

## **РОЗДІЛ ДРУГИЙ**

*І.Бекешкіна,  
кандидат філософських наук*

### **СТАВЛЕННЯ НАСЕЛЕННЯ ДО БІЗНЕСМЕНІВ У ПОЛІТИЦІ**

Відокремлення бізнесу від політики – це гасло є, мабуть, одним із найбільш популярних у спілкуванні політиків з народом. “Гідну конкуренцію” йому за частотою вживання можуть скласти хіба що заклики “Бандитам–тюрми” чи обіцянки підвищити зарплати, пенсії та усе на світі.

Водночас це не заважає кожній з політичних сил мати у своїх лавах і списках бізнесменів, яких вони начебто й прагнуть “відокремити від влади”. А для того щоб формально не рахуватися “бізнесменами”, вдаються до усяких вивертів, як-то – переведення бізнесу на близьких родичів чи передача у довірчі трасти тощо. Нікого це, звісно, не вводить в оману, і ніхто не дивується, що політики, формально не маючи ніякого бізнесу, водночас фігурують у різних бізнесових рейтингах.

Проте лицемірні заклики відлучити бізнесменів від політики, які не сприймають серйозно самі їхні глашатаї, знаходить відгук у масовій свідомості, формуючи стереотип “першопричини зла”, “головних винуватців” усіх негараздів, наявних у країні. Загалом така ситуація досить неконструктивна, а певною мірою й небезпечна. Неконструктив-

на, бо необхідність вибудувати конструктивні відносини бізнесу і суспільства підміняється примітивним “геть!” Не кажучи вже про те, що бізнесмени – такі ж громадяни українського суспільства і, як і інші, мають право брати участь у політиці. Небезпечно, бо у разі погіршення економічної ситуації дуже легко знайти “винних” (“хто вкрав наше сало”, може бути підмінено нафтою, газом, хлібом, чим завгодно). І лідеру, який підніме на свій прапор подібні гасла, буде легко зібрати врожай популярності. Врешті, у своїй історії ми це вже проходили.

Ставлення населення до бізнесменів у політиці або, простіше, до політиків, що прийшли з великого бізнесу, досі взагалі не досліджувалося в українській соціології, навіть у електоральних опитуваннях. У кращому разі – як вимірювання рейтингів довіри, які засвідчували, що довіра до політиків-бізнесменів зазвичай була нижчою, ніж до “просто” політиків. А це важлива проблема соціуму, оскільки великий бізнес є складовою як економічного, так і політичного життя, і від того, як складатимуться стосунки цієї, хоч і нечисленної, але економічно найсильнішої та політично найвпливовішої соціальної групи із рештою суспільства, багато у чому залежить майбутній економічний і політичний устрій у країні.

Отже, як ставляться наші громадяни до бізнесменів у політиці? Що саме їх не влаштовує у бізнесменах-політиках і як зробити відносини бізнесменів і суспільства більш оптимальними? Ці запитання ставилися у дослідженні громадської думки, проведеному у липні 2007 р.\* Великий обсяг вибірки (понад 11 000 респондентів) дав змогу розглянути не лише загальне ставлення громадської думки до

---

\* Загальнонаціональне опитування проведено з 5 по 20 липня 2007 р. спільними зусиллями трьох соціологічних служб: “Юкрейніан соціолоджі сервіс”, Київським міжнародним Інститутом соціології та фірмою “СОЦІС”. Усього опитано 11 075 респондентів в усіх територіально-адміністративних одиницях України. Опитування проведено за квотною вибіркою, репрезентативною за статтю, віком, освітою, типом поселення та областями України.

бізнесменів-політиків, а й проаналізувати його більш диференційовано у різних соціально-демографічних групах.

Опитування включало такий блок запитань, що стосувалися з'ясування ставлення суспільства до бізнесменів у політиці:

- загальне ставлення до присутності бізнесменів у політиці;
- що найбільше не подобається населенню у політиках, які приходять з великого бізнесу;
- що може поліпшити ставлення населення до представників бізнесу в політиці;
- що, на думку респондентів, мають робити представники великого бізнесу в політиці.

Негативізм стосовно політиків, які прийшли з великого бізнесу, є доконаним фактом. Ставлення до великих бізнесменів, які прийшли у політику, загалом є гіршим, ніж до “просто” політиків, бо поєднує три складові:

- негативне ставлення до представників великого бізнесу;
- негативне ставлення до політиків “протилежного” табору;
- негативне ставлення до політиків взагалі, будь-якого кольору.

