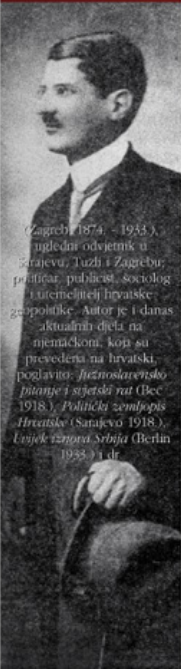


Dr. Ivo Pilar



Zagreb 1874. – 1943.),
ugledni odvjetnik u
Zagrebu, Tuži i Zagrebu,
politikar, publicist, sociolog
i utemeljitelj hrvatske
znanstvene i političke. Autor je i danas
aktualnih djela na
njemačkom, koja su
prevedena na hrvatski,
posebice: *Juznoslavensko
pitanje i svjetski rat* (Beč
1918.), *Politička zemljopis
Hrvatske* (Sarajevo 1918.),
Lesjek znanosti Srbije (Berlin
1935.) i dr.

*U našoj doista bogatoj povijesno-
političkoj publicistici ne znam da
smo ikada imali bistrijeg čovjeka i
lucidnije pero (...) To danas, o 75.
godišnjici Pilarova Juznoslaven-
skog pitanja, smijemo reći s pu-
nim uzbuđenjem da se nismo ni-
malo prenašli.*

(akademik D. Jekić, 1993.)

*Pilar je bio neumjereno napadan
i plijenjen, a isto tako neusporedivo
bvaljen i krionice čitan. Često se
o njegovu djelu i njemu govorilo
i pisalo napamet, širila bijeda i
crna legenda. Vrijeme je da se kri-
tički izdadu njegova djela i rele-
vantni dijelovi ostavštine. Pilar to
zaslužuje kao jedan od naših naj-
boljih političkih pisaca.*

(dr. T. Macan, 1997.)

Na tragu najboljih izdavačkih tradicija, ovo djelo objedinjuje i sistematizira spoznaje u određenom istraživačkom području. Autorica piše znanstvenički precizno, teorijski i konstruktivno rafinirano te pokazuje visno poznavanje pitanja kojima se bavi. Svi su njezini zaključci jasni i ne ostavljaju nikakve sumnje alternativnim tumačenjima i interpretacijama, što je osigurano striktnim slijedenjem ishoda provedenih analiza. Siguran sam da će knjiga naići na velik interes znanstvenika u području društvenih znanosti te vrlo brzo naći mjesto unutar sveučilišne nastave, posebice doktorskih programa, kao nezaobilazan tekst u studioznom proučavanju i svladavanju istraživačke metodologije. Osobito će biti u cijeni u specijaliziranim krugovima koji se bave istraživanjem javnoga mnijenja i analizom izbornog ponašanja.

• Izv. prof. dr. sc. Josip Burušić

Autorica propituje neke od važnih elemenata znanstveno utemeljenog istraživanja javnoga mnijenja i mogućnosti prilagodavanja svjetskih metodologijskih iskustava hrvatskim društvenim uvjetima te analizira neke od važnih odrednica izbornog odlučivanja. U obje spomenute cjeline otvorila je i u našim uvjetima prvi put obradila važne teme znanstvenog istraživanja javnoga mnijenja te promovirala neke nove pristupe njihovom proučavanju. Izabranom tematikom i znanstvenom razinom obrade i interpretacije ova je knjiga vrijedan doprinos razvitku znanstveno utemeljenih anketnih istraživanja i razumijevanju izbornog ponašanja u Hrvatskoj. Zbog toga, osim znanstvenog, ima nesumnjiv značaj i za širu društvenu zajednicu.

• Prof. dr. sc. Smiljana Leinert Novosel

Ovom knjigom Hrvatska napokon dobiva suvremen i precizan instrumentarij za procjenu znanstvene kvalitete i spoznajnih dosegâ pojedinog anketnog istraživanja. Osim snažne usredotočenosti na ključna metodološka pitanja istraživanja javnoga mnijenja, knjiga znanosti nudi veoma važne uvide u determinante glasačkog ponašanja koje autorica pokušava objasniti rabeći isključivo strogo znanstvene, empirijski utemeljene dokazne postupke, suprotstavljajući se tako uvriježenim, ali netočnim laičkim prosudbama, predrasudama i pseudoznanstvenim promišljanjima. Knjiga se, pored toga, odlikuje izvrsnim stilom, što će zainteresiranoj publici olakšati praćenje inače vrlo složene problematike koja se u njoj obrađuje.

• Prof. dr. sc. Goran Milas



INSTITUT
DRUŠTVENIH ZNANOSTI
IVO PILAR
ISBN 978-953-7964-12-2
CIJENA 160 KUNA



9 789537 964122

Vesna Lamza Posavec
MJERENJE JAVNOSTI
Metodologijski i analitički pristupi istraživanju javnoga mnijenja

STUDIJE

STUDIJE

INSTITUT
DRUŠTVENIH ZNANOSTI
IVO PILAR

Vesna Lamza Posavec

MJERENJE JAVNOSTI

Metodologijski i analitički pristupi
istraživanju javnoga mnijenja



INSTITUT DRUŠTVENIH ZNANOSTI
IVO PILAR

INSTITUT DRUŠTVENIH ZNANOSTI IVO PILAR

Biblioteka Studije
– K n j i g a 2 1 –

Vesna Lamza Posavec

MJERENJE JAVNOSTI
Metodologijski i analitički pristupi
istraživanju javnoga mnijenja

Biblioteka Studije
– K n j i g a 2 1 –

Vesna Lamza Posavec
MJERENJE JAVNOSTI
Metodologijski i analitički pristupi istraživanju javnoga mnijenja

Nakladnik

Institut društvenih znanosti Ivo Pilar
Marulićev trg 19/1, 10 000 Zagreb, Hrvatska
t. 385 1 4886 800; f. 385 1 4828 296
ured@pilar.hr; www.pilar.hr

Za nakladnika

prof. dr. sc. Vlado Šakić

Izvršna urednica

Mirjana Paić-Jurinić

Recenzenti

izv. prof. dr. sc. Josip Burušić
prof. dr. sc. Smiljana Leinert Novosel
prof. dr. sc. Goran Milas

Dizajn korica

Zlatko Rebernjak (Forma ultima)

Grafička priprema

Alan Čaplar (ITG, Zagreb)

Tisak

ITG, Zagreb

ISBN 978-953-7964-12-2

CIP zapis je dostupan u računalnome katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 000909494.

Knjiga je objavljena uz financijsku potporu Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta Republike Hrvatske.

Copyright © 2015 Institut društvenih znanosti Ivo Pilar

Vesna Lamza Posavec

MJERENJE JAVNOSTI

Metodologijski i analitički pristupi
istraživanju javnoga mnijenja



INSTITUT DRUŠTVENIH ZNANOSTI IVO PILAR

Zagreb 2015.

SADRŽAJ

Predgovor	7
1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA JAVNOGA MNIJENJA	
Mogućnosti validacije predizbornih istraživanja javnoga mnijenja	13
Odbijanje ankete u istraživanjima javnoga mnijenja	33
Problem neizjašnjavanja o namjerama glasovanja	59
Pokušaji identificiranja „vjerojatnih glasača“	73
Pogreška pokrivenosti u istraživanjima putem telefona	103
Primjena tehnike telefonskog anketiranja u predizbornom istraživanju: studija slučaja	119
Istraživanje javnoga mnijenja putem interneta	147
Izlazne ankete u svijetu i u Hrvatskoj	173
2. JAVNO MNIJENJE I IZBORNO PONAŠANJE: NEKA OD MOGUĆIH EMPIRIJSKIH OBJAŠNENJA	
Pokušaj objašnjenja izbornih rezultata temeljem longitudinalnog istraživanja javnoga mnijenja: studija slučaja	205
Motivacijska struktura glasovanja: primjer predsjedničkih izbora 2000. godine	243
Izborna apstinencija: tko i zašto se ne odaziva izborima?	259
Nacionalni ponos i otvorenost prema europskim integracijama	279
Utječu li rezultati predizbornih anketa na izbornu ponašanje birača? ..	289
Literatura	315
Bilješke o izvorima	331
Summary	335
O autorici	337

PREDGOVOR

U više od dva desetljeća koliko sam se bavila istraživanjem javnoga mnijenja svoj sam znanstveni interes uglavnom usmjerila na dvije skupine tema: metodologiju istraživanja i socijalno-psihološku pozadinu izbornog ponašanja. Takva znanstvena orijentacija podrazumijevala je, s jedne strane, kontinuirano propitivanje valjanosti istraživanja i provjeru prikladnosti različitih metodologijskih pristupa koji bi, u našim uvjetima, mogli osigurati što preciznije istraživačke procjene. S druge se pak strane očitovala u pokušajima objašnjenja izbornih odluka i ponašanja birača kao najuočljivije i istraživanju najdostupnije manifestacije odnosa javnosti prema važnim društvenim i političkim pitanjima, a koja bi, pod pretpostavkom zadovoljavajućeg istraživačkog kontinuiteta, na mikroanalitičkoj razini mogla pridonijeti boljem razumijevanju procesa oblikovanja političkog javnog mnijenja.

Držim da nije potrebno posebno dokazivati da u suvremenim demokratskim društvima istraživanja javnoga mnijenja imaju važnu ulogu ali i veliku odgovornost. Dobro je poznat potencijalni utjecaj njihovih rezultata na različite oblike i razine političkog odlučivanja, od onoga koji se odnosi na manje poteze razmjerno kratkoročne važnosti ili ograničenog društvenog dometa do onoga koji može imati nacionalni, dugoročni ili strateški društveni značaj. S druge pak strane, ispitivanja javnoga mnijenja neposrednije su povezana s aktualnim društvenim zbivanjima i obično su šire medijski prezentirana nego većina ostalih društvenih istraživanja. Iako izravni učinci javnog objavljivanja njihovih rezultata na političke stavove i preferencije birača još nisu znanstveno dokazani i ni približno toliko prepoznatljivi i jednoznačni kao u pojednostavljenim laičkim interpretacijama, to ipak ne znači da je opravdano isključiti mogući posredni utjecaj; rezultati takvih istraživanja nerijetko postaju važnim dijelom političke i medijske retorike, pa tako i dijelom društvenog konteksta odgovornog za oblikovanje javnoga mnijenja kao determinirajućeg čimbenika izbornog i ukupnog političkog ponašanja građana.

Zbog svoje iznimne političke osjetljivosti i društvene odgovornosti istraživanja javnoga mnijenja moraju udovoljiti osobito strogim metrijskim kriterijima. To osobito vrijedi za predizborna anketna ispitivanja koja su, od svih vrsta društvenih istraživanja, najizravnije izložena javnoj i znanstvenoj verifikaciji. Razlog je vrlo jednostavan – njihove je rezultate moguće lako i neposredno provjeriti službenim rezultatima izbora. Mogli bismo stoga reći da imaju i veliku znanstvenu odgovornost jer pružaju iznimnu priliku za provjeru primijenjenih istraživačkih postupaka te uočavanje mogućih pogrešaka i pristranosti koje mogu umanjiti valjanost dobivenih rezultata. U tom smislu predizborna istraživanja javnoga mnijenja ostvaruju izniman prinos razvitku empirijskih

društvenih istraživanja, osobito ankete kao najučestalije primjenjivane metode (povijest moderne ankete i počinje s predizbornim istraživanjima), a postala su i općim mjerilom valjanosti anketnih društvenih istraživanja te presudnim čimbenikom njihovog javnog i znanstvenog kredibiliteta.

Svjesni visoko postavljenih metrijskih kriterija, ali i potaknuti izazovom osmišljavanja sve boljih istraživačkih pristupa, istraživači javnoga mnijenja s vremenom su razvili složenu metodologiju zahvaljujući kojoj u mnogim slučajevima postižu tako precizne istraživačke procjene da njima mogu predvidjeti izborne rezultate i s manjim odstupanjima od standardne ili teorijski očekivane pogreške. Jedan od najvažnijih problema istraživanja javnoga mnijenja riješen je već sredinom prošloga stoljeća razvojem matematički konstruiranih, probabilističkih anketnih uzoraka čime je u fazi planiranja istraživanja uklonjena mogućnost pristranog izbora ispitanika kao potencijalno najvažnijeg razloga nedostatne validnosti istraživačkih rezultata. Nemali je prinos ostvaren i razvitkom dijagnostički valjanog istraživačkog instrumentarija te pronalaženjem prikladnih postupaka obrade i prikupljanja podataka zahvaljujući kojima se pogreške mjerenja, kao i neki drugi izvori pristranosti u realizaciji istraživanja, mogu svesti na gotovo zanemarivu mjeru.

Usporedno s usavršavanjem metodoloških pristupa pojačalo se zanimanje za istraživanja javnoga mnijenja kao moguć izvor podataka koji bi, uz rezultate primjene eksperimentalnih i nekih kvalitativnih metoda, mogli pridonijeti razumijevanju procesa oblikovanja javnoga mnijenja i empirijski utemeljenom objašnjenju izbornog ponašanja te proučavanju društvenih pojava i procesa koji se barem djelomice mogu sagledati na temelju stavova i očekivanja javnosti. Time istraživanja javnoga mnijenja donekle nadilaze uobičajeni pragmatizam utemeljen na opisivanju raspoloženja javnosti i predviđanju izbornih rezultata te osim prevladavajuće stručno-deskriptivnih, u nekom dijelu poprimaju i znanstveno-analitičke atribute.

Iako su znatno pridonijela razvoju znanstveno utemeljenih anketa te omogućila obuhvatnije proučavanje različitih oblika društvenog i političkog ponašanja, istraživanja javnoga mnijenja još se suočavaju s nekim metodološkim problemima koji ni nakon dugotrajnog eksperimentiranja s različitim modalitetima planiranja i provedbe istraživanja, kao i brojnih analiza nedostatne valjanosti pojedinačnih istraživačkih rezultata, ipak nisu zadovoljavajuće riješeni. Riječ je pretežno o teškoćama koje proizlaze iz reakcija potencijalnih ispitanika i samo su u manjoj mjeri pod mogućim nadzorom i utjecajem istraživača. To se odnosi ponajprije na vrlo značajnu autoselekciju potencijalnih ispitanika, nastalu uslijed visokih proporcija odbijanja ankete te učestalog uskraćivanja odgovora na osjetljiva anketna pitanja (poglavito ona o namjerama glasovanja na izborima) zbog čega čak i najkorektnije planiran anketni uzorak može u realizaciji

postati značajno pristranim, a istraživačke procjene značajno odstupiti od stvarnoga stanja u populaciji. Što se predizbornih istraživanja tiče, dodatni je problem uobičajeno velika izborna apstinencija – zbog koje se rezultati istraživanja na uzorku cijelog glasačkoga tijela mogu značajno razlikovati od stvarnih izbornih rezultata – a za koji još nije pronađeno jedinstveno rješenje, podjednako pouzdano u različitim izbornim situacijama i društvenim okruženjima. Takvi dugotrajni metodologijski problemi (od kojih neki, poput odbijanja ankete, s vremenom postaju sve naglašeniji), kao i oni koji tek nastaju s pojavom novih istraživačkih pristupa (npr. uporabom interneta kao anketnog medija), neprestano zahtijevaju nova metodologijska istraživanja, to više što se rješenja koja dobro funkcioniraju u određenoj političkoj i općedruštvenoj situaciji u nekim drugim okolnostima mogu pokazati nedovoljno prikladnima. Snažna kontekstualna determiniranost javnoga mnijenja ujedno je i razlog zbog kojega jednom utvrđeni obrasci oblikovanja javnoga mnijenja i izbornog ponašanja ne moraju vrijediti u ostalim društvenim i izbornim situacijama te stoga, u svrhu iole opravdanog uopćavanja, također zahtijevaju kontinuirane istraživačke provjere.

Planirajući sadržaj ove knjige nastojala sam što je moguće iscrpnije obuhvatiti metodologijske probleme s kojima se suočavaju istraživači javnoga mnijenja, osobito u hrvatskim uvjetima u kojima se, inače dragocjena, svjetska iskustva ne mogu u svakoj prilici izravno primijeniti. Tako je u prvom dijelu knjige obrađen širok raspon metodologijskih tema, od mogućnosti i ograničenja znanstveno utemeljene evaluacije predizbornih istraživanja, odbijanja ankete suradnje, uskraćivanja odgovora na pitanja o namjerama glasovanja i definiranja učinkovitih postupaka prepoznavanja skupine „vjerojatnih glasača“ pa sve do specifičnih pitanja i iskustava povezanih s provedbom izlaznih anketa te uporabom telefona i interneta kao anketnih medija. U drugom je dijelu nekoliko studija slučaja u kojima sam, iz različitih istraživačkih perspektiva, pokušala rasvijetliti odluku birača i njihovo ponašanje u određenim izbornim situacijama, bilo da je riječ o parlamentarnim ili predsjedničkim izborima bilo pak o referendumu o priključivanju Hrvatske Europskoj uniji. S iznimkom dvaju poglavlja preglednog karaktera, u ostalom dijelu knjige interpretirani su izvorni istraživački podaci od kojih je većina prikupljena u sklopu znanstvenog projekta istraživanja javnoga mnijenja u Institutu društvenih znanosti Ivo Pilar.

Osim teksta o internetskim istraživanjima koji sam napisala za ovu priliku, sva su poglavlja utemeljena na znanstvenim člancima objavljenima u časopisu *Društvena istraživanja* u razdoblju od 1992. dio 2008. godine (bilješke o izvorima navedene su pri kraju knjige). U nekima od tih članaka kao suautori su surađivali moji kolege prof. dr. sc. Goran Milas, prof. dr. sc. Ivan Rimac, Stanko Rihtar, dr. sc. Ivana Ferić i doc. dr. sc. Dragan Bagić kojima zahvaljujem na dopuštenju da ih uvrstim u knjigu. Pojedini

članci (studije slučaja) za ovu su priliku samo neznatno izmijenjeni, a neki temeljito prerađeni te dopunjeni recentnom literaturom i novom empirijskom građom. S tim u svezi posebno zahvaljujem istraživačkoj agenciji Ipsos Puls i njezinoj suradnici Mirni Cvitan koji su mi omogućili uvid u neke svoje novije istraživačke podatke te svom negdašnjem asistentu doc. dr. sc. Ivanu Balabaniću na dragocjenoj pomoći u pripremi tih podataka za ažuriranje nekih poglavlja knjige.

I na kraju: zašto sam odlučila ponovno objaviti već objavljene, makar i dijelom prerađene radove? Za tu odluku imam nekoliko (nadam se opravdanih) razloga. Prvo, držim da, sabrani u jednoj publikaciji, ti radovi omogućuju obuhvatniji i sustavniji uvid u različite metodološke probleme te neka od ostalih važnih pitanja istraživanja javnoga mnijenja. Drugo, riječ je o vrlo dinamičnom istraživačkom području, pa neki od prije objavljenih članaka, da bi zadržali spoznajnu aktualnost, zahtijevaju dopunu novim istraživačkim podacima i iskustvom. Treće, vjerujem da i studije koje su povezane s odlukama i ponašanjem birača u već prošlim izbornim i društvenim situacijama i dalje mogu biti zanimljive kao dio slike hrvatskih demokratskih procesa. I četvrto, možda i najvažnije, nadam se da će objavljivanje ove knjige biti poticaj za nove analize i studije o tom važnom ali, u našim uvjetima, znanstveno ipak prilično zanemarenom području društvenih istraživanja.

1.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA
JAVNOGA MNIJENJA

MOGUĆNOSTI VALIDACIJE PREDIZBORNIH ISTRAŽIVANJA JAVNOGA MNIJENJA

Čak ni najstroži kritičari predizbornih istraživanja javnoga mnijenja, koji ih obično ocjenjuju pretjerano pragmatičnima i izravno podređenim tekućim političkim interesima, ne mogu osporiti njihov značaj sa stajališta validacije i unapređenja metodologije istraživanja društvenih pojava. Dok za ocjenu valjanosti društvenih istraživanja obično nema drugih mogućnosti osim različitih oblika teorijske validacije (od onih koji se temelje na logičkim analizama, zapažanju, iskustvu ili nekim drugim više ili manje subjektivnim kriterijima, do različitih vrsta komparativnih i posrednih empirijskih analiza), u slučaju predizbornih istraživanja javnog mnijenja moguće je provesti i tzv. praktičnu ili kriterijsku validaciju dobivenih rezultata i tako mnogo izravnije ocijeniti primijenjeni istraživački postupak. Kako je već davno ustvrdio američki autor Henessy (1965.), predizborna ispitivanja glasačkih namjera pružaju iznimnu priliku za sustavno provjeravanje dobivenih rezultata s pomoću kriterija koji nije proizveden eksperimentalno i ne temelji se na različitim sociološkim, demografskim i sličnim pretpostavkama, već je objektivno zadan i potpuno izvan mogućeg utjecaja istraživača. Zahvaljujući mogućnostima objektivne evaluacije predizborna ispitivanja javnoga mnijenja ujedno omogućavaju identificiranje mogućih izvora pogrešaka i pristranosti te tako ostvaruju izniman prinos razvitku empirijskih društvenih istraživanja, ponajprije ankete kao nedvojbeno najčešće primjenjivane metode istraživanja društvenih pojava.

Najprimjereniji kriterij za validaciju istraživanja glasačkih namjera stanovništva svakako su službeni izborni rezultati koji, s obzirom na to da su izraženi u numeričkom obliku, omogućavaju precizno utvrđivanje povezanosti s istovrsnim vrijednostima prediktora.¹ Iako se takav validacijski kriterij čini sasvim očevidnim, objektivnim i kvantitativno preciznim, a određivanje povezanosti između prediktora i kriterija krajnje jednostavnim i pouzdanim, pokušaji utvrđivanja valjanosti predizbornih istraživanja na temelju uspoređivanja s rezultatima izbora ipak otvaraju brojna pitanja i nailaze

¹ Iako je u slučaju validacije istraživanja predizbornog javnog mnijenja zapravo riječ o prognostičkoj valjanosti jer su kriterijski podaci prikupljeni u razdoblju nakon provedbe mjerenja, za potrebe ove analize dostatno je koristiti opći pojam „valjanost“. Budući da prognostičke valjanosti ionako nema bez dijagnostičke, čini se opravdanim stajalište autora (npr. Abramson, 1983.; Babbie, 2007.; Cantril, 1991.; Gallup, 1944.; Henessy, 1965.; Wimmer i Dominick, 2003.) koji u raspravama o metrijskim karakteristikama predizbornih istraživanja javnoga mnijenja i ostalih empirijskih istraživanja društvenih pojava ne inzistiraju na razlikovanju tih pojmova.

na prilično velike analitičke i interpretativne teškoće. Neka od tih pitanja proizlaze iz stanovitih ograničenja raspoloživih istraživačkih i validacijskih postupaka, pa se u većoj ili manjoj mjeri odnose na sva istraživanja javnoga mnijenja, a neka su, što vrijedi i za naše uvjete, povezana sa specifičnim društvenim okolnostima u kojima se istraživanje provodi.

Iako uspoređivanje istraživačkih i izbornih rezultata pokazuje ponajprije stupanj valjanosti postignut istraživanjem, na temelju toga obično se zaključuje i o metodološkoj primjerenosti primijenjenog anketnog postupka pa i o osposobljenosti istraživača za provedbu takvih istraživanja. No kako istraživačke procjene mogu znatnije odstupiti od ishoda izbora i u slučaju dosljedne primjene znanstveno utemeljenih istraživačkih postupaka, slabija podudarnost istraživačkih i izbornih rezultata može ali i ne mora biti posljedicom nedostatno valjane istraživačke metodologije ili neodgovarajuće stručne osposobljenosti istraživača. S tim u svezi potrebno je najprije se osvrnuti na glavne razloge mogućih razlika između tih dviju skupina podataka.

Mogući razlozi odstupanja istraživačkih od izbornih rezultata

Budući da, zbog različitih razloga, povezanost istraživačkih i izbornih rezultata u pravilu ne može biti potpuna (osobito u slučaju velikog broja izbornih opcija) realno je očekivati da će istraživačke procjene barem donekle odstupiti od rezultata ostvarenih na izborima. Razumljivo je da istraživači teže da razlike budu što manje, no kako predizborne ankete ipak nisu izbori već samo procjena njihovih rezultata, odstupanja se, barem u numeričkom smislu, nikada ne mogu potpuno izbjeći. Razlozi se mogu svrstati u nekoliko osnovnih skupina.

1. Planiranje i način provedbe istraživanja

U prvoj su skupini razlozi koji većinom ovise o znanju, iskustvu i profesionalnom pristupu istraživača, pa bi u znanstveno utemeljenim i ispravno vođenim istraživanjima trebali najmanje utjecati na valjanost rezultata. Iako se pogreške i pristranosti istraživanja, a time i razlozi odstupanja istraživačkih od izbornih rezultata, mogu pojaviti u svim fazama planiranja i provedbe istraživanja, valjanost istraživačkih procjena razmjerno najviše ovisi o konstrukciji uzorka, karakteristikama anketnog upitnika i tehnici provedbe istraživanja. Osim preciznog definiranja ciljane populacije, okvira za izbor jedinica uzorka i odluke o njegovoj veličini, za konstrukciju reprezentativnog i dostatno preciznog anketnog uzorka osobito je važan način izbora ispitanika (u obzir dolaze samo probabilistički uzorci u kojima je svim članovima osnovnoga skupa osigurana ne-nulta i matematički poznata vjerojatnost da budu izabrani u uzorak) i njegova teritorijalna disperziranost (broj lokacija ili „točaka uzorka“ na kojima će se

provesti istraživanje). Što se anketnog upitnika tiče, u predizbornim istraživanjima javnoga mnijenja prioritetu važnost imaju oblikovanje pitanja o namjerama glasovanja za određenu stranku ili kandidata i smještaj toga pitanja u anketnom upitniku, pri čemu je osobito važno izbjeći kontekstualizaciju odgovora koja može nastati pod utjecajem nekih drugih postavljenih pitanja. Uz to, dobiveni rezultati uvelike ovise o tehnici provedbe istraživanja. U odnosu prema bilo kojem drugom rješenju, pritom je nesumnjiva prednost na strani usmene terenske ankete s mogućnošću tajnog izjašnjavanja o izboru stranke ili kandidata za koje ispitanik namjerava glasovati na izborima (zaokruživanje izabrane opcije na posebnom listiću nalik na glasački).

Dakako da rezultati istraživanja i njihova usklađenost s izbornim rezultatima mogu značajno ovisiti i o izboru termina istraživanja. Ako se rezultati žele objaviti prije održavanja izbora, kao što je uobičajeno, terensko je anketiranje u najboljem slučaju moguće provesti u roku od desetak dana (kad je riječ o vrlo velikim uzorcima to može potrajati znatno duže), a prikupljanje podataka završiti nekoliko dana prije izbornog termina. Budući da nema pouzdanog načina da se utvrde moguće promjene stavova i raspoloženja glasača nastale neposredno prije izbora (iskustvo američkih i drugih istraživača pokazuje da se u tom razdoblju ponekad čak mogu očekivati znatne promjene javnog mnijenja – npr. Hoy, 1990.; Kagay, 1992.; Noelle-Neumann, 1986.; Worcester, 1992.), eventualna značajna razlika između istraživačkih i izbornih rezultata ne mora biti u izravnoj vezi s pitanjem metodologijske valjanosti istraživanja.

Osim o spomenutim razlozima, povezanost rezultata istraživanja i glasovanja na izborima može dodatno ovisiti o radu i ponašanju anketara (npr. koliko dosljedno primjenjuju upute o izboru ispitanika i planiranom anketnom postupku, kako utječu na ispitanike i slično) te o načinu obrade prikupljene anketne građe. U sklopu obrade moguće je primijeniti različite postupke za korigiranje originalno prikupljenih podataka kojima se nastoji poboljšati reprezentativnost uzorka, pretežno narušena odbijanjem ankete ili drugim razlozima nepotpune realizacije planiranog uzorka (tzv. ponderiranje podataka pri čemu je važno je li takav postupak uopće primijenjen, prema kojim kontrolnim varijablama i kolika je veličina „pondera“), umanjiti učinci nepotpunog izjašnjavanja (zbrajanjem odgovora ispitanika koji su naveli za koga bi glasovali i odgovora neizjašnjenih ispitanika o njihovim sklonostima određenim izbornim opcijama) te umanjiti učinci nepotpunog izbornog odziva (izdvajanjem ispitanika koji su očitovali namjeru izlaska na izbore). Ovisno o primjeni takvih, metodologijski legitimnih korekcija rezultati istraživanja o namjerama glasovanja za pojedine stranke ili kandidate mogu se promijeniti i za desetak postotnih bodova.

2. Reakcije ispitanika

Čak i u slučaju dosljedne primjene znanstveno utemeljene istraživačke metodologije ostaje otvoreno pitanje koliko se anketnim istraživanjem uspijeva premostiti razlika između mnijenja (mišljenja, stajališta, stava, namjere) i odgovora ispitanika. Iako razlika između stvarnog i očitovanog mnijenja može biti posljedicom nedostatne sposobnosti pojedinih ispitanika da jasno iskažu što doista misle ili osjećaju te, u slučaju nepotpune kristaliziranosti mnijenja, izražavanja tzv. pseudostavova ili pseudomnijenja, riječ je ponajprije o mogućoj neiskrenosti ispitanika i sklonostima generiranju društveno poželjnih odgovora. Iako s tim u svezi ne raspolažemo preciznim istraživačkim pokazateljima, realno je pretpostaviti da je veličina razlike između stvarnih i u anketi očitovanih stajališta donekle determinirana kulturološkim, političkim i drugim specifičnim okolnostima karakterističnima za određenu društvenu sredinu (npr. sklonošću ljudi da, zbog različitih društveno uvjetovanih razloga, kontroliraju izražavanje vlastitog mišljenja, nenaviknutošću određene društvene sredine na izražavanje mišljenja putem ankete i sl.). U skladu s takvim razmišljanjem bilo bi opravdano očekivati da će u istraživanjima političkog javnoga mnijenja takve teškoće biti izrazitije u zemljama „mlade“ demokracije, među koje pripada i Hrvatska, nego u onima s dužom demokratskom tradicijom.

I neki drugi uzroci potencijalnih pogrešaka istraživanja pretežno ovise o reakcijama ispitanika, pa su stoga većinom izvan kontrole i mogućeg utjecaja istraživača. To se ponajprije odnosi na već spomenutu autoselekciju potencijalnih ispitanika koja se očituje, s jedne strane, učestalim odbijanjem sudjelovanja u anketi, a, s druge strane, visokim proporcijama neizjašnjavanja u pitanjima o preferencijama izbornih stranaka i kandidata.² Budući da se ne može pouzdano utvrditi koliko je u nekoj izbornoj situaciji samoizbor ispitanika povezan s njihovim mogućim glasačkim opredjeljenjem (a koliko s nekim drugim razlozima), u oba je slučaja upitna opravdanost uopćavanja rezultata na razini cijelog glasačkoga tijela promatranog područja. (Rezultati se zapravo odnose na dio punoljetnog stanovništva koje pristaje na anketiranje i pripravno je odgovoriti na pitanje o namjerama glasovanja, a o glasačkom opredjeljenju ostaloga dijela nema izravnih istraživačkih informacija.) Problem neizjašnjavanja može se dijelom riješiti izborom odgovarajuće anketne tehnike (terenska anketa s mogućnošću tajnog izjašnjavanja) te nekim postupcima korigiranja rezultata kojima se isključuju neizjašnjeni ispitanici ili se odgovorima o izbornom opredjeljenju pribiraju oni o sklonostima pojedinim strankama ili kandidatima. Ovisno o izbornim i općedruštvenim okolnostima, obje korekcije mogu imati veće ili manje nedostatke: proporcionalno preračunavanje

² O odbijanju ankete i neizjašnjavanju na pitanja o glasačkim preferencijama bit će više riječi u zasebnim poglavljima.

rezultata na dio uzorka iz kojeg su isključeni neizjašnjeni ispitanici opravdano je samo ako uskraćivanje odgovora o namjerama glasovanja nije u značajnoj vezi s izbornim opredjeljenjem (odnosno, ako su izborne preferencije izjašnjenih i neizjašnjenih ispitanika jednako distribuirane), a pribrajanje odgovora o sklonostima ispitanika ipak je tek posredna procjena mogućih namjera glasovanja koja ne mora uvijek dati zadovoljavajuće rezultate. Što se pak odbijanja ankete tiče, problem je još složeniji. Tako nastala pristranost rezultata ne može se dostatno korigirati odgovarajućim izborom rezervnih ispitanika jer i oni u nekom dijelu odbijaju anketu i to vjerojatno zbog istih razloga kao i primarni ispitanici, a ne može se pouzdano riješiti ni uobičajenim ponderiranjem anketnih podataka prema relevantnim sociodemografskim kriterijima. Realno je naime pretpostaviti da odbijanje sudjelovanja u anketi – osim s naobrazbom, dobi i drugim karakteristikama pojedinca – može biti povezano i sa specifičnim političkim stavovima i iskustvima prema kojima se pripadnici istih sociodemografskih kategorija mogu čak značajno međusobno razlikovati.

3. Neusklađenost prediktorske i kriterijske varijable

Pri procjeni metodologijske valjanosti predizbornih istraživanja svakako valja imati na umu da se istraživanjem mjeri *mnijenje* (odnos stanovništva prema određenim političkim strankama ili osobama), a kriterij za valorizaciju je *ponašanje* (glasovanje na izborima ili referendumu). Budući da se, zbog različitih razloga, mnijenje (u ovom slučaju iskazano kao namjera ponašanja) može bitno razlikovati od stvarnog ponašanja (Glynn, 1989.), rezultati izbora, kao objektivni pokazatelj glasačkog opredjeljenja, ipak su tek posredni kriterij za ocjenu valjanosti primijenjenog istraživačkog postupka.

Sljedeća je teškoća u tome što se predizborna istraživanja javnoga mnijenja provode na uzorcima ukupnog punoljetnog stanovništva određenog područja (cijele države, županije, grada ili sl.), a izborni se rezultati iskazuju za dio glasačkoga tijela koji se odazvao izborima. Iako se uspoređivanje tih skupina podataka može činiti krajnje jednostavnim (rezultati izbora mogu se preračunati u odnosu na veličinu glasačkog tijela), mogućnost precizne validacije predizbornog istraživanja uspoređivanjem tih dviju skupina podataka u našim se uvjetima pokazala prilično upitnom. Razlog je nesređena evidencija o veličini aktualnog glasačkoga tijela (neazurirani birački popisi) koja je, u mnogim dosadašnjim izbornim situacijama, onemogućila precizno iskazivanje izbornih rezultata na razini glasačkoga tijela Hrvatske ili drugog područja na koje bi se mogli odnositi istraživački rezultati. Zbog toga, kao i zbog uobičajenog iskazivanja izbornih rezultata za udio glasača koji se odazivaju izborima, za izravniju usporedbu preostaje samo mogućnost preračunavanja rezultata istraživanja izdvajanjem ispitanika koji su u anketi deklarirali namjeru izlaska na izbore. No kako se nijedan postojeći model za otkrivanje tzv. vjerojatnih glasača još

nije pokazao dostatno pouzdanim (osobito ne u našim uvjetima)³ takvom se korekcijom opisani problem, u najboljem slučaju, može tek djelomice riješiti.

Dodajmo još tome da, u slučaju parlamentarnih izbora, stanovite teškoće proizlaze iz mogućnosti ugovaranja koalicija samo u nekim izbornim jedinicama što otežava uspoređivanje rezultata za pojedine stranke na nacionalnoj razini, pa stoga i preciznu validaciju istraživanja koja se odnose na ukupno područje Hrvatske.

4. Pogreške kriterija

Iako ni u svjetskim ni u našim razmjerima obično nema ozbiljnijih indicija o netočnosti službenih izbornih rezultata, u vrednovanju istraživanja na temelju toga kriterija nužno je, barem na hipotetskoj razini, uzeti u obzir i tu mogućnost (Gallup, 1944.). Ako se izborne nepravilnosti ili pogreške i pojavljuju, realno je očekivati da bi više mogle utjecati na preciznost izbornih rezultata na razini pojedinih izbornih jedinica ili drugih relativno malih područja nego na razini države ili veće regije.

Mogući analitički i interpretativni kriteriji za procjenu valjanosti istraživanja

Za procjenu valjanosti predizbornih istraživanja iznimno je važno kako je definirano polazište na kojemu se temelje takve procjene. S tim u svezi moguće je razlikovati nekoliko analitičkih i interpretativnih kriterija primjena kojih može navesti na različite zaključke o valjanosti istog istraživanja.

1. Uspoređivanje redosljeda pojedinih stranaka ili kandidata

Riječ je o najblažem kriteriju prema kojem se može provjeriti predviđanje izbornog pobjednika te usklađenost osnovne distribucije istraživačkih i izbornih rezultata bez obzira na preciznost istraživačkih procjena za pojedine izborne opcije ili njihove međusobne odnose.

2. Uspoređivanje rezultata za pojedine stranke ili kandidate

Kod primjene ovog kriterija za svaku je stranku ili kandidata potrebno odrediti statističku značajnost odstupanja istraživačkih od izbornih rezultata. Takav postupak omogućava procjenu valjanosti rezultata istraživanja za svaku pojedinu izbornu mogućnost, ali ne mora uvijek ukazati na točnost predviđanja izbornog pobjednika kao ni međusobnog odnosa između pojedinih stranaka ili kandidata.

³ Vidjeti poglavlje: *Pokušaji identifikiranja „vjerojatnih glasača“*.

3. *Određivanje ukupne valjanosti istraživanja*

U ovom je slučaju riječ o primjeni različitih statističkih mjera (aritmetička sredina odstupanja, standardna devijacija, testovi značajnosti razlika, koeficijenti korelacije) koje ukazuju na ukupnu usklađenost istraživačkih procjena i izbornih rezultata, ali ne govore ništa o točnosti rezultata za pojedine izborne opcije kao ni o njihovim međusobnim odnosima. Za uspoređivanje valjanosti dvaju ili više predizbornih istraživanja u globalnu je analizu korisno uključiti i pokazatelje sustavnih pogrešaka ili pristranosti istraživanja koje omogućavaju izravniju procjenu njihove metodologijske valjanosti.

4. *Uspoređivanje odnosa među rezultatima za pojedine izborne opcije*

Ovim se kriterijem obično provjerava podudarnost u odnosima rezultata za pobjedničku i drugoplasiranu istraživačku opciju, što ne mora omogućiti provjeru točnosti pojedinačnih istraživačkih procjena. (Moguće je, na primjer, da su rezultati za obje najbolje plasirane izborne mogućnosti u istraživanju podcijenjeni, a da je među njima ipak sačuvan odnos ostvaren na izborima.) Ako se prema ovom kriteriju želi utvrditi ukupna nepristranost istraživanja, takva bi se podudarnost morala odrediti za sve stranke ili kandidate koji se natječu na nekim izborima.

5. *Procjena valjanosti sa stajališta političkih posljedica izbora*

Riječ je o kriteriju kojim se valjanost nekog istraživanja određuje temeljem prosudbe o ispravnom predviđanju koja će izborna opcija u narednom razdoblju obnašati vlast, prijeći izborni prag (i tako ući u sastav Sabora odnosno gradske skupštine ili vijeća), ući u drugi krug predsjedničkih ili gradonačelničkih izbora, koliko će mandata neka stranka ili koalicija osvojiti i slično. Budući da se takve prosudbe ne odnose na sve izborne takmace, one ne govore dovoljno o ukupnoj valjanosti istraživanja kao ni o točnosti predviđanja redoslijeda, međusobnih odnosa i izbornih rezultata za ostale stranke ili kandidate.

Predmet analize i analitička građa

U nastavku studije prikazani su rezultati primjene pojedinih modaliteta za procjenu valjanosti predizbornih istraživanja. Budući da svaki od njih ima određenih prednosti, a nijedan nije bez ograničenja, provedena se analiza temelji na svim opisanim kriterijima.

Analitičku građu čine rezultati o iskazanim namjerama glasovanja za pojedine stranke i koaličijske liste prikupljeni anketama Instituta Ivo Pilar uoči izbora za Hrvatski sabor 2003. i 2007. godine (Lamza Posavec i sur., 2003.a; 2007.a). Oba su istraživanja provedena na probabilistički izabranim, višestapno stratificiranim uzorcima punoljetnog

stanovništva Hrvatske. Teritorijalni plan uzoraka temeljio se na administrativnoj podjeli države na županije te podjeli na relativno homogene cjeline izdvojene faktorskom i klaster analizom relevantnih demografskih pokazatelja iz aktualnog popisa stanovništva. Naselja u kojima je anketiranje provedeno izabrana su postupkom slučajnog izbora bez povrata, uz vjerojatnost izbora proporcionalnu broju stanovnika s kojim sudjeluju u nadređenoj stratifikacijskoj jedinici uzorka. Adrese kućanstava odabrane su slučajnim sustavnim izborom s popisa adresa na pojedinoj lokaciji, a slučajni izbor ispitanika unutar kućanstava metodom Troldahla i Cartera (1964.).

U istraživanju iz 2003. godine realizirani je uzorak obuhvatio 1248 ispitanika iz 93 naselja odnosno 125 lokacija (*sample points*), a u sklopu istraživanja 2007. godine anketirano je 1130 ispitanika iz 93 naselja i 118 različitih lokacija. Od svih kontaktiranih osoba u istraživanju 2003. godine anketu je odbilo njih 33,0 posto, a 2007. godine stopa odbijanja iznosila je 57,8 posto.

Oba su istraživanja realizirana kombiniranom tehnikom usmene ankete i tajnog izjašnjavanja. Da bi se udio neizjašnjenih ispitanika smanjio i osigurali što iskreniji odgovori, na pitanje o namjeri glasovanja za pojedine stranke ili koalicije odgovaralo se zaokruživanjem izabrane opcije na posebnim listićima pri čemu je odgovarajućim anketnim postupkom omogućena potpuna tajnost izjašnjavanja. Ispitanicima koji se na prvom listiću nisu izjasnili o svojem glasačkom opredjeljenju (to je utvrđeno zasebnim pitanjem) uručen je dodatni listić na kojemu su mogli zaokružiti naziv stranke ili koalicije kojoj su najskloniji. Pitanja su bila formulirana na sljedeći način:⁴

* *Sad ćemo Vam dati popis stranaka i koalicija koje će se natjecati u Vašoj izbornoj jedinici. Molimo Vas da taj popis pročitate i potom zaokružite onu stranku ili koaliciju (samo jednu) za koju biste u ovom trenutku glasali. Listić potom stavite u kuvertu koju ćemo na kraju ankete zalijepiti i staviti među ostale kuverte koje već imam ovdje, tako da će Vaš odgovor ostati u potpunoj tajnosti.*

(Dati ispitaniku listić A s popisom svih stranaka i koalicija)

* *Koliko ste u ovom trenutku sigurni da biste glasali upravo za stranku ili koaliciju koju ste zaokružili?*

1. *Jako siguran*
2. *Prilično siguran*
3. *Ne osobito siguran*
4. *Nisam se opredijelio*

⁴ Ovaj model izjašnjavanja o izbornom opredjeljenju osmišljen je u Institutu Ivo Pilar u sklopu provedbe znanstvenog projekta istraživanja javnoga mnijenja i redovito je primjenjivan u istraživanjima od 1996. godine.

(Sljedeće pitanje postaviti samo ispitanicima koji se nisu opredijelili: dali odgovor 4. na prethodno pitanje.)

* *Ako se niste opredijelili, možete li izdvojiti neku stranku ili koaliciju kojoj ste ipak skloniji nego ostalima, koja Vam se čini barem nešto prihvatljivijom nego druge? Molimo Vas da njezin naziv zaokružite na ovom listiću koji ćemo također staviti u kuvertu.*

(Dati ispitaniku listić B s popisom svih stranaka i koalicija)

U sklopu opisanog anketnog postupka, u istraživanju 2003. godine na osnovno pitanje o namjeri glasovanja odgovor je uskratilo 24,1 posto ispitanika, a nakon dodatnog pitanja o stranačkim sklonostima ostalo je neizjašnjenih 13,4 posto. U istraživanju 2007. godine neizjašnjavanje je bilo manje izrazito – 13,1 posto ispitanika nije odgovorilo na osnovno pitanje, a nakon dodatnog pitanja o sklonosti određenoj stranci ili koaliciji neizjašnjenih je bilo 8,7 posto.

Da bi se izbjegla opasnost kontekstualizacije, nastale zbog mogućeg utjecaja nekih drugih anketnih pitanja (zasluge i nedostaci aktualne vlasti, percipirane karakteristike pojedinih stranaka, podrška istaknutim političkim akterima i slično) na odgovore o izbornom opredjeljenju, pitanja o namjerama glasovanja smještena su na početak anketnoga upitnika, odmah iza onih o učestalosti praćenja izborne kampanje i namjeri izlaska na izbore.

U oba istraživanja, prikupljanje anketne građe nastojalo se što je moguće više približiti izbornom terminu: 2003. godine anketiranje je provedeno između 8. i 19. studenog (izbori su održani 23. studenog), a 2007. godine u razdoblju od 9. do 21. studenog (izbori su bili 25. studenog).

U obradi prikupljenih podataka zabilježene frekvencije u promatranim varijablama ponderirane su prema teritorijalnoj zastupljenosti i naobrazbi ispitanika. Postupak teritorijalnog ponderiranja primijenjen je kako bi se omogućila preciznija procjena rezultata u regijama s relativno malim udjelom stanovništva u ukupnoj populaciji Hrvatske, a da se istodobno ne poremeti osnovna teritorijalna struktura cijeloga uzorka. Ponderiranjem podataka prema naobrazbi ispitanika (najznačajnijoj demografskoj determinanti izbornih preferencija i javnoga mnijenja uopće) nastojalo se barem djelomice korigirati nepovoljan učinak razmjerno visokih stopa odbijanja ankete na reprezentativnost realiziranog uzorka i ukupnu valjanost istraživanja.

Definiranje prediktorskih i kriterijskih varijabli

Imajući u vidu spomenute teškoće definiranja prediktora i kriterija za validaciju istraživanja predizbornog javnog mnijenja odlučeno je da se analiza valjanosti rezultata provede u nekoliko varijanti. Stoga se analiza temelji na tri prediktorske i dvije kriterijske varijable.

Prva prediktorska varijabla: rezultati istraživanja o izbornom opredjeljenju iskazani za cijeli obuhvaćeni uzorak.

Uvođenjem ovog prediktora utvrđena je valjanost rezultata o namjerama glasovanja za pojedine stranke ili koalicije, bez naknadnih korekcija kojima bi se nastojalo umanjiti moguće učinke nepotpunog izjašnjavanja o izbornom opredjeljenju (eliminacijom neizjašnjenih ispitanika ili pribrajanjem odgovora o stranačkim sklonostima) i nepotpunog odazivanja izborima (izdvajanjem skupine vjerojatnih glasača). Bez primjene takvih korekcija u uzorku je ostala određena proporcija neizjašnjenih ispitanika kao i onih koji su se u anketi očitovali o izboru stranke ili koalicije, a nisu namjeravali izići na izbore.

Druga prediktorska varijabla: rezultati istraživanja iskazani za dio ispitanika koji su se, u sklopu anketnog postupka, izjasnili o namjerama glasovanja za pojedine stranke ili koalicije.

Tako definiranom prediktorskom varijablom nastojala se provjeriti opravdanost proporcionalnog preračunavanja rezultata, jednostavnim isključivanjem neizjašnjenih ispitanika. Spomenutom se korekcijom postiže izravnija usporedivost istraživačkih i izbornih rezultata, ali ona je opravdana samo u slučaju kad su preferencije izjašnjenih ispitanika jednako raspodijeljene kao izorno opredjeljenje osoba koje su u anketi uskratile odgovor o namjeri glasovanja za određenu stranku ili kandidata.

Treća prediktorska varijabla: rezultati istraživanja iskazani za dio ispitanika koji su se izjasnili o namjerama glasovanja ili sklonostima za pojedine stranke/koalicije te izjavili da će izići na predstojeće izbore

Posljednjom varijantom prediktorske varijable provjeren je učinak troetape korekcije rezultata – zbrajanje odgovora glasački izjašnjenih ispitanika s odgovorima o izbornim sklonostima onih koji nisu naveli za koga bi glasovali, njihovo iskazivanje za skupinu „vjerojatnih glasača“ i isključivanje preostalih neizjašnjenih ispitanika. Iako je primjena sličnih korekcija metodologijski legitimna i uobičajena u praksi istraživanja javnoga mnijenja te obično povećava preciznost istraživačkih procjena, ipak se temelji na pretpostavkama koje se ne moraju u svakoj prilici pokazati dostatno pouzdanima, pa stoga krije stanovit rizik unošenja novih pristranosti.

Prva kriterijska varijabla: Službeni podaci Državnog izbornog povjerenstva o rezultatima izbora na razini Hrvatske (izborne jedinice I-X),⁵ iskazani za sve birače koji su se odazvali izborima.

Podaci uključuju važće i nevažće listiće i poslužili su kao kriterij za usporedbu s rezultatima istraživanja za cijeli obuhvaćeni uzorak (prva prediktorska varijabla).

⁵ Izvor: Izborna enciklopedija (2008.).

Druga kriterijska varijabla: Službeni podaci Državnog izbornog povjerenstva o rezultatima glasovanja na razini Hrvatske (izborne jedinice I-X),⁶ iskazani za birače koji su ispravno popunili glasački listić.

Ti se podaci odnose samo na važeće listiće i bili su kriterij za usporedbu rezultata istraživanja dobivenih na dijelovima uzorka iz kojih su isključeni neizjašnjeni ispitanici (druga i treća prediktorska varijabla).

Statističke mjere valjanosti

U postupku kriterijske validacije, na valjanost istraživanja ukazuje veličina razlike, odnosno stupanj povezanosti između prediktorske i kriterijske varijable. Ili, drugim riječima, valjanost nekog istraživanja određena je veličinom ukupne pogreške dobivenih rezultata kao zbroja varijance slučajnih čimbenika i varijance sustavnih pogrešaka ili pristranosti istraživanja. Da bi se odredio stupanj valjanosti⁷ analiziranih istraživanja u pojedinoj varijanti prediktorske varijable i omogućilo međusobno uspoređivanje rezultata, validacijska analiza provedena je na dvije razine:

1. *Uspoređivanje vrijednosti prediktorske i kriterijske varijable za svaki pojedini rezultat* koje pokazuje podudaraju li se istraživačke procjene za pojedinu stranku ili koaliciju s rezultatima izbora unutar granica slučajnog varijabiliteta. U tu je svrhu izračunata standardna pogreška uzorka na razini značajnosti od 1 posto,⁸ a potom je utvrđeno kreće li se zabilježena razlika između istraživačkog rezultata i njegove „prave“ vrijednosti (rezultata izbora) unutar raspona (+/-) pripadajuće standardne pogreške.
2. *Određivanje ukupne valjanosti rezultata analiziranih istraživanja* prema pojedinoj varijanti prediktorske varijable. U ovom dijelu analize izračunate su sljedeće vrijednosti:

⁶ Isto kao u prethodnoj bilješci.

⁷ Kao što kažu Wimmer i Dominick (2003.), valjanost nije „sve ili ništa“ kategorija, stoga u praksi istraživanje gotovo nikad nije sasvim valjano ili sasvim nevaljano. Obično je u pitanju određeni stupanj valjanosti prema kojemu neko istraživanje ocjenjujemo „istinitijim“ i preciznijim, a drugo manje „istinitim“ i manje preciznim.

⁸ Standardna pogreška izračunata je prema formuli $s.p. = (p(1-p)N^{-1})^{1/2}$ koja je u statističkoj teoriji predviđena za jednostavne slučajne uzorke, ali se u znanstvenoj literaturi uobičajeno koristi i za ostale probabilističke uzorke. Uz to je, zbog veće osjetljivosti pokazatelja valjanosti, statistička značajnost razlika između prediktorske i kriterijske varijable određena na razini od 1 posto (vrijednost standardne pogreške pomnožena je s 2,58) koja dopušta nešto šire granice standardne pogreške nego uobičajeni kriterij od 5 posto.

- * Aritmetička sredina svih odstupanja prediktorskih od kriterijskih rezultata (prosječno odstupanje).
- * Standardna devijacija rezultata istraživanja od „pravih“ vrijednosti (rezultata izbora) kojom je utvrđena ukupna pogreška rezultata analiziranih istraživanja, iskazanih prema pojedinoj varijanti prediktorske varijable, kao posljedice veličine uzorka, stupnja njegove reprezentativnosti i mogućih pogrešaka mjerenja. Za razliku od aritmetičke sredine, standardna devijacija izrazitije „kažnjava“ veća odstupanja od vrijednosti kriterija.
- * Pearsonov koeficijent korelacije kao mjera povezanosti prediktorskih i kriterijskih podataka, odnosno proporcije zajedničkih faktora (koeficijent determinacije) odgovornih za stupanj njihove sukladnosti.
- * Indeks pristranosti istraživanja kojim su razlike između istraživačkih i izbornih rezultata iskazane jedinicama standardne pogreške uzorka. Budući da je time uklonjen utjecaj veličine uzorka (tj. slučajnog varijabiliteta) na moguće odstupanje prediktorskih od kriterijskih rezultata, dobivene su vrijednosti isključivo pokazatelj sustavnih pogrešaka ili pristranosti istraživanja (nedostatne reprezentativnosti uzorka i/ili pogrešaka mjerenja).⁹

Rezultati analize

Rezultati analize prikazani su u Tablicama 1 i 2.

⁹ Formula za određivanje indeksa pristranosti temelji se na formuli za standardnu devijaciju aritmetičke sredine koja u ovom obliku glasi:

$$ip = (\sum(d/s.p.)^2N^{-1})^{1/2}$$

d = x (rezultat istraživanja) – y (rezultat izbora); s.p. = standardna pogreška; N = broj analiziranih rezultata

Za potrebe prve analize u kojoj je primijenjena ova mjera (Lamza Posavec, 1995.) formulu su predložili i adaptirali moji tadašnji suradnici prof. dr. sc. Ivan Rimac i prof. dr. sc. Goran Milas.

Tablica 1
Istraživanje 2003. godine: Pokazatelji povezanosti rezultata istraživanja o namjerama glasanja za stranke/koalicijske liste i rezultata izbora

Stranke/koalicije	Rezultati izbora*		Cijeli uzorak (bez korekcija)		Rezultati izbora**		Uzorak izjašnjenih ispitanika			Uzorak izjašnjenih i sklonih vjerojatnih glasača		
	%	s.p.	%	d	%	s.p.	%	d	s.p.	%	d	s.p.
HDZ	32,5	3,1	23,6	-8,9	33,2	3,1	31,1	-2,1	3,9	32,9	-0,3	4,4
SDP-IDS-Libra-LS	22,7	2,7	15,9	-6,8	23,3	2,7	20,9	-2,4	3,4	19,7	-3,6	3,7
HNS-PGS-SBHS	8,1	1,8	6,8	-1,3	8,3	1,8	9,0	0,7	2,4	9,2	0,9	2,7
HSS	7,1	2,0	7,8	0,7	7,3	2,0	10,3	3,0	2,5	8,8	1,5	2,6
HSP	6,3	1,5	4,7	-1,6	6,5	1,5	6,2	-0,3	2,0	5,7	-0,8	2,1
HSLS-DC	4,0	1,4	3,9	-0,1	4,1	1,4	5,1	1,0	1,8	5,0	0,9	2,0
HSU	4,0	1,5	4,4	0,4	4,1	1,5	5,8	1,7	1,9	6,5	2,4	2,3
HIP-HB	1,3	0,7	1,0	-0,3	1,3	0,7	1,3	0,0	0,9	1,3	0,0	1,0
Ostali	11,7	2,0	7,8	-3,9	12,0	2,0	10,3	-1,7	2,5	10,9	-1,1	2,9
Bez odgovora	2,3		24,1		0,0		0,0			0,0		
N	2.466.481		1248		2.409.240		947			785		
Prosječno odstupanje		2,7							1,4			1,2
Standardna devijacija		4,27							1,82			1,75
Pearsonov r		0,99							0,99			0,99
Pearsonov r ²		0,98							0,98			0,98
Indeks pristranosti		3,66							1,94			1,73
Razlika 1:2	9,8	7,7			9,9				10,2			13,2
Odnos 2:1	69,9	67,4			70,2				67,2			60,0

* U odnosu prema ukupnom broju birača koji su izišli na izbore (uključujući nevažeće listiće)

** U odnosu prema broju birača koji su ispravno popunili glasački listić (samo važeći listići)

d = razlika između rezultata istraživanja i izbora (postotni bodovi); s.p. = standardna pogreška uzorka ($p \leq 0,01$); razlika 1:2 = razlika između pobjedničke i drugoplasirane stranke (postotni bodovi); odnos 2:1 = rezultat drugoplasirane u postotnom odnosu prema rezultatu pobjedničke stranke

Tablica 2
 Istraživanje 2007. godine: Pokazatelji povezanosti rezultata istraživanja o namjerama glasanja za stranke/koalicijske liste i rezultata izbora

Stranke/koalicije	Rezultati izbora*		Cijeli uzorak (bez korekcija)		Rezultati izbora**		Uzorak izjašnjenih ispitanika			Uzorak izjašnjenih i sklonih vjerojatnih glasača		
	%	s.p.	%	d	%	s.p.	%	d	s.p.	%	d	s.p.
HDZ	34,4	3,4	26,6	-7,8	34,9	3,8	30,6	-4,3	3,8	31,9	-3,0	4,4
SDP	32,0	3,3	24,1	-7,9	32,5	3,7	27,7	-4,8	3,7	28,2	-4,3	4,3
HNS	6,9	1,7	5,3	-1,6	7,1	2,0	6,0	-1,1	2,0	6,0	-1,1	2,3
HSS-HSLS	6,7	1,9	6,2	-0,5	6,7	2,1	7,1	0,4	2,1	6,8	0,1	2,4
HSU	4,2	1,9	6,4	2,2	4,2	2,2	7,4	3,2	2,2	6,6	2,4	2,4
HSP	3,4	1,5	3,8	0,4	3,5	1,7	4,4	0,9	1,7	3,8	0,3	1,8
HDSB	1,8	0,7	0,9	-0,9	1,9	0,8	1,0	-0,9	0,8	1,2	-0,7	1,0
IDS	1,6	0,9	1,3	-0,3	1,6	1,0	1,5	-0,1	1,0	1,3	-0,3	1,0
Ostali	7,5	2,5	12,3	4,8	7,6	2,9	14,3	6,7	2,9	14,2	6,6	3,4
Bez odgovora	1,5		13,1		0,0		0,0			0,0		
N	2.425.269		1130		2.389.391		982			717		
Prosječno odstupanje		2,9				2,5						2,1
Standardna devijacija		4,40				3,53						3,14
Pearsonov r		0,97				0,97						0,97
Pearsonov r ²		0,94				0,94						0,95
Indeks pristranosti		3,96				3,79						2,90
Razlika 1:2	2,4	2,5			2,4	2,9						3,7
Odnos 2:1	93,0	90,6			93,1	90,5						88,4

* U odnosu prema ukupnom broju birača koji su izišli na izbore (uključujući nevažeće listiće)

** U odnosu prema broju birača koji su ispravno popunili glasački listić (samo važeći listići)

 d = razlika između rezultata istraživanja i izbora (postotni bodovi); s.p. = standardna pogreška uzorka ($p \leq 0,01$); razlika 1:2 = razlika između pobjedničke i drugoplasirane stranke (postotni bodovi); odnos 2:1 = rezultat drugoplasirane u postotnom odnosu prema rezultatu pobjedničke stranke

Na temelju predočenih podataka najvažnije je istaknuti sljedeće:

1. U oba analizirana istraživanja redosljed stranaka/koalicija odgovara njihovom redosljedu ostvarenom na izborima. Pretežno je riječ o apsolutnoj podudarnosti rangova, a u ostalim su slučajevima razlike u rezultatima istraživanja na temelju kojih su određeni rangovi u granicama slučajnog varijabiliteta (standardne pogreške uzorka). Takva sukladnost rangova podjednako se zapaža u slučaju svih varijanti prediktorske varijable, no uzmu li se u obzir samo apsolutne podudarnosti, u cjelini je ipak nešto bolja u istraživanju 2003. nego 2007. godine.
2. U istraživanju 2003. godine uspoređivanje pojedinih vrijednosti prediktora s odgovarajućim vrijednostima kriterijskih varijabli pokazuje da je podjednaka valjanost istraživačkih procjena postignuta jednostavnim proporcionalnim preračunavanjem kao i korekcijom podataka koja uključuje informacije o stranačkim sklonostima i namjeri izlaska na izbore (u oba slučaja 8 od ukupno 9 rezultata u granicama je standardne pogreške uzorka), a kao što se zbog velike proporcije neizjašnjenih ispitanika i očekuje, najslabija je u ukupno obuhvaćenom uzorku ispitanika (5 rezultata je u rasponu standardne pogreške). U istraživanju 2007. godine troetapna korekcija podataka pokazala se boljom (unutar granica standardne pogreške je 8 od ukupno 9 rezultata) nego proporcionalno isključivanje neizjašnjenih ispitanika (4 rezultata u rasponu pogreške), a ponovno su najslabiji nekorrigirani rezultati za cijeli obuhvaćeni uzorak (4 statistički ispravne procjene). U oba analizirana istraživanja i u svim varijantama iskazivanja rezultata, s iznimkom rezultata za cijeli uzorak u istraživanju 2003. godine, interpretacija na razini pojedinih stranaka ukazuje na više ili manje precijenjen rezultat HSU-a (odstupanja istraživačkih od izbornih rezultata premašuju gornju granicu standardne pogreške uzorka ili su na samoj granici slučajnog varijabiliteta).
3. Globalne mjere povezanosti (Pearsonov koeficijent korelacije, koeficijent determinacije) prediktorske i kriterijske varijable ukazuju na vrlo visoku povezanost, odnosno visoku proporciju zajedničkih faktora i u slučaju istraživanja 2003. i u onom 2007. godine. Taj zaključak podjednako vrijedi za povezanost rezultata izbora s vrijednostima svih varijanti prediktorske varijable.
4. Prema pokazateljima prosječnog odstupanja istraživačkih procjena za sve stranke i koalicije, troetapna korekcija rezultata u oba se istraživanja pokazala nešto preciznijom (1,2 posto u istraživanju 2003., a 2,1 posto u istraživanju 2007. godine) nego proporcionalno preračunavanje isključivanjem neizjašnjenih ispitanika (1,4 odnosno 2,5 posto), a najslabije su ponovno nekorrigirane procjene na temelju cijeloga uzorka (2,7 odnosno 2,9 posto).

5. Na isti zaključak upućuju vrijednosti standardne devijacije kao pokazatelja ukupne pogreške istraživačkih rezultata iskazanih prema pojedinoj varijanti prediktorske varijable, kao i vrijednosti indeksa pristranosti koji ukazuje na utjecaj sustavnih pogrešaka ili pristranosti istraživanja. I prema ovim pokazateljima u oba je analizirana istraživanja nešto viši stupanj opće valjanosti postignut troetapnom korekcijom originalno prikupljenih podataka nego mehaničkim isključivanjem neizjašnjenih ispitanika, a najmanje su valjani nekorrigirani rezultati za cijeli obuhvaćeni uzorak.
6. U pogledu valjanosti istraživačkih procjena dobivenih različitim definiranjem prediktorskih varijabli, analiza odnosa među rezultatima za pojedine izborne opcije navodi na sasvim drukčiji zaključak nego primjena ostalih analitičkih modaliteta. Uzmu li se u obzir samo odnosi među rezultatima za pobjedničku i drugoplasiranu stranku/koaliciju, u oba je istraživanja najlošija procjena postignuta u uzorku korigiranom podacima o stranačkim sklonostima i vjerojatnosti izlaska na izbore. Dok je na izborima 2003. godine na 100 glasova za vodeći HDZ koalicija predvođena SDP-om ostvarila 70 glasova, prema rezultatima istraživanja za cijeli obuhvaćeni uzorak i skupinu izjašnjenih ispitanika trebala je ostvariti 67, a na troetapno korigiranom uzorku samo 60 glasova. Slično tome, na izborima 2007. godine na 100 HDZ-ovih glasova SDP je dobio 93 glasa, prema istraživanju na uzorku svih ispitanika i varijanti proporcionalnog preračunavanja trebao je dobiti 91, a prema rezultatima na troetapno korigiranom uzorku 88 glasova. Valja ipak spomenuti da je razlika između rezultata za drugoplasiranu izbornu opciju dobivenih postupkom višestruke korekcije i onih koji bi odgovarali stvarnom odnosu izbornih rezultata za dvije vodeće stranke u granicama standardne pogreške uzorka – da je sačuvan isti odnos kao na izborima, u istraživanju 2003. godine rezultat za SDP trebao je u troetapno korigiranoj varijanti iznositi 23,0 umjesto zabilježenih 19,7 posto (uz standardnu pogrešku od +/-3,7 posto), a 2007. godine 29,7 umjesto 28,2 posto (uz pripadajuću pogrešku od +/- 4,3 posto).
7. U oba analizirana istraživanja u svim je varijantama prediktorske varijable ispravno predviđen izborni pobjednik, a time i glavna politička posljedica održanih izbora. I dok se istraživanjem iz 2003., zbog uvjerljivog vodstva HDZ-a, izbornog pobjednika moglo imenovati s priličnom sigurnošću, na temelju istraživanja 2007. godine, zbog vrlo tijesne razlike u rezultatima vodećeg HDZ-a i drugoplasiranog SDP-a (kako u istraživanju tako i na izborima), predviđanje pobjedničke stranke bilo je mnogo nesigurnije. Iako je u svim varijantama iskazivanja rezultata istraživanja i tada vodio HDZ, statistički gledano, na izborima je mogao pobijediti i SDP jer je razlika bila unutar standardnih pogrešaka uzorka:

prema višestruko korigiranim podacima, HDZ je, u teorijski najnepovoljnijem slučaju, mogao dobiti 27,5 posto (31,9 +/- 4,4), a SDP u najpovoljnijoj situaciji 32,5 posto (28,2 +/- 4,3); po istoj logici, u proporcionalno preračunatom uzorku izjašnjenih ispitanika HDZ je mogao imati 26,8 posto glasova, a SDP 31,4 posto, dok se u nekorigiranom uzorku svih ispitanika HDZ mogao spustiti do 23,2 posto, a „rejting“ SDP-a porasti na 27,4 posto.

Budući da su analizirana istraživanja provedena na razini cijele Hrvatske, a izbori su održani u deset izbornih jedinica, istraživačke projekcije koje bi se odnosile na mogućnost pojedinih stranaka za ulazak u Sabor i osvajanje određenog broja mandata u ovom slučaju nisu opravdane. Ipak, da je i na izborima 2003. i 2007. godine Hrvatska bila jedna izborna jedinica (kao do 2000. godine) rezultati oba provedena istraživanja, interpretirani u granicama slučajnog varijabiliteta, u svim bi varijantama iskazivanja rezultata uglavnom ispravno predvidjeli mogućnost pojedinih stranaka za prelazak izbornoga praga. Iznimka je samo pogrešno predviđanje ulaska HSU-a u sastav Hrvatskoga sabora u varijanti proporcionalnog preračunavanja rezultata u istraživanju 2007. godine.

8. Na gotovo svim analitičkim razinama, nešto viši stupanj ukupne valjanosti postignut je istraživanjem iz 2003. nego onim iz 2007. godine: za sve varijante prediktorskih varijabli 2003. godine je nešto bolje procijenjen izborni redosljed stranaka i koalicija, više je pojedinačnih rezultata bilo u rasponu standardne pogreške uzorka (iznimka su troetapno korigirani podaci koji su se prema tom kriteriju u oba istraživanja pokazali jednako valjanima), prosječno odstupanje istraživačkih procjena bilo je u prosjeku manje, a niže su bile i vrijednosti standardne devijacije i indeksa pristranosti rezultata. Samo je odnos između pobjedničke i drugoplasirane opcije nešto bolje procijenjen istraživanjem 2007. nego 2003. godine.

Zaključna rasprava

Primijenjeni modaliteti validacije analiziranih predizbornih istraživanja dali su različite, ali u većini slučajeva sukladne informacije o njihovoj (prognostičkoj) valjanosti. Iznimka je samo određivanje odnosa među rezultatima dviju vodećih izbornih opcija koje navodi na drukčije zaključke o valjanosti pojedinih skupina istraživačkih podataka nego primjena ostalih validacijskih modaliteta. Od primijenjenih statističkih postupaka, za procjenu valjanosti analiziranih istraživanja u cjelini, kao i njihovih rezultata iskazanih prema pojedinim varijantama, prediktorskih varijabli, podjednako se korisnim pokazalo određivanje granica slučajnog variranja pojedinačnih istraživačkih procjena, prosječnog odstupanja i standardne devijacije istraživačkih od izbornih rezultata te indeksa

pristranosti kao pokazatelja sustavnih pogrešaka istraživanja. Izračuni koeficijenta korelacije (Pearsonov r) odnosno određivanje proporcije zajedničkih faktora prediktorskih i kriterijskih varijabli (Pearsonov r^2) u ovom su se slučaju pokazali nedostatno osjetljivima za razlikovanje stupnja valjanosti uspoređivanih skupina podataka.

