

УДК 32.019.5:1:316

**ФЕНОМЕН ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ  
– ФІЛОСОФСЬКО–СОЦІОЛОГІЧНИЙ  
АСПЕКТ**

**PHENOMENON OF PUBLIC OPINION  
– PHILOSOPHICAL AND SOCIOLOGICAL  
ASPECTS**

**Вдовичин І. Я.,**

доктор політичних наук, професор, завідувач  
кафедри теорії держави і права, Львівський  
торговельно–економічний університет (Львів,  
Україна), e–mail: vdovychyn.i@gmail.com

**Кендус О. З.,**

кандидат філософських наук, доцент кафедри  
історії і політології, Львівський торговельно–  
економічний університет (Львів, Україна),  
e–mail: lesya.kendus@gmail.com

**Vdovychin I. Ya.,**

Doctor of Political Sciences, Professor, Head of the  
Department of Theory of State and Law, Lviv Trade  
and Economic University (Lviv, Ukraine), e–mail:  
vdovychyn.i@gmail.com

**Kendus O. Z.,**

Candidate of Philosophy, Associate Professor,  
Department of History and Political Science,  
Lviv Trade and Economic University (Lviv, Ukraine),  
e–mail: lesya.kendus@gmail.com

*Розглянуто феномен громадської думки у розрізі філософсько–соціологічної підходу, простежено різні наукові інтерпретації даного поняття, визначено головні структурні складові громадської думки як соціального явища та інституту. Визначено періоди розвитку даного поняття та чинники процесу його формування та кристалізації, такі як громадський інтерес, актуальність і дискусійність. Акцентовано увагу на ролі мас–медіа у становленні та формуванні феномену громадської думки у суспільстві на прикладі виборчого процесу в Україні.*

**Ключові слова:** громадська думка, індивідуальна думка, громадський інтерес, мас–медіа, вибори.

*The article considers the phenomenon of public opinion in the context of the philosophical and sociological approach, traces various scientific interpretations of this concept, identifies the main structural components of public opinion as a social phenomenon and institute. The periods of development of this concept and factors of the process of its formation and crystallization, such as public interest, urgency and discussion, are determined. The emphasis is on the role of the mass media in shaping and shaping the phenomenon of public opinion in the society on the example of the electoral process in Ukraine.*

**Keywords:** public opinion, individual opinion, public interest, mass media, elections.

**Постановка проблеми.** Процеси демократизації суспільства, що відбуваються в Україні у своїй основі складаються з різних складових, серед яких на сучасному етапі важливу роль відіграє громадська думка. Громадська думка покликана виконувати завдання соціального явища, інституту, а також суб'єкта соціального управління. Вона повинна впливати на постановку та вирішення багатьох проблем дійсності, однак, як показують соціологічні дослідження, сила громадської думки, її здатність регулювати суспільно–політичні та інші відносини не завжди позначається на відповідних процесах, її роль у бутті є ще недостатньою.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивчення феномену громадської думки та

проблематики пов'язаної з нею фактично розпочалося в кінці XIX ст. фундаментальними дослідженнями німецького юриста, публіциста Ф. Гольцендорфа «Роль громадської думки в державному житті» (1881) [3] та французького соціолога, кримінолога Г. Тарда «Думка та натовп» (1892) [18]. У XX ст. з'являються такі роботи американських та німецьких дослідників як: У. Ліппман «Громадська думка» (1922 р.) [9], П. Лазерсфельд, Б. Берельсон, В. Н. Макфі «Голосування: вивчення формування думки в президентській кампанії» (1954) [7], у Е. Ноель–Нойман «Громадська думка. Відкриття спіралі мовчання» (1989) [12]. Дослідженнями феномену громадської думки займаються і сучасні українські науковці. Зокрема, В. А. Полторак [15] та Л. Е. Орбан–Лембрик [13], які трактують громадську думку як результат масової свідомості, а В. Л. Оссовський [14], О. В. Нельга [10] – як стан суспільної свідомості. Проблему змістового навантаження громадської думки розглядали у своїх статтях У. Стефанчук [17], О. Прасюк [16] та ін.

