

## РОЗДІЛ 2

### ЕМПІРИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 316.334 : 324

#### СУСПІЛЬНІ ОПІНІЇ У ВИБОРЧОМУ ПРОЦЕСІ

**Кононов Ілля Федорович** – доктор соціологічних наук, професор, завідувач кафедри філософії та соціології Луганського національного університету імені Тараса Шевченка

*У статті розглядається один з визначальних механізмів представницької демократії – вибори; основна увага звертається на низку парадоксів, пов'язаних з ними. Правило "Одна людина – один голос" має підставою визнання юридичної і моральної рівності людей, але передбачає, що вони рівні також за своєю поінформованістю. Це може вести до демократичного самогубства демократії. При формуванні сучасного суспільства відбувався рух від корпоративних виборів до виборів, де головну роль відігравали і відіграють масові спільноти. З цим пов'язаний паралельний рух від групової свідомості до масової свідомості. В статті доводиться, що суспільні опінії перетворилися на головний механізм суспільного вибору. Подібний стан вимагає синергії у розробці проблем електоральної соціології та соціології громадської думки. Висувається пропозиція теоретично диференціювати суспільні опінії, громадську думку та групову свідомість. Перші формуються в широких масових спільнотах, другі є результатом комунікації в межах громадськості, а третє формується як результат групової динаміки.*

**Ключові слова:** вибори, електоральна соціологія, електоральна поведінка, суспільні опінії, громадська думка.

*В статье рассматривается один из определяющих механизмов представительной демократии – выборы; основное внимание обращено на ряд парадоксов, связанных с ними. Правило "Один человек – один голос" базируется на признании юридического и морального равенства людей, но предполагает, что они равны и по уровню информированности. Это может вести к демократическому самоубийству демократии. При формировании современного общества происходило движение от корпоративных выборов к выборам, где главную роль играли и играют массовые общности. С этим связано параллельное движение от группового сознания к массовому сознанию. В статье обосновывается, что общественное мнение превратилось в главный механизм общественного выбора. Подобное состояние предполагает синергию в разработке проблем электоральной социологии и социологии общественного мнения. Выдвигается предложение теоретически дифференцировать общественное мнение, общественную мысль и групповое сознание. Первое формируется в широких массовых общностях, вторая является результатом коммуникации в рамках общественности, а третья формируется как результат групповой динамики.*

**Ключевые слова:** выборы, электоральная социология, электоральное поведение, общественное мнение, общественная мысль.

*The article deals with one of the key mechanisms of representative democracy – elections; a series of paradoxes associated with them are in the main focus. The rule "one person – one vote" is based on the legal and moral equality of all the people, but suggests that they are also equal in terms of awareness. This can lead to the democratic suicide of democracy. During the formation of the modern society there was a movement from corporate elections to elections, where the main role was played and is played by mass communities. Parallel movement from the group consciousness to the mass consciousness is related to this. In the article it is proved that public opinion became the major mechanism of public choice. Such a state assumes the synergy in the development of the issues of electoral sociology and sociology of public opinion. It is proposed theoretically to differentiate public opinion, social thought and group consciousness. The first one is formed in the broad mass communities, the second one is the result of communication within the community, and the third is formed as a result of group dynamics.*

**Keywords:** elections, electoral sociology, voting behavior, public opinion, public thought.

Оскільки вибори належать до найважливіших механізмів функціонування демократичних політичних режимів, то їх вивчення вже понад 200 років зберігає постійну актуальність. Ще Ш. – Л. Монтеск'є писав: "У демократії народ в деяких відношеннях є государем, а в деяких відношеннях – підданим. Государем він є тільки в силу голосування. Воля государя є сам государ. Тому закони, що визначають право голосування, є основними для цього виду правління" [1, с. 169]. Ж. – Ж. Руссо пов'язав проблему голосування з ідеєю суспільного договору. Остання передбачає загальну волю народу: "...Коли народ виносить рішення, яке стосується усього народу, він розглядає лише самого себе, і якщо тільки утворюється відношення, то це – відношення цілого предмета, що розглядається з однієї точки зору, до цілого предмету, що розглядається з іншої точки зору, - без будь-якого поділу цілого. Тоді сутність того, про що виноситься рішення, має загальний характер так же, як і воля, що виносить це рішення" [2, с. 177]. Правда, розвиток теорії суспільного договору в такому напрямку штовхав до пошуку однодумності: "Це, правда, передбачає знов-таки, що особливості загальної волі втілені в більшості голосів. Коли цього вже немає, то яке б рішення не було б прийнято – немає більше свободи" [2, с. 231]. Можна говорити про те, що в теорії Ж. – Ж. Руссо вперше були зафіксовані суперечності виявлення загальної волі шляхом голосування. Його власні пропозиції їх подолання відкривали шлях до різноманітних форм авторитаризму. Ю. Габермас слушно писав: "Руссо пропонує антигромадянську ідею, ідею всепроникного політичного суспільства, де немає місця автономній приватній сфері, тобто емансипованого від держави громадянського суспільства" [3, с. 144].

