та коректне розкриття теоретичних понять, категорій і концепцій – 8–10 балів;
- часткове розкриття, але з неточностями чи поверхневим аналізом – 5–7 балів;
- фрагментарні знання, відсутність логічної цілісності – 1–4 бали;
- відсутність змістовної відповіді – 0 балів.

2. Аналітичні здібності та аргументація – 10 балів

- глибокий аналіз проблеми, використання кількох теоретичних підходів, наявність власних аргументів – 8–10 балів;
- частковий аналіз, обмежене застосування теорій – 5–7 балів;
- поверхневий опис без аргументації – 1–4 бали;
- відсутність аналізу – 0 балів.

3. Приклади та ілюстрації (емпірична база) – 8 балів

- наведені доречні приклади (історичні, сучасні, міжнародні, українські), що підкріплюють теоретичні положення – 7–8 балів;
- приклади обмежені або неповні – 4–6 балів;
- приклади відсутні чи не відповідають темі – 0–3 бали.

4. Логіка викладу та структура відповіді – 6 балів

- чітка, послідовна структура (вступ, основна частина, висновок) – 5–6 балів;
- структура є, але з порушеннями логіки – 3–4 бали;
- хаотичний виклад без структури – 0–2 бали.

5. Мова, стиль та оформлення – 6 балів

- грамотність, академічний стиль, чіткість формулювань – 5–6 балів;
- окремі мовні чи стилістичні огріхи – 3–4 бали;
- велика кількість помилок, відсутність академічного стилю – 0–2 бали.