**Постановка завдання.** Мета даної статті окреслити зміст феномену громадської думки у розрізі еволюції даного поняття, визначити структурні елементи громадської думки та вплив на її формування мас–медіа.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Уявлення про громадську думку з'являються ще у Стародавній китайській філософії, представники якої вбачали важливість вивчення суспільної думки людей з метою її адекватного використання у управлінні. Зокрема, у даосизмі вважалося, що однією із головних причин занепаду держави – це те, що правителі не прислухаються до думок і настроїв людей. Дослідження природи та сутності думок, суджень здійснювалося і в епоху Античності. Досократикам, фактично, притаманне протиставлення категорій «думка» і «знання». Думку вони тлумачили як помилкове знання, щось незрозуміле, нестійке, що може суперечити раціональній істині. У період Античності філософи, які визнавали демократію найкращим станом для суспільства, вважали, що думка, позиція більшості є найважливішим критерієм організації всього суспільного життя. Зокрема, Аристотель стверджував, що думка народу – це інструмент, за допомогою якого можна контролювати справи держави. Однак, переважно важливі проблеми державного життя обговорювалися всередині еліти (освіченої меншості), яка не цікавилася думкою пересічних представників суспільства, за винятком тих випадків, коли порушувалися традиції і вимагалось схвалення громадськості.

Появу терміну «громадська думка» пов'язують з ім'ям англійського державного діяча і письменника Джона Солсбері. Він вперше вжив словосполучення «public opinion» у своїй книзі «Полікратик» 1159 р., яке означало моральну підтримку населенням країни діяльності парламенту. У Середньовіччі вивчення і використання певних аспектів громадської думки відбувалося у теософії Августина Блаженного, його досліджували і в епоху Просвітництва (Н. Макіавеллі, Ф. Бекон), Нового часу (Т. Гоббс, Дж. Локк, К. Гельвецій, П. Гольбах). У цей час громадська думка

була не думкою народу, а тих політичних угруповань буржуазії, яка боролася за владу з аристократією та за скасування абсолютної королівської влади.

Поняття «громадська думка» стало загально-визнаним наприкінці XVIII ст., а його соціологічний вимір розпочали активно досліджувати у XIX. Зокрема, Гегель у своїй роботі «Філософія права» (1821) розглядав громадську думку у зв'язку з аналізом державного устрою, де він виділяє законодавчу і урядову (виконавчу) владу, а також суспільство. З точки зору Гегеля, основна роль суспільства полягає у тому, що воно є носієм суспільної свідомості як емпіричної сукупності багатьох поглядів і думок. Цю ідею він вкладає у власне визначення громадської думки: «Формальна, суб'єктивна свобода, яка полягає у тому, що окремі особистості як такі, мають і висловлюють свою власну думку, судження про спільні справи і подають пораду відносно них, проявляється у тій сукупності, яка називається громадською думкою» [2, с. 278]. Як основний механізм формування громадської думки Гегель визначав – дискусію. Саме через дискусію, обговорення проявляється те спільне, що є в індивідуальних позиціях, а також зростає раціональний потенціал громадської думки, яка формується. Тільки через публічну дискусію, вважав Гегель, громадська думка наближається до істини.

Американський письменник, журналіст, політолог У. Ліпман у праці «Громадська думка» [9] характеризував громадську думку як комплекс уявних образів і стереотипів, у межах яких люди діють у групах, маючи на увазі те, що вона являє собою не моральну оцінку фактів, а швидше моралізовану й закодовану версію фактів. А соціолог Г. Блумер [1] підкреслював комунікативну природу громадської думки, в основі якої лежить спільна проблема, навколо якої точаться дискусії, обговорення. На сьогоднішній день проблема громадської думки є дуже актуальною, підтвердженням чого слугують різноманітні підходи як у трактуванні її специфіки, так і механізмів впливу на суспільство. З нашої точки зору, громадська думка – це колективне оціночне судження людей з питань, які мають соціальний інтерес, ставлення до того чи іншого явища, об'єкта чи ситуації, що має місце в певний час.

