

ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ЛИ ОПРОСЫ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ИЗУЧАЮТ ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ?

ШУБРТ Иржи – кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой исторической социологии факультета гуманитарных исследований Карлова университета, Прага, Чехия (jiri.subrt@fhs.cuni.cz).

Аннотация. Социологические дискуссии об общественном мнении содержат в себе ряд теоретических дилемм. Первая из них касается момента возникновения данного феномена: появляется ли он только с формированием современного общества, или же присутствует и в других, более ранних типах общества. Вторая дилемма связана с противопоставлением реалистского и номиналистского подходов, а третья – со спором сторонников монистической и плюралистической перспектив. В то же время с исследовательской точки зрения упомянутые теоретические дилеммы не имеют принципиального значения. Ученые-практики исходят из так называемого операционального определения понятия «общественное мнение», которое они трактуют как то, что изучают опросы общественного мнения. Однако в этом случае тоже возникает проблема – исследование, направленное на изучение и анализ общественного мнения, легко может стать его же источником. Другими словами, метод изучения общественного мнения рискует обернуться инструментом его создания.

Ключевые слова: общественное мнение • общественность • опрос общественного мнения • теоретические дилеммы • модернизм • примордиализм • реализм • номинализм • монизм • плюрализм

DOI: 10.31857/S013216250003169-8

Первая теоретическая дилемма. Дискуссии о характере общественного мнения ведутся на протяжении десятилетий и в некоторых аспектах приобретают характер теоретических дилемм. Первая из них касается периода возникновения общественного мнения: является оно специфическим атрибутом исключительно современного общества или встречается и в более ранних типах общества. Тот же вопрос можно сформулировать и иначе: общественное мнение появилось только тогда, когда возник термин для его обозначения, или этот феномен существовал и прежде, но назывался по-другому? Данный спор в определенной степени напоминает дискуссию о нациях и национализме Э. Геллнера [Gellner, 2002]. Здесь тоже сталкиваются две точки зрения: модернистская и примордиалистская. Согласно первой, возникновение общественного мнения связано со становлением современного общества. Вторая же полагает его древним явлением, ведущим свою историю с незапамятных времен.

Теоретики-модернисты исходят из предположения, что само существование обсуждаемого феномена обусловлено таким состоянием общества, где люди как свободные граждане могут беспрепятственно генерировать мнения об общественных вопросах. Кроме того, они обладают правом эти мнения выражать и принимать участие в решении упомянутых вопросов. В начале XX в. французский социолог Г. Тард в книге «Общественное мнение и толпа» [Tarde, 1901] объяснял его появление и развитие двумя факторами, имевшими место в XVIII в.: а) наличием публички (общественности), первоначально в форме узких литературных и философских «кружков», и б) преобразованием частных разговоров, ведшихся в салонах того времени, в публичные выступления на страницах газет. Причину экспансии общественного мнения в XIX в. он видел в развитии средств коммуникации – печати, железной дороги и телеграфа. Понятие «мнение» Тард связывает с разговорной

проблематикой. Разговор, в его понимании, это диалог без какой-либо конкретной цели, когда говорят преимущественно для удовольствия и развлечения. Он обращает внимание на процесс трансформации приватного разговора, характерного для салонов XVIII в., в публичные дебаты на страницах периодических печатных изданий, которые, в свою очередь, становятся одним из основных факторов формирования общественного мнения. Ключевую роль здесь играют газеты, создающие общественное мнение и одновременно сами оказывающиеся его результатом, отражением, продуктом.

Модернистская перспектива повлияла на взгляды современного немецкого ученого Ю. Хабермаса, автора книги «Структурное изменение публичной сферы» (1965) [Habermas, 2000]. Говоря о гражданском обществе, эволюционировавшем из репрезентативной публичности позднего Средневековья, он определяет его как публичную сферу, где движется рассуждающая о разных проблемах общественность. Возникновение гражданского общества Хабермас связывает с развитием печати, обусловившей формирование читательской аудитории из представителей привилегированного класса горожан. Изначально оно было носителем буржуазных эмансипационных идеалов и появилось как общество литературное, ориентированное на созданную в частных салонах и кафе культуру. Согласно Хабермасу, гражданское общество представляет собой институт. Исследуя изменения, которые оно претерпевало на протяжении последних двух столетий, немецкий ученый фокусируется не только на процессе его становления и развития, но и на его упадке при переходе от либерализма к капитализму государственного интервенционизма, при котором принцип публичных дебатов заменяется манипуляцией СМИ и PR. На этом этапе гражданское общество превращается в область, где публичность используется для достижения консенсуса и престижа, а возможность прессы для создания критически настроенной общественности ограничены и зависят от интересов управляющих средствами массовой коммуникации.