Provedene analize ujedno sugeriraju koja bi varijanta prezentiranja rezultata predizbornih anketa mogla najviše pridonijeti preciznosti pojedinih istraživačkih procjena i ukupnoj valjanosti istraživanja. I dok iskazivanje rezultata za cijeli obuhvaćeni uzorak, koje obično uključuje značajnu proporciju glasački neizjašnjenih ispitanika (čak i usprkos mogućnosti tajnog izjašnjavanja), u najboljem slučaju omogućava predviđanje izbornog pobjednika i redoslijeda ostalih izbornih opcija, za precizniju procjenu pojedinačnih izbornih rezultata i postizanje zadovoljavajućeg stupnja ukupne valjanosti istraživanja potrebne su određene korekcije ostvarenog uzorka, odnosno izvornih anketnih podataka. Kao što pokazuju rezultati provedenih analiza, za tu se svrhu, u cjelini uzevši, pouzdanijim pokazao postupak troetape korekcije (zbrajanje odgovora glasački izjašnjenih ispitanika s odgovorima o glasačkim sklonostima onih koji nisu naveli za koga bi glasovali, njihovo iskazivanje za skupinu ispitanika s iskazanom namjerom izlaska na izbore i isključivanje preostalih izjašnjenih ispitanika) nego proporcionalno preračunavanje rezultata mehaničkim isključivanjem neizjašnjenih ispitanika. Iako proporcionalno preračunavanje rezultata u nekim slučajevima može dati jednako precizne, pa možda čak i preciznije istraživačke procjene nego ostale mogućnosti korigiranja izvornih anketnih podataka, ono se ipak pokazalo rizičnim rješenjem jer implicira često nerealnu pretpostavku da su preferencije neizjašnjenih ispitanika raspodijeljene na isti način kao i odgovori onih koji su u anketi očitovali svoje izbornu opredjeljenje.¹⁰ S druge strane, i korekcija rezultata temeljem glasačke sklonosti neizjašnjenih ispitanika i iskazane namjere izlaska na izbore može umanjiti preciznost nekih istraživačkih procjena. U analiziranim istraživanjima to se odnosi na projekciju odnosa između izbornih rezultata HDZ-a i SDP-a (odnosno koalicije predvođene SDP-om) koja se nakon takve korekcije rezultata pokazala manje valjanom (iako još uvijek u statistički prihvatljivim granicama) nego u slučaju proporcionalnog isključivanja neizjašnjenih ispitanika ili iskazivanja rezultata za cijeli obuhvaćeni uzorak. Stoga je opravdano zaključiti da je troetape korekcija, iako je povećala opću valjanost istraživanja i preciznost pojedinih istraživačkih procjena, ipak unijela određenu pristranost koja je nešto više pridonijela procijenjenom rezultatu HDZ-a nego SDP-a. To bi drugim riječima moglo značiti da su se na pitanju o glasačkim sklonostima inicijalno neizjašnjeni ispitanici proporcionalno češće očitovali u korist HDZ-a i/ili da su potencijalni glasači te stranke možda češće

¹⁰ Vidjeti poglavlje: *Problem neizjašnjavanja o namjerama glasanja.*

izražavali namjeru izlaska na izbore nego potencijalni glasači SDP-a. U svakom slučaju, i ovaj primjer potvrđuje da čak i metodologijski legitimne korekcije koje se temelje na pretpostavkama ili iskustvenim procjenama i u nekom aspektu mogu povećati preciznost istraživačkih rezultata, ipak kriju stanovit rizik unošenja nekih novih pristranosti.¹¹

Budući da je, s metodologijskog stajališta, glavni smisao validacijskih analiza identificiranje mogućih pristranosti koje bi moglo pridonijeti poboljšanju valjanosti budućih istraživanja, na kraju još valja spomenuti da je u oba analizirana istraživanja i u gotovo svim varijantama iskazivanja rezultata u većoj ili manjoj mjeri precijenjen rezultat Hrvatske stranke umirovljenika.¹² Iako u sklopu raspoložive analitičke građe za to nema pouzdanog objašnjenja, načelno su vjerojatna barem dva razloga. S jedne strane moguće da su se starije osobe, iz redova kojih se uglavnom regrutiraju potencijalni glasači te stranke, nešto češće nego ostale izjašnjavale o glasačkom opredjeljenju i namjeri izlaska na izbore, a u stvarnosti ipak nisu glasovale. S druge je pak strane realno pretpostaviti da neki anketari nisu dosljedno poštovali zadanu proceduru slučajnog izbora ispitanika unutar kućanstava pa su, kad traženi član nije bio dostupan, bili skloni anketirati osobu koja se zatekla kod kuće i time povećali vjerojatnost izbora umirovljenika. Ako nije osobito učestalo, takvo se odstupanje od planiranog anketnog postupka ne mora bitno odraziti na ukupnu valjanost istraživanja, ali bi u nekoj mjeri moglo utjecati na rezultate o namjerama glasovanja za one stranke za koje se pretežno opredjeljuju stariji i radno neaktivni birači. Stoga bi u budućim istraživanjima i na tu pojedinost provedbe anketnoga postupka valjalo obratiti nešto više pozornosti.

¹¹ Sličan zaključak vrijedi i za ponderiranje anketnih podataka kojim se nastoji umanjiti nepovoljan učinak neodazivanja anketi na reprezentativnost uzorka prema nekim ključnim demografskim varijablama. Primjena toga postupka može povećati preciznost nekih istraživačkih procjena, ali istodobno negativno utjecati na preciznost nekih drugih rezultata.

¹² Moguća izborna pozicija HSU-a učestalo je bila precijenjena i u istraživanjima drugih istraživačkih organizacija.

ODBIJANJE ANKETE U ISTRAŽIVANJIMA JAVNOGA MNIJENJA

Iako valjanost rezultata bilo kojeg znanstvenog istraživanja značajno ovisi o svim elementima njegova nacrtu i realizacije – od konceptualizacije predmeta i ciljeva istraživanja, izbora jedinica proučavanja, konstrukcije mjernih instrumenata i postupaka prikupljanja podataka pa sve do obrade, interpretacije i načina prikazivanja rezultata – u istraživanjima javnoga mnijenja, kao i anketnim društvenim istraživanjima uopće, bitni izvori nedostatne validnosti rezultata ipak se mogu svesti na nekoliko ključnih metodologijskih elemenata. Prema mišljenju A. Cantrila (1991.), glavni metodologijski problemi takvih istraživanja povezani su s planom i realizacijom uzorka, formulacijom i redosljedom ključnih anketnih pitanja te stupnjem kristalizacije mnijenja u trenutku provođenja istraživanja; Brady i Orren (1992.) smatraju da je nedostatna valjanost istraživanja ponajprije posljedica pogrešaka u uzorkovanju (veličini i selekciji uzorka), mjerenju (formulaciji i kontekstu anketnih pitanja) i specifikaciji predmeta istraživanja (konceptualizaciji istraživanja na pogrešnim teorijama ili hipotezama); neki drugi, govoreći ponajprije o metodologiji predizbornih istraživanja javnoga mnijenja (npr. Perry, 1979.), glavne probleme nalaze u izboru uzorka, izboru termina istraživanja, iskrenosti odgovora ispitanika, procjeni mnijenja „neodlučnih“ te mogućnosti identificiranja skupine „vjerojatnih glasača“; na kraju valja spomenuti i učestalo citiran model R. Grovesa (1989.) prema kojemu su glavni izvori nedostatne validnosti anketnih istraživanja, pa tako i istraživanja javnoga mnijenja, pogreške obuhvata, uzorkovanja, mjerenja i nepotpunog odazivanja anketi.

Iako, dakle, različiti autori iznose o tom pitanju ponešto različita stajališta i iskustva, poput citiranih, i ostali se u pravilu slažu da valjanost rezultata istraživanja javnoga mnijenja ponajviše ovisi o valjanosti uzoraka istraživanja. I dok su na sadašnjoj razini znanja, iskustva i tehnoloških mogućnosti pogreške u planiranju uzorka gotovo isključivo pitanje stručne osposobljenosti istraživača, pa stoga u znanstveno utemeljenim istraživanjima praktično više ne dolaze u obzir, ostvareni anketni uzorci i dalje su iznimno važan potencijalni izvor nedostatne validnosti istraživačkih rezultata. Jedan od najvažnijih razloga tome zasigurno je spontana selekcija potencijalnih ispitanika (tj. ispitanika izabranih prema planu uzorka), nastala zbog odbijanja sudjelovanja u anketi.

Usprkos nekim mogućnostima za korekciju tako nastalih pristranosti, odbijanje ankete velik je metodologijski problem većine anketnih istraživanja. To osobito vrijedi za istraživanja javnoga mnijenja koja, zbog različitih razloga, moraju udovoljiti strožim kriterijima demografske reprezentativnosti nego većina ostalih društvenih istraživanja,

a uz njih se istodobno vezuje znatno viša proporcija odbijanja nego uz mnoga druga metodološki slična istraživanja.

U razmjerno opsežnoj literaturi o tom pitanju odbijanje ankete obično se promatra kao dio šireg problema nepotpunog ostvarenja planiranog uzorka, odnosno ukupnoga neodazivanja (*nonresponse*) ili nesudjelovanja (*nonparticipation*) u anketi. Osim odbijanja, neodazivanje obuhvaća i nedostupnost potencijalnih ispitanika, zbog njihove trajne ili privremene odsutnosti, nepostojećih adresa kućanstava ili izbora osoba koje su, zbog nekog razloga, nepodesne za sudjelovanje u anketi (bolest, gluhoća i sl.).¹ I dok se u dva posljednja slučaja predviđeni ispitanik može, bez većih opasnosti za valjanost ankete, jednostavno zamijeniti odgovarajuće izabranim rezervnim ispitanikom, kad je riječ o odsutnosti ispitanika, a osobito o odbijanju ankete, takva će zamjena uglavnom rezultirati većom ili manjom pristranošću dobivenih rezultata. Iako se od ukupne mase nerealiziranih slučajeva na odbijanje ankete ne mora odnositi njezin najveći dio, istraživačko iskustvo pokazuje da upravo taj oblik osipanja uzorka može unijeti najveću pristranost u istraživačke rezultate, i to ne samo zato što je na njega najteže utjecati nego i zato što je odluka o prihvatanju i neprihvatanju ankete u pravilu u višoj korelaciji s ključnim varijablama istraživanja nego bilo koji oblik nenamjernog neodazivanja ankete.

Kad bi dio potencijalnih ispitanika koji ne žele sudjelovati u anketi po svojem sastavu i relevantnim stavovima bio jednak onima koji anketu prihvaćaju, odbijanje bi bilo tek tehnički problem koji bi se mogao relativno jednostavno riješiti odgovarajućim izborom rezervnoga ispitanika. No kako vrijedi pravilo prema kojemu se dio koji nedostaje u pravilu razlikuje od ostatka (Moser, 1958.), odbijanje može značajno narušiti osnovna načela nepristranog uzorkovanja i ozbiljno ugroziti reprezentativnost dobivenih rezultata. Iako je nemoguće precizno utvrditi na kojoj kvantitativnoj razini autoselekcija ispitanika počinje značajno utjecati na dobivene rezultate (Braddy i Orren, 1992.; Groves, 2006.; Singer, 2006.),² logično je očekivati da je vjerojatnost pristranosti

¹ To što se u znanstvenoj literaturi odbijanje ankete češće promatra u sklopu ukupnog neodazivanja (koje uključuje i nedostupnost planom izabranih ispitanika) nego kao zaseban metodološki problem, u velikoj mjeri otežava uvid u razmjere i karakteristike tog važnog elementa realizacije anketnih istraživanja. Kao što navodi Bagić (2004.), autori koji analitički razlikuju odbijanje ankete od nedostupnosti potencijalnih ispitanika (npr. Abraham i sur., 2002.; Langer, 2003.; Lynn i Clarke, 2002.; Steeh, 1981., Stinchcombe i sur., 1981.) drže da njihove učinke treba proučavati zasebno, a neki (npr. Wilcox, 1977.) još upozoravaju da te dvije sastavnice nepotpunog anketnog obuhvata mogu biti u interakciji i u različitim smjerovima utjecati na valjanost uzorka istraživanja.

² U tom smislu Groves (2006.) upozorava na prilično nesuglasje u stajalištima pojedinih autora. Kao što to drži Babbie (2007.) pregled publiciranih društvenih istraživanja sugerira da se stopa odazivanja (koja osim odbijanja uključuje i nedostupnost potencijalnih ispitanika) od

to veća što je veća proporcija odbijanja (Hox i De Leeuw, 1994.). Upravo stoga, podatak o proporciji odbijanja ankete jedna je od najvažnijih informacija za procjenu realnih mogućnosti generaliziranja dobivenih rezultata te osobito važan element u analizi mogućih izvora nedostatne validnosti istraživanja.

Iako je, sukladno raspoloživim podacima, u prvim desetljećima šire primjene znanstveno utemeljenih istraživanja sudjelovanje u anketi odbijala razmjerno mala proporcija potencijalnih ispitanika, metodolozi su već tada upozoravali da bi ta vrsta spontane selekcije uzorka mogla biti značajan izvor pristranosti rezultata. Pitanje odbijanja ankete osobito je aktualizirano početkom pedesetih godina prošloga stoljeća – kad su odgovarajućim razvojem induktivne statistike već uvelike riješeni problemi planiranja uzorka, a razvitkom tehnika psihološkog mjerenja i problemi konstruiranja odgovarajućih instrumenata anketnoga istraživanja, ali, u mnogim slučajevima, valjanost dobivenih rezultata ipak nije bila na zadovoljavajućoj razini. Budući da su postojeće teorije uzorkovanja već omogućavale razmjerno jednostavno planiranje probabilističkog izbora ispitanika (koji se u praksi istraživanja javnoga mnijenja pokazao nezamjenjivim), s punim je pravom postavljeno pitanje valjanosti realizacije planiranoga uzorka. Stoga brojni autori (npr. Deming, 1950.; Deming, 1953.; Fuller, 1974.; Groves, 2006.; Moser, 1958.; Singer, 2006.) ispravno upozoravaju da nepotpunim obuhvatom planom predviđenih jedinica, uzorak gubi attribute probabiliteta, jer vjerojatnost da pojedini ispitanik uđe u uzorak više nije poznata, a konačan izbor ispitanika nije slučajna, već je određen odlukom potencijalnog ispitanika o prihvaćanju ili neprihvatanju anketne suradnje.

Ipak, nalazi nekih istraživanja sugeriraju da, i usprkos utjecaju na probabilistička svojstva uzoraka, stopa neodazivanja ankete (u kojemu značajnog udjela ima odbijanje anketne suradnje) može ali i ne mora proizvesti pristranost istraživačkih procjena, odnosno da veći anketni odziv ne mora nužno značiti da će se postići točniji ili barem drukčiji istraživački rezultati (Curtin i sur., 2000.; Groves, 2006.; Keeter i sur., 2000.; Merkle i Edelman, 2002.; Langer, 2003.). S tim je u svezi najvažnije naglasiti da odluka o odazivanju anketi može utjecati na istraživačke procjene u onoj mjeri u kojoj je povezana s temom i varijablama istraživanja (Groves, 2006.; Lamza Posavec, 1995.). Stoga će učestalije odbijanje ankete u nekim istraživanjima bitno smanjiti valjanost dobivenih rezultata, a u drugima neće imati nikakva utjecaja ili će taj utjecaj biti minoran. Dosljedno tome, odbijanje ankete ne mora na isti način utjecati ni na odgovore na sva

50 posto može smatrati prikladnom za analizu i izvještavanje o anketnim rezultatima, ona od 60 posto drži se dobrom, a stopa od 70 posto vrlo dobrom. Za razliku od toga, Singleton i Straits (2005.) ocjenjuju da je u usmenim anketama minimalno prikladna stopa odazivanja 85 posto te da ona ispod 70 posto krije ozbiljnu opasnost od pristranosti rezultata.

pitanja u sklopu istog istraživanja jer je i u tom slučaju presudno koliko je, i u kojem smislu, pojedino pitanje povezano s razlozima prihvaćanja ili odbijanja anketne suradnje.

Pitanje mogućega utjecaja odbijanja ankete na valjanost rezultata istraživanja javnoga mnijenja (i anketnih istraživanja uopće) u Hrvatskoj je još nedostatno neistraženo. Iako je objavljeno nekoliko radova koji se s različitim stajališta bave problemom odbijanja ankete (Bagić, 2004.; Galešić, 2002.; Lamza Posavec, 1995.; Šoša i Milas, 2008.) u nas su još prilično oskudni čak i osnovni podaci o učestalosti odbijanja, a osobito o okolnostima u kojima se ono pojavljuje i njegovom utjecaju na valjanost istraživačkih procjena. Očito nedostatno svjesni važnosti toga pitanja, mnogi istraživači koji su se bavili ili se još uvijek bave ovim područjem obično nisu objavljivali, pa nerijetko čak ni bilježili osnovne podatke o odbijanju ankete, kao što, osobito u javnom predstavljanju rezultata, uglavnom nisu pridavali dostatnu pozornost ni ostalim bitnim elementima provedbe istraživanja. Ipak, i u sklopu postojeće istraživačke tradicije i stečenoga iskustva, i u našim je uvjetima moguće ukazati barem na osnovne dimenzije ovog važnog metodološkog problema te njegov mogući utjecaj na reprezentativnost realiziranog uzorka istraživanja i ukupnu valjanost dobivenih rezultata.

Učestalost odbijanja

Sudeći prema raspoloživim podacima, početkom pedesetih godina prošloga stoljeća, kad su se u zemljama s razvijenijom praksom anketnih istraživanja počeli sustavnije objavljivati podaci o procesu prikupljanja podataka i ukupnoj realizaciji planirane metodologije istraživanja, sudjelovanje u terenskim anketama u pravilu je odbijalo manje od deset posto od ukupnog broja kontaktiranih osoba. Tako Moser (1958.) navodi da je u nacionalnoj anketi britanske vlade (*Social Survey*), provedenoj 1950. godine na slučajnom uzorku ispitanika, odbijanje ankete iznosilo 2,8 posto, u istraživanju British Market Research Bureaua iz 1953. godine 6,2 posto, a u kvotno planiranom istraživanju Mosera i Stuarta iz 1953. godine – 7,5 posto od ukupnog broja potencijalnih ispitanika. Vrlo slične postotke navodi i Steeh (1981.) za područje Sjedinjenih Američkih Država, oslanjajući se na podatke longitudinalnih istraživanja koje je proveo ugledni Survey Research Center (SRC) Sveučilišta u Michiganu: u razdoblju od početka pedesetih do sredine šezdesetih godina u istraživanjima javnoga mnijenja s temom izbornoga ponašanja (*National Election Studies*) sudjelovanje u anketi odbijalo je u prosjeku između 7 i 10 posto potencijalnih ispitanika, a u istraživanjima stavova potrošača proizvoda široke uporabe (*Surveys of Consumer Attitudes*) između 5 i 8 posto od ukupnoga broja kontaktiranih osoba.

Na žalost, stope odbijanja zabilježene kasnijim istraživanjima znatno su više od spomenutih. Prema već citiranom izvoru (podaci SRC-a, prema Steeh, 1981.), od

sredine šezdesetih do početka osamdesetih godina 20. stoljeća u istraživanjima javnoga mnijenja odbijanje sudjelovanja u anketi u stalnom je porastu, pa je sredinom sedamdesetih na razini SAD-a iznosilo u prosjeku oko 15 posto, da bi se do 1980. godine povećalo na 24 posto (u istraživanjima stavova potrošača ta je stopa istodobno porasla na petnaestak posto). O sličnom trendu izvještavaju i mnogi drugi američki autori (Lake, 1987.; Sabato, 1981.; Groves, 1989.; Cantril, A., 1991.; Brady i Orren, 1992.; Brehm, 1994.), a sudeći prema raspoloživim izvorima (npr. Groves, 1989.; Cantril, A., 1991.; Brady i Orren, 1992.), stopa odbijanja ankete dosljedno se povećavala i u sljedećim desetljećima, dostignuvši tako već krajem 1980-ih godina približno trećinu od ukupnoga broja potencijalnih ispitanika (Groves, 1989.; Cantril, A., 1991.)³ s tendencijom daljnjega porasta (npr. Abraham i sur., 2002.; 2006.; Curtin i sur., 2005.; Groves, 2006.; Singer, 2006.). Slično tome, na području Kanade, istraživanja javnoga mnijenja u 1990-im bilježe odbijanja i do 35 posto (Brady i Orren, 1992.), a na području Velike Britanije stopa odbijanja dosegla je u istom razdoblju raspon od 35 do 47 posto, koliko je, prema navodima Jowella i suradnika (1993.), zabilježeno predizbornim istraživanjima 1992. godine. Iako učestalost odbijanja ankete, kao i ukupnog neodazivanja, može varirati od zemlje do zemlje, a značajno ovisi i o temi istraživanja te raznim okolnostima njegove provedbe (primijenjenoj anketnoj tehnici, načinu izbora ispitanika unutar kućanstva, razdoblju provođenja, kulturološkim razlikama, tradiciji i učestalosti anketnih istraživanja, općoj društvenoj situaciji i slično), brojni autori i dalje ukazuju na univerzalni trend njegova porasta u svim razvijenim zemljama (npr. Groves, 2006.; Hansen, 2007.; Hox i De Leeuw, 1994.; De Heer, 1999.; Purdon i Nicolaas, 2002., prema Bagić, 2004.; Singer, 2006.) te stoga i na potrebu kontinuiranih analiza tog važnog metodologijskog problema.⁴

Ako je suditi prema raspoloživim podacima, u odnosu prema učestalosti odbijanja anketne suradnje, istraživanja javnoga mnijenja u Hrvatskoj ne razlikuju se bitno od usporedivih istraživanja u SAD-u i drugim zemljama s dužom istraživačkom tradicijom.

³ Riječ je o podacima Konzilija američkih istraživačkih organizacija (*Council of American Survey Research Organizations*), temeljenih na analizi podataka za 1988. godinu, dobivenih od ukupno 55 istraživačkih organizacija. Prema rezultatima analize, u tijeku 1988. godine prosječno odbijanje u telefonskim istraživanjima iznosilo je 32, a u usmenim anketama u domaćinstvima 36 posto (Cantril, A., 1991., str. 151).

⁴ Koliko se pitanje neodazivanja anketi drži važnim, neizravno pokazuje podatak da je vodeći svjetski časopis za istraživanje javnoga mnijenja *Public Opinion Quarterly*, mimo svoje uobičajene izdavačke prakse, objavio posebno izdanje posvećeno tom pitanju (*Public Opinion Quarterly*, vol. 70, br. 5).

Tablica 1
Učestalost odbijanja ankete u terenskim istraživanjima javnoga mnijenja u Hrvatskoj
(razdoblje: 1990. – 2014.)

Termin provedbe istraživanja	Tema istraživanja	Postotak odbijanja
Rujan 1990.	Prvih sto dana nove hrvatske vlasti	31,6*
Svibanj 1991.	Referendum o samostalnosti Hrvatske	21,8*
Studeni/prosinac 1991.	Ratna zbivanja u Hrvatskoj	26,8
Svibanj 1992.	Očekivanja od mirovne akcije UN-a	24,5
Lipanj 1992.	Izbori za zastupnike u Saboru i predsjednika Republike	22,0
Srpanj 1992.	Izbori za zastupnike u Saboru i predsjednika Republike	25,3
Srpanj 1992.	Izbori za zastupnike u Saboru i predsjednika Republike	23,0
Srpanj 1992.	Izbori za zastupnike u Saboru i predsjednika Republike	30,2**
Siječanj 1993.	Županijski i lokalni izbori	25,4
Siječanj 1993.	Županijski i lokalni izbori	27,6**
Svibanj/lipanj 1993.	Odnos spram vlasti, stranaka i političkih aktera	30,6
Prosinac 1994.	Odnos spram vlasti, stranaka i političkih aktera	32,9
Kolovoz/rujan 1995.	Odnos spram vojne akcije „Oluja“	31,8
Listopad 1996.	Odnos spram vlasti, stranaka i političkih aktera	43,3
Lipanj 1997.	Izbori za predsjednika Republike	31,8
Veljača 1998.	Odnos spram vlasti, stranaka i političkih aktera	37,8
Listopad 1998.	Odnos spram vlasti, stranaka i političkih aktera	31,2
Studeni 1999.	Izbori za zastupnike u Saboru	37,1
Studeni/prosinac 2002.	Odnos spram vlasti, stranaka i političkih aktera	25,2
Studeni 2003.	Izbori za zastupnike u Saboru	57,8
Studeni 2004.	Izbori za predsjednika Republike	36,8
Studeni 2007.	Izbori za zastupnike u Saboru	33,0
Listopad/studeni 2008.	Stavovi o društvenim odnosima i procesima (uključeno istraživanje javnoga mnijenja)	50,2
Ožujak 2009.	Stavovi o društvenim odnosima i procesima (uključeno istraživanje javnoga mnijenja)	50,1
Prosinac 2014.	Omnibus anketa (uključeno istraživanje javnoga mnijenja)	62,5**

Izvori podataka:

Institut za primijenjena društvena istraživanja/Institut društvenih znanosti Ivo Pilar (Lamza i sur., 1991., 1992.a, 1999.b, 1992.c, 1992.d, 1993.a, 1993.b, 1995.a, 1995.b; Lamza Posavec i sur., 1996., 1997.b, 1998.a., 1998.b., 1999., 2003.a, 2003.b, 2004., 2007.a; Kaliterna Lipovčan i sur., 2008., 2009.).

* Služba novinskog istraživanja, EP 64, Vjesnik (Lamza, 1990.a; Jantol i sur., 1991.).

** Agencija Puls/Ipsos Puls (Lamza Posavec, 1995.; baza podataka Ipsos Pulsa).

Sukladno podacima Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar,⁵ Vjesnikove Službe novinskog istraživanja⁶ i agencije Ipsos Puls,⁷ u razdoblju od 1990. do 2014. godine stopa odbijanja u terenskim istraživanjima javnoga mnijenja kretala se u rasponu od 22 do 63 posto, s time da je do početka 1993. godine u prosjeku iznosila oko 25 posto, u sljedećem desetljeću (do kraja 2002.) približno 35 posto, a u posljednjih desetak godina gotovo 50 posto (Tablica 1). Iako je ukupan broj promatranih istraživanja premalen za preciznije uspoređivanje,⁸ a pouzdanost zaključivanja donekle otežava i nedostatak usporedivih podataka drugih istraživačkih institucija,⁹ spomenute brojke ipak sugeriraju da i u našoj istraživačkoj praksi odbijanje ankete valja smatrati ozbiljnim metodološkim problemom, važnost kojega bi se s vremenom možda mogla još i povećati.

Tko odbija ankete?

Bez obzira na zabilježene proporcije odbijanja, brojni istraživači javnoga mnijenja u velikoj su mjeri suglasni u navođenju osnovnih demografskih osobina kontaktiranih osoba koje odbijaju sudjelovanje u anketi. Sukladno brojnim istraživanjima, provedenima još od početka četrdesetih godina prošloga stoljeća, podaci nedvosmisleno pokazuju da je ovaj oblik spontane selekcije uzorka u negativnoj korelaciji s naobrazbom mogućih ispitanika te u pozitivnoj korelaciji s njihovom životnom dobi i urbaniziranošću naselja u kojima žive. Dosljedno tome, odbijanje sudjelovanja u anketi razmjerno je najučestalije među slabije obrazovanim i starijim osobama te među stanovnicima velikih gradskih sredina (Cantril, H., 1947.; Moser, 1958.; Hawkins, 1975.; DeMaio 1980.; Steeh, 1981.; Groves, 1989.; Cantril, A., 1991.; Brady i Orren, 1992.; Frankovic, 1992.), a osobito je značajno među starijima od 45-50 godina (Cantril, H., 1947.; Moser i Stuart, 1953., prema Moser, 1958.; DeMaio, 1980.) te među onima koji žive u naseljima s više od sto

⁵ Prijašnji naziv: Institut za primijenjena društvena istraživanja.

⁶ Riječ je o istraživačkoj službi koja je djelovala u sastavu novinske kuće „Vjesnik“. Citirani podaci ove službe izravno su usporedivi s podacima Instituta za primijenjena društvena istraživanja/Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar jer su prikupljeni vrlo sličnom metodom, a istraživanja je vodila djelomično ista ekipa.

⁷ Prije: Puls

⁸ Rezultati u Tablici 1 pokazuju da, usprkos neospornom trendu povećanja, stopa odbijanja prilično varira od istraživanja do istraživanja. Na to su mogli utjecati različiti razlozi – od dojmova o anketarima i njihove motiviranosti do trenutne društvene i političke klime – koje, temeljem raspoloživih podataka, u ovoj studiji nije moguće argumentirano objasniti. Uz to, stanovitog je utjecaja mogla imati i preciznost bilježenja takvih podataka.

⁹ U našoj istraživačkoj praksi objavljivanje rezultata anketa rijetko je popraćeno informacijama o učestalosti odbijanja kao i većinom drugih relevantnih podataka o realizaciji istraživanja.

tisuća stanovnika (Cantril, H., 1947.; Lydall, 1955., prema Moser, 1958.; Steeh, 1981.). Najmanje stope odbijanja mogu se pak očekivati među potencijalnim ispitanicima mlađima od 30 godina, fakultetski obrazovanim pojedincima te stanovnicima seoskih sredina.

Glede spola, rasne i etničke pripadnosti te socijalnog statusa ispitanika, raspoloživi su podaci mnogo manje jedinstveni. Prema nekim starijim istraživanjima (Cantril, H., 1947.; Moser i Stuart, 1953., prema Moser, 1958.) odbijanje je učestalije među ženama nego među muškarcima, a neki recentniji podaci (npr. Hawkins, 1975.; DeMaio, 1980.; Graves, 1989.; Cantril, A., 1991.; Frankovic, 1992.) sugeriraju da spolna pripadnost potencijalnih respondenata (više) nema značajnijega utjecaja na odluku o sudjelovanju u anketi. Slično tome, neki autori zaključuju da rasna, odnosno etnička pripadnost nisu značajno povezane sa sklonošću odbijanju ankete (DeMaio, 1980.; Frankovic, 1992.), a neki drugi nalaze da je odbijanje veće među pripadnicima nacionalnih manjina (Cantril, H., 1947.) i marginaliziranih rasnih skupina (Groves i Lyberg, 1983., prema Cantril, A., 1991.). Najviše su proturječni ipak podaci o utjecaju socijalnog i imovinskog statusa: neki autori bilježe najviše odbijanja među osobama višeg, a najmanje među onima nižeg društvenog položaja (Moser i Stuart, 1953., prema Moser, 1958.) te, sukladno tome, više među imućnijima nego među manje imućnim pojedincima (Lydall, 1955. te Utting i Cole, 1954., prema Moser, 1958.); za razliku od toga, DeMaio (1981.) navodi da je odbijanje najčešće u kućanstvima prosječnog imovinskog standarda, manje među bogatijim i najmanje među najsiromašnijim stanovništvom, a H. Cantril (1947.) i A. Cantril (1991.) izvještavaju da su prihvaćanju ankete najmanje skloni pripadnici najsiromašnijeg društvenog sloja; i, da bi proturječje bilo potpuno, Hawkins (1975.) tvrdi da među potencijalnim ispitanicima različitog socijalnog statusa nema značajnih razlika glede sklonosti odbijanju ili prihvaćanju anketne suradnje.

Opisano nesuglasje empirijskih podataka o povezanosti odbijanja ankete i nekih iznimno važnih kontrolnih varijabli potvrđuje već dobro znanu činjenicu da su metodologijske okolnosti istraživanja društvenih pojava, posebice istraživanja javnoga mnijenja, snažno situacijski determinirane te da stoga u svakoj društvenoj sredini zahtijevaju zasebnu analizu i sustavno preispitivanje.¹⁰ Iako je naše iskustvo u istraživanjima ove problematike još daleko od mogućnosti pouzdanog identificiranja glavnih izvora nevalidnosti rezultata, nastalih zbog spontane selekcije potencijalnih ispitanika, ipak je moguće ustvrditi da je uglavnom riječ o pristranostima koje bi, u konkretnom istraživanju, mogle proizaći iz nedostatne reprezentativnosti uzorka prema naobrazbi, dobi,

¹⁰ Potrebno je ipak spomenuti da, osim o općem socijalnom kontekstu, povezanost odbijanja ankete i socijalnoga statusa ili rasne i etničke pripadnosti ispitanika značajno ovisi i o konkretnoj temi pojedinog istraživanja (Groves, 1989.).

spolu i ruralno-urbanoj distribuciji ispitanika (Lamza Posavec, 1995.). Iako su raspoloživi podaci nešto starijeg datuma i imaju više orijentacijsku nego metrijsku vrijednost, oni ipak dosljedno sugeriraju da je, i u našim uvjetima, proporcija odbijanja terenskih anketa značajno veća u velikim gradovima nego u slabije urbaniziranim sredinama te da je veća među slabije obrazovanim i starijim osobama nego među potencijalnim ispitanicima više naobrazbe ili mlađe životne dobi (Tablica 2).¹¹ Uz to se čini da je, za razliku od situacije u SAD-u, u tijeku 1990-ih godina sklonost odbijanju suradnje u istraživanjima javnoga mnijenja u Hrvatskoj bila nešto izrazitija među ženama nego među muškarcima. Aktualnost spomenutih trendova valjalo bi, dakako, provjeriti nekim novim i metrijski preciznijim istraživanjima.

Tablica 2
Proporcije odbijanja terenske ankete prema demografskim osobinama potencijalnih ispitanika

Obilježje		Termini istraživanja		
		Siječanj 1993.	Listopad 1996.	Lipanj 1997.
Spol:	muški	44,2	45,1	43,1
	ženski	55,8	54,9	56,9
Procijenjena dob:	mlađa (manje od 35 godina)	16,3	19,5	17,9
	srednja (35–50 godina)	35,0	38,2	42,0
	starija (više od 50 godina)	48,7	42,3	40,1
Procijenjena naobrazba:	manje obrazovani (najviše OŠ)	69,5	61,7	66,9
	obrazovaniji	30,5	38,3	33,1
Rezidencijalni status:	živi na selu	19,3*	15,7*	21,0*
	živi u gradu do 100.000 st.	22,3*	31,5*	41,7*
	živi u gradu s više od 100.000 st.	32,3*	52,8*	46,7*
Broj ispitanika		843	2445	806

* Postoci odbijanja u odnosu prema ukupnom broju kontaktiranih osoba u određenoj kategoriji naselja.
Izvor: Dokumentacija Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar

Na razini promatranih sociodemografskih obilježja, neke od nastalih nepravilnosti u strukturi realiziranih uzoraka moguće je korigirati definiranjem odgovarajućega plana prikupljanja podataka (na primjer, dosljednom primjenom neke od metoda slučajnoga

¹¹ Učestalije odbijanje ankete među slabije obrazovanim ispitanicima empirijski je utvrdio i Bačić (2004.) u analizi rezultata telefonske ankete provedene uoči parlamentarnih izbora 2003. godine.

izbora ispitanika unutar planom izabranoga kućanstva, uz kontrolu izbora prema spolu i dobi ispitanika¹² te izborom rezervnoga ispitanika, unutar planirane ruralno-urbane raspodjele uzorka). Za razliku od toga, spontanu selekciju uzorka prema naobrazbi i socijalnom statusu ispitanika (nesumnjivo najosjetljivijim prediktorskim varijablama u istraživanju javnoga mnijenja) probabilističkim je uzorkovanjem gotovo nemoguće zadovoljavajuće kontrolirati, a kvotni ili neki drugi neprobabilistički izbor znatno više ugrožava nepristranost dobivenih rezultata nego bilo koji, makar i nepotpuno ostvaren postupak probabilističkog uzorkovanja. U tom slučaju istraživači obično nastoje naknadno korigirati uzorak ponderiranja podataka prema nereprezentativno zastupljenim sociodemografskim osobinama ispitanika, no takve korekcije, kao što će biti obrazloženo poslije, obično ne uspijevaju ukloniti nastale pristranosti na razini stavova, preferencija ili drugih važnih varijabli istraživanja.

Razlozi odbijanja

U nastojanju da se što preciznije procijeni mogući utjecaj anketne apstinencije na valjanost dobivenih rezultata, u proučavanju toga problema osobita je pozornost usmjerena na prepoznavanje glavnih razloga odbijanja sudjelovanja u anketi. Sukladno zapažanjima i procjenama anketara, temeljenima na izjavama i ponašanju potencijalnih ispitanika, dominantni razlozi odbijanja mogu se svesti na neprikladno vrijeme anketiranja, nedostatnu zainteresiranost za temu istraživanja, osjećaj ugrožavanja privatnosti, nepovjerljivost i strah od kriminala te zasićenost anketama i izražavanje sumnje u moguću korisnost istraživanja (Clausen, 1968./69.; DeMaio, 1980.; Sosdian i Sharp, 1980.; Steeh, 1981.; Cantril, 1991.; Couper, 1997.). Spomenutom popisu svakako još valja dodati i moguće razloge koji proizlaze iz neodgovarajućeg postupka anketiranja (Dillman i sur., 1976.; Sosdian i Sharp, 1980.) koji, čak i ako nisu glavni uzroci odbijanja suradnje, u nekoj mjeri zasigurno mogu na nju utjecati.

Iako je sasvim opravdano sumnjati da bilo koje objašnjenje, navedeno od osobe koja odbija anketu, odražava prave razloge njezine odluke (Brehm, 1993.), a i neformalna zapažanja i procjene anketara zasigurno imaju prilično ograničenu spoznajnu i metrijsku vrijednost, deklarirani ili neposredno uočljivi razlozi odbijanja ipak obećavaju razumijevanje pravih razloga zbog kojih neki ljudi ne žele sudjelovati u anketi. S obzirom na glavnu svrhu proučavanja ovoga problema, držim da je navedene razloge odbijanja korisno razlikovati prema kriteriju povezanosti s glavnim varijablama i postupcima istraživanja, jer upravo ti podaci najbolje otkrivaju mogući utjecaj odbijanja na

¹² Riječ je npr. o postupcima slučajnog izbora ispitanika koji se u literaturi spominju kao metoda Trolldahla i Cartera (Trolldahl i Carter, 1964.), odnosno metoda Kisha (Kish, 1965.).

valjanost istraživačkih rezultata, a ujedno sugeriraju i neke od mogućih postupaka za kontrolu nastalih pristranosti. Sukladno tom kriteriju, zabilježene razloge odbijanja moguće je svrstati u tri osnovne skupine koje, u ovoj prilici, zahtijevaju i poblizi opis.

1. Osobni razlozi

U prvoj su skupini razlozi privatne naravi koji ne moraju biti uže povezani s predmetom istraživanja, pa stoga ni njima motivirano odbijanje ankete ne mora značajnije utjecati na valjanost dobivenih rezultata. Riječ je o već spomenutim razlozima, poput neodgovarajućeg vremena anketiranja, ometanja privatnosti, nepovjerljivosti prema anketaru, straha od kriminala, zasićenosti anketama ili opće prezaposlenosti ispitanika. U američkim okolnostima ti se razlozi smatraju dominantnim motivima odbijanja anketne suradnje (Cantril, 1947.; DeMaio, 1980.; Steeh, 1981.; Frankovic, 1992.; Couper, 1997.) koji se mogu, ovisno o konkretnom istraživanju, prepoznati čak i u više od 60 posto slučajeva. Kad je doista riječ o osobnim, a ne o prikrivanju nekih istraživački relevantnijih razloga (npr. o nedostatnoj zainteresiranosti za sudjelovanje u anketi), anketnu je participaciju moguće donekle povećati odgovarajućim izborom anketara, nekim oblikom dodatnog motiviranja ispitanika ili pak izborom pogodnijeg termina anketiranja.

2. Odnos ispitanika spram teme istraživanja

Svakako najvažniji potencijalni izvor pristranosti istraživanja proizlazi iz odbijanja ankete povezanog s odnosom ispitanika prema predmetu istraživanja ili istraživanju u cjelini. U sklopu ove skupine problema riječ je ponajprije o nedostatnom zanimanju za temu istraživanja i općoj nezainteresiranosti ispitanika za sudjelovanjem u anketnim istraživanjima. Prema navodima američkih autora, u anketama različite tematike takvi se razlozi mogu eksplicitno prepoznati u prosječno dvadesetak posto svih odbijanja (DeMaio, 1980.; Couper, 1997.) i u pravilu su to učestaliji što je tema istraživanja udaljenija od osobnih interesa i egzistencijalnih potreba ispitanika (Heberlein i Baumgartner, 1978.; Stinchcombe i sur., 1981.). U istraživanjima javnoga mnijenja zastupljenost toga razloga zasigurno premašuje spomenutih dvadesetak posto, osobito ako se uzme u obzir da razmjerno učestala objašnjenja poput „prezaposlen sam“ ili „nemam vremena“ u nekom dijelu zasigurno skrivaju nedostatnu zainteresiranost za temu istraživanja ili anketiranje uopće.

O mogućoj značajnoj povezanosti nedostatnog zanimanja za temu istraživanja i autoselekcije potencijalnih ispitanika posredno svjedoči uspoređivanje rezultata o namjerama izlaska na izbore sa stvarnim odzivom glasača. Brojne analize pokazuju da je u predizbornim istraživanjima javnoga mnijenja izborni odziv gotovo u pravilu precijenjen, čak i kad su rezultati o namjerama glasovanja za pojedine stranke ili kandidate

u visokoj mjeri sukladni stvarnim rezultatima glasovanja na izborima. Tako, primjerice, Clausen (1968./69.) izvještava da je, u razdoblju od 1948. do 1964. godine, svim istraživanjima Survey Research Center Sveučilišta u Michiganu predviđeni odziv glasača na predsjedničkim izborima bio dosljedno precijenjen za 12 do 15 postotnih bodova, iako su rezultati glasovanja bili procijenjeni unutar granica slučajnog varijabiliteta (najveće zabilježeno odstupanje iznosilo je 2,7 postotaka u korist Eisenhewera na izborima 1956. godine). Slične podatke navode Adamany i Shelley (1980.) pozivajući se na rezultate istraživanja Wisconsin Survey Research Laboratory, uoči izbora guvernera države Wisconsin 1974. i predsjednika Sjedinjenih Američkih Država 1976. godine, kojima je izborni odziv precijenjen za 19,8, odnosno 19,2 postotna boda, dok je preciznost rezultata o namjerama glasovanja za pojedine kandidate bila na zadovoljavajućoj razini. Prema mišljenju američkih istraživača, slična uspoređivanja navode na zaključak da su razlozi odbijanja ankete (i neodazivanja uopće) u visokoj korelaciji s razlozima izborne apstinencije, odnosno da pogrešna istraživačka procjena izbornog odziva nije posljedica pogreške uzorkovanja nego pogreška u ostvarenju planiranog izbora ispitanika, ponajprije onih koje proizlaze iz nedostatne zainteresiranosti za izbore i politička događanja uopće (Clausen, 1968./69.; Aarts i Wessels, 2002.). Ili, kao što ističe Brehm, „odluka ispitanika da sudjeluje u anketi mogla bi imati zajedničke faktore s odlukom da sudjeluje u politici – oni koji se odupiru anketi manje su zainteresirani i uključeni u politiku nego oni koji su kooperativni“ (Brehm, 1990., prema Brady i Orren, 1992., str. 62). Dodatnom indicijom u prilog tome mogli bi se smatrati i podaci poslijebirnih istraživanja kojima se u pravilu bilježe veće proporcije deklariranih sudionika na prijašnjim izborima, nego što to proizlazi iz stvarnih izbornih rezultata (npr. Weiss, 1968./69.).

Razumije se da bi prenatraglašeno deklarirana pripravnost za izlazak na izbore i nerealno očitovanje o sudjelovanju na prijašnjim izborima u nekom dijelu mogli biti posljedica nedostatne iskrenosti ispitanika, odnosno opredjeljivanja za one odgovore koji se procjenjuju „ispravnijima“ ili društveno poželjnijima. Iako se i ova pretpostavka čini realnom, zapaženo nesuglasje u valjanosti odgovora o izbornom odzivu i izbornim preferencijama (na koje je mogla podjednako utjecati eventualna neiskrenost ispitanika) ipak sugerira moguću povezanost anketnog i izbornog odziva. Ako je takva povezanost zaista značajna, vrlo je vjerojatno da bi u sklopu predizbornih istraživanja javnoga mnijenja mogla rezultirati nerealnim pokazateljima izborne participacije, ali bi istodobno, zbog izdvajanja skupine ispitanika s većom vjerojatnošću sudjelovanja na izborima,¹³ u nekoj mjeri čak i pridonijela ukupnoj valjanosti rezultata o namjerama

¹³ O utjecaju mogućnosti identificiranja skupine „vjerojatnih glasača“ na valjanost rezultata istraživanja o namjerama glasovanja na izborima konzultirati sljedeće izvore: Perry, 1973.; Traugott i Tucker, 1984.; Kagay, 1992.; Lamza Posavec, 1995.

glasovanja za pojedine izborne mogućnosti. Za razliku od toga, u istraživanjima kojima se ispituje odnos javnosti spram nekog društvenog problema ili situacije u društvu općenito, spontana selekcija potencijalnih ispitanika, nastala na osnovi zanimanja za istraživani problem odnosno politička i društvena zbivanja uopće, rezultirat će proporcionalno većom zastupljenošću zainteresiranih i bolje informiranih osoba, pa će stoga i rezultati o odjeku ispitivanoga problema u široj javnosti u mnogim elementima biti nerealni.

Osim sa zanimanjem za izbore i politička zbivanja uopće, odbijanje anketne suradnje moglo bi biti povezano i s političkim stavovima i preferencijama potencijalnih ispitanika. I dok u raspoloživoj inozemnoj literaturi o tom pitanju nalazimo mnogo manje podataka nego o mogućoj povezanosti anketnoga odziva i izborne zainteresiranosti,¹⁴ neki nalazi hrvatskih istraživanja dosljedno sugeriraju da bi, u našim uvjetima, spontana selekcija ispitanika (bilo da se izražava u odbijanju ankete, bilo pak u uskraćivanju odgovora na ključna anketna pitanja) mogla biti u značajnoj korelaciji s odnosom ispitanika prema pojedinim političkim strankama ili osobito osjetljivim društvenim pitanjima (Lamza Posavec, 1995.). Na takvu pretpostavku ponajprije upućuju rezultati predizbornih istraživanja javnoga mnijenja od 1990. do 2001. godine kojima su, bez obzira na to u kojoj su instituciji dobiveni i na kakvoj se metodologiji temeljili, dosljedno podcijenjeni mogući izborni rezultati onih političkih stranaka koje su se, u opažaju birača u trenutku provođenja istraživanja, po svojoj temeljnoj orijentiranosti i političkom „imageu“ mogle najviše razlikovati od sustava vrijednosti i politike aktualne vlasti. U istraživanjima 1990. godine (kad je na vlasti još bio SKH) riječ je o dosljedno podcijenjenom izbornom rezultatu HDZ-a, a u istraživanjima 1992., 1995. i 1997. godine (u doba vladavine HDZ-a) o sustavnim predviđanjima znatno slabijeg izbornog plasmana SDP-a, a donekle i manjih stranaka SDU-a i SNS-a, nego što su to pokazali stvarni izborni rezultati (Lamza Posavec, 1995.; Lamza Posavec i sur., 1997.a), dok je na lokalnim izborima 2001. godine (kad je vlast obnašala koalicija SDP-a i HSLS-a) ponovno podcijenjena izborna pozicija HDZ-a (Lamza Posavec i sur., 2001.). U sljedećim izbornim situacijama (do 2011. godine) takve tendencije više nisu zabilježene što je možda pokazatelj da je daljnjim razvojem demokratskih društvenih odnosa važnost tog razloga donekle oslabila te da politički stavovi više nemaju toliki utjecaj na odluku o odazivanju anketi kao što je to bio slučaj u prvih desetak godina od uspostave prvih višestranačkih izbora. No bez obzira na to, iskustvo u predizbornim istraživanjima javnoga mnijenja pokazuje da bi, u dijelu u kojemu je povezano s općim zanimanjem za izbore, odbijanje ankete

¹⁴ Budući da je ponajprije riječ o literaturi koja potiče iz zemalja s dužom demokratskom tradicijom, vjerojatno je da u tim okruženjima spomenuti problem i nije tako aktualan kao u nas gdje bi rezerve građana u izražavanju političkih stavova još uvijek mogle biti značajne.

moglo u nekoj mjeri čak i poboljšati istraživačku predikciju izbornih rezultata, dok bi u onome dijelu u kojemu je povezano s odnosom ispitanika prema pojedinim izbornim mogućnostima ili drugim osobito osjetljivim varijablama političkih stavova, ono moglo postati važnim izvorom pristranosti istraživačkih procjena.

3. Metodologijski razlozi

I na kraju, u proučavanju razloga odbijanja ankete velika pozornost istraživača usmjerena je i na ispitivanje mogućega utjecaja nekih metodologijskih karakteristika istraživanja na odluku o prihvaćanju ili neprihvatanju anketne suradnje.

Već u počecima šire primjene anketnih istraživanja vrlo se jasno pokazalo da proporcija anketne participacije može značajno ovisiti o tehnici prikupljanja podataka. Tako je, na primjer, već u tijeku tridesetih godina 20. stoljeća u Sjedinjenim Američkim Državama utvrđeno da u anketama poštom uobičajen odziv ne prelazi 25 do 30 posto od ukupnoga broja potencijalnih ispitanika te da je stoga, zbog iznimno velike i pristrane autoselekcije planiranoga uzorka, takva tehnika prikupljanja podataka sasvim neprikladna za istraživanja javnoga mnijenja ili neka druga anketna istraživanja koja zahtijevaju generalizaciju rezultata na razini cijele ciljane populacije. Iako su u počecima šire primjene telefonskih anketa i ovom tehnikom prikupljanja podataka bilježene osjetno veće stope odbijanja nego u istraživanjima ostvarenima u izravnoj komunikaciji s članovima izabranih kućanstava (Sabato, 1981., Steeh, 1981.), zbog značajnog porasta anketne apstinencije u terenskim istraživanjima, negdašnje razlike u zabilježenom odzivu s vremenom su postale gotovo zanemarive (Sabato, 1981.; Lake, 1987.; Cantril, A., 1991.), da bi u tijeku 1980-ih i 1990-ih učestalost odbijanja anketne suradnje bila čak i nešto veća u terenskim nego u telefonskim anketama, osobito u naseljima višega stupnja urbaniziranosti (npr. Lake, 1987.; Cantril, A., 1991.).¹⁵ No, kako se čini, ta se tendencija ponovno mijenja pa tako američki autori (npr. Keeter i sur., 2006.; Singer, 2006.) ponovno izvještavaju o većoj učestalosti odbijanja u telefonskim anketama nego u onima koje su ostvarene izravnom komunikacijom s članovima izabranih kućanstava.¹⁶ Još nešto slabiji odziv (od kojega veći dio vjerojatno treba pripisati odbijanju suradnje) nego u bilo kojoj od tradicionalnih tehnika u pravilu se bilježi anketiranjem

¹⁵ Veća učestalost odbijanja terenskih anketa u velikim gradovima objašnjava se strahom od kriminala i općom otuđenošću stanovništva (Steeh, 1981.). Za usporedbu učestalosti odbijanja u terenskim i telefonskim anketama u tijeku 1980-ih vidjeti bilješku 3.

¹⁶ Na takav zaključak upućuju i podaci Marketing Research Association iz 2001. godine prema kojima je u to doba učestalost odbijanja anketa u SAD-u u terenskim anketama iznosila 47 posto, a telefonskima između 71 i 87 posto (prema Galešić, 2003.).

putem interneta (npr. Chang i Krosnick, 2009.; Fricker i Schonlau, 2002.; Messer i Dillman, 2011.), bilo da je riječ o web-anketama ili onima putem elektroničke pošte.

U pokušaju prepoznavanja glavnih razloga koji pridonose odbijanju anketne suradnje velika pozornost istraživača usmjerena je i na proučavanje karakteristika anketnoga upitnika, odnosno sadržaja uvodne informacije s kojom se anketar obraća ispitaniku. Iako se zanimanje za proučavanje ovih pitanja temelji na logičnoj pretpostavci da će predugački, previše složeni i sadržajno neodgovarajući anketni upitnici te neodgovarajuća uvodna napomena i predstavljanje anketara povećati proporciju odbijanja ankete, rezultati dosadašnjih empirijskih analiza tu pretpostavku ipak samo djelomično potvrđuju. Prema brojnim navodima u literaturi (npr. Bagić, 2004.; Cantril, H., 1947.; DeMaio, 1980.; Lake, 1987.; Cantril, A., 1991.), i u telefonskim i u terenskim anketama većina odbijanja dogodi se u tijeku prvih nekoliko desetaka sekundi (odmah nakon što ispitanik shvati da je riječ o anketi ili kad dozna osnovnu temu istraživanja, odnosno prije nego bilo što zaključi o dužini i karakteristikama anketnoga upitnika) ili pak neposredno nakon uvodne informacije anketara. U profesionalno vođenim istraživanjima odustajanje u tijeku anketiranja razmjerno je rijetko – kao što izvještavaju Warland (1972., prema Dillman i sur., 1976.), Lake (1987.) i Cantril (1991.) na prekide ankete odnosi se desetak posto svih odbijanja, odnosno 2 do 3 posto od ukupno ostvarenih kontakata. U našim uvjetima, do vrlo sličnih nalaza dolazi Bagić (2004.) koji, od ukupnog broja odbijanja u istraživanjima prije parlamentarnih izbora 2003. godine, bilježi tek 4 do 7 posto odustajanja u tijeku anketiranja, dok je u ostalim slučajevima anketiranje odbijeno nakon što je spomenuta tema istraživanja (50 do 67 posto) ili odmah kad je ispitanik shvatio da je riječ o istraživanju (27 do 46 posto). Stoga se čini opravdanim zaključiti da, u uobičajenim okolnostima, dužina i karakteristike anketnoga upitnika nemaju osobitoga utjecaja na ukupan anketni odziv. Tek ako popunjavanje upitnika u kućanstvima potraje duže od 45 minuta, a u istraživanjima telefonom duže od 15 do 20 minuta, učestalost odustajanja od daljnjeg anketiranja, prema nekim istraživanjima, može porasti na desetak posto od ukupnoga broja kontaktiranih osoba, pa stoga i znatnije povećati ukupnu proporciju odbijanja anketne suradnje (Lake, 1987.).

Uzevši u cjelini, spomenuti su podaci sasvim u skladu s prije spomenutim nalazima da je odbijanje ankete pretežno motivirano osobnim i načelnim razlozima ispitanika koji ne moraju biti ni u kakvoj vezi s pojedinostima provedbe istraživanja osim, možda, u nekom dijelu, s uvodnim predstavljanjem anketara ili sadržajnim karakteristikama uvodnoga dijela ankete. S tim u svezi valja spomenuti da, što se mogućeg utjecaja uvodnog predstavljanja tiče, mišljenja i iskustva istraživača nisu sasvim jednoznačna. Dok, na primjer, DeMaio (1980.) drži da uvodno predstavljanje ima velik utjecaj na realiziran anketni odziv, Dillman i suradnici (1976.) navode rezultate eksperimenata u kojima se

pokazalo da varijacije u personalizaciji anketara i uvodnim informacijama o sadržaju i svrsi istraživanja nemaju značajnoga utjecaja na ispitanikovu odluku o prihvatanju ili odbijanju ankete, a utjecaj sadržajnih varijacija u uvodnome dijelu ankete nije dokazan ni višekratnim eksperimentima koje je proveo Survey Research Center Sveučilišta u Michiganu (Groves i Magilavy, 1981.).¹⁷

Sudeći prema podacima u raspoloživoj literaturi, od ostalih pojedinosti realizacije istraživanja na odluku o prihvatanju ili odbijanju ankete najviše utječu osobine anketara i izabrani termini provedbe istraživanja. Osim neodgovarajućeg izgleda i ponašanja osobe kojoj je povjereno vođenje ankete, zbog čega se odbijanje može dogoditi već i prije pokušaja uvodnoga predstavljanja, na učestalost anketne apstinencije u nekoj mjeri može utjecati i nedostatno iskustvo ili nedostatna stručna osposobljenost anketara. Tako su neka istraživanja pokazala da, u istim uvjetima, iskusni anketari mogu imati znatno manje odbijanja nego neiskusni¹⁸ (Durbin i Stuart, prema Moser, 1958.; Durrant i sur., 2010.; Hansen, 2007.), odnosno da u istraživanjima u kojima se ne pridaje osobita pozornost izboru i educiranju anketara odbijanje ankete može biti i peterostruko veće nego kad je riječ o njihovom pažljivom izboru i temeljitijem osposobljavanju (Dillman i sur., 1976.). U istraživanjima „licem-u-lice“, određenu ulogu mogu imati i neke osobine anketara, od demografskih svojstava do karakteristika njegove ličnosti. Iako se demografska svojstva anketara zasigurno ne mogu smatrati glavnim determinantama anketnoga odziva (Groves i Couper, 1998.; Rimac i sur., 2010.), istraživačko iskustvo ipak pokazuje da u anketama koje se provode u kućanstvima žene-anketari nailaze u prosjeku na manje odbijanja nego anketari muškoga spola, osobito u urbanim sredinama i onima s većim udjelom starijeg stanovništva¹⁹ (vjerojatno pobuđuju nešto manje podozrivosti ispitanika, kao posljedice straha od mogućeg kriminala). Uz to se pokazalo da je, sukladno nalazima američkih istraživača (npr. Durrant i sur., 2010.), za ostvarenje uspješne komunikacije, pa stoga i za manju vjerojatnost odbijanja ankete, donekle važna međusobna sličnost anketara i potencijalnog ispitanika u pogledu demografskih i socijalnih osobina, kao što su spol, dob ili

¹⁷ To ipak ne znači da uvodnom dijelu ankete ne treba posvetiti odgovarajuću pozornost. Tako Lake (1987.) savjetuje da bi u uvodu trebalo istaknuti strogu povjerljivost ankete i slučajni izbor ispitanika te da je mišljenje svake izabrane osobe iznimno važno za razumijevanje istraživanoga problema. Uz to je poželjno da se anketar predstavi imenom i prezimenom (osobito u telefonskim anketama) te da odmah navede temu i svrhu istraživanja.

¹⁸ Valja ipak napomenuti da i dobrobit iskustva ima određenih granica. Tako su Durrant i sur. (2010.) u analizi utjecaja anketara na učestalost odbijanja terenskih anketa zabilježili smanjenje dotad pozitivnog utjecaja na anketni odziv nakon devet godina kontinuiranog anketarskog rada.

¹⁹ Iskustvo s dugogodišnjim istraživanjima javnoga mnijenja u Institutu Ivo Pilar.

lokalna pripadnost.²⁰ Što se pak osobina ličnosti i ponašanja anketara tiče, istraživači su utvrdili da veću anketnu participaciju mogu ostvariti sigurne i samosvjesne osobe koje vjeruju u svoju sposobnost uvjeravanja (Durrant i sur., 2010.) te da među važne razloge prihvaćanja ankete pripadaju općenito ugodan i profesionalan dojam koji anketar može ostaviti na potencijalnog ispitanika, kao i pobuđivanje želje da mu se pomogne u obavljanju njegove zadaće (Šoša i Milas, 2008.).

U svezi s terminom anketiranja valja spomenuti da je, sukladno američkim iskustvima, odbijanje ankete znatno rjeđe vikendom nego tijekom radnoga tjedna te osjetno rjeđe u kasnijim popodnevnim satima nego u ranijim dnevnim terminima (Lake, 1987.). Iako u Hrvatskoj o tome još nema pouzdanijih analiza, razumno je pretpostaviti da bi slične pravilnosti mogle vrijediti i u drugim društvenim okruženjima.

Pokušaji prevladavanja problema

Budući da veličina moguće pristranosti rezultata, nastale pod utjecajem odbijanja ankete, ovisi o proporciji odbijanja, s jedne, i razlikama u ispitivanim osobinama između onih koji su prihvatili i odbili anketu, s druge strane (Moser, 1958.; Wayne, 1975./76.; Lin i Schaeffer, 1995.), naporu istraživača da riješe ovaj značajan metodološki problem uglavnom se kreću u dva osnovna smjera: prvo, kako smanjiti proporciju odbijanja ankete i drugo, kako utvrditi relevantne karakteristike osoba koje odbijaju anketu i tako osigurati osnovne informacije za moguću korekciju pristranosti rezultata?

Pokušaji smanjivanja učestalosti odbijanja

Osim pravilnoga izbora i treninga anketara, izbora najprikladnijih termina anketiranja i definiranja optimalne anketne procedure, u nastojanju da smanje uobičajene proporcije odbijanja istraživači su iskušavali i neke druge mogućnosti poticanja anketnoga odziva. Najčešće provjeravani postupci su nagrađivanje potencijalnih ispitanika, primjena različitih metoda nematerijalnog motiviranja te ponovljeno obraćanje ispitaniku s namjerom da se promijeni njegova prvotna odluka o odbijanju anketne suradnje.

Brojni eksperimenti i studije pokazuju da se pod utjecajem nagrađivanja u nekoj mjeri može povećati ostvareni anketni odziv, kako u anketama poštom tako i u terenskim i telefonskim anketama (npr. Armstrong, 1975.; Brehm, 1994.; Goodstadt i sur., 1977.; Hansen, 1980.; James i Bolstein, 1990.; Mizes i sur., 1984.; Nederhof, 1983.;

²⁰ Takva iskustva nisu osobito korisna za planiranje izbora i rasporeda anketara u istraživanjima javnoga mnijenja i drugim anketama koje se provode na uzorcima ukupnog stanovništva (moguće je samo planiranje prema regionalnom kriteriju) ali su vrlo instruktivna za istraživanja specifičnih populacijskih segmenata (npr. mladih, žena, pripadnika određenih supkultura i slično).

Petrolia i Bhattacharjee, 2009.; Teisl i sur., 2007.; Willimack i sur., 1995.). Iako su, prema iskustvima nekih autora (Goodstadt i sur., 1977.; Nederhof, 1983.), u američkim uvjetima novčane nagrade obično nešto učinkovitije od nenovčanih, i nagrade u obliku malih poklona (npr. poklon-olovka) mogu smanjiti uobičajeno odbijanje ankete za 4 do 6 postotaka (Willimack i sur., 1995.; Brehm, 1994.). Razumije se da učinak novčane nagrade donekle ovisi o visini ponuđenoga iznosa, no u granicama koje su uobičajene u istraživačkoj praksi (npr. od jednog do pedeset dolara 1990-ih u SAD-u), ni takav poticaj u pravilu ne može povećati anketni odziv za više od desetak postotaka. Uz to, kao što upozorava Brehm (1994.), učinak novčanog nagrađivanja ovisi i o sklonostima ispitanika da sudjeluje u anketi – na one koji su nedostavno zainteresirani za anketu ili sumnjaju u njezinu korisnost nagrada može djelovati motivirajuće, a kad je riječ o onima koji se ne osjećaju doraslima za sudjelovanje u anketi, novčano nagrađivanje može proizvesti čak i suprotan učinak.

Osim što zahtijevaju dodatne troškove istraživanja, pokušaji povećavanja anketnoga odziva nagrađivanjem potencijalnih ispitanika kriju u sebi opasnost od unošenja novih pristranosti. Neki su autori, naime, utvrdili da novčane nagrade mogu povećati pristranost uzorka u korist slabije obrazovanih ispitanika i onih kojima tema istraživanja nije bliska te tako povećati proporciju izostanka odgovora na pojedina anketna pitanja (Petrolia i Bhattacharjee, 2009.). Uz to, veće novčane nagrade mogu potaknuti izražavanje pozitivnijih stavova spram istraživane teme i percipiranog naručitelja istraživanja (Groves, 1989.; James i Bolstein, 1990.), a kako nije cilj povećati broj obuhvaćenih ispitanika nego valjanost dobivenih rezultata, takvo bi se nagrađivanje moglo pokazati kontraproduktivnim. Za razliku od toga, simbolične novčane nagrade i mali darovi nemaju, čini se, značajnijega utjecaja na izražene stavove i mišljenja ispitanika, a ipak mogu donekle povećati njegovu motiviranost za sudjelovanje u anketi (Hansen, 1980.; Brehm, 1994.; Willimack i sur., 1995.). Prema nekim objašnjenjima, najvjerojatnije je riječ o uvažavanju „normi socijalnog reciprociteta“ (Gouldner, 1960., prema Willimack i sur., 1995.), odnosno sklonosti ljudi da na dobiveni dar uzvrate „darom“ u obliku prihvaćanja anketne suradnje.

Rezultati nekih istraživanja indiciraju da, osim nagrađivanja, na motiviranost ispitanika za sudjelovanje u anketi u nekoj mjeri mogu utjecati i različiti nematerijalni poticaji. Tako su npr. Dillman i suradnici (1976.) te Brehm (1994.) pokazali da odgovarajuće sročeno pismo, kojim se najavljuje anketiranje i upućuje molba za njegovo prihvaćanje, može imati podjednak ili čak bolji učinak nego simboličan dar ili manja novčana nagrada. Prema iskustvima Brehma (1994.), različiti oblici poticanja suradnje nemaju isti učinak na sve kategorije ispitanika pa tako, primjerice, starije osobe bolje

reagiraju na prethodno upućeno pismo ili telefonsku najavu ankete, a za mlađe su ispitanike učinkovitiji novčani i drugi materijalni poticaji.

U literaturi je opisan i jedan sasvim specifičan pokušaj nematerijalnog poticanja anketne suradnje, poznat pod nazivom „foot-in-the-door“ metoda.²¹ U najkraćim crtama, riječ je o proceduri u tijeku koje je ispitanik najprije zamoljen da odgovori na nekoliko uvodnih pitanja da bi ga se zatim, nakon određene stanke, zamolilo za suradnju u znatno opsežnijoj anketi. Metoda se temelji na postavkama teorije samoopažaja (*self-perception theory*) dosljedno kojoj bi sudjelovanje u preliminarnom anketnom zadatku trebalo omogućiti kolebljivim ispitanicima da razmisle o svojem ponašanju onako kako bi ga mogli ocjenjivati drugi ljudi, odnosno da s većom vjerojatnošću prihvate odluku za koju procjenjuju da bi se u takvoj situaciji mogla od njih očekivati.

Na žalost, razmjerno učestalo eksperimentiranje ovom metodom dalo je prilično proturječne rezultate. Prema navodima DeJonga (1979.), u približno polovici od ukupno trideset jedne analizirane eksperimentalne studije istraživači su zabilježili statistički značajan učinak „foot-in-the-door“ metode, u trećini je pod utjecajem preliminarnog zadatka zabilježena nešto veća, ali ne i statistički značajno veća pripravnost za sudjelovanje u zahtjevnijem zadatku, a u petini analiziranih eksperimenata razlike uopće nisu zabilježene, ili je pripravnost za sudjelovanje bila čak nešto veća u kontrolnim nego u eksperimentalnim skupinama ispitanika. Rezultati nisu jednoznačni ni glede mogućega utjecaja sadržajne sličnosti i dužine intervala između postavljenih zadataka, kao ni opsega i zahtjevnosti preliminarnog zadatka: nekim je istraživanjima utvrđeno da razmak između inicijalnoga i „pravog“ zadatka ne bi smio biti duži od jednoga do dva dana (DeJong, 1979.), a drugi nalaze da unutar sedam do deset dana razlike u učincima dužine intervala nisu statistički značajne (Cannan i sur., 1975., prema Groves i Magilavy, 1981.); neki dokazuju da bi inicijalni i „pravi“ zadatak morali biti što je moguće sličniji (npr. Freedman i Fraser, 1966., prema Groves i Magilavy, 1981.), a većina drugih smatra da bi se, zbog izbjegavanja mogućeg dojma o ponavljanju istoga zadatka, sadržaj zadataka trebao što je moguće više razlikovati; i, na kraju, iako bi prema postavkama *self-perception* teorije bilo poželjno da inicijalni zadatak bude što opsežniji, jer bi opsežniji zadaci proizveli veće promjene autopercepcije (Groves i Magilavy, 1981.), istraživanja su ipak pokazala da opsežniji inicijalni zadaci imaju nepovoljan učinak na kasniji odziv ankete, jer mogu stvoriti dojam da su dotadašnjim angažmanom već ispunjena percipirana očekivanja istraživača (Baron, 1973.; Reingen i Kernan, 1977.; Synder i Cunningham, 1975. – citirano prema Groves i Magilavy, 1981.). Ni primjena

²¹ Iako ga je teško doslovice smisleno prevesti, naziv metode otkriva da je riječ o postupku kojim se na neki način pokušava doskočiti odbijanju.

ove metode u telefonskim anketama i terenskim istraživanjima u kućanstvima nije jednoznačno potvrdila njezin mogući utjecaj na povećanje anketnoga odziva. Analize su, naime, pokazale da su one osobe koje pristaju odgovoriti na preliminarna pitanja sklonije, bez daljnjih uvjeravanja, prihvatiti i kasnije sudjelovanje u anketi, ali da mnogi odbijaju već inicijalni zahtjev anketara te da, stoga, na znatnu proporciju nekooperativnih ispitanika spomenuta metoda uopće ne može imati učinka (Groves i Magilavy, 1981.). Nakon brojnih empirijskih analiza na kraju se ipak pokazalo da je najvažnije definirati postupak koji bi osigurao veći odziv već prilikom prvog obraćanja ispitanicima te da daljnje metodološke pojedinosti više nemaju odlučujućega utjecaja na ukupnu proporciju odbijanja anketne suradnje.

Sudeći prema raspoloživim podacima, među nešto uspješnije mogućnosti povećanja anketne participacije pripada metoda ponovljenog obraćanja (*callbacks*),²² odnosno pokušaja promjene prvotne odluke onih ispitanika koji su u prvom obraćanju odbili sudjelovanje u anketi. Iako se u literaturi učinkovitost te metode obično promatra u sklopu rješavanja šireg problema neodazivanja (uključujući i nerealizirane pokušaje zbog privremene odsutnosti potencijalnih ispitanika), ipak, središnje se pitanje odnosi na njihovu moguću učinkovitost u smanjenju odbijanja ankete.

Primjena postupka ponovljenih pokušaja u osnovi je vrlo jednostavna – osobu koja je odbila sudjelovanje pokušava se ponovno kontaktirati i nagovoriti da ipak pristane na anketiranje. Pritom je osobito važno da se potencijalnog ispitanika pokuša uvjeriti u legitimnost, diskreciju i razumno trajanje ankete te da uvodno obraćanje bude što je moguće kraće i sažetije. Zadatak se povjerava osobito iskusnim i uspješnim anketarima, obično onima koji su u prijašnjim pokušajima imali najmanje odbijanja, a provodi se dan ili dva nakon prvoga pokušaja u neko drugo doba dana od onoga u kojemu je zabilježeno odbijanje (Lake, 1987.; Cantril, 1991.). U predizbornim istraživanjima javnoga mnijenja većina istraživačkih organizacija razvila je još i neku svoju specifičnu „strategiju uvjeravanja“ koja, prema mišljenju nekih autora (Kagay, 1992.), velikim dijelom objašnjava razlike u prediktivnoj valjanosti rezultata,²³ ali zato što se obično tretira kao poslovna tajna, uglavnom je poznata samo najužem krugu njihovih istraživača.

²² Iako se izvorno odnosi na ponovljene pozive u telefonskim anketama, terminom „callbacks“ označavaju se svi opetovani pokušaji ostvarivanja neuspjelih anketnih kontakata, bez obzira na tehniku anketiranja.