Проте, попри стереотипні уявлення щодо суцільного несприйняття бізнесменів у політиці, насправді громадська думка з цього питання далеко не одностайна (табл.1).

**Таблиця 1**

**“Як Ви ставитеся до того, що в політику йдуть представники великого бізнесу?” (%)**

Негативно, слід повністю відокремити політику від бізнесу	46,4
Нейтрально, якщо бізнесмени не використовують владу у своїх власних інтересах	27,8
Позитивно, бо бізнесмени – успішні професійні люди і можуть принести чимало користі в політиці	13,9
Важко сказати	11,8

Як свідчать дані, категоричну позицію щодо повного відокремлення політики від бізнесу посідає все ж дещо менше половини населення – 46%. Серед решти 28% згодні на присутність бізнесменів у владі за умови, якщо вони не використовуватимуть владу у своїх інтересах, а ще 14% сприймають бізнесменів у владі навіть позитивно, як успішних професійних людей.

Головними чинниками, що впливають на ставлення до бізнесменів у політиці, є вік та матеріальний статус респондентів (табл. 2–3).

**Таблиця 2**

**Ставлення до бізнесменів у політиці залежно від матеріального статусу (%)**

Варіанти ставлення	Матеріальний статус респондентів*			
	Вище середнього	Середній	Нижче середнього	Найнижчий
Негативне, слід повністю відокремити політику від бізнесу	<b>33,8</b>	43,4	49,8	49,9
Нейтральне, якщо бізнесмени не використовують владу у своїх власних інтересах	<b>32,9</b>	30,1	26,9	20,5
Позитивне, бо бізнесмени – успішні професійні люди і можуть принести чимало користі у політиці	<b>19,8</b>	16,4	11,7	10,7
Важко сказати	13,5	10,1	11,6	18,8

\* Група високозабезпечених не присутня, оскільки навіть за великої вибірки її наповненість недостатня для статистично значущого аналізу.

Лояльніше ставляться до бізнесменів у політиці більш “сильні” і “просунуті” соціальні групи – молодші й заможніші. Аналіз ставлення представників різних професійних груп теж засвідчує, що більше сприймають бізнесменів у політиці керівники, працівники правоохоронних органів,

**Таблиця 3**

**Ставлення до бізнесменів у політиці залежно від віку (%)**

<i>Варіанти ставлення</i>	<i>18–29</i>	<i>30–54</i>	<i>55 і старші</i>
Негативне, слід повністю відокремити політику від бізнесу	<b>38,0</b>	45,8	52,7
Нейтральне, якщо бізнесмени не використовують владу у своїх власних інтересах	<b>32,5</b>	29,4	22,7
Позитивне, бо бізнесмени – успішні професійні люди і можуть принести чимало користі у політиці	<b>17,2</b>	15,0	10,3
Важко сказати	12,3	9,7	14,3

студенти і, звичайно, найбільш позитивно – самі бізнесмени. Проте досить показово, що навіть у соціальній групі бізнесменів (а в опитуваннях це зазвичай дрібний бізнес) позитивно ставляться до участі бізнесменів у політиці 27%, нейтрально – 31%, а 33% – все-таки негативно.

Певна річ, ставлення до бізнесменів у політиці суттєво залежить від ставлення до бізнесу взагалі. Проте значна частина тих, хто цілком позитивно ставиться до бізнесу, негативно ставиться до участі великих бізнесменів у політиці (*табл. 4*)

**Таблиця 4**

**Співвідношення ставлення до розвитку приватного підприємництва і до участі бізнесменів у політиці (%)**

<i>Ставлення до бізнесу</i>	<i>Ставлення до участі бізнесменів у політиці</i>			
	<i>Негативне</i>	<i>Нейтральне</i>	<i>Позитивне</i>	<i>Важко сказати</i>
Зовсім не схвалюють	70,0	14,5	6,7	8,9
Скоріше не схвалюють	60,7	23,6	5,8	9,8
Скоріше схвалюють	41,8	34,9	15,6	7,8
Цілком схвалюють	41,8	34,9	15,6	7,8
Важко сказати	42,6	19,8	6,1	31,4

Наведені дані дають змогу чітко виявити проблему. Звичайно, не дивує, що люди, які несхвально ставляться до бізнесу, підприємницької активності, не схвалюють і участі бізнесменів у політиці. Проте й серед тих, хто схвально і навіть цілком схвально ставиться до бізнесу, неприйняття участі бізнесменів у політиці теж дуже велике – на рівні 40%. Отже, задамося запитанням: що найбільше не влаштовує людей, чому вони негативно ставляться до того, щоб представники великого бізнесу брали участь у політиці?

