

Технологія та результати досліджень громадської думки

Олександр Вишняк,
доктор соціологічних наук

Розвиток демократичних інституцій в Україні та масових політичних, маркетингових, соціальних прикладних опитувань населення порушили низку методологічних та методичних проблем щодо специфіки соціологічних досліджень громадської думки на відміну від інших галузей соціальних досліджень, статусу та методології дослідження громадської думки як надіндивідуального феномена, методики науково-теоретичних і прикладних її досліджень. Як засвідчує практика, науковці-соціологи на основі фахових полінгів можуть зробити чимало важливих теоретико-методологічних узагальнень щодо функціонування механізму “політика – ЗМІ – громадська думка – масова свідомість громадян”.

У вітчизняній соціологічній науці проблему дослідження громадської думки концептуально поставив В.Оссовський. У книзі “Громадська думка: спроба соціологічної інтерпретації” та в наукових статтях він, спираючись на роботи П.Бурд’є, П.Шалтаня, Дж.Геллапа, сформулював методологічні принципи таких досліджень: “Ми виходимо з твердження: з соціологічної точки зору полстери не мають справи з реальними суб’єктами громадської думки. Дані полінгів – це певна сума індивідуальних думок, серед яких містяться, а може й ні, суб’єкти громадської думки... Громадська думка – це не просто механічна сума індивідуальних думок”¹. Ідентифікація громадської думки на основі індивідуальних думок відбувається за допомогою спеціальних запитань-фільтрів – впевненості, інформованості, компетентності тощо.

Разом з тим, зробивши важливі для розвитку соціології громадської думки теоретичні та методологічні узагальнення, В.Оссовський непослідовно проводить їх у своїх роботах. Він вважає, що “між методологічним арсеналом полстера і соціолога існує й відмінність, зумовлена неоднаковими концепціями громадської opinii та стилями її дослідження. Тоді як для полстера відповіді респондента є складниками й елементами громадської opinii, для соціолога – лише проявами

¹ **Оссовський В.Л.** Громадська думка: спроби соціологічної інтерпретації. – К., Інститут соціології НАНУ, 1999. – С. 29, 46.

та симптомами, будівельним матеріалом для реконструкції громадської opinii”¹. Але, відзначаючи різницю між агрегатним баченням громадської думки (opinii) у полстерів та структурним – у соціологів, В.Оссовський фактично визнає право на існування двох видів громадської думки та двох підходів до її дослідження (з позицій політичного ринку або ринку товарів та послуг “арифметична opiniiometrui”, мабуть, доцільна). Тобто, і соціологи, і полстери досліджують громадську думку (opinii) – тільки з різних методологічних позицій. А з цим погодитись неможливо.

По-перше, тому що в масових соціологічних теоретичних та прикладних (полстерських) дослідженнях основна частина запитань взагалі стосується не індивідуальних opinii, а зовсім інших видів інформації.

Як відзначали фахівці з методології політичних досліджень Д.Мангейм та Р.Річ, “опитування надає дослідникові інформацію п’яти типів: **факти, знання** (percercions), **думки** (opinions), **ставлення, установки** (attitudes) і звіти про поведінку (behavioral reports) респондентів... До розряду **думок** входять судження респондента про його погляди на певні предмети і події. На виявлення думок націлені, наприклад, такі запитання, як: “Ви за чи проти легалізації торгівлі наркотиками?”, “Кого би ви хотіли бачити переможцем на наступних місцевих виборах?”. До **ставлення** можна віднести порівняно стійкі настрої респондентів і їх оцінки певних явищ та ідей”².

Тобто, виявлення індивідуальних opinii (думок) є тільки одним із елементів як соціологічного, так і полстерського дослідження. У вивченні ж фактів, звітів про поведінку чи установок-преференцій методологічний полстерський та соціологічний підходи не відрізняються. Але полстери і соціологи повинні відрізнити індивідуальне ставлення (установки, “attitudes”) до певних акторів, явищ та процесів та індивідуальні і громадські opinii (“мнения”, opinion).

По-друге, громадську думку (громадські opinii), на відміну від індивідуальних opinii та ставлень, опитувати взагалі неможливо. Опитувань громадської думки не існує і не може існувати. Можна опитувати громадян, виборців, споживачів, глядачів тощо, а громадську думку можна тільки досліджувати, як вивчають живі та неживі об’єкти, реальні та віртуальні.

