

Семінарське заняття 6***Електоральний процес: поняття, зміст та основні характеристики*****План**

1. Природа та сутність електорального процесу.
2. Етапи електорального процесу.
3. Агенти електорального процесу.
4. Особливості розвитку електорального процесу в Україні.

Ключові поняття: електоральний процес, кандидат, виборча комісія, офіційний спостерігач, держава, вибори, офіційні та неофіційні інститути.

Методичні вказівки

Відповідь на перше питання семінарського заняття передбачає аналіз декількох складових. По-перше, студент повинен дати визначення електорального процесу, при цьому слід зробити акцент на особливості формування цього поняття в історичній ретроспективі. По-друге, студент має розглянути специфіку електорального простору на основі дослідження трьох теоретико-методологічних підходів: соціологічного, соціально-психологічного та раціонального. По-третє, студент має розглянути структуру електорального процесу. Під час цього аналізу необхідно виокремити основних агентів електорального процесу, специфіку їх взаємодії, а також фактори, що впливають на розвиток електорального процесу.

Відповідь на друге питання передбачає знання студентом основних етапів електорального процесу. Зокрема, студент повинен розкрити сутність та специфіку наступних етапів електорального процесу: оголошення виборів, визначення та висунення кандидатів, проведення виборчих кампаній та підведення підсумків голосування. На кожному з цих етапів проводяться офіційні та неофіційні заходи, що впливають на якість та результати електорального процесу. Їх детальний аналіз і є запорукою якісної відповіді на друге питання.

Відповідь на третє питання семінарського заняття передбачає знання студентом основних агентів електорального процесу. По-перше, це політичні партії та їх кандидати, які займають активну позицію в електоральному полі. По-друге, це політичні інституції (виборчі комісії всіх рівнів), які активно впливають на електоральний процес за законодавством. По-третє, це електорат, на який активно впливають політичні сили та їх кандидати. По-четверте, це соціальні інститути, які ситуативно приймають участь в електоральному процесі (армія, правоохоронні органи, церква, прокуратура, ЗМІ тощо).

Четверте питання семінарського заняття підсумовую відповіді на перші три питання з урахуванням національної специфіки. Тобто, студент при відповіді на четверте питання повинен проаналізувати специфіку електорального процесу в Україні, основних етапів його функціонування, а також особливості агентів електорального поля України.

Семінарське заняття 7
Електоральна культура

План

1. Сутність та характерні риси електоральної культури.
2. Типи та види електоральної культури.
3. Компоненти електоральної культури.
4. Особливості електоральної культури в Україні.

Ключові поняття: політична культура, електоральна культура, електоральні преференції, електоральні настрої, політичні настрої, політична ментальність.

Методичні вказівки

Відповідь на перше питання семінарського заняття повинна будуватися на основі знань, отриманих під час вивчення курсів «Загальна соціологічна теорія» та «Теорія політики». Зокрема, з курсу «Загальна соціологічна теорія» береться розуміння природи та сутності культури як явища соціального, а з «Теорії політики» - розуміння сутності та специфіки політичної культури. Розглядаючи сутність та специфіку електоральної культури, студент повинен приділити особливу увагу аналізу факторів, що впливають на електоральну культуру, поділивши їх на фундаментальні та специфічні. Враховуючи те, що соціологія є поліпарадигмальною наукою, студент має закінчити свою відповідь уточненням поняття «електоральна культура», обґрунтувавши свою думку.

Відповідь на друге питання повинна містити в собі аналіз існуючих типів та видів електоральної культури. По-перше, студент має розкрити сутність історичних типів електоральної культури, проаналізувавши такі типи як: антична електоральна культура, електоральна культура Середньовіччя, капіталістична електоральна культура, сучасна електоральна культура, новітня електоральна культура. По-друге, студент має проаналізувати підходи щодо типологізації електоральної культури в сучасній соціологічній науці за наступними критеріями: ціннісний, ідентифікаційний та регулятивний. Розглядаючи ціннісний підхід необхідно детально зупинитися на наступних типах електоральної культури: цілісний, домінуючий, дихотомізований, фрагментарний. Розглядаючи ідентифікаційний підхід необхідно детально зупинитися на наступних типах електоральної культури: електоральна культура країн з двопартійною системою, електоральна культура країн з багатопартійною системою, електоральна культура країн з атомізованою партійною структурою. Розглядаючи регулятивний підхід необхідно детально зупинитися на наступних типах електоральної культури: ринкова та етатистська.