Загалом існує стереотипне уявлення, що бізнесменів у політиці у нас не люблять через їхнє багатство, тим більше, що бізнесмени-політики завжди на видноті, їхній бізнес і спосіб життя цікаві журналістам. Частка правди у цьому є. До речі, навіть у найбільш багатих країнах багатіїв народ (точніше, значна його частина) не любить, і ті, хто йде у політику, змушені завжди на це зважати і не дратувати виборців недоступною для них розкішшю. Утім, як свідчить наше опитування, сам по собі чинник багатства дратує найменше, і навіть спосіб, у який було нажито капітал, не є головною причиною негативного ставлення людей до політиків-бізнесменів. І це – спільна думка прихильників різних політичних сил (*табл. 5*).

Пересічні громадяни добре розуміють суть проблеми негативного впливу присутності бізнесменів у політиці: “спроба через гроші впливати на державну владу” (45%) і “спроба через причетність до влади заробити ще більше грошей” (42%). На третє за значущістю місце поставлено “нехтування законом, спроба поставити закон собі на службу” (24%). А саме ці чинники й складають суть перетворення просто багатих і дуже багатих людей у “олігархів” – насамперед шляхом використання усієї державної машини у власних цілях та інтересах.

Якоюсь мірою далось визнає, що респондентів обмежували трьома варіантами відповіді, це не означає, що усі інші чинники, які не увійшли в лідерську трійку “подразників”, не викликають негативного ставлення. Водно-

Таблиця 5

Що найбільше не подобається у політиках, які прийшли з великого бізнесу, прихильникам різних політичних сил?\*

Варіанти	"Наша Україна"	БЮТ	КПУ	Блок Литвина	Партія регіонів	За вибіркою
Їхнє багатство	9,6	8,1	9,7	6,4	8,5	8,7
Спроба через гроші впливати на державну владу	<b>40,1</b>	<b>43,1</b>	<b>49,2</b>	<b>47,1</b>	<b>47,1</b>	<b>42,2</b>
Спроба через причетність до влади заробити ще більше грошей	<b>45,1</b>	<b>47,1</b>	<b>51,0</b>	<b>51,3</b>	<b>46,1</b>	<b>44,6</b>
Спосіб, яким було нажито їхній капітал	25,3	22,7	27,1	11,8	21,8	21,9
Спосіб життя, хизування своїм багатством	12,6	10,3	11,3	9,6	11,1	11,4
Відсутність соціальної відповідальності	17,0	16,2	15,0	18,2	16,1	15,7
Зверхність стосовно інших людей	13,2	14,2	12,9	16,6	15,4	14,7
Відсутність патріотизму, небажання обстоювати національні інтереси	14,5	12,1	11,3	12,3	12,6	12,3
Низька загальна культура, неосвіченість	8,2	7,8	8,2	0,0	7,7	7,6
Лицемірство, показна турбота щодо виборців	14,4	14,6	18,4	16,0	15,9	15,3
Нехтування законом, спроба поставити закон собі на службу	<b>23,1</b>	<b>26,6</b>	<b>30,5</b>	<b>19,2</b>	<b>25,4</b>	<b>24,3</b>
Інше	0,1	0,3	0,3	0,0	0,4	0,3
Важко сказати	7,4	7,4	4,5	8,6	6,4	8,6

\* Не більше трьох відповідей.

час саме за такої постановки запитання вдалося вичленили найголовніше, а це – сам спосіб існування великого бізнесу в українському суспільстві, його “впаяність” у владу, яка дуже часто використовується задля власних бізнесових інтересів, часто-густо нехтуючи законом, а, точніше, став-

лячи і закон собі на службу. В одному з опитувань Фонду “Демократичні ініціативи”, проведеному у липні 2007 р., лише менше 10% респондентів згодні, що у нас усі рівні перед законом, а на конкретизуюче запитання, хто саме користується перевагами закону, головна відповідь була: ті, хто має гроші (74%), і ті, хто має владу (70%).