Для визначення структури феномену громадської думки варто виокремити її суб'єкт та об'єкт. Етимологічно із самого терміну «громадська думка» можна зробити висновок, що її суб'єктом є громада, тобто певний колектив, група людей, яка сформувалася у просторі і часі. Об'єктом громадської думки може бути певне явище, процес, проблема, що відбувається в навколишньому середовищі, суспільстві та впливає на життя людей, стаючи предметом їх зацікавлення і обговорення. Об'єктом громадської думки можуть виступати також і явища свідомості – ідеї, оцінки, настанови.

Громадська думка, як суспільний феномен, проходить різні періоди розвитку – формування (вона народжується), вираження (досягає певного ступеню розвитку), реалізація на практиці (проявляє себе у реаліях дійсності). Процес виникнення

громадської думки, з точки зору В. Іванова [6, с. 36], як правило, проходить два основні етапи: перший, коли, наприклад, відбувається якась подія, кожна людина по-своєму її оцінює – з'являється індивідуальна думка; другий, у результаті взаємодії індивідуальних думок у межах невеликих соціальних груп виникає колективна думка, яка з часом перетворюється, переростає у великих соціальних групах у громадську думку. Таким чином, початковим моментом формування громадської думки є поява індивідуальної думки. Фіксування індивідуальних думок надає можливість дослідникам визначати, виявляти можливість формування громадської думки. Однак, варто обумовити, що громадська думка не може бути простою сукупністю індивідуальних думок, вона має акумулювати у собі все те спільне, що є характерним для суми індивідуальних думок. Дослідники стверджують, що індивідуальна та громадська думки процес виникнення проходять одночасно, але у різних формах. Перша, тобто індивідуальна – в актуальній, а друга, громадська, – в потенційній, але обидві складають єдність [6, с. 42].

Важливою умовою другого періоду розвитку громадської думки, тобто її вираження, є обмін думками та інформацією. Однак, щоб зрозуміти, що ж керує розвитком громадської думки, варто з'ясувати, що стимулює сам процес обміну думками і виокремлення із суми індивідуальних думок спільного і типового.

Так як громадська думка відображає певну колективну позицію, то вона виникає з тих питань, проблем чи явищ у соціумі, які викликають інтерес громадськості. Тому, саме громадський інтерес якраз і лежить в основі процесу, який забезпечує можливість формування громадської думки та її вираження, коли вона досягає певного ступеню розвитку. Не менш вагому роль відіграє і високий ступінь актуальності даного явища, питання чи проблеми, а отже вплив громадської думки тоді може досягати помітного рівня чи результатів. Процес обміну думками також стимулює дискусійність явища, питання чи проблеми.

Вершина, пік у розвитку громадської думки може позначати останній етап у її існуванні. Оскільки, вона або призводить до змін в соціальному середовищі чи явищі, на реформування яких була спрямована, або вона начебто консервується, переходить у стан очікування. У першому випадку сила громадської думки, реалізована у діях, веде до задоволення потреб суспільства. Тому громадський інтерес поступово втрачає свою актуальність і громадська думка з даної проблеми ніби вичерпує себе. Коли ж громадська думка має справу з довгостроковими чи постійними явищами, її реалізація на практиці може мати пролонгований характер [6, с. 45].

Процес розвитку громадської думки вимагає не тільки визначення етапів її буття, але і виявлення та вивчення чинників, які на неї впливають. Цими факторами дослідники даного питання називають наступні: система мас-медіа, соціальні установи – політичні інститути, політичні партії, рухи; політичний режим; міжнародно-політичні реалії; конкретна соціально-економічна ситуація; масово-

психологічна атмосфера, соціально–психологічні характеристики носіїв громадської думки тощо.

Однак нас цікавить саме вплив мас–медіа (ЗМІ) на громадську думку, який у сучасних умовах набуває особливої ваги. Для суспільства не інакше як мас–медіа є найважливішим джерелом відомостей про події в країні та за кордоном, про що свідчать дані про споживання інформації Інтернету, преси, радіо і телебачення різними групами населення. У той же час, мас–медіа можуть виступати основою для формування індивідуальної та громадської думок і служити ґрунтом для оцінки кола явищ, подій чи проблем. Нерідко саме мас–медіа і ставлять певну проблему у центр громадської уваги. Також мас–медіа здатні щонайбільше подіяти на швидкість формування і розповсюдження громадської думки. А така властивість мас–медіа як регулярність поширення інформації, повторюваність її сприяє формуванню сталої громадської думки. Отже, мас–медіа постійно і цілеспрямовано впливають на формування громадської думки, одночасно вони є безпосереднім каналом її виразу.