Громадська думка – це складне надіндивідуальне утворення, а не сума думок (“мнений”) окремих осіб, опитати яку неможливо, бо вона не відповідає. Її можна тільки досліджувати, відфільтрувавши “порожні відповіді” тих, хто не цікавиться певною проблемою взагалі, не має визначеної позиції (“мнения”) з цих питань, а головне – відсіявши за допомогою запитань-фільтрів та тестових запитань все, як кажуть американці, що “несуттєво, некомпетентно і не стосується справи”.

Всі громадяни України мають своє ставлення (“установки”, “аттитюди”) до

¹ **Оссовський В.Л.** Полінг Versus соціологічне дослідження громадської opinii // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 4. – С. 212.

² **Мангейм Д.Б., Річ Р.К.** Политологи. Методы исследования. – М., Весь мир, 1997. – С. 184.

політичних, соціально-економічних, культурних і т.д. подій та процесів, що відбуваються в суспільстві. Навіть люди, які не цікавяться політикою, неінформовані і некомпетентні в політиці, культурі чи економіці, мають якесь ставлення до них. Не обов'язково позитивне чи негативне. Це ставлення може бути і нейтральним, і невизначеним і, дуже часто, навіть байдужим. Невизначеної ж чи байдужої думки (“мнения”) не буває. Це – відсутність індивідуальної думки. **Індивідуальні думки зі складних політичних, економічних та культурних проблем суспільства мають далеко не всі громадяни, а хто має – не завжди її висловлює, особливо незнайомим людям (інтерв'юерам опитувань). А особи, які висловлюють власну думку, мають далеко не однакову вагу в формуванні громадської думки, бо, по-перше, далеко не однаково переконливі і впевнені в своїй позиції (пасивна чи агресивна модальність); по-друге, мають далеко не однаковий авторитет у суспільстві та своєму оточенні; по-третє, у них далеко не однакові комунікаційні можливості (і безпосередні, і опосередковані через ЗМІ).** А тому для виявлення власне громадської думки на основі висловлювань окремих громадян в соціологічних опитуваннях з певних проблем потрібно відфільтрувати відповіді тих, хто не має думки з певної проблеми, неінформований, незацікавлений та некомпетентний, а, можливо, і провести соціологічне “зважування” відповідей тих, хто залишився. Інакше ми, в кращому випадку, при репрезентативній вибірці отримаємо **ставлення** пересічних громадян до певної проблеми, а в гіршому – “громадську думку” щодо гавайської та карибської кухні серед українців на основі запитання: “Якій кухні ви віддасте перевагу – гавайській чи карибській?”. Певна частина респондентів відповідь дасть, хоча 99% українців не куштували страв ні тієї, ні іншої. Інформативна цінність таких опитувань дуже сумнівна.

По-третє, не можна погодитися з позицією В.Оссовського, що протиставляє соціологію і полінг як сфери діяльності: “Соціологія є наукою і як така орієнтована на пошук істини, пізнання соціальної діяльності.

В “інформаційній індустрії” полінгів проведення зондажу відбувається на ґрунті нагальних потреб різних груп та інституцій, наприклад, медіа, партій, державних і громадських інституцій і організацій”¹.

Від такого розрізнення втрачає, в першу чергу, соціологія, яка стає таким собі “мистецтвом для мистецтва”, суто відстороненим пошуком істини, позбавленим прикладної ролі. Хоча **в будь якому підручнику соціології можна знайти розрізнення на теоретичну (фундаментальну) і прикладну соціологію. Якщо вивести прикладні дослідження і розробки, і не тільки полінгіві, але і тестові та фокус-групові за межі соціологічної науки, то соціологія як наука стає просто теоретизуванням і втрачає важливе джерело для свого розвитку – приватні замовлення бізнес-структур, політичних суб'єктів, медіа, реклами**

¹ **Оссовський В.Л.** Полінг Versus соціологічне дослідження громадської opinii // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 4. – С. 214.