Суперечності виборчого процесу пов'язані з парадоксами демократії. Найголовніший з них – це парадокс демократичного самовбивства демократії. Одним з перших його описав Карл Поппер в своєму відомому памфлеті "Відкрите суспільство та його вороги". На його думку, "...це парадокс демократії чи, точніше, правління більшості, який полягає у можливості для більшості ухвалити рішення про необхідність запровадження тиранії" [4, с. 316]. Теоретик лібералізму і в подальшому неодноразово звертався до аналізу сформульованих парадоксів, шукаючи шляхи підвищення дієвості демократичних механізмів. Особливу увагу він звернув на роль суспільних опіній в демократичному процесі. Парадокси демократії загострюються саме тоді, коли головною характеристикою виборчого процесу стає динаміка суспільних опіній. Критика суспільних опіній полягала в тому, що, на думку К. Поппера, на них не можна покладатися в державному управлінні. Інколи вони штовхають владу у вірному напрямку, інколи, навпаки, можуть підштовхнути до прірви. Спираючись на них, демагог може встановити диктаторський режим. Тому демократія мусить спиратися на традиції, серед яких найголовнішими є ті, що утворюють "моральну структуру" суспільства [5, с. 582]. Головним же є практика раціональної дискусії, яка "...створює в політичній сфері традицію управління за допомогою обговорення і звичку прислуховуватись до прибічників іншої точки зору, посилює відчуття справедливості і готовність до компромісу" [5, с. 584].

Світова дискусія з приводу підвалин демократії майже не зачепила вітчизняну електоральну соціологію. З легкої руки Олександра Вишняка у нас закріпилося лапідарне уявлення, що всі теорії електорального процесу можна звести до трьох груп. Перші дві (теорія класового чи статусного голосування і соціально – психологічна концепція) були добре обґрунтовані в ХХ ст. і знайшли класичне вираження в працях таких авторів, як Б. Берельсон (B. R. Berelson), П. Лазарсфельд (P. F. Lasarsfeld), У. Макфі (W. N. McPhee) та ін. Третя теорія (раціонального вибору) вперше була представлена в книзі "Економічна теорія демократії" (1957 р.) Ентоні Даунса (Anthony Downs). Класичного вигляду вона набула в працях У. Рікера, П. Ордешука та М. Фіоріні [6, с. 17 - 18].

Усі ці теорії піддаються критиці як в світовій соціології, так і у нас, за однобічність. Особливо дістається теорії раціонального вибору. Справа в тому, що вона передбачає відповідального, активного, добре інформованого громадянина як суб'єкта прийняття суспільних рішень. І в науковій, і в популярній літературі така ідеалізація не просто ставиться під сумнів, а над нею знушаються. Американський історик Рік Шенкман опублікував 2008 року книжку "Настільки ж ми дурні? Лицем до істини про американського виборця" [7]. Ідеї книжки підхоплені популяризаторами. Олексій Байер пише: "Шенкман присвятив приблизно 150 сторінок оглядам самих різних опитувань населення і наукових експериментів, які показують, що американські виборці, які ось вже майже 250 років обирають свій уряд демократичним шляхом, не просто не знають найбільш елементарних речей про своїх лідерів, їх ідеології й політичні платформи, але і зовсім цими питаннями не цікавляться" [8, с. 138].

Інтелектуальна біографія статусного чи класового голосування зараз переживає певний підйом, що пов'язано з реабілітацією в світовій соціології самого концепту класу [9]. В українській соціології найбільш чутливою до цих змін виявилася О. Куценко. На основі даних Європейського соціального дослідження 4-ї хвилі (ESS 2007 – 2008) вона зробила співставлення електоральної активності в чотирьох групах країн. Україна тут потрапила до однієї групи з Росією та Болгарією. У Росії та Болгарії фіксується більш низький рівень

електоральної активності у сильноресурсних класів і більш високий – у слоборесурсних. "На цьому фоні виділяється Україна, де класові відмінності в електоральній активності по усім трьом лініям розколів високі – 11 – 14 одиниць на користь сильноресурсних класів. Найбільш значимі відмінності активності між класами капіталістів і робітників, найменш значимі – між експертами і обслуговуючими класами" [10, с. 17].