В першій частині своєї відповіді на третє питання семінарського заняття студент повинен проаналізувати основні компоненти політичної культури. Сам же розгляд компонентів електоральної культури повинен будуватися на аналізі структурно-функціональної моделі електоральної культури, запропонованої

Викладач: Кузьмичова Н.Ю.

О.Зубченко. Ця модель електоральної культури пов'язана із врахуванням об'єктивних та суб'єктивних складових електоральних взаємодій у площині «громадянин - інститут політичних виборів».

Відповідь на четверте питання передбачає аналіз основних факторів, що впливають на формування та розвиток електоральної культури в сучасній Україні. Зокрема, студент має проаналізувати наступні фактори та охарактеризувати їх: постійна зміна виборчої системи країни та неузгодженість виборчих систем різних рівнів; неструктурованість політичного простору країни; неструктурованість та відсутність демократичного процесу ротації вітчизняної політичної еліти; юридично затвержене домінування політичних партій у виборчих процесах та електоральному полі в цілому та фактичне втрачання партіями підтримки широкими верствами населення; відсутність дієвих та впливових інститутів громадянського суспільства; відсутність національних традицій демократичного голосування; наявність віртуалізації політичного простору сучасної України; низький рівень економічного розвитку суспільства; соціокультурні особливості регіонів; низький рівень та специфіка політичної культури.

Семінарське заняття 8***Політична партія як основний суб'єкт електорального поля*****План**

1. Сутність та зміст політичної партії.
2. Структурні елементи політичної партії.
3. Роль та місце політичних партій в електоральному полі.
4. Типи та види політичних партій.
5. Роль та місце політичних партій в електоральному полі України.

Ключові поняття: політична партія, політична організація, група лобювання, правляча партія, опозиційна партія, партійна маса, партійний апарат, партійний лідер, ідеологія.

Методичні вказівки

Відповідь на перше питання повинна базуватися на знаннях студента, отриманих під час вивчення курсів «Загальна соціологічна теорія» та «Теорія політики. Для цього необхідно: по-перше, продемонструвати знання підходів щодо інтерпретації сутності політичних партій (зокрема, функціонального, структурного, структурно-функціонального та ідеологічного підходів); по-друге, проаналізувати сутність та природу політичних партій у вітчизняній та сучасній українській соціології політики (зокрема, погляди Л.Іоніна, Г.Артемова, М.Острогорського, Н.Черниш, М.Михальченко, В.Полторака, Є.Головахи та ін.). Наприкінці своєї відповіді студент має виокремити та охарактеризувати основні функції політичних партій.

Відповідь на друге питання передбачає знання студентом структури політичної партії. У своїй відповіді студент повинен сконцентруватися на аналізі, в першу чергу, соціальних основ і соціальної ролі політичних партій, політичних об'єднань та рухів. Далі в своїй відповіді студент має розкрити сутність та основні риси: партійної маси, партійного апарату та партійних лідерів. На основі цих знань студент повинен проаналізувати специфіку співвіднесення політичної партії та влади, політичної партії та держави. Для повноти відповіді студент має виокремити та проаналізувати основні типи мотивів роботи (причетності) в політичних партіях: інструментальний, традиційний, соціальний, політичний.

Сучасне українське суспільство перебуває у стані перманентних виборів. Вибори змінюються так часто, що громадяни не завжди розуміють в якого рівня виборах вони приймають участь та за якою виборчою системою. Втім, суттєвою перевагою сучасного суспільства є те, що головним суб'єктом електорального процесу є політичні партії, які не стільки розрізняються ідеологічним різнобарв'ям, скільки змагаються за підтримку виборців. Саме тому, електоральна функція політичних партій є на сьогодні найголовнішою. Виходячи з цього, якість відповіді на третє питання залежить від того наскільки студент розбирається щодо ролі та місця політичних партій в електоральному полі.

Викладач: Кузьмичова Н.Ю.