²³ Prema navodima Vossa i suradnika (1995.), vodeće američke istraživačke organizacije ne samo da se međusobno razlikuju prema „strategiji uvjeravanja“ nekooperativnih ispitanika već se razlikuju i prema uobičajenoj praksi primjene te tehnike. Tako u tijeku 1990-ih istraživačke institucije Yankelovich, Roper, Chilton i ICR nakon odbijanja ankete nisu pokušavale ponovno uspostaviti kontakt s istim ispitanikom, CBS je pokušavao jedanput, Gallup i Media General dva puta, a Harris još tri puta nakon inicijalnog odbijanja suradnje.

Prema navodima nekih američkih autora, procedurom ponovljenih pokušaja odbijanje telefonskih anketa može se smanjiti za trećinu do polovice od prvotno zabilježene proporcije²⁴ (Stinchcombe i sur., 1981.; Lake, 1987.), a s povećanjem broja ponovljenih pokušaja značajno se povećava reprezentativnost realiziranoga uzorka istraživanja (Traugott, 1987.; Cantril, A., 1991.). Analize iz 1980-ih i 1990-ih su, nadalje, pokazale da su ispitanici koji su inicijalno odbili, a kasnije na nagovor ipak prihvatili anketu, imali bitno različit odnos spram predmeta istraživanja nego oni koji su odmah pristali na suradnju, čak i ako je obuhvaćen uzorak bio vrlo homogen (Stinchcombe i sur., 1981.). Dosljedno tome, u istraživanjima javnoga mnijenja primjenom metode ponovljenih pokušaja značajno se mijenjao „rating“ stranaka i predsjedničkih kandidata (Traugott, 1987.) i značajno povećala valjanost predikcije izbornih rezultata (Cantril, 1991.). Međutim, rezultati nekih novijih istraživanja nisu toliko ohrabrujući. Više je autora, naime, utvrdilo da se ponovljenim pokušajima anketiranja može povećati stopa odazivanja ankete pa i donekle promijeniti demografska struktura uzorka (Keeter i sur., 2000.) ali da utjecaj na ključne varijable istraživanja ne mora biti statistički značajan (Curtin i sur., 2000.; Keeter i sur., 2000.; Mariolis, 2001., prema Langer, 2003.; Peytchev i sur., 2009.; Wiebe i sur., 2001., prema Langer, 2003.). Dosad vjerojatno jedini pokušaj takve analize u Hrvatskoj sugerira slične zaključke. Kako je pokazao Bagić (2004.) ponovljenim pokušajem anketiranja u sklopu predizbornih istraživanja telefonom 2003. godine anketu je prihvatilo između 12 i 17 posto inicijalno nekooperativnih osoba čime je značajno poboljšana struktura uzorka prema naobrazbi ispitanika, ali se procjena izbornih rezultata, zbog razmjerno malog smanjenja stope odbijanja, nije značajno promijenila (tek neznatno se poboljšala). No kako rezultati ipak ukazuju na razlike u političkim preferencijama osoba koje su u prvom pokušaju prihvatile i odbile anketnu suradnju, moguću učinkovitost ponovljenih pokušaja anketiranja valjalo bi svakako provjeriti nekim novim istraživanjima.

Pokušaji korekcije rezultata

Budući da se primjenom spomenutih metoda odbijanje ankete može donekle smanjiti, ali ne i sasvim ukloniti, veliki naponi istraživača i dalje su usmjereni na pronalaženje prikladnih načina za korekciju moguće pristranosti dobivenih rezultata. Jedna od najčešće korištenih, ali i najmanje pouzdanih metoda svakako je ponderiranje podataka prema sociodemografskim osobinama koje, u realiziranome uzorku, nisu zadovoljavajuće reprezentativno zastupljene.

²⁴ U raspoloživoj literaturi nisu nađeni podaci o uspješnosti ove metode u terenskim istraživanjima u kojima se, iako s nešto većim tehničkim teškoćama, također može primijeniti.

U istraživanjima u kojima se, u slučaju odbijanja, planirana veličina uzorka ostvaruje izborom rezervnog ispitanika, a krajnji izbor ispitanika provodi nekom od metoda slučajnoga izbora uz kontrolu spolne i dobne strukture kućanstva, glavni učinci odbijanja ankete mogli bi se očitovati u pristranosti rezultata, uzrokovanoj nedostatnom reprezentativnošću uzorka prema naobrazbi, imovinskom statusu i etničkoj ili rasnoj pripadnosti ispitanika.

Budući da, u našem društvu, imovinske razlike ipak nisu tolike da bi postale značajnijim prediktorom javnoga mnijenja, kao, na primjer, u SAD-u, a zbog izrazito dominantne zastupljenosti hrvatskoga stanovništva ni varijabla nacionalne pripadnosti ne može u cijeloj populaciji biti odlučujuće važna, u sadašnjim okolnostima najvažniji izvor potencijalne pristranosti rezultata zasigurno je povezan sa spontanom selekcijom uzorka na razini obrazovnoga statusa ispitanika. Bez obzira na osnovni plan izbora, analize realizirane strukture uzoraka istraživanja javnoga mnijenja koje su provodile različite institucije bez iznimke su ukazale na značajno prenaglašenu zastupljenost osoba visoke i srednje naobrazbe na račun najslabije obrazovanih ispitanika (Lamza Posavec, 1995.).

Bez naknadnih korekcija, takva struktura uzorka redovito rezultira precijenjenim izbornim izgledima onih stranaka i kandidata za koje proporcionalno češće glasuju osobe srednje i visoke naobrazbe, uz istodobno podcjenjivanje izbornih mogućnosti za koje se pretežno opredjeljuju nižeobrazovani ispitanici. U nekim izbornim situacijama (npr. zastupnički i predsjednički izbori 1992. godine) poststratifikacijom rezultata prema naobrazbi ispitanika povećana je preciznost ključnih izbornih rezultata, u usporedbi sa „sirovim“ podacima ankete, za približno jedan do tri postotna boda (Lamza Posavec, 1995.),²⁵ a to se, sa stajališta prediktivne valjanosti istraživanja, ni u kojem slučaju ne može smatrati zanemarivim. Za razliku od toga, u nekim drugim izbornim okolnostima (npr. županijski i predsjednički izbori 1997. godine) istovrsni postupak ponderiranja nije jednako utjecao na preciznost svih podataka, pa, iako je značajno poboljšao procjenu „ratinga“ vodeće stranke i pobjedničkoga kandidata, zbog istodobnog smanjenja preciznosti nekih drugih rezultata²⁶ u cjelini nije bitno utjecao na ostvarenu valjanost istraživanja.

²⁵ Riječ je o istraživanju Instituta Ivo Pilar (tada Instituta za primijenjena društvena istraživanja) u sklopu kojega je ponderiranjem podataka prema obrazovanju ispitanika, u odnosu prema neponderiranim rezultatima, procjena izbornog rezultata HDZ-a poboljšana za 3,2, a predsjedničkog kandidata F. Tuđmana za 2,9 postotaka, dok su se rezultati za ostale stranke i kandidate promijenili za najviše 0,9 postotnoga boda.

²⁶ Riječ je utjecaju ponderiranja podataka na preciznost istraživačke procjene izbornih rezultata SDP-a i njezinog predsjedničkog kandidata. Budući da je, zbog već spomenutih rezervi u izražavanju „osjetljivih“ političkih stavova, tijekom 1990-ih u istraživanjima javnoga mnijenja moguća izborna pozicija SDP-a dosljedno podcijenjena, ponderiranjem rezultata prema naobrazbi ispitanika (ispravljanje prenaglašene zastupljenosti obrazovanih odnosno premale

U načelu, spomenuti postupak ponderiranja rezultata polazi od lako oborive premise da su pojedine demografske ili socijalne kategorije relativno homogene u odnosu prema osobinama koje su predmet istraživanja, pretpostavljajući, na primjer, da je zabilježena raspodjela odgovora nižeobrazovanih ispitanika koji su prihvatili anketu reprezentativna i za osobe iste naobrazbe koje su odbile u njoj sudjelovati. No, kako je vrlo realno očekivati da se i unutar formalno homogenih skupina osobe koje prihvaćaju i odbijaju anketu međusobno razlikuju prema stavovima, ponašanju ili drugim varijablama istraživanja, takvo apriorno ponderiranje može, u nekim slučajevima, čak i povećati postojeću pristranost rezultata. Drugim riječima, kao što ističu neki autori, ponderiranjem prema postupku poststratifikacije moguće je ukloniti disproporcije između subgrupe i cijeloga uzorka (npr. uravnotežiti premalu zastupljenost žena), ali disproporcije unutar subuzorka ne samo da se time ne mogu ukloniti već će se vjerojatno još i povećati (Moser, 1958.; Fuller, 1974.; Mandell, 1974.; Wayne, 1975./76.).

Imajući na umu slične opasnosti, neki su istraživači nastojali različitim postupcima utvrditi ne samo formalne karakteristike osoba koje odbijaju anketnu suradnju već i njihove moguće odgovore na ključna anketna pitanja. Jedan od takvih pokušaja je već spomenuti postupak ponovljenog obraćanja potencijalnim ispitanicima koji u prvom kontaktu nisu prihvatili anketu, a druga je mogućnost da se nekooperativnim pojedincima (osobito ako su odbijanje suradnje obrazložili nedostatkom vremena) odmah pri odbijanju ponudi skraćena verzija upitnika sa samo nekoliko ključnih anketnih pitanja.²⁷ U oba slučaja, na temelju dobivenih odgovora matematički se procjenjuju i mogući odgovori onih koji ni u naknadnim pokušajima ne pristaju na anketnu suradnju, pri čemu se polazi od pretpostavke da su osobe koje privremeno odbijaju anketu, a zatim je na nagovor anketara ipak prihvaćaju (*temporary refusers*), sličnije onima koje se uopće ne uspijeva anketirati nego onima s kojima to uspijeva već u prvom pokušaju. Iako je realno očekivati da ni skupina potencijalnih ispitanika koji odbijaju anketu nije homogena glede odnosa spram predmeta istraživanja, odnosno da se stavovi onih koje se u daljnjim pokušajima uspijeva nagovoriti na suradnju razlikuju od onih s kojima se to uopće ne može postići, prema mišljenju zagovornika ove metode (npr. Wayne, 1975./76.; Stinchcombe i sur., 1981.; Potthoff i sur., 1993. – prema Lin i Schaeffer, 1995.) opasnost od pristranosti takvih procjena ipak je manja od pristranosti sadržaja

zastupljenosti nižeobrazovanih ispitanika) ta se disproporcionalnost, zbog relativno visokog obrazovnog prosjeka potencijalnih glasača SDP-a, mogla još donekle i povećati.

²⁷ U američkim uvjetima, kao što navodi Lake (1987.), na skraćenu verziju upitnika u nekim slučajevima pristaje čak i polovica potencijalnih ispitanika koji su inicijalno odbili anketu. Neki preliminarni pokušaji eksperimentiranja tom metodom u Institutu Ivo Pilar pokazuju da bi, u našem okruženju, odziv mogao biti puno manji nego u američkim istraživanjima.

nih u rezultatima koji se zasnivaju isključivo na odgovorima kooperativnih ispitanika. Iako se neki uspjesi u primjeni ove metode čine ohrabrujućim (npr. Kalton, 1983.), primjeri njezine manje uspješne primjene (npr. Lin i Schaeffer, 1995.) upozoravaju i na nužan oprez, sugerirajući da svaka korekcija rezultata koja se većim dijelom temelji na pretpostavkama nego na čvršćim dokazima krije određen rizik od novih pristranosti.

Zaključak

Budući da ni nakon opširnog pregleda razmjerno raznovrsne literature o značaju i mogućim razlozima odbijanja ankete te pokušajima umanjivanja njegova nepovoljna utjecaja na valjanost istraživanja nije moguće izdvojiti ni jedan zadovoljavajuće pouzdan postupak za prevladavanje ovog značajnog metodologijskog problema, na kraju valja ponoviti polaznu konstataciju da je odbijanje suradnje od strane potencijalnog ispitanika značajan izvor potencijalne pristranosti rezultata na koji, u većoj ili manjoj mjeri, valja računati u svim vrstama anketnih društvenih istraživanja. To se osobito odnosi na ispitivanja javnoga mnijenja uz koja se, prema nekim podacima, vezuje znatno viša proporcija odbijanja ankete nego uz mnoga druga metodologijski slična istraživanja, a koja se ujedno vrednuju znatno strožim kriterijima valjanosti rezultata nego većina ostalih društvenih istraživanja.

Pregledom raspoložive literature nameće se dojam da u pokušajima razumijevanja i prevladavanja problema odbijanja ankete nisu učinjeni veći pomaci još od vremena Mosera i Deminga, koji su, već u tijeku pedesetih godina prošloga stoljeća, uočili glavne karakteristike ovoga problema i sugerirali neke osnovne načine njegova rješavanja. Iako su u međuvremenu provedene brojne empirijske analize mogućih razloga odbijanja ankete, sustavno ispitivan njihov utjecaj na valjanost istraživačkih procjena, usavršena različita rješenja za prevladavanje tog problema te postavljeni neki matematički i logički modeli za procjenu i korigiranje očekivane pristranosti rezultata,²⁸ istraživači još ni sad nisu zadovoljavajuće odgovorili na temeljna pitanja – kako učinkovito smanjiti proporciju odbijanja ankete te kako pouzdano utvrditi stavove, preferencije i ostale relevantne pokazatelje istraživane pojave u onome dijelu planiranog uzorka koji se ne odaziva anketnoj suradnji?

Jedan od mogućih razloga nedostatne učinkovitosti u rješavanju problema odbijanja anketne suradnje zasigurno je posljedica izrazite kontekstualne determiniranosti javnoga mnijenja, zbog čega se neka metodologijska rješenja, sasvim zadovoljavajuća

²⁸ Za informaciju o takvim modelima konzultirati izvore: Cochran, 1953.; Wayne, 1975./76.; Fuller, 1974.; Fillon, 1976.; Fitzgerald i Fuller, 1982.; Stinchcombe i sur., 1981.; Groves, 1989.; Lin i Schaeffer, 1995.

u određenoj društvenoj situaciji ili istraživanjima određene tematike, u nekim drugim okolnostima pokazuju posve neučinkovitima. Drugi bi razlog mogao biti povezan s pomanjkanjem odgovarajuće teorijske osnove za razumijevanje cjelovitog „anketnog ponašanja“ ljudi. Iako su istraživači ulagali velike napore da bi utvrdili relevantne osobine i reakcije nekooperativnih pojedinaca te provjerili i usavršili različite postupke za poticanje anketne suradnje, istodobno su, kao što ističe Groves (1989.), posvetili premalo pozornosti objašnjavanju cjelovitoga procesa odlučivanja o sudjelovanju ili nesudjelovanju u anketi. Prema mišljenju istoga autora, bez cjelovitih teorija anketne participacije, koje uključuju razloge negativnih ali i pozitivnih odluka za sudjelovanje u anketi, ne mogu se razviti ni odgovarajući postupci za povećavanje anketnoga odziva ni dovoljno realistični modeli za statističku korekciju nedostatno valjanih istraživačkih rezultata. A dosadašnji pokušaji teorijskog objašnjenja anketne participacije, na koje se ponekad nailazi u sociološkoj i psihološkoj literaturi,²⁹ ne samo da ne objašnjavaju cjeloviti proces odlučivanja o prihvaćanju ili neprihvaćanju ankete već ni u postojećim granicama ne nalaze gotovo nikakve praktične primjene u uobičajenim postupcima prikupljanja i obrade anketnih podataka (Groves, 1989.).

Iako su, dakle, i metodolozi društvenih istraživanja u svijetu još daleko od cjelovitoga rješenja nepotpunog odazivanja anketnoj suradnji, to ipak ne znači da ne postoje i neke mogućnosti za kontrolu toga problema, od kojih bi se neke, uz nužne empirijske provjere, zasigurno mogle primijeniti i u našem društvenom okruženju. Budući da je za rješavanje problema nepotpune realizacije anketnoga istraživanja najvažnije smanjiti proporciju odbijanja ankete, u operacionalizaciji plana istraživanja potrebno je, koliko god je to moguće, smanjiti sve rizike odbijanja anketne suradnje, čak i ako se ne čini da su u izravnoj vezi s glavnim varijablama istraživanja. Osim ispravnoga terminskog planiranja provedbe ankete, odgovarajućeg izbora anketara te definiranja optimalne verzije uvodnog predstavljanja i ukupne anketne procedure, smanjenju problema anketne apstinencije mogla bi donekle pridonijeti primjena tehnike ponovljenih pokušaja, ako već ne s cijelim anketnim upitnikom, a ono barem s njegovom skraćenom verzijom koja će osigurati veću proporciju izjašnjavanja planom izabranih ispitanika na glavna pitanja ankete i omogućiti pouzdaniju statističku korekciju dobivenih rezultata. U pokušaju povećavanja anketnoga odziva, određenu pozornost istraživača zasigurno

²⁹ Prema nekim sociološkim objašnjenjima, odluka o sudjelovanju u anketi ovisi o korespondenciji grupne pripadnosti pojedinca i grupne pripadnosti percipiranoga korisnika anketnih rezultata, dok je prema mišljenju psihologa povezana ponajprije s „predispozicijama“ pojedinca da pomaže drugim ljudima, surađuje s njima ili prihvati njihove uvjeravačke argumente. Za detaljniji uvid u psihologijske teorije koje bi mogle pridonijeti objašnjenju razloga prihvaćanja ili odbijanja ankete vidjeti članak Šoša i Milas, 2008.

zaslužuje i provjeravanje mogućega utjecaja i metodologijske opravdanosti različitih oblika nagrađivanja anketne suradnje te prethodnog informiranja potencijalnih ispitanika o karakteru i ciljevima planirane ankete.

Nema sumnje da primjena spomenutih postupaka zahtijeva mnogo više napora, vremena i financijskih sredstava nego olako prihvaćanje odbijanja i trenutačno biranje rezervnog ispitanika, no, kao što već ističu Deming (1953.) i Cochran (1953.), u sklopu raspoloživih mogućnosti, zasigurno je bolje realizirati manji ali valjaniji uzorak nego onaj koji će obuhvatiti više ispitanika i imati manju teorijsku pogrešku uzorka, ali će sadržavati pristranosti koje se ne mogu kompenzirati ni s kakvim povećanjem brojčanog obuhvata ispitanika. U istraživanjima političkog javnoga mnijenja to osobito vrijedi u slučaju kad je realno očekivati da je anketna apstinencija u visokoj korelaciji s političkim stavovima i opredjeljenjima pojedinca, a budući da u našim okolnostima tu pretpostavku još uvijek ne treba odbaciti, uvažavanje takvog pristupa moglo bi u nas imati nezanemariv utjecaj na ukupnu valjanost dobivenih rezultata.

PROBLEM NEIZJAŠNJAVANJA O NAMJERAMA GLASOVANJA

Osim odbijanja sudjelovanja u anketi, velika teškoća u provedbi istraživanja javnoga mnijenja povezana je s uskraćivanjem odgovora na osjetljiva anketna pitanja, poglavito na ona o političkim preferencijama i namjerama glasovanja na izborima. Iako se ispitanici koji na takva pitanja ne odgovaraju (ili odgovaraju „ne znam“, „ne mogu odlučiti“ i slično) u stručnoj literaturi i masovnim medijima obično nazivaju „neodlučnim“ glasačima, istraživačko iskustvo pokazuje da je neopredijeljenost samo jedan od mogućih razloga izostanka pravoga odgovora. Prema mišljenju nekih autora (npr. Sanchez i Morchio, 1992.), u istraživanjima javnoga mnijenja odgovori „ne znam“ mogu biti motivirani različitim razlozima – od nepoznavanja predmeta mnijenja, preko neodlučnosti u izboru različitih mogućnosti, do nedostatne sigurnosti u vlastito mišljenje i opredjeljenje. Štoviše, izostanak odgovora čak ne mora označavati ni nedostatak ili nedostatnu kristaliziranost mišljenja: kao što su, prema nekim analizama (Converse, 1964., 1970.; Bishop i sur., 1980.; Schuman i Presser, 1981.; Price, 1992.), ljudi u anketi ponekad skloni izjasniti se i o pitanjima o kojima nemaju definiranoga mišljenja, ili o njima uopće nisu informirani (tzv. pseudostavovi ili pseudomnijenje), iza odgovora „ne znam“ mogu se kriti i određene proporcije ispitanika s više ili manje definiranim mišljenjima i stavovima o kojima se, zbog nekog razloga, ne mogu ili ne žele očitovati u anketi (tzv. pseudo-nestavovi ili pseudo-nemnjenje – Smith, 1984.; Giljam i Granberg, 1993.). Razmišljamo li o anketnim odgovorima kao o teorijskom kontinuumu od krajnje negativnih do krajnje pozitivnih vrijednosti, očekivati je da će samo mala proporcija ispitanika biti „smještena“ točno u središnju ili neutralnu točku, a većina će (čak i ako biraju odgovore „ne znam“, „nemam o tome određenoga mišljenja“) biti bar nešto sklonija jednom od dva, u krajnostima suprotstavljena opredjeljenja (Pierce i Rose, 1974.).

Neizjašnjavanje na anketna pitanja osobito je važan metodologijski problem u predizbornim istraživanjima javnoga mnijenja od kojih se, bez obzira na neposrednu svrhu ili ciljeve istraživanja, u pravilu očekuje precizna predikcija izbornih rezultata. Čak i ako su ostali izvori potencijalnih pogrešaka i pristranosti (plan i ostvarenje uzorka, konstrukcija istraživačkog instrumenta, tehnika prikupljanja podataka, utjecaj anketara, obrada i interpretacija rezultata i sl.) pod dostatnom kontrolom i utjecajem istraživača, nepotpuno izjašnjavanje na pitanje o izbornim preferencijama ili namjerama glasovanja na izborima nužno umanjuje preciznost dobivenih rezultata, jer uskraćuje empirijski utemeljene informacije o važnom dijelu

potencijalnih glasača.¹ Iako se u laičkim, ali i mnogim stručnim interpretacijama, i tada izostanak odgovora obično tumači neodlučnošću glasača, dosljedno navedenom, realno je pretpostaviti da osim onih koji se zaista dvoume između različitih izbornih mogućnosti, među neizjašnjenim ispitanicima zasigurno ima i onih koji zbog različitih razloga ne žele otkriti svoje glasačke preferencije, nedostatno su zainteresirani za izbore ili na njima ne namjeravaju sudjelovati.

Iako se istraživači javnoga mnijenja u pravilu slažu u ocjeni da je nepotpuno izjašnjavanje na anketna pitanja o namjerama glasovanja na izborima jedan od glavnih čimbenika koji ugrožavaju prediktivnu valjanost predizbornih istraživanja, neki ipak upozoravaju (npr. Francis i Busch, 1975.; Giljam i Granberg, 1993.) da je u dosadašnjim metodologijskim raspravama i analizama tom problemu posvećena nedostatna pozornost. Umjesto da ulože veće napore u otkrivanje razloga uskraćivanja odgovora, istraživači su, polazeći nerijetko od nedostatno provjerenih dojmova, ili čak i sasvim arbitrarnih kriterija, uglavnom bili usmjereni na pronalaženje različitih mogućnosti raspodjeljivanja mogućih „glasova“ neizjašnjenih ispitanika te različitih „formula“ za preračunavanje dobivenih rezultata.

Jedan od najjednostavnijih, pa vjerojatno stoga i najčešće rabljenih načina za rješavanje tog metodologijskog problema (koji se i u nas nerijetko primjenjuje u predstavljanju rezultata predizbornih istraživanja) mehaničko je preračunavanje dobivenih rezultata jednostavnim isključivanjem neizjašnjenih ispitanika iz obuhvaćenog uzorka istraživanja. Razumije se da bi takav postupak bio opravdan samo kad bi izborne preferencije neizjašnjenih ispitanika bile distribuirane na isti način kao i preferencije osoba koje su se očitovale o namjerama glasovanja na izborima, ali to ipak, kao što pokazuju brojne validacijske analize, počesto nije tako. Kao što je spomenuto u prijašnjem tekstu, već je dobro znani statističar Moser (1958.), jedan od klasičnih autora s područja znanstvenog anketiranja, ustvrdio da se dio koji nedostaje u pravilu razlikuje od cjeline, tj. onoga dijela koji se očitovao o svojim stavovima, opredjeljenjima ili namjerama ponašanja. Poput odbijanja za sudjelovanjem u anketi, i ovaj se oblik autoselekcije ispitanika u pravilu temelji na nekim specifičnim kriterijima, pa se stoga proporcionalno preračunavanje rezultata, isključivanjem neizjašnjenih ispitanika, pokazalo kao prilično rizično rješenje.

Teoriju o slučajnoj raspodjeli neizjašnjenih ispitanika najizravnije su doveli u pitanje rezultati proučavanja različitih populacijskih karakteristika relevantnih za predikciju glasačkog ponašanja. Američke analize (Francis i Busch, 1975.) pokazuju da je

¹ Taj je problem to izrazitiji što je manji broj izbornih opcija pa je stoga u nas teorijski veći kad je riječ o lokalnim i predsjedničkim izborima (kad se natječe manji broj stranaka ili kandidata) nego kad je riječ o parlamentarnim izborima na općenacionalnoj razini.

uskraćivanje odgovora o osobnom mišljenju, preferencijama ili namjerama glasanja značajno povezano s demografskim i socijalnim karakteristikama ispitanika i s njihovim općim odnosom prema društvenim i političkim zbivanjima. Osobe koje u anketama biraju odgovore „ne znam“ ili „nisam odlučio“ češće su žene nego muškarci, u pravilu su slabije naobražene i nižeg imovinskog statusa nego ispitanici koji odgovaraju na anketna pitanja. I, dalje, neizjašnjavanje na anketna pitanja proporcionalno je najučestalije među društveno marginaliziranim osobama, radno neaktivnim stanovništvom i pripadnicima nacionalnih manjina, a značajno je povezano i sa slabijom informiranošću, manjom pripravnosću za javno angažiranje i manjim zanimanjem za društvena i politička zbivanja. I neka naša istraživanja iz 1990. i 1992. godine sugeriraju slične rezultate: na razini jednostavnog ukrižavanja rezultata analize su pokazale (Lamza Posavec, 1995.) da je među neizjašnjenim ispitanicima bilo nešto više žena nego muškaraca te više osoba niže izobrazbe, radno neaktivnog, manjinskog i politički manje angažiranog stanovništva (nečlanova političkih stranaka), nego među ispitanicima koji su se izjašnjavali o namjerama glasanja na izborima. Rezultati ujedno sugeriraju da su neizjašnjeni ispitanici u pravilu manje zainteresirani za izbore, slabije informirani o stranačkim programima, izbornim listama i načinu glasanja, manje uvjereni u moguću regularnost izbora te suzdržaniji u ocjeni aktualne vlasti i mogućem povoljnom utjecaju rezultata izbora na budućnost Hrvatske.

U sklopu ovoga prikaza valja posebno upozoriti da se, u mnogim istraživanjima javnoga mnijenja, uskraćivanje odgovora na pitanje o glasačkim preferencijama ili neka druga „osjetljiva“ anketna pitanja velikim dijelom može držati metodologijskim artefaktom, nastalim zbog pogrešne formulacije pitanja ili neodgovarajućeg anketnoga postupka. Brojne analize pokazuju da je u telefonski vođenim istraživanjima proporcija neizjašnjavanja u pravilu veća nego u licem-u-lice intervjuima (Jordan i sur., 1980.; Lake, 1987.), a u usmenim anketama puno veća nego pri primjeni postupaka tajnog izjašnjavanja. Prema podacima koje iznose Perry (1979.) i Sabato (1981.), uporabom postupka tajnog izjašnjavanja, nalik pravome glasanju, Gallupova je organizacija uspjela smanjiti proporciju neizjašnjenih ispitanika s 15-17 na 4-6 posto i istodobno poboljšati predikciju izbornih rezultata za 2 do 3 postotna boda, a do sličnih su zaključaka došli i mnogi drugi američki istraživači (npr. Benson, 1941.; Turnbull, 1947.; Smith i Bishop, 1992., prema Bishop i Fisher, 1995.; Traugott i Price, 1992.; Bishop i Fisher, 1995.). Iskustvo američkih istraživača u našim su uvjetima potvrdila uzastopna istraživanja Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar² 1992. godine kojima je primjenom iste anketne procedure proporcija neizjašnjenih ispitanika o namjerama glasanja za stranke smanjena s

² Tadašnji naziv: Institut za primijenjena društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu.

gotovo 40 na 17 posto, a neizjašnjavanje za predsjedničke kandidate s 30 na 15 posto. Zahvaljujući ponajprije tome, a donekle vjerojatno i određenom povećanju iskrenosti odgovora, preciznost istraživačke procjene ključnih izbornih rezultata poboljšana je za nekoliko postotnih bodova s obzirom na rezultate koji bi, u istim uvjetima istraživanja, bili postignuti postupkom usmenog izjašnjavanja (Lamza Posavec, 1995.).

Jedan od mogućih načina za smanjenje proporcije neizjašnjanih ispitanika, koje američki istraživači obično rabe u telefonskim a ponekad i u usmenim terenskim anketama, temelji se na uporabi tzv. pitanja o naklonosti (*leaning question*) kojim se pokušava utvrditi kojoj su izbornoj mogućnosti neizjašnjeni ispitanici ipak najviše skloni. Kao što navode Perry (1973.) i Cantril (1991.), na takvo pitanje obično odgovara polovica od prvotno neizjašnjanih osoba, a njihovi se odgovori zatim priključuju odgovarajućim skupinama već opredijeljenih ispitanika.

Budući da se, u našim uvjetima, i u postupku tajnog izjašnjavanja uskraćivanje odgovora o namjerama glasovanja može kretati u rasponu od 15 do 20 posto od ukupno obuhvaćenoga uzorka, a ni uz istodobnu uporabu *leaning*-pitanja obično se ne smanjuje ispod desetak posto,³ čak i uz primjenu odgovarajućih istraživačkih postupaka, nepotpuno izjašnjavanje ostaje važan metodološki problem koji umanjuje preciznost dobivenih rezultata i u većoj mjeri ugrožava njihovu prediktivnu valjanost. Upravo stoga i u našim uvjetima problemu neizjašnjavanja valja pristupiti vrlo studiozno, ako već ne s ambicijom da se njegovo značenje marginalizira ili čak u potpunosti ukloni, ono barem s namjerom da se, radi boljeg razumijevanja i interpretacije dobivenih rezultata, pouzdanije rasvijetli njegova socio-psihološka pozadina i mogući utjecaj na valjanost istraživanja. U tom bi smislu i ovu studiju trebalo shvatiti kao inicijalni pokušaj da se u našim okolnostima sustavnije analizira taj neosporno važan metodološki problem istraživanja izbornih preferencija.⁴

Cilj i metoda

Istraživanje se temelji na pretpostavci da se osobe koje u tijeku anketnoga postupka uskraćuju odgovor o namjerama glasovanja na izborima, prema nekim osobinama relevantnima za izbornu participaciju i glasačke preferencije (socijalni status, zainteresiranost za politička događanja, opći politički stavovi), razlikuju od osoba koje se o

³ Podaci iz izvješća o rezultatima istraživanja javnog mnijenja Hrvatske, provedenih u Institutu društvenih znanosti Ivo Pilar (do 1996. godine Institut za primijenjena društvena istraživanja) u razdoblju od 1992. do 2002. godine.

⁴ Iako se temelji na podacima iz 1996. i 1997. studija zasigurno ima trajniju spoznajnu vrijednost, to više što je u njoj prikazan dosad jedni pokušaj znanstvene analize problema neizjašnjavanja u istraživanju izbornih preferencija u Hrvatskoj.

istom pitanju izjašnjavaju u anketi. Dosljedno tome, planiranim analitičkim postupkom nastojalo se izdvojiti neke specifične karakteristike neizjašnjenih ispitanika kojima je, s određenom vjerojatnošću, determinirano njihovo moguće izborno ponašanje.

Zbog veće pouzdanosti rezultata, za tu su svrhu analizirane dvije nezavisne skupine podataka – rezultati istraživanja javnoga mnijenja iz listopada 1996. i ožujka 1997. godine (Lamza Posavec i sur., 1996.; 1997.a). Istraživanja su provedena kombiniranom metodom usmene terenske ankete i tajnoga izjašnjavanja na probabilističkim, višestapno stratificiranim uzorcima punoljetnog stanovništva. Uzorkom istraživanja iz 1996. godine obuhvaćen je 3441 ispitanik s područja cijele Hrvatske, a uzorkom iz 1997. godine ukupno 4427 ispitanika iz jedanaest hrvatskih županija (Grad Zagreb, Županija primorsko-goranska, Županija istarska, Županija splitsko-dalmatinska, Županija šibensko-kninska, Županija zadarska, Županija dubrovačko-neretvanska, Županija varaždinska, Županija međimurska, Županija bjelovarsko-bilogorska, Županija kopriivničko-križevačka).

Za potrebe analize, ispitanici su razvrstani u tri skupine – potencijalne glasače tada vladajuće stranke (HDZ-a), potencijalne glasače neke od oporbenih stranaka i neizjašnjene ispitanike. Razvrstavanje se temeljilo na odgovorima o namjerama glasanja za određenu političku stranku.⁵ U oba istraživanja na to se pitanje odgovaralo zaokruživanjem jedne od stranaka navedenih na zasebnome listiću, pri čemu je odgovarajućim anketnim postupkom omogućena potpuna tajnost izjašnjavanja.

Prediktorskim su varijablama držani odgovori na pitanja za koja se, temeljem prijašnjih iskustava i analiza, moglo opravdano očekivati da će, sa stajališta naznačenih ciljeva rada, bolje diskriminirati skupinu izjašnjenih i neizjašnjenih ispitanika. Zbog određenih razlika u sadržaju anketnih upitnika iz 1996. i 1997. godine, analizirane skupine podataka donekle se razlikuju brojem i vrstom obuhvaćenih varijabli.

Iz istraživanja 1996. godine izdvojeni su odgovori na ukupno 19 pitanja: praćenje političkih događanja; sudjelovanje na prijašnjim izborima; pripravnost izlaska na nove izbore; opći stav prema aktualnoj hrvatskoj vlasti; podrška tadašnjem predsjedniku Republike; zadovoljstvo stranačkim sastavom Sabora; mišljenje o opravdanosti povjerenja ukazano tada vladajućoj stranci; procjena općeg raspoloženja u Hrvatskoj; ocjena stanja u Hrvatskoj prije šest mjeseci; ocjena trenutnog stanja; ocjena stanja u sljedećih šest mjeseci; praćenje informativnih medija; povjerenje u medije; orijentiranost na

⁵ U istraživanju 1996. riječ je o hipotetskim parlamentarnim izborima (koji bi se proveli „u ovom trenutku“), a 1997. o tada već raspisanim izborima za Županijski dom Sabora. Da bi se bolje rasvijetlilo pitanje neizjašnjavanja provedena se analiza u oba slučaja temelji na odgovorima o glasačkim preferencijama, bez odgovora inicijalno neizjašnjenih ispitanika o sklonostima određenoj političkoj stranci.

neformalne izvore informiranja (obitelj, prijatelji, znanci); spol; dob; školska sprema ispitanika; naobrazba roditelja; članstvo u strankama.

Iz anketne građe prikupljene istraživanjem 1997. godine u analizu je uključeno 14 sljedećih varijabli: praćenje informacija o predstojećim izborima; pripravnost izlaska na izbore; sudjelovanje na prijašnjim izborima; povjerenje u regularnost predstojećih izbora; upoznatost sa stranačkim listama; očekivani utjecaj izbora na stanje u Hrvatskoj; očekivani utjecaj izbora na lokalnu situaciju; opći stav prema aktualnoj hrvatskoj vlasti; podrška tadašnjem predsjedniku Republike; mišljenje o lokalnoj vlasti; spol; dob; školska sprema; članstvo u strankama.

U obradi podataka, anketni su podaci reskalirani – za svako obuhvaćeno pitanje (prediktorsku varijablu) dobiveni su odgovori poredani po intenzitetu, od najmanjeg do najvećeg, a odgovorima „ne znam“, „ne sjećam se“, „nemam određenoga stava“ i sl. pridružene su srednje numeričke vrijednosti. Na prvoj razini analize, za svaku od promatranih skupina ispitanika (potencijalni glasači vladajuće stranke, potencijalni glasači neke od oporbenih stranaka i neizjašnjeni ispitanici) izračunane su srednje skalne vrijednosti, a značajnosti razlika testirane postupkom jednosmjerne analize varijance. U drugom je koraku primijenjena metoda diskriminativne analize s pomoću koje se, na obuhvaćenim indikatorima socijalnog statusa, političke zainteresiranosti i političkih stavova, pokušalo izdvojiti glavne razlikovne dimenzije promatranih skupina ispitanika.

Osnovna razina analize

Prosjeci promatranih prediktorskih varijabli u oba istraživanja pokazuju da su se na gotovo svim obuhvaćenim indikatorima informiranosti, stavova i socijalnoga statusa promatrane skupine ispitanika međusobno značajno razlikovale (na svim varijablama F-omjer je značajan na razini od jedan posto, s iznimkom varijable spola iz istraživanja 1997. godine u kojem je značajan na razini od pet posto). Podrobniji podaci o tome prikazani su u Tablici 1.

Tablica 1

Prosjeci promatranih varijabli u istraživanjima 1996. i 1997. godine

Varijable	Istraživanje 1996.					Istraživanje 1997.				
	Glasači HDZ-a	Neizjašnjeni	Glasači oporbe	Raspon ljestvica	F-omjer	Glasači HDZ-a	Neizjašnjeni	Glasači oporbe	Raspon ljestvica	F-omjer
Broj ispitanika	745	398	904	–	–	1282	449	1893	–	–
Praćenje izbora	2,17	1,80	2,06	1–4	34,5467**	2,80	2,28	2,60	1–4	57,8221**
Namjera izlaska na izbore	4,65	3,87	4,49	1–5	98,1211**	4,79	4,06	4,68	1–5	156,3745**
Faktor sudjelovanja na prijašnjim izborima	0,13	0,19	0,02	–3 do +3	16,6832**	0,17	–0,29	–0,04	–3 do +3	42,9740**
Povjerenje u regularnost izbora	–	–	–	–	–	2,60	2,11	2,02	1–3	214,9951**
Poznavanje lista kandidata	–	–	–	–	–	1,71	1,45	1,75	1–3	29,6116**
Očekivanje utjecaja izbora na budućnost Hrvatske	–	–	–	–	–	3,49	3,19	3,29	1–4	88,5761**
Stav o hrvatskoj vlasti	3,82	2,71	1,56		391,5318**	4,05	3,01	2,69	1–5	647,7120**
Podrška predsjedniku Tuđmanu	4,26	3,31	2,89		366,0718**	4,45	3,48	3,17	1–5	562,9153**
Stav o lokalnoj vlasti	–	–	–	–	–	3,38	2,77	2,59	1–5	76,6157**
Zadovoljstvo stranačkim sastavom Sabora	1,85	1,62	1,31	1–4	272,2798**	–	–	–	–	–
Povjerenje u HDZ	3,86	2,82	2,33	1–5	469,0448**	–	–	–	–	–
Procjena optimizma javnosti	2,29	1,76	1,62	1–3	136,3654**	–	–	–	–	–
Ocjena stanja/prije 6 mjeseci	5,35	4,14	3,95	1–10	149,4864**	–	–	–	–	–
Ocjena stanja/sada	4,86	3,97	3,84	1–10	81,1807**	–	–	–	–	–

Varijable	Istraživanje 1996.					Istraživanje 1997.				
	Glasači HDZ-a	Neizjašnjeni	Glasači oporbe	Raspon ljestvica	F-omjer	Glasači HDZ-a	Neizjašnjeni	Glasači oporbe	Raspon ljestvica	F-omjer
Ocjena stanja/u budućih 6 mjeseci	6,25	4,50	4,27	1-10	185,5339**	-	-	-	-	-
Neformalno informiranje	1,83	1,88	1,70	1-3	9,5123**	-	-	-	-	-
Faktor praćenja medija	0,21	0,23	0,28	-3 do +3	84,9774**	-	-	-	-	-
Faktor povjerenja u medije	-0,02	-0,04	-0,04	-3 do +3	1,1835**	-	-	-	-	-
Spol	1,51	1,60	1,48	1-2	7,9327**	1,51	1,57	1,47	1-2	4,0105*
Prosječna starost	52	51	45	-	51,3452**	53	50	46	-	77,1835**
Školska sprema	4,37	4,43	5,40	1-8	106,2696**	4,56	4,67	5,29	1-8	95,4433**
Faktor obrazovanja roditelja	-0,28	-0,16	0,29	-3 do +3	86,8378**	-	-	-	-	-
Članstvo u strankama	1,87	1,97	1,94	1-2	25,0303**	1,16	1,03	1,08	1-2	39,6442**

** $p \leq 0,01$, * $p \leq 0,05$

Već na ovoj razini analize rezultati sugeriraju da su neizjašnjeni ispitanici manje zainteresirani za sudjelovanje na izborima i slabije o njima informirani, nego ispitanici koji su izrazili namjere glasovanja na izborima, bilo da je riječ o potencijalnim glasačima vladajuće stranke, bilo pak o mogućim biračima neke od oporbenih stranaka: u usporedbi s izjašnjenima, neizjašnjeni ispitanici su rjeđe pratili informacije o izborima (odnosno političke događaje općenito), bili su manje pripravnici za izlazak na buduće izbore, rjeđe su sudjelovali na prijašnjima, slabije su poznavali liste kandidata i imali su slabije definirana očekivanja glede mogućeg utjecaja izbornih rezultata na razvitak lokalne situacije ili stanje u Hrvatskoj uopće. Na većini indikatora političkih stavova (povjerenje u regularnost izbora, stav o aktualnoj vlasti, podrška predsjedniku Republike, stav o lokalnoj vlasti, opravdanost povjerenja ukazanoga HDZ-u, društveni optimizam) neizjašnjeni su ispitanici bliži potencijalnim glasačima oporbenih stranaka

nego mogućim glasačima trenutno vladajuće stranke koji su, razumije se, na svim obuhvaćenim pitanjima izražavali puno više afirmativnih stavova nego osobe sklonije izboru neke od tada oporbenih stranaka. I na kraju, u odnosu prema obuhvaćenim indikatorima socijalnog statusa, rezultati sugeriraju da je u skupini neizjašnjenih ispitanika zastupljenost žena nešto vjerojatnija nego među izjašnjenim ispitanicima (razlika je značajna samo za istraživanje iz 1996. godine) te da su u pogledu životne dobi, osobne naobrazbe i naobrazbe roditelja neizjašnjeni ispitanici sličniji potencijalnim glasačima tada vladajuće stranke (koji su u prosjeku bili stariji, manje naobraženi i slabijeg obrazovnog „podrijetla“) nego oporbeno naklonjenim glasačima. Na dimenziji političkog aktiviteta (članstvo u strankama) pokazalo se da su osobe koje se nisu izjašnjavale o namjerama glasanja na izborima tek nešto rjeđe bile članovi političkih stranaka nego izjašnjeni ispitanici, ali je razlika prema potencijalnim biračima vladajuće stranke osjetno veća nego prema mogućim oporbenim biračima.

Rezultati diskriminativne analize

Zapažanja utemeljena na uspoređivanju prosjeka varijabli provjerena su diskriminativnom analizom kojom je utvrđeno na kojim su se obuhvaćenim dimenzijama promatrane skupine ispitanika najviše međusobno razlikovale. U obje skupine podataka (istraživanje 1996. i 1997. godine) analizom su izdvojene po dvije statistički značajne diskriminativne funkcije. Njihova je struktura prikazana u Tablicama 2 i 3.

Predočeni podaci pokazuju da je u oba istraživanja eksplikatorni prostor prve diskriminativne funkcije ponajprije određen varijablama stavova prema aktualnoj političkoj situaciji te, u manjoj mjeri, i nekim sociodemografskim varijablama. U skupini podataka iz 1996. godine najznačajniju projekciju imaju stavovi o tada vladajućem HDZ-u, ukupnoj hrvatskoj vlasti i predsjedniku Tuđmanu te zadovoljstvo stranačkim sastavom Sabora, nešto su manje važni obuhvaćeni indikatori socijalnoga optimizma (optimistična očekivanja glede budućnosti te ocjene trenutačne društvene situacije i bliže prošlosti), a na samom su rubu značajnosti negativne projekcije obrazovnog statusa ispitanika i naobrazba njegovih roditelja. Slično tome, u skupini podataka iz 1997. godine na prvoj su diskriminativnoj funkciji najznačajnije projicirani stavovi o aktualnoj hrvatskoj vlasti i tadašnjem predsjedniku države, nešto je manje značajno povjerenje u regularnost izbora i stavovi prema lokalnoj vlasti, a granične su značajnosti očekivanja glede utjecaja izbora na lokalnu situaciju i budućnost Hrvatske (negativna korelacija) te životna dob i naobrazba ispitanika.

U obje skupine podataka druga diskriminativna funkcija pretežno je objašnjena varijablama zainteresiranosti za izbore, ponajprije namjerom izlaska na izbore te, u nešto manjoj mjeri, pažljivim praćenjem informacija o izborima u različitim

sredstvima javnoga priopćavanja. U skupini podataka iz 1997. godine ta je dimenzija određena i varijablama informiranosti o listama stranačkih kandidata te izlascima na prijašnje izbore, a s graničnom značajnošću i povoljnim očekivanjima glede mogućeg utjecaja izbora na budućnost Hrvatske i razvoj situacije na lokalnome planu. U oba je istraživanja na granici značajnosti naobrazba ispitanika, odnosno obrazovni status roditelja (istraživanje 1996.) i članstvo ispitanika u političkim strankama (1997.).

Diskriminativna vrijednost izdvojenih dimenzija umjereno je visoka. Na osnovi uključenih varijabli, istraživanjem iz 1996. godine moguće je objasniti 42% razlika u političkim stavovima između potencijalnih glasača tada vladajuće stranke, osoba naklonjenih oporbenim strankama i onih koje se nisu očitovale o izbornim preferencijama, dok je istraživanjem iz 1997. objašnjeno 33% posto takvih razlika.

Tablica 2
Struktura diskriminativnih funkcija – istraživanje 1996. godine

Varijable	Funkcija 1: Politički stavovi	Funkcija 2: Interes za izbore
Povjerenje u vladajuću stranku (HDZ)	0,80	
Stav o aktualnoj hrvatskoj vlasti	0,73	
Podrška predsjedniku Tuđmanu	0,71	
Zadovoljstvo stranačkim sastavom Sabora	0,60	
Ocjena stanja u Hrvatskoj/ubuduće	0,49	
Ocjena stanja u Hrvatskoj/prije	0,46	
Procjena optimizma javnosti	0,41	
Ocjena stanja u Hrvatskoj/sada	0,36	
Obrazovanje roditelja	-0,28	0,26
Godina rođenja ispitanika	-0,24	
Namjere izlaska na izbore		0,77
Praćenje informacija o izborima		0,43
Praćenje informativnih medija		0,42
Obrazovanje ispitanika	-0,33	0,41
Članstvo u strankama		0,23
Izlasci na prijašnje izbore		0,22
Kanonička korelacija	0,65	0,35
Značajnost	0,01	0,01
Objašnjena varijanca (%)	42,3	12,3

Tablica 3
Struktura diskriminativnih funkcija – istraživanje 1997.

Varijable	Funkcija 1: Politički stavovi	Funkcija 2: Interes za izbore
Stavovi o aktualnoj hrvatskoj vlasti	0,87	
Podrška predsjedniku Tuđmanu	0,81	
Povjerenje u regularnost izbora	0,50	
Stavovi o lokalnoj vlasti	0,43	
Školska sprema ispitanika	-0,30	0,29
Godina rođenja ispitanika	-0,30	
Očekivani utjecaj izbora na budućnost Hrvatske	0,29	0,29
Namjera izlaska na izbore		0,87
Praćenje informacija o izborima		0,41
Informiranost o listama kandidata		0,40
Izlasci na prijašnje izbore		0,33
Očekivani utjecaj izbora na lokalnu situaciju	0,27	0,28
Članstvo u strankama		0,25
Kanonička korelacija	0,57	0,37
Značajnost	0,01	0,01
Objašnjena varijanca (%)	32,5	13,7

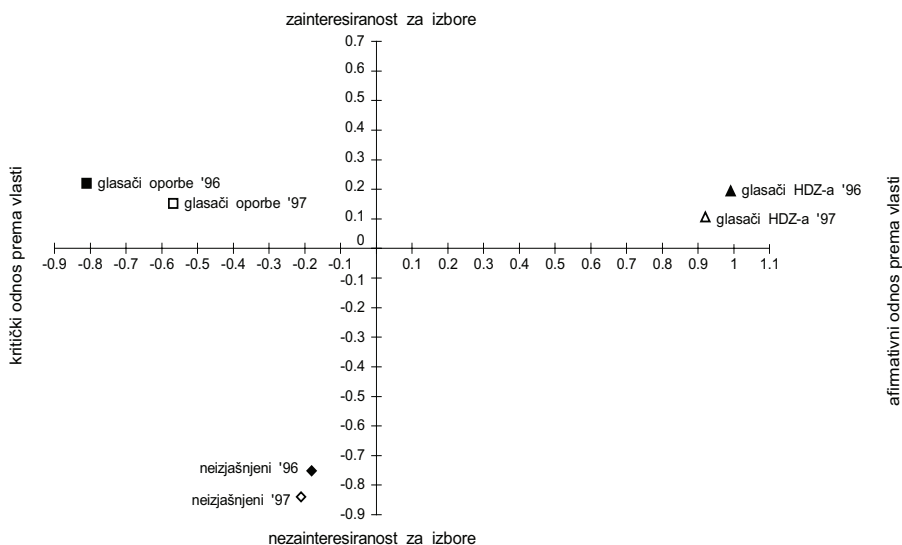
U pogledu zainteresiranosti za izbore, razlikovna snaga izdvojenih funkcija značajno je manja – u istraživanju iz 1996. objašnjeno je 12%, a u istraživanju iz 1997. godine 14% razlika među promatranim skupinama ispitanika.

Prosječne vrijednosti (centroidi) za promatrane skupine i njihov razmještaj u dvodimenzionalnom prostoru prikazani su u Tablici 4 i na Slici 1.

Tablica 4
Grupni prosjeci (centroidi) za diskriminativne funkcije

	Istraživanje 1996.		Istraživanje 1997.	
	Funkcija 1	Funkcija 2	Funkcija 1	Funkcija 2
Glasači HDZ-a	1,07	0,14	0,92	0,07
Neizjašnjeni ispitanici	-0,16	-0,76	-0,21	-0,84
Glasači oporbe	-0,81	0,22	-0,57	0,15

Slika 1
Grupni prosjeci u prostoru diskriminativnih funkcija



Predočeni rezultati jasno pokazuju da u oba istraživanja prva diskriminativna funkcija najviše razlikuje potencijalne glasače HDZ-a od ostalih dviju skupina. Drugim riječima, na dimenziji odnosa prema aktualnoj hrvatskoj vlasti neizjašnjeni ispitanici i potencijalni glasači oporbe međusobno su relativno slični te bitno različiti od potencijalnih glasača HDZ-a. Interpretirani sa stajališta glavnoga cilja istraživanja, dobiveni rezultati otkrivaju da su neizjašnjeni ispitanici, iako smješteni u blizini neutralnih vrijednosti kontinuuma, glede općih stavova prema vlasti bili sličniji potencijalnim glasačima oporbe nego biračima tada vladajuće stranke.

Diskriminativna dimenzija zanimanja za izbore u oba istraživanja maksimalizira razlike između neizjašnjenih ispitanika i ostalih dviju skupina koje su izrazile namjeru glasovanja za određenu stranku. Sadržaj diskriminativne funkcije i smještaj pojedinih skupina na kontinuumu potvrđuje prijašnje zapažanje da su osobe koje se u anketi ne opredjeljuju ni za koju stranku manje zainteresirane za izbore nego izjašnjeni ispitanici, bilo da je riječ o onima koji se očituju u korist trenutno vladajuće stranke, bilo o onima koji preferiraju neku od oporbenih izbornih mogućnosti.

Zaključak

Rezultati studije potvrđuju polaznu pretpostavku da se osobe koje u anketi uskraćuju odgovor o mogućem glasačkom opredjeljenju, prema nekim osobinama važnima za izbornu ponašanje, razlikuju od osoba koje se izjašnjavaju u prilog neke od ponuđenih izbornih mogućnosti. U sklopu provedenih istraživanja, neizjašnjeni su ispitanici, u usporedbi s izjašnjenima, očitovali manje zanimanja za izbore i pokazali da su o njima bili slabije informirani – izražavali su manju pripravnost za izlazak na izbore, rjeđe su pratili informacije o izborima i informativne medije uopće, bili su manje upoznati s listama stranačkih kandidata, nešto su rjeđe sudjelovali na prijašnjim izborima i imali su nešto slabije definirana očekivanja glede mogućeg utjecaja izbora na stanje u lokalnoj zajednici ili Hrvatskoj uopće. Sa stajališta istraženih političkih stavova, izražavali su veću kritičnost prema tadašnjoj hrvatskoj vlasti i općoj društvenoj situaciji nego potencijalni glasači tada vladajuće stranke, a bili su nešto manje kritični nego mogući birači neke od oporbenih stranaka. Važno je ipak naglasiti da su po svojim političkim stavovima, relevantnima za glasačke preferencije, u prosjeku bili sličniji mogućim glasačima oporbenih stranaka nego osobama sklonima trenutno vladajućoj stranci.

Kada je riječ o obuhvaćenim sociodemografskim varijablama, razlike između neizjašnjenih i izjašnjenih ispitanika nisu osobito uočljive. Prema nekim analiziranim osobinama, osobe koje se u anketi nisu izjašnjavale o glasačkom opredjeljenju ipak su bile nešto sličnije potencijalnim glasačima HDZ-a (stariji, slabije naobrazbe i obrazovnog „podrijetla“) nego oporbeno orijentiranim biračima.

Sa stajališta mogućeg izbornog ponašanja, rezultati provedenih analiza pokazuju da, u sklopu analiziranih istraživanja, neizjašnjene ispitanike nije opravdano držati homogenom skupinom ujednačenog reagiranja na konkretnu izbornu situaciju. Sukladno dobivenim rezultatima, puno je točnije zaključiti da je riječ o dvije ponašajno različite skupine, s različitim razlozima neizjašnjavanja u anketi. Dio neizjašnjenih ispitanika, zbog nedostatne zainteresiranosti, vjerojatno nije namjeravao izići na izbore, pa je stoga razumljivo da te osobe nisu ni mogle navesti stranku za koju bi glasovale. Za ostale ispitanike, koji bi se izborima ipak odazivali, na temelju zabilježenih političkih stavova čini se vjerojatnim da su bili skloniji glasovati za neku od oporbenih stranaka nego za stranku na vlasti. Razlozi njihova neizjašnjavanja o stranačkoj preferenciji mogli bi biti dvojaki – nedostatna sigurnost u izbor određene stranke ili pak prosudba o „društvenoj nepoželjnosti“ vlastita izbora. U svakom slučaju, rezultati analize podržavaju stajalište o rizičnosti mehaničkog isključivanja neizjašnjenih ispitanika iz obuhvaćenih uzoraka istraživanja javnoga mnijenja što ipak

ne znači da, u nekim prilikama, takav postupak proporcionalnog preračunavanja ne može dati i zadovoljavajuće rezultate.⁶

Iako su glavni zaključci ove studije u skladu s iskustvima američkih istraživača (npr. Francis i Busch, 1975.) i nekim zapažanjima zabilježenima u našoj sredini (Lamza Posavec, 1995.), zbog situacijske određenosti izbornih preferencija i javnoga mnijenja uopće, slične bi analize trebalo ponoviti na rezultatima istraživanja zabilježenima u nekim drugim političkim i izbornim okolnostima (npr. drukčija raspodjela vlasti i profiliranost političkog prostora, predsjednički, lokalni ili drugi izbori i sl.). Iako je malo vjerojatno da bi ponudile sasvim pouzdanu „formulu“ za korekciju nepreciznosti, nastalih zbog nepotpunog izjašnjavanja o glasačkim namjerama, takve bi analize barem mogle pridonijeti boljem razumijevanju rezultata (predizbornih) istraživanja javnoga mnijenja te njihovoj smislenijoj i pouzdanijoj interpretaciji.

⁶ Vidjeti poglavlja: *Mogućnosti validacije predizbornog javnog mnijenja i Pokušaji identifikiranja „vjerojatnih glasača“*.

POKUŠAJI IDENTIFICIRANJA „VJEROJATNIH GLASAČA“

Razmjerno niska stopa odazivanja izborima, karakteristična za većinu demokratskih zemalja, i u našim uvjetima aktualizira potrebu izgradnje koherentnog modela za pouzdano razlikovanje birača koji će glasovati na budućim izborima od onih koji to vjerojatno neće učiniti. U slučaju veće izborne apstinencije prediktivna valjanost istraživačkih rezultata može biti ozbiljno narušena zbog – empirijskim analizama utvrđene činjenice – da se osobe koje izlaze na izbore prema demografskim osobinama, političkim stavovima i drugim relevantnim karakteristikama značajno razlikuju od onih koji u njima odbijaju participirati,¹ pa se stoga, i unatoč primjeni korektno istraživačke metodologije, rezultati istraživanja provedenog na uzorku punoljetnog stanovništva mogu znatno razlikovati od rezultata izbora. Tako nastalu pristranost istraživanja moguće je korigirati samo u slučaju ako se osnovni skup za izbor uzorka definira na razini onog dijela glasačkoga tijela koji će se odazvati budućim izborima. No, kako je riječ o projekciji budućeg ponašanja, u tu je svrhu nužno definirati valjane prediktore na temelju kojih bi se takva skupina birača mogla prepoznati i operativno definirati za potrebe empirijskog istraživanja.

Zanimanje za problem predviđanja izborne participacije datira još od početka „modernog“ razdoblja anketnih istraživanja, od kraja četrdesetih i početka pedesetih godina prošloga stoljeća. Da bi umanjili nepovoljni utjecaj izborne apstinencije na prediktivnu valjanost predizbornih istraživanja javnoga mnijenja, američki su istraživači već tada nastojali osmisliti djelotvornu metodu za otkrivanje populacije „vjerojatnih glasača“ (*likely voters*), tj. onog dijela glasačkoga tijela za koji se, u skladu s postavljenim kriterijem, može utvrditi zadovoljavajući stupanj vjerojatnosti sudjelovanja na budućim izborima. Iako su od tada razvili mnoštvo različitih modela i tehnika za njihovo prepoznavanje i tako nastojali poboljšati istraživačke procjene izbornih rezultata (npr. Crespi, 1977.; Dimock i sur., 2001.; Freeman, 1953.; Kraut i McConahay, 1973.; Miller, 1952.; Newport, 2000.; 2001.; Perry, 1973.; 1979.; Traugott i Tucker, 1984.), ni jedno od predloženih rješenja nije sasvim zadovoljavajuće. Kao i u svezi s drugim metodološkim problemima, i u ovom se slučaju pokazalo da, zbog snažne kontekstualne determiniranosti javnoga mnijenja i s njime povezanoga izbornog ponašanja, određeni istraživački pristupi, vrlo uspješni u nekoj izbornoj situaciji, u drugim okolnostima

¹ Karakteristike izbornih apstinenata detaljnije su opisane u poglavlju *Izborna apstinencija: tko i zašto se ne odaziva izborima?*

ne moraju dati jednako dobre rezultate. Ipak, validacijske analize u cjelini otkrivaju da, bez obzira na promjenjivu uspješnost konkretnoga rješenja, primjena bilo kojega razrađenijeg modela „vjerojatnih glasača“ u američkim uvjetima značajno pridonosi preciznosti predizbornih istraživanja. To, među ostalim, potvrđuju i komparativne analize valjanosti istraživanja koje se temelje na različitim definicijama osnovnoga skupa, kao npr. analiza provedena prilikom američkih predsjedničkih izbora 1988. godine: kao što izvještava Kagay (1992.), najprecizniju procjenu izbornih rezultata postigla su istraživanja „vjerojatnih glasača“, potom istraživanja na uzorcima registriranih glasača, a najmanje precizna istraživanja uzoraka cijele punoljetne populacije.

Jedan od utjecajnijih modela za otkrivanje „vjerojatnih glasača“, koji se u različitom opsegu i modifikacijama učestalo primjenjuje u američkim istraživanja predizbornog javnog mnijenja, razvio je negdašnji Gallupov istraživač Paul Perry (1973.; 1979.), još u tijeku pedesetih i šezdesetih godina prošloga stoljeća (Dimock i sur., 2001.). Model se temelji na devet anketnih pitanja povezanih s namjerama izlaska na buduće izbore i prijašnjom izbornom participacijom, informiranošću o mjestu glasanja, registracijom u biračkom popisu, zanimanjem za buduće izbore, općom zainteresiranošću za politiku i intenzitetom izborne preferencije. Radi podrobnije informacije, evo izvornih formulacija tih pitanja kako ih navodi Perry (1979.):

1. Namjera sudjelovanja na izborima: *Namjeravate li ili ne namjeravate glasovati na predstojećim izborima? Koliko ste sigurni da ćete glasovati – sasvim sigurni, donekle sigurni ili uopće niste sigurni?*
2. Registracija na biračkom popisu: *Jeste li registrirani kao birač i stoga u mogućnosti da glasujete na predstojećim izborima? (Ako nije registriran: Namjeravate li se registrirati kako biste mogli glasovati na predstojećim izborima?)*
3. „Ljestve“: *Na ovoj su slici ljestve. Recimo da je na najvišoj prečki ljestava, označenoj s brojem 10, osoba koja će sasvim sigurno glasovati na predstojećim izborima, a ispod najniže prečke, označene „nulom“, jest osoba koja sasvim sigurno neće glasovati. Na koju biste prečku sebe smjestili?*
4. Učestalost odazivanja izborima: *Kako često glasujete na izborima – uvijek, gotovo uvijek, ponekad ili rijetko?*
5. Sudjelovanje na prethodnim izborima: *Jeste li na prethodnim izborima (navesti mjesec i godinu), kad se biralo između kandidata A i B, bili zbog nečega spriječeni da glasujete ili ste možda glasovali? Za koga ste glasovali?*
6. Lociranost glasačkog mjesta: *Gdje glasuju ljudi koji žive u vašem susjedstvu?*
7. Zanimanje za politiku: *Općenito govoreći, što biste mogli reći koliko ste zainteresirani za politiku – znatno, donekle, vrlo malo ili uopće niste zainteresirani?*

8. Zainteresiranost za predstojeće izbore: *Koliko pozornosti pridajete predstojećim izborima – prilično, mnogo ili tek malo?*
9. Intenzitet izborne preferencije: *Koliko ste, u ovom trenutku, sigurni u svoj izbor – vrlo sigurni, donekle sigurni ili uopće niste sigurni?*

Sukladno odgovorima na spomenuta pitanja, ispitanici se rangiraju prema kriteriju Guttmanovog skaliranja, u rasponu od najmanje vjerojatnih do najviše vjerojatnih glasača, a „prijelomna točka“ (*cutting point*), za izdvajanje skupine ispitanika sa zadovoljavajućom vjerojatnošću izlaska na izbore određuje se temeljem arbitrarne ili statističke procjene mogućeg izbornog odziva.² Tako definirana skupina „vjerojatnih glasača“ postaje okvir za izbor uzorka završnih predizbornih istraživanja ili kriterij za ponderiranje i konačnu analizu rezultata zabilježenih na uzorku cijeloga glasačkoga tijela.³

Postizborne validacijske analize, provedene na temelju uspoređivanja procijenjene vjerojatnosti izborne participacije ispitanika i objektivnih podataka o njihovu sudjelovanju ili nesudjelovanju na izborima, pokazale su da je predloženi model, iako ne i precizan instrument, dovoljno valjan empirijski postupak koji može osigurati prediktivno pouzdanije i preciznije rezultate nego uzorci iz populacije cijeloga glasačkoga tijela. Iako je ta metoda primjenjivana u predizbornim istraživanjima s promjenjivim uspjehom (Traugott i Tucker, 1984.), njezinim se stalnim modificiranjem i usavršavanjem⁴ postizalo sve preciznije predviđanje izbornih rezultata. Uz ostalo, to potvrđuju i rezultati temeljite validacijske analize Dimocka i suradnika (2001.) kojom je provjerena učinkovitost toga pristupa na primjeru izbora za gradonačelnika Philadelphije 1999. godine. Glavni je zaključak da se primjenom Perryjeva modela omogućuje znatno bolje predviđanje stvarnoga glasačkog ponašanja nego što bi to bilo moguće kad bi

² Za potrebe egzaktnijeg određivanja „prijelomne točke“ izdvajanja potencijalnih glasača Crespi (1977.) je razvio indeks vjerojatnog izbornog odziva koji se temelji na rezultatima jednog ili više istraživanja namjera glasovanja, provedenih približno mjesec dana prije izbornog termina. (Postupak se temelji na pretpostavci da namjera sudjelovanja na izborima nije tako promjenjiva kao izborne preferencije.) Tako utemeljena predikcija izbornog odziva pokazala se prilično valjanom pa se, na primjer, u razdoblju od 1956. do 1976. predviđeni izborni odziv razlikovao od stvarnoga u rasponu od 0,2 do 6,0 postotnih bodova, s prosječnim odstupanjem od 2,2 postotka. Neki drugi autori (npr. Traugott i Tucker, 1977.) predložili su da se umjesto rangiranja ispitanika prema modelu Guttmanovog skaliranja koristi indeks „vjerojatnoće glasovanja“ određen na temelju nekoliko „najjačih“ prediktora.

³ To znači da se podaci ponderiraju u skladu s relevantnim karakteristikama „vjerojatnih glasača“ ili se preračunavaju i iskazuju samo za ispitanike koji pripadaju toj skupini.

⁴ Kao što to navodi Kagay (1992.), različite su istraživačke institucije, uglavnom po uzoru na Perryjevu metodu, razvile različite postupke izdvajanja „vjerojatnih glasača“ pa je stoga teško govoriti o nekoj jedinstvenoj ili općeprihvaćenoj metodi identificiranja te skupine glasačkoga tijela.

se predikcija temeljila na odgovorima svih registriranih birača⁵ – ispitanici koji su, prema bilo kojem od osam testiranih Perryjevih prediktora, izdvojeni kao „vjerojatni glasači“ u značajno su većoj proporciji doista glasovali⁶ nego oni za koje je ocijenjeno da vjerojatno neće izići na izbore, a selekcijom uzorka na skupinu „vjerojatnih glasača“ u većini se slučajeva značajno poboljšala preciznost procjene izbornih rezultata. Uz to je utvrđeno da se proširivanjem modela na neke dodatne pokazatelje izbornoga ponašanja⁷ prediktivna vrijednost istraživanja ne mijenja bitno, ni u smislu stvarnog izlaska ispitanika na izbore, ni u smislu procjene izbornih rezultata. S druge se strane pak pokazalo da se, bez većih gubitaka za valjanost istraživanja, postojeći model može reducirati i na manji broj ključnih prediktora, kao što su zainteresiranost za predstojeće izbore, informiranost o mjestu glasovanja, samoprocjena vjerojatnosti izlaska na izbore te učestalost glasovanja na prijašnjim izborima (Dimock i sur., 2001.)

Do vrlo su sličnih zaključaka o mogućnostima reduciranja Perryjeva modela već puno prije došli i neki drugi istraživači (npr. Campbell, 1960.; Converse i Marcus, 1979.; Traugott i Tucker, 1984.), izdvojivši nekoliko „najjačih“ prediktora koji bi možda čak i bolje diskriminirali skupinu „vjerojatnih glasača“ nego tako veliki broj predloženih varijabli. U američkim se uvjetima pokazalo da je u tom smislu diskriminativno najsažnija varijabla registracije na popisu birača, na drugom je mjestu sudjelovanje na prošlim izborima, a na trećemu interes za izbornu kampanju. Dihotomizacija selektiranih varijabli, kao i poznavanje redoslijeda prema njihovoj razmjernoj prognostičkoj valjanosti, omogućuju određivanje indeksa vjerojatnosti glasovanja koji se, prema Traugottu i Tuckeru (1984.), u praksi pokazuje upotrebljivijim nego Guttmanovo skaliranje temeljeno na korištenju većeg broja prediktora. Drugi izvori pokazuju da se u američkim predizbornim istraživanjima javnoga mnijenja (npr. The New York Times, 1990.) kao prediktori izborne participacije najčešće upotrebljavaju registracija glasača na biračkim popisima, sudjelovanje na prošlim izborima i namjera izlaska na buduće izbore. Uvođenje drugih

⁵ Istraživanje je provedeno na registriranim biračima tako da je već u početnom koraku uvažilo jedan od ključnih Perryjevih prediktora. Da je istraživanje provedeno na uzorku ukupnoga stanovništva s biračkim pravom, razlike među rezultatima zasigurno bi bile još veće.

⁶ Temeljem uvida u biračku evidenciju, nakon izbora je provjereno koji je ispitanik doista glasovao, a koji nije.

⁷ U istraživanju Dimocka i suradnika (2001.) Perryjev je model pokusno proširen sljedećim varijablama: zanimanje za izbornu kampanju, poteškoće u svezi s izlaskom na izbore, samoprocjena vlastite informiranosti za kvalitetno odlučivanje, kontakti s kandidatovom strankom ili nositeljima kampanje, promjena mjesta boravka u posljednje dvije godine, glasovanje na prethodnim izborima za Kongres, jačina potpore kandidatu, dojam intervjuera o ispitanikovoj zainteresiranosti za predstojeće izbore.

prediktora, uključujući i demografske osobine koje su također u korelaciji s namjerama glasovanja, u većini slučajeva tek beznačajno pridonosi prediktivnoj valjanosti rezultata.