Отже, без істотних змін самого типу політичного життя, його наближення до демократичних принципів навряд чи можна сподіватися на суттєве поліпшення ставлення до політиків від бізнесу в українському суспільстві. Водночас цей негатив аж ніяк не заважає українцям визначатися з вибором партій та блоків, де наявні ці самі великі бізнесмени. Цікаво, що аналіз ставлення до бізнесменів у політиці тих, хто не визначався з електоральним вибором, нічим не відрізняється від тих, хто визначався. Списки взагалі для українського виборця відіграють другорядну роль. Так, опитування, проведене Фондом “Демократичні ініціативи” після парламентських виборів 2006 р., виявило, що половина виборців не знала списків далі першої п’ятірки, причому 20% з них не знала й п’ятірку. Тож значною мірою більш законослухняне існування бізнесменів у суспільстві й у політиці (і не лише, звичайно, бізнесменів) залежатиме від зміни виборчого законодавства, “відкриття” списків, аби за кожного конкретного “спонсора” партії виборці голосували персонально.

З’ясувавши основні причини негативного ставлення до представників бізнесу в політиці, ми запитали респондентів щодо того, як, якими засобами це ставлення може бути поліпшено. Привертає до себе увагу, що населення не має особливих претензій до способу життя бізнесменів і не надто вимагає від них скромності у житті – ця позиція зібрала лише 12%. Найперше, чого чекають люди від бізнесменів у політиці (і, вочевидь, від політиків взагалі), це поваги до закону, перед яким усі мають бути рівні (42%). Ще люди хочуть, аби бізнесмени у політиці обстоювали передусім національні інтереси, а не власні (30%), щоб їхній бізнес був прозорий і відкритий (29%). На поліпшення ставлення до представників бізнесу можуть вплинути



й благодійна діяльність, фінансування соціально значущих проектів (26%) та ефективна діяльність на керівних посадах у різних органах влади (26%). Слід наголосити, що лише 9,5% опитаних вважають, ніби ніщо не зможе поліпшити ставлення громадської думки до представників бізнесу в політиці. Важливо, що тут практично збігаються думки прихильників різних політичних сил (табл. 6). Виражає однотайність позицій прихильників різних політичних сил, у тому числі прибічників Комуністичної партії,

**Таблиця 6**

**Що може змінити на краще ставлення громадської думки до представників бізнесу в політиці?\***

Варіанти	"Наша Україна"	БЮТ	КПУ	Блок Литвина	Партія регіонів	За вибіркою
Благодійна діяльність, фінансування соціально значущих проектів	28,7	26,0	27,0	26,2	29,3	26,1
Ефективна діяльність на керівних посадах у різних органах влади	19,7	21,2	23,5	22,5	24,4	21,2
Відкритість і прозорість власного бізнесу	30,4	31,3	29,4	29,4	31,6	<b>28,9</b>
Постійне спілкування із засобами масової інформації і підтримка журналістів	9,0	8,9	4,2	7,5	7,8	7,9
Повага до закону, перед яким усі мають бути рівні	44,5	44,0	43,4	45,3	47,6	<b>41,6</b>
Турбота про людей, які працюють у їхньому бізнесі	21,5	21,0	24,6	20,3	20,8	20,9
Обстоювання передусім національних інтересів, а не власних	31,5	33,1	31,7	29,4	31,0	<b>29,8</b>
Скромніший спосіб життя	11,5	11,9	11,9	11,2	13,0	12,4
Інше	0,1	0,5	0,0	0,0	0,4	0,4
Вважаю, ніщо не зможе поліпшити ставлення суспільства до представників бізнесу в політиці	6,3	8,5	<b>16,1</b>	6,9	8,0	9,5
Важко сказати	8,7	8,0	5,6	10,7	6,0	9,5

\*Не більше трьох відповідей.

які бачать ті ж самі шляхи поліпшення репутації бізнесменів-політиків. І хоча серед виборців КПУ істотно більше тих, хто вважає, ніби ніщо не зможе поліпшити ставлення суспільства до представників бізнесу в політиці, лише навіть у цій групі таких виявилось 16%.