Варто прослідкувати як це відбувається на практиці. Як відомо, перші спроби виявлення громадської думки методами опитування були зроблені в США ще у XIX ст., зокрема, під час підготовки до виборів різних рівнів. Такий спосіб вивчення громадської думки є універсальним в усьому світі і до сьогодні. Його використовують і під час підготовки до виборів і в Україні.

Вибори Президента України – це одна із тих подій, яка на даний час викликає неабиякий громадський інтерес, є актуальною та дискусійною. Результати соціологічних опитувань через мас–медіа оприлюднюються і показують уже наявну сформовану громадську думку з даного питання, а також дають змогу за допомогою ЗМІ реагувати на неї, впливати, а отже і змінювати її у певному напрямі. Цей процес можна чітко прослідкувати на основі даних соціологічних опитувань громадян стосовно виборів Президента України у 2019 році.

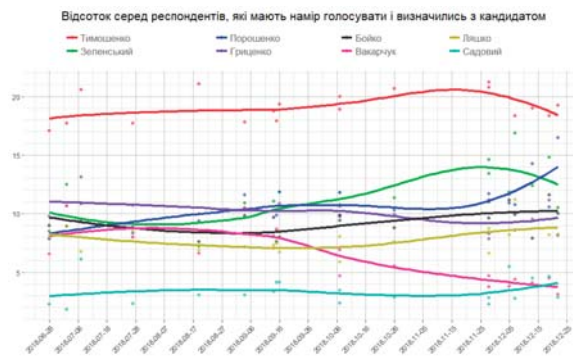
Громадська думка стосовно кандидатів у Президенти України почала формуватися ще задовго до виборчої кампанії. Уже з осені 2018 року на вулицях населених пунктів з'явилися біг–борди з візуальною агітацією – портретами та слоганами на кшталт «Новий курс України: нові можливості для кожного», «Зробимо Україну сильною знову», «Армія! Мова! Віра! Геть від Москви!», «Країна гідності і правди» та ін.

Але головний вплив на громадську думку стосовно даного явища, беззаперечно, здійснювали мас–медіа. У них систематично обговорювалися можливості та переваги тих чи інших персоналій українського політичного спектру висувати свої кандидатури на чергових президентських виборах. Зокрема, формування громадської думки ще за кілька років до початку виборчої кампанії почав використовувати теперішній кандидат у президенти В. Зеленський, який за допомогою відповідних художніх фільмів, що демонструвалися на телеканалах, націлюючи суспільство на своїх перспективах взяти участь у президентських перегонах. А в новорічну ніч

2019 р. через звернення до українців на телеканалі «1+1» він підтвердив свій намір балотуватися на посаду президента.

Через ЗМІ також періодично пропагувалася можливість висування ще одного кандидата із сфери шоу–бізнесу, який вже на даний момент, на 28 січня 2019 року, відмовився йти в президенти: «Я неодноразово заявляв, що влада як така, президентський пост як такий – мені не цікаві. Мене цікавлять справжні зміни в країні! І щоб розставити всі крапки над «і», зняти всі питання, офіційно заявляю: я, Святослав Вакарчук, не братиму участі в президентських виборах 2019 року», – підкреслив співак [11].

Як формувалася та розвивалася громадська думка щодо рейтингу головних кандидатів показують соціологічні опитування починаючи з червня до кінця грудня 2018 року на відповідному Інтернет–ресурсі [4], графік якого подано нижче. Як показує діаграма лідерські позиції займає Ю. Тимошенко, однак її рейтинг дещо знизився від максимального досягнутого рівня приблизно з 20,5% у листопаді – до 18% у грудні 2018 р. Подібна ситуація і у В. Зеленського з результатами 14% на початку грудня – та 12,5% у кінці місяця. Однак змінилася ситуація у протилежному напрямку у нині чинного Президента України П. Порошенка. Його рейтинг стрімко зріс за листопад–грудень з 10,5% до 14%, і на думку багатьох соціологів продовжив зростання в наступному місяці.