У рамках відповіді на четверте питання студент повинен продемонструвати: по-перше, знання критеріїв класифікації політичних партій, які існують в сучасній соціології та політології (зокрема, ідеологія, статус в політичному просторі, функції, особливості організаційної будови та ін.); по-друге, знання історичних типів політичних партій (репрезентативні або представницькі станові партії, демократичні інтегративні партії, абсолютистські інтегративні партії, народні або загальні партії); по-третє, знання класичних типів та видів політичних партій (класифікації М.Дюверже, М.Острогорського, Є.Вятра та ін.); по-четверте, знання сучасних типів та видів політичних партій. Використовуючи знання, отримані в рамках курсу «Політологія», студент повинен охарактеризувати різновиди партійних систем та специфіку багатопартійності як однієї з основних рис сучасних демократичних суспільств. Для повноти відповіді, студент повинен проаналізувати феномени політичного простору, які тісно взаємодіють з політичними партіями: політичні об'єднання та рухи, суспільні об'єднання та рухи, групи тиску, групи лобіювання, молодіжні суспільно-політичні організації та рухи.

При відповіді на п'яте питання студент повинен продемонструвати своє знання електорального поля сучасної України. Зокрема, по-перше, студенту необхідно окремо зупинитися на особливостях багатопартійності в Україні, використовуючи актуальні приклади. По-друге, при відповіді слід зважувати на те, що в Україні зареєстровано більше 140 партій, в той час, як у виборах бере участь лише чверть з них. Електоральні політичні партії ведуть не тільки активну діяльність під час виборів, а й в до- та поствиборчий періоди. Саме аналіз цих особливостей й дозволить побудувати якісну відповідь на п'яте питання семінарського заняття.

Семінарське заняття 9***Соціологічні методи в електоральному процесі*****План**

1. Соціологічні дослідження у довиборчий період.
2. Соціологічні дослідження під час виборчих кампаній.
3. Соціологічні дослідження у поствиборчий період.

Ключові поняття: опитування, масове опитування, виборча кампанія, експертне опитування, експрес-опитування, моніторинг, exit-pool, push-pool, контент-аналіз, івент-аналіз.

Методичні вказівки

Вибори – це квінтесенція діяльності політичних партій та інших діяльнісних агентів політичного простору. Саме під час виборів можна проаналізувати, чи якісно пройшла до виборча фаза діяльності політичних агентів та що необхідно доробити під час пост виборчої фази. На кожному з етапів діяльності політичних агентів (до виборчий, виборчий та пост виборчий), застосовуються різні види соціологічних досліджень, оскільки на кожному з етапів є своя мета, цілі та необхідні результати. Зокрема, відповідь на перше питання передбачає знання студентом специфіки соціологічних досліджень, які проводяться на довиборчому етапі. Оскільки основна мета цього етапу – вдале позиціонування політичних агентів, то і основними дослідженнями будуть: фундаментальне соціологічне дослідження (експертне опитування та масове опитування) – для аналізу соціально-політичної та економічної ситуацій, рівня активності електорату, електоральної бази основних агентів політичного простору та ін.), моніторинг ЗМІ (електронних та друкованих) – для розуміння рівня лояльності ЗМІ, контент-аналіз – для розуміння особливостей політичної риторики по відношенню до ситуації, що склалася в політичному просторі та до основних його агентів.

Відповідь на друге питання семінарського заняття передбачає аналіз особливостей проведення виборчої кампанії з соціологічної точки зору. Зокрема, студент має проаналізувати (окрім вже проаналізованих експертних й масових опитувань, моніторингів та контент-аналізу): експрес-опитування (які проводяться задля ситуативного корегування цілей виборчої кампанії та методів їх досягнення), push-pool (які проводяться для формування в масові свідомості виборців необхідне відношення до тієї чи іншої політичної сили, до того чи іншого кандидата), exit-pool (які проводяться безпосередньо під час волевиявлення та мають на меті протидію фальсифікаціям) та ін.

Третє питання торкається аналізу поствиборчого етапи виборчої кампанії, тому задля якісної відповіді студент повинен дослідити його з точки зору підведення підсумків виборчої кампанії та якості роботи соціолога протягом усіх трьох етапів. Для цього етапу найбільш важливим є проведення масового опитування, основною метою якого є аналіз електоральної пам'яті виборців. Це дасть змогу зрозуміти декілька основних моментів: по-перше, чи були

Викладач: Кузьмичова Н.Ю.

фальсифікації під час підрахунку голосів; по-друге, чи дійшли до виборчих дільниць «свої» виборці; по-третє, як відбулось перетікання голосів і наскільки воно вплинуло на результати виборів. Проведення на цьому етапі експертного опитування дозволить політичній силі/кандидату скорегувати свою діяльність при підготовці до наступних виборів.