Velika zainteresiranost američkih istraživača za pronalaženje pouzdanog postupka otkrivanja „vjerojatnih glasača“ nipošto nije posljedica samo iznimne razvijenosti istraživanja javnoga mnijenja na području SAD-a nego i uobičajeno slabog izbornog odziva koji, na nacionalnoj razini, već do početka 1970-ih uglavnom nije prelazio granicu od 60 posto biračkoga tijela (Hout i Knoke, 1975.; Kagay, 1992.). Kako je iskustvo u predizbornim istraživanjima javnoga mnijenja u Hrvatskoj neusporedivo skromnije nego u SAD-u, a opravdanost doslovnog prenošenja stranih iskustava više nego upitna, lako je razumjeti koliko je za valjanost predizbornih istraživanja i u našim uvjetima važno rješavanje tog metodologijskog problema. Iako su u prvim godinama nakon uvođenja višestranačkih izbora proporcije izbornog odziva bile razmjerno visoke, pa selekcija mogućih glasača vjerojatno i ne bi osobito utjecala na prediktivnu valjanost istraživanja, prilično kolebljiv, ali u cjelini ipak silazni trend odazivanja izborima, koji u nekim izbornim situacijama ne dostiže ni 50 posto od ukupnoga broja upisanih birača,⁸ i u našim uvjetima nameće potrebu izgradnje pouzdanog modela za identificiranje „vjerojatnih glasača“. Metodologijska važnost takvog modela to je veća uzme li se u obzir da bi odluka o izornoj participaciji barem u nekom dijelu mogla biti povezana s političkim opredjeljenjem birača.⁹

U vrlo reduciranom obliku, utemeljenom samo na pitanju o namjeri izlaska na izbore, selekciju „vjerojatnih glasača“ u nas su prvi put pokušali provesti istraživači agencije Puls u povodu županijskih i lokalnih izbora 1993. godine da bi se poslije sličan postupak primjenjivao i u drugim istraživanjima izbornih preferencija u Hrvatskoj. No kako je riječ o uporabi samo jednog prediktora koja ne mora uvijek dati zadovoljavajuće rezultate,¹⁰ činilo se potrebnim provjeriti i prikladnost nekih drugih anketnih pitanja kao mogućih kriterija za identificiranje ispitanika s vjerojatnošću odazivanja budućim izborima. U tu su svrhu provedene dvije zasebne analize utemeljene na rezultatima istraživanja od 1992. do 2001. godine, dobivenih u različitim izbornim situacijama (izbori za Zastupnički odnosno Županijski dom Sabora

⁸ To se odnosi ponajprije na lokalne i neke predsjedničke izbore iza 2000. godine.

⁹ Američki su analitičari npr. utvrdili da je izborna apstinencija proporcionalno veća među osobama sklonima Demokratskoj stranci nego među pristašama republikanaca (Kagay, 1992.), pa je stoga i u našim okolnostima realno očekivati barem neku povezanost između pripravnosti izlaska na izbore i temeljnog stranačkog opredjeljenja.

¹⁰ U slučaju istraživanja Pulsa iz 1993. godine rezultati validacijske analize su pokazali da je u istraživanju namjera glasovanja za Županijsko vijeće Sabora na razini cijele Hrvatske selekcija „vjerojatnih glasača“ na temelju pitanja o namjerama izlaska na izbore dala zadovoljavajuće rezultate, dok se istodobno provedenim istraživanjima namjera glasovanja za zastupnike gradskih vijeća nije pokazala uspješnom (Lamza Posavec, 1995.).

te predsjednički i lokalni izbori) i primjenom različitih anketnih tehnika (terenska i telefonska anketa). Obje analize imaju uporište u nekim elementima Perryjeva modela za koje se pokušalo provjeriti koliko bi, u našim okolnostima, mogli biti prikladnim kriterijima za selekciju „vjerojatnih glasača“.

Prva analiza: provjera mogućih prediktora izlaska na izbore u istraživanjima od 1992. do 1995. godine

Prva se analiza zasniva na podacima prikupljenima u sklopu istraživanja javnoga mnijenja u srpnju 1992., siječnju 1993. i prosincu 1994. godine te kolovozu/rujnu 1995. godine (Lamza i sur., 1992.a; 1993.a; 1995.a; 1995.b). Sva analizirana istraživanja provedena su tehnikom usmene ankete uz mogućnost tajnog izjašnjavanja o izbornim preferencijama, na probabilističkim, višestepno stratificiranim uzorcima punoljetnog stanovništva Hrvatske. Ovisno o konkretnom istraživanju, uzorci su obuhvatili 2146, 3484, 2599 odnosno 2471 ispitanika.

Na početnoj analitičkoj razini – utvrđivanje kriterija za selekciju „vjerojatnih glasača“ – obrađeni su neki podaci prikupljeni istraživanjima 1994. i 1995. godine kojima je obuhvaćeno više anketnih pitanja – potencijalnih prediktora odazivanja izborima – nego u istraživanjima iz 1992. i 1993. godine. Iako nisu bila sastavljena radi otkrivanja „vjerojatnih glasača“, ¹¹ ta anketna pitanja sadržajno korespondiraju s prediktorima Perryjeve skale kao i s nekim drugim američkim modelima vjerojatne izborne participacije. Riječ je o sljedećim varijablama odnosno anketnim pitanjima (podcrtavanjem su označeni odgovori koji indiciraju „vjerojatne glasače“):

Varijabla 1: Informiranost o političkim zbivanjima

Smatrate li da ste o našim aktualnim društvenim i političkim pitanjima dobro, osrednje ili loše informirani?

1. Dobro; 2. Osrednje; 3. Loše.

Varijable 2, 3 i 4: Sudjelovanje na prethodnim izborima

Jeste li glasovali na izborima održanima 1990., 1992. i 1993. godine?

1. Izbori u travnju 1990. godine (za članove Sabora i Skupštine općina)
2. Izbori u kolovozu 1992. (za Zastupničko vijeće Sabora i predsjednika Republike)
3. Izbori u veljači 1993. (za Županijsko vijeće i predstavnike lokalnih vlasti)

(Mogući odgovori: da, ne, ne sjećam se)

¹¹ Riječ je o *ex-post-facto* analizi u koju su uključene raspoložive varijable prijašnjih istraživanja, sadržajno odgovarajuće ciljevima analize.

Varijabla 5: Namjera sudjelovanja na budućim izborima

Kad bi se sad raspisali novi izbori, biste li izišli na izbore i glasovali?

1. Sigurno da; 2. Vjerojatno da; 3. Vjerojatno ne; 4. Sigurno ne; 5. Ne znam.

Varijabla 6: Intenzitet glasačke preferencije (sigurnost u vlastito glasačko opredjeljenje)

Koliko ste sigurni da biste glasovali upravo za stranku koju ste zaokružili?¹²

1. Jako siguran; 2. Prilično siguran; 3. Ne osobito siguran; 4. Nisam se opredijelio ni za koju stranku.

Da bi se odredila razmjerna značajnost pojedine varijable kao mogućeg prediktora izborne participacije, anketni su podaci reskalirani (odgovorima „ne znam“, „ne sjećam se“ i „nisam se opredijelio“ pridružene su neutralne numeričke vrijednosti) i podvrgnuti postupku faktorske analize.

Na drugoj razini analize pokušalo se utvrditi koliko varijable koje su se u prethodnom koraku pokazale „najjačim“ prediktorima izborne participacije mogu utjecati na valjanost rezultata istraživanja o namjerama glasovanja za ponuđene izborne opcije. Za tu je svrhu provedena komparativna validacijska analiza odgovarajućih rezultata istraživanja iz 1992. i 1993. godine, pri čemu su kriterijsku varijablu činili stvarni rezultati glasovanja na izborima 1992. i 1993. godine, a prediktorsku varijablu rezultati istraživanja o namjerama glasovanja dobiveni na uzorku cijelog glasačkoga tijela odnosno na uzorku „vjerojatnih glasača“. Budući da raspoloživi podaci nisu dopuštali suptilnije analize, „vjerojatnim glasačima“ smatrani su ispitanici koji su na obuhvaćena pitanja, za koja smo utvrdili da su zadovoljavajući prediktori izborne participacije, dali u potpunosti ili djelomično afirmativne odgovore. Za potrebe validacijske analize korištene su sljedeće statističke mjere: standardna pogreška uzorka (na razini značajnosti od jedan posto), standardna devijacija, Pearsonov koeficijent korelacije (r) i indeks pristranosti istraživanja.¹³

Važno je napomenuti da zbog prilične udaljenosti termina anketiranja od termina izbora (1992. godine razmak je od završetka istraživanja bio sedamnaest, a 1993. devetnaest dana) rezultati o namjerama glasovanja na izborima sami po sebi nemaju osobitu

¹² Pitanje je postavljeno pošto je ispitanik predao u kuverti listić na kojemu je trebao zaokružiti izbornu mogućnost za koju bi, u trenutku provođenja istraživanja, najvjerojatnije glasovao na izborima.

¹³ Kao što je navedeno u prvom poglavlju knjige, indeks pristranosti istraživanja ukazuje na odstupanje rezultata istraživanja od „pravih“ rezultata populacije (rezultati izbora) izraženo u jedinicama standardne pogreške uzorka. Korištenjem toga indeksa eliminiran je utjecaj veličine uzorka (tj. slučajnog varijabiliteta) na eventualno odstupanje prediktorskih od kriterijskih rezultata, pa su dobivene vrijednosti isključivo pokazatelj sustavnih pogrešaka ili pristranosti istraživanja.

prediktivnu vrijednost. Ipak, u analizi se pošlo od pretpostavke da će i takvi omogućiti uočavanje eventualnih promjena u valjanosti istraživačkih procjena, u ovisnosti od definicije osnovnog skupa za izbor uzorka istraživanja (uzorak cijelog glasačkoga tijela odnosno uzorak „vjerojatnih glasača“ određen odgovarajućim prediktorima izborne participacije).

Mogući prediktori izlaska na izbore

Prema rezultatima faktorske analize (Tablice 1 i 2) od uključenih varijabli izbornoga ponašanja zadovoljavajućim prediktorima izborne participacije mogli bi se smatrati izjava o sudjelovanju na prošlim izborima, deklarirana namjera izlaska na buduće izbore te sigurnost vlastitog opredjeljenja za određenu izbornu mogućnost (faktorske saturacije iznad razine značajnosti). U skladu s dobivenim rezultatima, samoprocjena opće informiranosti o političkim zbivanjima u tu se svrhu ne čini dostatno pouzdanom osnovom za predviđanje vjerojatnosti izlaska na izbore (faktorske saturacije su ispod razine značajnosti).

Tablica 1

Faktorska struktura vjerojatne izborne participacije (istraživanje 1994.)

Varijable	Saturacija
Glasovanje na izborima 1992.	0,770
Glasovanje na izborima 1993.	0,718
Glasovanje na izborima 1990.	0,632
Namjera izlaska na buduće izbore	0,535
Sigurnost glasačkog opredjeljenja	0,383
Informiranost o političkim zbivanjima	0,293

Tablica 2

Faktorska struktura vjerojatne izborne participacije (istraživanje 1995.)

Varijable	Saturacija
Glasovanje na izborima 1992.	0,836
Glasovanje na izborima 1993.	0,782
Glasovanje na izborima 1990.	0,764
Namjera izlaska na buduće izbore	0,500
Sigurnost glasačkog opredjeljenja	0,316
Informiranost o političkim zbivanjima	0,251

Analiza učinkovitosti pojedinog prediktora

Komparativna analiza valjanosti rezultata istraživanja iz 1992. i 1993. godine za uzorke cijelog glasačkoga tijela i skupine „vjerojatnih glasača“ – definiranih afirmativnim odgovorima na pitanja o sudjelovanju na prošlim izborima („glasovao sam na prošlim izborima“), namjerama izlaska na buduće izbore („sigurno ću izići na izbore“) i sigurnosti u vlastito glasačko opredjeljenje („jako sam ili prilično siguran“) – pokazuje kakvi bi se istraživački rezultati mogli očekivati da je u analiziranim predizbornim istraživanjima pojedini od ovih prediktora bio primijenjen kao kriterij selekcije uzorka „vjerojatnih glasača“. Rezultati analiza za svaku od obuhvaćenih razina (namjere glasovanja za Zastupnički dom Sabora i predsjednika Republike 1992. godine te Županijski dom Sabora 1993. godine) prikazani su u Tablicama 3, 4 i 5.

Dobiveni rezultati pokazuju da se selekcijom uzorka na temelju izjave o sudjelovanju na prošlim izborima u cjelini neznatno poboljšala prognostička valjanost dobivenih rezultata (nešto niža standardna devijacija i niži indeks pristranosti), podjednako u ispitivanju namjera glasovanja za Zastupnički dom Sabora i predsjednika Republike 1992. godine kao i u istraživanju za Županijski dom Sabora 1993. godine. Na razini pojedinih izbornih mogućnosti¹⁴ takvom selekcijom uzorka nešto je poboljšana prognostička valjanost rezultata za HDZ u istraživanju 1993. godine (pogreška prognoze se smanjila za 2,2 postotna boda), dok se valjanost predikcije izbornih rezultata ostalih stranaka (kako u istraživanju 1992. tako i 1993. godine) nije značajnije promijenila (razlike se kreću u rasponu od 0 do najviše 0,7 postotnoga boda, a to u rasponu standardne pogreške uzorka nije značajno). Uvođenje ovog kriterija uzorkovanja nije bitno utjecalo ni na predikciju izbornih rezultata predsjedničkih kandidata u istraživanju 1992. godine.

¹⁴ Iako su u tablicama navedeni rezultati za sve stranke i predsjedničke kandidate obuhvaćene analiziranim istraživanjima, u interpretaciji nalaza validacijske analize osvrnut ćemo se samo na rezultate za izborne opcije koje su osvojile najmanje tri posto glasova birača.

Tablica 3

Komparativna analiza voljanosti rezultata istraživanja o namjerama glasovanja za stranke na izborima 1992. godine (usporedba rezultata istraživanja za uzorak cijelog glasačkog tijela i uzorke glasača koji su sudjelovali na prošlim izborima, izrazili namjeru izlaska na buduće izbore i izrazili sigurnost u vlastito izborne predjeljenje)

Stranke	Rezultati izbora		Uzorak cijelog glasačkog tijela				Uzorak ispitanika koji su glasali na prethodnim izborima				Uzorak ispitanika koji su izjavili da će izići na izbore				Uzorak ispitanika koji su sigurni u svoje glasačko predjeljenje			
	% birača	% ispitanih	Razlika (d)	Stand. pogreška	% ispitanih	Razlika (d)	Stand. pogreška	% ispitanih	Razlika (d)	Stand. pogreška	% ispitanih	Razlika (d)	Stand. pogreška	% ispitanih	Razlika (d)	Stand. pogreška		
HDZ	43,1	34,4	-8,7	2,7	35,1	-8,0	2,7	41,9	-1,2	2,8	53,0	9,9	2,8					
HSLS	17,6	11,0	-6,6	1,8	10,7	-6,9	1,7	9,2	-8,4	1,6	15,8	-1,8	2,0					
HSP	6,7	2,5	-4,2	0,9	2,2	-4,5	0,8	2,7	-4,0	0,9	3,4	-3,3	1,0					
HNS	6,6	8,2	1,6	1,5	8,5	1,9	1,6	7,1	0,5	1,4	10,5	3,9	1,7					
SDP	5,7	1,6	-4,1	0,7	1,5	-4,2	0,7	1,5	-4,2	0,7	2,6	-3,1	0,9					
HSS	4,3	0,7	-3,6	0,5	0,9	-3,4	0,5	0,7	-3,6	0,5	1,0	-3,3	0,6					
DA, IDS, RDS	3,2	1,7	-1,5	0,7	1,8	-1,4	0,7	1,3	-1,9	0,6	2,5	-0,7	0,9					
HDS	2,6	0,9	-1,7	0,5	0,8	-1,8	0,5	0,7	-1,9	0,5	0,8	-1,8	0,5					
HKDS	2,7	1,1	-1,6	0,6	1,2	-1,5	0,6	1,1	-1,6	0,6	1,6	-1,1	0,7					
SDU	1,2	0,1	-1,1	0,2	0,2	-1,0	0,2	0,1	-1,1	0,2	0,2	-1,0	0,2					
SSH	1,2	0,4	-0,8	0,4	0,4	-0,8	0,4	0,4	-0,8	0,3	0,5	-0,7	0,4					
SNS	1,1	0,2	-0,9	0,3	0,0	-1,1	0,0	0,0	-1,1	0,0	0,3	-0,8	0,3					
SDH	0,6	0,4	-0,2	0,4	0,3	-0,3	0,3	0,3	-0,3	0,3	0,4	-0,2	0,4					
KNS	0,4	0,0	-0,4	0,0	0,0	-0,4	0,1	0,1	-0,3	0,1	0,1	-0,3	0,1					
HSNZ	0,3	0,2	-0,1	0,3	0,2	-0,1	0,2	0,1	-0,2	0,2	0,3	0,0	0,3					
HRS	0,3	0,0	-0,3	0,0	0,0	-0,3	0,0	0,0	-0,3	0,0	0,0	-0,3	0,0					
HDP	0,2	0,1	-0,1	0,2	0,0	-0,2	0,1	0,1	-0,1	0,1	0,0	-0,2	0,0					
Bez odgovora	2,2	36,5			36,2			32,8			7,2							
N	2.606.426	2114			1977			1480			1318							
Prosječno odstupanje				2,2				2,2			2,2					2,2		
s.d.		3,4			3,3			2,9			3,1							
r		0,985			0,983			0,978			0,987							
Indeks pristanosti		5,35			5,22			4,42			3,81							

Tablica 4

Komparativna analiza valjanosti rezultata istraživanja o namjerama glasanja za predsjedničke kandidate na izborima 1992. godine (usporedba rezultata istraživanja za uzorak cijelog glasačkog tijela i uzorke glasača koji su sudjelovali na prošlim izborima, izrazili namjeru izlaska na buduće izbore i izrazili sigurnost u vlastito izborno opredjeljenje)

Kandidati	Rezultati izbora			Uzorak cijelog glasačkog tijela			Uzorak ispitanika koji su glasali na prethodnim izborima			Uzorak ispitanika koji su izjavili da će izaći na izbore			Uzorak ispitanika koji su sigurni u svoje glasačko opredjeljenje		
	% birača	% ispitanika	Stand. pogreška	Razlika (d)	% ispitanika	Stand. pogreška	Razlika (d)	% ispitanika	Stand. pogreška	Razlika (d)	% ispitanika	Stand. pogreška	Razlika (d)	% ispitanika	Stand. pogreška
Dr. F. Tuđman	56,4	41,5	2,8	-14,9	42,6	2,8	-13,8	50,0	2,8	-6,4	57,3	2,8	0,9	2,8	
D. Budiša	22,2	14,8	2,0	-7,4	14,5	2,0	-7,7	12,8	1,9	-9,4	19,2	2,2	-3,0	2,2	
Dr. S. Dabčević-Kučar	6,1	8,6	1,6	2,5	8,8	1,6	2,7	7,8	1,5	1,7	10,6	1,7	4,5	1,7	
D. Paraga	5,2	2,2	0,8	-3,0	1,9	0,8	-3,3	2,4	0,9	-2,8	3,0	1,0	-2,2	1,0	
S. Degani	4,2	1,3	0,6	-2,9	1,2	0,6	-3,0	1,1	0,6	-3,1	1,0	0,6	-3,2	0,6	
Dr. M. Veselica	1,7	0,9	0,5	-0,8	0,9	0,5	-0,8	1,0	0,6	-0,7	0,7	0,6	-1,0	0,5	
Dr. I. Cesar	1,6	0,6	0,4	-1,0	0,6	0,4	-1,0	0,6	0,4	-1,0	1,5	0,7	-0,1	0,7	
Dr. A. Vujić	0,7	0,5	0,4	-0,2	0,5	0,4	-0,2	0,3	0,3	-0,4	0,6	0,4	-0,1	0,4	
Bez odgovora	1,9	29,6			29,1			24,0			6,2				
N	2.601.191	2.114			1977			1480			1484				
Prosječno odstupanje			4,1			4,1			3,2					1,9	
s.d.		6,6			6,3			4,7			2,6				
r		0,991			0,990			0,987			0,992				
Indeks pristranosti		7,42			7,13			5,14			4,19				

Tablica 5

Komparativna analiza valjanosti rezultata istraživanja o namjerama glasanja za stranke na izborima 1993. godine (usporedba rezultata istraživanja za uzorak cijelog glasačkog tijela i uzorke glasača koji su sudjelovali na prošlim izborima, izrazili namjeru izlaska na buduće izbore i izrazili sigurnost u vlastito izbornu opredjeljenje)

Stranke	Rezultati izbora		Uzorak cijelog glasačkog tijela				Uzorak ispitanika koji su glasali na prethodnim izborima				Uzorak ispitanika koji su izjavili da će izaći na izbore				Uzorak ispitanika koji su sigurni u svoje glasačko opredjeljenje			
	% birača	% ispitanika	Razlika (d)	Stand. pogreška	% ispitanika	Razlika (d)	Stand. pogreška	% ispitanika	Razlika (d)	Stand. pogreška	% ispitanika	Razlika (d)	Stand. pogreška	% ispitanika	Razlika (d)	Stand. pogreška		
DA	1,1	1,4	0,3	0,5	1,2	0,1	0,5	1,2	0,1	0,5	1,2	0,1	0,5	1,3	0,2	0,5		
IDS	3,3	4,4	1,1	0,9	4,5	1,2	0,9	4,4	1,1	0,9	4,4	1,1	0,9	5,2	1,9	1,0		
HKDU	1,7	0,8	-0,9	0,4	0,8	-0,9	0,4	1,0	-0,7	0,4	0,9	-0,7	0,4	0,9	-0,8	0,4		
HDZ	44,0	41,7	-2,3	2,2	43,9	-0,1	2,2	49,0	5,0	2,2	50,9	6,9	2,2	50,9	6,9	2,2		
HNS	1,0	4,2	3,2	0,9	4,3	3,3	0,9	3,9	2,9	0,8	4,6	3,6	0,9	4,6	3,6	0,9		
HRS		0,2			0,2			0,3			0,2			0,2				
HSS	11,2	5,6	-5,6	1,0	5,6	-5,6	1,0	5,2	-6,0	1,0	6,1	-5,1	1,0	6,1	-5,1	1,0		
HLSL	26,1	18,4	-7,7	1,7	18,4	-7,7	1,7	17,4	-8,7	1,7	20,2	-5,9	1,8	20,2	-5,9	1,8		
HSNZ	0,3	0,4	0,1	0,3	0,5	0,2	0,3	0,5	0,2	0,3	0,5	0,2	0,3	0,5	0,2	0,3		
HSP		4,2			4,1			3,6			4,6			4,6				
HDP		0,2			0,2			0,1			0,2			0,2				
KNS	0,2	1,2	1,0	0,5	1,1	0,9	0,5	1,4	1,2	0,5	1,1	0,9	0,4	1,1	0,9	0,4		
RDS	1,0	0,6	-0,4	0,3	0,6	-0,4	0,3	0,6	-0,4	0,3	0,7	-0,3	0,4	0,7	-0,3	0,4		
SDP	3,6	2,2	-1,4	0,6	2,3	-1,3	0,7	2,4	-1,2	0,7	2,4	-0,1	0,7	2,4	-0,1	0,7		
SDH		0,3			0,3			0,4			0,3			0,3				
SSH		0,5			0,5			0,6			0,4			0,4				
SDU	0,8	0,3	-0,5	0,2	0,3	-0,5	0,2	0,2	-0,6	0,2	0,3	-0,5	0,2	0,3	-0,5	0,2		
SNS	0,8	0,2	-0,6	0,2	0,2	-0,6	0,2	0,2	-0,5	0,2	0,1	-0,7	0,1	0,1	-0,7	0,1		
OSTALE	1,6	0,0	-1,6	0,0	0,0	-1,6	0,0	0,0	-1,6	0,0	0,0	-1,6	0,0	0,0	-1,6	0,0		
Bez odgovora	3,3	13,2			11,0			7,6			0,0			0,0				
N	2.203.782	3484			3182			2266			2676			2676				
Prosječno odstupanje				1,9			1,7			2,2			2,1					
s.d.		3,0			2,9			3,4			3,2			3,2				
r		0,946			0,944			0,936			0,942			0,942				
Indeks pristranosti		8,33			7,91			7,01			7,64			7,64				

Izborom uzorka prema drugom od mogućih prediktora – namjeri izlaska na nove izbore – nešto se povećala ukupna prediktivna valjanost rezultata o namjerama glasovanja za Zastupnički dom Sabora i predsjedničke kandidate 1992. godine, dok se predikcija o glasovanju za Županijski dom Sabora 1993. godine u cjelini nešto pogoršala. Na razini pojedinih izbornih opcija rezultati za 1992. godinu pokazuju značajno poboljšanje predikcije izbornih izgleda HDZ-a (za 7,5 postotnih bodova) i dr. F. Tuđmana (8,5 postotaka) te određeno poboljšanje izborne prognoze HNS-a (1,1 postotka) i dr. S. Dabčević-Kučar (0,8 postotnoga boda),¹⁵ uz istodobno pogoršanje predikcije izbornih rezultata HSLS-a (1,8 postotaka) i predsjedničkog kandidata D. Budiše (2,0 postotna boda). Uvođenjem ovog kriterija nešto se pogoršala i valjanost predikcije izbornog rezultata HDZ-a (za 2,7 postotaka) i HSLS-a (1,0 postotni bod)¹⁶ u istraživanju 1993. godine dok se prognostička valjanost ostalih analiziranih rezultata nije značajnije promijenila.

I na kraju, izborom uzorka „vjerojatnih glasača“ na temelju deklarirane sigurnosti u vlastito izorno opredjeljenje značajno se poboljšala ukupna prognostička valjanost rezultata istraživanja o namjerama glasovanja za predsjednika Republike, a u cjelini se nešto poboljšala i prognoza izbornih rezultata za Zastupnički dom Sabora 1992. godine, dok se prediktivna vrijednost rezultata istraživanja za Županijski dom Sabora 1993. godine u cjelini nešto pogoršala. Na razini pojedinih izbornih mogućnosti rezultati pokazuju izrazito poboljšanje predikcije izbornih rezultata dvaju vodećih predsjedničkih kandidata (za čak 14,0 odnosno 4,4 postotna boda) te HSLS-a (4,8) i SDP-a (1,0) u istraživanju 1992. godine, uz istodobno pogoršanje predikcije izborne pozicije HDZ-a (1,2)¹⁷ i HNS-a (2,3 postotka). Uvođenjem ovog kriterija uzorkovanja u istraživanje 1993. godine nešto se poboljšala valjanost izborne prognoze HSLS-a (1,8 postotaka), a pogoršala prognoza izbornog rezultata HDZ-a (4,6 postotaka).

Iako se u svim opisanim slučajevima selekcija uzoraka „vjerojatnih glasača“ temeljila na varijablama koje su u značajnoj korelaciji s ekstrahiranim faktorom izborne participacije, rezultati provedenih validacijskih analiza ne potvrđuju da bi bilo koji od obuhvaćenih pokazatelja izbornog ponašanja mogao biti dovoljno dobrim kriterijem za izbor uzorka istraživanja kojim bi se osigurale prediktivno valjanije procjene glasačkih

¹⁵ Budući da je u slučaju HNS-a i S. Dabčević-Kučar razlika između rezultata istraživanja za uzorak cijelog glasačkoga tijela i uzorak ispitanika koji su deklarirali namjeru izlaska na izbore manja od standardne pogreške uzorka, ta bi razlika mogla biti i posljedica slučajnog varijabiliteta.

¹⁶ Ista interpretacija kao u bilješki 15.

¹⁷ Razlika iznosi čak 18,6 postotaka (na uzorku cijelog glasačkog tijela rezultat HDZ-a je podcijenjen za 8,7, a na uzorku ispitanika koji su sigurni u svoje glasačko opredjeljenje precijenjen je za 9,9 postotnih bodova).

preferencija nego uzorkom cijelog glasačkoga tijela. Iako je uvođenjem pojedinih varijabli izborne participacije, kao kriterija za selekciju uzorka, u nekim analiziranim slučajevima povećana prognostička valjanost istraživačkih rezultata, učinak takvog postupka previše varira od situacije do situacije da bi se bez većeg rizika mogao primijeniti u predizbornim istraživanjima. Rezultati analize sugeriraju da bi selekcija uzorka prema bilo kojem od korištenih prediktora (izjava o sudjelovanju na prošlim izborima, deklarirana namjera izlaska na izbore, sigurnost u vlastito izorno opredjeljenje) imala različit učinak na prediktivnu validnost istraživanja 1992. i 1993. godine te da bi različito utjecala i na valjanost predviđanja izbornih rezultata pojedinih stranaka ili kandidata.

Posebno je zanimljivo zapaziti da se selekcijom uzoraka prema izjavama o sudjelovanju na prošlim izborima, a osobito prema namjerama izlaska na buduće izbore, dosljedno povećala zabilježena proporcija potencijalnih glasača HDZ-a i dr. F. Tuđmana, dok „rating“ HSLs-a i D. Budiše (kao i većine ostalih stranaka i kandidata) ostaje isti ili se nešto smanjuje. Na temelju toga moguće je pretpostaviti da su u analiziranim izbornim situacijama birači skloni HDZ-u i njegovom tadašnjem predsjedniku izražavali veću dosljednost izbornog ponašanja (u skladu s dobivenim odgovorima, proporcionalno su češće sudjelovali na prošlim izborima i u većoj proporciji namjeravali izići na sljedeće) nego potencijalni glasači HSLs-a, njegovog tadašnjeg članka i ostalih izbornih opcija 1992. i 1993. godine. Za razliku od toga, selekcija uzorka prema deklariranoj sigurnosti u vlastito izorno opredjeljenje podjednako se odrazila na „rating“ (u sličnim ga je omjerima povećala) svih stranaka i kandidata, iz čega je moguće zaključiti da su na toj dimenziji izbornog ponašanja razlike među potencijalnim glasačima pojedinih stranaka bile manje nego u pogledu prijašnjeg i namjeravanog sudjelovanja na izborima. Važno je napomenuti da, zbog izrazite situacijske determiniranosti političkih preferencija i javnoga mnijenja uopće, ova zapažanja ne moraju biti potvrđena i u drugim izbornim situacijama, a to još dodatno otežava pokušaje utvrđivanja pouzdane strategije otkrivanja „vjerojatnih glasača“ kojom bi se sa zadovoljavajućom vjerojatnošću poboljšala prediktivna valjanost predizbornih istraživanja.

Iako je uporaba obuhvaćenih prediktora u selekciji uzoraka „vjerojatnih glasača“ značajno promijenila istraživačke rezultate za pojedine stranke i kandidate, u cjelini bi se ipak moglo zaključiti da ni jedan od njih nije utjecao bitno na ukupnu valjanost analiziranih predizbornih istraživanja. Mogući razlog tome zacijelo je spontana selekcija ispitanika nastala zbog odbijanja sudjelovanja u anketi. Ako je povezanost anketnog i izbornog odziva doista značajna, kao što to sugeriraju rezultati brojnih empirijskih istraživanja,¹⁸ onda se glavna selekcija „vjerojatnih glasača“ događa spontano putem

¹⁸ Vidjeti poglavlje: *Odbijanje ankete u istraživanjima javnoga mnijenja*.

pristanka ili odbijanja sudjelovanja u anketi, pa slični postupci dodatne selekcije ispitanika ne mogu znatnije utjecati na ukupnu valjanost dobivenih rezultata.

U svezi s rezultatima ove analize na kraju još valja upozoriti da je, u obuhvaćenim slučajevima, razmjerno slab učinak selekcije uzorka prema korištenim prediktora izborne participacije na prognostičku valjanost rezultata mogao donekle biti i posljedicom razmjerno znatne udaljenosti termina realizacije analiziranih istraživanja od termina održavanja izbora. Moguće je, naime, pretpostaviti da je, pod utjecajem odgovarajućih predizbornih stranačkih aktivnosti ili relevantnih događaja na širem društvenom planu, u razdoblju između istraživanja i izbora došlo do nekih promjena izbornih preferencija glasačkoga tijela pa stoga primijenjeni metodologijski „zahvati“ nisu mogli bitno utjecati na prediktivnu valjanost istraživačkih rezultata.

Druga analiza: provjera primjenjivosti Perryjeva modela istraživanjem 2001. godine

Budući da u prethodnoj (*ex-post facto*) analizi primijenjeni validacijski postupak nije dosljedno potvrdio prinos raspoloživih prediktora izborne participacije ukupnoj valjanosti istraživačkih procjena, provedena je još jedna analiza kojom se pitanje identificiranja „vjerojatnih glasača“, primjerenog našim izbornim i političkim okolnostima, nastojalo izravnije i obuhvatnije rasvijetliti. Stoga novi pokušaj provjere mogućih prediktora, opisan u ovom dijelu studije, uključuje više pokazatelja izbornoga ponašanja nego prethodni, od kojih većina u potpunosti korespondira s elementima Perryjeva modela. Da bi se umanjio mogući utjecaj intervenirajućih varijabli i osigurala izravnija validacija učinka obuhvaćenih prediktora, analiza je utemeljena na rezultatima istraživanja javnoga mnijenja provedenoga neposredno prije održavanja izbora. Uz to, radi veće pouzdanosti rezultata i utvrđivanja eventualnih razlika u učincima primjene Perryjeva modela u sklopu različitih anketnih tehnika, model je zasebno testiran na podacima prikupljenima terenskom i telefonskom anketom.

Analitička građa je prikupljena u povodu izbora za Gradsku skupštinu Zagreba 2001. godine (Lamza Posavec i suradnici, 2001.). Istraživanje je provedeno u posljednja tri dana izborne kampanje i to usporednom primjenom terenske i telefonske ankete na probabilistički biranim uzorcima od 485, odnosno 682 punoljetna stanovnika Zagreba. U sklopu terenske ankete, za validaciju ključno pitanje o namjerama glasovanja postavljeno je tehnikom tajnoga izjašnjavanja s predočenim popisom od svih 29 tada kandidiranih stranaka, koalicija i nezavisnih lista, a u sklopu ankete telefonom varirano

je pitanje otvorenoga tipa i reducirana zatvorena lista s dvanaest najvažnijih izbornih mogućnosti te otvorenom kategorijom „ostalo“.¹⁹

Sukladno Perryjevju modelu i nekim našim izbornim specifičnostima, u sklopu obje anketne tehnike mogućim prediktorima „vjerojatnih glasača“ smatrane su sljedeće varijable, odnosno anketna pitanja (podcrtavanjem su označeni odgovori koji indiciraju „vjerojatne glasače“):

Varijabla 1: Opća zainteresiranost za politiku

Govoreći općenito, smatrate li da ste za naša politička pitanja jako, donekle ili slabo zainteresirani?

1. Jako; 2. Donekle; 3. Slabo.

Varijabla 2: Zainteresiranost za predstojeće izbore

Kao što vjerojatno znate, 20. svibnja ove godine održat će se izbori za Gradsku skupštinu grada Zagreba. Koliko ste Vi osobno zainteresirani za te izbore?

1. Jako; 2. Donekle; 3. Slabo, uopće ne.

Varijabla 3: Namjera izlaska na izbore

Namjeravate li izići na izbore i glasovati?

1. Sigurno da; 2. Vjerojatno da; 3. Vjerojatno ne; 4. Sigurno ne; 5. Još ne znam.

Varijabla 4: Sigurnost u glasačko opredjeljenje

Koliko ste u ovom trenutku sigurni da ćete glasovati za stranku, udrugu ili listu koju ste zaokružili (naveli)?

1. Jako siguran; 2. Prilično siguran; 3. Ne osobito siguran; 4. Nisam se opredijelio ni za jednu stranku.

Varijabla 5: Upoznatost s listama kandidata

Jeste li čitali liste kandidata koje različite stranke i udruge predlažu za Gradsku skupštinu Zagreba?

1. Čitao sam većinu lista; 2. Čitao sam neke liste; 3. Nisam čitao.

Varijabla 6: Informiranost o izbornom mjestu

Znate li već gdje je Vaše izborno mjesto, odnosno gdje biste trebali glasovati?

1. Znam; 2. Još ne znam.

¹⁹ Pri variranju oblika pitanja o namjeri glasanja za određenu izbornu mogućnost strogo se vodilo računa o distribuciji pojedine varijante prema anketarima i dnevnoj dinamici anketiranja (svaki je anketar naizmjenice postavljao obje varijante pitanja). Iako se time nastojalo dodatno provjeriti neke specifične modalitete tehnike telefonskoga anketiranja, razlike u odgovorima na otvoreno i zatvoreno pitanje nisu se pokazale statistički značajnima, pa su u ovoj analizi ti odgovori iskazani sumarno.

Varijabla 7: Učestalost glasanja na prijašnjim izborima

Općenito uzetvi, koliko ste često glasovali na izborima od 1990. do danas (republičkim, lokalnim, predsjedničkim i sl.)?

1. *Uvijek*; 2. *Gotovo uvijek*; 3. *Ponekad*; 4. *Rijetko*; 5. *Nikad*.

Varijabla 8: Glasovanje na izborima za Zastupnički dom Sabora 2000. godine

Jeste li glasovali na izborima za Zastupnički dom Hrvatskog sabora, održanima u siječnju 2000. godine?

1. *Da*; 2. *Ne*; 3. *Ne sjećam se*.

Varijabla 9: Glasovanje na izborima za Gradsku skupštinu Zagreba 2000. godine

A jeste li glasovali na izvanrednim (prijevremenim) izborima za Gradsku skupštinu grada Zagreba, održanima u svibnju 2000. godine?

1. *Da*; 2. *Ne*; 3. *Ne sjećam se*.

U odnosu prema originalnom Perryjevu modelu, analiziranim je istraživanjima ispuštena varijabla registriranosti na biračkom popisu (koja se u američkim uvjetima pokazala vrlo značajnom, a u našima nema osobitoga smisla) te varijabla samoprocjene vjerojatnosti izlaska na izbore temeljem ljestvice od jedan do deset (koja se pokazala složenom za primjenu, a u vrlo je visokoj korelaciji s općim pitanjem o namjeri izlaska na izbore – Dimock i sur., 2001.). Sukladno našim izbornim specifičnostima i konkretnoj izbornoj situaciji na koju se odnosi provedeno istraživanje, umjesto njih su uključena pitanja o upoznatosti ispitanika sa stranačkim listama i njihovu odzivu prijevremenim izborima za Gradsku skupštinu Zagreba 2000. godine.

Kao i u ostalim sličnim analizama (Dimock i sur., 2001.), temeljem svih obuhvaćenih prediktorskih varijabli, „vjerovatnim glasačima“ smatrani su ispitanici koji su na odgovarajuća pitanja odgovorili u potpunosti ili djelomice potvrdno.

Kako bi se odredila relativna značajnost pojedine varijable, kao mogućega prediktora izborne participacije, na prvoj je razini obrade utvrđena faktorska struktura i pouzdanost obuhvaćenih varijabli za utvrđivanje vjerojatnosti izlaska na izbore. Za tu je svrhu provedena faktorska analiza na zajedničkim faktorima i primijenjen Guttman-Kaiserov kriterij za zadržavanje zajedničkih faktora koji su potom zaokrenuti u smjeru jednostavne varimax-solucije. Za faktorski čiste ljestvice pouzdanost je iskazana Cronbachovim alfa-koeficijentom.

Na drugoj se razini obrade pokušalo utvrditi koliko pojedina varijabla ili skupine varijabli, koje su u prethodnoj obradi izdvojene kao značajni prediktori izborne participacije, mogu utjecati na valjanost rezultata istraživanja o namjerama glasanja za

različite izborne mogućnosti. Za tu je svrhu provedena zasebna validacijska analiza rezultata terenske i telefonske ankete, pri čemu su kriterijska varijabla bili izborni rezultati, a prediktorske varijable rezultati istraživanja o namjerama glasovanja na uzorku ukupnoga punoljetnog stanovništva Zagreba, odnosno uzorcima „vjerojatnih glasača“ (izdvojenih temeljem pojedinih prediktora te skupina prediktorskih varijabli sa značajnom projekcijom u ekstrahiranim varimax-faktorima). Globalna mjera valjanosti iskazana je standardnom devijacijom istraživačkih od izbornih rezultata, a za utvrđivanje valjanosti procjene pojedinačnih izbornih rezultata izračunata je standardna pogreška uzorka na razini značajnosti od jedan posto.

Prediktivna vrijednost pojedinih varijabli izbornog ponašanja

Kategoriju „vjerojatnih glasača“ zasigurno bi bilo najjednostavnije definirati samo s jednom identifikacijskom varijablom koja bi se, zbog svoje logičnosti ili prije utvrđene empirijske povezanosti s izlaskom na izbore, mogla doimati prediktivno naj snažnijom za pouzdano izdvajanje ispitanika koji će glasovati na izborima, a time i za poboljšanje preciznosti istraživačke procjene izbornih rezultata. Stoga je, radi provjere prediktivne vrijednosti svake pojedine od obuhvaćenih varijabli izbornog ponašanja, na prvom koraku provedena komparativna validacijska analiza rezultata istraživanja za uzorak cijeloga glasačkog tijela i skupine ispitanika selekcionirane temeljem afirmativnog odgovora na pojedina od obuhvaćenih pitanja izbornoga ponašanja. Rezultati su iskazani za terensko (Tablica 6) i telefonsko istraživanje (Tablica 7) te zasebno za sve ispitanike uvrštene u pojedinu kategoriju „vjerojatnih glasača“ i samo za one koji su se izjasnili o namjeri glasovanja za određenu izbornu mogućnost. Radi veće preglednosti, u tablicama su predočeni samo globalni pokazatelji odstupanja (standardna devijacija) istraživačkih od izbornih rezultata.

Podaci za sve (uključujući i neizjašnjene) ispitanike obuhvaćene pojedinim varijantama uzorka dosljedno pokazuju da se, uvođenjem bilo kojega od obuhvaćenih prediktora izborne participacije kao kriterija za selekciju ispitanika, istraživačka procjena izbornih rezultata u većoj ili manjoj mjeri poboljšala u odnosu prema onoj na uzorku cijeloga glasačkog tijela. Iako se prema zabilježenoj „snazi“ pojedinačnih prediktora podaci za terensku i telefonsku anketu donekle razlikuju, taj opći zaključak podjednako proizlazi iz rezultata obje primijenjene tehnike. Usprkos spomenutim razlikama, u skupinu najuspješnijih pojedinačnih prediktora u oba se slučaja dosljedno izdvajaju deklarirana namjera izlaska na izbore, opća zainteresiranost za politiku i zainteresiranost za predstojeće izbore.

Tablica 6

Globalna mjera (standardna devijacija) odstupanja istraživačkih od izbornih rezultata za uzorak cijeloga glasačkog tijela te kategorije „vjerojatnih glasača“ definirane pojedinim prediktorskim varijablama: rezultati za terensko istraživanje

Uzorci „vjerojatnih glasača“ prema prediktorima:	Svi ispitanici	Izjašnjeni ispitanici
	Standardna devijacija	Standardna devijacija
Namjera izlaska na izbore	1,8	1,6
Informiranost o izbornom mjestu	1,8	1,5
Glasovanje za Gradsku skupštinu 2000. godine	1,8	1,9
Opća zainteresiranost za politiku	1,9	2,0
Zainteresiranost za predstojeće izbore	2,0	1,9
Glasovanje za Zastupnički dom Sabora 2000. godine	2,1	1,7
Učestalost glasovanja na prijašnjim izborima	2,2	1,6
Upoznatost s listama kandidata	2,3	2,3
Sigurnost u glasačko opredjeljenje	3,0	3,0
Uzorak cijeloga glasačkog tijela	2,4	1,5

Tablica 7

Globalna mjera (standardna devijacija) odstupanja istraživačkih od izbornih rezultata za uzorak cijeloga glasačkog tijela te kategorije „vjerojatnih glasača“ definirane pojedinim prediktorskim varijablama: rezultati za istraživanje telefonom

Uzorci „vjerojatnih glasača“ prema prediktorima:	Svi ispitanici	Izjašnjeni ispitanici
	Standardna devijacija	Standardna devijacija
Sigurnost u glasačko opredjeljenje	1,0	1,1
Namjera izlaska na izbore	2,0	1,0
Zainteresiranost za predstojeće izbore	2,3	1,4
Opća zainteresiranost za politiku	2,5	1,5
Upoznatost s listama kandidata	2,6	1,7
Glasovanje za Gradsku skupštinu 2000. godine	2,8	1,9
Informiranost o izbornom mjestu	3,1	1,2
Učestalost glasovanja na prijašnjim izborima	3,1	1,1
Glasovanje za Zastupnički dom Sabora 2000. godine	3,1	1,5
Uzorak cijeloga glasačkog tijela	3,3	1,2

Za razliku od podataka za sve ispitanike obuhvaćene pojedinim varijantama definiranja „vjerojatnih glasača“, istovrsni podaci za skupine izjašnjenih ispitanika pokazuju da se daljnjom selekcijom uzorka prema bilo kojemu od rabljenih prediktora istraživačka procjena gotovo redovito pogoršava ili, u najboljem slučaju, ostaje približno ista kao i na uzorku cijeloga glasačkog tijela.²⁰ Kao i rezultati prethodne analize, stoga i ovi podaci sugeriraju da bi spontana selekcija ispitanika – u ovom slučaju utemeljena na pitanju o namjeri glasovanja za određenu izbornu mogućnost – u određenim izbornim okolnostima mogla biti podjednako valjanim, pa možda čak i valjanijim pokazateljem moguće izborne participacije, nego bilo koji od pojedinačnih prediktora Perryjeva modela.

Definiranje kategorije „vjerojatnih glasača“ temeljem višestrukih prediktora
Iako se u skupinama svih anketiranih osoba (izjašnjenih i neizjašnjenih o izbornim preferencijama) selekcijom uzorka prema bilo kojoj od testiranih varijabli izbornog ponašanja u većoj ili manjoj mjeri povećava preciznost procjene izbornih rezultata, oslanjanje na samo jednu prediktorsku varijablu moglo bi se pokazati nedostatno sigurnim. Uzmimo za primjer iskaze o namjeri izlaska na izbore. Unatoč gotovo neupitnoj samorazumljivosti i istraživanjem utvrđene prediktivne učinkovitosti, odgovori na to pitanje nisu nužno i dostatno pouzdani, jer usprkos prividnoj valjanosti (ukazivanje na namjeru odazivanja izborima), ne moraju omogućiti dostatno preciznu procjenu stvarne izborne participacije. Izvori nepouzdanosti (opterećenosti pogreškom mjerenja) mogu biti raznoliki – od nerazumijevanja pitanja, nasumičnog i površnog odgovaranja ili nedostatno pouzdane samoprocjene ispitanika, sve do neiskrenosti i više ili manje nesvjesnoga generiranja društveno poželjnih odgovora. Dodatni je problem to što odgovori na takvo pitanje, čak i ako doista ukazuju na namjeru ponašanja, ne moraju u dostatnoj mjeri ukazivati i na samo ponašanje. Moguće je da su neki ispitanici u trenutku anketiranja doista namjeravali izaći na izbore, ali su u međuvremenu promijenili mišljenje, zbog nekog su razloga bili u tome spriječeni ili im je motiviranost bila preslaba da bi se doista realizirala odlaskom na biračko mjesto. Zbog toga se čini sigurnijim, ako je to ikako moguće, osloniti se u procjeni na više različitih pokazatelja mogućega izbornog odziva.

Ipak, pitanje valjanosti predikcije ne rješava ni gomilanje pokazatelja za koje se pretpostavlja da su u korelaciji s kriterijskom varijablom. Osim neupitnog zahtjeva da

²⁰ Kao što to pokazuju podaci u Tablicama 6 i 7, manje značajno odstupanje od ovoga općeg zaključka zabilježeno je tek na razini nekoliko rabljenih prediktora (sigurnost u glasačko opredjeljenje, namjera izlaska na izbore, učestalost glasovanja na prijašnjim izborima), i to samo kad je riječ o telefonskoj anketi.

se takva veza nedvosmisleno dokaže, javlja se i potreba za klasifikacijom pojedinih prediktorskih varijabli. U idealnom bi se slučaju, naime, moglo očekivati da se skupina prediktora ponaša kao svojevrsna ljestvica koja ukazuje na vjerojatnost izlaska neke osobe na izbore. Pritom se očekuje snažna korelacijska povezanost pojedinačnih pokazatelja i njihova jednofaktorska struktura. U tom bi slučaju prediktori mogli dati istovjetnu informaciju, ali na različite, iako međusobno povezane načine, smanjujući time pogrešku ukupne prognoze. No, valja imati na umu da za dobru prognozu nije nužna visoka povezanost i jednodimenzionalnost prediktora, jer oni mogu pružati različite informacije od kojih su sve u određenom smislu korisne za predviđanje ponašanja. Tako, primjerice, opća zainteresiranost za politiku, namjera sudjelovanja na izborima i učestalost odazivanja prijašnjim izborima mogu biti međusobno neovisni pokazatelji koji upućuju na različite odrednice odlučivanja o izlasku ili neizlasku na izbore.

Radi pojmovne jasnoće, za tu je svrhu potrebno najprije utvrditi faktorsku strukturu prediktora i pouzdanost faktorski formiranih ljestvica za utvrđivanje vjerojatnosti izlaska na izbore. Ti postupci imaju barem dvostruku zadaću: utvrđivanje varijance ponašanja za koju je odgovorna neka skupina prediktora i uvođenje odgovarajućega postupka ponderiranja podataka kojim bi se maksimalizirala povezanost s glasovanjem na izborima.

Provedenom faktorskom analizom na zajedničkim faktorima, uz primjenu Guttman-Kaiserova kriterija značajnosti, i u slučaju terenskog i telefonskog istraživanja izdvojena su po dva značajna faktora koja su potom zarotirana u smjeru jednostavne varimax-solucije. U Tablicama 8 i 9 prikazane su korelacije čestica s prvim nerotiranim faktorom (koje ukazuju na moguću jednodimenzionalnost prediktora), korelacije s rotiranim dimenzijama i mjere pouzdanosti faktorski čistih ljestvica iskazane Cronbachovim alfa-koeficijentom.

Tablica 8

Faktorska struktura nerotiranoga i varimax-faktora kao prediktora buduće izborne participacije: rezultati za terensko istraživanje*

Čestice	Nerotirani prvi faktor	Varimax-faktor I – zainteresiranost za politiku i izbore	Varimax-faktor II – odazivanje prijašnjim izborima
Opća zainteresiranost za politiku	0,623	0,743	
Zainteresiranost za predstojeće izbore	0,715	0,846	
Namjera izlaska na izbore	0,653	0,521	0,398
Sigurnost u glasačko opredjeljenje	0,556	0,498	
Upoznatost s listama kandidata	0,404	0,406	
Informiranost o izbornome mjestu	0,337		0,303
Učestalost glasovanja na prijašnjim izborima	0,677		0,845
Glasovanje na izborima za Zastupnički dom Sabora 2000. godine	0,567		0,705
Glasovanje na izborima za Gradsku skupštinu Zagreba 2000. godine	0,559		0,560
POUZDANOST (CRONBACHOV α)	0,774	0,758	0,643

* Iz tablice su ispuštene projekcije apsolutnih vrijednosti nižih od $\pm 0,30$.

Tablica 9

Faktorska struktura nerotiranoga i varimax-faktora kao prediktora buduće izborne participacije: rezultati za istraživanje telefonom*

Čestice	Nerotirani prvi faktor	Varimax-faktor I – zainteresiranost za politiku i izbore	Varimax-faktor II – odazivanje prijašnjim izborima
Opća zainteresiranost za politiku	0,568	0,673	
Zainteresiranost za predstojeće izbore	0,776	0,854	
Namjera izlaska na izbore	0,656	0,625	
Sigurnost u glasačko opredjeljenje	0,512	0,543	
Upoznatost s listama kandidata			
Informiranost o izbornome mjestu			
Učestalost glasovanja na prijašnjim izborima	0,563		0,817
Glasovanje na izborima za Zastupnički dom Sabora 2000. godine	0,441		0,640
Glasovanje na izborima za Gradsku skupštinu Zagreba 2000. godine	0,456		0,563
POUZDANOST (CRONBACHOV α)	0,705	0,750	0,630

* Iz tablice su ispuštene projekcije apsolutnih vrijednosti nižih od $\pm 0,30$.

Visok stupanj podudarnosti rezultata telefonske i terenske ankete, koja se nedvosmisleno uočava u Tablicama 8 i 9, zasigurno daje zaključcima dodatnu uvjerljivost i pouzdanost. Kao što se pretpostavilo, analizom izdvojeni prediktori izbornoga odziva međusobno su povezani, što opravdava određivanje skupnoga indeksa pouzdanosti koji, u slučaju obje primijenjene anketne tehnike, uglavnom premašuje vrijednost od 0,70. Iskazanu pouzdanost donekle narušavaju dva pokazatelja – informiranost o izbornom mjestu i upoznatost s listama kandidata koji su tek oskudno povezani sa svim ostalim izdvojenim česticama. Glavni je razlog tome mala varijanca zabilježenih odgovora, jer gotovo svi ispitanici izjavljuju da znaju gdje im je izborna mjesta, a većina priznaje da uopće nije čitala izborne liste.

Iako ni jednofaktorsko tumačenje dobivenih rezultata zasigurno nije bez osnove, utvrđeni korelacijski odnosi njime se ipak previše pojednostavljaju. Kao što je to uočljivo u Tablicama 8 i 9, i u terenskoj i u telefonskoj anketi mnogo jasniju strukturu nudi dvofaktorska solucija u kojoj se razabiru dva prepoznatljiva faktora – *zainteresiranost za politiku i izbore* te *odazivanje prijašnjim izborima*.

Da bi se utvrdili mogući učinci selekcije uzorka prema različitim varijantama definiranja „vjerojatnih glasača“, utemeljenih na predloženim rezultatima faktorske analize, u daljnjem je postupku provedena komparativna validacijska analiza rezultata istraživanja na uzorcima cijeloga glasačkog tijela te skupinama ispitanika izdvojenih temeljem prediktorskih varijabli obuhvaćenih nerotiranim prvim faktorom i varimax-faktorima 1 i 2.²¹ I ovaj put analiza je provedena zasebno za rezultate terenske i telefonske ankete te, u oba slučaja, za sve ispitanike obuhvaćene pojedinom varijantom selekcije uzorka, a zasebno samo za one koji su se u anketi izjasnili o namjeri glasanja za određenu izbornu mogućnost. Rezultati su prikazani u Tablicama 10 do 13.

²¹ U primjeni svih ekstrahiranih faktora iz analize su ispuštene varijable informiranosti o izbornom mjestu i upoznatosti s listama kandidata u svezi s kojima je, kao što je već spomenuto, zabilježena mala varijanca odgovora.

Tablica 10

Usporedba prognostičke valjanosti rezultata za sve ispitanike u uzorku glasačkog tijela i uzorcima „vjerojatnih glasača“ definiranih nerotiranim i varimax-faktorima – rezultati za terensko istraživanje

Stranke*	IZBORI		Uzorak cijeloga glasačkog tijela			Uzorak „vjerojatnih glasača“ prema nerotiranom faktoru (svi zadržani prediktori)			Uzorak „vjerojatnih glasača“ prema varimax-faktoru I (zanimanje za politiku i izbore)			Uzorak „vjerojatnih glasača“ prema varimax-faktoru II (odazivanje prijašnjim izborima)		
	% birača	% ispitnika	Razlika (d)	Standardna pogreška	% ispitnika	Razlika (d)	Standardna pogreška	% ispitnika	Razlika (d)	Standardna pogreška	% ispitnika	Razlika (d)	Standardna pogreška	
AG Zagrebačka stranka (ZGS)	1,2	1,8	0,6	1,6	1,2	0,0	1,3	1,7	0,5	1,5	1,3	0,1	1,5	
Akcija socijaldemokrata Hrvatske (ASH)	1,8	2,6	0,8	1,9	2,0	0,2	1,6	3,2	1,4	2,1	2,0	0,2	1,9	
Demokratski centar (DC)	2,6	3,8	1,2	2,2	6,9	4,3	3,0	7,0	4,4	3,0	4,3	1,7	2,7	
Hrvatska demokratska zajednica (HDZ), HSP, HKDU	19,6	10,5	-9,1	3,6	14,5	-5,1	4,1	15,4	-4,2	4,2	13,2	-6,4	4,6	
Hrvatska narodna stranka (HNS)	17,3	12,6	-4,7	3,9	11,6	-5,7	3,7	13,1	-4,2	4,0	13,7	-3,6	4,6	
Hrvatska seljačka stranka (HSS)	4,1	4,2	0,1	2,3	8,2	4,1	3,2	6,5	2,4	2,9	6,7	2,6	3,4	
Hrvatska socijalno-liberalna stranka (HLSL)	3,2	3,8	0,6	2,2	4,2	1,0	2,3	4,4	1,2	2,4	4,7	1,5	2,9	
Hrvatska stranka umirovljenika (HSU)	3,0	1,9	-1,1	1,6	1,5	-1,5	1,4	1,1	-1,9	1,2	2,2	-0,8	2,0	
Hrvatski demokršćani (DEMOKRŠĆANI)	2,2	1,2	-1,0	1,3	1,7	-0,5	1,5	1,2	-1,0	1,3	1,5	-0,7	1,7	
Nezavisna lista (Ivo Lončar)	2,6	2,1	-0,5	1,7	2,9	0,3	2,0	2,9	0,3	2,0	3,1	0,5	2,3	
Nezavisna lista (dr. Miroslav Tuđman)	7,5	3,0	-4,5	2,0	1,6	-5,9	1,5	3,1	-4,4	2,0	2,3	-5,2	2,0	
Socijaldemokratska partija Hrvatske (SDP)	26,6	21,0	-5,6	4,8	38,1	11,5	5,7	33,9	7,3	5,5	28,3	1,7	6,1	
Ostale	6,6	5,4			4,9			6,0			4,0			
Bez odgovora	1,6	26,1			0,7			0,5			12,7			
N	271.809	485			146			205			252			
s. d.		2,4			3,0			2,2			1,8			

* U tablici su prikazani rezultati za stranke koje su na izborima ostvarile više od 1,0 posto glasova.

Tablica 11
Usporedba prognostičke valjanosti rezultata za sve ispitanike u uzorku glasačkog tijela i uzorcima „vjerovatnih glasača“ definiranih nerotiranim i varimax-faktorima – rezultati za istraživanje telefonom

Stranke*	IZBORI			Uzorak cijeloga glasačkog tijela			Uzorak „vjerovatnih glasača“ prema nerotiranom faktoru (svi zadržani prediktori)			Uzorak „vjerovatnih glasača“ prema varimax-faktoru I (zanimanje za politiku i izbore)			Uzorak „vjerovatnih glasača“ prema varimax-faktoru II (odazivanje prijašnjim izborima)		
	% birača	% ispitnika	Razlika (d)	Standardna pogreška	% ispitnika	Razlika (d)	Standardna pogreška	% ispitnika	Razlika (d)	Standardna pogreška	% ispitnika	Razlika (d)	Standardna pogreška	% ispitnika	Razlika (d)
AG Zagrebačka stranka (ZGS)	1,2	1,8	0,6	1,3	1,9	0,7	1,4	4,6	3,4	2,1	1,1	-0,1	1,2		
Akcija socijaldemokrata Hrvatske (ASH)	1,8	1,0	-0,8	1,0	2,6	0,8	1,6	1,9	0,1	1,4	1,3	-0,5	1,3		
Demokratski centar (DC)	2,6	2,5	-0,1	1,5	0,8	-1,8	0,9	1,2	-1,4	1,1	2,0	-0,6	1,6		
Hrvatska demokratska zajednica (HDZ), HSP, HKDU	19,6	9,3	-10,3	2,9	13,5	-6,1	3,4	15,6	-4,0	3,6	7,6	-12,0	3,1		
Hrvatska narodna stranka (HNS)	17,3	9,4	-7,9	2,9	17,8	0,5	3,8	18,0	0,7	3,8	9,9	-7,4	3,5		
Hrvatska seljačka stranka (HSS)	4,1	4,0	-0,1	1,9	3,5	-0,6	1,8	3,3	-0,8	1,8	4,2	0,1	2,3		
Hrvatska socijalno-liberalna stranka (HSL)	3,2	2,6	-0,6	1,6	5,9	2,7	2,3	4,5	1,3	2,1	3,3	0,1	2,1		
Hrvatska stranka umirovljenika (HSU)	3,0	0,5	-2,5	0,7	0,0	-3,0	0,0	0,0	-3,0	0,0	0,4	-2,6	0,8		
Hrvatski demokršćani (DEMOKRSĆANI)	2,2	1,0	-1,2	1,0	0,4	-1,8	0,6	0,5	-1,7	0,7	1,4	-0,8	1,4		
Nezavisna lista (Ivo Lončar)	2,6	0,7	-1,9	0,8	0,4	-2,2	0,6	0,2	-2,4	0,5	0,6	-2,0	0,9		
Nezavisna lista (dr. Miroslav Tuđman)	7,5	4,4	-3,1	2,0	15,0	7,5	3,5	10,4	2,9	3,0	7,3	-0,2	3,0		
Socijaldemokratska partija Hrvatske (SDP)	26,6	15,6	-11,0	3,6	28,1	1,5	4,4	27,2	0,6	4,4	19,9	-6,7	4,6		
Ostale	6,6	1,4			1,5			2,9			1,1				
Bez odgovora	1,6	45,8			8,7			9,6			39,8				
N	271.809	682			129			224			317				
s.d.		3,3			2,1			1,4			3,0				

* U tablici su prikazani rezultati za stranke koje su na izborima ostvarile više od 1,0 posto glasova.

Tablica 12
 Usporedba prognostičke valjanosti rezultata za izjašene ispitanike u uzorku glasačkoga tijela i uzorcima „vjerojatnih glasača“ definiranih nerotiranim i varimax-faktorima – rezultati za terensko istraživanje

Stranke*	IZBORI		Uzorak cijeloga glasačkog tijela			Uzorak „vjerojatnih glasača“ prema nerotiranom faktoru (svi zadržani prediktori)			Uzorak „vjerojatnih glasača“ prema varimax-faktoru I (zanimanje za politiku i izbore)			Uzorak „vjerojatnih glasača“ prema varimax-faktoru II (odazivanje prijašnjim izborima)		
	% birača	% ispitnika	Razlika (d)	Standardna pogreška	% ispitnika	Razlika (d)	Standardna pogreška	% ispitnika	Razlika (d)	Standardna pogreška	% ispitnika	Razlika (d)	Standardna pogreška	
AG Zagrebačka stranka (ZGS)	1,3	2,4	1,1	2,1	1,2	-0,1	1,5	1,9	0,6	1,9	1,5	0,2	1,8	
Akcija socijaldemokrata Hrvatske (ASH)	1,8	3,5	1,7	2,5	2,0	0,2	1,9	3,2	1,4	2,4	2,2	0,4	2,1	
Demokratski centar (DC)	2,7	5,1	2,4	3,0	7,0	4,3	3,5	6,8	4,1	3,4	4,9	2,2	3,1	
Hrvatska demokratska zajednica (HDZ), HSP, HKDU	19,9	14,2	-5,7	4,8	14,6	-5,3	4,8	15,8	-4,1	5,0	15,5	-4,4	5,3	
Hrvatska narodna stranka (HNS)	17,5	17,1	-0,4	5,1	11,6	-5,9	4,4	14,1	-3,4	4,8	15,6	-1,9	5,3	
Hrvatska seljačka stranka (HSS)	4,2	5,7	1,5	3,2	8,2	4,1	3,7	6,1	1,9	3,3	7,6	3,4	3,9	
Hrvatska socijalno-liberalna stranka (HLSL)	3,2	5,1	1,9	3,0	4,2	1,0	2,7	5,3	2,1	3,0	5,3	2,1	3,3	
Hrvatska stranka umirovljenika (HSU)	3,1	2,6	-0,5	2,2	1,5	-1,6	1,7	1,0	-2,1	1,3	2,5	-0,6	2,3	
Hrvatski demokršćani (DEMOKRŠĆANI)	2,3	1,7	-0,6	1,7	1,8	-0,5	1,8	1,1	-1,2	1,4	1,8	-0,5	1,9	
Nezavisna lista (Ivo Lončar)	2,7	2,8	0,1	2,3	2,9	0,2	2,3	2,7	0,0	2,2	3,5	0,8	2,7	
Nezavisna lista (dr. Miroslav Tuđman)	7,6	4,1	-3,5	2,7	1,6	-6,0	1,7	3,4	-4,2	2,5	2,6	-5,0	2,3	
Socijaldemokratska partija Hrvatske (SDP)	27,1	28,4	1,3	6,1	38,4	11,3	6,6	32,3	5,2	6,4	32,5	5,4	6,8	
Ostale	6,7	7,3			5,0			6,3			4,5			
N	271.809	358			145			220			221			
s.d.		1,5			3,0			1,9			1,9			

* U tablici su prikazani rezultati za stranke koje su na izborima ostvarile više od 1,0 posto glasova.

Tablica 13
Usporedba prognostičke valjanosti rezultata za izjašnjene ispitanike u uzorku glasačkoga tijela i uzorcima „vjerovatnih glasača“ definiranih nerotiranim i varimax-faktorima – rezultati za istraživanje telefonom

Stranke*	IZBORI		Uzorak cijeloga glasačkog tijela			Uzorak „vjerovatnih glasača“ prema nerotiranom faktoru (svi zadržani prediktori)			Uzorak „vjerovatnih glasača“ prema varimax-faktoru I (zanimanje za politiku i izbore)			Uzorak „vjerovatnih glasača“ prema varimax-faktoru II (odazivanje prijajšijim izborima)		
	% birača	% ispitanika	Razlika (d)	Standardna pogreška	% ispitanika	Razlika (d)	Standardna pogreška	% ispitanika	Razlika (d)	Standardna pogreška	% ispitanika	Razlika (d)	Standardna pogreška	
AG Zagrebačka stranka (ZGS)	1,3	3,3	2,0	2,4	2,1	0,8	1,9	4,6	3,3	2,8	1,9	0,6	1,9	
Akcija socijaldemokrata Hrvatske (ASH)	1,8	1,8	0,0	1,8	2,8	1,0	2,2	2,5	0,7	2,1	2,1	0,3	2,0	
Demokratski centar (DC)	2,7	4,6	1,9	2,8	0,9	-1,8	1,3	2,3	-0,4	2,0	3,4	0,7	2,6	
Hrvatska demokratska zajednica (HDZ), HSP, HKDU	19,9	17,2	-2,7	5,1	14,8	-5,1	4,8	16,6	-3,3	5,0	12,5	-7,4	4,7	
Hrvatska narodna stranka (HNS)	17,5	17,3	-0,2	5,1	19,5	2,0	5,3	19,7	2,2	5,3	16,5	-1,0	5,3	
Hrvatska seljačka stranka (HSS)	4,2	7,4	3,2	3,5	3,8	-0,4	2,6	6,2	2,0	3,2	7,0	2,8	3,6	
Hrvatska socijalno-liberalna stranka (HSL)	3,2	4,8	1,6	2,9	6,4	3,2	3,3	4,7	1,5	2,8	5,5	2,3	3,2	
Hrvatska stranka umirovljenika (HSU)	3,1	0,9	-2,2	1,3	0,0	-3,1	0,0	0,0	-3,1	0,0	0,7	-2,4	1,2	
Hrvatski demokrišćani (DEMOKRIŠĆANI)	2,3	1,8	-0,5	1,8	0,4	-1,9	0,9	0,5	-1,8	1,0	2,4	0,1	2,2	
Nezavisna lista (Ivo Lončar)	2,7	1,3	-1,4	1,5	0,4	-2,3	0,9	0,5	-2,2	1,0	1,0	-1,7	1,4	
Nezavisna lista (dr. Miroslav Tuđman)	7,6	8,1	0,5	3,7	16,4	8,8	5,0	10,7	3,1	4,1	12,2	4,6	4,7	
Socijaldemokratska partija Hrvatske (SDP)	27,1	28,8	1,7	6,1	30,8	3,7	6,2	28,8	1,7	6,1	33,0	5,9	6,7	
Socijalistička radnička partija Hrvatske (SRP)	0,7	0,0	-0,7	0,0	0,0	-0,7	0,0	0,0	-0,7	0,0	0,0	-0,7	0,0	
Ostale	6,7	2,6			1,7			2,9			1,8			
N	271.809	370			117			225			191			
s.d.		1,2			2,3			1,5			2,2			

* U tablici su prikazani rezultati za stranke koje su na izborima ostvarile više od 1,0 posto glasova.

Podaci u tablicama dosljedno pokazuju da se u skupini svih ispitanika (uključujući i one koji se nisu izjasnili o glasačkom opredjeljenju), u usporedbi s rezultatima istraživanja na uzorku cijeloga glasačkog tijela, selekcijom uzorka temeljem sve tri faktorski izdvojene skupine prediktora u većoj ili manjoj mjeri poboljšava prognostička valjanost rezultata o namjerama glasanja za određenu izbornu mogućnost. To podjednako vrijedi za terensku i za telefonsku anketu i podjednako je potkrijepljeno globalnim pokazateljima valjanosti (niže standardne devijacije) i analizom valjanosti rezultata za pojedine stranke, udruge ili nezavisne liste (učestalija podudarnost istraživačkih i izbornih rezultata unutar granica standardne pogreške uzorka, preciznija procjena izbornoga rezultata značajnijih izbornih opcija²²). Kao što se pretpostavilo, u tom su smislu dosljedno učinkovitije mogućnosti selekcioniranja uzorka temeljem skupine prediktora koji ukazuju na učestalo glasanje na prijašnjim izborima (varimax-faktor 2) i opću zainteresiranost za politiku i izbore (varimax-faktor 1) nego solucija koja se temelji na svim zadržanim prediktorima izbornoga ponašanja (nerotirani prvi faktor).

Dosljedno rezultatima analize na razini pojedinačnih prediktora izborne participacije, analiza za skupine izjašnjenih ispitanika i ovaj put sugerira da bi izjašnjavanje ili neizjašnjavanje o namjeri glasanja za pojedinu izbornu mogućnost u nekim okolnostima moglo biti čak i boljim pokazateljem namjere izlaska na izbore nego različite varijable izbornoga ponašanja. Podaci u Tablicama 12 i 13 dosljedno pokazuju da se daljnjom selekcijom skupine izjašnjenih ispitanika, bez obzira na to je li ona zasnovana na skupini prediktora sadržanih u nerotiranom ili izdvojenim rotiranim faktorima, istraživačka procjena izbornih rezultata prema svim validacijskim kriterijima u pravilu pogoršava. Osobito uočljivo smanjenje prediktivne valjanosti zabilježeno je na razini procjene rezultata izbornih opcija koje su u konkretnom slučaju premašile izborni „prag“, a na osnovi kojih se ponajprije i sudi o ukupnoj valjanosti predizbornih istraživanja javnoga mnijenja.