Критика соціально-психологічного вивчення електоральної поведінки у нас в країні має дещо однобічний характер, адже, на мою думку, необгрунтовано зводиться лише до теорії, яка стала результатом досліджень протягом 40-60-х років ХХ ст. Агнуса Кемпбела з співробітниками [11]. О. Вишняк передає сутність цієї теорії так: "Згідно з точкою зору прихильників соціально-психологічної теорії електоральної поведінки, яку ще можна назвати теорією партійно-ідеологічного голосування, прихильність виборців до певної політичної партії, певного типу партій чи кандидатів складається в ході ранньої політичної соціалізації індивіда в сім'ї та найближчому оточенні (школі, на вулиці)" [12 с. 194]. Сказане відразу провокує зробити зауваження, що для України ще не настав час такої теорії. Але проблема не лише в тому, що дана теорія передбачає довгу історію виборчих кампаній, в яких брали участь декілька поколінь виборців. Ця теорія орієнтована на вивчення достатньо раціональних мотивів голосування. Між тим існують потужні напрямки соціально-психологічних досліджень електоральної поведінки, які орієнтовані на з'ясування ролі в ній ірраціональних чинників, підсвідомого [13].

Мені вже доводилося звертати увагу на ту обставину, що в реальному супроводі виборчої кампанії жодна з теорій не використовується в своїй науковій чистоті. Головним стає маркетинговий підхід, який створює умови для еклектичного поєднання ідей різних теорій, які в науковому плані є несумісними [14].

Найбільш глибокою причиною домінування маркетингового підходу в організації виборчих кампаній є зміни в соціальній структурі сучасних суспільств. З переходом до Другого модерну тільки представники правлячих класів є відносно згуртованими і протистоять розпорощеним суб'єктам, що займають статусні місця, пов'язані з продажем власної робочої сили. Безумовно, і правлячий клас розколюється на велику кількість клієнтельних груп. При цьому вищі верстви правлячого класу існують поза національною соціальною структурою, утворюючи транснаціональну буржуазію [15, с. 95]. Це веде до занепаду в політичній системі суспільства функції представництва інтересів різних суспільних груп. Вона відривається від решти соціуму і перетворюється на місце самопрезентації правлячого класу. Так формується модель імітативної демократії. Для вивчення цього процесу сучасна Україна є просто взірцевим випадком [16]. Для різних фракцій правлячого класу вибори є способом перерозподілу влади і власності. За їх допомогою можна або поліпшити своє становище з точки зору можливостей отримання суспільної ренти, або погіршити його. Отже, різні клієнтельні групи правлячого класу під час виборчих кампаній роблять реальні ставки. Але вигреш чи програш залежить від того, як проголосують виборці.

Більш цікава проблема полягає в іншому: чому голосують прості виборці? Для них не є секретом, що вага кожного голосу дуже низька: "Навіть коли імовірність голосування кожного виборця за одного кандидата становить 0,5, імовірність того, що окремий голос стане вирішальним в спільноті з 100 млн. громадян, становить лише 0,00006" [17, с. 428]. Що ж примушує пересічних громадян продовжувати суспільну угоду з пануючим класом? Як формується в даному випадку суспільний вибір?

Метою подальшого розгляду я оберу третє з поставлених запитань. Через нього спробую наблизитися і до відповіді на перші два.

Емпіричною основою моїх висновків будуть результати дослідження "Політичні партії і населення в період виборчої кампанії: контекст великого міста", здійсненого у вересні – жовтні 2012 року кафедрою філософії та соціології Луганського національного університету імені Тараса Шевченка та громадською організацією "Центр з вивчення суспільних процесів та проблем гуманізму" (науковий керівник – проф. Кононов І. Ф.). Всього було опитано 1100 чоловік. Вибірка мала забезпечити репрезентативність вибіркової сукупності за ознаками статі, віку та району проживання в місті. Розрахунок вибіркової сукупності був зроблений доц., к. соц. н. Хобтою С. В. Вона ж була керівником польового етапу дослідження і під її керівництвом була зроблена комп'ютерна обробка первинної соціологічної інформації.

Далі зосереджуся на трьох аспектах суспільного вибору: а) формуванні готовності до участі в голосуванні; б) формуванні вибору тієї чи іншої партії і в) налаштованості захищати результати народного волевиявлення.

Вербально висловлена готовність до участі в голосуванні була зафіксована на більш високому рівні, ніж активність, виявлена під час самих виборів. В цілому про свій намір прийти на виборчі дільниці повідомили 69% наших респондентів. Реально у виборах взяли участь по ВО №104 57,9%, по ВО №105 – 55,9%; по ВО №106 – 54,3% зареєстрованих виборців [18].