Семінарське заняття 10
Соціологічний супровід виборчої кампанії

План

1. Види та типи виборчих кампаній.
2. Технологізація виборчих кампаній.
3. Види та типи соціологічних досліджень у відповідності до етапів виборчої кампанії.
4. Роль та місце соціолога у виборчому процесі.

Ключові поняття: виборча кампанія, соціологічний супровід виборчої кампанії, виборчі технології, політичне прогнозування, політичне проектування, політичне планування, діагностика політичних ситуацій та процесів.

Методичні вказівки

Під час проведення виборчої кампанії політичні сили/кандидати не тільки можуть проаналізувати свою популярність серед виборців та рівень їх довіри, а й можуть вплинути на електоральний вибір, використовуючи різні технології. Останні змінюються у відповідності до: виду виборів, часу проведення виборів, особи кандидата чи знаковості політичної сили, кількості ресурсів (матеріальних, людських, соціальних, адміністративних, організаційних, особистісних, комунікативних та ін.), команди та ін. все це буде аналізуватися під час проведення семінарського заняття. Якість же відповіді на перше питання, буде залежати від того, наскільки студент розбирається у специфіці виборчих кампаній. Зокрема, студент повинен: дати визначення виборчої кампанії, назвати її основні риси та виокремити основні види виборчих кампаній (за масштабом: загальнонаціональні, регіональні, локальні; за часом проведення: довготривалі, короткотривалі, ситуативні (скорочені); за законодавством: чергові, позачергові та перевибори тощо).

Під час проведення виборів та виборчих кампаній необхідно виділяти наступні етапи: підготовчий (рекогносцировка, підбір команди, проведення фундаментального соціологічного дослідження, аналіз наявних ресурсів, підбір кандидата та його довірених осіб, верифікація опонентів, створення «паспорта регіону» та ін.), «війна у траншеях» (формування необхідно образу політичної сили/кандидата в ЗМІ та масовій свідомості, проведення push-pool, створення необхідних PR-приводів та медіа-приводів, розробка стратегії агітаційної кампанії та ін.), «буря та натиск» - активна фаза кампанії (активна агітаційна кампанія, проведення корегуючих експрес-опитувань, розробка та розповсюдження «чорного» та «сірого» матеріалу (за необхідності), проведення зустрічей з виборцями тощо), «фінальний акорд» (передбачає проведення знакових заходів, що може якісно вплинути та хід виборчої кампанії та вплине на «невизначених». Як правило – це останній тиждень виборчої кампанії), «день виборів» (в цей час заборонена всяка реклама, але команди політичних сил/кандидатів

Викладач: Кузьмичова Н.Ю.

використовують технології, що здатні вплинути на вибір громадян (скрита реклама, результати exit-pool та ін.). На кожному з цих етапів використовуються свої технології, які пливають на якість реалізації того чи іншого заходу. Якість відповіді на друге питання семінарського заняття залежить від повноти розкриття етапів реалізації виборчої кампанії у поєднанні зі специфікою технологій, що використовуються на кожному з них.

Відповідь на третє питання передбачає деталізацію знань, отриманих під час розгляду питань попереднього семінарського заняття (семінар №13 «Соціологічні методи в електоральному процесі»). Зокрема, студент повинен проаналізувати специфіку використання соціологічних методів дослідження електорального простору у до-, пост виборчий період та під час проведення виборчої кампанії відповідно.

На сьогодні виборчі кампанії – це комплекс заходів, завдяки яким політична сили чи кандидат отримують максимальну підтримку виборців і тим самим займають домінуючу позицію в політичному просторі. Чим активніше проходить виборча кампанія та використовуються під час її реалізації різноманітні технології, тим краще результат на виході. Реалізація кожної з технологій передбачає знання з різних галузей знань. Тому, для більшого ефекту кампанії, слід залучати не велику кількість вузько направлених фахівців, а компактну команду професіоналів, що мають відповідні знання у різних галузях (так звані політтехнологи). Соціолог повинен мати знання з психології, політичного маркетингу, реклами та рекламної діяльності, PR-технологій, журналістики тощо. Саме тому, розкриття сутності цих напрямів та специфіки використання соціологічного знання під час виборчої кампанії є запорукою вдалої відповіді на четверте питання семінарського заняття.

КУРС «ЕЛЕКТОРАЛЬНА СОЦІОЛОГІЯ»

Викладач: Кузьмичова Н.Ю.