Модернистской точке зрения противопоставляется *примордиалистская*, утверждающая, что определенные формы общественного мнения существовали и в досовременных обществах. Данную позицию разделяет, например, Дж. Брайс, мыслитель второй половины XIX в. и автор «Американской республики» [Brace, 1899]. Общественное мнение, полагает он, является значимым, влиятельным фактором почти для всех наций и почти во все времена. Мы встречаемся с ним не только в современных демократических обществах, но и в деспотических, хотя, конечно, там оно играет совсем другую роль. Разницу между деспотическими и свободными обществами он видит в следующем. В первом случае люди инстинктивно подчиняются власти, не понимая, что сами ее создали (или она явилась результатом молчаливого смирения контролируемого большинства), а во втором – люди знают об истоках власти, и это знание позволяет им относиться к правящим персонам как к своим агентам.

К примордиалистам также относится В. Бауэр, автор книги «Общественное мнение в мировой истории» (1930), где доказывается, что хотя словосочетание «общественное мнение» (французское *opinion publique*, английское *public opinion*) появляется только в XVIII в., само обозначаемое им явление намного старше и под другими наименованиями существовало даже в глубоком прошлом [Bauer, 1930]. В древнегреческих текстах встречаются термины *ossa*, *pheme*, *nomos*, в древнеримских – *fama*, *fama popularis* и *rumores*. В Средние века его называли *vox populi vox dei* и *consensus* (или *consensus omnium*), в эпоху Возрождения – *publica voce*. Персонажи Шекспира говорят об *opinion*. И даже в XIX в. наряду с *opinion publique* употреблялся ряд других слов и словосочетаний с таким же или похожим смысловым содержанием: французское *opinion du peuple*, английские *climate of opinion* или *general opinion*, немецкое *Zeitgeist*.

Вторая теоретическая дилемма, присутствующая в дискуссиях об общественном мнении, связана с противопоставлением реалистского и номиналистского подходов к пониманию его природы. Данная антитеза отчасти напоминает спор средневековых философов о том, отвечает что-то общим понятиям в реальности или же они являются просто

именами (лат. *nomina*). Согласно первому, общественное мнение представляет собой реально существующую сущность, которая не сводится полностью к мнению индивида. Напротив, сторонники номиналистского подхода признают реально существующим только индивидуальное мнение (мнение индивида), а общественное мнение предстает в их интерпретации всего лишь классификационным термином.

Реалистская концепция доминировала в научном мышлении XIX и начала XX в. В те времена многие социологи и социальные психологи были склонны трактовать общественное мнение как сверхличностное образование, объект, не сводящийся к сумме индивидуальных мнений и обладающий по отношению к ним иным, более общим качеством. Таковы *коллективная душа* Г. Ле Бона (1895) [Le Bon, 1994], *коллективное сознание* Э. Дюркгейма (1895) [Durkheim, 1926] или *групповое сознание* У. Макдугалла [McDougall, 1921]. Кроме того, реалистски ориентированные исследователи видели в общественном мнении такое явление, которое каким-то образом возникает, формируется, распространяется и оказывает влияние на поведение людей. Например, чешский социолог А.И. Блаха [Bláha, 1946a; 1946b], перечисляя функции общественного мнения (политическую, правовую, судебную, моральную и т.д.), отдельно выделял функцию контроля и принуждения: люди подчиняются ему, даже не всегда полностью осознавая это.