Аналіз даних показав, що немає статистично значимого зв'язку між наміром голосувати і статтю респондентів, їх освітою та етнічною приналежністю. Значимі зв'язки зафіксовані тільки за перемінними

"вік" і "посадова приналежність". У першому випадку  $\chi^2$  значущий (=33), у другому  $\chi^2$  значущий(=42). Представлю відповідні дані в табличній формі (таблиці 1 та 2).

Таблиця 1.

**Намір взяти участь у виборах до Верховної Ради 28 жовтня 2012 року представників різних вікових груп (%)**

Варіанти відповідей	18-29 років n = 295	30-59 років n = 523	60 років і старше n = 282
Так	60,0	67,5	81,2
Ні	27,1	20,3	11,3
Поки що не визначилась / Не визначився	11,9	11,7	7,1
Відсутня відповідь	1,0	0,6	0,4

Таблиця 2.

**Готовність взяти участь у виборах до Верховної Ради представників різних професійних та посадових груп респондентів (%)**

Варіанти відповідей	Робітники n = 345	Керівники підприємства, установи чи структурного підрозділу n = 32	Службовці n = 70	Підприємці, зайняті індивідуальною комерційною чи виробничою діяльністю n = 55	Гуманітарна інтелігенція n = 46	Студенти n = 76	Безробітні n = 63	Пенсіонери n = 351
Так	63,5	66	73	58	70	67	57	80,1
Ні	24,6	28	19	24	15	22	24	11,4
Поки що не визначилась / Не визначився	10,7	6	7	16	15	11	19	8,3
Відсутня відповідь	1,2	0	1	2	0	0	0	0,3

Особливо велика різниця виявляється між теоретичним очікуванням та емпіричними частотами по таким соціальним групам, як пенсіонери (налаштовані голосувати значно більше, ніж теоретичне очікування) і робітники (налаштовані не голосувати більше, ніж теоретичне очікування).

Симптоматично, що керівники підприємств, підприємці та безробітні часто мають близькі настрої.

Були зафіксовані залежності між наявністю у респондентів тих чи інших політичних переконань і їх готовністю брати участь у виборах (таблиця 3). Правда, відразу варто зауважити, що абсолютну більшість (82,3%) опитаних мешканців Луганська важко було розташувати в континуумі "праві – ліві".

Таблиця 3.

**Залежність готовності голосувати від політичних орієнтацій респондентів (%)**

Варіанти відповідей	Крайні ліві n = 23	Помірковано ліві n = 35	Лівочентристські n = 33	Правоцентристські n = 31	Помірковано праві n = 45	Крайні праві n = 28	Немає сталих політичних переконань n = 345	Складно відповісти n = 529
Так	82,6	82,9	78,8	83,9	88,9	67,9	61,2	70,3
Ні	8,7	11,4	15,2	3,2	6,7	10,7	28,1	18,0
Поки що не визначилась / Не визначився	4,3	5,7	6,1	12,9	2,2	14,3	10,4	11,5
Відсутня відповідь	4,3	0,0	0,0	0,0	2,2	7,1	0,3	0,2

Таблиця 4.

Залежність готовності взяти участь у виборах до Верховної Ради від оцінки змін в Україні під час президентства Віктора Януковича (%)

Намір взяти участь в голосуванні	Характер змін в Україні за час президентства В. Януковича					
	Цілком позитивні n = 175	Переважаю позитивні n = 285	Позитивні та негативні рівною мірою n = 323	Переважаю негативні n = 103	Цілком негативні n = 74	Важко сказати n = 122
Так	81,7	73,7	64,7	69,9	50,0	65,6
Ні	9,1	16,1	22,0	22,3	37,8	23,8
Поки що не визначилась / Не визначився	9,1	9,5	13,0	7,8	9,5	9,8
Відсутня відповідь	0,1	0,7	0,3	0,0	2,7	0,8
Усього	100	100	100	100	100	100

Тепер наведу дані про вибір тієї чи іншої партії в залежності від соціально-професійної приналежності респондентів та від їх політичних орієнтацій (таблиці 5 і 6).

Таблиця 5.

