

ПОЛІТИЧНІ ІНСТИТУТИ ТА ПРОЦЕСИ

УДК: 32.019.51

Леся Балуцька

Львівський національний університет імені Івана Франка

ЯВИЩЕ АРТЕФАКТУ У ТРАКТУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

© Балуцька Л., 2012

Подано приклади трактування явища громадської думки як штучного продукту. Розглянуто основні підходи до тлумачення громадської думки: як артефакту, як способу маніпулювання свідомістю, як наперед заданого та зумовленого явища. Обґрунтовано та доведено, що громадська думка у процесі еволюції набуває ознак повноцінного суспільно-політичного інституту і втрачає ознаки штучного та відпрацьованого продукту.

Ключові слова: громадська думка, артефакт, маніпулювання, інститут.

Lesja Balucjka

THE PHENOMENON OF ARTIFACT IN PUBLIC OPINION'S INTERPRETATION

The examples of public opinion's interpretation as artificial product are given. The main approaches to public opinion's explanation are considered as artifact, as the mean of consciousness' manipulation as the phenomenon which is set beforehand. It is proved that the public opinion in his development and in the process of evolution gets the features of full value social political institute and loses the characteristics of artificial and worked product.

Key words: public opinion, artifact, manipulation, institute.

Стрімкий розвиток масових комунікаційних технологій у ХХ ст. поставив на порядок денний потребу дослідження громадської думки, зародження якої передусім пов'язувалося з потужним використанням інформації, що поширювалася через мережеві ЗМІ. Масовий характер інформаційних потоків, в розумінні охоплення та інформування широких суспільних мас, сприяв розглядові громадської думки у контексті все тих самих масових політичних настроїв, масової суспільно-політичної свідомості й масових соціологічних опитувань з відповідними результатами дослідження та їх інтерпретацією.

Мета дослідження – дослідити приклади можливості неіснування громадської думки як явища, по-суті, сфабрикованого за допомогою некоректно проведених соціологічних досліджень та підведення їхніх підсумків. З'ясувати основні причини, за яких є реальні підстави розглядати та сприймати громадську думку як явище віддалене від наукового. Довести, що, незважаючи на потужний потенціал маніпулятивного впливу через громадську думку, та застосування відповідних технологій маніпулювання, спрямованих на її формування, існують серйозні перешкоди на шляху такого впливу.

Об'єкт дослідження – громадська думка як важливий соціально-політичний інститут демократичного суспільства; предмет дослідження – можливість громадської думки виступати штучним продуктом з наперед заданими критеріями функціонування.

Громадській думці відводять особливе значення у процесі демократичних перетворень, у період трансформацій політичного режиму з метою визначення її чітких характеристик, природи її виникнення та особливостей функціонування. Дослідження громадської думки відбувалося не тільки для наукового з'ясування причин та наслідків цього складного, часто непередбачуваного явища. Прояви громадської думки вивчали також з метою ефективного використання її у своїх намірах та цілях. До уваги бралася уся складність та суперечливість цього явища. Відтак з необхідністю поставало завдання створення штучного продукту “громадської думки” та використання її за попереднім задумом, слідуючи спланованим результатам.

Як вказує Л. Леонтєва, “...протягом тривалого часу філософи та науковці вивчали явище громадської думки. Вони розмірковували про роль та місце в суспільному житті громадської думки, суперечливість її природи, залежність від інтересів та соціальної структури, її модифікації у зв'язку зі спрямованістю дій соціуму” [4, с. 165].

З огляду на можливість громадської думки слугувати інструментом маніпуляції в руках чи то політичної еліти, чи то зацікавлених журналістських кіл, а також беручи за основу можливість викривлення громадської думки під час проведення дослідження та підбиття його підсумків, багато учених вважають її апіорі штучним витвором. Відповідно до специфіки інтерпретації громадської думки її нерідко вважають ілюзією, вигадкою, соціальним конструктом, політичною чи соціальною фікцією, яка немає під собою реального підґрунтя і не може претендувати на ту визначну роль, якою її в останній час наділяють.

Тож існують погляди, що громадська думка існує окремо від науки та є предметом політичного маніпулювання, аж до твердження, що “громадської думки не існує”. Такої негативної позиції у процесі дослідження громадської думки, окрім автора цитованого рядка – французького соціолога П'єра Бурдьє, зокрема, дотримуються такі дослідники, як Герберт Блумер, Ерл Баббі, Джорж Ф. Бішоп, Сюзен Герbst.