В противоположность реалистскому подходу *номиналистский* рассматривает общественное мнение как набор индивидуальных суждений (оценивающих суждений индивидов) [Monroe, 1975: 6], а не как процесс, в ходе которого определенные взгляды становятся общим мнением и действуют в качестве такового. Отправной точкой для номиналистов служат индивид и индивидуальная психика. Следовательно, в общественном мнении они видят всего лишь громадный статистический феномен, являющийся, тем не менее, важным условием для использования индивидуальных интервью и процедур статистического отбора в его изучении. В 1930-х гг. номиналистская перспектива занимает ведущую позицию в социологии, особенно в американской. Этому немало способствовал Ф. Олпорт, опубликовавший в 1937 г. статью «За научный подход к общественному мнению». В ней он открыто выступал против присвоения этому феномену надындивидуального характера: «Мы не отрицаем возможность того, что может существовать качественно превосходящий результат группового взаимодействия. Мы говорим только, что если и существует такой непреднамеренно возникающий продукт [the emergent product], то мы не знаем, где и как он может быть обнаружен, идентифицирован или исследован, или с помощью каких показателей его можно измерить. Подобного рода теории вовсе неплохи в качестве абстрактной истины, но с точки зрения научной разработки проблемы они предстают своего рода тупиками» [Allport, 1965: 54]. В завершение своих рассуждений Олпорт высказывает идею, что рассматривать общественное мнение как групповой продукт – это научно стерильный и неустойчивый подход.

Третья дилемма касается противоречия между монистической и плюралистической точкой зрения на сущность общественного мнения. Монизм характерен для авторов XVIII и XIX в. Его представители трактуют общественное мнение как проявление общей (коллективной) воли (например, Ф. Тённис [Tönnies, 1922]), как мнение, доминирующее или преобладающее в обществе. При этом общественность рассматривается ими в качестве основополагающего элемента общества или отождествляется с ним. Монистам свойственно употреблять понятия «общественное мнение» и «общественность» в единственном числе, дабы подчеркнуть присущее соответствующим феноменам единомыслие. Одним из типичных сторонников данной теоретической позиции является уже упомянутый А.И. Блаха [Bláha, 1946a; 1946b]. Общественное мнение, полагает он, нельзя свести к тому простому факту, что многие люди имеют похожие или идентичные мнения о некоторых вещах. Напротив, эти люди должны осознавать свое единомыслие. Иначе говоря, между ними должна существовать определенная психическая связь. Действительно, признает Блаха, в некоторых случаях общественное мнение возникает спонтанно, можно сказать, автоматически, но при других обстоятельствах оно формируется очень медленно, иногда даже

на фоне ожесточенного противостояния частных точек зрения. К монистам можно также отнести и советского ученого А.К. Уледова, полагавшего общественное мнение частью структуры общественного сознания [Уледов, 1963].

Плюралисты, в отличие от монистов, определяют общественное мнение в терминах разногласий. Источник его формирования они видят в противоречиях, споре, а не в объединении. Соответственно, общественное мнение трактуется ими как плюралистическое, а не коллективное единое мнение. Более того, многие сторонники данной позиции (среди которых преобладают американские социологи¹) постулируют наличие не только плюрализма мнений, но и плюрализма общественности². Согласно плюралистам, существует много различных видов общественности, причем они могут быть большими или маленькими, организованными и неорганизованными. Типичный для этого течения понятийный аппарат включает такие выражения, как «широкая общественность», «восприимчивая общественность» (*attentative public*), «информированная общественность», «экспертная общественность», «симпатизирующая общественность», «активно действующая общественность» и т.д. По мнению Р. Бэйна [Bain, 1970: 19–20], разные типы общественности имеют одну общую характеристику: формально они неорганизованы (хотя нередко становятся основой для образования официальных организаций), у их представителей отсутствуют личные взаимосвязи, однако они могут собираться вместе как определенная публика для продвижения своих особых интересов. Общественности не являются группами, в истинном смысле этого слова, но представляют собой нечто большее, чем простую совокупность людей. Когда члены общества собираются вместе или налаживают письменный или иной способ коммуникации, позволяющий им вести диалог на «общем языке», у них появляется чувство принадлежности. На этом этапе о них уже можно говорить как о социальной структуре, пусть и достаточно аморфной.

Оригинальную попытку объединить монистическую и плюралистическую точки зрения на общественное мнение представляет собой концепция *спирали молчания* Э. Ноэль-Нойман [Noelle-Neumann, 1980; 1989]. Спираль молчания (*Schweigespирale*) – это особый спиралевидный процесс, протекающий следующим образом. Допустим, существует определенное публично невысказываемое мнение. Людям, разделяющим его, кажется, что их взгляды не стоит выносить на публику, так как их не оценят, и поэтому предпочитают молчать. В итоге мнение ослабевает, молчание распространяется, и спираль молчания раскручивается. В то же время сила мнения, произносимого публично, имеет тенденцию расти. Фактически спираль молчания и есть процесс создания и развития общественного мнения, а само оно трактуется как взгляды и способы поведения, которые люди могут публично проявлять, не опасаясь социальной изоляции.