Залежність готовності голосувати за ту чи іншу партію від професійної та посадової приналежності респондентів (%)

	Робітники n=345	Керівники підприємства, установи чи структурного підрозділу n = 32	Службовці n = 70	Підприємці, зайняті індивідуальною комерційною чи виробничою діяльністю n = 85	Гуманітарна інтелігенція n = 46	Студенти n = 76	Безробітні n = 63	Пенсіонери n = 351
КПУ	9,6	6	9	13	17	7	3	14,2
СПУ	0,3	0	0	2	0	1	0	0,3
Партія регіонів	36,2	31	30	44	33	28	38	40,7
ВО "Батьківщина"	3,8	6	1	2	4	0	2	2,3
Наша Україна	0,3	0	0	0	2	0	0	0,0
ВО "Свобода"	0,3	0	0	0	0	1	2	0,3
Радикальна партія О. Ляшка	1,7	0	0	0	0	1	3	0,0
Україна – вперед!	1,2	0	7	4	0	7	3	2,0
УДАР	7,0	13	6	6	9	16	3	4,0
Інше	6,1%	6	9	4	4	5	8	6,3
Складно відповісти	11,9	13	19	9	17	16	14	18,8
Немає відповіді	21,7	25	20	18	13	18	24	11,1

Як бачимо, в українських умовах теорія класового чи статусного голосування навряд чи може бути застосованою в її класичному вигляді. Прибічники КПУ, яка за ідеологічним брандом позиціонується як ліва партія, є у всіх соціальних верствах. Серед підприємців та зайнятих індивідуальною комерційною та виробничою діяльністю їх можна зустріти навіть частіше, ніж серед робітників, а серед представників гуманітарної інтелігенції частіше, ніж серед пенсіонерів. Щось подібне можна сказати і про Партію регіонів, створену великим капіталом, але яку рівною мірою підтримують робітники, службовці, гуманітарна інтелігенція, керівники підприємств і безробітні. А найбільшою підтримкою вона користується у підприємців та зайнятих індивідуальною комерційною і виробничою діяльністю, а також у пенсіонерів. За симпатіями виборців ці дві партії майже відповідають ідеологічним настановам теоретиків КПРС про партію всього народу. Якщо ж говорити серйозно, то готовність голосувати за ту чи іншу партію фактично не корелюється з соціальним становищем респондентів.

Таблиця 6.

Залежність готовності голосувати за ті чи інші партії в залежності від політичних орієнтацій респондентів (%)

	Крайні ліві n =23	Помірковано ліві n =35	Лівцентристські n =33	Правцентристські n =31	Помірковано праві n =45	Крайні праві n =28	Немає сталих політичних переконань n =345	Складно відповісти n =529
КПУ	44	29	30	3	7	7	7,0	10,4
СПУ	0	0	0	3	0	4	0,0	0,4
Партія регіонів	26	31	42	71	71	39	30,1	36,9
ВО "Батьківщина"	4	3	3	0	9	18	2,6	1,7
Наша Україна	4	0	0	0	0	0	0,3	0,0
ВО "Свобода"	4	0	0	0	0	0	0,9	0,0
Радикальна партія О. Ляшка	4	0	0	3	0	0	0,6	0,9
Україна – вперед!	0	3	3	3	0	0	2,9	1,7
УДАР	0	14	6	0	0	7	6,4	7,0
Інше	4	3	3	3	0	0	7,0	7,2
Складно відповісти	0	6	3	10	9	18	18,0	17,2
Немає відповіді	9	11	9	3	4	7	24,3	16,6

Дані таблиці підтверджують раніше зроблений висновок про те, що політичні переконання в межах класичного ідеологічного спектру не відіграють суттєвої ролі у виборі партій. Безумовно, є певний зв'язок між лівими переконаннями виборців і їх готовністю голосувати за КПУ, але серед тих, хто назвав себе крайніми правими, 7,1% збиралися голосувати за цю політсилу. Серед прибічників ПР ситуація подібна: 26,1% тих респондентів, що назвали себе крайніми лівими, та 39,3% тих, хто визначив себе як крайніми правих, мали намір проголосувати за цю партію.

Мабуть, можна говорити про те, що певну роль у виборі політичної сили відіграла більша довіра до депутатів, яких висунула потужна партія. Так, серед респондентів, що збиралися голосувати за КПУ, 52,2% поділяли цю думку. Не поділяли її 33,9% з цієї групи, а 13,9% було важко відповісти на поставлене запитання. Серед респондентів, які висловили намір проголосувати за Партію регіонів, про більшу довіру до депутатів від потужних партій сказали 57,6%. Незгоду з такою думкою висловили 27,3% від числа прибічників ПР, а 15,1% важко було відповісти на це запитання. По іншим партіям немає сенсу проводити аналіз з причини малої чисельності тих, хто мав намір голосувати за них.