Zaključak

U studiji su izloženi rezultati dviju zasebnih analiza kojima se u različitim izbornim situacijama (izbori za Zastupnički i Županijski dom Sabora, predsjednički i lokalni izbori) i primjenom dviju anketnih tehnika (terenska i telefonska anketa) nastojao provjeriti utjecaj prediktora Perryjeva modela za identificiranje „vjerovatnih glasača“ na valjanost istraživačke procjene izbornih rezultata. I dok prva analiza nije dosljedno

²² Značajnijim izbornim opcijama u ovom slučaju smatramo one koje su na izborima za Gradsku skupštinu Zagreba 2001. godine prešle „izborni prag“ (SDP; Koalicija HDZ-a, HSP-a i HKDU-a; HNS; Nezavisna lista dr. Miroslava Tuđmana).

potvrdila prinos ukupnoj prognostičkoj vrijednosti istraživanja, druga je pokazala da se primjenom Perryjeva modela može ostvariti u osnovi povoljan, ali ipak ograničen učinak na prognostičku valjanost predizbornih istraživanja javnoga mnijenja. Neki Perryjevi prediktori izborne participacije – bilo da je riječ o pojedinačnim pokazateljima izbornoga ponašanja (kao što su ponajprije deklarirana namjera izlaska na izbore, zainteresiranost za politiku, zanimanje za predstojeće izbore), ili pak o skupini varijabli povezanih s prijašnjim glasačkim ponašanjem i općom zainteresiranošću za sudjelovanje na izborima – mogu i našim istraživačima poslužiti kao donekle koristan kriterij za selekciju uzorka „vjerojatnih glasača“, ili pak za odgovarajuće ponderiranje rezultata dobivenih na uzorku cijeloga glasačkog tijela. Međutim, kao što sugeriraju rezultati obje provedene analize, vrlo je realno pretpostaviti da se, u našim okolnostima, glavna selekcija „vjerojatnih glasača“ događa spontano, temeljem prihvaćanja ili odbijanja anketne suradnje, a potom i izjašnjavanjem ili neizjašnjavanjem o namjerama glasovanja za određenu izbornu mogućnost. Budući da je autoselekcija ispitanika na obje od tih razina više nego značajna,²³ logično je očekivati da je uvođenjem bilo kojega dodatnog kriterija za selekciju uzorka (ili njihovom primjenom u obradi podataka) moguće postići tek razmjerno skroman učinak na valjanost istraživačkih rezultata. U sklopu ove analize to ponajprije potvrđuje zapažanje (podjednako utemeljeno na rezultatima terenske i telefonske ankete) prema kojemu je čak i jednostavnim isključivanjem neizjašnjenih ispitanika uglavnom postignuta bolja procjena izbornih rezultata nego uvođenjem bilo kojega pojedinačnog prediktora „vjerojatnog glasovanja“, ili pak skupine međusobno povezanih varijabli izbornog ponašanja.

Iako je u sklopu ove analize proizvelo povoljne učinke na valjanost istraživanja, proporcionalno preračunavanje rezultata za skupinu izjašnjenih ispitanika u nekim bi se drugim izbornim okolnostima moglo pokazati prilično rizičnim, i kao kriterij za definiranje „vjerojatnih glasača“ i kao postupak za konačnu procjenu izbornih rezultata. Vrlo je vjerojatno da je u analiziranoj izbornoj situaciji neizjašnjavanje o namjerama glasovanja za određenu izbornu mogućnost bilo izrazitije povezano sa slabim zanimanjem za predstojeće izbore (pa je, stoga, prilično uspješno izdvojilo skupinu „vjerojatnih glasača“), a nešto manje s rezervama u izražavanju „politički nepoželjnog“ glasačkog opredjeljenja, nego što je to vjerojatno bilo na nekim prijašnjim izborima (Lamza Posavec, 1995.) ili bi moglo biti na nekima od budućih.

²³ U sklopu istraživanja analiziranih u ovom radu, sudjelovanje u anketi odbilo je 49,3 (terenska anketa), odnosno 35,6 (anketa telefonom) posto svih kontaktiranih osoba. Kao što je uočljivo u Tablicama 10 i 11, od onih koji su prihvatili anketnu suradnju na pitanje o namjeri glasovanja nije odgovorilo njih 26,1 (terenska anketa), odnosno 45,8 (anketa telefonom) posto.

Umjesto mehaničkoga isključivanja neizjašnjenih ispitanika, za daljnje bi poboljšanje predikcije izbornih rezultata vjerojatno bilo korisnije, osim zadržavanja najučinkovitijih prediktora Perryjeva modela, iskušati i učinkovitost nekih dodatnih pokazatelja izbornoga ponašanja, ponajprije onih koji su izrazitije situacijski povezani s konkretnim političkim i izbornim okolnostima. Budući da je, kako se čini, izborna apstinencija barem djelomice povezana i s vrednovanjem općega društvenog stanja te trenutačno vodećih političkih aktera,²⁴ neki bi se od takvih prediktora mogli odnositi na stavove građana prema aktualnoj vlasti te s njima povezana specifična očekivanja u svezi s rezultatima predstojećih izbora i daljnjim razvitkom opće društvene situacije.

²⁴ O tome u američkim uvjetima izvještava Saad (1998.), navodeći podatke prema kojima se osobe koje namjeravaju i ne namjeravaju glasovati na predsjedničkim izborima međusobno razlikuju u vrednovanju aktualnoga predsjednika i njegove politike. U našim okolnostima ta je teza provjerena zasebnom studijom, također prikazanom u ovoj knjizi (*Izborna apstinencija: tko i zašto se ne odaziva izborima?*).

POGREŠKA POKRIVENOSTI U ISTRAŽIVANJIMA PUTEM TELEFONA

Zbog očitih prednosti glede troškova i vremena potrebnog za realizaciju istraživanja, tehnika telefonskog anketiranja vrlo je popularan postupak prikupljanja podataka u različitim vrstama društvenih istraživanja. Usprkos nedostatku odgovarajućih metodoloških analiza koje bi u našim uvjetima ukazale na bitne prednosti i ograničenja takvog anketnoga pristupa te omogućile argumentirano kritičko promišljanje realne spoznajne vrijednosti dobivenih rezultata, telefonska se anketa i u nas učestalo koristi u marketinškim, medijskim i sličnim empirijskim istraživanjima, kao i u istraživanjima političkog javnog mnijenja. Sporadični pokušaji ukazivanja na moguće metodološke prednosti i manjkavosti takve tehnike prikupljanja podataka uglavnom su rezultat paušalnih prosudbi nedovoljno osposobljenih istraživača i „analitičara“ istraživačkih rezultata ili pak nekritičkog preuzimanja metodoloških iskustava iz – za definiranje valjane istraživačke metodologije – bitno različitih društvenih okruženja.

Iako ukupna valjanost rezultata bilo koje ankete provedene telefonom, kao i ostalih društvenih istraživanja, ovisi o svim elementima planiranja i realizacije istraživačkoga postupka, u metodološkim raspravama o valjanosti telefonskih anketa riječ je ponajprije o mogućim ograničenjima i prednostima koje proizlaze iz tehnike prikupljanja podataka odnosno specifičnih karakteristika uzoraka istraživanja zadanih izborom takve istraživačke procedure. Kad je riječ o istraživanju javnoga mnijenja (ili bilo kojem drugom društvenom istraživanju rezultati kojega se uopćavaju na ukupnu populaciju nekog zemljopisno definiranog područja), problem valjanosti telefonskih anketa u velikoj je mjeri povezan s pitanjem pokrivenosti kućanstava telefonskim priključkom. Sukladno iskustvima istraživača iz brojnih zemalja, imatelji i neimatelji telefona značajno se razlikuju prema nekim sociodemografskim karakteristikama relevantnima za oblikovanje političkih stavova i preferencija, a time i za rezultate istraživanja javnoga mnijenja (npr. Keeter, 1995.; Lavrakas., 1993.; Perry, 1968./69.; Smith, 1990.; Vehovar, 1991.). U razdoblju sve uočljivije dominacije telefonskih anketa u različitim društvenim istraživanjima u 1990-ima, objedinjujući relevantna svjetska iskustva, autori ESOMAR-ova vodiča za istraživanje javnoga mnijenja (Guide, 1993.) ističu da je posjedovanje telefona u pravilu značajno povezano s namjerama glasovanja za određene stranke i izborne kandidate te da stoga u predizbornim istraživanjima javnoga mnijenja telefonske ankete ne bi trebalo provoditi u zemljama u kojima

telefonski priključak ima manje od 85 posto svih kućanstava.¹ U suprotnom bi sužavanje osnovnoga skupa na imatelje telefonskih priključaka moglo postati značajnim izvorom pristranosti rezultata i tako znatno umanjiti ukupnu valjanost provedenog istraživanja.

Dosljedno svjetskim iskustvima, i neka naša istraživanja provedena u razdoblju od 1989. do 1992. godine, kad je prema gruboj procjeni telefonskim priključkom raspolagalo manje od 50 posto hrvatskih kućanstava,² pokazuju da su vlasnici telefona bili u prosjeku obrazovaniji, višeg imovinskog statusa i zainteresiraniji za društvena i politička zbivanja nego osobe bez telefona (Lamza, 1990.b; Lamza Posavec, 1995.; 1996.). Na razini političkih stavova i preferencija, podaci sugeriraju da su imatelji telefona izražavali veću kritičnost prema društvenim zbivanjima i tadašnjoj (HDZ-ovoj) vlasti nego osobe bez telefona te da su bili skloniji političkim strankama i akterima koji se obraćaju urbanim, obrazovanim i mlađim populacijskim kategorijama nego populističkim političkim opcijama, koje češće biraju ruralni, manje naobraženi i stariji segmenti stanovništva (Lamza Posavec, 1995.; Lamza Posavec, 1996.). Sukladno tome, u analiziranom razdoblju, moguća pristranost rezultata telefonskih anketa očitovale bi se u većoj zastupljenosti negativnih stavova prema predstavnicima aktualne vlasti i većoj kritičnosti prema njihovim odlukama, potezima i aktivnostima nego što bi bilo realno očekivati u ukupnoj populaciji odraslog stanovništva Hrvatske. Također, rezultatima telefonskih anketa u tijeku 1990-ih mogla je u pravilu biti precijenjena sklonost glasača političkim strankama poput Hrvatske socijalno-liberalne stranke, koja se više obraćala urbanim, mlađim i naobraženijim glasačima (Grdešić i sur., 1991.; Lamza, 1990.a; Lamza Posavec, 1995.; Rimac, 1992.; Zakošek, 1994.), a istodobno podcijenjena sklonost strankama poput HDZ-a i HSS-a, koje su pretežito privlačile seosko stanovništvo te starije i slabije obrazovane osobe (Grdešić i sur., 1991.; Lamza, 1990.a; Lamza Posavec, 1995.; Rimac, 1992.; Zakošek, 1994.).

¹ Npr. 1990-ih je pokrivenost kućanstava telefonskim priključcima dostigla na području SAD-a oko 94 posto (Brick i sur., 1995.; Keeter, 1995.). Prema analizi Trewina i Leea (1988.), u 1980-ima je pokrivenost telefonskim priključcima bila najveća na području Švedske (već je tada dostigla 99 posto) i Kanade (oko 97 posto), a potom na području Finske, Novog Zelanda, Sjedinjenih Američkih Država, SR Njemačke, Danske, Francuske, Nizozemske, Australije i Hong Konga (između 90 i 95 posto), dok je u svim ostalim zemljama iznosila manje od 80 posto.

² Analiza podataka HPT-a o telefonskim pretplatnicima u Hrvatskoj 1990. godine pokazala je da je telefonski priključak tada imalo 41 posto hrvatskih kućanstava, a prema istom izvoru 1995. godine njime je raspolagalo 65 posto kućanstava (Lamza Posavec, 1995.).

Od druge polovice 1990-ih pokrivenost telefonskim priključcima kontinuirano se i značajno povećavala, pa je tako 1999. godine iznosila oko 75 posto³ da bi se 2004. godine približila proporciji od 90 posto.⁴ Sudeći prema raspoloživim podacima, od toga razdoblja zastupljenost kućanstava s fiksnim telefonskim priključkom postaje sve manja, pa je tako 2009. iznosila oko 80 posto, a u tijeku 2014. godine smanjila se na 72 posto.⁵ Razumije se da je tendencija smanjivanja pokrivenosti stacionarnim telefonskim priključcima ponajprije posljedica sve učestalije uporabe mobilnih telefonskih uređaja kojima je, prema podacima agencije Ipsos Puls, u 2014. godini raspolagalo 84 posto hrvatskih kućanstava.

Iako je, prema ESOMAR-ovu standardu, već pri kraju prvog desetljeća 21. stoljeća pokrivenost hrvatskih kućanstava fiksnim telefonskim priključcima ponovno postala nedostatnom za valjano istraživanje javnoga mnijenja koje bi se temeljilo na uporabi telefona kao anketnoga medija, to ipak ne znači da se, i u takvim okolnostima, telefonskim anketama ne mogu osigurati zadovoljavajuće istraživačke procjene. To je, dakako, moguće samo pod uvjetom da su istraživački relevantne razlike između populacije imatelja telefonskog priključka i onoga dijela ukupne populacije stanovništva koji je dostupan terenskim istraživanjem (a u kojemu pretežit dio također čine imatelji telefona)⁶ ipak nedostatne da bi značajnije utjecale na razlike u rezultatima telefonskih i terenskih anketa. Ono što bi odlučilo o komparativnoj valjanosti telefonskih i terenskih anketa bilo bi u tom slučaju u

³ Riječ je o procjeni izvedenoj na temelju podataka HT-a s početka 1999. godine za fiksnu telefonsku mrežu u Hrvatskoj i podatka o broju kućanstava zabilježenoga popisom stanovništva 1991. godine.

⁴ Prema podacima agencije Ipsos Puls u tijeku 2004. godine telefonskim je priključkom raspolagalo 88 posto hrvatskih kućanstava. Riječ je o kumulativnom podatku 12 anketa provedenih 2014. godine u sklopu terenskih omnibus istraživanja koje Ipsos Puls provodi jedanput mjesečno na probabilistički izabranim uzorcima od 1000 ispitanika (u tijeku jedne godine anketirano je, dakle, 12.000 osoba) u kojima redovito postavlja pitanje o opremljenosti kućanstava telefonskim priključkom, mobilnim telefonskim uređajima, internetom, različitim kućanskim aparatima i slično.

⁵ Isti izvori podataka kao u prethodnoj bilješci.

⁶ Važno je podsjetiti da nijedno terensko istraživanje ne može potpuno reprezentirati ukupnu populaciju (punoljetnog ili drukčije definiranog) stanovništva jer struktura realiziranoga uzorka ne ovisi samo o načinu njegova izbora, već i o realno mogućem obuhvatu kućanstava (fizički teže dostupne adrese teško je obuhvatiti i terenskim istraživanjima), i, što je još mnogo važnije, o spontanoj selekciji potencijalnih ispitanika nastaloj zbog odbijanja anketne suradnje. Budući da su, zbog spomenutih razloga, i terenskim anketama u pravilu nedostatno obuhvaćeni ispitanici sličnih obilježja koja prevladavaju i u dijelu stanovništva bez telefona (u prosjeku stariji, slabije naobraženi i nižeg imovinskog statusa), realno je očekivati da je razlika u strukturi uzoraka realiziranih u sklopu terenskih i telefonskih anketa u stvarnosti znatno manja nego razlika između imatelja i neimatelja telefonskog priključka.

većoj mjeri povezano s nekima od ostalih značajki primijenjenih anketnih tehnika nego s razlikama u određenju osnovnog skupa za izbor istraživačkih uzoraka.

Osim pristranosti koje bi mogle nastati zbog definicije osnovnoga skupa, telefonske ankete imaju i neke druge metodologijske nedostatke koji se uglavnom svode na teškoće komuniciranja s ispitanicima: ne dopuštaju opsežnije anketne upitnike ni složenija pitanja (osobito je neprikladna uporaba ljestvica), a i odgovori na otvorena pitanja znatno su siromašniji nego u terenskim istraživanjima (Groves, 1989.; Lavrakas, 1993.); mogućnosti kontrole procesa anketiranja znatno su manje nego u postupku licem-u-lice; uskraćivanje odgovora na osjetljiva pitanja (poglavito na ono o namjerama glasovanja) izrazitije je nego u terenskim anketama u kućanstvima (npr. Groves, 1979.; Jordan i sur., 1980.; Lamza Posavec, 1995.); i, na kraju, neki istraživači (npr. Groves, 1977., prema Jordan i sur., 1980.; Lake, 1987.) upozoravaju da ispitanici prihvaćaju telefonom postavljene upite s manje povjerenja i ozbiljnosti nego u slučaju izravnog kontakta s voditeljem ankete što dodatno umanjuje ukupnu valjanost istraživačkih rezultata. S druge strane, telefonske ankete imaju nesumnjivih prednosti: to se, naravno, odnosi ponajprije na već spomenuti osjetno manji utrošak financijskih sredstava i vremena za prikupljanje podataka (pri čemu je potonje osobito važno za istraživanja javnoga mnijenja jer omogućava veću aktualnost rezultata);⁷ uzorci telefonskih anketa mogu biti znatno bolje teritorijalno raspršeni i tako bolje odražavati realni varijabilitet pojave koja je predmet istraživanja nego u slučaju terenskih anketa; telefonske ankete omogućavaju lakšu kontrolu rada anketara (osobito u primjeni CATI tehnike) i bilježe manju među-anketarsku varijancu (Tucker, 1983.; Lavrakas, 1993.); istraživačko iskustvo sugerira da su u telefonskim anketama ispitanici manje skloni izražavanju društveno poželjnih stavova nego u slučaju neposrednoga kontakta s anketarom (npr. Rogers, 1976.; Groves, 1989.),⁸ i, na kraju, telefonska anketa ima još jednu važnu

⁷ Vremenska se ušteda očituje ne samo u znatno kraćem postupku uspostave kontakta s ispitanikom već, kako se čini, i u znatno kraćem vremenu potrebnom za popunjavanje pojedinog anketnog upitnika. Eksperimentirajući s pojedinim tehnikama prikupljanja podataka, Groves (1989.) je zaključio da je za primjenu istog anketnog upitnika u telefonskoj anketi potrebno 10 do 20 posto manje vremena nego u terenskoj. U odnosu prema klasičnoj terenskoj anketi, ukupna vremenska ušteda još je veća u već uobičajenoj primjeni kompjutorski potpomognutog telefonskog anketiranja (CATI).

⁸ Iako spomenuti stav prevladava u odgovarajućoj metodologijskoj literaturi, valja ipak spomenuti da je američki autor Wiseman (1972.) na temelju svojeg istraživanja o razlikama među pojedinim tradicionalnim anketnim tehnikama zaključio suprotno – prema njegovim nalazima, proporcija društveno nepoželjnih stavova najmanja je u anketi telefonom, potom u terenskoj anketi, a najveća u anketi poštom. Neki drugi autori (npr. Hochstim, 1976., prema Cummings, 1979.) pak tvrde da među različitim tehnikama anketiranja (anketiranje u kućanstvima licem-u-lice, anketa poštom i telefonsko anketiranje) nema bitnih razlika glede ukupne valjanosti dobivenih rezultata.

prednost pred terenskom – u sklopu te istraživačke procedure puno je lakše ponoviti neuspjeli kontakt s ispitanikom i tako smanjiti ukupnu proporciju neodazivanja (Dillman, 1978.), kao osobito važan razlog nedostatne valjanosti istraživanja (npr. Cantril, 1991.; Brady i Orren, 1992.; Lamza Posavec, 1995.).⁹

U sklopu ove studije pokušalo se procijeniti kakav je mogući utjecaj nepotpune pokrivenosti hrvatskih kućanstava telefonskim priključcima na valjanost istraživanja javnoga mnijenja provedenih uporabom telefona kao anketnoga medija. Kako moguća pogreška pokrivenosti ne ovisi samo o udjelu ciljane populacije koji nije obuhvaćen nekim istraživačkim postupkom, već i o razlikama između onih koji mogu i onih koji ne mogu biti obuhvaćeni (Groves, 1989.), za tu su svrhu uspoređene glavne sociodemografske osobine imatelja i neimatelja telefona, analizirane razlike u njihovim odgovorima na neka ključna pitanja istraživanja političkog javnog mnijenja (procjena općeg stanja u zemlji, podrška aktualnoj vlasti i predsjedniku države, namjera izlaska na izbore i stranačke preferencije) te procijenjeni značajnost i smjer eventualnih pristranosti rezultata dobivenih na uzorku imatelja telefona u odnosu prema rezultatima na uzorku cijele populacije punoljetnog stanovništva Hrvatske.

Iako je težište analize na rezultatima istraživanja iz 2014. godine, u studiji su prikazani i usporedivi podaci s kraja 1990-ih kada je na razini Hrvatske pokrivenost telefonskim priključcima bila približno ista kao i 2014. godine, ali su bile različite društvene i političke okolnosti, a vjerojatno i razlozi posjedovanja ili neposjedovanja telefona. Radi veće pouzdanosti rezultata, u oba su razdoblja analizirane po dvije nezavisne skupine podataka – rezultati istraživanja javnoga mnijenja iz listopada 1996. i veljače 1998. godine (Lamza Posavec i sur., 1996.; 1998.a) te rezultati za tromjesečja travanj-lipanj i listopad-prosinac 2014. godine (izvor: Ipsos Puls).¹⁰ Sva su istraživanja provedena kombiniranim metodom usmene terenske ankete i tajnog izjašnjavanja na probabilističkim, višestapno stratificiranim uzorcima punoljetnog stanovništva Hrvatske.

Razlike između imatelja i neimatelja telefonskog priključka

Na prvoj razini analize utvrđene su razlike između ispitanika koji u kućanstvu imaju i onih koji nemaju telefonski priključak, sukladno obuhvaćenim sociodemografskim varijablama te prediktorima političkih stavova i namjeravanog izbornog ponašanja (Tablice 1-4).

⁹ Vidjeti također poglavlje u ovoj knjizi: *Odbijanje ankete u istraživanjima javnoga mnijenja*.

¹⁰ Da bi se osigurao dostatan broj ispitanika za svaku analiziranu kategoriju (imatelji telefona, neimatelji telefona i cijeli obuhvaćeni uzorak) rezultati mjesečnih istraživanja prikazani su kumulativno za tri uzastopna mjeseca u razdoblju travanj-lipanj i listopad-prosinac 2014. godine.

Tablica 1

Usporedba imatelja i neimatelja telefona prema analiziranim sociodemografskim varijablama (istraživanja 1996. i 1998. godine)*

	Istraživanje 1996.		Istraživanje 1998.	
	Ispitanici s telefonom	Ispitanici bez telefona	Ispitanici s telefonom	Ispitanici bez telefona
Spol				
Muški	47,4	51,3	46,3	51,5
Ženski	52,5	48,7	53,5	48,5
<i>Hi-kvadrat</i>	2,093 $p > 0,05$		1,453 $p > 0,05$	
Dob				
Do 30 godina	20,4	15,4	19,6	12,4
30 do 39	21,6	20,0	20,5	14,7
40 do 49	21,8	17,0	19,8	16,1
50 do 59	15,5	15,0	16,3	10,1
60 i više	20,7	32,6	23,6	45,4
<i>Hi-kvadrat</i>	37,484 $p \leq 0,01$		35,833 $p \leq 0,01$	
Školska sprema				
Osnovna	16,7	47,4	22,3	48,0
Srednja	57,9	43,8	57,1	47,7
Viša, fakultet	24,2	8,1	20,5	4,1
<i>Hi-kvadrat</i>	215,425 $p \leq 0,01$		58,143 $p \leq 0,01$	
Radna aktivnost				
Radno aktivan	52,3	40,8	45,7	32,9
Student	7,0	2,3	6,4	1,8
Kućanica	7,2	12,9	7,9	11,1
Umirovljenik	23,5	29,4	27,3	39,9
Nezaposlen	7,9	12,8	9,8	12,2
Ostalo	1,9	1,6	2,6	2,1
<i>Hi-kvadrat</i>	50,776 $p \leq 0,01$		20,058 $p \leq 0,01$	
Mjesečni prihod po članu kućanstva				
Manje od 500 kn	16,0	37,6	12,0	28,7
Više od 500, manje od 1000 kn	37,7	42,5	33,4	43,4
Više od 1000, manje od 1500 kn	24,2	13,0	25,5	14,7
Više od 1500, manje od 2000 kn	11,5	5,0	14,5	6,4
Više od 2000, manje od 3000 kn	6,7	1,0	9,6	3,2
Više od 3000 kn	3,3	0,0	3,6	1,5
<i>Hi-kvadrat</i>	161,190 $p \leq 0,01$		42,621 $p \leq 0,01$	
Broj ispitanika	3018	397	1387	152

* Iz tablice je ispuštena kategorija „bez odgovora“.

Tablica 2

Usporedba imatelja i neimatelja telefona prema analiziranim sociodemografskim varijablama (istraživanja 2014. godine)

	Travanj do lipanj 2014.		Listopad do prosinac 2014.	
	Ima telefon	Nema telefon	Ima telefon	Nema telefon
Spol				
Muški	47,1	48,6	46,2	50,9
Ženski	52,9	51,4	53,8	49,1
<i>Hi-kvadrat</i>	0,172 $p > 0,05$		5,302 $p \leq 0,05$	
Dob				
Do 30 godina	17,7	21,6	17,9	20,7
31 do 45	23,8	28,0	23,2	29,0
46 do 60	27,7	25,1	28,5	22,7
Više od 60	30,8	25,3	30,4	27,6
<i>Hi-kvadrat</i>	15,863 $p \leq 0,01$		19,869 $p \leq 0,01$	
Školska sprema				
Osnovna	26,0	31,5	26,6	29,0
Srednja	55,8	52,6	54,5	56,6
Viša, fakultet	18,2	15,9	18,9	14,4
<i>Hi-kvadrat</i>	8,877 $p \leq 0,01$		4,019 $p > 0,05$	
Radna aktivnost				
Radno aktivan	42,2	41,5	41,8	41,8
U procesu školovanja	9,6	7,1	9,1	8,7
Kućanica	7,7	6,8	7,4	5,6
Umirovljenik	27,1	23,3	27,8	23,0
Nezaposlen	13,0	19,7	13,2	19,5
Nepoznato	0,4	1,6	0,7	1,4
<i>Hi-kvadrat</i>	33,850 $p \leq 0,01$		26,076 $p \leq 0,01$	
Prihodi kućanstva				
Do 3000 kuna	16,0	27,4	15,0	24,1
3000 do 6000 kuna	22,7	19,6	21,8	20,9
6000 do 9000 kuna	16,5	12,8	19,4	13,7
Više od 9000 kuna	17,3	8,6	20,6	6,9
Bez odgovora	27,5	31,6	23,2	34,4
<i>Hi-kvadrat</i>	76,772 $p \leq 0,01$		137,24 $p \leq 0,01$	
Broj ispitanika	2149	755	2053	861

Tablica 3

Usporedba imatelja i neimatelja telefona prema analiziranim pokazateljima političkih stavova i izbornog ponašanja (istraživanja 1996. i 1998. godine)

	Istraživanje 1996.		Istraživanje 1998.	
	Ispitanici s telefonom	Ispitanici bez telefona	Ispitanici s telefonom	Ispitanici bez telefona
Kakvo raspoloženje prevladava u Hrvatskoj?				
Pesimizam	52,0	42,8	63,6	46,0
Optimizam	30,3	35,4	20,8	26,9
Ne zna	16,4	20,3	13,9	23,5
Bez odgovora	1,3	1,5	1,7	3,6
<i>Hi-kvadrat</i>	12,042 $p \leq 0,01$		18,060 $p \leq 0,01$	
Mišljenje o hrvatskoj vlasti				
Vrlo povoljno	6,1	8,9	6,3	12,4
Uglavnom povoljno	33,9	35,3	27,3	38,4
Uglavnom nepovoljno	29,5	19,5	34,0	19,1
Vrlo nepovoljno	17,6	15,1	22,9	17,4
Ne zna	11,5	19,9	9,4	12,6
Bez odgovora	1,4	1,3	0,1	0,1
<i>Hi-kvadrat</i>	37,780 $p \leq 0,01$		25,878 $p \leq 0,01$	
Podrška predsjedniku RH F. Tuđmanu				
U potpunosti podržava	14,4	19,2	17,3	28,0
Uglavnom podržava	43,3	41,2	32,8	35,9
Uglavnom ne podržava	21,6	15,7	25,6	12,1
Uopće ne podržava	10,2	6,8	15,7	12,3
Ne zna, bez odgovora	10,5	17,1	8,6	11,7
<i>Hi-kvadrat</i>	28,208 $p \leq 0,01$		21,358 $p \leq 0,01$	
Namjera izlaska na izbore za Sabor RH				
Sigurno da	65,7	51,5	63,8	53,6
Vjerojatno da	23,5	30,9	23,0	19,4
Vjerojatno ne	2,8	2,6	2,9	3,4
Sigurno ne	3,2	4,9	6,0	10,7
Ne zna	4,8	10,1	4,3	12,9
<i>Hi-kvadrat</i>	42,111 $p \leq 0,01$		28,681 $p \leq 0,01$	
Namjera glasovanja za stranke				
HDZ	29,7	37,6	26,7	33,3
HNS	2,1	2,9	1,8	0,7
HSS	11,8	13,8	8,7	3,5
HSLŠ	17,0	9,2	8,4	5,0
HSP	3,6	3,2	3,7	6,6
IDS	2,8	1,8	1,9	4,9
SDP	9,1	3,9	20,5	12,7
Ostale stranke	7,0	4,9	11,2	12,2
Ne zna, ne bi glasovao	16,9	22,7	17,1	21,1
<i>Hi-kvadrat</i>	1103,167 $p \leq 0,01$		23,752 $p \leq 0,01$	
Broj ispitanika	3018	397	1387	152

Tablica 4

Usporedba imatelja i neimatelja telefona prema analiziranim pokazateljima političkih stavova i izbornog ponašanja (istraživanja 2014. godine)

	Travanj do lipanj 2014.		Listopad do prosinac 2014.	
	Ima telefon	Nema telefon	Ima telefon	Nema telefon
U kojem se smjeru kreće Hrvatska?				
Dobrom	13,8	11,2	12,5	9,7
Pogrešnom	80,1	81,0	82,9	84,2
Ne zna	6,1	7,8	4,6	6,1
<i>Hi-kvadrat</i>	5,262 $p > 0,05$		7,229 $p \leq 0,05$	
Podrška Vladi na čelu sa Z. Milanovićem				
Uglavnom podržava	17,8	14,2	19,4	15,8
Uglavnom ne podržava	76,0	76,2	76,4	77,0
Ne zna	6,2	9,6	4,2	7,2
<i>Hi-kvadrat</i>	12,900 $p \leq 0,01$		13,98 $p \leq 0,01$	
Podrška predsjedniku RH I. Josipoviću				
Uglavnom podržava	60,7	57,1	53,7	48,0
Uglavnom ne podržava	31,5	34,1	40,0	44,0
Ne zna	7,8	8,8	6,3	8,0
<i>Hi-kvadrat</i>	2,918 $p > 0,05$		7,292 $p \leq 0,01$	
Namjera izlaska na izbore za Hrvatski sabor				
Sigurno da	39,0	32,6	42,7	36,8
Vjerojatno da	30,0	26,7	29,4	30,2
Vjerojatno ne	9,0	8,2	11,0	12,1
Sigurno ne	18,5	28,9	13,7	16,8
Ne zna	3,5	3,6	3,2	4,1
<i>Hi-kvadrat</i>	12,918 $p \leq 0,01$		11,343 $p \leq 0,05$	
Namjera glasovanja za stranke				
HDZ	16,6	13,6	19,7	20,7
Hrvatski laburisti	5,2	4,0	2,0	2,1
ORAH	9,2	7,8	15,5	13,4
SDP	13,6	11,7	15,8	10,2
Ostale stranke	14,5	12,5	20,1	21,8
Ne zna	18,9	18,0	10,0	10,9
Ne bi glasovao	22,0	32,4	16,9	20,9
<i>Hi-kvadrat</i>	34,906 $p \leq 0,01$		22,299 $p \leq 0,01$	
Broj ispitanika	2149	755	2053	861

Provedene analize pokazuju da se, u svim skupinama podataka, imatelji i neimatelji telefonskog priključka značajno međusobno razlikuju kako prema sociodemografskim osobinama tako i prema obuhvaćenim prediktorima političkih stavova i izbornog ponašanja. No dok je u oba obuhvaćena razdoblja gotovo dosljedno utvrđeno da su osobe s telefonom u prosjeku obrazovanije (iznimka su samo rezultati za posljednje tromjesečje 2014. godine među kojima razlika nije statistički značajna) i da žive u imućnijim kućanstvima, recentni podaci o dobi i radnoj aktivnosti ispitanika upućuju na stanovite promjene u odnosu prema podacima iz 1996. i 1998. godine. Za razliku od situacije s kraja 1990-ih godina kada su imatelji telefona bili u prosjeku mlađi i proporcionalno češće radno aktivni nego osobe bez telefona, podaci iz 2014. pokazuju da telefonskim priključkom proporcionalno češće raspolažu osobe starije dobi te da je, dosljedno tome, među njima nešto više umirovljenika nego među osobama bez telefona. Spomenute su promjene vjerojatno posljedica učestalije uporabe mobilnih telefonskih uređaja u mlađem i radno aktivnom dijelu stanovništva.¹¹

U pogledu mogućeg izbornog ponašanja, rezultati svih analiziranih istraživanja – bez obzira na razdoblje u kojemu su provedena – dosljedno pokazuju da su osobe s telefonskim priključkom zainteresiranije za izlazak na izbore te da su sklonije glasovati za neku od stranaka lijevoga centra (SDP, HSLŠ, ORAH) nego što je to slučaj u dijelu populacije bez telefona.

Usprkos prividnim razlikama, i podaci na razini obuhvaćenih političkih stavova u osnovi su konzistentni. Rezultati istraživanja iz 1996. i 1998. godine sugeriraju da su, u usporedbi s onima bez telefonskog priključka, imatelji telefona bili znatno kritičniji spram tadašnje vlasti i predsjednika Republike te skloniji pesimističnom viđenju ukupne društvene situacije. Podaci iz 2014. godine upućuju pak na proporcionalno veću podršku hrvatskoj vladi i predsjedniku države te podjednako ili nešto manje pesimizma u vrednovanju opće društvene situacije ($p \leq 0,05$) u dijelu populacije s telefonskim priključkom nego u onome bez telefona. No kako su u 1990-ima Hrvatsku vodili HDZ-ova vlada i predsjednik države, a 2014. godine koalicijska vlada na čelu sa SDP-om i predsjednik države iz redova iste stranke, ti podaci samo potvrđuju već spomenuto zapažanje da su imatelji telefona skloniji podržati lijeve političke opcije nego što je to slučaj u dijelu populacije bez telefonskog priključka.

¹¹ To potvrđuju podaci o razlikama između imatelja i neimatelja mobilnih telefonskih uređaja (baza podataka agencije Ipsos Puls).

Usporedbe imatelja telefona i ukupne punoljetne populacije

Da bi se procijenilo koliko, na razini razgranatosti fiksne telefonske mreže kakva je u Hrvatskoj bila 2014. godine, zapažene razlike između imatelja i neimatelja telefonskog priključka mogu utjecati na valjanost telefonskih anketa, zasebnim su dijelom analize uspoređeni rezultati istraživanja za skupine ispitanika s telefonskim priključkom s rezultatima za cijele uzorke koji su obuhvaćeni u promatranim tromjesečnim razdobljima.¹² Usporedba je provedena na razini istih varijabli političkih stavova i izbornog ponašanja na temelju kojih su u prethodnom dijelu analize uspoređeni imatelji i neimatelji telefona.

Tablica 5

Pokazatelji političkih stavova i izbornog ponašanja u skupini imatelja telefona i uzorcima cijele populacije (istraživanja 2014. godine)

	Travanj do lipanj 2014.		Listopad do prosinac 2014.	
	Ima telefon	Cijeli uzorak	Ima telefon	Cijeli uzorak
U kojem se smjeru kreće Hrvatska?				
Dobrom	13,8	13,1	12,5	11,7
Pogrešnom	80,1	80,4	82,9	83,2
Ne zna	6,1	6,5	4,6	5,1
<i>Hi-kvadrat</i>	0,732 $p > 0,05$		1,250 $p > 0,05$	
Podrška Vladi na čelu sa Z. Milanovićem				
Uglavnom podržava	17,8	16,8	19,4	18,3
Uglavnom ne podržava	76,0	76,0	76,4	76,6
Ne zna	6,2	7,2	4,2	5,1
<i>Hi-kvadrat</i>	0,932 $p > 0,05$		2,485 $p > 0,05$	
Podrška predsjedniku RH I. Josipoviću				
Uglavnom podržava	60,7	59,8	53,7	52,0
Uglavnom ne podržava	31,5	32,2	40,0	41,0
Ne zna	7,8	8,0	6,3	7,0
<i>Hi-kvadrat</i>	0,455 $p > 0,05$		1,379 $p > 0,05$	
Namjera izlaska na izbore za Hrvatski sabor				
Sigurno da	39,0	37,3	42,7	40,9
Vjerojatno da	30,0	29,1	29,4	29,6
Vjerojatno ne	9,0	8,8	11,0	11,3

¹² Prilikom izračuna značajnosti razlika hi-kvadrat testom rezultati za sve ispitanike obuhvaćene pojedinim istraživanjem tretirani su kao teorijske, a rezultati za ispitanike s telefonom kao opažene frekvencije.

	Travanj do lipanj 2014.		Listopad do prosinac 2014.	
	Ima telefon	Cijeli uzorak	Ima telefon	Cijeli uzorak
Sigurno ne	18,5	21,2	13,7	14,7
Ne zna	3,5	3,6	3,2	3,5
<i>Hi-kvadrat</i>	5,774 $p>0,05$		2,013 $p>0,05$	
Namjera glasovanja za stranke				
HDZ	16,6	15,8	19,7	20,0
Hrvatski laburisti	5,2	4,9	2,0	2,0
ORAH	9,2	8,9	15,5	14,9
SDP	13,6	13,0	15,8	14,2
Ostale stranke	14,5	14,0	20,1	20,6
Ne zna	18,9	18,6	10,0	10,2
Ne bi glasovao	22,0	24,8	16,9	18,1
<i>Hi-kvadrat</i>	5,356 $p>0,05$		3,770 $p>0,05$	
Broj ispitanika				
		2904		2914

Rezultati analize za obje skupine podataka nedvosmisleno pokazuju da ni na jednom od obuhvaćenih anketnih pitanja nema statistički značajnih razlika ($p>0,05$) između odgovora svih anketiranih osoba i skupine ispitanika s telefonskim priključkom. To drugim riječima znači da bi se, na razini pokrivenosti telefonom kakva je u tijeku 2014. godine bila u Hrvatskoj, na uzorcima telefonskih anketa mogle očekivati praktički jednake istraživačke procjene ključnih pokazatelja javnoga mnijenja kao i na uzorcima terenskih istraživanja. Na sličan su zaključak o metodologijskoj opravdanosti istraživanja na uzorcima imatelja telefona upućivali i rezultati istovrsne analize podataka iz 1996. i 1998. godine kojom također nisu zabilježene statistički značajne razlike u odnosu prema tadašnjoj vlasti i predsjedniku države te namjerama izlaska na izbore i glasovanja za pojedine stranke između skupina ispitanika s telefonom i ukupno obuhvaćenih uzoraka.¹³ Razumije se da provedene analize ukazuju samo na mogući utjecaj osnovnoga skupa na rezultate koji bi se dobili telefonskom anketom u usporedbi s rezultatima terenskog istraživanja na uzorku cijelog glasačkoga tijela, a istodobno ne govore ništa o mogućem utjecaju specifičnih razlika u tehnikama provedbe anketnih postupaka i načinu komuniciranja s ispitanicima.

¹³ Za detaljniji uvid vidjeti članak na kojemu se pretežno temelji ovo poglavlje (Lamza Posavec, 1999.).

Zaključna rasprava

Rezultati provedenih analiza potvrđuju nalaze brojnih istraživača (npr. Keeter, 1995.; Lavrakas, 1993.; Perry, 1968./69.; Smith, 1990.; Vehovar, 1991.) da se imatelji i neimatelji telefonskog priključka značajno međusobno razlikuju prema mnogim osobinama značajnima za valjanost istraživanja javnoga mnijenja. Sukladno rezultatima istraživanja iz 2014. godine, dio hrvatske populacije koji raspolaže telefonskim priključkom u prosjeku je starije životne dobi, višeg imovinskog statusa i nešto više formalne naobrazbe (taj je nalaz samo djelomice potvrđen) nego dio stanovništva bez telefona. Uz to, na razini političkih stavova i mogućeg izbornog ponašanja, imatelji telefona pokazuju veću zainteresiranost za izlazak na izbore, skloniji su izboru neke od političkih opcija lijevoga centra te izražavaju veću podršku lijevo orijentiranim političkim akterima. Pouzdanost tih zaključaka dodatno potvrđuju, u većem dijelu sukladni, istraživački podaci s kraja 1990-ih godina prikupljeni u uvjetima podjednake pokrivenosti Hrvatske telefonskim priključcima ali u različitoj društvenoj i političkoj situaciji. Stanovito nesuglasje između recentnih i prijašnjih podataka odnosi se na razlike u dobnoj strukturi i radnoj aktivnosti imatelja i neimatelja telefona (krajem 1990-ih osobe s telefonom bile su u prosjeku mlađe i značajno češće radno aktivne) koje se mogu pripisati sve učestalijoj uporabi mobilnih telefonskih uređaja, osobito u mlađem i radno aktivnom dijelu stanovništva.

Uočene razlike između populacijskih segmenata koji raspolažu i onih koji ne raspolažu fiksnim telefonskim priključkom mogle bi navesti na zaključak da, u istraživanjima hrvatskog javnoga mnijenja, već na razini okvira za izbor uzorka telefonske ankete sadrže stanovitu pristranost u smislu precjenjivanja anketnog odziva i podrške lijevo orijentiranim političkim opcijama i akterima. Ipak, dodatna analiza je pokazala da razlike između imatelja i neimatelja telefona u Hrvatskoj ipak nisu tolike da bi, uz rasprostranjenost telefonske mreže kao 2014. godine, značajnije umanjile valjanost rezultata telefonskih anketa (odnosno opravdanost generaliziranja rezultata na cijelo glasačko tijelo) u odnosu prema rezultatima terenskih istraživanja na uzorku ukupnog punoljetnog stanovništva. To vrijedi tim više što, zbog različitih okolnosti u svezi s planiranjem i realizacijom uzoraka terenskih istraživanja – ponajprije zbog razmjerno velike učestalosti odbijanja anketne suradnje i moguće povezanosti odbijanja ankete i neimanja telefona¹⁴ – ni terenskim istraživanjima javnoga mnijenja nije moguće obuhvatiti zadovoljavajuću proporciju ispitanika bez telefonskog priključka. Ili, kao što ističu i neki američki analitičari, bez

¹⁴ Pretpostavka o povezanosti odbijanja ankete i neimanja telefona temelji se na podacima prema kojima ankete češće odbijaju slabije obrazovane osobe nižeg socijalnog statusa (vidjeti poglavlje: *Odbijanje ankete u istraživanjima javnoga mnijenja*) koje su ujedno zastupljenije u dijelu populacije bez telefonskog priključka.

obzira na primijenjenu tehniku prikupljanja podataka dio populacije bez telefona nije potpuno dostupan nijednom od raspoloživih tehnika prikupljanja podataka (npr. Klecka i Tuchfarber, 1978.; Leuthold i Scheele, 1971.), pa je stoga realno očekivati da će kod razmjerno visoke pokrivenosti telefonskim priključcima razlike u rezultatima telefonskih i terenskih anketa postati zanemarivo male i na demografskoj i na bihevioralnoj razini (Powell i Klecka, 1976., prema Klecka i Tuchfarber, 1978.).

Iako, dakle, sukladno rezultatima provedenih analiza, već i na razini pokrivenosti telefonskim priključcima od približno 70 posto svih kućanstava, sužavanje osnovnoga skupa na imatelje telefonskog priključka ne mora bitno umanjiti valjanost istraživačkih procjena u odnosu prema rezultatima terenskih istraživanja na uzorcima cijelog glasačkog tijela, to ipak ne znači da se usporedivim telefonskim i terenskim istraživanjima ne mogu zabilježiti čak i vrlo značajne razlike u odgovorima ispitanika na pojedina anketna pitanja. To se osobito odnosi na pitanje o namjerama glasanja na izborima, sigurno najvažnije od svih uobičajenih pitanja u istraživanjima javnoga mnijenja, kao i na druge osobito osjetljive i složene pokazatelje odnosa javnosti prema različitim aspektima političke i društvene problematike. Kad bi se usporedivim telefonskim i terenskim istraživanjima razlike u odgovorima na takva pitanja doista pokazale značajnima, vjerojatno bi ih bilo opravdanije pripisati razlikama u načinu postavljanja pitanja i komuniciranja s ispitanicima nego u definiciji osnovnih skupova iz kojih su izabrani uzorci istraživanja. U predizbornim istraživanjima javnoga mnijenja riječ je ponajprije o nemogućnosti da se u sklopu telefonskih anketa predoče cijele liste stranaka ili duži popis izbornih kandidata te o nemogućnosti tajnog izjašnjavanja na pitanje o namjerama glasanja na izborima. Zbog spomenutih razloga realno je očekivati da će rezultatima telefonskih anketa biti donekle podcijenjena podrška manje značajnim ili slabije poznatim strankama te da će se kod dijela ispitanika dobiti manje iskreni odgovori o namjerama glasanja. I, što je osobito značajno, u telefonskoj anketi valja očekivati znatno veću proporciju neizjašnjavanja o glasačkim preferencijama nego u terenskim istraživanjima, osobito onima koja uključuju mogućnost tajnog očitovanja nalik na „pravo“ glasanje na izborima.¹⁵ Budući da se upravo neizjašnjavanje na pojedina anketna pitanja pokazalo osobito važnim izvorom potencijalne pristranosti istraživačkih rezultata (Lamza Posavec, 1995.) taj bi se nedostatak telefonske ankete mogao držati jednim od najozbiljnijih prigovora njezine uporabe u predizbornim i ostalim „osjetljivijim“ ili složenijim istraživanjima javnoga mnijenja, dok u nekim drugim vrstama anketnih istraživanja, osobito onima koja se temelje na kraćim i jednostavnijim pitanjima, odgovarajuća primjena te tehnike može osigurati zadovoljavajuće valjane rezultate.

¹⁵ Vidjeti poglavlje: *Problem neizjašnjavanja o namjerama glasanja.*

Kad je riječ o budućoj uporabi telefona kao anketnoga medija svakako valja imati na umu da se od početka 21. stoljeća rasprostranjenost telefonskih priključaka i u Hrvatskoj kontinuirano smanjuje te da bi već uskoro pogreška pokrivenosti u telefonskim anketama ipak mogla postati značajnim izvorom pristranosti rezultata koji se uopćavaju na ukupnu punoljetnu populaciju. Stoga je i u našim uvjetima potrebno razvijati nove anketne pristupe koji bi se temeljili na kombiniranoj uporabi fiksne i mobilne telefonske mreže ili isključivo na anketiranju već i sad rasprostranjenijom mobilnom telefonskom komunikacijom. Kako je u osnovi riječ o istovrsnom načinu komuniciranja s ispitanikom, obje od tih anketnih tehnika već se učestalo primjenjuju u brojnim razvijenim zemljama, a europsko i svjetsko udruženje za istraživanje javnoga mnijenja (ESOMAR/WAPOR, 2014.) usvojilo ih je kao prihvatljivu alternativu klasičnoj telefonskoj anketi.

PRIMJENA TEHNIKE TELEFONSKOG ANKETIRANJA U PREDIZBORNOM ISTRAŽIVANJU: STUDIJA SLUČAJA

Predmet ove studije je validacijska analiza rezultata telefonskih anketa, na primjeru istraživanja koja su prethodila izborima za predsjednika Hrvatske 2000. godine. Sa stajališta provjere valjanosti i usavršavanja te anketne tehnike predsjednički izbori 2000. godine bili su osobito zanimljivi zbog – za naše uvjete – iznimne brojnosti telefonskih anketa temeljem kojih se pokušavalo predvidjeti moguću izbornu poziciju pojedinih predsjedničkih kandidata. Iako u našim okolnostima nedostavno znanstveno analizirana i nerijetko javno osporavana, tehnika ankete telefonom gotovo je redovito primjenjivana u razmjerno brojnim istraživanjima namijenjenima objavljivanju u različitim novinskim izdanjima,¹ ali i onima za potrebe izborne promidžbe pojedinih predsjedničkih kandidata. Štoviše, za trajanja izborne kampanje rezultati spomenutih anketa postali su relevantnom temom javnoga govora medijskih djelatnika, političara pa i samih predsjedničkih takmaca, osobito nakon što je jednom od njih najavljen (*Jutarnji list*, 2000.a), a potom i drugima potvrđen značajan obrat glasačkog raspoloženja u korist dotad trećepozicioniranog kandidata Stjepana Mesića. Iako izravni utjecaj javnog objavljivanja anketne procjene izbornih rezultata na stvarno glasačko opredjeljenje nije dostatno znanstveno dokazan (npr. Bogart, 1985.; Crespi, 1989.; Sabato, 1981.; Traugott, 1992.),² ipak, u ovom su slučaju takve informacije mogle imati neku važnost za konačne izborne rezultate, ponajprije kao jedan od čimbenika strategije i sadržaja izbornih kampanja te predizbornog političkog ozračja uopće.

U sklopu znanstvene rasprave o dometima predizbornih anketa i opravdanosti javnog objavljivanja istraživačkih procjena temeljno se pitanje odnosi na njihovu valjanost glede dijagnoze glasačkog raspoloženja i predikcije izbornih rezultata. Iako su sve ankete, predočene u masovnim medijima u posljednjih desetak dana prije održavanja prvog i drugog kruga predsjedničkih izbora 2000. godine, ispravno predvidjele stvarni izborni redoslijed predsjedničkih kandidata te tako uspješno prognozirale

¹ Riječ je o istraživanjima objavljenima u *Globusu* (2000.a; 2000.b), *Jutarnjem listu* (2000.b; 2000.c), *Nacionalu* (2000.a; 2000.b), *Novom listu* (2000.a; 2000.b), *Slobodnoj Dalmaciji* (2000.a; 2000.b) i *Večernjem listu* (2000.a; 2000.b).

² Za detaljniju informaciju vidjeti poglavlje: *Utječu li rezultati predizbornih anketa na izbornu ponašanje birača?*

glavne političke posljedice izbora i opravdale svoje javno objavljivanje, ipak, već i okvirna usporedba s rezultatima izbora uglavnom ukazuje na njihovu nedostatnu statističku valjanost.³ Uz ostale moguće izvore pogrešaka i pristranosti, koji su se mogli pojaviti u planiranju i provedbi pojedinih istraživanja, jedan od najvažnijih razloga tome zasigurno je i razmjerno visoka proporcija neizjašnjenih ispitanika, općenito karakteristična za istraživanje glasačkih preferencija primjenom tehnike telefonskog anketiranja (npr. Groves, 1979.; Jordan i sur., 1980.; Lake, 1987.; Lamza Posavec, 1995.) koja se, sukladno objavljenim podacima, u slučaju spomenutih istraživanja kretala u rasponu od petnaestak (*Jutarnji list*, 2000.c; *Nacional*, 2000.b) do 27 posto (*Globus*, 2000.a). Budući da se, u našim uvjetima, upravo neizjašnjavanje o namjerama glasovanja pokazalo osobito važnim potencijalnim izvorom pristranosti predizbornih istraživanja javnoga mnijenja (Lamza Posavec, 1995.), sasvim je razumljivo da je, i ovom prigodom, taj općeniti nedostatak telefonskih anketa u znatnoj mjeri utjecao na njihovu opću valjanost.

Kao što je već spomenuto u prethodnom poglavlju, osim osjetno veće proporcije neizjašnjenih ispitanika, ankete telefonom imaju, u usporedbi s terenskim, i neke druge načelne metodološke manjkavosti koje se mogu značajno odraziti na dobivene rezultate. Riječ je ponajprije o različitim teškoćama u komuniciranju s ispitanikom – kao što su izrazita nepovjerljivost, površniji i siromašniji odgovori te manja mogućnost kontroliranja opće anketne situacije (npr. Groves, 1979.; Groves, 1989.; Jordan i sur., 1980.; Lavrakas, 1993.; Schutt, 1996.),⁴ dok je problem reduciranosti osnovnoga skupa za izbor anketnih uzoraka, na razini pokrivenosti Hrvatske telefonskim priključcima već od kraja 1990-ih i u nas postao gotovo beznačajnim (Lamza Posavec, 1999.). S druge strane, u odnosu prema terenskima, telefonske ankete imaju i neke nesumnjive prednosti među kojima su zasigurno najvažnije mogućnost bolje teritorijalne disperziranosti uzorka istraživanja te lakše ponovljivi pokušaji uspostave kontakata s potencijalnim ispitanicima koji, zbog nekog razloga, u prvom pokušaju nisu mogli biti anketirani.

Na žalost, zbog nedostatnog uvida u važne metodološke pojedinosti medijski prezentiranih istraživanja⁵ gotovo je nemoguće zaključiti koliko su na njihovu valjanost

³ Pod statističkom valjanošću u ovom slučaju podrazumijevamo podudarnost rezultata istraživanja s rezultatima izbora unutar granica slučajnog varijabiliteta (standardne pogreške uzorka).

⁴ Također vidjeti poglavlje: *Pogreška pokrivenosti u istraživanjima putem telefona*.

⁵ Prema preporukama europskih i svjetskih istraživačkih asocijacija (ESOMAR, WAPOR), objavljivanje rezultata istraživanja javnoga mnijenja obvezatno bi trebalo biti popraćeno sljedećim informacijama: naziv institucije koja je provela istraživanje; osnovni skup na

utjecala načelna ograničenja telefonske ankete, a koliki su udio mogle imati i različite manjkavosti u planiranju i provedbi istraživanja. Imajući to u vidu, za potrebe ove analize provedena je po jedna pokusna telefonska anketa uoči prvoga i drugoga izbornog kruga predsjedničkih izbora 2000. godine temeljem kojih je, uz cjelovitu kontrolu metodologije istraživanja, u našim uvjetima ispitana opća primjenjivost te tehnike i provjerene različite mogućnosti njezina usavršavanja. Da bi se utvrdili mogući dometi i ograničenja same tehnike istraživanja, ankete se nastojalo metodologijski optimalno planirati i realizirati, sukladno preporukama u odgovarajućoj znanstvenoj literaturi (npr. Groves, 1989.; Lavrakas, 1993.; Schutt, 1996.; Trolldahl i Carter, 1964.) i prijašnjim iskustvima u provedbi sličnih istraživanja. Osim opće prediktivne valjanosti rezultata, pritom se pokušalo procijeniti i učinke nekih modaliteta prikupljanja i obrade podataka koji bi, i u našim uvjetima, mogli imati određenu važnost za opću upotrebljivost telefonskih anketa.

U sklopu tako definiranih općih ciljeva, analizom se nastojalo utvrditi: (1) opću valjanost provedenih istraživanja u odnosu prema službenim rezultatima izbora; (2) mogućnosti korigiranja rezultata upotrebom „pitanja o naklonosti“ (*leaning questions*) i isključivanjem proporcije neizjašnjenih ispitanika; (3) važnost ponovljenih pokušaja kontaktiranja (*call back*) trenutačno nedostupnih ispitanika; (4) utjecaj dnevne dinamike anketiranja na ukupnu valjanost rezultata.

Metoda istraživanja

Analitički su podaci prikupljeni u sklopu dvije odvojene telefonske ankete, provedene uoči prvoga i drugoga kruga predsjedničkih izbora 2000. godine (Lamza Posavec i sur., 2000.a; 2000.b). Iz integralne istraživačke građe u ovu su analizu uključeni odgovori o namjerama glasovanja na izborima, općoj sklonosti pojedinim kandidatima (postavljeno samo ispitanicima koji se nisu izjasnili o namjerama glasovanja) te podaci o strukturi realiziranih uzoraka i najvažnijim pojedinostima realizacije istraživanja.

koji se istraživanje odnosi; veličina, način izbora i teritorijalna disperziranost uzorka; termini anketiranja; tehnika prikupljanja podataka; proporcija odbijanja ankete; proporcija neizjašnjenih ispitanika; veličina standardne pogreške; informacija o obradi (eventualnom ponderiranju) rezultata; sadržaj anketnog upitnika i formulacija ključnih anketnih pitanja (Directory of Members, 1993.; Guide to Opinion Polls, 1993.; ESOMAR/WAPOR, 2014.). Uz objavljene rezultate anketa uoči predsjedničkih izbora 2000. godine u najboljem su slučaju prezentirani podaci o institucijama ili autorima koji su ih proveli, veličini uzorka, tehnici provođenja, ukupnom teritorijalnom obuhvatu (razina Hrvatske, pojedinih regija, gradova i slično), proporciji neizjašnjenih ispitanika i terminu provedbe istraživanja.

Uzorci

Obje su ankete provedene na probabilističkim, višestapno stratificiranim uzorcima punoljetnog stanovništva Hrvatske. Teritorijalna stratifikacija uzorka temeljila se na administrativnoj podjeli Republike na županije te klasifikaciji naselja prema stupnju urbaniziranosti. Izbor jedinica uzorka (lokaliteta) unutar svake županije proveden je metodom slučajnog izbora s povratom, pri čemu je svaka jedinica imala vjerojatnost izbora proporcionalnu broju stanovnika s kojim sudjeluje u nadređenoj stratifikacijskoj jedinici uzorka. Telefonski brojevi unutar pojedinog lokaliteta izabrani su slučajnim sustavnim izborom iz aktualnog telefonskog imenika HT-a, prezentiranog na CD-romu, a izbor ispitanika unutar kućanstava izvršen je metodom Trol Dahla i Cartera (Trol Dahl i Carter, 1964.).

Istraživanje uoči prvog kruga obuhvatilo je ukupno 900 ispitanika s 299 lokaliteta (*sample points*) iz 199 naselja, a uoči drugoga kruga ukupno 1040 ispitanika s 349 lokaliteta, odnosno 230 naselja. Na razini Hrvatske veličina realiziranih uzoraka dopušta procjenu populacijskih parametara s najvećom teorijskom pogreškom od +/- 4,3 odnosno +/- 4,0 posto, uz rizik u zaključivanju manji od jedan posto.

Demografska struktura realiziranih uzoraka, prije i nakon ponderiranja podataka,⁶ prikazana je u Tablici 1. U pomanjkanju drugih referentnih podataka, kao okvirni kriterij njihove reprezentativnosti navedeni su podaci iz popisa stanovništva 2001. godine koji su najbliže stanju u populaciji s početka 2000. godine.⁷

Iako se, i nakon ponderiranja rezultata, struktura realiziranih uzoraka po dobi i naobrazbi u nekoj mjeri razlikuje od referentnih podataka, postignuti stupanj reprezentativnosti ipak se može ocijeniti zadovoljavajućim. Glavne razloge uočenih odstupanja vjerojatno bi trebalo pripisati povezanosti odbijanja ankete i namjere izlaska na izbore⁸ zbog čega bi ostvareni uzorci mogli biti sličniji populaciji „vjerojatnih glasača“ (pa stoga i bliži potrebama predizbornih istraživanja) nego ukupnom punoljetnom stanovništvu.⁹ No bez obzira na opravdanost takve interpretacije, odstupanja strukture uzoraka od populacijskih parametara nisu tolika da bi mogla značajno utjecati na rezultate provedenih anketa.

⁶ Napomena o ponderiranju sadržana je u daljnjem dijelu teksta.

⁷ U članku na osnovi kojega je nastalo ovo poglavlje kao referentni su okvir navedeni podaci iz popisa stanovništva 1991. godine koji su u doba nastanka članka bili najaktualniji dostupni podaci o stanovništvu Hrvatske. Za potrebe ove studije oni su zamijenjeni podacima iz poslije provedenog popisa 2001. koji su, iako također samo orijentacijski okvir, ipak bliži stanju u populaciji u doba provedbe istraživanja.

⁸ Vidjeti poglavlje: *Odbijanje ankete u istraživanjima javnoga mnijenja*.

⁹ Budući da se predikcija odnosi na dio glasačkoga tijela koji će izići na izbore (i na koji se iskazuju izborni rezultati), u slučaju predizbornih istraživanja javnoga mnijenja zapravo i ne postoje čvrsti kriteriji za utvrđivanje reprezentativnosti uzoraka.

Tablica 1
Struktura realiziranih uzoraka prema spolu, dobi i naobrazbi¹⁰

	Anketa prije prvoga kruga		Anketa prije drugoga kruga		Popis 2001.*
	Neponderirano	Ponderirano	Neponderirano	Ponderirano	
Spol:					
Muški	42,3	47,0	43,6	46,6	47,3
Ženski	57,7	53,0	56,4	53,4	52,7
Dob:					
18–30	17,9	17,5	16,3	15,4	22,3
31–40	19,4	18,3	21,1	20,1	17,9
41–50	20,7	20,7	21,1	20,1	19,1
51–60	15,9	15,7	16,8	17,2	14,8
61 ili više	26,1	27,8	24,8	27,2	25,9
Naobrazba:					
Osnovna ili manje	29,9	34,5	25,2	33,9	41,0
Srednja	52,0	50,0	55,8	50,6	47,1
Viša, visoka	18,2	15,5	18,9	15,5	11,9
Broj ispitanika	900	875	1040	987	–

* Struktura stanovništva starijeg od 18 godina.

Anketna pitanja

Ankete su provedene uporabom relativno kratkih upitnika (u prvoj anketi bilo je 16 pitanja, odnosno 29 varijabli, a u drugoj 20 pitanja, odnosno 36 varijabli), s uobičajenim sadržajem za predizborno istraživanja javnoga mnijenja (namjere izlaska na izbore, namjere glasovanja za pojedine predsjedničke kandidate, stupanj sigurnosti i razlozi izbornog opredjeljenja, očekivani rezultat izbora, glasovanje na prijašnjim izborima, očekivanja o mogućem utjecaju rezultata izbora glede rješavanja najvažnijih problema Hrvatske, praćenje predizborne kampanje, demografski podaci o ispitaniku).

Pitanja o namjerama glasovanja bila su formulirana na sljedeći način:

Prvi izborni krug:

Vjerojatno znate da će se na izborima natjecati ukupno devet kandidata. Da vas podsjetim, to su abecednim redom: Dražen Budiša, Anto Đapić, dr. Mato Granić, Ante Ledić, dr. Slaven Letića, Stjepan Mesić, Tomislav Merčep, Ante Prkačin i dr. Zvonimir Šeparović. Možete li nam reći za kojeg ćete kandidata najvjerojatnije glasovati?

¹⁰ Reprezentativnost uzorka prema urbaniziranosti naselja postignuta je već opisanim planom probabilističkog uzorkovanja (ne ovisi o spontanoj selekciji ispitanika kao ostale kontrolne varijable), pa stoga nije prikazana u tablici.

Drugi izborni krug:

Vjerojatno znate da će se u drugom izbornom krugu izbora natjecati kandidati Dražen Budiša i Stjepan Mesić. Možete li nam reći za kojeg ćete kandidata najvjerojatnije glasovati?

Ako se, prilikom postavljanja ovih pitanja, neki ispitanik nije opredijelio ni za jednu izbornu mogućnost, postavljeno mu je i dodatno pitanje o sklonosti određenom kandidatu (*leaning question*) temeljem kojeg se nastojala dobiti i neka informacija o mogućim glasačkim preferencijama u anketi neizjašnjenih ispitanika. To je pitanje glasilo:

Prvi izborni krug:

Iako još ne znate za koga ćete glasovati, možete li izdvojiti nekog kandidata kojemu ste skloniji nego ostalima, koji vam se čini barem nešto prihvatljivijim za budućeg predsjednika nego drugi? (Ponovno pročitani popis svih kandidata.)

Drugi izborni krug:

Iako još ne znate za koga ćete glasovati, možete li ipak reći kojemu ste kandidatu skloniji, koji vam se čini barem nešto prihvatljivijim od drugoga? (Ponovno spomenuta oba kandidata.)

Da bi se izbjegla moguća kontekstualna kontaminacija odgovora, na koju upozoravaju brojni analitičari predizbornih istraživanja javnoga mnijenja (npr. Bogart, 1985.; Cantril, 1991.; Kagay, 1992.; Lamza Posavec, 1995.), pitanja o namjerama glasanja smještena su na početak anketnog upitnika, iza uvodnih pitanja o praćenju izbornih informacija i namjerama izlaska na izbore.

Izbor termina anketiranja

S obzirom na izrazitu nestabilnost javnoga mnijenja u obuhvaćenom predizbornom razdoblju,¹¹ anketiranje je valjalo provesti što je moguće bliže izbornom terminu, kako bi i taj važan potencijalni izvor nedostatne prediktivne valjanosti rezultata mogao biti pod najvećom mogućom kontrolom.¹² Obje su ankete stoga provedene u tri posljed-

¹¹ Na nagle promjene glasačkog raspoloženja ukazivali su ponajprije već spomenuti rezultati anketa objavljeni u različitim novinskim izdanjima. Uočene su promjene u skladu s rezultatima istraživanja u SAD-u koji pokazuju da je u predizbornom razdoblju javno mnijenje u pravilu znatno nestabilnije u slučaju kad ni jedan od kandidata još nije obnašao predsjedničku funkciju nego u slučaju izborne utrke između dotadašnjeg predsjednika (koji se ponovno kandidirao) i njegova protukandidata (Crespi, 1989.).

¹² Literatura o istraživanju javnoga mnijenja vrvi primjerima o utjecaju termina prikupljanja podataka na valjanost predikcije izbornih rezultata (npr. Brady i Orren, 1992.; Crespi, 1989.;

nja dana prije početka izborne šutnje – uoči prvoga izbornog kruga u četvrtak 20., petak 21. i subotu 22. siječnja (izbori su provedeni u ponedjeljak, 24. siječnja), a uoči drugoga kruga u četvrtak 3., petak 4. i subotu 5. veljače (izbori su bili u ponedjeljak, 7. veljače). Izborom termina anketiranja uoči drugoga izbornog kruga ujedno je osigurana i kontrola mogućega neposrednog učinka završnog televizijskog predstavljanja predsjedničkih kandidata na rezultate provedenih istraživanja – kandidat Stjepan Mesić završno se obratio biračima u večernjem terminu u srijedu 2. veljače, a Dražen Budiša u četvrtak 3. veljače, dok je njihovo višesatno sučeljavanje održano u petak 4. veljače.¹³

Da bi se osigurala pravilna vremenska distribucija rezultata, u tijeku svakog dana određenog za anketiranje realizirana je trećina od ukupno planiranoga uzorka, s napomenom da su u obje ankete tako podijeljeni dijelovi uzoraka bili u potpunosti međusobno izjednačeni prema lokacijskoj strukturi i brojčanom obuhvatu ispitanika.

Budući da je dvije trećine planiranih anketa trebalo realizirati u radne dane, a samo trećinu subotom, dnevna dinamika anketiranja nije bila strogo planirana, već je anketa-rima dopušteno da sami odrede dnevni raspored, nastojeći da on što je moguće ravnomjernije prekriva pojedina dnevna razdoblja. Kako je većinu kontakata bilo moguće ostvariti u popodnevnim terminima, naknadna je analiza pokazala da je, u obje anketne akcije, približno tri četvrtine anketnih pokušaja poduzeto u razdoblju od 16 do 20 sati.

Provedba ankete

Anketu je provelo 23 (prvi krug), odnosno 28 (drugi krug) instruiranih anketara, vanjskih suradnika Instituta Ivo Pilar. Zbog umanjivanja mogućeg utjecaja „osobne jednadžbe“ anketara na istraživačke rezultate, svi su anketari u tijeku jednoga dana morali anketirati jednaki broj ispitanika, prema lokacijski ravnomjerno raspoređenom popisu telefonskih brojeva. Svim izabranim telefonskim brojevima bila su pridružena po dva rezervna, izabrana na istim lokalitetima i na isti način kao i primarni brojevi. Ako se nakon prvog poziva primarnog broja nije nitko odazvao, linija je bila zauzeta ili je potencijalni ispitanik (odabran prema postupku Troidahla i Cartera) bio odsutan ili trenutačno nečim spriječen, anketar je na istom broju obvezatno morao ponoviti još do dva nova pokušaja. Rezervne brojeve je bilo dopušteno rabiti samo u slučaju ako:

Kagay, 1992.; Lamza Posavec, 1995.; Perry, 1979.; Worcester, 1992. i mnogi drugi).

- ¹³ Uspoređivanje rezultata prema danima anketiranja nije ukazalo na statistički značajne ili bilo kakve dosljednije promjene u glasačkoj podršci pojedinim kandidatima koje bi se mogle pripisati učincima prethodnog televizijskog predstavljanja (Lamza Posavec i sur., 2000.b). To ipak ne znači da u nekoj drugoj izbornoj situaciji (kad bi javno mnijenje bilo manje kristalizirano nego što je to, u ovom slučaju, najvjerojatnije bilo prije završnog predstavljanja kandidata) takve okolnosti ne bi trebalo imati pod kontrolom.

(a) primarni broj ne pripada kućanstvu ili ne postoji; (b) odabrana osoba na primarnom broju odbija sudjelovati u anketi; (c) ni nakon tri pokušaja, u različito doba dana, na primarnom broju nitko ne podiže slušalicu ili je linija zauzeta; (d) postoje neki drugi razlozi zbog kojih na primarnom broju nije moguće realizirati anketu (fizički ili psihički hendikep odabrane osobe i sl.). Rezultat i vrijeme svakoga poduzetog pokušaja anketari su morali precizno bilježiti u pripremljen evidencijski obrazac.

Uporabom opisanog postupka, u sklopu ankete u povodu prvoga izbornog kruga za realizaciju uzorka od 900 ispitanika bilo je potrebno 2649 telefonskih poziva, odnosno, u prosjeku, po 2,9 pokušaja uspostave anketnog kontakta po jednoj anketiranoj osobi. Za ostvarenje uzorka od 1040 ispitanika u anketi prije drugog izbornog kruga poduzeto je 2789 poziva, odnosno, u prosjeku, 2,7 anketnih pokušaja po jednom ispitaniku. Podaci o ishodu poduzetih anketnih pokušaja prikazani su u Tablici 2.