Що ж стосується дослідників, які вбачають у громадській думці спосіб маніпулювання свідомістю громадян, то тут найперше слід звернутися до Сергія Кара-Мурзи та Георгія Почепцова, погляди на громадську думку яких ми розглянемо у цій роботі.

Виключну компетенцію політичної еліти на володіння і поширення громадської думки як наперед заданого та обумовленого явища вбачали Габріель Тард, Волтер Ліппан, Джон Цаллер. Відтак ми здійснили екскурс їхніми тематичними працями.

Також у роботі ми звертаємося до досліджень і висновків у сфері громадської думки, які подають у своїх працях П'єр Бурдьє та Патрік Шампань.

У своїй праці “Ілюзія громадської думки: факт і артефакт в американських опитуваннях” (2005), Джорж Ф. Бішоп до когорти дослідників громадської думки, які вважають останню по суті ілюзорною фікцією, зараховує також і Флойда Оллпорта, американського соціального та політичного психолога, наводячи приклад з його інавгураційної промови з нагоди створення журналу “Паблік Опіньйон Квотерлі” (*The Public Opinion Quarterly*) під назвою “Щодо науки про громадську думку” (1937). Як стверджує Бішоп, Оллпорт тоді “розглянув різні метафоричні та фікційні способи вживання терміна... Оллпорт також наголошував на хибних журналістських тенденціях ототожнювати громадську думку з “громадською презентацією думок” [1]. Таке трактування Бішопом промови Оллпорта ми розцінюємо як дещо упереджене стосовно самого поняття “громадська думка”. Адже Оллпорт говорив про проблему некоректної інтерпретації громадської думки, а не про громадську думку як фікцію, неіснуюче насправді поняття.

Підтвердженням тому є подальший розгляд Ф. Оллпортом громадської думки, яку він визначає у межах певних критеріїв, на основі яких чи не найкраще прочитується визначення громадської думки. Серед основних – це наочна поведінка індивідів; вербальна поведінка (тобто така, що виявляється у словах чи у таких жестах (діях), які легко сприймаються); вираження прагнень множини індивідів; загальновідомість проблематики; актуальність, значущість піднятої проблеми; обов'язковий діяльнісний аспект (дія чи готовність до неї), вольова складова та сила думки, оскільки думка має бути сильною, щоб стати дієздатною для досягнення мети. Критерієм вагомості громадської думки є міра досягнутої мети [11]. Необхідні для існування громадської

думки постулати, за Оллпортом, передбачають розгортання на її підставі різноманітних конфліктів, неконвенціональної діяльності, а отже, твердження про її неіснування можна відкинути.

У своїй праці “Маніпулювання свідомістю” (2000) С. Кара-Мурза досліджує артикулятивну складову (вираження) громадської думки з позиції маніпулювання. “Вилучення фактів та проблем з реальної дійсності – величезні за своїми масштабами” [3]. На думку автора, громадська думка постає як штучно створений медіа-продукт в інтересах владних структур.

Частими є так звані інформаційно-психологічні війни, у які влітаються власне ЗМІ. Останні ж через свою неправильну позицію часто є винуватцями розгортання подібних протистоянь в інформаційному просторі. Тут маються на увазі інформаційні війни, про які писав інший дослідник – Г. Почепцов у своїй праці “Психологічні війни” (2000). “Інформаційна складова, впливаючи на громадську думку, формує процеси прийняття рішень. В результаті зростаючої ролі мас-медіа виникла нова спеціалізація – спін-доктор, завданням якого є зміна сприйняття події. Це стосується й випадків, коли подія починає виходити з-під контролю” [6, с. 150]. Отже, зважаючи лише на такі твердження, громадську думку можна сприймати виключно як артефакт, породжений ЗМІ. Проте ці приклади можна також розглядати з точки зору маніпулювання громадською думкою.

На переконання О. Шпортька, “...до маніпулювання також належить розповсюдження брехні та наклепів, напівправди (висвітлення конкретних, незначущих деталей за одночасного замовчування важливіших фактів або загальна неправдива інтерпретація подій), навішування ярликів для компрометації політиків чи політичних ідей тощо” [10, с. 289].