тощо. Та й пошук істини, відірваний від практичних потреб суспільства, перетворює саму соціологію на схоластику. Треба прикладні соціологічні політінги виводити на рівень фахових досліджень взагалі і громадської думки зокрема, а не відносити соціологічні прикладні політінги до іншої сфери діяльності, яка не має стосунку до соціології.

По-четверте, якщо “арифметично-агрегатний” підхід у прикладних полінах вважати легітимним способом дослідження громадської думки (опінії), то йдеться не про слова, термінологічну суперечку – тут можуть бути (і є) суттєві соціально-політичні наслідки. Адже в демократичному суспільстві “громадська думка” (“общественное мнение”, public opinion) є “священною короною” демократії, не рахуватися з якою не може ні влада, ні опозиція. Якщо будь-які відповіді на будь-які запитання полстерів чи соціологів вважати висловленням громадської думки (опитування громадської думки показали!), то в цьому разі полст стає засобом маніпуляції масовою свідомістю, бо видає ставлення неінформованих, некомпетентних і незацікавлених громадян до певної проблеми за громадську думку. А тому завдання професійних соціологів полягає в тому, щоб показувати, що такі політінги не є дослідженням громадської думки, а зовсім не в тому, щоб доводити, що політінги не мають стосунку до соціологів.

У прикладних дослідженнях (полінгах) фірма “Юкрейніан соціолоджі сервіс” розробила методіку масових опитувань, що дає можливість виявляти поточну громадську думку з соціально-політичних питань та різницю між ставленням пересічних громадян до певних політичних проблем та громадською думкою. При цьому для виявлення з усього масиву національного опитування думки визначених, інформованих, зацікавлених та елементарно компетентних в політичних питаннях громадян використовувався “фільтр” з п’яти запитань:

1. Якою мірою вас цікавить політика? (Варіанти відповіді: зовсім не цікавить, певною мірою цікавить, дуже цікавить).

2. Як часто ви читаєте в пресі статті про політичне життя та політиків в Україні? (Варіанти відповіді: практично щодня, щотижня, щомісяця, кілька разів на рік, практично не читаю).

3. Як часто ви обговорюєте із знайомими та колегами проблеми політичного життя в Україні? (Варіанти відповіді: практично щодня, щотижня, щомісяця, кілька разів на рік, практично не обговорюю).

4. Яка політична партія чи блок набрала на виборах 2002 року найбільше голосів за партійними списками в загальнонаціональному окрузі? (Відкрите запитання: правильна відповідь – блок “Наша Україна”, неправильна відповідь – всі інші).

5. Яка політична партія чи блок отримали на виборах до Верховної Ради 2002 року найбільшу кількість депутатських місць в мажоритарних виборчих округах? (Відкрите запитання: правильна відповідь – блок “За єдину Україну”, неправильна відповідь – всі інші).

Виходячи з цих фільтрів, на основі індивідуальних думок-опіній з певних проблем треба аналізувати не тільки ставлення громадян (всіх опитаних чи певних соціальних груп), але і **опінії інформованих в політиці громадян**, (тобто тих, хто в запитанні №2 вибрав альтернативи: практично щотижня чи щодня читає в пресі статті про політичне життя в Україні), та **громадські опінії** (тих,

хто цікавиться політикою (вибрав альтернативи 1 та 2 запитання №1), читає статті в пресі (альтернативи 1 та 2 запитання №2), регулярно обговорює політичні проблеми України із знайомими та колегами по роботі (альтернативи 1 та 2 запитання №3) та дав правильні відповіді на елементарні тестові запитання: яка партія чи блок набрали найбільше голосів у загальнонаціональному окрузі (запитання №4) та отримали найбільше депутатських місць в мажоритарних виборчих округах (запитання №5).

Такий аналіз дозволяє виявляти принципову різницю між ставленням пересічних громадян України та громадською думкою інформованих, зацікавлених та компетентних в політичних питаннях “лідерів думки” (див. табл. 1 та 2) щодо, наприклад, подачі заявки України на вступ до НАТО¹.