Tablica 2
Podaci o ishodu anketnih pokušaja

	Anketa u povodu prvoga izbornog kruga	Anketa u povodu drugoga izbornog kruga
Nitko se ne javlja	33,5	32,8
Zauzet broj	6,0	5,2
Nepostojeći broj, nije stan	2,0	2,8
Odsutnost odabrane osobe	8,0	7,6
Trenutačna spriječenost odabrane osobe	1,8	1,9
Odbijena anketa	13,1*	9,8*
Prekinuta anketa	0,9	0,6
Ostali razlozi nerealiziranja ankete	1,1	2,2
Realizirana anketa	34,0	37,3
Ukupni broj pokušaja (apsolutno)	2649	2789

* Vidjeti napomenu u tekstu.

U svezi s predočenim podacima valja upozoriti da su iskazane proporcije odbijanja ankete određene u odnosu prema ukupnom broju anketnih pokušaja, a ne u odnosu prema broju uspostavljenih kontakata s osobama koje su izabrane prema predviđenoj istraživačkoj proceduri. Radi procjene stupnja spontane selekcije uzorka, kao iznimno važnog izvora potencijalne pristranosti istraživanja,¹⁴ potrebno je napomenuti da je od ukupnog broja kontaktiranih potencijalnih ispitanika, u sklopu istraživanja uoči prvog izbornoga kruga anketu odbilo njih 27,3 posto, a uči drugoga kruga 20,5 posto. U

¹⁴ Vidjeti poglavlje: *Odbijanje ankete u istraživanjima javnoga mnijenja*.

oba slučaja, zabilježena stopa odbijanja anketne suradnje osjetno je manja nego u prije provedenim terenskim istraživanjima javnoga mnijenja u sklopu kojih je, u posljednjih pet godina koje su prethodile ovim istraživanjima, u prosjeku iznosila oko 35 posto.¹⁵

Radi detaljnijeg uvida u okolnosti provedbe ankete recimo još da je, u oba slučaja, nešto više od polovice svih ispitanika (53,8 posto u prvom i 53,1 posto u drugom istraživanju) anketirano na primarno izabranom telefonskom broju, približno četvrtina na prvom rezervnom (22,4, odnosno 25,1 posto), a nešto više od petine (23,8, odnosno 21,8 posto) na drugom rezervnom broju. U sklopu prvog poziva određenog telefonskog broja (bez obzira na to je li riječ o primarnim ili o rezervnim brojevima) anketirano je 70,8 (prvi krug) odnosno 72,0 posto (drugi krug) svih ispitanika, u drugom pokušaju 12,3, odnosno 13,6 posto, a u trećem 16,9, odnosno 14,4 posto.

Obrada podataka

Da bi se izbjegao mogući nesvjesni utjecaj obrađivača na istraživačke rezultate (u smislu Rosenthalova efekta – Rosenthal, 1969.), anketni su podaci kompjutorski obrađeni prije zatvaranja biračkih mjesta, odnosno prije medijske objave prvih izbornih rezultata. Osnovna je obrada provedena frekvencijsko-proporcijskom analizom, a zbog potrebe za manjom korekcijom realiziranog uzorka proveden je i postupak ponderiranja prema naobrazbi i spolu ispitanika. U obradi anketnih podataka uoči prvoga izbornog kruga najmanji je ponder iznosio 0,738, a najveći 1,317, dok je uoči drugoga kruga najmanji ponder bio 0,714, a najveći 1,444.

U sklopu zasebne obrade, provedene za potrebe ovoga rada, rezultati istraživanja o namjerama glasovanja za pojedine predsjedničke kandidate (prediktor) uspoređeni su sa službenim rezultatima izbora¹⁶ (kriterij), a njihova je povezanost statistički testirana. Zbog očekivano visoke proporcije neizjašnjavanja o namjerama glasovanja na izborima (u okviru prve ankete odgovor je uskratilo 29,8 posto, a u drugoj anketi 25,6 posto ispitanika), dodatno su provjerene i mogućnosti preračunavanja originalnih rezultata uporabom odgovora na pitanje o naklonosti (L-korekcija), odnosno jednostavnim isključivanjem neizjašnjenih ispitanika. Na taj su način definirane četiri varijante prediktorske varijable, a radi provjere učinka primijenjenog postupka ponderiranja svaka je od njih još zasebno iskazana za „sirove“ i ponderirane rezultate. Varijante prediktora su sljedeće:

1. rezultati istraživanja o deklariranim namjerama glasovanja za predsjedničke kandidate iskazani za cijeli obuhvaćeni uzorak (bez korekcija);

¹⁵ Isto kao u prethodnoj bilješci.

¹⁶ Podaci Izbornog povjerenstva Republike Hrvatske (Izorno povjerenstvo 2000.a; 2000.b).

2. rezultati istraživanja o namjerama glasovanja za predsjedničke kandidate s jednostrukom L-korekcijom (zbroj odgovora o namjerama glasovanja za pojedine kandidate i odgovora neizjašnjenih ispitanika na *leaning*-pitanje) – iskazano za cijeli obuhvaćeni uzorak;
3. rezultati istraživanja o namjerama glasovanja za predsjedničke kandidate s dvostrukom L-korekcijom (zbroj odgovora o namjerama glasovanja za pojedine kandidate, odgovora neizjašnjenih ispitanika na *leaning*-pitanje i raspodjele preostale proporcije neizjašnjenih ispitanika razmjerno odgovorima na *leaning*-pitanje)¹⁷ – iskazano za cijeli obuhvaćeni uzorak;
4. rezultati istraživanja iskazani za dio uzorka ispitanika koji su se izjasnili o namjerama glasovanja za pojedine kandidate.

Radi određivanja komparativne valjanosti istraživanja uporabom različitih definicija prediktorske varijable, analiza je, kao i u nekim prijašnjim validacijama predizbornih istraživanja javnoga mnijenja (Lamza Posavec, 1995.),¹⁸ u svim naznačenim varijantama provedena na dvije razine: (a) utvrđivanjem statističke značajnosti razlika između pojedinačnih vrijednosti prediktora i kriterija (istraživačkih i izbornih rezultata za pojedine kandidate); (b) određivanjem pokazatelja ukupne prognostičke valjanosti pojedine varijante prediktorske varijable.

Za ocjenu valjanosti pojedinačnih rezultata istraživanja izračunata je standardna pogreška uzorka (na razini značajnosti od jedan posto),¹⁹ prosječno odstupanje istraživačkih od izbornih rezultata i standardna devijacija rezultata istraživanja od „pravih“ vrijednosti populacije (rezultata izbora).

¹⁷ Preračunavanje preostale proporcije neizjašnjenih ispitanika temelji se na pretpostavci da je ta skupina ispitanika prema svojim stavovima sličnija ispitanicima koji se nisu izjasnili o namjerama glasovanja, ali su potom odgovorili na pitanje o sklonostima određenom kandidatu, nego ispitanicima koji su eksplicitno odgovorili za kojeg bi kandidata glasovali. Slična se logika ponekad primjenjuje u projektiranju mogućih glasačkih opredjeljenja ispitanika koji i nakon nekoliko pokušaja anketiranja odbijaju anketnu suradnju, temeljem odgovora onih koji su inicijalno odbili anketu, ali u nekom od idućih pokušaja ipak na nju pristali (Lin i Schaffer, 1995.).

¹⁸ Također vidjeti poglavlje: *Mogućnosti validacije predizbornih istraživanja javnoga mnijenja*.

¹⁹ Zbog veće osjetljivosti kriterija valjanosti za određivanje sukladnosti prediktorske i kriterijske varijable i ovaj je put, kao i u nekim drugim validacijskim analizama (vidjeti Lamza Posavec, 1995. te poglavlja u ovoj knjizi: *Mogućnosti validacije predizbornih istraživanja javnoga mnijenja* i *Pokušaj identifikiranja „njerojatnih glasača“*) značajnost razlika određena na razini od jedan posto koja dopušta nešto šire granice standardne pogreške nego uobičajeno rabljen kriterij od pet posto.

Osim na razini utvrđivanja opće valjanosti istraživanja, identična je analiza provedena i radi provjere valjanosti rezultata prikupljenih u različitim dnevnim terminima (statistička značajnost je dodatno provjerena hi-kvadrat testom) te važnosti ponovljenih pokušaja uspostave kontakta s potencijalnim ispitanicima koji, zbog nekog razloga, u prvom pokušaju nisu bili dostupni za anketiranje.

Analiza opće valjanosti rezultata istraživanja

Rezultati statističke validacije anketnih podataka uoči prvoga izbornog kruga, za sve četiri predviđene varijante prediktorske varijable, prikazani su u Tablicama 3 (neponderirani rezultati) i 4 (ponderirani rezultati).

Predočeni rezultati ponajprije pokazuju da je redoslijed predsjedničkih kandidata, dobiven istraživanjem, u visokom stupnju sukladan redoslijedu kandidata ostvarenom na izborima – u većini je slučajeva riječ o apsolutnoj podudarnosti rangova, a samo u slučaju rezultata manjih od jedan posto (i u istraživanju i na izborima) podudarnost rangova je u granicama standardne pogreške uzorka. Ovaj se zaključak jednako odnosi na sve četiri varijante prediktorske varijable te jednako na neponderirane i ponderirane rezultate.

Uspoređivanje pojedinačnih rezultata za cijeli obuhvaćeni uzorak, s odgovarajućim vrijednostima kriterijske varijable, pokazuje da se istraživačke procjene, i neponderirane i ponderirane, u slučaju petorice kandidata (Đapić, Ledić, Letica, Prkačin, Šeparović) podudaraju s rezultatima izbora u granicama slučajnog varijabiliteta, u jednom su slučaju (Merčep) vrlo blizu granične vrijednosti toga raspona, dok se u slučaju trojice vodećih kandidata (Budiša, Granić, Mesić) statistički značajno razlikuju od izbornih rezultata. Nakon primjene jednostruke L-korekcije (zbrajanje odgovora o namjerama glasovanja s odgovorima neizjašnjenih ispitanika o općoj sklonosti pojedinom kandidatu), sedam je rezultata (šest ponderiranih) u granicama standardne pogreške uzorka, a dva su izvan toga raspona (Budiša, Mesić), dok se nakon dvostruke L-korekcije (dodatnog korigiranja rezultata raspodjelom preostale proporcije neizjašnjenih ispitanika razmjerno odgovorima na *leaning*-pitanje) ni jedan od devet promatranih istraživačkih rezultata statistički ne razlikuje od rezultata izbora. Proporcionalno preračunavanje podataka, jednostavnim isključivanjem proporcije neizjašnjenih ispitanika, u ovom se slučaju pokazalo manje valjanim nego dvoetapna *leaning*-korekcija – nakon primjene toga postupka rezultat Stjepana Mesića postao je značajno precijenjen (za 3,2 postotna boda u odnosu prema dvostrukoj L-korekciji), premašivši tako gornju granicu standardne pogreške uzorka.

Tablica 3
 Usporedba neponderiranih rezultata istraživanja o namjerama glasovanja i izbornih rezultata (prvi krug)

	Rezultati izbora		Cijeli uzorak: bez korekcija			Cijeli uzorak: jednostruka L-korekcija			Cijeli uzorak: dvostruka L-korekcija			Uzorak izjašnjenih ispitanika (proporcionalna korekcija)			
	Postotak glasova	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje
Budiša	27,7	17,8	-9,9	3,3	21,8	-5,9	3,6	25,4	-2,3	3,7	25,3	-2,4	4,5		
Đapčić	1,8	1,2	-0,6	0,9	1,5	-0,3	1,0	1,8	0,0	1,1	1,7	-0,1	1,3		
Granić	22,5	14,0	-8,5	3,0	18,3	-4,2	3,3	22,2	-0,3	3,6	19,9	-2,6	4,1		
Ledić	0,9	0,6	-0,3	0,7	0,9	0,0	0,8	1,2	0,3	0,9	0,9	0,0	1,0		
Letica	4,1	2,9	-1,2	1,4	3,8	-0,3	1,6	4,6	0,5	1,8	4,1	0,0	2,0		
Merčep	0,9	0,3	-0,6	0,5	0,4	-0,5	0,5	0,5	-0,4	0,6	0,4	-0,5	0,6		
Mesić	41,1	32,9	-8,2	4,0	38,6	-2,5	4,2	43,7	2,6	4,3	46,9	5,8	5,1		
Prkačin	0,3	0,2	-0,1	0,4	0,2	-0,1	0,4	0,2	-0,1	0,4	0,3	0,0	0,6		
Šeparović	0,3	0,3	0,0	0,5	0,4	0,1	0,5	0,5	0,2	0,6	0,4	0,1	0,6		
Bez odgovora	0,4	29,8			14,1			0,0			0,0				
Broj ispitanika		900			900			900			632				
Prosječno odstupanje			3,3			1,5			0,8			1,3			
Standardna devijacija		5,16			2,56			1,19			2,27				

Tablica 4
 Usporedba ponderiranih rezultata istraživanja o namjerama glasovanja i izbornih rezultata (prvi krug)

	Rezultati izbora		Cijeli uzorak: bez korekcija			Cijeli uzorak: jednostruka L-korekcija			Cijeli uzorak: dvostruka L-korekcija			Uzorak izdšljenih ispitanika (proporcionalna korekcija)		
	Postotak glasova	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	
Budiša	27,7	17,4	-10,3	3,3	21,5	-6,2	3,6	25,3	-2,4	3,8	25,0	-2,7	4,5	
Đapčić	1,8	1,3	-0,5	1,0	1,6	-0,2	1,1	1,9	0,1	1,2	1,9	0,1	1,4	
Granić	22,5	14,5	-8,0	3,1	18,9	-3,6	3,4	23,0	0,5	3,7	20,8	-1,7	4,2	
Ledić	0,9	0,6	-0,3	0,7	0,8	-0,1	0,8	1,0	0,1	0,9	0,8	-0,1	0,9	
Lešić	4,1	2,7	-1,4	1,4	3,5	-0,6	1,6	4,2	0,1	1,8	3,9	-0,2	2,0	
Merčep	0,9	0,2	-0,7	0,4	0,3	-0,6	0,5	0,4	-0,5	0,5	0,3	-0,6	0,6	
Mesić	41,1	32,3	-8,8	4,1	38,1	-3,0	4,2	43,5	2,4	4,3	46,4	5,3	5,2	
Prkačin	0,3	0,2	-0,1	0,4	0,2	-0,1	0,4	0,2	-0,1	0,4	0,3	0,0	0,6	
Šeparović	0,3	0,4	0,1	0,6	0,5	0,2	0,6	0,6	0,3	0,7	0,6	0,3	0,8	
Bez odgovora	0,4	30,4			14,6			0,0			0,0			
Broj ispitanika		875			875			875			609			
Prosječno odstupanje			3,4			1,6			0,7			1,2		
Standardna devijacija		5,27			2,61			1,15			2,08			

I globalne mjere povezanosti prediktorske i kriterijske varijable otkrivaju da je, sukladno primijenjenim kriterijima, najviši stupanj prediktivne valjanosti istraživanja postignut dvostrukim korigiranjem rezultata temeljem odgovora neizjašnjenih ispitanika o naklonosti spram pojedinih izbornih kandidata, nešto manji proporcionalnim preračunavanjem i jednostrukom *leaning*-korekcijom, a najmanji temeljem izvorno zabilježenih odgovora o namjerama glasovanja za cijeli obuhvaćeni uzorak ispitanika. Kao ni prilikom uspoređivanja pojedinačnih rezultata, ni u jednoj varijanti prediktora primijenjeni postupak ponderiranja podataka nije značajnije utjecao na valjanost istraživanja.

Temeljem predočenih rezultata opravdano je zaključiti da je, sukladno primijenjenim kriterijima, glavno pitanje valjanosti analiziranog istraživanja izravno povezano s veličinom i načinom raspodjele proporcije neizjašnjenih ispitanika. Budući da je, zbog primijenjene tehnike telefonskog anketiranja, ta proporcija vrlo velika (29,8 posto za neponderirane i 30,4 posto za ponderirane rezultate),²⁰ razumljivo je da postoci potencijalnih glasača pojedinih kandidata, iskazani u odnosu prema ukupnom broju ispitanika, ne mogu biti numerički precizni, osobito kad je riječ o izbornim opcijama s većom glasačkom podrškom. Preciznost procjena osjetno se povećava već nakon uporabe jednostruke L-korekcije, zahvaljujući kojoj se proporcija neizjašnjavanja smanjuje na 14,1 (neponderirano), odnosno 14,6 posto (ponderirano),²¹ a potpunim isključivanjem skupine neizjašnjenih ispitanika, primjenom dvostruke L-korekcije, rezultati istraživanja postaju statistički sukladni rezultatima izbora.

Na vrlo slične zaključke upućuju i rezultati validacijske analize anketnih podataka, prikupljenih uoči drugoga izbornog kruga (Tablice 5 i 6).

²⁰ Iako proporcija neizjašnjavanja može značajno varirati od jedne do druge istraživačke situacije (ovisno o konkretnim izbornim opcijama, društvenim okolnostima, općem političkom ozračju i sl.), u terenskim anketama u kojima se primjenjuje postupak tajnog izjašnjavanja o namjerama glasovanja na izborima proporcija neizjašnjavanja u pravilu je čak i dvostruko manja od one koja se bilježi anketama telefonom. Tako se, usporedbe radi, u razdoblju od 1992. do 1999. godine u terenskim istraživanjima javnoga mnijenja Instituta Ivo Pilar (koja su obvezatno uključivala postupak tajnog izjašnjavanja) ta proporcija, na razini cijele Hrvatske, kretala u rasponu od 13 do 19 posto (Lamza Posavec i sur., 1999.).

²¹ Kao što dosljedno pokazuju rezultati brojnih istraživanja u svijetu i u nas (npr. Perry, 1979.; Cantril, 1991.; Lamza Posavec i sur., 1998.a; 1998.b; 1999.; 2000.a; 2000.b), uporabom *leaning*-pitanja proporcija neizjašnjavanja u pravilu se smanjuje na približno polovicu.

Tablica 5
 Usporedba neponderiranih rezultata istraživanja o namjerama glasovanja i izbornih rezultata (drugi krug)

	Rezultati izbora			Cijeli uzorak: bez korekcija			Cijeli uzorak: jednostruka L-korekcija			Cijeli uzorak: dvostruka L-korekcija			Uzorak izjašenih ispitanika (proporcionalna korekcija)		
	Postotak glasova	Postotak ispitanika	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška
Budiša	44,0	33,5	3,8	40,5	-3,5	3,9	46,7	2,7	4,0	45,0	1,0	4,6			
Mesić	56,0	40,9	3,9	47,5	-8,5	4,0	53,3	-2,7	4,0	55,0	-1,0	4,6			
Bez odgovora		25,6		12,0			0,0			0,0					
Broj ispitanika		1040		1040			1040			774					
Prosječno odstupanje					12,8						2,7			1,0	
Standardna devijacija		6,13		3,07			1,27			0,49					

Tablica 6
 Usporedba ponderiranih rezultata istraživanja o namjerama glasovanja i izbornih rezultata (drugi krug)

	Rezultati izbora		Cijeli uzorak: bez korekcija			Cijeli uzorak: jednostruka L-korekcija			Cijeli uzorak: dvostruka L-korekcija			Uzorak izjašnjenih ispitanika (proporcionalna korekcija)		
	Postotak glasova	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	
Budiša	44,0	32,5	-11,5	3,8	39,4	-4,6	4,0	45,9	1,9	4,1	44,2	0,2	4,8	
Mesić	56,0	41,1	-14,9	4,0	47,8	-8,2	4,1	54,1	-1,9	4,1	55,8	-0,2	4,8	
Bez odgovora		26,4			12,8			0,0			0,0			
Broj ispitanika		987			987			987			726			
Prosječno odstupanje			13,2			6,4			1,9			0,2		
Standardna devijacija		6,27			3,14			0,90			0,08			

Kao i u slučaju ankete u povodu prvoga kruga, i ovaj se put pokazalo da je istraživanjem vrlo dobro procijenjena osnovna raspodjela glasačke podrške kandidatima i uvjerljivo predviđen stvarni izborni pobjednik – prednost Stjepana Mesića očita je i u slučaju najopreznije interpretacije slučajnog varijabiliteta pojedinog od zabilježenih istraživačkih rezultata. Ipak, kad su utemeljene samo na deklariranim namjerama glasovanja u odnosu prema ukupnom broju ispitanika (bez dodatnih korekcija), obje se istraživačke procjene, zbog vrlo velike proporcije neizjašnjavanja (25,6 za „sirove“ i 26,4 posto za ponderirane rezultate), statistički značajno razlikuju od stvarnih izbornih rezultata. Već jednostrukom *leaning*-korekcijom predikcija se značajno poboljšava (neponderirana procjena rezultata za Dražena Budišu „pada“ u raspon slučajnog varijabiliteta, ponderirana je blizu granica toga raspona, a standardna se devijacija gotovo prepolovljuje), iako i u tom slučaju ostaje još 12,0 (neponderirano) odnosno 12,8 posto (ponderirano) neizjašnjenih ispitanika. Potpunom eliminacijom neizjašnjenih ispitanika – kako dvostrukom L-korekcijom tako i jednostavnim isključivanjem neizjašnjenih ispitanika – statistička predikcija rezultata postaje potpuna i u slučaju „sirovih“ i ponderiranih rezultata.

U svezi s predočenim podacima osobito je zanimljivo naglasiti da je, suprotno očekivanju, u istraživanju uoči drugoga kruga proporcionalno preračunavanje podataka, u numeričkom smislu, osiguralo prognostički čak i nešto preciznije rezultate (neponderirane istraživačke procjene za oba kandidata razlikuju se od izbornih rezultata za 1,0, a ponderirane za samo 0,2 postotna boda) nego dvoetapna korekcija temeljem odgovora na *leaning*-pitanje (odstupanje iznosi 2,7 postotaka za neponderirane i 1,9 za ponderirane rezultate). To bi zasigurno moglo značiti da, ovom prilikom, neizjašnjavanje o namjerama glasovanja nije bilo povezano s nekim izrazitijim rezervama u izražavanju osobnih preferencija ni drugim značajnijim pristranostima u reakcijama ispitanika, kao što je to, u našim okolnostima, u prijašnjim razdobljima obično bio slučaj.²² Za razliku od toga, rezultati istraživanja o deklariranim namjerama glasovanja uoči prvoga kruga sadržavali su određenu pristranost, u smislu ponešto precijenjene izborne pozicije Stjepana Mesića u odnosu prema poziciji njegovih glavnih protukandidata Dražena Budiše i Mate Granića. Budući da je ta pristranost uspješno umanjena korekcijom rezultata temeljem odgovora na *leaning*-pitanja (koji su, u pravilu, pod manjom kontrolom ispitanika nego izravni odgovori

²² Brojna su istraživanja pokazala da stavovi ili preferencije neizjašnjenih ispitanika obično nisu distribuirani na isti način kao i stavovi onih koji su se očitovali u anketi, osobito kad, zbog nekoga razloga, potencijalni ispitanici imaju određene rezerve u njihovu izražavanju, kao što je to tijekom 1990-ih, u našim istraživanjima političkoga javnog mnijenja gotovo redovito bio slučaj (Lamza Posavec, 1995. te poglavlje u ovoj knjizi: *Problem neizjašnjavanja o namjerama glasovanja*). Upravo stoga ni proporcionalno preračunavanje podataka temeljem jednostavnog isključivanja neizjašnjenih ispitanika nije uvijek uspijevalo osigurati zadovoljavajuće valjane rezultate.

o namjerama glasovanja), vrlo je vjerojatno da je, barem u nekoj mjeri, bila povezana s neizjašnjavanjem o namjerama glasovanja na izborima. Drugim riječima, provedene analize dopuštaju zaključiti da su, u sklopu ankete uoči prvoga kruga, neizjašnjeni ispitanici bili proporcionalno naklonjeniji Draženu Budiši i Mati Graniću, nego oni koji su odgovorili za koga namjeravaju glasovati na izborima. Bez obzira na to čime bile motivirane, takve su rezerve u izražavanju izbornih preferencija unijele određenu pristranost u anketne rezultate, koju ne samo da se proporcionalnim preračunavanjem nije moglo umanjiti nego je time, u numeričkom smislu, ona postala još izrazitijom.

Važnost ponovljenih pokušaja anketiranja

Zasebnim dijelom analize nastojalo se provjeriti moguću metodologijsku važnost ponovljenih pokušaja anketiranja potencijalnih ispitanika koji se, prilikom prvoga poziva određenog telefonskog broja, zbog nekoga razloga (odsutnost, trenutačna spriječenost, zauzetost broja i sl.) nisu mogli odazvati anketi. Brojni američki autori (npr. Brady i Orren, 1992.; Cantril, 1991.; Dillman, 1978.; Groves, 1989.; Schutt, 1996.; Voss i sur., 1995.), naime, upozoravaju da upravo višestruko ponavljanje prvotno neuspjelih anketnih pokušaja (*call backs*) ima iznimnu važnost za postizanje zadovoljavajuće reprezentativnosti realiziranih anketnih uzoraka, pa stoga i za opću valjanost dobivenih rezultata.²³ Tako, na primjer, Voss i suradnici (1995.) drže da je brojnost ponovljenih anketnih pokušaja vrlo važan objašnjavajući element razmjerno značajnih razlika u izbornim procjenama vodećih američkih istraživačkih institucija na izborima 1988. i 1992. godine, dok Kohut (1988., prema Schutt, 1996.) otkriva da bi, u slučaju poduzimanja samo jednog umjesto više anketnih pokušaja, završno Gallupovo istraživanje uoči predsjedničkih izbora 1988. godine zabilježilo prednost Dukakisa za dva postotka, umjesto znatno realnije razlike u korist Busha za šest postotnih bodova.²⁴

Iako se, u sklopu analiziranih telefonskih anketa uoči hrvatskih predsjedničkih izbora 2000. godine, ponovljeni pokušaji anketiranja inicijalno nedostupnih ispitanika nisu pokazali toliko metodologijski značajnima kao u slučaju spomenutih američkih istraživanja, rezultati provedene analize ipak sugeriraju da se s povećanjem broja anketnih pokušaja ponešto povećala i prognostička valjanost istraživanja.²⁵

²³ Više o tome vidjeti u poglavlju: *Odbijanje ankete u istraživanjima javnoga mnijenja*.

²⁴ Prema mišljenju Schutta (1996.) glavni je razlog tome znatno veća vjerojatnost da će potencijalni glasači republikanskog kandidata Busha (bogatiji i naobraženiji dio stanovništva) češće izbivati iz kuće nego potencijalni glasači demokratskog kandidata te da će stoga, u slučaju samo jednog anketnog pokušaja, biti premalo zastupljeni u realiziranom uzorku istraživanja.

²⁵ Za usporedbu vidjeti: Bagić, 2004.

Tablica 7
 Neponderirani rezultati istraživanja s dvostrukom L-korekcijom, iskazani prema broju anketiranih pokušaja, i njihova usporedba s rezultatima izbora (prvi krug)

	Rezultati izbora		Jedan pokušaj			Dva pokušaja			Tri pokušaja		
	Postotak glasova	Postotak ispitanika	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška
Budiša	27,7	24,9	-2,8	4,4	25,2	-2,5	4,1	25,4	-2,3	3,7	
Đapčić	1,8	1,7	-0,1	1,3	1,6	-0,2	1,2	1,8	0,0	1,1	
Granić	22,5	21,7	-0,8	4,2	22,1	-0,4	3,9	22,2	-0,3	3,6	
Ledić	0,9	0,4	-0,5	0,6	0,5	-0,4	0,7	1,2	0,3	0,9	
Letica	4,1	4,9	0,8	2,2	4,8	0,7	2,0	4,6	0,5	1,8	
Merčep	0,9	0,2	-0,7	0,5	0,4	-0,5	0,6	0,5	-0,4	0,6	
Mesić	41,1	45,6	4,5	5,1	44,7	3,6	4,7	43,7	2,6	4,3	
Plkačin	0,3	0,2	-0,1	0,5	0,2	-0,1	0,5	0,2	-0,1	0,4	
Šeparović	0,3	0,5	0,2	0,7	0,5	0,2	0,7	0,5	0,2	0,6	
Bez odgovora	0,4	0,0			0,0			0,0			
Broj ispitanika		637			748			900			
Prosječno odstupanje			1,2			1,0			0,8		
Standardna devijacija		1,84			1,51			1,19			

Tablica 8
 Neponderirani rezultati istraživanja s dvostrukom L-korekcijom, iskazani prema broju anketiranih pokušaja, i njihova usporedba s rezultatima izbora (drugi krug)

	Rezultati izbora		Jedan pokušaj			Dva pokušaja			Tri pokušaja				
	Postotak glasova	Postotak ispitivanja	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitivanja	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitivanja	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitivanja	Odstupanje	Standardna pogreška
Budiša	44,0	40,0	-4,0	4,6	45,4	1,4	4,3	46,7	2,7	4,0			
Mesić	56,0	60,0	4,0	4,6	54,6	-1,4	4,3	53,3	-2,7	4,0			
Bez odgovora		0,0			0,0			0,0					
Broj ispitivanja		749			890			1040					
Prosječno odstupanje			4,0			1,4			2,7				
Standardna devijacija		2,07			0,66			1,27					

Iako je, kao što to pokazuju rezultati u Tablicama 7 i 8,²⁶ nakon primjene dvostruke *leaning*-korekcije u oba istraživanja postignuta statistički zadovoljavajuća predikcija već temeljem prvoga poziva određenog broja (s iznimkom rezultata za T. Merčepa u sklopu istraživanja uoči prvoga kruga, svi su ostali rezultati prediktorske varijable podudarni s kriterijem u granicama slučajnoga varijabiliteta), s povećanjem broja pokušaja ponešto se smanjilo prosječno odstupanje i standardna devijacija prediktorske od kriterijske varijable, a iako ne osobito značajno, dosljedno se poboljšala i preciznost istraživačkih procjena pojedinačnih izbornih rezultata (npr. u istraživanju uoči prvoga kruga procjena izbornog rezultata Stjepana Mesića poboljšala se nakon tri pokušaja za 1,9, a Dražena Budiše i Mate Granića 0,5 postotnih bodova, dok se uoči drugoga kruga predikcija za oba kandidata poboljšala za 1,3 postotka).

Iako se, u sklopu ovih istraživanja, ponavljanje inicijalno neuspjelih kontakata nije pokazalo osobito značajnim, to nipošto ne znači da takav postupak ne bi mogao imati čak i vrlo veliku metodologijsku važnost u nekoj drugoj izbornoj situaciji ili u nekim drugim okolnostima provedbe istraživanja. Vrlo se realnom, naime, čini pretpostavka da bi ostajanje na samo jednom pokušaju kontaktiranja trenutačno nedostupnih ispitanika (odnosno uporabom rezervnog telefonskog broja bez daljnjih pokušaja obnavljanja neuspjelog kontakta na istome broju), osobito ako se anketiranje provodi radnim danom i u znatnijoj mjeri obuhvaća prijedpodnevne termine (kad su radno aktivni članovi kućanstva pretežno odsutni), moglo donekle poremetiti strukturu realiziranog uzorka prema demografskim i socijalnim varijablama koje značajno utječu na rezultate istraživanja javnoga mnijenja. U tom bi smislu bila svakako najvažnija moguća neuravnoteženost uzorka prema naobrazbi ispitanika koja se u našim uvjetima pokazala uvjerljivo najvažnijim prediktorom izbornih preferencija i javnoga mnijenja uopće (Lamza Posavec, 1995.). U slučaju ovdje analiziranih istraživanja dodatne su obrade, međutim, pokazale da obrazovna struktura realiziranih uzoraka gotovo uopće nije ovisila o broju ponovljenih anketnih pokušaja.²⁷ S

²⁶ Rasprava o ovom pitanju ograničena je na neponderirane rezultate, korigirane na način koji se prema već prikazanim rezultatima analize pokazao najpouzdanijim (dvostruka *leaning*-korekcija).

²⁷ U sklopu istraživanja uoči prvoga kruga, u dijelu neponderiranog uzorka koji je uključio samo jedan anketni pokušaj, niže naobraženih ispitanika (osnovna škola ili manje) bilo je 30,1 posto, nakon dva pokušaja bilo ih je 29,3, a nakon tri pokušaja 30,1 posto. Ispitanika srednje naobrazbe bilo je 53,3 posto (samo jedan pokušaj) odnosno 53,7 (dva pokušaja) i 52,2 posto (tri pokušaja), dok je udio osoba s višom i visokom školskom spremom iznosio 16,6 (jedan pokušaj), 17,0 (dva pokušaja) odnosno 18,3 posto (tri pokušaja). Ni struktura uzorka realiziranog istraživanjem uoči drugoga izbornog kruga uglavnom se nije znatnije mijenjala: u odnosu prema ukupnom broju pokušaja, udio niže naobraženih ispitanika iznosio

obzirom na konkretne okolnosti provedbe istraživanja, čini se vjerojatnim da je to ponajprije povezano s dnevnom dinamikom anketiranja (oko tri četvrtine ispitanika anketirano je iza 16 sati, dakle izvan uobičajenog radnog vremena) te s činjenicom da je trećina uzoraka realizirana u tijeku neradnog dana, a pretežni dio već prilikom prvoga poziva zadanih telefonskih brojeva.²⁸ Doda li se tome još i istraživački podatak prema kojemu je, na ovim predsjedničkim izborima, glasačko odlučivanje bilo nešto manje povezano s naobrazbom birača²⁹ nego što je to bio slučaj u našim prijašnjim izbornim situacijama, razumljivo je da, u sklopu analiziranih istraživanja, ponavljanje neuspjelih anketnih pokušaja nije moglo imati tako značajan utjecaj na istraživačke rezultate kao što bi se to moglo pokazati u nekim drugim istraživačkim ili izbornim okolnostima.

Utjecaj dnevne dinamike anketiranja

I na kraju, rezultati analiza prognostičke valjanosti istraživačkih procjena prema dnevnim razdobljima anketiranja također upućuju na neke metodologijski korisne zaključke. Za potrebe ovoga dijela analize, anketni su podaci iz oba istraživanja svrstani u četiri frekvencijski podjednake i analitički dostatne terminske kategorije koje ujedno slijede logiku, za naše uvjete uobičajenog, dnevnog „životnog stila“ (uobičajeno radno vrijeme, poslijepodnevni boravak u kući, praćenje središnjeg televizijskog dnevnika i sl.).

je 25,9, 25,6, odnosno 25,5 posto, osoba sa srednjom školom bilo je 57,4, 56,7, odnosno 56,5 posto, a osoba više i visoke naobrazbe 16,7, 17,8, odnosno 17,9 posto. Obrazovna struktura realizirana nakon jednoga, odnosno dva anketna pokušaja ni u jednoj se kategoriji ne razlikuje statistički značajno od strukture koja je zabilježena nakon sva tri pokušaja (razlike su manje od standardnih pogrešaka uzorka, $p \leq 0,01$).

²⁸ Na to je, dakako, mogao još dodatno utjecati i relativno malen udio radno aktivnih osoba u ukupnom stanovništvu Hrvatske.

²⁹ Rezultati istraživanja su pokazali da je naobrazba ispitanika u nekoj mjeri utjecala na izborne preferencije u prvom izbornom krugu (ponajprije u smislu nešto veće naklonosti niže naobraženih ispitanika dr. Mati Graniću nego ostalim vodećim kandidatima), dok u drugome krugu nije u tom smislu imala gotovo nikakva utjecaja (Lamza Posavec i sur., 2000.a; 2000.b; poglavlje u ovoj knjizi: *Motivacijska struktura glasanja: primjer predsjedničkih izbora 2000.*).

Tablica 9

Neponderirani rezultati istraživanja s dvostrukom L-korekcijom, iskazani prema dnevnim intervalima anketiranja, i njihova usporedba s rezultatima izbora (prvi krug)

	Rezultati izbora			Od 8,00 do 15,59 sati			Od 16,00 do 17,59 sati			Od 18,00 do 19,29 sati			Od 19,30 do 23,00 sati		
	Postotak glasova	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje	Standardna pogreška	Postotak ispitanika	Odstupanje
Budiša	27,7	26,4	-1,3	7,5	24,9	-2,8	7,3	18,4	-9,3	7,0	30,7	3,0	7,8		
Đapić	1,8	2,0	0,2	2,4	1,6	-0,2	2,1	1,7	-0,1	2,3	2,0	0,2	2,4		
Granić	22,5	21,9	-0,6	7,0	21,2	-1,3	6,9	26,8	4,3	8,0	17,1	-5,4	6,4		
Ledić	0,9	1,0	0,1	1,7	1,0	0,1	1,7	0,0	-0,9	0,0	1,5	0,6	2,1		
Letica	4,1	5,5	1,4	3,9	3,1	-1,0	2,9	3,4	-0,7	3,3	5,5	1,4	3,9		
Merčep	0,9	1,0	0,1	1,7	0,0	-0,9	0,0	0,0	-0,9	0,0	0,5	-0,4	1,2		
Mesić	41,1	41,3	0,2	8,4	47,7	6,6	8,4	49,2	8,1	9,0	41,7	0,6	8,3		
Prkačin	0,3	0,0	-0,3	0,0	0,0	-0,3	0,0	0,0	-0,3	0,0	1,0	0,7	1,7		
Šeparović	0,3	1,0	0,7	1,7	0,5	0,2	1,2	0,6	0,3	1,3	0,0	-0,3	0,0		
Bez odgovora	0,4	0,0			0,0			0,0			0,0				
Broj ispitanika		229			233			204			233				
Prosječno odstupanje			0,5			1,5			2,8			1,4			
Standardna devijacija		0,72			2,47			4,37			2,15				

Tablica 10
 Neponderirani rezultati istraživanja s dvostrukom L-korekcijom, iskazani prema dnevnim intervalima anketiranja, i njihova usporedba s rezultatima izbora (drugi krug)

	Rezultati izbora	Od 8,00 do 15,59 sati			Od 16,00 do 17,59 sati			Od 18,00 do 19,29 sati			Od 19,30 do 23,00 sati		
		Postotak glasova	Postotak ispitanih	Standardna pogreška	Odstupanje	Postotak ispitanih	Standardna pogreška	Odstupanje	Postotak ispitanih	Standardna pogreška	Odstupanje	Postotak ispitanih	Standardna pogreška
Budiša	44,0	44,1	7,3	0,1	43,0	8,0	-1,0	44,4	7,7	0,4	54,6	9,0	
Mesić	56,0	55,9	7,3	-0,1	57,0	8,0	1,0	55,6	7,7	-0,4	45,4	9,0	
Bez odgovora		0,0			0,0			0,0			0,0		
Broj ispitanih		308			253			277			202		
Prosječno odstupanje				0,1			1,0			0,4		10,6	
Standardna devijacija		0,05			0,47			0,21			5,02		

Rezultati analize oba istraživanja (Tablice 9 i 10) pokazuju da se, nakon primijenjene dvostruke *leaning*-korekcije, u svim dnevnim intervalima anketiranja većina istraživačkih procjena kretala u granicama slučajnog varijabiliteta (u istraživanju prije prvoga kruga iznimke su samo procjena rezultata za D. Budišu zabilježena u intervalu od 18 do 19,30 sati i rezultat za T. Merčepa u razdoblju od 16-18 sati, a u istraživanju prije drugoga kruga rezultati za oba kandidata zabilježeni iza 19,30 sati). Temeljem toga najtočnije je zaključiti da su, usprkos određenim razlikama u striktno numeričkom smislu, svi obuhvaćeni intervali anketiranja bili podjednako važni za postignutu valjanost rezultata, s nešto izrazitijom iznimkom anketnog termina iza 19,30 sati u tijeku kojeg su, u sklopu ankete uoči drugoga kruga, prikupljeni manje valjani rezultati nego u ostalima. Osobito je važno istaknuti da se, u obje ankete, razdoblje do 16 sati pokazalo barem jednako prikladnim za anketiranje kao i ostali termini, iako je, zbog znatnijeg izbivanja radno aktivnih osoba, u to doba bilo realno očekivati najmanje valjane rezultate.³⁰

Usprkos tome što se, na razini pojedinih kandidata, razlike u prediktivnoj valjanosti rezultata prikupljenih u promatranim dnevnim intervalima nisu pokazale statistički značajnima, obrazovna struktura realiziranih uzoraka značajno se razlikovala. U slučaju oba istraživanja, u razdoblju do 16 sati anketirano je značajno više ispitanika s osnovnom ili nižom naobrazbom, a manje s višom školom ili fakultetom nego u poslijepodnevnom terminima (hi-kvadrat za prvo istraživanje = 18,539, df = 6, $p \leq 0,01$; hi-kvadrat za drugo istraživanje = 19,152, df = 6, $p \leq 0,01$). Uz ostalo, i ovi podaci sugeriraju da je na predsjedničkim izborima 2000. godine naobrazba glasača razmjerno malo utjecala na njihovo izborno opredjeljenje te da bi možda, u nekoj drugoj izbornoj situaciji, kad bi naobrazba ponovno postala značajnijim prediktorom izbornog odlučivanja, i dnevna dinamika anketiranja imala veću metodologijsku važnost nego što je bio slučaj u analiziranim istraživanjima.

³⁰ Predočeni rezultati pokazuju da su termini do 16 sati, osobito u anketi uoči drugoga kruga, osigurali čak numerički preciznije rezultate nego ostali. Dodatne provjere, međutim, indiciraju da su, u istraživanju uoči prvoga kruga, rezultati dobiveni u tom anketnom intervalu velikim dijelom posljedica većeg udjela anketnih podataka prikupljenih tijekom neradnoga dana (udio anketa realiziranih u subotu u tom je terminu iznosio 52 posto, a u ostalima između 20 i 23 posto). Za razliku od toga, u anketi uoči drugoga kruga, kad je preciznost podataka dobivenih u pojedinim terminima bila ujednačenija (iznimka je samo interval iza 19,30 sati), udio anketa realiziranih subotom bio je u razdoblju do 16 sati podjednak (32-34 posto) kao i u ostalim dnevnim terminima.

Zaključak

Rezultati provedene validacijske analize nedvosmisleno pokazuju da je u slučaju metodologijski dostatne pokrivenosti kućanstava telefonskim priključcima (kakva je, prema provedenim analizama, bila u Hrvatskoj od kraja 1990-ih)³¹ i pod uvjetom uvažavanja znanstvenih kriterija planiranja i realizacije istraživanja, najvažnije pitanje valjanosti telefonom realiziranih predizbornih istraživanja javnoga mnijenja povezano s razmjerno visokim proporcijama neizjašnjavanja o namjerama glasovanja na izborima. U slučaju analiziranih istraživanja učestalo uskraćivanje odgovora o izbornim preferencijama uzrokovalo je nedovoljnu numeričku preciznost rezultata, a u anketi uoči prvoga kruga i određenu pristranost u smislu precjenjivanja izborne pozicije Stjepana Mesića u odnosu prema mogućem izbornom rezultatu Dražena Budiše i dr. Mate Granića. Od iskušanih postupaka ispravljanja tako nastale nevalidnosti rezultata najprikladnijim se pokazalo dvoetažno korigiranje originalnih podataka o namjerama glasovanja na izborima temeljem dodatnog pitanja o naklonosti pojedinim predsjedničkim kandidatima nakon kojega se, u slučaju oba provedena istraživanja, ni jedan od analiziranih istraživačkih rezultata nije statistički razlikovao od rezultata izbora. Proporcionalno preračunavanje podataka, jednostavnim isključivanjem neizjašnjenih ispitanika, nije dalo dovoljno dosljedne rezultate (u istraživanju uoči prvoga kruga pokazalo se nešto lošijim, a uoči drugoga kruga nešto boljim od dvostruke korekcije temeljem pitanja o naklonosti) da bi se moglo držati pouzdanim postupkom rješavanja tog problema. Primjena takve korekcije osobito je rizična u izbornim situacijama u kojima je neizjašnjavanje o namjeri glasovanja za pojedine stranke ili kandidate u većoj mjeri povezano s političkim stavovima i glasačkim preferencijama ispitanika nego što je to vjerojatno bio slučaj na predsjedničkim izborima 2000. godine.

Provjere metodologijske važnosti višestrukih pokušaja anketiranja inicijalno nedostupnih ispitanika, koji se u brojnim američkim istraživanjima pokazuju iznimno značajnima, u sklopu analiziranih telefonskih anketa nisu otkrile osobit utjecaj na ukupnu validnost istraživanja. To ipak ne znači da u nekoj drugoj izbornoj situaciji i nekim drugim okolnostima realizacije istraživanja takva strategija prikupljanja podataka ne bi mogla imati čak veliku metodologijsku važnost. Sličan zaključak vrijedi i za mogući utjecaj dnevne dinamike anketiranja na ukupnu valjanost istraživanja – iako se, u sklopu analiziranih istraživanja, ni ona nije pokazala osobito važnom za preciznost istraživačkih procjena (razlike u prediktivnoj valjanosti pojedinačnih rezultata prikupljenih u različitim dnevnim intervalima nisu statistički značajne), značajna povezanost dnevnih termina anketiranja i obrazovne strukture obuhvaćenih ispitanika ipak upozorava da bi

³¹ Vidjeti prethodno poglavlje i članak: Lamza Posavec, 1999.

u nekoj drugoj izbornoj situaciji (kad bi naobrazba birača bila jačim prediktorom izbornog odlučivanja nego na predsjedničkim izborima 2000. godine) i dnevna distribucija anketnih kontakata mogla imati puno veći utjecaj na dobivene rezultate. Iako i pitanje utjecaja tog elementa ukupne istraživačke metodologije zasigurno zahtijeva dodatne istraživačke provjere i objašnjenja, temeljem rezultata ove analize najrealnije je zaključiti da je za postizanje zadovoljavajuće valjanosti istraživanja javnoga mnijenja potrebno pravilno rasporediti anketni postupak tijekom cijeloga dana, vodeći pritom računa i o već spomenutoj strategiji ponovljenih pokušaja ostvarivanja inicijalno neuspjelih anketnih kontakata.

ISTRAŽIVANJE JAVNOGA MNIJENJA PUTEM INTERNETA

Sve učestalija uporaba interneta u provedbi različitih društvenih istraživanja nerijetko navodi na pomisao da će ta anketna tehnika, osobito kada je riječ o web-anketama, uskoro zamijeniti klasične postupke u prikupljanju anketnih podataka. No, s druge je strane podjednako učestala i skepsa u svezi s budućom uporabom interneta u anketnom istraživanju društvenih pojava, utemeljena ponajprije na uvjerenju da, zbog različitih razloga, takva istraživanja ne mogu dostići kvalitetu tradicionalnih anketnih pristupa (Couper, 2000.). Prvo se stajalište poziva na nesumnjive prednosti interneta u prikupljanju anketnih podataka, ponajprije na neusporedivo manji utrošak novca i vremena potrebnog za njihovu provedbu; drugo pak ima u vidu različite metodologijske razloge, osobito zasad nepremostive teškoće u planiranju i realizaciji reprezentativnih anketnih uzoraka. Dosljedno tome, neki autori izražavaju bojazan da bi pojava interneta kao anketnoga medija mogla dovesti do raslojavanja istraživačke prakse na kvalitetna istraživanja, utemeljena na probabilističkom uzorkovanju i uporabi tradicionalnih tehnika prikupljanja anketnih podataka, te na ankete u kojima će biti važniji niski troškovi i brza povratna informacija nego reprezentativnost uzoraka i preciznost anketnih podataka. (Couper, 2000.). Ta je distinkcija osobito važna u slučaju istraživanja javnoga mnijenja i ostalih društvenih istraživanja koja bi trebala osigurati osobito precizne rezultate i njihovo pouzdano uopćavanje na opću populaciju određenog područja.

Vrste anketa internetom

Dvije su osnovne vrste anketa internetom: ankete distribuirane putem elektroničke pošte i web-ankete objavljene na internetskoj stranici ili portalu. Iako obje mogućnosti imaju neke zajedničke prednosti i nedostatke, svaka ima i određene specifične karakteristike i neka specifična metodologijska i spoznajna ograničenja.

Ankete elektroničkom poštom

Povijest uporabe interneta kao medija za provedbu anketa počinje u kasnim 1980-im i ranim 1990-im godinama prvim pokušajima distribuiranja anketnih upitnika posredstvom elektroničke pošte (Fricker i Schonlau, 2002.) kao moguće alternative tradicionalnim anketnim tehnikama, ponajprije anketiranju putem „obične“ pošte. U odnosu prema uobičajenim tehnikama prikupljanja podataka, glavne su očekivane prednosti e-mail anketa znatno niži troškovi provedbe te, osobito u usporedbi s anketama putem

pošte, puno brži i jednostavniji anketni postupak koji zahtijeva manje pripremnih radnji i omogućava bržu uspostavu komunikacije s ispitanikom.

Ankete elektroničkom poštom obično sadržavaju uvodni apel za sudjelovanje u istraživanju (uobičajenog sadržaja kao i u ostalim vrstama anketa), uputu o načinu ispunjavanja upitnika te anketni upitnik u privitku (*attachment*). Iako se u tehničkom smislu razlikuju od klasičnih anketa putem pošte, komunikacija s ispitanikom vrlo je slična pa su u velikom dijelu slične i njihove metodologijske karakteristike koje se uglavnom odnose i na ostale oblike pisanih anketa (*self-administred surveys*). Stoga je iskustvo s klasičnim anketama putem pošte moglo poslužiti kao polazište za razvitak tehnike e-mail anketiranja (Schaefer i Dillman, 1998.), a očekivane su i slične metodologijske prednosti pred ostalim anketnim tehnikama. U usporedbi s anketiranjem licem-u-lice, a osobito putem telefona, u anketama koje se provode posredstvom elektroničke kao i „obične“ pošte moguća je primjena dužih i složenijih anketnih upitnika, eliminirane su moguće pristranosti koje proizlaze iz interakcije anketara i ispitanika, a nepotrebne su i rasprave o najprimjerenijim terminima anketiranja (Best i Krueger, 2002.).

Međutim, u slučaju istraživanja javnoga mnijenja e-mail ankete imaju i velikih nedostataka, kako u usporedbi s terenskim i telefonskim anketama, tako i s uobičajenim anketiranjem putem pošte. Riječ je ponajprije o teškoćama u izboru uzorka koji bi omogućavao uopćavanje rezultata na opću populaciju. Glavni su razlozi tome sužavanje osnovnoga skupa na korisnike elektroničke pošte i nemogućnost slučajnog generiranja elektroničkih adresa nalik na slučajan izbor telefonskih brojeva, odnosno pomanjkanje objedinjenih i obuhvatnih evidencija koje bi poslužile kao okvir za izbor probabilističkih uzoraka. Uz to, zbog mogućnosti identificiranja ispitanika na temelju njihovih e-mail adresa u elektroničkoj verziji ankete, za razliku od one putem „obične“ pošte, znatno je narušen dojam o mogućoj anonimnosti ispitanika. A kako je percipirana anonimnost izrazito važna za odluku o sudjelovanju u anketi, osobito kad je riječ o osjetljivim temama među koje pripadaju i istraživanja političkog javnog mnijenja, može se očekivati da će u e-mail anketama odziv potencijalnih ispitanika biti još slabiji nego u klasičnim anketama putem pošte. Kao i u slučaju uporabe interneta kao anketnog medija uopće, odazivanje e-mail anketama mogu još dodatno umanjiti različite tehničke pojedinosti poput sporog interneta, mogućnosti da se poruke poslone većem broju primatelja prepoznaju kao *spam* ili pak nedostatne hardverske i softverske kompatibilnosti uređaja s kojih se šalju i na kojima bi se trebali primati anketni upitnici.

Ostale manjkavosti anketiranja putem elektroničke pošte podrazumijevaju slična metodologijska ograničenja kao i primjena ostalih anketnih tehnika koje ne uključuju sudjelovanje anketara – od teškoća u razumijevanju pojedinih anketnih pitanja i nemogućnosti nadziranja anketne situacije do veće vjerojatnosti da bi anketna građa mogla

biti općenito slabije kvalitete nego u slučaju anketnih postupaka koje vode educirani i iskusni anketari.

Usprkos spomenutim ograničenjima, neki autori (npr. Best i Krueger, 2002.) ocjenjuju da anketiranje elektroničkom poštom ima potencijal zbog kojeg bi s vremenom (kad se razvije istraživačka metodologija koja bi osigurala reprezentativne rezultate) moglo promijeniti tradicionalne pristupe istraživanju javnoga mnijenja. Ipak, već od početka 1990-ih godina tu je anketnu tehniku u velikoj mjeri zamijenilo anketiranje putem weba (Fricker i Schonlau, 2002.), nešto novija i naprednija mogućnost uporabe interneta kao anketnoga medija. Glavni su razlozi tome još brži i jednostavniji anketni postupak (nepotrebno upisivanje elektroničkih adresa i personalizirano obraćanje ispitanicima, omogućen izravan unos odgovora u baze podataka) te u većoj mjeri zajamčena anonimnost ispitanika, koja je osobito važna za valjano istraživanje političkog javnog mnijenja i drugih osjetljivijih društvenih tema. E-mail ankete, kao samostalna tehnika prikupljanja podataka, uglavnom ostaju primjerenim izborom za istraživanje manjih populacija s dostupnim popisima e-mail adresa (organizacije, udruženja i slično) te za proučavanje manje osjetljivih tema o kojima se većina ljudi ne oklijeva javno očitovati.

Web-ankete

Iako je – ovisno o njihovoj temi, namjeni i načinu provedbe – moguće razlikovati nekoliko vrsti web-anketa, sa znanstveno-metodologijskog stajališta, najprihvatljivijom se čini temeljna klasifikacija na neprobabilističke i probabilističke pristupe, koju nudi Couper (2000.) u preglednom radu o glavnim karakteristikama i problemima web-anketa.¹

Dosljedno osnovnim postavkama teorije uzorkovanja, u neprobabilističkim anketama članovi ciljane populacije nemaju ne-nultu ni matematički poznatu vjerojatnost izbora u uzorak pa je stoga neopravdano bilo kakvo uopćavanje anketnih rezultata. Drugim riječima, rezultati takvih anketa mogu u najboljem slučaju pokazati što o nekom pitanju misle osobe koje su odgovarale na pitanja, a ni na koji ih način nije opravdano generalizirati na bilo koju ciljanu populaciju. U skupini neprobabilističkih anketa Couper (2000.) razlikuje tri osnovne vrste: web-ankete za zabavu, ankete sa samoizborom ispitanika i panel-ankete dobrovoljaca.

Iako nemaju nikakvih znanstvenih atributa, web-ankete namijenjene zabavi ipak je važno spomenuti zbog njihove popularnosti i realne mogućnosti da ih neki slabije upućeni korisnici interneta poistovjete s „pravim“ anketama. Njihova je primarna namjena razmjena mišljenja kao u forumima, pa odgovorni kreatori takvih anketa (kao

¹ Na spomenutom se članku Coupera (2000.) temelji dio poglavlja koji se odnosi na vrste i karakteristike web-anketa.

što je nekad bio slučaj na američkim portalima <http://www.misterpoll.com> i <http://www.survey.net>) izričito upozoravaju da je riječ o zabavi, a ne o znanstvenom istraživanju. Rezultati takvih anketa ne mogu se uopćiti ni na populaciju korisnika interneta, a osobito ne mogu otkriti mišljenje javnosti u cjelini.

Ista spoznajna ograničenja imaju i ankete sa samoizborom ispitanika koje se u javnoj uporabi ponekad tretiraju kao znanstveno valjane iako se, u metodološkom smislu, ni po čemu ne razlikuju od anketa namijenjenih zabavi. Takav oblik web-anketa također se temelji na otvorenom pozivu objavljenom na internetskoj stranici, obično bez ikakvih ulaznih ograničenja i mogućnosti identifikacije osobina sudionika ankete, pa nerijetko i bez kontrole višekratnog sudjelovanja u anketi. U usporedbi s anketama namijenjenim zabavi, glavna je razlika u tome što takve ankete ne sadrže upozorenja o neopravdanom uopćavanju rezultata već se, naprotiv, često pokušava dokazati njihova vjerodostojnost, obično pozivanjem na broj ispitanika koji – kao što metodološki upućeni pojedinci znaju – najmanje utječe na valjanost anketnih rezultata. Nešto „naprednije“ ankete te vrste, osim temeljnih pitanja na koje se anketa odnosi, mogu sadržavati i nekoliko pitanja o demografskim karakteristikama ispitanika koja omogućavaju da se ponderiranjem prikupljenih podataka postigne sukladnost uzorka s odgovarajućim podacima popisa stanovništva. No, zbog samoizbora ispitanika ni rezultati takve, prividno reprezentativne ankete ne mogu osigurati dostatno valjane rezultate jer se oni, kao što su pokazala neka metodološka istraživanja, bitno razlikuju od rezultata terenskih ili telefonskih anketa na probabilistički izabranim uzorcima ispitanika.²

Treća je neprobabilistička mogućnost provedba panela dobrovoljaca iz skupine korisnika interneta koju pojedine istraživačke agencije sve učestalije koriste u različitim marketinškim istraživanjima, ali i u istraživanjima javnoga mnijenja. U tu se svrhu na web-stranici objavljuju apeli za sudjelovanje u panelu, prikupljaju osnovni demografski podaci od onih koji se odazovu te tako kreiraju velike baze potencijalnih sudionika iz kojih se potom biraju kvotni ili probabilistički uzorci za pojedina istraživanja. No, bez obzira na to kako se provodio konačan izbor ispitanika, koliko velike bile baze podataka i koliko se demografskih varijabli koristilo za izbor i kontrolu reprezentativnosti uzorka te eventualno ponderiranje rezultata, opravdanost uopćavanja rezultata je upitna, i onda kad je ono ograničeno na populaciju korisnika interneta. Čak i ako je izbor ispitanika

² Couper (2000.) za primjer navodi anketu National Geographic Society iz 1998. godine, postavljenu na njihovoj web-stranici. Za trajanja ankete zabilježeno je više od 80.000 posjetitelja, a dobiveno je oko 50.000 odgovora (nije bilo kontrole višekratnog odgovaranja). Iako je u pogledu demografskih obilježja ponderiranjem postignuta sukladnost s podacima popisa stanovništva, rezultati su se razlikovali i do 30 postotaka od onih koji su na istim pitanjima zabilježeni terenskom anketom na nacionalnom probabilističkom uzorku.

iz kreirane baze slučajan, riječ je o neprobabilističkom pristupu jer su inicijalni podaci prikupljeni samoizborom potencijalnih ispitanika.

Iako zbog nepristranog izbora probabilistički konstruirani uzorci omogućuju pouzdanije anketne procjene nego neprobabilistički, zbog uobičajeno niske stope odazivanja web-anketama, ni oni ne moraju osigurati reprezentativne rezultate koji bi se opravdano uopćili na određenu ciljanu populaciju. Ipak, zahvaljujući podacima o osnovnom skupu i načinu regrutiranja ispitanika, kao i mogućnostima mjerenja veličine neodazivanja, probabilistički pristupi, ako u realizaciji donekle i gube attribute probabiliteta, mogu osigurati primjenu statistički opravdanih postupaka za korekciju pristranosti te realniju interpretaciju anketnih rezultata nego bilo koje neprobabilističko rješenje.

Kao što izvještava Couper (2000.), dva su osnovna pristupa u izboru probabilističkih uzoraka web-anketa. U prvom je slučaju odabir ispitanika ograničen na osobe s ulaskom na web-stranice, a u drugom se, radi identifikacije i obuhvata opće populacije, pri izboru uzorka koriste i neke druge anketne tehnike. U tom su sklopu najčešće prakticirana probabilistička rješenja uzorci na osnovi presretanja, sustavni uzorci iz populacije prekrivene internetom, probabilistički paneli korisnika interneta i probabilistički paneli opće populacije.

Uzorkovanje presretanjem posjetitelja web-stranica obično se temelji na tehnici slučajnog sustavnog izbora, pozivanjem svakog n -tog posjetitelja da sudjeluje u anketi. Budući da je okvir za izbor uzorka otvaranje web-stranice, veličina osnovnog skupa je poznata, a poznata je i proporcija neodazivanja anketi. Ipak, zbog reduciranosti osnovnoga skupa na posjetitelje web-stranice takav pristup možda može biti koristan u istraživanju mišljenja posjetitelja o toj stranici ili o samoj anketi,³ ali ima vrlo ograničen domet u pokušaju uopćavanja rezultata na bilo koju širu populaciju.

Slične metodologijske karakteristike imaju i web-ankete na slučajnim sustavnim uzorcima iz populacija visoko pokrivenih internetom. Postupak se primjenjuje pri anketiranju određenih društvenih skupina koje imaju pristup internetu i za koje postoji popis e-mail adresa. Nakon slučajnog sustavnog izbora raspoloživih adresa, elektroničkom poštom upućuju se pozivi za sudjelovanje u web-anketi s poveznicom na anketni upitnik, pri čemu se kontrolira mogućnost višekratnog odgovaranja ili prosljeđivanja ankete drugom korisniku. Takve se ankete obično primjenjuju na specifično definirane populacije (npr. studenti, članovi većih organizacija, strukovnih udruženja i sl.) pa se i

³ I u tom slučaju ostaje problem malog odziva na takve ankete. Prema nekim autorima (npr. McLaughlin, 2000., prema Couper, 2000.) odazivanje na ankete presretanjem u prosjeku ne premašuje 15 posto, a velika je vjerojatnost da oni koji se odazivaju pozivu imaju drukčije mišljenje o toj stranici od onih koji se ne odazivaju.

njihov spoznajni domet ograničava na te društvene skupine i ne mogu se opravdano koristiti u istraživanjima opće populacije.

Probabilistički izabranim uzorcima panel-anketa nastoje se prevladati nedostaci panela dobrovoljaca i ostalih neprobabilističkih pristupa. Jedno je od takvih rješenja probabilistički panel korisnika interneta konstruiran na temelju informacija koje se prikupljaju telefonskim intervjuom na probabilistički izabranom uzorku vlasnika telefona. U sklopu intervjua se bilježe demografske osobine ispitanika, njihov pristup internetu i zainteresiranost za sudjelovanje u web-panelu, a onima koji pristanu i služe se internetom, e-mailom se šalje molba za sudjelovanje u anketi. Ulaz u anketni postupak kontrolira se putem lozinke i e-mail adrese čime se onemogućavaju višekratni odgovori na istu anketu kao i sudjelovanje onih koji nisu registrirani u panelu. Razumljivo je da se podaci mogu uopćavati samo na populaciju korisnika interneta, no i u tom smislu opisani pristup nailazi na brojne teškoće, kao što su inicijalni problem neodazivanja telefonskoj anketi, nepouzdanost podataka o korištenju interneta, uskraćivanje pristanka na sudjelovanje u panelu, davanje pogrešne e-mail adrese i neodazivanje na anketu nakon načelnog pristanka i davanja ispravne e-mail adrese. Ipak, za razliku od neprobabilističkih pristupa, ukupni postotak neodazivanja u ovom je slučaju mjerljiv, a valjanost primijenjene tehnike može se provjeriti uspoređivanjem dobivenih rezultata s rezultatima istodobno provedene telefonske ankete.

I na kraju, metodologijskim zahtjevima istraživanja javnoga mnijenja najbliže su web-ankete kojima se pokušava obuhvatiti opća populacija i tako izbjeći reduciranost osnovnoga skupa na osobe s pristupom internetu. I u tom je slučaju početni korak izbor probabilističkog uzorka opće populacije i primjena neke od klasičnih anketnih tehnika, obično ankete telefonom ili putem pošte. U sklopu inicijalnog kontakta pokušava se animirati za suradnju kako korisnike interneta, tako i one koji internet ne koriste, a posljednje se, u zamjenu za pristanak, besplatno opskrbljuje odgovarajućom informatičkom opremom koja im omogućava sudjelovanje u budućim anketama.⁴ Osim visokih troškova, glavni je problem ovog pristupa niska proporcija odazivanja na regrutirajući intervju i niska proporcija intervjuiranih koji pristaju na sudjelovanje u panelu. S druge strane, bitna je prednost to što se informacije o neodazivanju mogu zabilježiti u svim fazama realizacije postupka, a nastale pristranosti uzorka mogu se barem djelomice umanjiti ponderiranjem prikupljenih podataka.

⁴ Ovaj pristup ima korijene u pokušajima iz sedamdesetih i osamdesetih godina 20. stoljeća kada se propitivala mogućnost provedbe anketa uz pomoć priključka za kablovsku televiziju (tzv. Qube-sustav, prema Sabato, 1981.) ili putem teleteksta. U tu je svrhu također izabran panel-uzorak opće populacije, a ispitanici koji su pristajali na suradnju opskrbljivani su odgovarajućom opremom koja im je omogućavala sudjelovanje u anketama.

Metodologijski problemi istraživanja internetom

Iako se u razvijenijim zemljama, a osobito na području SAD-a, ankete putem interneta sve učestalije primjenjuju u istraživanjima javnoga mnijenja i u mnogim slučajevima uspijevaju osigurati podjednako precizne predizborne prognoze kao i tradicionalne anketne tehnike (ESOMAR/WAPOR, 2014.), neka važna pitanja njihove metodologijske valjanosti i dalje ostaju otvorenima. Dosljedno već uobičajenoj klasifikaciji mogućih izvora pogrešaka u anketnim istraživanjima (Groves, 1989.), riječ je o pitanjima pokrivenosti ciljane populacije, izboru uzoraka istraživanja, ostvarenom anketnom odzivu i kvaliteti odgovora koji se mogu prikupiti primjenom takve anketne tehnike.

Pokrivenost

Jedan od najučestalije prepoznatih problema *online* istraživanja odnosi se na pokrivenost ciljane populacije internetom ili, preciznije rečeno, na mogućnost njezinog obuhvata anketama postavljenima na web ili distribuiranih putem elektroničke pošte. Iako u istraživanjima javnoga mnijenja izrazitost tog problema varira od zemlje do zemlje, on je aktualan i u sredinama s razmjerno velikom rasprostranjenošću interneta jer uključuje ne samo pitanje dostupnosti toga medija već, ovisno o vrsti internetske ankete, i pitanja učestalosti i načina njegove uporabe. Valja, naime, imati na umu da i među osobama koje imaju pristup internetu određeni udio ne koristi kompjutor (npr. starije ili slabije obrazovane osobe u kućanstvu), nedostatno su informatički pismene da bi mogle korektno odgovarati na anketna pitanja, nemaju e-mail adresu ili pretežno upotrebljavaju internet za igre, zabavu, komuniciranje putem društvenih mreža ili druge sadržaje koji nisu relevantni za sudjelovanje u anketi. Uz to, anketama postavljenim na web-stranicu, kao i objavljenim pozivima za regrutiranje članova panela, mogu se odazvati samo njezini posjetitelji, pa je u tom slučaju realni anketni obuhvat još znatno manji od onoga koji bi omogućavala trenutna rasprostranjenost internetskog medija.

Osim o udjelu ciljane populacije koji može biti obuhvaćen određenim istraživačkim postupkom, pogreška pokrivenosti ovisi i o razlikama između onih koji mogu odnosno ne mogu biti obuhvaćeni (Groves, 1989.; Couper, 2000.), kako u pogledu demografskih i socijalnih osobina, tako i prema varijablama koje su predmet određenog istraživanja (npr. zanimanje za politiku, politički stavovi i preferencije, namjere glasanja i slično). A kako su istraživanja pokazala da su korisnici interneta u prosjeku mlađi, obrazovaniji, imaju više prihode i češće su žitelji urbanih sredina nego osobe koje se njime ne služe (npr. Couper 2000.; Dever i sur., 2008.; Taylor, 2000.) te da se njihovi odgovori na pojedina anketna pitanja mogu značajno razlikovati od odgovora zabilježenih na uzorku opće populacije (Flemming i Sonner, 1999., prema Couper, 2000.; Taylor, 2000.), problem pokrivenosti u *online* istraživanjima javnoga mnijenja postaje složeniji nego što je samo problem rasprostranjenosti interneta.

Iako je tek jedan od elemenata mogućeg anketnog obuhvata, dostupnost interneta ipak je temeljno pitanje od kojeg u pravilu polaze analize opravdanosti bilo kojeg *online* istraživanja rezultati kojega se namjeravaju uopćiti na opću populaciju nekog područja. Prema podacima Internet World Statsa (2014.), u prvoj polovici 2014. godine pristup internetu imalo je 88 posto stanovnika sjevernoameričkog kontinenta, 73 posto žitelja Australije i Oceanije i 71 posto stanovnika europskih zemalja; znatno manja rasprostranjenost zabilježena je u Latinskoj Americi (52 posto) i na Srednjem Istoku (48 posto), a najmanja u Aziji (35 posto) i Africi (27 posto). Što se europskih zemalja tiče, podaci Eurostata (2015.) o uporabi interneta pokazuju da se u 2014. godini tim medijem svakodnevno ili gotovo svakodnevno služilo u prosjeku 65 posto osoba u dobi od 16 do 74 godine koje žive u nekoj od 28 zemalja Europske unije, Islandu, Norveškoj ili Švicarskoj; uključujući i svakodnevne korisnike, 78 posto se njime služilo najmanje jedanput u tri mjeseca, a 18 posto ga uopće nije koristilo. Sukladno podacima za pojedine zemlje, na području Europe najviše korisnika interneta imaju Island, Finska, Norveška, Luksemburg i Danska u kojima ga svakodnevno otvara između 85 i 94 posto stanovnika, a uopće se njime ne služi samo 1 do 6 posto osoba obuhvaćenog dobnog raspona. U skupini zemalja EU28 internet je najslabije rasprostranjen u Rumunjskoj, gdje se njime svakodnevno služi 32 posto pripadnika promatranih dobnih skupina, a nikad ga ne koristi njih 39 posto. Prema istom izvoru, Hrvatska i Cipar pripadaju među sedam zemalja Europske unije s najnižim udjelima korisnika internetskog medija: svakodnevno ili gotovo svakodnevno u obje se zemlje internetom služi 56 posto stanovnika u dobi od 16 do 74 godine, najmanje jedanput u tri mjeseca otvara ga njih 65 posto, a uopće ga ne koristi 28 posto osoba obuhvaćenog dobnog raspona. Osim Rumunjske, iza Hrvatske i Cipra samo su još Bugarska, Grčka, Poljska i Portugal sa 46 do 51 posto svakodnevnih korisnika i 28 do 37 posto osoba koje se nikada ne služe internetom.