Тепер спробуємо з'ясувати, наскільки наші громадяни готові були захищати свій вибір. Справа в тому, що за даними нашого опитування вони не відчували великої довіри до процедури підрахунки голосів. Тільки 24% від загальної кількості опитаних були впевненими, що вибори пройдуть чесно. Проте 42,2% не виключали можливостей фальсифікації, а 20,1% респондентів очікували повної фальсифікації виборів. Для 13,7% опитаних нами мешканців Луганська складно було дати відповідь на поставлене запитання. Але при цьому більшість виключала для себе можливість брати участь в протестах (таблиця 7).

Таблиця 7.

Розподіл відповідей на запитання "Якщо вибори будуть сфальсифіковані, чи припускаєте Ви для себе участь в акціях протесту?"

№ п/п	Варіанти відповіді	% від кількості опитаних n=1100
1.	Так	9,9
2.	Тільки, якщо мені заплатять	7,9
3.	Ні	71,8
4.	Складно відповісти	8,5
5.	Немає відповіді	1,9
	Усього	100,0

Досить промовистою є інформація про можливу участь в акціях протесту (таблиця 8). Слід підкреслити, що ствердно на це запитання відповіли 340 респондентів, що становить 27,3% від кількості опитаних в місті.

Таблиця 8.

**Розподіл відповідей на запитання "В яких формах протесту Ви могли б взяти участь?" (% від чисельності тих, хто не виключає для себе можливість протестної поведінки)**

№ п/п	Варіанти відповіді	% від кількості осіб n = 340
1.	Мітинги та демонстрації	34,1
2.	Довготривалі акції протесту ("Майдан")	7,6
3.	Звернення до суду і участь в судових засіданнях	2,1
4.	Збір підписів під зверненнями	9,1
5.	Виступи в ЗМІ	2,9
6.	Страйки	8,2
7.	У крайньому випадку терористичні	2,1
8.	Складно відповісти	33,8

Отже, можна зробити висновок, що суспільний вибір формується в полі суспільних опіній. На це вказує та обставина, що чіткіше за все фіксуються залежності між електоральними установками виборців та їх приналежністю до тієї чи іншої сукупності, що сформувалася як група людей з близькими поглядами. Групи свідомості є відносно незалежним фактором виборчого процесу. Суспільний вибір здійснюється в межах достатньо слабких зв'язків громадян з політичним цілим. Це веде до того, що після здійснення вибору громадяни залишають своїх обранців у спокої, а сам вибір лише незначна частина виборців готова захищати. "Реакція паперу на олівець", яка часто обумовлюється регіональними стереотипами, зусиллями PR – спеціалістів та силою-силенною інших факторів виявляється доленосною для країни.

Класові фактори знаходять вияв у виборчому процесі зовсім не через прямий вплив на мотиви електоральної поведінки. Спочатку в боротьбі між різними фракціями правлячого класу виробляється "меню" виборів і самі правила виборчого процесу. Пересічні виборці вступають у дію лише після визначень ступенів свободи для них.

Все це дозволяє сформуванню нову перспективу електоральних досліджень через дослідження суспільних опіній у виборчому процесі. Вона може стати основою для синтезу вже окреслених дослідницьких напрямків. Правда, для цього потрібні певні зміни в самій теорії суспільних опіній. В українському соціологічному співтоваристві на цей час на заваді відповідним змінам стоять штучні термінологічні перепони. Феномен, який англійською називається "public opinion", а російською мовою - "общественное мнение", у більшості випадків передають як "громадська думка". Це задає певну спрямованість пошуку, коли ставиться завдання "...відрізнити його від знання, суспільного настрою, соціальних установок певних людських спільностей, не кажучи вже про так звану реакцію паперу на олівець, яку, на жаль, отримують подекуди під час опитувань полстери і соціологи замість інформації про стан громадської думки" [19, с. 11]. При такій спрямованості пошуків виникає потреба з'ясувати, що таке думка як певне духовне явище і що таке громадськість як її суб'єкт-продуцент. Зрозуміло, що конотації українського слова "думка" ближчі до англійських слів "thought" та "think", а не до "opinion" [20, с. 427, 636 – 637, 638].

Російське слово "мнение" відповідає англійському "opinion". В українській мові ці слова мусять перекладатися в залежності від контексту як "думка", "погляд", "гадка" [21, с. 281]. Володимир Оссовський (1935 – 2010), спираючись на концепцію Флойда Оллпорта, писав: "Передусім – громадськість і думка. Якщо говорити узагальнено, з соціологічної точки зору, громадськість (суб'єкт думки) – це група людей, спільнота, об'єднана спільним інтересом у певній царині, наприклад: акціонери – вартістю акцій, службовці і робітники – розміром заробітної плати на підприємствах галузі, мешканці міста – будівництвом нового заводу. Думка – це вербальне вираження установок людей щодо певної конкретної проблеми. Коли ці установки набувають стійкості, вони "спливають" на поверхню у вигляді думок. Порівняння індивідуальних думок веде до їх більш або менш стабільних колективних актів, виявлення колективних суджень. Звідси громадська думка являє собою спільну думку індивідів, репрезентує собою певний консенсус індивідуальних думок з приводу проблеми, яка становить спільний інтерес. Резюмуючи сказане, можна стверджувати: громадська думка – це колективні оціночні судження

різних соціальних спільнот, у яких виявляється їх ставлення до змісту і способів вирішення суспільних проблем, що стосуються їх спільних інтересів" [19, с. 16].