Аналіз отриманих результатів опитування засвідчує, що у ставленні громадян України до вступу нашої країни до НАТО незначно переважають супротивники членства в Північноатлантичному альянсі, у ставленні інформованих у політиці українців спостерігається баланс супротивників та прихильників членства. При цьому майже третина і всіх українців, і політично інформованих не має своєї думки або взагалі не цікавиться цією проблемою. А ось громадська думка визначених, інформованих, зацікавлених, включених в обговорення та компетентних в політичних питаннях громадян (а таких виявилось 5,6% серед дорослого населення) вже однозначно схиляється до членства України в НАТО. А тому не треба вдаватися до політичних спекуляцій, говорячи про неготовність українців до вступу в НАТО та негативну позицію громадської думки стосовно такого рішення. Громадська думка якраз вже позитивно визначилася щодо членства. А тому політичне рішення парламенту та уряду не зустрінє опору громадської думки. Нерішучість же владних структур не треба прикривати посиланням на негативне чи невизначене ставлення до цієї проблеми тих, хто взагалі не цікавиться цим питанням, не має власної думки, неінформований та некомпетентний.

Таблиця 1
Ставлення населення і оцінки “лідерів думки”
до можливого рішення Верховної Ради України
про подачу заявки на вступ України в НАТО, у %

Ставлення і оцінки щодо подачі заявки на вступ до НАТО	Ставлення населення (всі опитані)	Інформовані в політиці	Громадська думка (“лідери думки”)
1. Підтримують рішення про вступ до НАТО	30,6	34,1	67,1
2. Не підтримують	37,5	35,8	32,9
3. Не визначились	31,9	30,1	-

¹ Соціологічне дослідження проведено в грудні 2002 року фірмою “Юкрейніан соціолоджі сервіс” (N=1800 респондентів) за репрезентативною вибіркою дорослого населення у всіх областях України (випадкова похибка не перевищує 2,5%).

Таблиця 2
**Ставлення населення і оцінки
 “лідерів думки” відносно того,
 який уряд України в останні роки
 працював найбільш успішно, у %**

Який уряд працював найбільш успішно?	Ставлення населення (всі опитані)	Інформовані в політиці	Громадська думка (“лідери думки”)
1. Уряд Віктора Ющенка (2000–2001)	34,7	41,9	64,9
2. Уряд Анатолія Кінаха (2001–2002)	10,2	12,8	12,8
3. Уряд Валерія Пустовойтенка (1997–1999)	2,2	2,3	2,1
4. Уряд Павла Лазаренка (1996–1997)	0,9	1,3	2,1
5. Уряд Євгена Марчука (1995–1996)	0,5	0,8	0
6. Жоден з них	29,4	24,7	17,7
7. Не визначились та взагалі не цікавляться цим питанням	22,0	16,2	–

Аналогічна ситуація складається і щодо громадської думки та ставлення українців до діяльності різних урядів України (табл. 2). Адже хоча серед всіх українців третина вважає найбільш успішним уряд на чолі з Прем’єр-міністром Віктором Ющенком, який працював в 2000 – 2001 роках, однак майже 30% українців не вважають жоден з урядів ефективним, 22% не мають ніякої думки з цього питання, кожен десятий вважає найефективнішим уряд Анатолія Кінаха, а ще 4% – інші уряди України. А ось в громадській думці визначених, інформованих та компетентних громадян майже 2/3 найефективнішим вважають уряд Віктора Ющенка.

Тобто громадська думка (клімат думок), незважаючи на неоднозначні економічні оцінки реальної діяльності уряду Віктора Ющенка та негативне ставлення до нього більшості електронних та пресових ЗМІ, однозначно визначилась щодо найефективнішого уряду за роки незалежності.

І ці результати були отримані не в суто наукових дослідженнях громадської думки, а в звичайному фаховому соціологічному прикладному полінгу, спрямованому на поточне вивчення динаміки соціально-політичної ситуації і громадської думки. Вся проблема полягає не в тому, можна чи не можна в прикладних полінгах виявляти на основі індивідуальних думок власне громадську думку, а в небажанні політиків та деяких соціологів її знати. А вже науковці-соціологи на основі фахових полінгів можуть зробити багато теоретико-методологічних узагальнень щодо функціонування механізму “політика – ЗМІ – громадська думка – масова свідомість громадян”. В якій громадська думка є зовсім не транслятором послань ЗМІ і політиків до масової свідомості, а функціонує за власними законами.