Podaci istraživačke agencije Ipsos Puls o rasprostranjenosti interneta u Hrvatskoj upućuju na slične zaključke kao i podaci Eurostata. Prema rezultatima provedenih istraživanja, u tijeku 2014. godine pristup internetu imalo je u prosjeku 57 posto hrvatskih kućanstava,⁵ što bi moglo značiti da više od 40 posto punoljetnih stanovnika nije moglo sudjelovati ni u kojoj vrsti *online* ankete.⁶ Nadalje, podaci o demografskim i socijalnim osobinama osoba koje u kućanstvu imaju odnosno nemaju pristup internetu pokazuju da

⁵ Citirani je podatak kumulativni rezultat 12 terenskih istraživanja koje je agencija Ipsos Puls provela u tijeku 2014. godine na probabilistički izabranim uzorcima s ukupnim obuhvatom od 12.000 ispitanika.

⁶ Riječ je o gruboj procjeni jer se neke osobe koje u kućanstvu nemaju pristup internetu možda njime služe na radnom mjestu, fakultetu, internet-caffeu ili drugdje, a s druge strane pojedinci koji u kućanstvu imaju internet ali nisu njegovi korisnici. Iako o tome

se i u Hrvatskoj te dvije skupine značajno razlikuju: oni koji imaju internet u prosjeku su mlađi, obrazovaniji i imaju više prihoda nego dio populacije bez pristupa tom mediju; uz to, osobe s internetom proporcionalno su češće muškoga spola i učestalije se regrutiraju iz redova radno aktivnog stanovništva, studenata i žitelja velikih gradova, dok su u skupini bez pristupa internetu značajno zastupljenije žene, umirovljenici, kućanice i stanovnici najslabije urbaniziranih naselja. Na spomenute razlike dosljedno upućuju rezultati istraživanja agencije Ipsos Puls za dva tromjesečna razdoblja 2014. godine (Tablica 1).⁷

Iako je realno očekivati da se, zbog demografskih i socijalnih razlika, osobe koje imaju i one koje nemaju pristup internetu značajno razlikuju i prema političkim stavovima i opredjeljenjima, rezultati istraživanja za nekoliko ključnih prediktora javnoga mnijenja to samo djelomično potvrđuju. Ni u jednom od analiziranih tromjesečja 2014. godine među skupinama imatelja i neimatelja interneta nisu zabilježene statistički značajne razlike u percepciji smjera u kojemu se razvija opća situacija u zemlji te podršci Vladi i tadašnjem predsjedniku države (Tablica 2), pa stoga, razumljivo, na tim varijablama nisu zabilježene ni razlike među rezultatima za skupinu ispitanika s pristupom internetu i cijelog obuhvaćenog uzorka (Tablica 3). To drugim riječima znači da je, što se pokrivenosti internetskim medijem tiče, u oba analizirana razdoblja istraživanje usmjereno samo na korisnike interneta moglo osigurati jednake rezultate o stavovima spram opće društvene situacije, Vlade i predsjednika države kao i ono na uzorku opće populacije.

U pogledu obuhvaćenih varijabli izbornog ponašanja rezultati za razdoblje travanj-lipanj pokazuju da su osobe s pristupom internetu iskazale nešto veću pripravnost za izlazak na izbore nego skupina ispitanika bez interneta, dok razlike među rezultatima za tromjesečje listopad-prosinac nisu statistički značajne. Razmjerno najveće razlike ipak su zabilježene u svezi s izborom stranke za koju bi, u trenutku istraživanja, ispitanici glasovali na parlamentarnim izborima: iako je poredak tada vodećih stranaka ostao jednak, u oba analizirana tromjesečja imatelji interneta učestalije su birali ORAH, a rjeđe HDZ nego ispitanici bez pristupa tome mediju, a u razdoblju travanj-lipanj češće su navodili Hrvatske laburiste kao svoj glasački izbor. Spomenute razlike za varijable izbornog ponašanja odrazile su se i na preciznost istraživačkih procjena koje bi se, ne računajući ostale moguće izvore pristranosti, mogle zabilježiti istraživanjem na uzorku imatelja interneta u odnosu prema rezultatima za uzorak ukupne punoljetne populacije. Tako bi u oba analizirana razdoblja u uzorku osoba s pristupom internetu bila donekle precijenjena izborna pozicija

nema preciznih podataka, pretpostavljam da se utjecaj tih skupina na procjenu pokrivenosti stanovništva internetom barem djelomice poništava.

⁷ Da bi se za svaku analiziranu kategoriju osigurao dostatan broj ispitanika rezultati su iskazani kumulativno za tri uzastopna mjeseca, a radi pouzdanijeg zaključivanja, u tablicama su prikazani rezultati za dva tromjesečna razdoblja 2014. godine.

ORAH-a, te donele podcijenjen mogući rezultat HDZ-a, a u razdoblju travanj-lipanj još bi donekle bili precijenjeni izborni odziv i pozicija stranke Hrvatskih laburista.

Iako su, prema rezultatima analiziranih istraživanja, razlike u političkim stavovima i preferencijama između osoba koje imaju i onih koje nemaju pristup internetu u cjelini manje od očekivanih, to ipak ne znači da se u nekoj drugoj društvenoj i političkoj situaciji – kad bi javna percepcija općeg stanja u zemlji i mišljenje o političkim akterima bili bolje diferencirani i u većoj mjeri povezani s demografskim i socijalnim čimbenicima – na istoj razini rasprostranjenosti interneta ne bi mogli očekivati i bitno drukčiji rezultati. Pritom je važno naglasiti da su i u analiziranim razdobljima u skupinama ispitanika s pristupom internetu ipak najmanje točne istraživačke procjene izbornih rezultata od kojih se istodobno očekuje najveća preciznost i prema kojima se najčešće ocjenjuje ukupna valjanost (predizbornih) istraživanja javnoga mnijenja. Stoga bi na razini rasprostranjenosti internetskog medija kakva je zabilježena 2014. godine u Hrvatskoj, već i s aspekta mogućeg anketnog obuhvata, istraživanja javnoga mnijenja na uzorcima korisnika interneta ipak još bila previše rizična da bi postala pouzdanom alternativom terenskim i ostalim anketnim postupcima koji se provode na uzorcima opće populacije.

Svjesni nužnog opreza pri uopćavanju rezultata s uzorka korisnika interneta na opću populaciju, u slučaju nedostatne rasprostranjenosti internetskog medija istraživači obično pribjegavaju različitim postupcima ponderiranja (*weighting*) originalno prikupljenih podataka kojima nastoje strukturu realiziranih uzoraka, prema dostupnim kontrolnim varijablama, približiti strukturi ciljane populacije. Osim uobičajene poststratifikacije podataka i ekstenzivnije metode kalibracijskog ponderiranja (*calibration weighting*),⁸ u tu se svrhu u *online* istraživanjima učestalo koristi postupak, u američkoj literaturi nazvan *propensity score adjustment (weighting, matching)*, koji se temelji na procijenjenoj vjerojatnosti da neki ispitanik prema više svojih osobina (sociodemografskim varijablama, stavovima, ponašanju) pripada *online* uzorku ili pak uzorku opće populacije.⁹ Prema navodima u literaturi (Berrens i sur., 2003.; Galešić, 2005.) posljednji od spomenutih postupaka korigiranja rezultata pokazao se uspješnim čak i u predizbornim istraživanjima javnoga mnijenja provedenima na neprobabilističkim uzorcima korisnika interneta.

⁸ Vidjeti: Kott (2006.), Sarndal (2007.), Skinner (1999.).

⁹ O tome više u radovima: Baker i sur. (2010.), Dever i sur. (2008.), Duffy i sur. (2005.), Lee (2006.), Rosenbaum i Rubin (1984.).

Tablica 1

Demografske i socijalne osobine imatelja i neimatelja interneta (rezultati za punoljetno stanovništvo Hrvatske)

	Travanj-lipanj 2014.		Listopad-prosinac 2014.	
	Ima internet	Nema internet	Ima internet	Nema internet
Spol				
Muški	50,7	43,4	49,7	44,7
Ženski	49,3	56,6	50,3	55,3
<i>Hi-kvadrat</i>	5,431 $p \leq 0,01$		7,326 $p \leq 0,01$	
Dob				
Do 30 godina	26,5	8,6	25,9	9,3
31 do 45	33,0	14,5	31,4	16,3
46 do 60	28,6	25,1	28,9	23,9
Više od 60	11,9	51,8	13,8	50,5
<i>Hi-kvadrat</i>	615,259 $p \leq 0,01$		501,576 $p \leq 0,01$	
Školska sprema				
Osnovna	14,2	44,5	15,1	43,5
Srednja	62,3	45,6	61,0	47,3
Viša, fakultet	23,5	9,9	23,9	9,2
<i>Hi-kvadrat</i>	349,649 $p \leq 0,01$		67,038 $p \leq 0,01$	
Radna aktivnost				
Radno aktivan	54,8	25,5	53,2	26,7
U procesu školovanja	13,9	2,6	12,5	4,3
Kućanica	3,3	12,9	5,6	8,5
Umirovljenik	13,4	42,4	13,4	43,5
Nezaposlen	13,8	15,8	14,6	15,7
Nepoznato	0,8	0,8	0,7	1,3
<i>Hi-kvadrat</i>	567,747 $p \leq 0,01$		414,594 $p \leq 0,01$	
Prihodi kućanstva				
Do 3000 kuna	6,0	35,6	5,4	33,8
3000 do 6000 kuna	18,5	26,3	19,2	24,6
6000 do 9000 kuna	19,9	9,9	22,2	11,9
Više od 9000 kuna	22,9	4,9	26,0	4,0
Bez odgovora	32,7	23,3	27,2	25,7
<i>Hi-kvadrat</i>	571,581 $p \leq 0,01$		588,496 $p \leq 0,01$	
Veličina naselja				
Do 2000 stanovnika	32,5	48,2	34,6	45,8
2000 do 10.000 st.	17,3	14,3	17,1	14,6
10.000 do 100.000 st.	19,5	19,0	17,8	20,9
Više od 100.000 st.	30,7	18,5	30,5	18,7
<i>Hi-kvadrat</i>	91,258 $p \leq 0,01$		68,332 $p \leq 0,01$	
Broj ispitanika	1633	1271	1659	1255

Izvor: Ipsos Puls

Tablica 2

Pokazatelji političkih stavova i izbornog ponašanja u skupinama imatelja i neimatelja interneta (rezultati za punoljetno stanovništvo Hrvatske)

	Travanj-lipanj 2014.		Listopad-prosinac 2014.	
	Ima internet	Nema internet	Ima internet	Nema internet
U kojem se smjeru kreće Hrvatska?				
Dobrom	14,0	11,9	11,8	11,5
Pogrešnom	79,9	80,9	83,6	82,8
Ne zna	6,1	7,2	4,6	5,7
<i>Hi-kvadrat</i>	3,72 $p > 0,05$		2,25 $p > 0,05$	
Podrška Vladi na čelu sa Z. Milanovićem				
Uglavnom podržava	17,8	15,7	18,2	18,5
Uglavnom ne podržava	75,9	76,2	77,6	75,3
Ne zna	6,3	8,1	4,2	6,2
<i>Hi-kvadrat</i>	4,907 $p > 0,05$		5,75 $p > 0,05$	
Podrška predsjedniku RH I. Josipoviću				
Uglavnom podržava	59,6	60,0	52,5	51,4
Uglavnom ne podržava	32,0	32,3	41,4	40,6
Ne zna	8,4	7,7	6,1	8,0
<i>Hi-kvadrat</i>	0,56 $p > 0,05$		3,978 $p > 0,05$	
Namjera izlaska na izbore za Sabor RH				
Sigurno da	39,2	34,9	40,5	41,7
Vjerojatno da	30,0	27,9	30,2	28,9
Vjerojatno ne	9,9	7,5	12,1	10,1
Sigurno ne	17,7	25,7	14,2	15,1
Ne zna	3,2	4,0	3,0	4,2
<i>Hi-kvadrat</i>	31,983 $p \leq 0,01$		6,51 $p > 0,05$	
Namjera glasovanja za stranke				
HDZ	14,9	17,0	16,6	24,4
Hrvatski laburisti	6,6	2,8	2,3	1,6
ORAH	11,2	5,8	19,8	8,4
SDP	12,7	13,5	14,3	13,9
Ostale stranke	14,6	13,3	20,4	20,9
Ne zna	19,1	17,9	9,4	11,5
Ne bi glasovao	20,9	29,7	17,2	19,3
<i>Hi-kvadrat</i>	70,503 $p \leq 0,01$		90,72 $p \leq 0,01$	
Broj ispitanika	1633	1271	1679	1255

Izvor: Ipsos Puls

Tablica 3

Pokazatelji političkih stavova i izbornog ponašanja u skupini imatelja interneta i uzorcima opće populacije (rezultati za punoljetno stanovništvo Hrvatske)

	Travanj-lipanj 2014.		Listopad-prosinac 2014.	
	Ima internet	Cijeli uzorak	Ima internet	Cijeli uzorak
U kojem se smjeru kreće Hrvatska?				
Dobrom	14,0	13,1	11,8	11,7
Pogrešnom	79,9	80,4	83,6	83,2
Ne zna	6,1	6,5	4,6	5,1
<i>Hi-kvadrat</i>	0,985 $p > 0,05$		0,729 $p > 0,05$	
Podrška Vladi na čelu sa Z. Milanovićem				
Uglavnom podržava	17,8	16,8	18,2	18,3
Uglavnom ne podržava	75,9	76,0	77,6	76,6
Ne zna	6,3	7,2	4,2	5,1
<i>Hi-kvadrat</i>	1,322 $p > 0,05$		0,806 $p > 0,05$	
Podrška predsjedniku RH I. Josipoviću				
Uglavnom podržava	59,6	59,8	52,5	52,0
Uglavnom ne podržava	32,0	32,2	41,4	41,0
Ne zna	8,4	8,0	6,1	7,0
<i>Hi-kvadrat</i>	0,155 $p > 0,05$		1,047 $p > 0,05$	
Namjera izlaska na izbore za Sabor RH				
Sigurno da	39,2	37,3	40,5	40,9
Vjerojatno da	30,0	29,1	30,2	29,6
Vjerojatno ne	9,9	8,8	12,1	11,3
Sigurno ne	17,7	21,2	14,2	14,7
Ne zna	3,2	3,6	3,0	3,5
<i>Hi-kvadrat</i>	9,278 $p \leq 0,05$		1,751 $p > 0,05$	
Namjera glasovanja za stranke				
HDZ	14,9	15,8	16,6	20,0
Hrvatski laburisti	6,6	4,9	2,3	2,0
ORAH	11,2	8,9	19,8	14,2
SDP	12,7	13,0	14,3	14,2
Ostale stranke	14,6	14,0	20,4	20,6
Ne zna	19,1	18,6	9,4	10,2
Ne bi glasovao	20,9	24,8	17,2	18,1
<i>Hi-kvadrat</i>	18,854 $p \leq 0,01$		23,443 $p \leq 0,01$	
Broj ispitanika	1633	2904	1659	2914

Izvor: Ipsos Puls

Osим različitih postupaka ponderiranja rezultata, u literaturi su opisani i neki drugi pokušaji smanjivanja pogreške pokrivenosti u istraživanjima provedenima putem interneta. Tako neki autori (npr. Dillman, 2000., prema Fricker i Schonlau, 2002.; Rookey i sur., 2008.) predlažu kombinaciju *online* ankete i neke od tradicionalnih anketnih tehnika kojom je moguće obuhvatiti i dio populacije bez pristupa internetu. Iako već prilično uobičajen (ESOMAR/WAPOR, 2014.), takav pristup ipak otvara pitanje mogućih razlika u odgovorima koji se primjenom istog anketnog upitnika mogu zabilježiti različitim tehnikama prikupljanja podataka, čak i kad su formalno slične poput elektroničkih i klasičnih anketa putem pošte. Uz to, zbog potrebe da se dio podataka prikupi putem pošte ili telefona, upitnom može postati i znatnija ušteda vremena i troškova (osobito u zemljama s niskim udjelom korisnika interneta) kao glavnih očekivanih prednosti *online* anketa.

Uzorkovanje

Dok je pokrivenost internetom u nekim zemljama već gotovo beznačajan metodološki problem, a može se očekivati i da će s daljnjim povećanjem rasprostranjenosti tog medija i s porastom informatičke pismenosti stanovništva i u ostalim sredinama sve više gubiti na važnosti, konstrukcija optimalnog uzorka ciljane populacije i dalje je otvoreno pitanje svih *online* istraživanja javnoga mnijenja. Glavni je razlog pomanjkanje podataka koji bi mogli poslužiti kao okvir za izbor reprezentativnih uzoraka ukupne punoljetne populacije određenoga područja te nemogućnost njihovog slučajnog generiranja, sličnog uobičajenoj praksi uzorkovanja u provedbi telefonskih anketa.

Iako su pri izboru uzoraka internetskih istraživanja mogući različiti pristupi, od kojih je većina opisana u prethodnom dijelu teksta, u istraživanjima javnoga mnijenja najčešće se primjenjuju uzorci izabrani iz prethodno konstituiranih panela potencijalnih ispitanika (Baker i sur., 2010.; Binswanger i sur., 2013.; ESOMAR/WAPOR, 2014.). Kao što je već spomenuto, način regrutiranja članova panela može biti neprobabilistički, iz redova korisnika interneta koji se dobrovoljno prijavljuju za sudjelovanje, kao probabilistički izbor korisnika interneta ili kao izbor članova opće populacije izabranih s popisa adresa ili slučajno generiranih telefonskih brojeva.

U metodološkom smislu, u istraživanjima javnoga mnijenja prednost je svakako na strani probabilistički izabranog panela opće populacije kojim je moguće postići zadovoljavajuću podudarnost osnovnoga skupa (*frame population*) i glasačkoga tijela te praktički za svakog člana ciljane populacije osigurati ne-nultu i poznatu vjerojatnost izbora. Iako su u početnim razdobljima razvoja probabilističkih panela potencijalni članovi redovito kontaktirani putem telefona, zbog sve manje pokrivenosti kućanstava fiksnim telefonskim priključkom neke su istraživačke institucije takav način izbora

zamijenile regrutiranjem prema popisu kućnih adresa. Tako, na primjer, američka istraživačka agencija Knowledge Networks – GfK, specijalizirana za *online* ankete, od 2009. godine izabire članove panela prema službenom popisu adresa kojima raspoložu odgovarajuće državne institucije, a koji pokriva oko 97 posto svih američkih kućanstava (GfK, 2013.). S popisa adresa slučajno se odabiru kućanstva a potom i članovi, kojima se poštom šalju pozivi za sudjelovanje u panelu. Osobe koje nemaju kompjutor i/ili pristup internetu, a voljne su sudjelovati, opskrbljuje se potrebnom informatičkom opremom i priključkom na internet te ih se osposobljava za sudjelovanje u *online* anketi. Prema opisanom postupku, agencija Knowledge Networks konstituirala je panel od 55.000 osoba starijih od 18 godina iz kojega probabilističkim postupcima izabire uzorke za pojedino istraživanje.¹⁰ Prema navodima agencije (DiSogra i sur., 2011.; GfK, 2013.), odziv na ankete koje se provode na tako izabranim uzorcima u prosjeku je 65 posto,¹¹ s manjim varijacijama ovisno o temi istraživanja, dužini upitnika ili nekim drugim relevantnim čimbenicima. Sudjelovanje u istraživanjima nagrađuje se manjim novčanim iznosima, nagradnim bodovima, uključivanjem u nagradne igre, besplatnim pristupom internetu ili nekim drugim oblicima materijalnih poticaja.

Za razliku od opisanog, konstituiranje neprobabilističkog panela puno je jednostavnije, iziskuje manje vremena i troškova i omogućava okupljanje neusporedivo većeg broja članova koji se, u američkim uvjetima, ne broje u tisućama nego u milijunima (npr. agencija Harris Interactive raspolože panelom od približno 7 milijuna osoba). Regrutiranje članova uobičajeno se provodi na odgovarajućim web-stranicama na kojima se objavljuju apeli za učlanjenje, a u nekim se slučajevima upućuju pozivi na e-mail adrese kojima raspoložu komercijalne tvrtke ili opskrbljivači informatičkom opremom (Yeager i sur., 2011.) pa i putem „obične“ pošte na kućne adrese dobivene iz istih izvora (Baker i sur., 2010.; Peifer i Garrett, 2014.). Osobe koje su voljne postati članovima panela moraju o sebi dati standardne sociodemografske podatke, a ovisno o zahtjevu pojedinih agencija, i neke druge vrste informacija.¹² Potom im se dodjeljuju lozinke kojima se kontrolira ulaz u buduće ankete, omogućen samo registriranim članovima, te sprečava višestruko sudjelovanje, a za odazivanje anketama i u toj se prilici redovito nudi neka vrsta nagrade. Iako se iz tako kreiranih panela obično biraju

¹⁰ Detaljniji opis postupaka regrutiranja probabilističkih i neprobabilističkih panela (na primjerima agencija Knowledge Networks i Harris Interactive) te izbora uzoraka za pojedina istraživanja prikazan je u radu Chang i Krosnick (2009.).

¹¹ Taj se podatak odnosi samo na odziv pojedinim anketama provedenima na uzorku već regrutiranih članova panela koji su načelno potvrdili sudjelovanje.

¹² Isto kao u bilješci 10.

probabilistički uzorci,¹³ s poznatom vjerojatnošću izbora pojedinog člana, cijeli je postupak uzorkovanja neprobabilistički jer je nepoznata vjerojatnost izbora ispitanika u sastav panela. U slučaju istraživanja javnoga mnijenja, dodatni su nedostaci ograničavanje uzoraka na korisnike interneta te niska stopa odazivanja anketama, koja prema nekim navodima (Baker i sur., 2010.; GfK, 2013.) ne prelazi desetak do petnaestak posto.¹⁴ Da bi se korigirale pristranosti tako konstruiranih *online* uzoraka, neke su istraživačke agencije (npr. Harris Interactive) razvile vrlo složene postupke ponderiranja podataka zahvaljujući kojima u nekim situacijama postižu vrlo precizne izborne prognoze,¹⁵ usprkos teorijski opravdanom stajalištu da je na temelju uzorka koji je izabran iz skupine dobrovoljaca upitna učinkovitost bilo kojeg postupka ponderiranja (Couper, 2000.), pa stoga i opravdanost uopćavanja rezultata, čak i na populaciju korisnika interneta. To što se i anketama na neprobabilističkim uzorcima iz reduciranog osnovnog skupa i s visokim stopama autoselekcije ispitanika ponekad može postići zadovoljavajuća valjanost rezultata znak je da čimbenici koji su utjecali na uključivanje ili neuključivanje određenog člana populacije u uzorak nisu bili u značajnoj korelaciji s ključnim varijablama istraživanja ili da su razlike uspješno uklonjene različitim postupcima primijenjenima prije (stratificirani ili kvotni izbor ispitanika) i/ili poslije (ponderiranje) prikupljanja podataka (Yeager i sur., 2011.).

Iako su u znanstvenoj i stručnoj javnosti najčešće osporavane (npr. Baker i sur., 2010.; Couper, 2000.; DiSogra i sur., 2011.; Lee, 2006.; Pasek i Krosnick, 2010.), *online* ankete na uzorcima dobrovoljaca zbog vrlo su učestale uporabe privukle veliku pozornost istraživača te su tako nastale brojne studije u kojima se njihovi rezultati uspoređuju s odgovarajućim rezultatima dobivenima na probabilističkim uzorcima. Usporedbe s rezultatima probabilistički utemeljenih telefonskih i usmenih terenskih anketa u velikom su dijelu otkrile statistički značajne razlike u distribuciji demografskih osobina i odgovora na ključna anketna pitanja (Yeager i sur., 2011.), a u nekim slučajevima ukazale i na manju valjanost rezultata o zainteresiranosti za politiku, informiranosti o političkim temama, registriranosti birača, namjeri izlaska na izbore i glasačkom opredjeljenju (npr.

¹³ Riječ je o uobičajenom iako ne i jedinom mogućem postupku izbora uzorka iz neprobabilističkih panela. Tako Peifer i Garrett (2014.) navode da se američka istraživačka agencija YouGov prilikom izbora uzorka iz panela dobrovoljaca služi podacima popisa stanovništva (riječ je vjerojatno o nekoj vrsti kvotnog izbora), a temeljem tih podataka konstruira i pondere za postizanje reprezentativnosti uzoraka.

¹⁴ Isto kao u bilješci 11.

¹⁵ Primjer su predizborna istraživanja agencije Harris Interactive koja je u više izbornih situacija (izbori za Senat 1998. te predsjednički izbori 2000. i 2008. godine) uporabom neprobabilističkog panela vrlo precizno procijenila izborne rezultate (Berrens i sur., 2003.; Baker i sur., 2010.; Galešić, 2005.).

Barrens, 2003.; Chang i Krosnick, 2009.; Sanders i sur., 2007.). No kako je riječ o bitno različitim anketnim tehnikama (samoizvještavanje, odnosno usmeno izjašnjavanje pod vodstvom anketara), pa zabilježene razlike ne moraju biti samo posljedica različitog postupka izbora ispitanika, indikativnijim se čine rezultati opsežne studije Yeagera i suradnika (2011.) u kojoj su rezultati internetskih anketa provedenih primjenom istog upitnika na uzorcima probabilističkih i neprobabilističkih panela uspoređeni s probabilistički utemeljenom telefonskom anketom, kao kriterijem za ocjenu njihove valjanosti. Rezultati pokazuju da su, u usporedbi s rezultatima telefonskih anketa, *online* istraživanja na probabilističkim uzorcima bila dosljedno točnija nego na neprobabilističkim, čak i nakon poststratifikacije rezultata prema demografskim varijablama. Rezultati neprobabilističkih anketa više su varirali po točnosti, kako unutar iste ankete tako i na istim pitanjima različitih anketa, a ponderiranje rezultata je u nekim slučajevima povećalo dok je u drugima smanjilo njihovu točnost.

Razumije se da bi najbolji test valjanosti internetskih anketa utemeljenih na probabilističkom i neprobabilističkom izboru ispitanika mogla biti predizborna istraživanja javnoga mnijenja. S tim u svezi iskustva su vrlo različita: u nekim slučajevima neprobabilističke internetske ankete pokazale su se jednako preciznima kao i probabilističke, u nekima su bile čak preciznije, a u nekima manje precizne nego istraživanja na probabilistički izabranim uzorcima (Baker i sur., 2010.; Yeager i sur., 2011.). No kako procjene izbornih rezultata ne ovise samo o načinu izbora uzorka već i o drugim istraživačkim odlukama – kao što su kriterij za identificiranje vjerojatnih glasača, način raspodjele odgovora neizjašnjenih ispitanika, formulacija i smještaj pitanja o namjeri glasovanja, odabrani postupak ponderiranja rezultata i slično – teško je procijeniti koliko su za veću ili manju preciznost rezultata odgovorne samo karakteristike izabranog uzorka (Baker i sur., 2010.; Yeager i sur., 2011.) a koliko i drugi elementi operacionalizacije istraživanja. Na to bi pitanje moglo odgovoriti samo eksperimentalno istraživanje u kojemu bi, osim načina izbora ispitanika, svi ostali elementi planiranja i provedbe ankete bili potpuno izjednačeni.

Iako se u pomanjkanju drugih podataka koji bi mogli poslužiti kao okvir za izbor uzoraka probabilistički paneli opće populacije zasad drže najboljim rješenjem za internetska ispitivanja javnoga mnijenja i ostala istraživanja s istom razinom uopćavanja rezultata, oni ipak imaju i određenih nedostataka. Osim što je takav postupak vrlo složen i previše skup za širu primjenu, on krije i uobičajene nedostatke panel-istraživanja u praćenju dugotrajnijih trendova javnoga mnijenja. Riječ je ponajprije o teškoćama u bilježenju stvarnih promjena u statusu javnoga mnijenja nastalih zbog moguće tendencije za iskazivanjem dosljednosti u odgovorima (lažna stabilnost) ili, suprotno tome, moguće sklonosti nekih ispitanika da u uzastopnom anketiranju očituju različito mišljenje o istom

pitanju, iako ga zapravo nisu promijenili (lažna promjena). Dio takvih problema, kao i onih koji nastaju zbog neminovnog osipanja panela i mogućeg „zamora“ ispitanika (što bi rezultiralo većom učestalošću mehaničkih odgovora i općenito slabijom kvalitetom prikupljene anketne građe), moguće je barem djelomice riješiti stalnim obnavljanjem članstva i regrutiranjem velikih panela koji bi, u dužem razdoblju, omogućivali fleksibilni izbor ispitanika za pojedinačna istraživanja. Uz spomenute slabosti, u vrednovanju panel-uzoraka kao prikladnog izbora za istraživanja javnoga mnijenja valja svakako imati na umu i moguć nepovoljan utjecaj nagrađivanja ispitanika na kvalitetu i vjerodostojnost njihovih odgovora. Iako su brojne studije pokazale da se, načelno, pod utjecajem nagrađivanja u nekoj mjeri povećava anketni odziv (npr. Petrolia i Bhattacharjee, 2009.; Teisl i sur., 2007.; Willimack i sur., 1995.) – a to bi se u ovom slučaju moglo podjednako odnositi na odazivanje pozivu za uclanjenje u panel, ostanak u panelu i odziv pojedinačnim anketama – istodobno se pokazalo da različiti materijalni poticaji mogu motivirati za sudjelovanje i nedostavno upućene ili nezainteresirane osobe, pa tako povećati vjerojatnost izražavanja pseudomnijenja te neizjašnjavanje ili izostanak odgovora na pojedina anketna pitanja. Uz to, nagrađivanje sudjelovanja može neke ispitanike poticati na brze i nedostavno promišljene odgovore (Malhotra, 2008.) jer primarni cilj ne mora biti vjerodostojno očitovanje mišljenja nego osvajanje predviđene nagrade.

Odgovarajuće strukovne organizacije, poput Američkog udruženja istraživača javnoga mnijenja (AAPOR), prepoznale su probabilistički panel opće populacije kao zadovoljavajuće valjan i pouzdan istraživački pristup ali ne i kao „zrelu“ istraživačku metodu, već kao prvu stepenicu u razvoju *online* anketa (Baker i sur., 2010.). Dok se ne steknu uvjeti za prikladnije uzorkovanje opće populacije, internetska istraživanja javnoga mnijenja na toj će razini vjerojatno i ostati.

Odazivanje

Bez obzira na tehniku prikupljanja podataka, odazivanje anketi jedan je od najvećih metodoloških problema svih anketnih istraživanja jer razlike između onih koji se anketi odazivaju i onih koji se ne odazivaju mogu unijeti velike pristranosti u procjene populacijskih parametara (npr. Groves i Couper, 1998.; Smith, 2002.; Heerwegh, 2005.).¹⁶ U istraživanjima putem interneta taj je problem još izrazitiji nego u primjeni

¹⁶ Valja spomenuti da se pod pojmom neodazivanja u literaturi (npr. Baker i sur., 2010.; Galešić, 2005.; Heerwegh, 2005.) katkada razlikuju dvije vrste – jedinično (*unit*), koje se odnosi na izostanak svih informacija o pojedinom ispitaniku (nedostupnost, odbijanje) i čestično (*item*), koje označava izostanak odgovora na pojedina anketna pitanja. U sklopu ovog odjeljka razmatra se samo problem jediničnog neodazivanja, a o čestičnom neodzivu bit će riječi u odjeljku o kvaliteti odgovora u internetskim anketama.

klasičnih anketnih tehnika, kako zbog općenito niskih stopa odazivanja, tako i zbog složenosti istraživačkoga postupka.

Većina podataka navedenih u literaturi pokazuje da, u usporedbi s klasičnim anketnim pristupima, internetska istraživanja bilježe lošiju ili u najboljem slučaju jednaku stopu odazivanja (Fricker i Schonlau, 2002.). Osim što je riječ o postupku koji ne uključuje sudjelovanje anketara, a takve tehnike u pravilu bilježe niže proporcije odazivanja nego telefonske i usmene terenske ankete (npr. Chang i Krosnick, 2009.; Couper i sur., 2001.; de Leeuw, 1992., prema Fricker i Schonlau, 2002.), anketiranje putem weba i e-maila ostvaruje još manji odziv nego ankete putem „obične“ pošte (npr. Couper i sur., 1999.; Messer i Dillman, 2011.; Tse, 1998.). U opsežnoj meta-analizi zasnovanoj na 45 eksperimentalnih usporedbi internetskih i ostalih anketnih tehnika Lozar Manfreda i suradnici (2008.) su utvrdili da su web-ankete imale u prosjeku 11 posto nižu stopu odazivanja nego ostali modaliteti prikupljanja podataka, ali ujedno upozoravaju da je razlika u odzivu značajno varirala ovisno o načinu izbora uzorka (bila je manja u slučaju panel-uzorkovanja nego pri jednokratnom izboru uzorka), vrsti inicijalnog kontakta (razlika je bila veća u regrutiranju putem pošte nego putem e-maila) i broja kontakata s potencijalnim ispitanicima. Iako, prema navodima nekih autora (de Heer, 2002.; Smith, 2002.; Heerwegh, 2005.), među istraživačima prevladava uvjerenje da se stopa odazivanja internetskim anketama s vremenom smanjuje, a objavljeni su i radovi koji to potkrepljuju pregledom odgovarajućih podataka (npr. Sheehan, 2001., prema Heerwegh, 2005.),¹⁷ čini se da za takvu tvrdnju ipak nema dostatno konzistentnih empirijskih dokaza (de Heer, 2002.; Smith, 2002.). Kako razmjeri neodazivanja u velikoj mjeri ovise o operacionalizaciji i provedbi istraživanja, podaci o odzivu previše variraju od slučaja do slučaja da bi ukazivali na pouzdanije utvrđene trendove, ponajprije one u vremenskome slijedu (Heerwegh, 2005.), a na neki način dovode u pitanje i usporedbe s drugim anketnim tehnikama (Lozar Manfreda i sur., 2008.).

U anketama na panel-uzorcima, koje se najčešće primjenjuju u istraživanjima javnoga mnijenja, problem neodazivanja pojavljuje se na više razina. Iako donekle ovisi o postupku regrutiranja članova i načinu izbora uzoraka za pojedina istraživanja, ukupno neodazivanje u pravilu se odvija u nekoliko glavnih faza: pri uspostavi inicijalnog kontakta (putem pošte ili telefona u probabilističkim panelima te najčešće putem apela na web-stranici

¹⁷ Neki autori drže da su razlozi smanjivanja odziva povezani sa sve učestalijom provedbom elektroničkih anketa i sve većom rasprostranjenosti interneta – prema takvom tumačenju, u početnim fazama primjene internetske su ankete percipirane kao novost i stoga su pobuđivale veće zanimanje potencijalnih ispitanika (Lozar Manfreda, 2001., prema Heerwegh, 2005.), a njihovom je boljem prihvaćanju, u ranim fazama uporabe interneta, mogla pridonijeti i svojevrsna solidarnost među korisnicima (Vehovar i sur., prema Heerwegh, 2005.) toga, tada još prilično ekskluzivnoga medija.

u neporobabilističkim pristupima), pridruživanja članstvu panela, uključivanja u anketni uzorak i sudjelovanja u anketi, a neodazivanjem se mogu smatrati i prekidi suradnje u panelu koji dovode do osipanja njegova članstva i potrebe za regrutiranjem novih potencijalnih ispitanika. Uz to, u nekim dijelovima ukupnog procesa uzorkovanja neodazivanje je moguće i na nekoliko dodatnih razina: na primjer, u sklopu uključivanja u članstvo panela moguće je izostanak načelnog pristanka, a nakon iskazane namjere sudjelovanja, i neodazivanje na regrutirajući upitnik s demografskim i ostalim relevantnim podacima; u fazi anketiranja odgovor može u potpunosti izostati ili pak sudjelovanje u anketi može biti prekinuto u tijeku popunjavanja upitnika. Uzevši sve u obzir, realno je očekivati da će u internetskim anketama zasnovanim na panel-uzorcima ukupni odziv biti razmjerno malen te da sve faze neodazivanja kriju opasnost od svojevrsnih pristranosti koje bi, u većoj ili manjoj mjeri, mogle utjecati na valjanost istraživačkih rezultata. Hoogendoorn i Daalman (2009.) su u različitim fazama probabilističkog panel-uzorkovanja zabilježili različite proporcije neodazivanja povezanog s dobi, prihodima i nekim drugim demografskim varijablama, pa iako učinci takve autoselekcije na procjene istraživanih populacijskih parametara nisu razjašnjeni (Baker i sur., 2010.), logično je pretpostaviti da ovisi o povezanosti neodazivanja i varijabli koje su predmet mjerenja te da se stoga mogu značajno razlikovati od istraživanja do istraživanja.

Na svim razinama ukupnog procesa uzorkovanja neodazivanje može biti posljedicom nedostupnosti potencijalnog ispitanika (trenutačna odsutnost, spriječenost), odbijanja suradnje i tehničkih poteškoća u prijemu poruke ili slanju odgovora (svrstavanje e-maila u neželjenu poštu, nemogućnost spajanja na poveznicu, kvarovi na uređajima i slično). Iako je odbijanje suradnje, kao rezultat procesa odlučivanja o sudjelovanju ili nesudjelovanju u panelu ili pojedinačnoj anketi, jedan od glavnih izvora potencijalnih pristranosti, na nedostatnu valjanost istraživačkih rezultata mogu donekle utjecati i ostale komponente neodazivanja koje su tek djelomice ili uopće nisu pod mogućom kontrolom i utjecajem istraživača. Polazeći od konceptualnog okvira Grovesa i Coupera (1998.), namijenjenog objašnjenju anketne suradnje u istraživanjima licem-u-lice, Lozar Manfreda (2001., prema Heerwegh, 2005.), Vehovar i suradnici (2002.) te Heerwegh (2005.) razrađuju međusobno kompatibilne modele odazivanja web-anketama u kojima razlikuju skupine čimbenika koje istraživači mogu odnosno ne mogu kontrolirati. Sukladno tim modelima izvan su mogućeg utjecaja čimbenici poput društvenog okruženja (na primjer, socioekonomske i kulturne determinante, zasićenost anketama, zlouporabe web-anketa i slično), tehnoloških uvjeta (kompjutorska/komunikacijska infrastruktura, troškovi pristupa internetu) i osobina potencijalnog ispitanika (sociodemografske i psihologijske karakteristike, relevantna tehnološka osposobljenost). S druge su strane čimbenici dizajniranja istraživanja (tema ankete, anketni upitnik, interakcija istraživača i

ispitanika, nagrađivanje i slično) koji su uglavnom pod kontrolom istraživača, pa stoga u dobro planiranim i vođenim istraživanjima ne bi trebali značajnije utjecati na ostvarenu anketnu participaciju. No kako je na anketni odziv u velikom dijelu ipak nemoguće utjecati, u rješavanju tog problema u *online* anketama, kao i u slučaju ostalih anketnih tehnika, naponi istraživača usmjereni su uglavnom na pronalaženje učinkovitih sustava ponderiranja podataka kojima bi posljedice tog važnog potencijalnog izvora pristranosti sveli na što je moguće manju mjeru.

Kao i nepotpun anketni obuhvat, i učinke spontane selekcije uzorka istraživači ponekad pokušavaju umanjiti kombiniranjem internetom posredovane i neke od tradicionalnih anketnih tehnika, najčešće primjenom web-ankete i one putem „obične“ pošte (rjeđe putem telefona). Pritom je komunikacija posredstvom pošte ili telefona moguća kao poziv za suradnju prilikom inicijalnog kontakta i/ili nakon distribuiranja web-ankete (uzastopna primjena), odnosno, u fazi prikupljanja anketnih podataka, kao alternativan izbor koji omogućuje ispitaniku da se, sukladno svojim sklonostima, odluči za jedan od ponuđenih načina anketiranja (istodobna primjena). I dok, prema navodima u literaturi, uzastopna primjena povećava proporciju odazivanja (Dillman i sur., 2009., prema Baker i sur., 2010.; Millar i Dillman, 2011.), osobito ako slijedi iza anketnog upitnika proslijeđenog putem weba (Messer i Dillman, 2011.), u svezi s istodobnom primjenom iskustva nisu sasvim dosljedna. Tako i u ovom slučaju neke studije izvještavaju o značajno većem anketnom odzivu (npr. Kroth i sur., 2009.; Schenker i Gentleman, 2005., prema Medway i Fulton, 2011.), dok je u drugim istraživanjima zabilježeni odziv bio podjednak (Millar i Dillman, 2011.) ili manji nego u samostalnoj primjeni web ankete (Medway i Fulton, 2012.). Na osnovi meta-analize 19 eksperimentalnih studija autorice Medway i Fulton (2012.) utvrdile su da je ponuđenim izborom između mogućnosti anketiranja putem pošte ili interneta anketni odziv smanjen, a prema njihovoj pretpostavci, mogući je razlog tome složeniji proces odlučivanja nego u slučaju primjene samo jedne anketne tehnike.

Kvaliteta odgovora

Pitanje kvalitete odgovora usko je povezano s pojmom pogreške mjerenja odnosno, sukladno najopćenitijoj definiciji, odstupanjem odgovora ispitanika od stvarnih vrijednosti koje su predmet mjerenja. U slučaju anketiranja putem interneta pogreška mjerenja u nekom dijelu podrazumijeva slične uzroke kao i ostale tehnike zasnovane na samoizvještavanju (to se uglavnom odnosi na karakteristike mjernog instrumenta i reakcije ispitanika) ali može biti povezana i sa specifičnim razlozima, svojstvenima komunikaciji posredovanoj kompjutorom. Tehnički uvjetovani problemi najčešće proizlaze iz karakteristika računala i monitora te osobito iz razlika u operativnim

sustavima i internetskim preglednicima zbog kojih je moguće da neki ispitanici ne prime upitnik u istom obliku u kojemu ga je poslao istraživač, osobito kad je riječ o matricnim pitanjima ili onima u obliku ljestvica. Ipak, zahvaljujući odgovarajućim programskim rješenjima, takvi se problemi u većini slučajeva mogu uspješno otkloniti (Galešić, 2005.) i ne bi trebali značajnije utjecati na kvalitetu prikupljenih podataka.

Kao i u slučaju ostalih anketnih tehnika u sklopu kojih se podaci prikupljaju bez sudjelovanja anketara, i u istraživanjima putem interneta ponajprije je upitno pravilno razumijevanje pitanja, posebice u slučaju slabije obrazovanih ili nedostatno informiranih ispitanika. Iako istraživači taj problem ponekad pokušavaju riješiti dodatnim uputama priloženima uz pojedina pitanja, neka su istraživanja pokazala da ispitanici takve upute nerijetko ignoriraju, osobito ako su dugačke ili smještene nakon pitanja (Redline, 2013.), pa stoga u internetskim anketama ipak valja računati na mogućnost slabijeg razumijevanja sadržaja pitanja nego u slučaju kad se podaci prikupljaju pod vodstvom dobro educiranih i motiviranih anketara. Daljnji je zajednički problem svim tehnikama koje se provode bez sudjelovanja anketara potpuna nemogućnost kontroliranja anketne situacije (ne zna se tko je i u kakvim uvjetima ispunio upitnik) i moguća slabija motiviranost ispitanika da ustraje u ispunjavanju anketnoga upitnika. U anketama putem e-maila s upitnikom u *attachmentu*, slično kao i u pisanim terenskim anketama i onima putem „obične“ pošte, uz to je moguće očekivati nedostatno poštovanje predviđenog redoslijeda pitanja (koji je iznimno važan u predizbornim istraživanjima zbog opasnosti od kontekstualizacije odgovora), dok je u web-anketama, u kojima odgovor na pojedino pitanje uvjetuje otvaranje sljedećih, taj mogući problem uglavnom zadovoljavajuće riješen.

U pogledu kvalitete odgovora, istraživanja putem interneta, kao i ostala bez sudjelovanja anketara, imaju i važnih prednosti pred ostalim anketnim tehnikama. Tako su prema navodima nekih autora (Baker i sur., 2010.; diSogra i sur., 2011.; Yeager i sur., 2011.) brojni eksperimenti pokazali da, u usporedbi s usmenim anketama, prikupljanje podataka uz pomoć kompjutera pridonosi većoj dijagnostičkoj (istodobnoj) valjanosti te učestalijem očitovanju socijalno nepoželjnih stavova i ponašanja. Slično tome, Kreuter i suradnici (2008.) su utvrdili da su u web-anketama ispitanici skloniji odgovoriti na osjetljiva pitanja i da su odgovori iskreniji nego u anketama putem telefona. Iako neka istraživanja upućuju i na manju zastupljenost površnih i nedostatno promišljenih reakcija, što se očituje u manjoj proporciji nediferenciranih odgovora¹⁸ (Chang i Krosnick, 2010.; Chatt i Dennis, 2003., prema Baker i sur., 2010.) i manjoj podložnosti učinku

¹⁸ Pod nediferenciranim odgovorima razumijevamo učestalo biranje istih mogućnosti (npr. modaliteta „slažem se“) na ljestvicama ponuđenim uz pojedina pitanja.

redosljedna ponuđenih modaliteta (Chang i Krosnick, 2010.), u svezi s tim pitanjima rezultati nisu suglasni. Za razliku od citiranih, drugi istraživači izvještavaju o većoj učestalosti nedostatno diferenciranih odgovora u istraživanjima putem weba nego u usmenoj terenskoj (Heerwegh i Loosveldt, 2008.) ili telefonskoj (Fricker i sur., 2005.) anketi te o sklonostima nekih ispitanika, ponajprije onih koji brzo prolaze kroz anketni upitnik, da odgovarajući na pojedina pitanja u web-anketama najčešće biraju neki od prvih ponuđenih odgovora (Malhotra, 2008.). Rezultati se razilaze i u svezi s izostankom odgovora na pojedina pitanja i učestalošću odgovora „ne znam“, također pokazateljima površnog i nedostatno promišljenog pristupa, odnosno manjeg kognitivnog napora koji ispitanici ulažu u odgovaranje na anketna pitanja: tako u svojim eksperimentalnim istraživanjima Fricker i suradnici (2005.) bilježe manje izostalih odgovora u kompjutorski posredovanoj nego u telefonskoj anketi, Heerwegh i Loosveldt (2008.) izvještavaju o većoj zastupljenosti odgovora „ne znam“ i učestalijem neizjašnjavanju u anketi ispunjenoj uz pomoć kompjutera nego u slučaju anketiranja licem-u-lice ili putem pošte, a Lindhjem i Navrud (2008., prema Baker i sur., 2010.) nalaze jednaku zastupljenost odgovora „ne znam“ u kompjutorski posredovanoj kao i u anketi licem-u-lice.¹⁹ Kao što napominju Baker i suradnici (2010.), nedosljednost rezultata do kojih su došli pojedini istraživači mogla bi biti posljedicom različitih eksperimentalnih pristupa, pa je teško ocijeniti koliko su zabilježeni podaci doista povezani sa specifičnostima uspoređivanih anketnih tehnika, a koliko s metodologijskim pojedinostima primijenjenih istraživačkih postupaka.

U usporedbi s tradicionalnim anketnim pristupima, istraživanja putem interneta omogućuju neka tehnička rješenja koja također mogu utjecati na kvalitetu prikupljene anketne građe. Riječ je ponajprije o mogućnostima uporabe grafičkih elemenata te tonskih i video zapisa kao dodatka anketnom pitanju (na primjer, u istraživanjima javnoga mnijenja to može biti fotografija ili videosnimka političara o kojemu se želi doznati mišljenje ispitanika) ili pak sastavnog dijela pitanja (na primjer, reprodukcija izbornog plakata ili dijela nastupnoga govora u istraživanju recepcije predizborne kampanje). Uz to, primjenom odgovarajućih programskih rješenja u web-anketama je, osim već spomenute kontrole redosljeda odgovaranja, moguće selektivno postavljati pitanja u ovisnosti o prethodnom očitovanju i dodatnim upozorenjima utjecati na konzistentnost odgovora te bilježiti eventualne izmjene, redosljed odgovaranja na istoj stranici upitnika, vrijeme utrošeno za odgovor na pojedino pitanje i slično (Heerwegh, 2002., prema Galešić, 2005.). Kao što konstatira Galešić (2005.), zahvaljujući tome

¹⁹ Messer i suradnici (2012.) upozoravaju na slično nesuglasje istraživačkih rezultata kojima je uspoređena učestalost izostanka odgovora na pojedina pitanja u anketama putem pošte i weba.

moгуće je kontrolirati ili spriječiti neke pogreške mjerenja koje je vrlo teško otkriti u klasičnim anketnim pristupima.

Zaključak: prednosti, ograničenja i perspektiva istraživanja javnoga mnijenja putem interneta

Usprkos priličnom nesuglasju podataka navedenih u literaturi, dosadašnje spoznaje o istraživanjima putem interneta ipak dopuštaju izdvajanje glavnih prednosti i ograničenja u uporabi te još relativno nove anketne tehnike. Kad je riječ o istraživanjima javnoga mnijenja glavni metodološki problemi povezani su s izborom uzorka koji bi osigurao reprezentativne istraživačke procjene na razini glasačkoga tijela određenoga područja. Iako se, u pomanjkanju drugih podataka koji bi služili kao okvir za izbor uzoraka, probabilistički paneli ukupne ciljane populacije zasad čine najboljim rješenjem, postupak njihova regrutiranja i održavanja previše je složen i skup da bi omogućio širu primjenu (primjeren je tek za financijski snažnije institucije s velikom istraživačkom produkcijom), a takav način uzorkovanja podrazumijeva i važne nedostatke zbog kojih se ni u prijašnjim razdobljima panel-ankete nisu pokazale osobito dobrim pristupom u istraživanju javnoga mnijenja. Neprobabilistički izabrani paneli korisnika interneta – iako su u puno učestalijoj uporabi i ponekad mogu, uz primjenu složenih postupaka ponderiranja rezultata, osigurati čak i preciznije istraživačke procjene nego probabilistički anketni pristupi – zbog velikih varijacija u valjanosti postignutih rezultata ipak nisu dostatno siguran izbor za znanstveno utemeljena istraživanja javnoga mnijenja.

Osim problema povezanih s pomanjkanjem podataka koji bi poslužili kao valjan i za većinu istraživača dostupan okvir za izbor reprezentativnih uzoraka, u brojnim zemljama, među koje pripada i Hrvatska, uporaba interneta u istraživanjima javnoga mnijenja upitna je i zbog njegove nedostatne rasprostranjenosti te značajnih razlika u osobinama populacijskih skupina koje imaju odnosno nemaju pristup tom mediju. Uz to, kao što se i usprkos stanovitom nesuglasju podataka u literaturi ipak može zaključiti, internetom posredovana istraživanja ostvaruju još manji anketni odziv nego tradicionalne anketne tehnike, osobito kad je riječ o uporabi panela (s višekratnom autoselekcijom potencijalnih ispitanika) kao osnove za izbor uzoraka. Oba spomenuta problema – nedostatna pokrivenost internetom i slab anketni odziv – s promjenjivim se uspjehom pokušavaju umanjiti kombiniranjem internetske ankete i neke od tradicionalnih anketnih tehnika te različitim postupcima statističkih korekcija originalno prikupljenih podataka. Iako pouzdane i precizne prognoze nisu moguće, realno je očekivati da će pogreške pokrivenosti i neodazivanja s vremenom gubiti na važnosti, kako zbog sve veće rasprostranjenosti internetskog medija tako i zbog vjerojatnog podizanja razine informatičke osposobljenosti stanovništva.

Iako su u pogledu većine važnih metodologijskih pitanja prednosti još uglavnom na strani tradicionalnih anketnih tehnika, web-ankete, kao naprednija varijanta internetom posredovanih istraživanja, u nekim se aspektima mogu pokazati boljima nego uobičajeni postupci anketiranja licem-u-lice ili putem telefona. Jedna od mogućih prednosti svakako je brža provedba istraživanja (zbog kraćeg postupka prikupljanja podataka i izravnog unosa odgovora u analitičke baze) koja je osobito važna za predizborna, ali i za ostala istraživanja javnoga mnijenja kojima se u načelu propituju vrlo promjenjive, situacijski determinirane društvene pojave. Budući da uobičajene teme istraživanja javnoga mnijenja pripadaju skupini osjetljivih društvenih pitanja, barem jednako je važno da se anketiranjem putem weba bilježi značajnija sklonost izjašnjavanju o takvim pitanjima i veća iskrenost odgovora nego u terenskim ili telefonskim anketama. Uz to, multimedijiska i interaktivna svojstva interneta omogućuju bitno drukčiji istraživački pristup koji može pridonijeti kvaliteti anketne građe i otvoriti nove mogućnosti za proučavanje anketnog ponašanja kao važne pretpostavke razvoja valjanog istraživačkog instrumentarija i anketnog postupka uopće.

Iako se uvelike još oslanjaju na komuniciranje putem pošte ili telefona (osobito u fazama regrutiranja potencijalnih ispitanika), u tehnološkom smislu, istraživanja putem interneta već sad bi mogla zamijeniti sve tradicionalne anketne tehnike uključujući i anketiranje licem-u-lice koje se, usprkos dugogodišnjoj dominaciji telefonskih anketa, u metodologijskom smislu još uvijek smatra „zlatnim standardom“ istraživanja javnoga mnijenja. No osim tehnoloških pretpostavki, za to su potrebne brojne metodologijske prilagodbe te ponajprije odgovarajuće promjene u populaciji, ne samo u smislu potpunije rasprostranjenosti interneta i podizanja opće razine informacijske pismenosti stanovništva, već i šire uporabe odgovarajućih oblika internetske komunikacije (npr. *skypea*). Dok se takve promjene ne dogode, istraživanje putem interneta bit će samo jedna od već široko prihvaćenih anketnih tehnika koja, kao i ostali istraživački pristupi, ima prednosti i nedostataka. Kako je riječ o razmjerno novom anketnom mediju, potrebna su još brojna istraživanja koja bi potpunije rasvijetlila važna metodologijska pitanja njegove znanstvene uporabe te pronašla rješenja da se njegove potencijalne prednosti na najbolji način iskoriste, a zapaženi nedostaci svedu na najnižu moguću razinu.

IZLAZNE ANKETE U SVIJETU I U HRVATSKOJ

Izbore za predsjednika Republike Hrvatske 2005. i Hrvatski sabor 2007. godine pamtit ćemo, među ostalim, po hrvatskoj promociji i široj medijskoj prezentaciji izlaznih anketa, u razvijenim zemljama već uobičajenom istraživačkom postupku kojim se, prije prvih službenih objava, nastoji osigurati vjerna projekcija izbornih rezultata. I dok su za veći dio javnosti rezultati takvih anketa vjerojatno tek privlačan medijski sadržaj, nalik na praćenje važnoga sportskog natjecanja, za istraživače javnoga mnijenja i znanstvenike koji se bave metodologijom društvenih istraživanja oni su važna provjera valjanosti primijenjenih istraživačkih metoda i mogućnost za identificiranje izvora pogrešaka i pristranosti koje se mogu pojaviti u takvim vrstama istraživanja. A upravo takva se mogućnost donekle pokazala već prilikom održavanja prvoga kruga hrvatskih predsjedničkih izbora 2005. godine, a osobito prilikom izbora za Hrvatski sabor 2007. godine – kad su izlazne ankete, usprkos relativno malim numeričkim odstupanjima, pogrešno imenovale jednog od kandidata za ulazak u drugi izborni krug, odnosno pogrešno procijenile koja će stranka osvojiti najviše glasova. Zbog prevladavajućega vjerovanja u nepogrešivost izlaznih anketa u svijetu te s time povezanih očekivanja da bi njihovi rezultati trebali biti isti kao i izborni, naša prva iskustva u primjeni takvih istraživanja mogla su rezultirati priličnim razočaranjem, pa i određenim gubitkom vjerodostojnosti anketnih istraživanja uopće. No jesu li izlazne ankete u svijetu uvijek toliko precizne kako se obično misli? I kako bismo prve izlazne ankete u Hrvatskoj, kao i one koje su provedene na kasnijim izborima, mogli vrednovati prema svjetskim iskustvima u toj vrsti izbornih istraživanja?

U skladu s naznačenim pitanjima, u ovoj su studiji ukratko opisani razvoj i iskustva izlaznih anketa u svijetu, ponajprije u Sjedinjenim Američkim Državama, odakle takve ankete potječu i gdje su najrazvijenije. U drugom su dijelu prikazani rezultati takvih istraživanja u Hrvatskoj, realiziranih u različitim izbornim situacijama od 2005. do 2015. godine, te analizirana njihova valjanost u odnosu prema stvarnim izbornim rezultatima.

Izlazne ankete u svijetu

Pojava i razvoj izlaznih anketa

Najjednostavnije rečeno, pod izlaznim anketama razumijevamo postupak anketiranja glasača prilikom napuštanja izbornih mjesta kojim istraživači nastoje utvrditi za koju su izbornu mogućnost (kandidata, stranku ili referendumsku opciju) odabrani ispitanici upravo glasovali. Uobičajeni su ciljevi izlaznih anketa informiranje javnosti o izbornim rezultatima prije zatvaranja birališta, proučavanje političkih opredjeljenja, stavova i karakteristika biračkoga tijela koje se odaziva na izbore te analiza valjanosti

anketne metode. I dok je prvi od spomenutih ciljeva zanimljiv ponajprije elektroničkim medijima, političarima i široj javnosti koja prati takve informacije, za drugu i treću mogućnost zainteresirani su pretežno znanstveni analitičari javnoga mnijenja i izbornoga ponašanja te znanstvenici koji se bave metodologijom društvenih istraživanja.

Podaci o počecima provedbe izlaznih anketa nisu sasvim suglasni. Iako je sigurno da je ta vrsta izbornih istraživanja metodološki osmišljena i promovirana u Sjedinjenim Američkim Državama, prema tvrdnjama Lindemana i Bradyja (2006.), prva eksperimentalna izlazna anketa provedena je još 1940. godine u Denveru, dok neki drugi autori (Gawiser i Witt, 1994.; Lavrakas i Holley, 1991.) navode da je prvi, također eksperimentalni pokušaj izlaznih anketa organizirala nacionalna televizijska mreža NBC prilikom predizbora u Kaliforniji 1964. godine. Ipak, većina se slaže da se njihovim stvarnim početkom može smatrati anketa provedena prilikom guvernerskih izbora u američkoj saveznoj državi Kentuckyju 1967. godine (npr. Gawiser i Witt, 1994.; Hofrichter, 1999.; Lavrakas i Holley, 1991.; Lindeman i Brady, 2006.). Anketu je provela televizijska mreža CBS u suradnji s istraživačkom institucijom Survey Unit, a rezultati nisu izravno medijski predstavljeni, nego su služili kao jedan od elemenata u predviđanju izbornih rezultata (Gawiser i Witt, 1994.; Hofrichter, 1999.; Lavrakas i Holley, 1991.). Prva javna predstavljanja rezultata izlaznih anketa datiraju iz sredine 1970-ih (NBC) i početka 1980-ih godina (CBS, ABC) (Hofrichter, 1999.) te otada na važnijim američkim televizijskim kanalima postaju nezaobilaznim dijelom programa na dan održavanja predsjedničkih i kongresnih izbora, ali i stranačkih predizbora te izbornoga natjecanja na državnim i lokalnim razinama. Takva praksa praćenja izbora ne samo da se održala nego se s vremenom intenzivirala, usprkos brojnim kontroverzama s kojima je, u američkim uvjetima, povezano objavljivanje rezultata izbornih anketa. Naime, američki zakon dopušta objavljivanje rezultata u izbornom danu, a to potiče burne rasprave o mogućem utjecaju na daljnju izbornu participaciju i opredjeljenje birača, osobito zbog osjetnih vremenskih razlika u pojedinim dijelovima SAD-a.¹ Tako je npr. prilikom predsjedničkih izbora 1980. godine televizijska mreža NBC, u želji da bude brža od konkurentskih medija, na osnovi rezultata izlaznih anketa u istočnom dijelu zemlje proglasila pobjedu R. Reagana nad J. Carterom skoro tri sata prije zatvaranja birališta u zapadnom dijelu SAD-a (Hofrichter, 1999.; Lindeman i Brady, 2006.; Mitofsky, 1991.). To je izazvalo žestok napad na izlazne ankete i njihovo objavljivanje, pa su u nekim američkim državama doneseni zakoni koji su otežavali takva istraživanja,²

¹ Istraživanja nisu potvrdila takav utjecaj (npr. Mendelsohn i Crespi, 1970.; Tuchman i Coffin, 1971.).

² U nekim američkim državama (npr. Florida, Georgia, Minesota i dr.) zakonom je zabranjeno anketiranje na udaljenosti manjoj od 300 stopa od izbornoga mjesta, pa je time otežano provođenje valjanih izlaznih anketa (Mitofsky, 1991.).

no medijsko zanimanje za njihove rezultate nadvladalo je i najoštrije polemične tonove, kao i izravne pokušaje uvođenja zakonskih ograničenja.

Iako su se izlazne ankete u SAD-u u početku razvijale kao odvojeni projekti vodećih televizijskih kuća, radi manjih troškova njihove provedbe i umanjivanja nepovoljnih posljedica medijske kompeticije u novije se doba na nacionalnoj razini provodi samo jedno izlazno istraživanje, koje sponzorira i objavljuje više velikih medijskih organizacija (od 1990. godine televizijske mreže ABC, CBS, CNN i NBC, a od 1993., odnosno 2003. godine, još i novinska udruga Associated Press te televizijska kuća Fox News).³ Usprkos nepobitnim prednostima, takva praksa zacijelo ima i određenih nedostataka, među kojima je osobito važno pomanjkanje usporedivih podataka za znanstvenu evaluaciju metodologije istraživanja, zasnovanu na analizi razlika među rezultatima zasebnih istraživanja.⁴ A bez takve mogućnosti, kao što to ističu Gawiser i Witt (1994.), istraživanja mogu voditi pogrešnim zaključcima, a mediji koji ih prenose postaju vrlo ranjiv izvor vjerodostojna informiranja. Taj, u osnovi hipotetički, nedostatak pokazao se itekako realnim u nekoliko novijih američkih izbornih situacija, kada su nekad vrlo precizne anketne procjene značajno odstupile od stvarnih izbornih rezultata.

Ubrzo nakon prvih medijskih predstavljanja rezultata izlaznih anketa u SAD-u, ta se vrsta izbornih istraživanja počinje razvijati i u mnogim drugim zemljama s demokratskim političkim uređenjem, a nakon uvođenja višestranačja postupno je promovirana i u većini nekad socijalističkih zemalja. No ni u drugim dijelovima svijeta izlazne ankete nisu pošteđene od raznih kontroverzi. Tako je već prva izlazna anketa u negdašnjoj Saveznoj Republici Njemačkoj, provedena u federalnim državama Hamburg i Nierdersachen 1978. godine, izazvala burnu raspravu o zaštiti tajnosti glasanja te dostojanstvu glasača i glasačkoga čina, zbog čega su takva istraživanja obustavljena sve do izbora 1990. godine, provedenih nakon ujedinjenja istočnog i zapadnog dijela današnje države (Hofrichter, 1999.). U Velikoj Britaniji izlazne su ankete 1992. godine postale na neki način žrtvom nedostatne valjanosti predizbornih istraživanja, kojima je pogrešno predviđena uvjerljiva

³ U tijeku 1990. godine televizijske mreže ABC, CBS, CNN i NBC osnovale su tvrtku Voter Research and Surveys (VNS), koja je za njihove potrebe provela izlazna istraživanja 1990. i 1992. godine. Tvrtka se 1993. udružila s istraživačkom institucijom National Election Service i kao partnera uključila novinsku udrugu Associated Press, pa je preimenovana u Voter News Service (VNS). Zbog loše obavljena posla na izborima 2000. i 2002. godine VNS je rasformiran, a od 2003. djeluje nova tvrtka National Election Pool (NEP), koja na izborima 2004. godine surađuje s istraživačkim agencijama Edison Media Research i Mitofsky International, a osim spomenutih medija, kao sponzor i korisnik priključila joj se i televizijska mreža Fox (AAPOR, 2007.; Hofrichter, 1999.; Lindeman i Brady, 2006.).

⁴ Iznimka su izbori 1994. godine, kad je, osim izlazne ankete VNS-a, paralelno provedena i konkurentna anketa agencije Mitofsky International (Lindeman i Brady, 2006.).

prevlast laburista pred tada pobjedničkom Konzervativnom strankom,⁵ pa je zbog nepovjerenja u takva istraživanja dodatno potencirana, također značajna, ali ipak manja nepreciznost izlaznih anketa (Hofrichter, 1999.).⁶ Za razliku od toga, neslaganje između izlaznih anketa i ishoda izbora u nekim je zemljama interpretirano na štetu službeno iskazanih izbornih rezultata – primjer su izlazne ankete iz 2004. godine provedene u povodu referenduma o opozivu predsjednika Chaveza u Venezueli, predsjedničke utrke u Ukrajini i parlamentarnih izbora u Azerbajdžanu, kad su, u dijelu javnosti, njihovi rezultati potaknuli raspravu o mogućim izbornim nepravilnostima (Lindeman i Brady, 2006.), a nisu shvaćeni kao pokazatelj potencijalnih nedostataka u provedbi anketa, kao što je to, u sličnim situacijama, obično u većini ostalih zemalja.

Metodologija

U osnovi, metodologija izlaznih anketa slična je metodologiji ostalih anketnih istraživanja koja se provode na reprezentativnim uzorcima ciljane populacije i kojima se prikupljaju informacije u izravnoj komunikaciji s odabranim ispitanicima. Njezine su glavne specifičnosti neuobičajeno veliki, teritorijalno izvanredno disperzirani i posebno dizajnirani uzorci ispitanika te posebne organizacijske okolnosti, povezane ponajprije sa zadanim vremenskim okvirom, koji podrazumijeva da se anketni podaci prikupe, analiziraju i objave istoga dana.

Kao i ostala istraživanja javnoga mnijenja, odnosno bilo koje anketno istraživanje rezultati kojega se uopćavaju na ukupnu ciljanu populaciju, i izlazne ankete moraju biti provedene na probabilističkim uzorcima. U slučaju izlaznih anketa izbor uzorka u pravilu je dvoetajni: u prvoj se fazi probabilistički odabiru izborna mjesta, a potom se, na razini svakoga uključenog biračnika, provodi probabilistički izbor osoba koje su na njemu glasovale.

U odabiru izbornih mjesta mogući su razni pristupi. Jedna je mogućnost primjena slučajne metode s vjerojatnosti izbora proporcionalnoj broju glasača na pojedinom

⁵ Sve vodeće istraživačke agencije u Velikoj Britaniji (Gallup, Harris, MORI, ICM i NOP) u svojim su predizbornim istraživanjima pogrešno predvidjele izbornoga pobjednika. Taj veliki istraživački neuspjeh bogato je opisan u literaturi (npr. Worcester, 1992.; Jowell i sur., 1993.; Lamza Posavec, 1995.; Hofrichter, 1999.).

⁶ Izlazne ankete pokazale su da konzervativci vode 4 (NOP za BBC), odnosno 5, postotnih bodova (MORI za ITN) ispred laburista, dok su u predizbornim istraživanjima laburisti vodili, u prosjeku, za 1 postotni bod (na izborima je pobijedila Konzervativna stranka s prednosti od 7,6 postotaka). Obeshrabrena razlikama prema predizbornim anketama, televizijska kuća BBC uopće nije objavila rezultate izlaznih anketa, dok ih je kuća ITN objavila samo jedanput. U televizijskoj prezentaciji obje su kuće radije usmjerile pažnju na projekcije osvojenih mjesta u parlamentu, koje su se, međutim, pokazale manje točnima od anketnih rezultata (Hofrichter, 1999.).

biralištu, pri čemu bi neka specifična birališta (npr. ona s većim udjelom manjinskih demografskih skupina), zbog preciznije procjene, mogla biti zastupljena u većem omjeru, uz naknadnu korekciju odgovarajućim postupkom ponderiranja rezultata (The Roper Center, 2002.). Da bi rezultati bili što precizniji, probabilistički izbor birališta obično se temelji na njihovoj podjeli u stratume prema kriterijima koji se smatraju važnima za reprezentativnost uzorka i valjanu procjenu populacijskih parametara. Druga su mogućnost tzv. vezani uzorci (eng. *tied samples*), kako ih naziva i opisuje Hofrichter (1999.), a koji se primjenjuju, primjerice, u izlaznim anketama u Njemačkoj. Prije nego što se uzorak izabere, birališta se grupiraju u stratume, na osnovi kriterija kao što su regionalna dimenzija ili prijašnje glasačko ponašanje (npr. administrativne ili zemljopisne jedinice, prijašnja raspodjela glasova između vodećih stranaka i sl.). Na osnovi tih elemenata izabire se više uzoraka jednostavnim slučajnim ili sustavnim slučajnim izborom, a na kraju se od njih odabere onaj koji najbolje reprezentira rezultate prijašnjih izbora. Vezivanje odabira biračkih mjesta uz prijašnje izborne rezultate prakticira se i u SAD-u, bilo da ti rezultati postaju kriterijem stratifikacije, bilo evaluacijskim kriterijem reprezentativnosti uzorka. Tako je prilikom američkih predsjedničkih izbora 1992. godine u izlaznim anketama primijenjen stratificirani uzorak izbornih mjesta razmjern broju birača koji su glasovali na izborima 1988. godine, a od 1993. provodi se probabilistički izbor birališta, razmjern njihovoj veličini, (s iznimkom nerazmjerno zastupljenih atipičnih birališta) koji reprezentira različite zemljopisne jedinice unutar svake države i prijašnje rezultate glasanja za predstavnike pojedine stranke (Hofrichter, 1999.). Prema Hofrichterovu viđenju (1999.), slični postupci „veznog“ uzorkovanja mogu pridonijeti preciznosti anketnih rezultata, ali kriju i određene opasnosti, ponajprije zbog mogućih demografskih promjena u međuizbornom razdoblju (nastalih mobilnošću stanovništva i generacijskim smjenama) te promjena u broju glasača i teritorijalnom obuhvatu pojedinih birališta.