В цьому сенсі громадська думка є продуктом Нового часу, коли склалася громадськість як освічена і активна частина мешканців тієї чи іншої країни, яка за посередництва засобів масової інформації брала участь в обговоренні важливих суспільних питань. Метою громадськості був вплив на уряд з метою формування певних, вигідних цьому колу осіб, рішень. Оскільки громадськість існувала за посередництва ЗМІ, то вона була публікою. Для цього було потрібним те, що Юрген Габермас назвав "громадянською відкритістю": "Громадянську відкритість (bürgerliche Öffentlichkeit) можна визначити насамперед як сферу згуртованих у публіку приватних осіб. Бо якраз вони підривають відкритість, яку регламентує влада, тобто саму державну владу, для того, щоб розставити на свої місця правила взаємного спілкування у принципово приватизованій, але актуальній щодо відкритості (Öffentlich) сфері товарообігу та суспільної праці" [3, с. 71]. Далі німецький соціолог продовжує: "У громадянській відкритості виробляється політична свідомість, яка, на протидію абсолютній владі, чітко і зрозуміло викладає суть і вимоги до загальних і абстрактних законів і, насамкінець, саму себе, тобто відкриту (громадську) думку, навчається відстоювати як єдино легітимне джерело цих законів" [3, с. 99].

Осердям формування такої громадської думки як колективної думки освіченої і активної буржуазії була група інтелектуалів, що складалася з фахівців у різних галузях суспільних наук та публіцистів. Продукт їх дискурсивних зусиль цілком слушно називати громадською думкою у вузькому сенсі. Російською це передається як "общественная мысль", а англійською мовою як "social thought".

Як бачимо, громадська думка є більш вузьким феноменом у порівнянні з тією реальністю, яка визначається термінами "public opinion" чи "общественное мнение". Громадська думка є результатом комунікації в привілейованих верствах суспільства, які за її допомогою виробляють проекти розвитку суспільства через акцентування власних інтересів.

Разом і у взаємодії з суспільними опініями та громадською думкою існує групова свідомість. Групи дуже різні за обсягом і характером групових зв'язків, тому і різновиди групової свідомості можуть дуже відрізнитися одне від одного. Групова родинна свідомість буде більш виробленою і чіткою, ніж свідомість в групі сусідів, свідомість членів згуртованої політичної партії буде більш нюансованою і розробленою, ніж свідомість членів студентської групи. Групова свідомість теж відіграє певну роль у виборчому процесі, але мені доведеться від неї у даному випадку абстрагуватися, адже головну роль у формуванні суспільного вибору під час виборчої кампанії відіграє власне громадська думка і суспільні опінії.

Термінологічні проблеми вирішуються конвенційно. Можна, безумовно, домовитися, щоб під одним терміном мати різні поняття. Тоді у нас буде громадська думка у вузькому сенсі, у власному сенсі і у розширеному сенсі. Але це небажаний варіант, адже він буде постійно загрозувати термінологічною плутаниною. Тому для останнього випадку я пропоную користатися терміном "суспільна опінія". "Опінія" за походженням є слово латинське (opinion) і означає гадку, погляд, уявлення, передбачення, тобто думку, що базується на припущенні і не є строго доведеною [22, с. 706]. Суб'єктом формування суспільних опіній будуть спільноти масового типу, а не групи, міцно згуртовані інтересами.

Якщо у виборчому процесі саме суспільні опінії відіграють вирішальну роль при формуванні колективного вибору, то варто зосередити дослідницьку увагу на шляхах формування і динаміці суспільних опіній, на впливі на них громадської думки і групової свідомості. Це дасть соціологам більш нюансовану термінологію, а тим самим знаряддя для більш точного дослідження суспільних процесів.