Деякі соціологи й експерти зауважують, що П. Порошенко все–таки має шанси вийти до другого туру президентських виборів, що зовсім не було очевидним ще в середині 2018 року [19]. Зростанню його рейтингу останнім часом сприяють різні фактори, зокрема те, що у нинішнього президента сформоване чітке електоральне ядро та розвинена партійна інфраструктура, на відміну від багатьох інших кандидатів. Також цьому сприяло підняття рівня мінімальної зарплати з січня цього року та останнє рішення Президента й уряду про монетизацію субсидій. За словами політолога Олександра Леонова, рейтинг П. Порошенка зріс в тих регіонах, де було оголошено воєнний стан, а саме серед патріотично налаштованих громадян [5]. А також внаслідок отримання Українською єдиною автокефальною церквою Томосу та обрання її Патріарха. Про всі кроки діючого



Президента України та їх оцінку можна було дізнатися з більшості мас–медіа.

Доречно зазначити, що, зокрема, Г. Блumer критикував вибіркові опитування як спосіб отримання соціологічної інформації, оскільки вони не дають повністю об'єктивних даних. А тому заперечував такий спосіб формування громадської думки, бо вважав, що це спрощений механістичний підхід до її розуміння [1, с. 113]. Тому, щоб отримати більш точні дані, сучасні соціологи використовують саме панельні опитування, які застосовуються при вивченні динаміки суспільних явищ, а отже при дослідженні формування громадської думки.

Таким чином, мас–медіа сприяють встановленню і підтримуванию зв'язку з соціальним середовищем. Формування громадської думки через Інтернет, пресу, телебачення, радіо має зворотній зв'язок, тобто громадська думка постійно впливає на діяльність системи мас–медіа. ЗМІ є ефективними засобами впливу на людей, на їх свідомість і поведінку, життя і побут, допомагають зорієнтуватись у численній масі соціальних подій, формують громадську думку, утверджують систему соціальних цінностей, зразків соціальної поведінки.

**Висновки.** Громадська думка – це невід'ємний елемент сучасної суспільної дійсності, соціального середовища. Її суб'єктом є громада, група людей, соціальна спільнота, суспільство, а об'єктом може виступати як суспільство, так і певне явище, процес, проблема, що відбувається та впливає на життя людей, стаючи предметом їх зацікавлення і обговорення. Переважно, саме мас–медіа з максимально можливою оперативністю ставлять у центр уваги питання, яке викликає громадський інтерес, а отже безпосередньо впливають на основні характеристики громадської думки. Доведено, що дослідження феномену громадської думки без обґрунтованого соціологічного підходу буде неповним.