Маніпулювання як спосіб формування громадської думки – це сфера соціальної психології, адже передбачає зміну певних психологічних характеристик суспільства чи суспільної групи. З огляду на це, необхідно вказати на соціально-психологічну інтерпретацію громадської думки як явища групової психології та психічного стану мас, та як соціально-психологічне комунікативне явище. Такий ракурс трактування громадської думки висвітлений у праці французького соціолога Габрієля Тарда “Громадська думка та натовп” (1901). На протигагу сучасному, цивілізованішому у своїх способах досягненні цілей суспільстві, Г. Тард протиставляє колишні масові рухи. Він описує їх з негативного боку, адже сьогодні їм на зміну прийшла нова форма суспільно-владної комунікації – агрегована та артикульована громадська думка, ретранслятором якої є громадськість [7, с. 98]. Згідно з позицією Тарда, громадська думка народжується з публіки певною вузькою групою людей. Оскільки у суспільстві усе відбувається за принципом повторювання та наслідування, надто якщо вдатися до дослідження Тардом психології мас та основних постулатів поведінки у натовпі, серед яких: ірраціональність, нелогічність, відсутність здатності мислити, несприйняття критики на свою адресу, – то цей процес можна розглядати як різновид навіювання. Звідси ще одне твердження щодо штучності громадської думки: породження чогось необґрунтованого, створеного обмеженим колом привілейованих осіб, яке підхоплюється ширшим колом осіб і безупинно розповсюджується серед населення.

Схожій думки у своїх дослідженнях дотримується американський науковець громадської думки та масових комунікацій Джон Цаллер. У своїй праці “Походження і природа громадської думки” (1992) Цаллер будує теоретичну модель того, як індивіди реагують на політичну інформацію, з якою зустрічаються у повсякденному житті, як вони виокремлюють інформацію з навколишнього середовища і на її основі формують висловлення і судження. “В психологічній літературі стосовно зміни громадської думки зазначається, що індивідам зазвичай важко пояснити значення тих переконливих повідомлень, з якими вони зустрічаються. Вирішуючи, яку їм зайняти позицію щодо конкретного запитання, люди переважно покладаються на “підказки” про джерела повідомлення” [8, с. 95].

Відтак процес складання громадської думки значною мірою залежить від об’єктивної суспільної поінформованості, зокрема, якщо мається на увазі громадська думка з політичних питань, то вона залежить від політичної обізнаності, політичної залученості громадян, їхньої безпосередньої участі у громадсько-політичному житті, зацікавленості та здатності формувати і висловлювати свою громадську позицію. Саме тому велике значення у дослідженні громадської думки Цаллер приділяє фактору знання. Інакше кажучи, обізнаність особи, її компетентність в темі,

з якої проводиться вивчення громадської думки, значною мірою здатні впливати на його результат й визначати ефективність останнього. Однак, на думку Цаллера, може існувати й інший варіант, за яким особи, компетентні у цій проблематиці, наприклад, політичній, теж не надто критично ставляться до інформаційних потоків, адже орієнтуються у таких питаннях з точки зору ідеологічної концепції, нав'язаної політичною чи партійною елітою, ґрунтуючись на так званих “підказках лідерів думки”.

Про важливість компетентності у питаннях, поставлених на розгляд громадськості, говорить американський дослідник Волтер Ліпман. У своїй фундаментальній праці “Громадська думка” (1922), Ліпман наголошує, що на індивіда і його спосіб сприйняття світу, оточуючого середовища і тих подій, які відбуваються з ним, визначальний вплив мають міфи та стереотипи, спрощені конструкти та моделі. Вони, хоч і блокують здатність індивіда до якісного та невикривленого сприйняття світу, проте необхідні, через те, що особа не є і не може бути однаково обізнаною в різних сферах, охоплювати своїм знанням увесь інформаційний простір, тому й апелює до колективного досвіду. “Найтонші і найпоширеніші механізми впливу – це ті, які створюють і підтримують репертуар стереотипів. Нам розповідають про світ до того, як ми його бачимо. Ми уявляємо більшість речей до того, як безпосередньо стикаємося з ними. І якщо отримане нами знання не допомагає чітко усвідомити існування цих упереджень, то саме вони керують процесом сприйняття” [5, с. 93].

Тож, керуючись стереотипами, особа не може чітко і неупереджено оцінювати оточуючу дійсність. І навіть, якщо стереотипне мислення, як зазначає Ліпман, слугує своєрідним захистом людини у суспільстві, у тих умовах, у яких людина функціонує як учасник соціальної спільноти, воно не здатне витворювати компетентну громадську думку. Згідно з таким підходом, громадська думка – це сума внутрішніх настанов та оцінок відповідного явища, яка вже міститься в уявленнях індивіда і може бути аритикульованою з огляду на певну необхідність, плюс, зважаючи на уже сформовану та виражену думку оточуючих, підкріплену колективним стереотипним мисленням.