Категорическая формулировка вышеприведенных тезисов вовсе не свидетельствует о приверженности Ноэль-Нойман монистическому течению. Рассматривая общественное мнение, она не ограничивается исключительно рамками описанной выше полярной модели. Напротив, она указывает на существование разрозненного, плюралистического общественного мнения. Например, при выборе, за какую партию голосовать, значение имеет не столько общее количество поданных за каждую из них голосов (политические симпатии большинства людей в принципе), сколько электоральные предпочтения социальной группы, к которой принадлежит данный конкретный избиратель. Вместе с тем человек вовсе не обязан изолировать себя в собственном же окружении. Кроме толпы, подчиняющей свое поведение общественному мнению, существуют личности, и даже группы, не боящиеся социальной изоляции. Более того, они способны изменить общественное мнение. К ним Ноэль-Нойман относит еретиков, авангардистов и аутсайдеров. Также встречаются и особые группы – «крепкие орешки», представляющие собой исключение из правил. Страх

¹ См., напр.: [Lundberg, 1939].

² Так, например, М.В. Огле говорит о множественности общественностей – *multiplicity of publics* [Ogle, 1950: 44].

изоляции их не пугает, поскольку они принимают ее в расчет (в этом они похожи на авангардистов), и к тому же они могут повернуться спиной к общественности. Однако даже те, кто меняет общественное мнение, опираются на действие механизма спирали молчания. Пока одни используют этот механизм как инструмент принуждения людей к конформности, другие превращают его в рычаг для производства изменений.

Проблемы практического изучения общественного мнения. Переходя от теории общественного мнения к его изучению на практике, мы сталкиваемся с удивительной вещью: все вышеупомянутые теоретические дилеммы, по сути, утрачивают свое значение. Исследователи, проводящие мониторинг общественного мнения, используют метод стандартизованного интервью и выборку, основанную на статистическом отборе, и не принимают близко к сердцу теоретические размышления. Да они им, в принципе, и не нужны. Даже понятие общественности оказывается для них неважным с точки зрения исследовательских методов и техник.

Опросы общественного мнения, как они проводятся сегодня, соответствуют всем основным параметрам метода, впервые примененного в середине 1930-х гг. Дж. Гэллапом [Gallup, 1948; Гэллап, 2017]. Данный метод предполагал обязательное наличие двух ключевых элементов: 1) *техники стандартизованного интервью* – строго регламентированного разговора интервьюера с респондентом, в ходе которого первый поочередно зачитывает второму заранее сформулированные вопросы и соответствующие им ответы и отмечает в бланке выбранные опрашиваемым варианты (как говорил Гэллап, идея исследования проста: если я хочу знать мнения людей, я должен пойти и спросить их); 2) *репрезентативного статистического отбора респондентов*, которому Гэллап придавал огромное значение. Статистика служила для него одновременно символом и гарантией научности и объективности исследовательской деятельности (научная основа и достоверность его подхода обосновывалась обращением к статистике, а не к социологии или социальной психологии). Именно в ней, а точнее в возможности представить отдельные группы населения в общей массе респондентов в правильном статистическом отношении, Гэллап видел новизну предложенного им метода [Gallup, 1948: 28–29]. В остальном же, считал он, этот метод мало чем отличается от наблюдений политических аналитиков и публично активных людей, проводившихся задолго до него. После Второй мировой войны гэллоповская модель изучения общественного мнения была принята во многих странах мира, как на Западе, так и на Востоке. В СССР ее внедрение в практику исследований общественного мнения произошло несколько позже, в 1960-х гг., и было связано с активной деятельностью Б.А. Грушина [Грушин, 1967].