#### Список використаних джерел

1. Блumer, Г., 1994. 'Коллективное поведение', Пер. Д. Водотынского, *Американская социологическая мысль: Тексты*, Сост. Е. И. Кравченко; под В. И. Добрен'кова, М.: *Изд-во МГУ*, с.90–115.
2. Гегель, ГВФ., 1990. 'Философия права', Пер. с нем.: Ред. и сост. Д. А. Керимов и В. С. Нерсесянц; Авт. вступ. ст. и примеч. В. С. Нерсесянц, М.: *Мысль*, 524 [2] с. [online] Доступно: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z00000360/>
3. Гольцендорф, Ф. 2012. 'Роль общественного мнения в государственной жизни', М.: *«Книга по Требованию»*, 143 с.
4. 'Вибори Президента України 2019 (соціологічні опитування)'. [online] Доступно: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
5. 'Вибори Президента України 2019: хто піде та які у них шанси'. [online] Доступно: [https://24tv.ua/vibori\\_prezidenta\\_ukrayini\\_2019\\_prognoz\\_kandidativ\\_na\\_viborah\\_ukrayini\\_n1007188](https://24tv.ua/vibori_prezidenta_ukrayini_2019_prognoz_kandidativ_na_viborah_ukrayini_n1007188)
6. Иванов, ВФ., 2003. 'Социология массовой коммуникации: навч. посіб.', Черкаси: *Вид-во ЧДУ ім. Богдана Хмельницького*, 193 с. [online] Доступно: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1276>
7. Лазарфельд, П. [online] Доступно: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Пауль\\_Лазарфельд](https://uk.wikipedia.org/wiki/Пауль_Лазарфельд)
8. Лебон, Г., Тард, Г., 1999. 'Психология толп. Мнение и толпа', М.: *Институт психологии РАН; Издательство КСП+*, 416 с.
9. Липпман, У., 2004. 'Общественное мнение', Пер. с англ. Т. В. Барчунова, под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко, М.: *Институт Фонда «Общественное мнение»*, 384 с.
10. Нельга, ОВ., 2008. 'Социология громадської думки. Курс лекцій [Текст]: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів', К.: *Видавництво Шейніної О. В.*, 186 с., Бібліогр.: с.181–184.
11. 'Новини України сьогодні'. [online] Доступно: [https://24tv.ua/ukrayina\\_tag1119](https://24tv.ua/ukrayina_tag1119)
12. Ноэль–Нойман, Э., 1996. 'Общественное мнение. Открытие спирали молчания', Пер. с нем., Общ. ред. и предисл. Мансурова Н. С., М.: *Прогресс–Академия, Вещь Мир*, 352 с.: илл.
13. Орбан–Лембрик, Л., 2004. 'Особливості формування громадської думки [Текст]', *Соціальна психологія*, №2 (4), с.77–89.
14. Оссовский, ВЛ., 2005. 'Социология громадської думки [Текст]', К.: *ПЦ «Фоліант»; ВД «Стилос»*, 186 с.
15. Полторак, ВА., 2000. 'Социология общественного мнения [Текст]: Учеб. пособ.', Киев – Днепропетровск: *Центр «СОЦИОПОЛИС», Изд-во «Арт–Пресс»*, 264 с.
16. Прасюк, ОВ., 2010. 'Громадська думка як суспільно–політичний феномен', *Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер.: Культура і соціальні комунікації*, Вип.2, с.246–255. [online] Доступно: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaksk\\_2010\\_2\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaksk_2010_2_29)
17. Стефанчук, У., 2007. 'Зміст поняття «громадська думка»: основні підходи до визначення та розуміння', *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: Зб. наук. пр.*, Львів, Вип.19, с.143–148.
18. Тард, Габриэль. 'Общественное мнение и толпа'. [online] Доступно: [http://mirknig.com/knigi/nauka\\_ucheba/1181161465-obshhestvennoe-mnenie-i-tolpa.html](http://mirknig.com/knigi/nauka_ucheba/1181161465-obshhestvennoe-mnenie-i-tolpa.html)
19. 'Українська правда'. [online] Доступно: <https://www.pravda.com.ua/articles/2019/01/3/7198122/>