У своїй праці “Соціологія політики” (1972) французький соціолог П. Бурдьє ставить питання про те, що “громадської думки не існує”. Очевидно, усвідомлюючи сміливість і значною мірою радикальність такої заяви, автор одразу обґрунтовує свої твердження, ставлячи під сумнів три основні постулати. Згідно з першим побутує погляд, що кожна людина спроможна сформулювати свою думку стосовно будь-якої проблеми, інакше кажучи, виробництво громадської думки доступне кожному, а згідно з другим – усі думки мають значення. У результаті відбувається підбиття підсумків щодо опитувань окремих думок і їх кількісне додавання незалежно від багатьох необхідних критеріїв. І третій погляд, відповідно до якого, на значущість цього питання вказує сам факт його постановки [2, с. 157].

Крім того, Бурдьє зауважує, що проти опитувань громадської думки висувують звинувачення технічного характеру, ставлячи під сумнів репрезентативність вибірки. Та існують значно важливіші проблеми, суть яких полягає, скажімо, в некоректності сформульованих запитань, коли відповідь може впливати із самого запитання (останнє певною мірою вже налаштовує на якийсь з визначених варіантів). Або коли різні варіанти відповідей пропонують в принципі одну і ту саму відповідь у різних формулюваннях. Отож, існує багато “пасток” такого вигляду, і автор розмірковує над соціальною природою їх походження. Тут переважно ведеться у ключі соціологічного дослідження громадської думки як процедури, якій передують підготовка теоретичної бази дослідження, а далі – спеціальний підбір методичного інструментарію, що може мати вплив на результати проведеного дослідження.

Різноманітні опитування вказують на зростання або зменшення вибору “немає відповіді” в анкеті залежно від теми анкетування. Чим тісніше запитання пов’язані зі сферою знання, тим більше розбіжностей у кількості тих, які не відповіли між освіченими і менш освіченими особами. Важливими є також запитання, які провокують конфліктні ситуації, розпалювання національної чи міжетнічної неприязні, або такі, що здатні створювати у громадян комплекс меншовартості. Тут кількість варіантів відповідей “немає відповіді” зростатиме: “у реальній обстановці, думки стають

силою, а співвідношення думок – силовими конфліктами між групами, що проявляються як “групи тиску”, що гуртуються навколо інтересів” [2, с. 174].

Важливим також є ефект нав’язування проблематики, коли під час проведення опитування громадської думки інтерв’юерами ставляться не ті проблеми й запитання, які справді назріли у суспільстві. Громадська думка формулюється і формується тими, хто бере безпосередню участь в її дослідженні, обирає проблематику дослідження, складає запитання та варіанти відповідей на них, а також веде підрахунок цих даних, а далі інтерпретує результати дослідження. Саме у такому вигляді, підкреслює Бурдьє, громадської думки не існує.

Не менш радикальній критиці піддав роботу організаторів соціологічних опитувань французький дослідник Патрік Шампань. Практика опитувань, на його думку, свідчить, що інститути насправді не досліджують громадську думку, а лише продукують артефакти й в такий спосіб займаються радше “нелегальними експериментами” в науці. У своїй праці “Робити думку: нова політична гра” (1989) П. Шампань зазначає, що “...у 60-х рр. ХХ століття, коли практика соціологічних опитувань набуває поширення, історики з прикрістю констатують, що дослідження “громадської думки” в період з кінця ХІХ – до середини ХХ ст. зводилися лише до аналізу преси. Справді ж вони лише фіксують існування нової форми “громадської думки”, яка виражається за посередництвом багатотиражної преси і в такий спосіб прагне стати правлячою” [9].

Визначаючи громадську думку як “щось на зразок машини ідеологічної війни, яку змайстрували упродовж ХVІІ ст. інтелектуальні еліти”..., вслід за П’єром Бурдьє Патрік Шампань говорить про громадську думку як про “артефакт”, як добре обґрунтовану ілюзію. У таких твердженнях він посилається на аргументи не лише свого попередника, а й на свої власні, маючи на увазі насамперед процес та специфіку проведення соціологічного дослідження громадської думки. Однак в одному із розділів своєї праці Шампань зазначає, що гіпотезу П’єра Бурдьє про неіснування громадської думки варто сприймати лише з огляду на віяння часу, адже вона була висловлена у 70-ті роки. Наприкінці ж ХХ ст. розвиток інститутів дослідження громадської думки поживався. Попри наслідування традиції свого учителя Бурдьє Шампань таки зауважує, що той самий аналіз громадської думки сьогодні повинен привести до протилежних висновків, тобто до протилежних твердженню про те, що громадської думки не існує.