Исследователям, придерживающимся гэллоповского метода, вполне хватает операционального определения понятия «общественное мнение»: то, что изучают опросы общественного мнения, и является общественным мнением. Эту позицию очень точно сформулировал У.Л. Уорнер (1939): «Общественное мнение состоит в том, чтобы реагировать на конкретно сформулированные вопросы в условиях [исследовательского] разговора» (цит. по: [Davison, 1970: 2]). В свою очередь, принятие вышеупомянутого операционального определения сопряжено с весьма серьезной проблемой: исследование, направленное на выявление и изучение общественного мнения, может стать его же источником, инструментом его создания. Данный риск обусловлен самим характером формализованного опроса: при заполнении анкеты/бланка интервью от респондентов требуется только выбрать один вариант ответа из списка заранее сформулированных. Иных альтернатив, кроме предложенных, у опрашиваемых нет, поэтому может сложиться ситуация, когда их будут спрашивать о вещах, которые их никогда не волновали, и исследователям «посчастливилось» узнать, что они думают о том, о чем в принципе никогда не думали или думали очень мало. Здесь многое зависит от «умения» автора анкеты. Обычно респондент всегда найдет подходящий ему вариант ответа. Он выберет его, даже если вопрос составлен неправильно, варианты ответов плохо сформулированы, не отражают сущности предмета обсуждения и/или их список неполон. Предлагая вместо ответа на вопрос «Что

вы думаете?» «выбрать один из нижеперечисленных вариантов», исследователи могут добиться кое-чего интересного. Они могут сформулировать любые вопросы, а затем интерпретировать полученные данные как выражение общественного мнения, как нечто, что существует независимо от проведенного ими исследования, поскольку сами вопросы задавались именно в рамках этого исследования. Говоря иначе, данный метод позволяет выбрать некую тему и после проведения исследования представить ее в качестве общественной проблемы. И в то же время он позволяет избежать обсуждения определенных тем. Все зависит от того, задан конкретный вопрос или нет, предложены определенные ответы респондентам или нет.

Перечисленные выше проблемы приводят некоторых критически ориентированных социологов к довольно радикальным выводам. Одни из них, прежде всего сторонники интерпретативной парадигмы, категорически отвергают количественную методологию гэллаповских опросов и ратуют за использование так называемых качественных методов как единственно возможной альтернативы [Filmer et al., 1975]. Другие объявляют фикцией саму общественность (например, П. Бурдьё [Bourdieu, 1979]). Однако, на наш взгляд, продуктивное решение описанных проблем кроется не в отказе от чего-либо, а в поиске и использовании таких исследовательских процедур, которые позволят устранить, насколько это возможно, упомянутые недостатки. Опросы общественного мнения, проводящиеся уже на протяжении более 80 лет, несмотря на все связанные с ними спорные моменты, имеют несомненную информационную ценность и значение. Более того, методы интервью и анкетирования при всей их проблематичности не могут быть сегодня полностью заменены каким-либо иным социологическим методом. Короче говоря, без анкеты мы не обойдемся. Впрочем, это никоим образом не освобождает нас от обязанности и права критически изучать и оценивать существующую исследовательскую практику.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ [REFERENCES]