Щодо думки з цього питання різних соціально-демографічних груп та у різних регіонах, то вона практично не відрізняється. Єдина істотна відмінність помічена серед різних майнових категорій. Причому за одним-єдиним параметром: в оцінці значення ефективної діяльності представників бізнесу на керівних посадах у різних органах влади. Цей чинник значно більше важить для людей з достатком, вищим за середній (29%), і його роль зменшується мірою зниження матеріального рівня респондента, а у групі з найнижчим рівнем добробуту він значущий для 17%.

Таким чином, можна зробити висновок, що змінити на краще ставлення населення до представників бізнесу в політиці може лише зміна самого характеру бізнесу, набуття ним цивілізованих форм – прозорості, поваги до закону, відповідальності. Без цього важко очікувати, що якісь піар-акції зможуть істотно змінити ставлення до окремих представників бізнес-середовища в політиці.

Чого ж очікують громадяни від представників бізнесу, які йдуть у політику?

Як свідчать дані, виборці різних політичних сил вважають, що головні завдання представників великого бізнесу, що йдуть у політику, – забезпечити економічне зростання і сплату усіх належних податків (*табл. 7*). Власне, ці завдання населення може поставити перед політиками будь-якого роду занять.

На жаль, того, чим саме можуть бути корисними бізнесмени в політиці, населення не розуміє. Значно менші відсотки отримали ті види активності, де бізнесмени можуть бути компетентнішими і сильнішими порівняно з “просто” політиками: створення рівних сприятливих умов для всього приватного бізнесу у країні, забезпечення проведення структурних реформ в економіці, створення передумов для розвитку і зміцнення середнього класу.

Таблиця 7

Що передусім повинні зробити представники великого бізнесу, які йдуть у політику?\*

Варіанти	НУ	БЮТ	КПУ	Блок Литвина	ПР	За вибіркого
Забезпечити економічне зростання	44,1	43,8	44,8	44,6	53,8	<b>45,2</b>
Підвищити рівень добробуту пересічних громадян	45,3	44,0	53,3	40,8	47,2	<b>44,7</b>
Гарантувати створення сприятливих рівних умов для приватного бізнесу у країні	19,1	18,2	15,6	20,4	17,4	17,5
Забезпечити проведення структурних реформ в економіці	17,7	16,6	16,6	20,4	15,4	15,4
Створити передумови для розвитку і зміцнення середнього класу	20,1	20,2	17,1	19,9	20,1	19,3
Боротися з корупцією та хабарництвом у сфері бізнесу	23,6	25,0	30,1	31,2	23,1	23,6
Сплачувати усі належні податки	36,5	38,1	38,3	32,3	37,8	<b>35,3</b>
Інше	0,4	1,3	1,3	1,6	0,6	1,1
Важко сказати	8,9	9,9	10,3	7,5	6,0	10,8

\* Не більше трьох відповідей.

Причому показово, що обмежені уявлення про роль бізнесменів у політиці притаманні людям усіх професій. Навіть у групі підприємців та бізнесменів діяльність по створенню однаково сприятливих умов для всього приватного бізнесу у країні віднесли до пріоритетів лише 26%. Значною мірою через нерозуміння у суспільстві тієї користі, яку можуть (принаймні, у принципі) принести представники бізнесу як найбільш компетентні у сфері розвитку економіки і впровадження інновацій.

Що стосується “позбавлення” бізнесменів, які йдуть у політику, свого бізнесу, то цього, власне, співгромадяни від них не вимагають, переважно вони вважають за достатнє забезпечити публічність і прозорість бізнесу (табл. 8).

Таблиця 8

**Що повинен зробити успішний підприємець,  
який вирішив іти в політику?**

<i>Варіанти</i>	<i>“Наша Україна”</i>	<i>БЮТ</i>	<i>КПУ</i>	<i>Блок Литвина</i>	<i>Партія регіонів</i>	<i>За вибіркою</i>
Продати підприємства, що йому належать	11,0	11,2	16,6	8,1	11,2	11,1
Передати свої підприємства в управління сторонній компанії	9,5	9,8	7,1	11,3	7,2	8,0
Передати свою власність в управління родичам	6,9	6,3	5,8	6,4	5,7	5,9
Просто гарантувати публічність і прозорість свого бізнесу	<b>29,5</b>	<b>26,3</b>	<b>20,0</b>	<b>29,6</b>	<b>34,6</b>	<b>28,5</b>
Бізнесмен взагалі не повинен іти в політику	31,1	35,3	44,1	35,5	29,5	33,2
Важко сказати	12,0	11,2	6,3	9,2	11,3	13,3

Не дивно, що позиція неприйнятності бізнесменів у політиці найбільше характерна для прихильників комуністів, але навіть там вона становить 44%, а не 100%. Позиція достатності гарантування публічності й прозорості бізнесу найбільше виражена серед підприємців (45%) та керівників (38%), найменше – серед непрацюючих пенсіонерів (22%). Проте навіть серед пенсіонерів категоричну відмову бізнесменам бути у політиці висловили 38%.