#### **Література:**

1. Монтеск'є Ш.-Л. О духе законов // Монтеск'є Ш.-Л. Избранные произведения. / Ш. Монтеск'є; [пер. с фр. А. Г. Горфельда и М. М. Ковалевского] – М.: Государственное издательство политической литературы, 1955. – С. 159 – 733. (Академия наук СССР. Институт философии).
2. Руссо Ж.-Ж. Об общественном договоре или принципы политического права // Руссо Ж.-Ж. Трактаты. / Жан – Жак Руссо; [пер. с фр.] – М.: Наука, 1969. – С. 151 – 256. (Академия наук СССР. Литературные памятники).
3. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості: дослідження категорії громадянське суспільство / Юрген Габермас; [пер. з нім. Анатолій Онишко]. – Львів: Літопис, 2000. – 318 с.
4. Поппер К. Відкрите суспільство та його вороги. Том 1. У полоні Платонових чар / Карл Поппер; [пер. з англ. Олександр Коваленко]. – К.: Основи, 1994. – 444 с.
5. Поппер К. Р. Общественное мнение и либеральные принципы // Поппер К. Р. Предположение и опровержение: Рост научного знания / Карл Поппер; [пер. с англ. А. Л. Никифорова]. – М.: ООО "Издательство АСТ"; ЗАО НПФ "Ермак", 2004. – С. 575 – 586. (Philosophy).



6. Вишняк О. І. Електоральна соціологія: історія, теорія, методи / О. І. Вишняк – К.: Інститут соціології НАН України, 2000. – 309 с.
7. Shenkman Rick. Just How Stupid Are We?: Facing the Truth About the American Voter / Rick Shenkman. – N.Y.: Basic Books, 2008. – 210 p.
8. Байер Алексей. Голос без разума. Как мы выбираем своих лидеров и выбираем ли их вообще / Алексей Байер // Вокруг света. Украинское издание. – 2012. - №11. – С. 130 – 141.
9. Тернборн Г. Глобальное неравенство: возвращение класса /Горан Тернборн// Глобальный диалог. – 2011. – Т.2. - №1. – С.3 – 5. [Электронный ресурс] – Режим доступа к журналу: <http://www.isa-sociology.org/global-dialogue/newsletters2-1/russian.pdf>
10. Куценко Ольга. Социальные классы и политическая мобилизация (сравнительный анализ европейских стран сквозь призму трех типов классовых расколов) / Ольга Куценко // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2012. - №3. – С. 3 – 27.
11. The American Voter / Angus Campbell, Philip E Converse, Warren E. Miller, Donald E.Stokes. – Chicago: The University of Chicago Press, 1980. – 576 p.
12. Вишняк О. І. Електоральна соціологія // Спеціальні та галузеві соціології: [навч. посібник] / За ред. проф. В. Є. Пилипенка. – К.: Каравела, 2003. – С. 187 – 219. (Серія "Вища освіта в Україні).
13. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / Серж Московичи; [пер. с фр. Т. П. Емельяновой]. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. – 480 с. (Библиотека социальной психологии).
14. Кононов І. Ф. Суспільний вибір у міській громаді /І. Ф. Кононов // Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка. Соціологічні науки. – 2011, січень. - №2 (213). – С. 5 – 21.
15. Арсєнко А. Г. Вызовы глобализации и Украина / Арсєнко А. Г., Малюк А. Н., Толстых Н. В. – К.: Інститут соціології НАН України, 2011. – 517 с.
16. Кононов І. Ф. Місто як поле суспільного вибору (на прикладі місцевих виборів 31 жовтня 2010 р. у місті Луганськ) / І.Ф. Кононов // Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка. Соціологічні науки. – 2011, січень. - №2 (213). – С. 21 – 44.
17. Мюллер Д. Общественный выбор III / Деннис Мюллер; [пер. с англ. Под ред. А. П. Заостровцева и А. С. Скоробогатова]. – М.: Издательство ГУ ВШЭ, 2007. – 1000 с.
18. Вибори народних депутатів України 28 жовтня 2012 року. Відомості про виборців після закінчення голосування / Центральна виборча комісія. [Електронний ресурс]. - Режим доступу до сайту: [http://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2012/wp095\\_2?PT001F01=900&pt049f01=4](http://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2012/wp095_2?PT001F01=900&pt049f01=4)
19. Оссовський В. Л. Громадська думка: спроба соціологічної інтерпретації / В. Л. Оссовський. – К.: Інститут соціології НАНУ, 1999. – 137 с.
20. Уилсон Е. А. М. Англо-русский учебный словарь. Изд-3-е. /Е. А. М. Уилсон – М.: Русский язык, 1985. – 720 с.
21. Російсько-український словник-довідник. 2-е вид / За ред. В. М. Бріцина. – К.: Довіра, 2008. – 942 с.
22. Дворецкий И. Х. Латинско - русский словарь. Изд. 2-е / И. Х. Дворецкий – М.: Русский язык, 1976. – 1096 с.