- Грушин Б.А. Мнения о мире и мир мнений: Проблемы методологии исследования общественного мнения. М.: Политиздат, 1967. [Grushin B.A. *Opinions on the World and the World of Opinions: Problems of Methodology of Public Opinion Research*. Moscow: Politizdat. (In Russ.)]
- Гэллуп Дж., Рей С.Ф. Пульс демократии. Как работают опросы общественного мнения. М.: ВЦИОМ, 2017. [Gallup G., Rae S.F. (2017) *The Pulse of Democracy: the Public Opinion Poll and How It Works*. Moscow: WCIOM. (In Russ.)]
- Уледов А.К. Общественное мнение советского общества. М.: Соцэкгиз, 1963. [Uledov A.K. (1963) *Public Opinion of Soviet Society*. Moscow: Sotsekiz. (In Russ.)]
- Allport F.H. (1965) Toward a Science of Public Opinion. In: Katz D., Cartwright, D., Eldersveld S., McClung L.A. (eds) *Public Opinion and Propaganda: A Book of Readings*. New York: Holt, Rinehart and Winston: 51–61.
- Bain R. (1970) Veřejnost. In: *Studijní a informační materiály II*. Praha: ÚVVM ČSAV: 19–20. (In Czech)
- Bauer W. (1930) *Die Öffentliche Meinung in der Weltgeschichte*. Wildpark; Potsdam: Akademische Verlagsgesellschaft Athenaion. (In German)
- Bláha A. (1946a) Veřejné mínění. *Veřejné mínění*. Vol. 1. No. 3: 2–3. (In Czech)
- Bláha A. (1946b) Veřejné mínění. *Veřejné mínění*. Vol. 1. No. 4-5: 2–3. (In Czech)
- Bourdieu P. (1979) Public Opinion Does Not Exist. In: Matterlat A., Siegelau S. (eds) *Communication and Class Struggle*. Vol. I: Capitalism, Imperialism. New York: International General: 124–130.
- Bryce J. (1899) *American Commonwealth*. Vol. I–III. New York: The Macmillan Company.
- Davison W.P. (1970) Veřejné mínění. In: *Studijní a informační materiály II*. Praha: ÚVVM ČSAV: 1–16. (In Czech)
- Durkheim É. (1926) *Pravidla sociologické metody*. Praha: Orbis. (In Czech)
- Filmer P., Phillipson M., Silverman D., Walsh D. (1975) *Neue Richtungen in der soziologischen Theorie*. Wien; Köln; Graz: Hermann Böhlhaus Nachf. (In German)
- Gallup G. (1948) *Průvodce po výzkumu veřejné mínění*. Praha: Orbis. (In Czech)
- Gellner E. (2002) *Nacionalismus*. Brno: CDK. (In Czech)
- Habermas J. (2000) *Strukturální přeměna veřejnosti*. Praha: Nakladatelství Filozofického ústavu AV ČR. (In Czech)
- Le Bon G. (1994) *Psychologie davu*. Praha: KRA. (In Czech)
- Lundberg G.A. (1939) *Foundations of Sociology*. New York: The Macmillan Company.

- Mc Dougall W. (1921) *The Group Mind: A Sketch of the Principles of Collective Psychology with Some Attempt to Apply Them to the Interpretation of National Life and Character*. Cambridge: The University Press.
- Monroe A.D. (1975) *Public Opinion in America*. New York: Dodd, Mead and Co.
- Noelle-Neumann E. (1980) *Die Schweigespirale: Öffentliche Meinung – Unsere soziale Haut*. München: Piper. (In German)
- Noelle-Neumann E. (1989) *Öffentliche Meinung: Die Entdeckung der Schweigespirale*. Frankfurt/Main; Berlin: Ullstein. (In German)
- Ogle M.B. jr. (1950) *Public Opinion and Political Dynamics*. Boston: Houghton Mifflin Co.
- Tarde G. (1901) *L'Opinion et la foule*. Paris: Félic Alcan, Éditeur. (In Fr.)
- Tönnies F. (1922) *Kritik der öffentlichen Meinung*. Berlin: Julius Springer. (In German)

Статья поступила: 10.07.18. Принята к публикации: 19.09.18.

DO PUBLIC OPINION POLLS ACTUALLY PROVIDE A SURVEY OF PUBLIC OPINION?

ŠUBRT J.

Charles University, Czech Republic

Jiří ŠUBRT, Ph.D. (Sociol.), Assoc. Prof., Head of Department of Historical Sociology, Faculty of Humanities, Charles University, Prague, Czech Republic (jiri.subrt@fhs.cuni.cz).

Abstract. Sociological debates about public opinion have to weigh up theoretical dilemmas. The first of these dilemmas concerns whether public opinion appeared only with the advent of modern society, or whether it was a phenomenon in other, earlier types of society. The second dilemma is associated with the opposites of «realistic» and «nominalistic» approaches. The third dilemma is the contradiction between «monistic» and «pluralistic» positions. However, if we proceed from the theory of public opinion to its survey, we find a surprising thing: all the mentioned theoretical dilemmas are irrelevant from the survey point of view. Researchers (pollsters) are basically satisfied with a concept of public opinion which can be described as «operational». According to this, public opinion is what is measured by polls of public opinion. The basic pitfall of the operational conception is that surveys which should capture and analyze public opinion can easily fit the purpose of their specific producer, as the method of surveying public opinion can be transformed into an instrument for shaping it.

Keywords: public opinion, public, opinion polls/surveys, theoretical dilemmas, modernism, primordialism, realism, nominalism, monism, pluralism.

Received: 10.07.18. Accepted: 19.09.18.