Підіб’ємо деякі підсумки.

Бізнесмени, які прийшли у політику, справді мають низький рівень довіри громадян. У ставленні до них поєднуються три мінуси: негативне ставлення власне до бізнесменів, до політиків з чужого “за кольором” табору, до політиків взагалі, незалежно від кольору.

Ставлення суспільства до присутності бізнесменів у політиці не є настільки одіозно однозначним, це так стереотипно вважається. Найбільш позитивно до бізнесменів у політиці ставляться “сильніші” соціальні групи – з вищим за середній матеріальним статусом, молодші за віком, освіченіші.

Основні чинники негативного ставлення населення до участі бізнесменів у політиці криються у тих формах, яких набув великий бізнес в Україні і який отримав назву “олігархії” – належності влади наймогутнішим фінансово-економічним групам. Людей дратує передусім не багатство політиків, що прийшли з бізнесу, і не їхній спосіб життя, а “спроба через гроші впливати на державну політику” і “спроба через причетність до влади заробити ще більше грошей”, а це, власне, і є те, що називається олігархією і що приводить до висновку про “латиноамериканізацію” України. Отже, не змінюючи самого типу суспільного устрою в Україні, без здійснення реальної демократизації (насамперед принципу верховенства права і рівності усіх перед законом) не можна говорити про можливість кардинальної зміни ставлення населення до бізнесменів у політиці. Легітимізувати свою присутність у політиці бізнес зможе лише тоді, коли загальним принципом його існування в суспільстві стане насамперед повага до закону, відкритість і прозорість бізнесу, обстоювання передусім національних інтересів, а не власних. А це аж ніяк не “косметичні” заходи на кшталт вдалого піару чи навіть благодійництва.

Змінити сам характер ведення бізнесу в Україні можна двома шляхами. Перший – усвідомлення самим великим бізнесом, що настав час “чесної гри”, цивілізованості й відкритості. Шлях цей досить “простий” – відкрити для суспільства свій бізнес (хто чим і як володіє), відмовитися від тіньових схем і чесно сплачувати усі податки (провівши перед цим податкову реформу, аби податки набули розумних меж), відмовитися від прикупування “своїх”

судів і суддів тощо. Тобто самим бізнесменам надати власному бізнесу цивілізованих форм, без чого усі балачки про рух України в Європу не мають жодного сенсу (ну не потрібні ми там такі – з нашими тіншовими схемами, нехтуванням законом тощо).

Утім, події свідчать про утопічність таких сподівань: навряд чи той, хто на даному етапі візьме гору, погодиться добровільно відмовитися від привілеїв для свого бізнесу, що їх в умовах України дає належність до влади. Другий шлях – це той, який проходили усі суспільства розвинутих демократій: громадянському суспільству чинити тиск на владу і політиків, що за сучасних умов всезагального виборчого права, наявності сильної опозиції та плюралізму у ЗМІ (“плюралізму”, бо “свобода слова” – дещо інше, ніж у нас) даватиме (і потроху вже дає) певний ефект. Принаймні, можна сподіватися, що Україні на рух до розвинутої демократії не знадобиться 200 років.

Ще очевидно, що соціологи мусять включати у свої дослідження не лише проблеми бідності, а й проблеми багатства та ставлення до нього в суспільстві, не лише проблеми бідних та середніх соціальних груп, а й тих, які є заможними і впливовими в суспільстві. Причому вивчати не лише як певні соціальні групи економічно-політичної еліти, а насамперед у їх взаємовідносинах із суспільством загалом. Можливо, обізнаність цих соціальних груп щодо ставлення до них суспільства зможе певним чином скоригувати їхню життєдіяльність, особливо якщо зважити на їх бажання займатися політичною діяльністю, мандат на яку дають, зрештою, виборці.