#### References

1. Blumer, G., 1994. 'Kollektivnoe povedenie (Collective behavior)', Per. D. Vodotynskogo, *Amerikanskaja sociologicheskaja mysl'*: *Teksty*, Sost. E. I. Kravchenko; pod V. I. Dobren'kova, M.: *Izd-vo MGU*, s.90–115.
2. Gegel', GVF., 1990. 'Filosofija prava (Philosophy of law)', Per. s nem.: Red. i sost. D. A. Kerimov i V. S. Nersesjanc; Avt. vstup. st. i primech. V. S. Nersesjanc, M.: *Mysl'*, 524 [2] s. [online] Dostupno: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z00000360/>
3. Gol'cendorf, F. 2012. 'Rol' obshhestvennogo mnenija v gosudarstvennoj zhizni (The role of public opinion in state life)', M.: *«Kniha po Trebovaniju»*, 143 s.
4. 'Vybery Prezydenta Ukrai'ny 2019 (sociologichni opytuvannja) (Elections of the President of Ukraine, 2019 (sociological polls))'. [online] Dostupno: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
5. 'Vybery Prezydenta Ukrai'ny 2019: hto pide ta jaki u nyh shansy (Elections of the President of Ukraine 2019: who will go and what are their chances)'. [online] Dostupno: [https://24tv.ua/vibori\\_prezidenta\\_ukrayini\\_2019\\_prognoz\\_kandidativ\\_na\\_viborah\\_ukrayini\\_n1007188](https://24tv.ua/vibori_prezidenta_ukrayini_2019_prognoz_kandidativ_na_viborah_ukrayini_n1007188)
6. Ivanov, VF., 2003. 'Sociologija masovoi' komunikacii': navch. posib. (Sociology of Mass Communication: Teach. manual)', Cherkasy: *Vyd-vo ChDU im. Bogdana Hmel'nyc'kogo*, 193 s. [online] Dostupno: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1276>
7. Lazarfel'd, P. [online] Dostupno: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Paul'\\_Lazarsfel'd](https://uk.wikipedia.org/wiki/Paul'_Lazarsfel'd)
8. Lebon, G., Tard, G., 1999. 'Psihologija tolpy. Mnenie i tolpa (Psychology of the crowds. Opinion and the crowd)', M.: *Institut psihologii RAN; Izdatel'stvo KSP+*, 416 s.
9. Lippman, U., 2004. 'Obshhestvennoe mnenie (Public Opinion)', Per. s angl. T. V. Barchunova, pod red. K. A. Levinson, K. V. Petrenko, M.: *Institut Fonda «Obshhestvennoe mnenie»*, 384 s.
10. Nel'ga, OV., 2008. 'Sociologija gromads'koi' dumky. Kurs lekciy [Tekst]: navch. posibnyk dlja stud. vyshh. navch. zakladiv (Sociology of public opinion. Course of lectures [text]: tutor. student guide higher teach establishments)', K.: *Vydavnyctvo Shejninnoi' O. V.*, 186 s., Bibliogr.: s.181–184.
11. 'Novyny Ukrai'ny s'ogodni (News of Ukraine today)'. [online] Dostupno: [https://24tv.ua/ukrayina\\_tag1119](https://24tv.ua/ukrayina_tag1119)
12. Nojel'–Nojman, Je., 1996. 'Obshhestvennoe mnenie. Otkrytie spirali molchanija (Public opinion. Opening of the spiral

of silence)’, Per. s nem., Obshh. red. i predisl. Mansurova N. S., M.: *Progress-Akademija, Ves’ Mir*, 352 s.: ill.

13. Orban-Lembryk, L., 2004. ‘Osoblyvosti formuvannja gromads’koi’ dumky [Tekst] (Features of the formation of public opinion [Text])’, *Social’na psihologija*, №2 (4), c.77–89.

14. Ossovs’kyj, VL., 2005. ‘Sociologija gromads’koi’ dumky [Tekst] (Sociology of Public Opinion [Text])’, K.: PC «Foliant»; VD «Syllos», 186 s.

15. Poltorak, VA., 2000. ‘Sociologija obshhestvennogo mnenija [Tekst]: Ucheb. posob. (Sociology of Public Opinion [Text]: Textbook. way)’, Kiev – Dnepropetrovsk: Centr «SOCIOPOLIS», Izd-vo «Art-Press», 264 s.

16. Prasjuk, OV., 2010. ‘Gromads’ka dumka jak suspil’no-politychnyj fenomen (Public opinion as a socio-political phenomenon)’, *Naukovi zapysky [Nacional’nogo universytetu «Ostroz’ka akademija»]. Ser.: Kul’tura i social’ni komunikacii*, Vyp.2, s.246–255. [online] Dostupno: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaksk\\_2010\\_2\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaksk_2010_2_29)

17. Stefanchuk, U., 2007. ‘Zmist ponjattja «gromads’ka dumka»: osnovni pidhody do vyznachennja ta rozuminnja (Contents of the concept of «public opinion»: the main approaches to definition and understanding)’, *Ukrai’ns’ka nacional’na ideja: realii’ ta perspektyvy rozvytku: Zb. nauk. pr.*, L’viv, Vyp.19, s.143–148.

18. Tard, Gabrijel’. ‘Obshhestvennoe mnenie i tolpa (Public opinion and the crowd)’. [online] Dostupno: [http://mirknig.com/knigi/nauka\\_ucheba/1181161465-obshhestvennoe-mnenie-i-tolpa.html](http://mirknig.com/knigi/nauka_ucheba/1181161465-obshhestvennoe-mnenie-i-tolpa.html).

19. ‘Ukrai’ns’ka pravda (Ukrainian truth)’. [online] Dostupno: <https://www.pravda.com.ua/articles/2019/01/3/7198122/>

\* \* \*