Визначаючи специфіку появи феномену громадської думки та процесу еволюції наукового знання про неї крізь призму підходів різних дослідників, можна зауважити, що особливістю досліджень функціонування громадської думки саме у ХХ ст. стають методологічні підходи, які трактують її як штучний продукт. Внаслідок створення та функціонування різноманітних дослідних інститутів і центрів, які спеціалізуються на дослідженнях та вивченнях громадської думки, роль останньої у суспільстві помітно зростає. Рівно ж як і зростає зацікавлення слабкими сторонами у її визначеннях, дослідженнях та інтерпретаціях, аж до трактування громадської думки як штучного продукту, засобу маніпулювання свідомістю громадян, ілюзорною фікцією, яка не має під собою реальної науково-дослідної бази.

Переважно під час дослідження громадської думки як явища із давньою історією і традицією дослідження, а також як феномену саме ХХ ст. варто враховувати усю сукупність підходів до її тлумачення та розуміння, навіть якщо у цьому процесі є небезпека стикнутися з багатьма суперечностями у її трактуванні. На наше переконання, попри запевнення багато науковців – прихильників негативного підходу у дослідженнях громадської думки, – сьогодні є усі підстави говорити про повноцінне існування та функціонування інституту громадської думки як інституту демократичного врядування. Інституціоналізована, а відтак і дієва громадська думка не сприймається як штучний, аморфний продукт, витворений на замовлення зацікавленого кола осіб, а як реальна суспільно-політична практика, а також як існуюча сукупність думок та оцінкових суджень індивідів та груп з претензією на вираження; така, що здатна реально впливати на владні рішення, бути способом інституціоналізації демократії як форми врядування, в якій сама згодом зможе повноцінно витворитися і розвиватися як демократичний соціально-політичний інститут. Бо якщо громадської думки не існує, для чого тоді витрачати стільки зусиль, аби доводити цю безумовну “істину”?

ЛІТЕРАТУРА

1. Бішоп. Дж. Ф. Ілюзія громадської думки [Текст]: факт і артефакт в американських опитуваннях / Джон Ф. Бішоп // Політичний менеджмент. – № 5. – 2007. – С. 3–12.
2. Бурдьє П. *Общественного мнения не существует* / В кн. Бурдьє П. *Социология политики: [пер с фр. Г. А. Чердниченко]*. – [сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко]. – М. Socio-Logos, 1993. – 336 с.
3. Кара-Мурза С. *Манипуляция сознанием: [Электронный ресурс]: С.Г. Кара-Мурза. Манипуляция сознанием*. – М., 2002. – 246 с. – Режим доступа: <http://www.lib.ru/POLITOLOG/karamurza.txt>.
4. Леонтьєва Л. *Маніпулювання: проблеми дослідження* / Л. Леонтьєва // Вісник Львівського університету. Філософські науки. – 2004. – Вип. 6. – С. 180–191.
5. Липпман У. *Общественное мнение* / Липпман Уолтер // [пер. с англ. Т.В. Барчуновой]. – [редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко]. – М.: Институт Фонда “Общественное мнение”, 2004. – 384 с.
6. Почепцов Г. *Психологические войны [Текст]* / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. – 528 с.
7. Тард Г. *Общественное мнение и толпа* / Габриэль Тард // [под ред. П.С. Когана]. – М., 1992. – 203 с.
8. Цаллер Дж. *Происхождение и природа общественного мнения* / Дж. Цаллер / [пер. с англ. А. А. Петровой]. – М.: Институт Фонда “Общественное мнение”, 2004. – 560 с.
9. Шампань. П. *Делать мнение: новая политическая игра* / П. Шампань / [пер. с фр.]. – [под ред. Н.Г. Осиповой] – М.: Socio-Logos, 1997. – 317 с. [Электронный ресурс] // Научно-просветительский журнал “Скепсис”. – Режим доступа. – http://www.scepsis.ru/library/id_1093.html.
10. Шпортько О. *Маніпулятивний характер впливу телебачення на особистість* / О. Шпортько // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України. – К., 2008. – [Вип. 38]. – 344 с.
11. Floyd H. Allport. *Toward a Science of Public Opinion [Electronic resource]* / Allport F. H. // *The Public Opinion Quarterly*. – Vol. 1, No. 1.– P. 7–23. [Jan., 1937]. – Available from: <http://www.links.jstor.org/sici>.