Unutar odabranih izbornih mjesta ispitanici se biraju slučajnim sustavnim načinom, obično u intervalu koji se određuje na temelju očekivanoga izbornog odziva i planiranoga broja ispitanika na pojedinom biralištu. Tako je u SAD-u, prilikom nekih nacionalnih izbora, interval varirao od nule do 70 (Levy, 1983.), a u zemlji poput Njemačke, zbog manjih i obuhvatom ujednačenijih biračkih mjesta, varijacije su znatno manje.

Obuhvat izbornih mjesta i ukupna veličina uzorka ovise o konkretnoj izornoj situaciji, cjelinama za koje se očekuje projekcija izbornih rezultata te, naravno, o financijskim i ostalim praktičnim okolnostima. Tako je nacionalni uzorak u povodu američkih predsjedničkih izbora 1992. obuhvatio 1310 izbornih mjesta na kojima je anketirano oko 177.000 ispitanika (Hofrichter, 1999.), u povodu izbora 2000. i 2004. godine bilo je uključeno 1400 odnosno 1480 birališta s približno 150.000 anketiranih glasača (Biemer i sur., 2003.; Lindeman i Brady, 2006.). U Njemačkoj nacionalni uzorci obuhvaćaju oko 400 birališta s približno 22.000 ispitanika (Hofrichter, 1999.;

Mystery Pollster, 2004.a), a za usporedbu, u nama susjednoj i znatno manjoj Sloveniji, na nacionalnim izborima 2004. i 2007. godine obuhvaćeno je 150, odnosno 100, izbornih mjesta, na kojima je ukupno anketirano po približno 12.000 birača.⁷

Tako su anketni upitnici u izlaznim anketama u pravilu kraći i jednostavniji nego u predizbornima i ostalim istraživanjima javnoga mnijenja, ovisno o svrsi (projekcija ishoda izbora ili analiza izbornog ponašanja) tematski obuhvat i dužina upitnika variraju od samo nekoliko pitanja o glasačkom izboru i osnovnim demografskim osobinama ispitanika, preko nešto dužih, koji uključuju i informacije o glasovanju na prošlim izborima i nekim temeljnim političkim stavovima, do prilično opsežnih s većim obuhvatom pitanja različite tematike. Tako upitnici u SAD-u mogu sadržavati između 20 i 50 pitanja, među kojima su i ona o osobnim primanjima, stranačkoj pripadnosti, razlozima izbornog opredjeljenja, stavovima prema kandidatima, percepciji društvenih problema i slično (Hofrichter, 1999.). Bez obzira na ukupni opseg, pitanja moraju biti kratka i jednostavna, pa se ne preporučuje uporaba ljestvica kao ni mogućnost višestrukog izbora ponuđenih odgovora. Za razliku od prijašnje prakse,⁸ danas je već uobičajeno da upitnike ispunjavaju sami ispitanici te da im se omogući tajno izjašnjavanje i odlaganje upitnika u kuvertu, koju potom ubacuju u kutiju sličnu glasačkoj. Kao i u istraživanjima namjera glasovanja, i u izlaznim se anketama pokazalo da mogućnost tajnog izjašnjavanja, u usporedbi s usmenim anketiranjem, bitno smanjuje proporciju odbijanja ankete i uskraćivanja odgovora na upite o glasačkom izboru (Bishop i Fisher, 1995.).

U većini slučajeva, na jednom izbornom mjestu istodobno rade po dva anketara. Osim što odbrojavaju glasače i nastoje ih privoljeti da ispune upitnik, anketari su zaduženi za bilježenje učestalosti odbijanja i propuštanja odabranih ispitanika te za bilježenje njihovih osobina (spol, rasa, procijenjena dob), a nekoliko puta u danu i za unos ili telefonsko diktiranje podataka o glasovanju ili pak za njihovo prebrojavanje i obavješćivanje anketnoga stožera.

Nakon prikupljanja i kompjutorskog unosa, anketni podaci obično se ponderiraju prema različitim kriterijima, na primjer, prema različitoj vjerojatnosti izbora pojedinih birališta, odnosno osoba koje su na njima glasovale, opserviranoj dobi, rasi i spolu propuštenih birača te onih koji su odbili odgovoriti na anketu i slično. Ako je to na

⁷ Podaci za izlazne ankete agencije Mediana (slovenski parlamentarni izbori 2004. i predsjednički 2007. godine).

⁸ U analizi razloga pogrešne prognoze izlaznih anketa na guvernerskim izborima u američkoj državi Virginiji, Traugott i Price (1992.), između ostalog, ističu da su te ankete provedene usmeno, umjesto tajnim izjašnjavanjem, pa je to moglo poticati na učestaliju produkciju društveno poželjnih odgovora.

bilo koji način izvedivo, anketne rezultate trebalo bi evaluirati prije njihova objavljanja u javnosti, a zaključke takvih provjera uzeti u obzir prilikom konačnih projekcija i interpretacije rezultata. Jednu od mogućnosti evaluacije preporučuje Svjetsko udruženje istraživača javnoga mnijenja, a riječ je o uspoređivanju prebrojanih izbornih listića na malim biralištima, uključenima u uzorak istraživanja, s rezultatima izlazne ankete za ta birališta (WAPOR, 2006.). Uz to, posebnu pozornost valja posvetiti interpretaciji rezultata, koja se mora temeljiti na anketnim podacima ali uzeti u obzir i eventualna ograničenja i slabosti u planiranju i provedbi istraživanja (WAPOR, 2006.).

Prognostička valjanost

U metodologijskom smislu, izlazne ankete imaju bitnih prednosti u odnosu prema predizbornim istraživanjima javnoga mnijenja: usmjerene su na stvarne, a ne na pretpostavljene, različitim tehnikama procijenjene vjerojatne glasače; rezultati se temelje na iskazima o stvarnom, a ne o mogućem glasačkom opredjeljenju; anketiranje se provodi u realnom izbornom okruženju, a ne u situacijama koje mogu nepovoljno utjecati na valjanost njihovih rezultata (npr. u kućanstvima, uz prisutnost ostalih članova obitelji); zbog mnogo većih uzoraka, rezultati izlaznih anketa podložni su znatno manjim statističkim kolebanjima (manje standardne pogreške uzoraka) nego rezultati predizbornih anketnih istraživanja. Ipak, u nekim važnim pojedinostima, izlazne ankete izložene su sličnim pogreškama kao i predizborna istraživanja, a imaju i nekih vlastitih slabosti koje je teško kontrolirati i potpuno otkloniti. Najveći zajednički problem zacijelo je odbijanje anketne suradnje, koje, zbog izravne ili posredne povezanosti s izbornim preferencijama, u obje vrste istraživanja može uzrokovati značajne pristranosti dobivenih rezultata. Specifične slabosti izlaznih anketa povezane su pak s poteškoćama kvalitetna izbora i uvježbavanja tako velike skupine anketara, ograničenih mogućnosti nadgledanja anketarskog rada te poteškoća u definiranju ispravnih kriterija ponderiranja rezultata, kojima bi se umanjili nepovoljni učinci odbijanja ankete i drugih razloga nepotpune realizacije planiranog uzorka.

Usprkos takvim slabostima, opće je stajalište da su izlazne ankete manje podložne pogreškama (Lindeman i Brady, 2006.) te da stoga mogu osigurati pouzdanije rezultate nego predizborna istraživanja.⁹ Iako je u većini slučajeva doista tako, to ipak ne znači da

⁹ Iskustvo u Hrvatskoj ne govori uvijek o većoj pouzdanosti izlaznih anketa u odnosu na predizborne ankete. Uoči prvoga kruga predsjedničkih izbora 2005. godine sva su objavljena predizborna istraživanja ispravno predviđela redoslijed vodećih kandidata, smještajući J. Kosor na drugo, a B. Mikšića na treće mjesto (*Globus*, 2004.; *Index.hr*, 2004.; *Jutarnji list*, 2004.; *Nacional*, 2004.; *Večernji list*, 2004.c), dok je prema obje provedene izlazne ankete B. Mikšić trebao biti na drugom mjestu i ući u sljedeći izborni krug (o tome više u daljnjem

moгу postići preciznost izbornih rezultata ili ih, u svim prilikama, barem procijeniti unutar granica statističke pogreške. U literaturi su navedeni brojni primjeri prognostički nedostatno validnih izlaznih anketa, čak i u zemljama s velikim iskustvom u takvim istraživanjima.

S tim u svezi, osobito je zanimljiv slučaj Sjedinjenih Američkih Država, u kojima su izlazne ankete osmišljene i razvijene do današnjih standarda i u kojima se desetljećima provode na svim izbornim razinama. Do početka 1990-ih takva su istraživanja „stekla reputaciju fenomenalne preciznosti“ (Lindeman i Brady, 2006.), jer je u razdoblju od 1967. do 1988. godine zabilježeno samo pet pogrešnih projekcija, od približno 1500 koliko ih je, u različitim izbornim situacijama, objavila televizijska mreža CBS. Iako su, prema navodima Lindemana i Bradyja (2006.), tako sjajni rezultati u većoj mjeri posljedica statističkih korekcija i pažljive interpretacije anketnih podataka nego njihove izvorne preciznosti,¹⁰ to nimalo ne umanjuje uspjeh tadašnjih istraživanja, jer su odgovarajuća obrada i interpretacija rezultata također dio istraživačkoga rada i barem podjednako važan pokazatelj stručne osposobljenosti istraživača.

No usprkos rigoroznoj proceduri prikupljanja i vrednovanja anketnih podataka, nakon 1990. godine na svim predsjedničkim i većini senatorskih i guvernerskih izbora dosljedno je zabilježena određena, iako ne uvijek i značajna, pristranost u korist demokratskih kandidata (Blumenthal, 2004.; Mitofsky, 2003.; Mitofsky i Edelman, 1993.). Tako su prilikom predsjedničkih izbora 1992. i 1996. godine, na temelju sad već centraliziranih izlaznih anketa vodećih televizijskih kuća, objavljenim izbornim projekcijama precijenjeni rezultati B. Clintona, a podcijenjeni rezultati njegovih republikanskih protukandidata (odstupanje je bilo značajnije 1992., kad je Clintonovo vodstvo precijenjeno za više od 4 postotka), no kako je Clinton u oba slučaja pobijedio

tekstu). Jedan od razloga tome mogao bi biti povezan sa smanjenjem razlike u stvarnim „rejtinzima“ tih kandidata nakon završetka predizbornih anketa (na takvu tendenciju upućuju npr. rezultati istraživanja objavljenih u *Večernjem listu – Večernji list*, 2004. a, b, c), a koje je, zbog učestalijeg odbijanja ankete među starijim i manje obrazovanim glasačima (kojih je više među potencijalnim glasačima J. Kosor, vidjeti: Bagić i Lamza Posavec, 2008.), moglo rezultirati spomenutom razlikom između predizbornih i izlaznih anketa. Uoči izbora za Hrvatski sabor 2007. godine predizborne ankete (npr. Puls za *Jutarnji list* i HTV, Media Metar za *Medijski pool*), kao i izlazne, podjednako su pogrešno prognozirale izbornu prevlast SDP-a, a iznimka je predizborna anketa agencije Mediana Fides za *Globus* i *Slobodnu Dalmaciju*, kojom je ispravno predviđena izborna pobjeda HDZ-a (*Jutarnji list*, 2007.).

¹⁰ Tako je na predsjedničkim izborima 1988. u izlaznoj anketi zabilježeno nešto više glasova za demokratskoga kandidata Dukakisa nego za republikanca Busha, iako je Bush pobijedio s razlikom od osam postotnih bodova. Prije objavljivanja, pristranost izvornih anketnih podataka korigirana je odgovarajućim postupkom ponderiranja, koji se temeljio ponajprije na procjeni o prenatlačenoj zastupljenosti pripadnika crne rase u realiziranom uzorku glasača (Lindeman i Brady, 2006.).

na izborima, te su nepreciznosti prošle relativno nezapaženo (Blumenthal, 2004.). Prave su nevolje nastale na predsjedničkim izborima 2000., a osobito 2004. godine, kad su među vodećim kandidatima razlike u izbornim rezultatima bile toliko tijesne da su čak i relativno male pristranosti u korist demokratskoga kandidata rezultirale pogrešnim predviđanjem njegove pobjede. Na izborima 2000. godine zabilježena su velika odstupanja na razini pojedinih država (Konner, 2003.; Blumenthal, 2004.), no pogreška procjene na nacionalnoj razini bila je slična kao i 1996., a manja nego 1992. godine (Blumenthal, 2004.; Lindeman i Brady, 2006.). Pa ipak, uz dodatni propust koji je učinjen preuranjenim izvještavanjem iz tada odlučujuće Floride, i ta je pogreška bila dovoljna za pogrešno proglašenje pobjede demokrata Gorea nad republikancem G. W. Bushom. Izlazne ankete na predsjedničkim izborima 2004. godine proglašene su pak najvećim promašajem u povijesti takvih istraživanja u SAD-u (Blumenthal, 2004.; CNN, 2005.). Uz također velike pogreške u procjeni rezultata za pojedine države (Blumenthal, 2004.; Lindeman i Brady, 2006.), na nacionalnoj razini rezultat demokratskoga kandidata Kerryja precijenjen je za 2,5 postotnih bodova, pa iako je odstupanje bilo približno isto kao i u slučaju precijenjena rezultata B. Clintona 1992. godine (Blumenthal, 2004.), ono je uzrokovalo pogrešno proglašenje pobjede J. Kerryja nad drugi put izabranim G. W. Bushom. Osim manjih zamjerki na pojedinosti u metodologiji istraživanja i savjeta za njihovo moguće poboljšanje, osobito u svezi s educiranjem i nadgledanjem anketara (npr. Biemer i sur., 2003.; Freeman, 2004.; Konner, 2003.; Mystery Pollster, 2004.a; CNN, 2005.), brojne analize ovih istraživačkih neuspjeha uglavnom zaključuju da je presudnu važnost imala neujednačena pripravnost za sudjelovanje u anketama u različitim kategorijama glasača. Opće je mišljenje da su glasači demokratskih kandidata bili spremniji prihvatiti anketu nego glasači predstavnika Republikanske stranke (Blumenthal, 2004.; CNN, 2005.; Mystery Pollster, 2004.b), pa su stoga bili prenatraglašeno zastupljeni u realiziranim uzorcima provedenih istraživanja.

Slično kao i u SAD-u, izlazne ankete u Velikoj Britaniji (kao i predizborna istraživanja) također pokazuju dosljednu pristranost u istom smjeru, u ovom slučaju u korist Laburističke stranke. Veličina pristranosti varira od izbora do izbora, pa je tako u izlaznim anketama 1997. godine Laburistička stranka precijenjena za 5,2 postotna boda, u 1992. odstupanje je iznosilo 3,6 postotaka, u 2001. godini 2,7, a na izborima 2005. godine samo 1,1 postotni bod (Wells, 2005.). Kao i kontinuirana precijenjenost rezultata Demokratske stranke u SAD-u, dosljedna pristranost anketa u korist Laburističke stranke također se tumači većom pripravnošću njezinih glasača da se odazovu anketi, odnosno većom učestalošću odbijanja ankete među pristašama Konzervativne stranke (Brown i sur., 1999.).

U Njemačkoj analize pokazuju da je od 1994. do 1999. godine prilikom 17 izbora na različitim razinama u ukupno 34 objavljene prognoze izlaznih anketa odstupanje

od izbornih rezultata variralo u rasponu od 0,9 do 11,2 postotna boda. Najveći odmak zabilježen je u istočnoj državi Saskoj na izborima 1994. godine, dok je za preostalih 16 izbora u prosjeku iznosio 5,1 postotnih bodova, a ovisno o istraživačkoj agenciji, najviše 7,2 do 7,8 postotaka (Hofrichter, 1999.). No uzmu li se u obzir samo nacionalni izbori, proizlazi da su u sve tri izborne situacije od 1994. do 2002. godine izlazne ankete bile vrlo precizne, ostvarivši rezultate s kumulativnim prosječnim odstupanjem od 0,3 postotka te, u slučaju pojedinačnih stranaka, s najvećim otklonom rezultata od 0,6 postotnih bodova (Freeman, 2004.).

Na kraju ovoga prikaza valja još dodati da su, osim spomenutih, u novije doba zabilježeni u svijetu i neki drugi primjeri izlaznih anketa sa značajnim nesuglasjem između istraživačkih i izbornih rezultata te pogrešnom prognozom izbornoga pobjednika. Jedan od takvih primjera potječe s općih izbora u Italiji 2006. godine, kad su izlazne ankete upućivale na značajno vodstvo (oko 5 postotaka) Prodijeve koalicije L'Unione pred Berlusconijevom koalicijom Casa della Libertà, a na izborima se pokazala razlika od samo 0,1 postotka (Wikipedia, 2006.). Tu su, nadalje, već spomenuti izbori u Ukrajini 2004. godine (na kojima je izlaznim anketama predviđena pobjeda Juščenka, a tijesno je pobijedio Janukovič), iste godine održan je referendum u Venezueli, s razlikom između anketnih i referendumskih rezultata od 17 postotnih bodova (Wikipedia, 2006.),¹¹ potom parlamentarni izbori u Indiji, s pogrešnim predviđanjem pobjedničke stranke (Abram, 2004.) itd.

Spomenuti i slični primjeri ipak ne znače da su izlazne ankete u načelu nedostatno pouzdane, pa stoga i besmislene kao mogućnost izbornih projekcija i analize izbornoga ponašanja. Uz pravilnu interpretaciju i odgovarajuće medijsko prezentiranje njihovih rezultata, one ipak, u većini slučajeva, mogu osigurati valjanu procjenu izbornoga ishoda te relevantne podatke o odrednicama izborne participacije i osobinama biračkoga tijela pojedinih stranaka i kandidata. Ipak, u vrednovanju njihove valjanosti nipošto se ne smije smetnuti s uma da su i izlazne ankete, poput svih anketnih istraživanja, samo mogućnost za procjenu realnoga stanja te da stoga, zbog raznih razloga, u takvim procjenama mogu i značajnije pogriješiti.

Hrvatsko iskustvo u provedbi izlaznih anketa

Iako se predizborna istraživanja javnoga mnijenja u Hrvatskoj provode još od 1990. godine, iskustvo s izlaznim anketama mnogo je kraće. Prve takve ankete u Hrvatskoj

¹¹ Kao što smo već spomenuli, u dijelu javnosti rezultati izlaznih anketa u Ukrajini i Venezueli komentirani su kao dokaz o izbornim prijevarama, a ne o istraživačkim pogreškama, no u takve rasprave ovom prilikom ne možemo ulaziti.

provedene su u siječnju 2005. godine, u povodu prvoga kruga izbora za predsjednika Republike Hrvatske, a otada su se redovito provodile i na svim idućim izborima. Kao što je to i u drugim zemljama, izlazne ankete naručuju televizijske kuće, a provode ih agencije koje se bave istraživanjem javnoga mnijenja. Tako su ih u povodu predsjedničkih izbora 2005. godine provele agencija Puls, za Hrvatsku radioteleviziju, te GfK – Centar za istraživanje tržišta, za Novu TV i RTL televiziju. Na lokalnim izborima 2005. godine izlazne ankete vodila je samo agencija Puls, za potrebe HRT-a, i to u četiri najveća grada, dok su na izborima za Hrvatski sabor 2007. godine ostvarena čak tri takva istraživanja – agencije Puls, na narudžbu HRT-a, Mediane Fides, za Novu TV, i agencije Valicon, za RTL televiziju. Od lokalnih izbora 2009. godine u svim sljedećim izbornim situacijama izlazne ankete provodi samo agencija Ipsos Puls (prije Puls) i to najprije za Novu TV i RTL, a potom kao zajednički projekt HRT-a, Nove TV i RTL-a.

Sve izlazne ankete u Hrvatskoj provedene su na klaster-uzorcima, slučajnim odabirom izbornih mjesta, odnosno izbornih centara (Valicon 2007. godine) te sustavnim izborom ispitanika unutar pojedinih birališta. Veličine uzoraka razlikovale su se u ovisnosti o izornoj situaciji, pa su na nacionalnim izborima varirale u rasponu od približno 10.000 do više od 38.000 ispitanika.¹²

U daljnjem dijelu studije prikazani su završni rezultati¹³ svih dosadašnjih izlaznih anketa u Hrvatskoj, provedenih u različitim izbornim situacijama. Budući da su na internetskim stranicama Državnog izbornog povjerenstva neki izborni rezultati iskazani u odnosu prema ukupnom broju birača koji su izišli na izbore (npr. parlamentarni izbori, prvi krug predsjedničkih i gradonačelničkih izbora), a neki samo prema važećim listićima (drugi krug predsjedničkih i gradonačelničkih izbora, izbori za gradska vijeća/skupštinu) te da je i dio anketnih podataka bio dostupan samo za skupinu izjašnjenih ispitanika, radi opravdanijeg uspoređivanja preciznosti pojedinih izlaznih istraživanja svi su izborni i anketni rezultati iskazani u odnosu na broj važećih glasačkih odnosno anketnih listića. Zbog velike količine podataka, određivanje valjanosti anketa temeljilo se na osnovnim statističkim mjerama pa je tako utvrđeno odstupanje svakog pojedinačnog anketnog rezultata od odgovarajućeg rezultata izbora, standardna pogreška uzorka koja se vezuje uz pojedinu anketnu procjenu te prosječno odstupanje svih rezultata istraživanja (bez

¹² Podrobniji podaci o uzorcima i ostalim metodologijskim elementima izlaznih anketa Pulsa opisani su i analizirani u radu Bačić i Lamza Posavec, 2008.

¹³ Od trenutka zatvaranja birališta agencije su u nekoliko navrata objavljivale rezultate izlaznih anketa, pri čemu je svaka nova objava uključivala rezultate na većem broju ispitanika. U članku su prikazani završni podaci. Za potrebe ove studije, sve podatke ustupile su agencije koje su provele istraživanja.

obzira na smjer pojedinačnog odstupanja). Budući da je riječ o klaster-uzorcima koji povećavaju pogrešku uzorka, standardna pogreška koja bi vrijedila za jednostavne slučajne uzorke, uz rizik u zaključivanju od 5 posto¹⁴ uvećana je za 30 posto.¹⁵

Predsjednički izbori 2005.

Rezultati anketa provedenih u povodu prvoga kruga predsjedničkih izbora u osnovi su vrlo slični: obje su agencije predvidjele uvjerljivu izbornu prevlast Stjepana Mesića te ulazak Borisa Mikšića u drugi izborni krug, dok je Jadranka Kosor bila na trećem mjestu (Tablica 1). U numeričkom smislu, u oba je slučaja podcijenjen rezultat kandidatkinje HDZ-a Jadranke Kosor, a precijenjen rezultat neovisnoga kandidata Borisa Mikšića (odstupanja su izvan granica standardne pogreške), pa je tako zamijenjen njihov poredak prema stvarnom ishodu izbora. Iako je prosječno odstupanje za svih 10 kandidata, u oba slučaja, iznosilo tek približno 0,4 postotna boda, ukupni dojam o valjanosti istraživanja temeljio se na činjenici da su obje agencije neprecizno procijenile rezultate i poredak kandidata na drugoj i trećoj poziciji te tako pogrešno prognozirale sudionike drugoga izbornog kruga. U televizijskom predstavljanju taj je dojam potenciran nedostatno opreznom interpretacijom rezultata, bez metodoloških rezervi koje se uobičajeno vezuju uz rezultate anketnih istraživanja te, osobito, njihovim uspoređivanjem s objavljenim podacima Državnoga izbornog povjerenstva, koji su uključivali i podatke o glasovanju Hrvata u inozemstvu (koji, dakako, nisu obuhvaćeni provedenim istraživanjima) i time još povećali razliku između istraživačkih i izbornih rezultata.

Iako su u drugom krugu obje agencije točno predvidjele ishod izbora (koji gotovo da i nije bilo moguće promašiti), u statističkom smislu rezultati su bili bitno manje valjani. Tako je odstupanje anketnih procjena GfK iznosilo, u prosjeku, 5,3, a agencije Puls 2,7 postotnih bodova (Tablica 2). Kao i u prvom krugu, obje agencije podcijenile su rezultat HDZ-ove kandidatkinje Jadranke Kosor, a ovaj put su precijenile i rezultat Stjepana Mesića. Tako je u izlaznim anketama procijenjena razlika između tih kandidata bila 47,2 (GfK), odnosno 42,0 postotka (Puls), dok je na izborima iznosila 36,6 postotnih bodova. Ipak, zbog ispravna predviđanja političkih posljedica izbora, odnosno uvjerljiva vodstva Stjepana Mesića i u izlaznim anketama i na izborima, te su nepreciznosti imale manjeg odjeka nego one prilikom prvoga izbornoga kruga.

¹⁴ Iako je u ostalim validacijskim studijama prikazanima u ovoj knjizi standardna pogreška uzorka određena u granicama pouzdanosti od 99 posto, u slučaju izlaznih anketa, od kojih se očekuje puno veća preciznost nego od predizbornih istraživanja, primijenjen je kriterij pouzdanosti od 95 posto (rizik u zaključivanju od 5 posto) koji podrazumijeva nešto uži raspon standardne pogreške.

¹⁵ O tome više u: Killip i sur. (2004.); Merkle i Edelman (2002.).

Tablica 1

Prvi krug izbora za predsjednika RH 2005.: usporedba rezultata izbora i rezultata izlaznih anketa (važeći listići)

Kandidati	Rezultati izbora* %	Izlazna anketa: GfK (Nova TV i RTL) ¹⁶			Izlazna anketa: Puls (HRT)		
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška** %	Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška** %
Stjepan Mesić	50,7	50,2	-0,5	0,9	50,9	-0,3	0,9
Jadranka Kosor	19,1	17,0	-2,1	0,7	17,3	-1,8	0,7
Boris Mikšić	18,2	19,7	1,5	0,7	19,9	1,6	0,8
Đurđa Adlešić	2,8	3,3	0,5	0,3	3,0	0,2	0,3
Dr. sc. Slaven Letica	2,6	2,7	0,1	0,3	2,5	-0,1	0,3
Ljubo Česić	1,8	1,8	0,0	0,2	2,0	0,2	0,3
Ivić Pašalić	1,6	1,6	0,0	0,2	1,4	-0,2	0,2
Dr. sc. Anto Kovačević	0,8	0,9	0,1	0,2	0,6	-0,2	0,1
Miroslav Blažević	0,8	1,1	0,3	0,2	0,9	0,1	0,2
Miroslav Rajh	0,7	0,8	0,1	0,2	0,8	0,1	0,2
Doris Košta	0,4	0,5	0,1	0,1	0,4	0,0	0,1
Mladen Kešer	0,3	0,2	-0,1	0,1	0,3	0,0	0,1
Dr. sc. Tomislav Petrak	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1
Broj ispitanika				20.619			18.289
Prosječno odstupanje %				0,4			0,4

*Rezultati samo za Hrvatsku, bez birališta u inozemstvu¹⁷; ** p≤0,05, uz korekciju za klaster-uzorke

Tablica 2

Drugi krug izbora za predsjednika RH 2005.: usporedba rezultata izbora i rezultata izlaznih anketa (važeći listići)

Kandidati	Rezultati izbora* %	Izlazna anketa: GfK (Nova TV i RTL) ¹⁸			Izlazna anketa: Puls (HRT)		
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška** %	Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška** %
Stjepan Mesić	68,3	73,6	5,3	0,8	71,0	2,7	0,9
Jadranka Kosor	31,7	26,4	-5,3	0,8	29,0	-2,7	0,9
Broj ispitanika				21.722			17.223
Prosječno odstupanje %				5,3			2,7

*Rezultati samo za Hrvatsku, bez birališta u inozemstvu¹⁹; ** p≤0,05, uz korekciju za klaster-uzorke

- ¹⁶ Agencija je dostavila anketne rezultate s „nevažećim listićima“ (tj. upitnicima bez odgovora o izboru kandidata), kojih je bilo oko 3 posto. Budući da su u ovoj studiji provedene usporedbe s izbornim rezultatima za važeće listiće, rezultati ankete preračunati su i prikazani bez nevažećih listića.
- ¹⁷ Zbog određenih tehničkih razloga, u slučaju predsjedničkih izbora iz službenih su rezultata isključeni samo podaci za dijaspору i ostala birališta u inozemstvu, ali ne i za posebna biračka mjesta u Hrvatskoj (zatvori, bolnice, brodovi i sl.) koja nisu mogla biti obuhvaćena izlaznim anketama, pa ih je zbog preciznosti usporedbe također trebalo isključiti (to je bilo moguće učiniti samo u slučaju parlamentarnih izbora 2007. godine). No kako je riječ o razmjerno malom broju glasača, ta pojedinost nije mogla bitno utjecati na rezultate ove analize.
- ¹⁸ Isto kao u bilješci 16.
- ¹⁹ Isto kao i u bilješci 17.

Lokalni izbori 2005.

Rezultati izlaznih anketa na lokalnim izborima 2005., u četiri najveća grada, prikazani su u Tablicama 3 – 6. U cjelini uzevši, podaci pokazuju da su istraživanja u Splitu i Osijeku osigurala uočljivo preciznije izborne procjene nego ona u Zagrebu i Rijeci – najveća razlika između pojedinačnih anketnih i izbornih rezultata bila je u Splitu 1,4, a u Osijeku 1,9 postotnih bodova, svi su rezultati bili unutar raspona slučajnog varijabiliteta ili blizu njegove gornje granice, dok je prosječno odstupanje iznosilo 1,1 odnosno 0,7 postotnih bodova. Iako je, kao i rezultatima za Split i Osijek i istraživanjima u Rijeci i Zagrebu ispravno procijenjen redoslijed izbornih lista, prosječna odstupanja bila su veća (1,4 odnosno 1,9 postotnih bodova), više je rezultata bilo izvan granica standardne pogreške uzorka, a najveća pojedinačna odstupanja iznosila su 2,2 (Rijeka) odnosno 6 postotnih bodova (Zagreb). Na području Rijeke donekle su podcijenjeni rezultati koalicijske liste na čelu s HDZ-om, a precijenjeni rezultati PGS-a i njegovih koalicijskih partnera, dok je anketom u Zagrebu značajno precijenjen rezultat koalicijske liste na čelu s SDP-om, a podcijenjena lista koalicije predvođene HDZ-om (Tablica 3). Iako takva odstupanja nisu promijenila ispravan poredak pojedinačnih izbornih opcija, procjena konačnog ishoda izbora u Zagrebu ipak je bila pogrešna jer je upućivala na zaključak da će SDP-ova lista postići rezultat koji će joj omogućiti samostalno konstituiranje gradske vlade.

Tablica 3

Izbori za Skupštinu grada Zagreba 2005.: usporedba rezultata izbora i rezultata izlaznih anketa (važeći listići)

Stranke/liste	Rezultati izbora %	Izlazna anketa: Puls (HRT)		
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška* %
SDP; HSS; HSU	40,9	46,9	6,0	1,8
HDZ; DC; HSL; DEMOKRŠĆANI	15,4	12,1	-3,3	1,2
HSP	11,4	10,3	-1,0	1,1
HNS; LS	8,1	8,7	0,6	1,0
NL – mr. sc. Tatjana Holjevac	7,0	5,9	-1,1	0,9
NL – Boris Mikšić	5,9	5,3	-0,6	0,8
Ostali	11,3	10,8	-0,5	1,1
Broj ispitanika				4835
Prosječno odstupanje %				1,9

* $p \leq 0,05$, uz korekciju za klaster-uzorke

Tablica 4

Izbori za Gradsko vijeće Splita 2005.: usporedba rezultata izbora i rezultata izlaznih anketa (važeći listići)

Stranke/liste	Rezultati izbora %	Izlazna anketa: Puls (HRT)		
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška* %
SDP; HNS; HSU; HSS	29,6	28,5	-1,1	2,2
HDZ	19,6	18,5	-1,1	1,9
NL – Željko Jerkov	14,5	14,9	0,4	1,8
HČSP; HRVATSKI BLOK; HDRS; DEMOKRŠĆANI	9,0	7,6	-1,4	1,3
NL – Slobodan Beroš	5,3	6,2	0,9	1,2
HSP	5,1	4,7	-0,4	1,1
Ostali	16,9	19,6	2,7	2,0
Broj ispitanika				2628
Prosječno odstupanje %				1,1

* $p \leq 0,05$, uz korekciju za klaster-uzorke

Tablica 5

Izbori za Gradsko vijeće Rijeke 2005.: usporedba rezultata izbora i rezultata izlaznih anketa (važeći listići)

Stranke/liste	Rezultati izbora %	Izlazna anketa: Puls (HRT)		
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška* %
SDP; HNS; IDS; HSU; HSS; LS; ARS; SDAH	48,7	47,1	-1,7	2,0
HDZ; DEMOKRŠĆANI; HKDU; DC	18,0	16,0	-2,0	1,5
PGS; HSLS; ZELENI	9,3	11,5	2,2	1,3
HSP	6,7	6,3	-0,4	1,0
BV – TREĆI BLOK	6,5	6,3	-0,2	1,0
Ostali	10,8	12,8	2,0	1,3
Broj ispitanika				4054
Prosječno odstupanje %				1,4

* $p \leq 0,05$, uz korekciju za klaster-uzorke

Tablica 6
Izbori za Gradsko vijeće Osijeka 2005.: usporedba rezultata izbora i rezultata izlaznih anketa
(važeci listići)

Stranke/liste	Rezultati izbora %	Izlazna anketa: Puls (HRT)		
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška* %
NL – Branimir Glavaš	25,4	27,3	1,9	1,9
LS; HNS; SBHS; ZELENi HR	19,2	18,7	-0,5	1,7
HSP	13,7	14,4	0,7	1,5
SDP; HSS	12,2	11,8	-0,4	1,4
HDZ	8,2	8,1	-0,1	1,2
HSU	6,4	5,0	-1,4	0,9
Ostali	14,9	14,7	-0,2	1,5
Broj ispitanika				3534
Prosječno odstupanje %				0,7

* $p \leq 0,05$, uz korekciju za klaster-uzorke

Izbori za Hrvatski sabor 2007.

Od svih dosad provedenih izlaznih istraživanja, najveću pozornost javnosti zacijelo su privukla ona u povodu izbora za Hrvatski sabor 2007. godine, unijevši dodatnu dramatičnost u ionako neizvjesnu izbornu noć. Na tim su izborima izlazne ankete provele agencije Puls (HRT), Mediana Fides (Nova TV) i Valicon (RTL televizija). Budući da su rezultati morali biti procijenjeni na razini izbornih jedinica, anketama je obuhvaćeno između 26.000 (Mediana Fides) i 38.000 (Valicon) ispitanika, odnosno između 300 i 400 izbornih mjesta (Tablica 7).

Procjene provedenih izlaznih istraživanja i ovaj su put, u osnovi, bile vrlo slične. Sve tri ankete predviđele su prednost SDP-a u odnosu prema HDZ-u, i to u rasponu od 1,5 (Puls) do 2,2 (Valicon) postotna boda, a ishod izbora bio je obratan (HDZ je pobijedio s razlikom od 1,9 postotaka).²⁰ Procjene rezultata i poredak ostalih lista uglavnom su u skladu sa stvarnim rezultatima izbora, pa se prosječna odstupanja rezultata za osam glavnih lista i skupni rezultat ostalih stranaka kreće u rasponu od 0,5% (Puls) do 0,7% (Mediana Fides i Valicon).

²⁰ Razlika se odnosi na rezultate referirane u Tablici 7. U ukupnim rezultatima, koji uključuju posebna biračka mjesta u Hrvatskoj, dijasporu i ostala birališta u inozemstvu razlika u korist HDZ-a bila je veća.

Tablica 7
Izbori za Hrvatski sabor 2007.: usporedba rezultata izbora i rezultata izlaznih anketa (važeći listići)

Stranke	Rezultati izbora* %	Izlazna anketa: Mediana Fides (Nova TV)				Izlazna anketa: Valicon (RTL)				Izlazna anketa: Puls (HRT)		
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška** %		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška** %		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška** %
SDP	32,7	35,4	2,7	0,8	35,4	2,7	0,7		34,5	1,8	0,6	
HDZ	34,6	33,5	-1,1	0,7	33,2	-1,4	0,7		33,0	-1,6	0,6	
HNS	7,1	7,1	0,0	0,4	6,7	-0,4	0,3		7,1	0,0	0,3	
HSS; HSL; PGS	6,8	6,1	-0,7	0,4	6,7	0,1	0,3		6,8	0,0	0,3	
HSU	4,3	3,3	-1,0	0,3	3,6	-0,7	0,3		3,9	-0,4	0,3	
HSP	3,5	3,8	0,3	0,3	3,7	0,2	0,3		3,4	-0,1	0,2	
HDSSB	1,9	2,0	0,1	0,2	2,3	0,4	0,2		1,9	0,0	0,2	
IDS	1,6	1,3	-0,3	0,2	1,5	-0,1	0,2		1,7	0,1	0,2	
Ostali	7,6	7,5	-0,1	0,4	6,9	-0,7	0,4		7,7	0,1	0,4	
Broj ispitnika				26.015			38.328				35.278	
Prosječno odstupanje %				0,7			0,7				0,5	

* Rezultati za Hrvatsku, bez posebnih biračkih mjesta i biračkih mjesta u inozemstvu.²¹

** $p \leq 0,05$, uz korekciju za klastar-uzorke

²¹ Uzeti su u obzir rezultati za birače koji su mogli biti dostupni u izlaznim anketama, odnosno za one koji su glasovali na redovitim biračkim mjestima. Dakle, osim glasova dijaspore, iz prikaza su isključeni i rezultati za posebna biračka mjesta u Hrvatskoj (zatvori, bolnice, brodovi i sl.) te za biračišta u inozemstvu koja su uključena u prvih 10 izbornih jedinica.

Slično kao i prilikom prvoga kruga predsjedničkih izbora 2005. godine, i prilikom izbora 2007. godine ukupni dojam o nepreciznosti izlaznih anketa potenciran je činjenicom da su njihovim rezultatima pogrešno predviđene političke posljedice izbora, u ovom slučaju izborni pobjednik koji ima najbolje izgleda za sastavljanje nove vlade. U televizijskom izvještavanju o rezultatima tom je dojmu, i u slučaju parlamentarnih izbora, pridonijela neoprezna interpretacija anketnih podataka, u kojoj, zbog relativno male numeričke razlike u ključnim procjenama, nisu uzete u obzir moguće metodološke rezerve u zaključivanju, već su anketni rezultati uglavnom tretirani kao da su izborni.²² U televizijskoj prezentaciji već ionako precijenjena preciznost anketnih rezultata bila je još dodatno potencirana medijski atraktivnim, ali matematički neopravdanim, preračunavanjem u saborske mandate. I ovom prilikom, naime, valja imati na umu da su rezultati izlaznih anketa, iako bi trebali biti točniji od predizbornih, također samo procjena izbornih rezultata. Budući da je d'Hontova metoda, koja se u Hrvatskoj primjenjuje za izračun zastupničkih mjesta, vrlo osjetljiva i na male numeričke razlike, takvo preračunavanje ne bi bilo opravdano ni da su anketni rezultati bili točniji od ostvarenih.

Izbori od 2009. do 2015. godine

Nakon prvih, pomalo razočaravajućih iskustava s izlaznim anketama, za koja je osim određenih nepreciznosti zasigurno bila odgovorna i neoprezna interpretacija rezultata, od 2009. godine izlazna su istraživanja dostigla uočljivo višu razinu valjanosti, kako u statističkom smislu tako i u pogledu predviđanja političkih posljedica izbora. To zapažanje vrijedi za većinu od ukupno 14 izlaznih anketa u povodu predsjedničkih, parlamentarnih i lokalnih izbora, provedenih u razdoblju od 2009. do 2015. godine.²³ U nastavku je pregled njihovih rezultata.

²² Na primjer, na HRT-u su rezultati prikazani čak sa dva decimalna mjesta. Iako je to, prema informacijama iz agencije Puls, bila posljedica tehničkih okolnosti (softverske mogućnosti bile su prilagođene načinu prikazivanja rezultata Državnog izbornog povjerenstva), time je ipak sugerirana velika preciznost anketnih rezultata.

²³ Kao što je već rečeno, od 2009. godine izlazne ankete u Hrvatskoj provodi samo agencija Ipsos Puls (prije Puls) za nacionalne televizijske kuće HRT, Nova TV i RTL.

Predsjednički izbori 2009./10. i 2014./15.

Za razliku od izlaznih anketa provedenih u povodu izbora za predsjednika Republike Hrvatske 2005. godine – rezultati kojih su u nekim slučajevima odstupili od rezultata izbora i za približno 5 postotaka (istraživanje GfK u drugom izbornom krugu) – u izlaznim istraživanjima 2009./10. i 2014./15. godine najveće pojedinačno odstupanje iznosilo je 1,5 postotnih bodova (drugi krug izbora 2010. godine). Najveća pojedinačna kao i prosječna odstupanja rezultata manja su i u usporedbi s tadašnjim rezultatima agencije Puls koja je u drugom izbornom krugu 2005. godine zabilježila odstupanje od 2,7 postotnih bodova.

Tablica 8

Prvi i drugi krug izbora za predsjednika RH 2009./10.: usporedba rezultata izbora i izlaznih anketa (važeći listići)

Kandidati	Prvi krug				Drugi krug			
	Rezultati izbora* %	Izlazna anketa: Ipsos Puls (HRT, Nova TV, RTL)			Rezultati izbora* %	Izlazna anketa: Ipsos Puls (HRT, Nova TV, RTL)		
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška** %		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška** %
Dr. sc. Ivo Josipović	33,8	33,2	-0,6	1,2	63,1	64,6	1,5	1,2
Milan Bandić	13,9	14,3	0,4	0,9	36,9	35,4	-1,5	1,2
Dr. sc. Andrija Hebrang	11,7	12,3	0,6	0,8				
Nadan Vidošević	11,7	11,9	0,2	0,8				
Dr. sc. Vesna Pusić	7,6	7,7	0,1	0,7				
Dr. sc. Dragan Primorac	6,0	5,9	-0,1	0,6				
Dr. sc. Miroslav Tuđman	3,9	3,6	-0,3	0,5				
Damir Kajin	4,0	4,2	0,2	0,5				
Dr. sc. Josip Jurčević	2,8	2,6	-0,2	0,4				
Boris Mikšić	2,2	2,0	-0,2	0,4				
Vesna Škare Ožbolt	1,9	1,6	-0,3	0,3				
Slavko Vukšić	0,4	0,6	0,2	0,2				
Broj ispitanika	10.084				10.773			
Prosječno odstupanje %	0,3				1,5			

* Rezultati za Hrvatsku, bez birališta u inozemstvu

** $p \leq 0,05$, uz korekciju za klaster-uzorke

Tablica 9

Prvi i drugi krug izbora za predsjednika RH 2014./15.: usporedba rezultata izbora i izlaznih anketa (važeći listići)

Kandidati	Prvi krug				Drugi krug ²⁴			
	Rezultati izbora* %	Izlazna anketa: Ipsos Puls (HRT, Nova TV, RTL)			Rezultati izbora* %	Izlazna anketa: Ipsos Puls (HRT, Nova TV, RTL)		
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška** %		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška** %
Dr. sc. Ivo Josipović	39,4	39,4	0,0	1,1	49,95	48,80	-1,15	1,03
Kolinda Grabar Kitarović	37,4	38,6	1,2	1,1	50,05	51,20	1,15	1,03
Ivan Sinčić	16,8	16,2	-0,6	0,8				
Dr. sc. Milan Kujundžić	6,4	5,8	-0,6	0,5				
Broj ispitanika				12.702				15.321
Prosječno odstupanje %				0,6				1,15

* Rezultati za Hrvatsku, bez birališta u inozemstvu

 ** $p \leq 0,05$, uz korekciju za klaster-uzorke

Na visok stupanj valjanosti izlaznih istraživanja na predsjedničkim izborima od 2009. do 2015. godine ukazuje i podatak da je od ukupno 20 procjena izbornih rezultata njih 14 unutar granica slučajnog varijabiliteta, a ostale su vrlo blizu tih granica. Uz to, sve četiri provedene ankete omogućile su ispravno predviđanje izbornih pobjednika odnosno kandidata koji će ući u drugi izborni krug, iako su na izborima 2014./2015. godine razlike u izbornim rezultatima pobjedničkog i drugoplasiranog kandidata na razini Hrvatske iznosile samo 2,0 (prvi krug) odnosno 0,1 (drugi krug) postotnih bodova.

²⁴ Podaci za drugi izborni krug iskazani su s dva decimalna mjesta zbog vrlo male razlike među izbornim rezultatima.

Izbori za Hrvatski sabor 2011.

Iako je izlaznom anketom na izborima za Hrvatski sabor 2001. godine ispravno predviđen izborni pobjednik (kao i u nekim drugim izbornim situacijama, zbog velike razlike među rezultatima dviju vodećih izbornih opcija u tom smislu gotovo i nije bilo moguće pogriješiti), u cjelini uzevši, to je istraživanje bilo čak i nešto manje precizno nego izlazna anketa Pulsa na parlamentarnim izborima 2007. godine kojom je, kao i ostalim tada provedenim istraživanjima, bila pogrešno predviđena pobjeda tada drugoplasirane stranke. Istraživanjem 2011. godine nešto je slabije previđen poredak pojedinih izbornih lista, a maksimalno pojedinačno odstupanje istraživačkih od izbornih rezultata bilo je nešto veće nego 2007. godine.

Tablica 10

Izbori za Hrvatski sabor 2011.: usporedba rezultata izbora i izlaznih anketa (važeci listići)

Stranke/liste	Rezultati izbora* %	Izlazna anketa: Ipsos Puls (HRT, Nova TV, RTL)		
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška** %
SDP; HNS; HSU; IDS	41,1	43,8	2,7	0,7
HDZ; HGS; DC	23,5	21,9	-1,6	0,6
HRVATSKI LABURISTI – STRANKA RADA	5,1	5,3	0,2	0,3
HSS; ZS; SP	3,1	3,2	0,1	0,3
HSLŠ; ZDS	3,1	3,0	-0,1	0,2
HSP; HSNS	3,0	2,7	-0,3	0,2
HDSSB	3,0	3,0	0,0	0,2
BUZ; PGS; HRS	2,8	2,4	-0,4	0,2
HSP AS; ČSP	2,8	2,6	-0,2	0,2
NL dr. sc. Ivan Grubišić	2,8	2,8	0,0	0,2
Ostali	9,6	9,3	-0,3	0,4
Broj ispitanika				34.757
Prosječno odstupanje %				0,5

* Izborne jedinice I-X²⁵** $p \leq 0,05$ uz korekciju za klaster-uzorke

²⁵ Izborni rezultat za koaliciju HDZ-HGS-DC dobiven je zbrajanjem rezultata HDZ-a (14,38%) s rezultatima koje je u nekim izbornim jedinicama ta stranka ostvarila sa svojim koalicijskim partnerima (HDZ-HGS = 7,15%, HDZ-DC = 1,97%). Na isti su način izračunati izborni rezultati za ostale stranke koje su imale koalicijske partnere u nekim izbornim jedinicama.

Kao što se to najčešće događalo i na prethodnim parlamentarnim i lokalnim izborima, i ovom je izlaznom anketom precijenjen rezultat SDP-a, a podcijenjena izborna pozicija HDZ-a (odnosno koalicija predvođenih tim strankama), što je rezultiralo nešto većom razlikom između vodeće i drugoplasirane izborne opcije (21,9 postotnih bodova) od one ostvarene na izborima (17,6 postotaka). Anketne procjene za ostale izborne liste unutar su raspona standardne pogreške uzorka ili blizu granica toga raspona.

Lokalni izbori 2009. i 2013.

Rezultati izlaznih anketa na lokalnim izborima 2009. i 2013. godine prikazani su u Tablicama 11 – 15. Ankete su provedene u četiri najveća grada u povodu izbora gradonačelnika (prvi krug) i članova gradskih vijeća odnosno Skupštine grada Zagreba.

Tablica 11
Izbori za gradonačelnika Zagreba 2009. (prvi krug): usporedba rezultata izbora i izlaznih anketa (važeci listići)

Kandidati	Rezultati izbora %	Izlazna anketa: Puls (Nova TV, RTL)		
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška* %
Milan Bandić	49,4	49,3	-0,1	1,9
Dr. sc. Josip Kregar	23,6	24,2	0,6	1,6
Jasen Mesić	13,4	13,7	0,3	1,3
Mr. sc. Tatjana Holjevac	6,0	6,1	0,1	0,9
Miroslav Rožić	4,0	3,5	-0,5	0,7
Zlatko Klarić	1,6	1,3	-0,3	0,4
Antun Kljenak	1,5	1,3	-0,2	0,4
Stipe Tojčić	0,4	0,5	0,1	0,3
Broj ispitnika				4660
Prosječno odstupanje %				0,3

* $p \leq 0,05$, uz korekciju za klaster-uzorke

Tablica 12
Izbori za gradonačelnika (prvi krug) i Gradsku skupštinu Zagreba 2013.: usporedba rezultata izbora i izlaznih anketa (važeci listići)

Kandidati	Izbori za gradonačelnika				Izbori za Gradsku skupštinu				
	Rezultati izbora %	Izlazna anketa: Ipsos Puls (HRT, Nova TV, RTL)			Stranke/ liste	Rezultati izbora %	Izlazna anketa: Ipsos Puls (HRT, Nova TV, RTL)		
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška* %			Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška* %
Milan Bandić	48,3	45,8	-2,5	1,7	SDP; HNS; HSU; ZS; ZZ	25,2	26,0	0,8	1,6
Dr. sc. Rajko Ostojić	23,2	25,3	2,1	1,5	KLGB: Milan Bandić	24,4	25,3	0,9	1,6
Vladimir Ferdelji	17,7	16,8	-0,9	1,3	HDZ; HSP; AS; BUŽ; ZS; ZDS; HDS	14,7	15,6	0,9	1,3
Margareta Maderić	5,5	6,7	1,2	0,9	HSL; HSS; ZL; DSU	11,1	10,8	-0,3	1,1
Mr. sc. Tatjana Holjevac	2,0	1,4	-0,6	0,4	HRVATSKI LABURISTI – Stranka rada	4,8	4,5	-0,3	0,7
Branko Vukšić	2,0	2,3	0,3	0,5	ZA GRAD	3,7	4,3	0,6	0,7
Ante Zvonimir Golem	0,8	1,0	0,2	0,4	HRAST – Pokret za uspješnu Hrvatsku	3,3	4,0	0,7	0,7
Siniša Šukunda	0,5	0,7	0,2	0,3	ZNL	3,1	1,9	-1,2	0,5
Broj ispitivanja				5329	Ostali	9,7	7,6	-2,1	0,9
Prosječno odstupanje				1,0					5092
									0,9

* $p \leq 0,05$, uz korekciju za klaster-uzorke

Tablica 13
 Izbori za gradonačelnika (prvi krug) i Gradsko vijeće Splita 2013.: usporedba rezultata izbora i izlaznih anketa (važeci listići)

Kandidati	Izbori za gradonačelnika				Izbori za Gradsko vijeće				
	Rezultati izbora %	Izlazna anketa: Ipsos Puls (HRT, Nova TV, RTL)			Rezultati izbora %	Siranke/liste	Izlazna anketa: Ipsos Puls (HRT, Nova TV, RTL)		Standardna pogreška* %
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška* %			Rezultat %	Odstupanje %	
Ivo Baldasar	29,9	30,1	0,2	1,8	SDP; HNS; HSU	23,4	20,3	-3,1	1,6
Vjekoslav Ivanišević	22,3	22,8	0,5	1,6	HDZ; HSP AS; HČSP; HSL; HDS; BUZ	21,2	22,7	1,5	1,7
Željko Kerum	19,0	17,2	-1,8	1,5	HGS; HSS; SU	12,4	12,0	-0,4	1,3
Marijana Puljak	9,8	10,5	0,6	1,2	KLGB; Marijana Puljak	9,3	9,9	0,6	1,2
Anđelka Visković	8,1	8,4	0,3	1,1	KLGB: dr. sc. Ivan Grubišić	8,0	11,0	3,0	1,2
Tomislav Zanimović	3,0	3,0	0,0	0,7	KLGB: Anđelka Visković	5,6	5,9	0,3	0,9
Sanja Biloč	1,9	1,9	0,1	0,5	AHU; ASH; SSU; SP; ZS; SUH	2,6	1,8	-0,8	0,5
Damir Vidošević	1,9	2,3	0,4	0,6	HRAST – Pokret za uspješnu Hrvatsku	2,6	2,3	-0,3	0,6
Pero Vučica	1,4	1,3	-0,1	0,4	KLGB: Tomislav Zanimović	2,3	2,5	0,2	0,6
Hrvoje Tomasović	1,4	1,1	-0,3	0,4	HSP; A-HSP	2,0	1,8	-0,2	0,5
Marijo Popović	1,3	1,4	0,1	0,5	KLGB: Dragan Markovina	2,0	1,9	-0,1	0,5
Broj ispitanika				4305	Ostali	8,6	7,9	-0,7	1,0
Prosječno odstupanje				0,4					4178
									0,9

 * $p \leq 0,05$, uz korekciju za klaster-uzorke

Tablica 14
Izbori za gradonačelnika (prvi krug) i Gradsko vijeće Rijeke 2013.: usporedba rezultata izbora i izlaznih anketa (važeci listići)

Kandidati	Izbori za gradonačelnika				Izbori za Gradsko vijeće			
	Rezultati izbora %	Izlazna anketa: Ipsos Puls (HRT, Nova TV, RTL)			Rezultati izbora %	Izlazna anketa: Ipsos Puls (HRT, Nova TV, RTL)		
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška* %		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška* %
Vojko Obersnel	49,4	48,7	-0,7	2,1	44,7	44,6	-0,1	2,2
Hrvoje Burić	16,6	16,7	0,1	1,6	16,8	17,2	0,4	1,6
Predrag Šustar	15,1	16,5	1,4	1,6	13,7	14,8	1,1	1,5
Dr. sc. Nikola Ivaniš	11,0	10,9	-0,1	1,3	10,4	10,5	0,1	1,3
Danko Švorinić	4,7	4,6	-0,1	0,9	5,8	5,5	-0,3	1,0
Zvonko Čapko	3,2	2,6	-0,6	0,7	3,3	2,7	-0,6	0,7
					2,3	1,8	-0,5	0,6
Broj ispitnika				3562	3,0	2,9	-0,1	0,7
Prosječno odstupanje				0,5				3500
								0,4

* $p \leq 0,05$, uz korekciju za klaster-uzorke

Tablica 15

Izbori za gradonačelnika i Gradsko vijeće Osijeka 2013.: usporedba rezultata izbora i izlaznih anketa (vražeci listići)

Kandidati	Izbori za gradonačelnika				Izbori za Gradsko vijeće				
	Rezultati izbora %	Izlazna anketa: Ipsos Puls (HRT, Nova TV, RTL)			Rezultati izbora %	Stranke/liste	Izlazna anketa: Ipsos Puls (HRT, Nova TV, RTL)		Standardna pogreška* %
		Rezultat %	Odstupanje %	Standardna pogreška* %			Rezultat %	Odstupanje %	
Krešimir Bubalo	37,0	36,4	-0,6	1,9	HDSSB; ZELENI HR	30,7	30,6	-0,1	1,9
Ivan Vrkić	28,5	28,3	-0,2	1,8	SDP; HNS; HSU	18,4	19,6	1,2	1,6
Dr. sc. Dražen Vidović	12,6	12,2	-0,4	1,3	HDZ; HSP AS; SU	14,7	14,3	-0,4	1,4
Anto Đapić	9,2	9,2	0,0	1,2	NL Ante Đapić	8,9	8,6	-0,3	1,1
Jaroslav Pecnik	6,5	6,7	0,2	1,0	HRVATSKI LABURISTI – Stranka rada	8,0	8,1	0,1	1,1
Miroslav Šimić	3,7	4,9	1,2	0,9	KLGB: Miroslav Šimić	5,1	5,7	0,6	0,9
Daria Paloš	1,7	1,4	-0,3	0,5	HSP	3,2	2,8	-0,4	0,7
Zlata Halusek	0,8	0,9	0,1	0,4	HRAST – Pokret za uspješnu Hrvatsku	2,0	2,1	0,1	0,6
Broj ispitanika				4007	Ostali	9,0	8,2	-0,8	1,1
Prosječno odstupanje									3926
				0,4					0,4

 * $p \leq 0,05$, uz korekciju za klaster-uzorke

Iako je, u prosjeku, u svih 9 provedenih izlaznih anketa postignut zadovoljavajući stupanj ukupne valjanosti (u svim su slučajevima ispravno predviđeni izborni pobjednici i kandidati za drugi krug gradonačelničkih izbora, a prosječno odstupanje rezultata ne prelazi 1 postotni bod) najveća je preciznost postignuta u povodu izbora za gradonačelnika Zagreba 2009. godine. Tom je prilikom ispravno predviđen poredak izbornih kandidata, svih je 8 rezultata u granicama standardne pogreške uzorka, prosječno odstupanje iznosi 0,3 postotka, a najveća pojedinačna razlika između istraživačkog i izbornog rezultata 0,6 postotnoga boda. Vrlo sličan stupanj preciznosti zabilježen je i na izborima za Gradska vijeća i gradonačelnike Osijeka i Rijeke 2013. godine s najvećom pojedinačnom razlikom između anketnih i izbornih rezultata u rasponu od 0,4 do 0,7 postotnih bodova, prosječnim odstupanjem od 0,4 do 0,5 postotaka i, u slučaju izbora za gradonačelnika Osijeka, s tek jednim rezultatom nešto izvan raspona standardne pogreške uzorka. S druge strane, razmjerno je najmanje precizna anketa u povodu izbora za Gradsko vijeće Splita 2013. godine s prosječnim odstupanjem rezultata od 0,9 postotnih bodova, statistički značajno podcijenjenim rezultatom koalicije predvođene SDP-om (za 3,1 postotak) i također značajno precijenjenim rezultatom liste Ivana Grubišića (za 3 postotna boda), te donekle poremećenim redoslijedom pojedinih izbornih takmaca. U usporedbi s ostalima, nešto su slabije i anketne procjene na izborima gradonačelnika Zagreba 2013. godine kad je rezultat Milana Bandića bio podcijenjen za 2,5 postotnih bodova, a budući da su i odstupanja nekih drugih rezultata bila veća od pripadajućih standardnih pogrešaka, prosječna razlika između istraživačkih i izbornih rezultata iznosila je približno 1 postotak.

Ostale dvije izlazne ankete po rezultatima su između najpreciznijih i onih kojima su ostvarene nešto slabije izborne procjene. U povodu izbora za Gradsku skupštinu Zagreba prosječna razlika između istraživačkih i izbornih rezultata iznosila je 0,9 postotnih bodova, uz najveće pojedinačno odstupanje od 1,2 postotka, ali je anketom ispravno predviđen izborni redoslijed i samo su 2 (uključujući i heterogenu kategoriju „ostali“) od ukupno 9 rezultata izvan raspona statističke pogreške. I na kraju, izlaznom anketom na izborima za gradonačelnika Splita ostvareno je prosječno odstupanje od 0,4 postotna boda ali su njome nešto značajnije podcijenjeni rezultati Željka Keruma (za 1,8 postotnih bodova), a u manjoj je mjeri poremećen i redoslijed pojedinih izbornih takmaca.

U cjelini mogli bismo reći da su s interpretativnog stajališta – u smislu predviđanja političkih posljedica izbora – izlazne ankete provedene na lokalnim izborima 2009. i 2013. godine postigle vrlo zadovoljavajuće rezultate, a tek s iznimkom nekoliko manje preciznih pojedinačnih procjena, ostvarile su i visok stupanj opće statističke valjanosti.

Zaključak

Pregled podataka o valjanosti izlaznih anketa u svijetu pokazuje da su, čak i u zemljama s velikim iskustvom u takvim istraživanjima, zabilježeni brojni primjeri prognostički pogrešnih projekcija izbornih rezultata. Iako to ne znači da su izlazne ankete u načelu nedostavno pouzdane, pa stoga i besmislene kao mogućnost predikcije i analize izbornoga ponašanja, ipak, u interpretaciji njihove valjanosti nipošto se ne smije smetnuti s uma da su i njihovi rezultati, kao i rezultati ostalih anketnih istraživanja, samo procjena stvarnoga stanja, pa stoga podložni raznim izvorima pogrešaka i pristranosti. To je osobito važno u slučaju izbora s malom razlikom u biračkoj podršci vodećim izbornim opcijama, kao npr. na američkim predsjedničkim izborima 2000. i 2004. godine, kad i manje nepreciznosti u anketnim rezultatima mogu rezultirati pogrešnim predviđanjem njihova ishoda.

Iako su, zbog prevladavajućeg uvjerenja o nepogrešivosti izlaznih anketa u svijetu, početni dojmovi o takvim istraživanjima u Hrvatskoj mogli biti pomalo razočaravajući, kako je ipak riječ o prvim pokušajima, držimo da njihovim rezultatima i ne moramo biti sasvim nezadovoljni. Statistički gledano, u približno polovici analiziranih izlaznih istraživanja provedenih u razdoblju od 2005. do 2007. godine prosječna odstupanja istraživačkih od izbornih rezultata bila su manja od jednog postotnog boda. No u slučaju rezultata za neke pojedinačne izborne opcije, ona su, zbog velikih uzoraka, bila izvan statistički prihvatljivih granica te stoga upućuju na određene pristranosti istraživanja, iako bi, u nekim drugim izbornim okolnostima, uglavnom bila unutar interpretacijski prihvatljivih okvira. Za javno vrednovanje analiziranih izlaznih anketa bilo je presudno, međutim, da su prilikom čak dviju izbornih situacija na nacionalnoj razini (2005. i 2007. godine) – zbog malih objektivnih razlika u odnosima ključnih izbornih opcija – takva odstupanja rezultirala pogrešnim predviđanjima njihova poretka, pa stoga i konačnog ishoda održanih izbora. Mogli bismo, zapravo, reći da su naša prva izlazna istraživanja u jednom dijelu doživjela sudbinu istovrsnih američkih istraživanja u povodu predsjedničkih izbora 2000. i 2004. godine. U ostalim izbornim situacijama, kad razlika među ključnim takmacima nije bila tijesna u interpretacijskom smislu, i u prvom razdoblju primjene izlaznih anketa hrvatska su iskustva bila uglavnom povoljna.

Na temelju analize rezultata prikazanih u studiji može se, također, zapaziti da su prvim istraživanjima rezultati HDZ-ovih lista i kandidata bili najčešće podcijenjeni, a rezultati SDP-a precijenjeni. Ta je pravilnost zabilježena u osam od jedanaest analiziranih izlaznih anketa provedenih u razdoblju od 2005. do 2007. godine. Budući da takva odstupanja nisu zabilježena na uzorcima biračkih mjesta, barem ne u slučaju izlaznih anketa Pulsa (Bačić i Lamza Posavec, 2008.), opravdano je pretpostaviti da bi jedan od razloga tome trebalo tražiti u dosljednoj utvrđenoj sklonosti slabije obrazovanih i

starijih osoba da odbiju anketiranje (npr. Bagić, 2004.; Brady i Orren, 1992.; Cantril, 1991.; De Maio, 1980.; Frankovic, 1992.; Groves, 1989.; Lamza Posavec, 1995.; 1997.; Steeh, 1981.), a takvih je osoba razmjerno više među glasačima HDZ-a nego SDP-a (npr. Bagić, 2007.; Lamza Posavec i sur., 1998.a; 2002.a; Zakošek, 1994.). Iako se na uočenim razlikama u anketnoj kooperativnosti glasača različitih demografskih osobina i stranačkih sklonosti temelje i već spomenuta objašnjenja analitičara u svezi s dosljednim istraživačkim procjenjivanjem kandidata Demokratske stranke na više američkih izbora, odnosno Laburističke stranke na izborima u Velikoj Britaniji, potpunije rasvjetljavanje mogućih izvora pristranosti u našim je uvjetima zahtijevalo detaljniju metodologijsku analizu (vidjeti Bagić i Lamza Posavec, 2008.). Jedna od posljedica provedene analize bio je razvitak odgovarajućeg sustava ponderiranja rezultata kojim je, s iznimkom izlazne ankete 2011. godine, u sljedećim izbornim situacijama taj važan izvor pristranosti uglavnom uspješno otklonjen.

U svezi s prvim izlaznim anketama u Hrvatskoj mogli bismo još dodati da njihovi rezultati, iako uglavnom nedostatno precizni, ipak nisu bili toliko pogrešni koliko je bila pogrešna njihova interpretacija i medijsko predstavljanje. U slučaju većine provedenih anketa istraživački rezultati najčešće su tretirani kao da su izborni, bez dostatno naglašenih, iako u znanstvenim analizama već dobro znanih, metodologijskih rezervi u zaključivanju o nalazima anketnih istraživanja javnoga mnijenja.

Za razliku od izlaznih anketa u povodu predsjedničkih izbora 2005. godine te izbora za Hrvatski sabor 2007. godine, od sljedećih izbora 2009. godine takva su istraživanja u prosjeku bila preciznija, kako u predviđanju političkih posljedica izbora, tako uglavnom i u procjeni pojedinačnih izbornih rezultata. To se osobito odnosi na predsjedničke i lokalne izbore u razdoblju od 2009. do 2014./15. godine. Očito je da su, nakon prevladavanja prvih teškoća, izlazne ankete u Hrvatskoj dostigle uobičajenu preciznost takvih istraživanja u SAD-u i nekim drugim zemljama s dužom demokratskom i istraživačkom tradicijom. To dakako ne isključuje mogućnost sporadičnih pogrešaka u predviđanju ishoda nekih budućih izbora koje se, uostalom, u specifičnim izbornim okolnostima povremeno događaju i u sredinama s neusporedivo većim iskustvom u provođenju takvih istraživanja.

2.

JAVNO MNIJENJE I IZBORNO
PONAŠANJE: NEKA OD MOGUĆIH
EMPIRIJSKIH OBJAŠNENJA

POKUŠAJ OBJAŠNJENJA IZBORNIH REZULTATA TEMELJEM LONGITUDINALNOG ISTRAŽIVANJA JAVNOGA MNIJENJA: STUDIJA SLUČAJA

Znanstvena analiza izbornog ponašanja u velikom je dijelu usmjerena na objašnjenje glavnih odrednica glasačkog opredjeljenja, bilo da je riječ o proučavanju mogućih individualnih razloga i motiva, bilo pak o nekim općenitijim izbornim i šire-društvenim okolnostima koje bi mogle izravnije utjecati na izborne rezultate. Bez obzira na to provode li se pretežno na mikro ili makro razini, takve se analize u pravilu zanimaju za izdvajanje onih čimbenika izbornoga ponašanja koji bitno pridonose objašnjenju konkretnih izbornih rezultata, ali ujedno, s nekom sigurnošću, mogu biti i značajnim prediktorom glasačkog odlučivanja u nekoj budućoj izbornoj situaciji.

Iako se, u našim uvjetima, brojnost takvih analiza, kao ni njihova ukupna spoznajna širina, ne mogu ni približno mjeriti s onima iz zemalja duže demokratske tradicije, od prvih višestranačkih izbora 1990. godine objavljeno je više znanstvenih radova u kojima se, na temelju empirijske građe, s različitih analitičkih polazišta nastojalo opisati dominantne odrednice izbornog ponašanja ili objasniti rezultate nekih dosadašnjih izbora. Osim znanstvenih studija i članaka neposredno usmjerenih na proučavanje određenih izbornih situacija (npr. Bačić, 2007.; Grdešić i sur., 1991.; Kasapović, 2004.; Kasapović i Šiber, 2001.; Lamza Posevec i Milas, 2000.; Milas, 2000.; 2007.; Rihtar, 1992.; Rimac, 1992.; Šiber, 1997.; 2001.; Šiber i Welzel, 1997.; Vrcan i sur., 1995.; 1999.), u tom kontekstu valja svakako spomenuti i neke analize općih odrednica izbornoga ponašanja, više ili manje neovisnih o nekim konkretnim izbornim okolnostima (npr. Burušić, 2007.; Ferić, 2008.; Karajić, 1997.; Kasapović i sur., 1998.; Milas, 1992.b; 1998.; Milas i Burušić, 2004.; Milas i Rihtar, 1997.; Milas i Rimac, 1994.; Milas i sur., 2004.; Rihtar i Ferić, 2008.; Šiber, 1993.; 2004.; 2005.; Zakošek, 1994.).

U usporedbi sa spomenutim izbornim analizama, glavna je specifičnost ove studije u pokušaju objašnjenja glasačke odluke temeljem dugotrajnijih trendova hrvatskoga javnoga mnijenja, utvrđenih longitudinalnim istraživanjem odnosa građana spram vodećih političkih stranaka, tada aktualne hrvatske vlasti i glavnih političkih institucija i aktera. Iako u nekim dijelovima ukazuje i na odnos birača spram ostalih vodećih političkih stranaka, analiza je pretežno usmjerena na objašnjenje neuspjeha Hrvatske demokratske zajednice koji je – nakon gotovo desetogodišnje kontinuirane političke i društvene dominantnosti i razmjerno stabilnih izbornih rezultata – ta stranka doživjela na izborima za Zastupnički dom Hrvatskog državnog sabora 2000. godine, izgubivši tako dotad vladajuću poziciju. Sadržajni okvir analize određen je ponajprije

raspoloživom istraživačkom građom Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar, prikupljenom u ukupno petnaest međusobno usporedivih istraživanja javnoga mnijenja,¹ provedenih u razdoblju od 1991. do 1999. godine.

U spoznajnom smislu, predočena analiza ima zasigurno nekih bitnih ograničenja. Budući da je riječ o *ex post facto* analizi, utemeljenoj na raspoloživim informacijama prikupljenima s nekim drugim istraživačkim povodima, njezini rezultati vjerojatno ne sadržavaju odgovore na sva važna ili analitički zanimljiva pitanja. Sa stajališta glavnih ciljeva analize, glavna spoznajna ograničenja raspoloživih pokazatelja javnoga mnijenja proizlaze ponajprije iz nedostatne učestalosti provedenih istraživanja i s time povezane nedostatne reprezentativnosti istraživačkih termina (koji bi na odgovarajući način pratili dinamiku općedruštvenih zbivanja i svih značajnijih pojedinačnih političkih poteza) te osobito iz pomanjkanja poslijeižbornih istraživanja, usmjerenih na ciljano ispitivanje izbornog ponašanja i motivacijske strukture izborne odluke. Uz to, u metodološkom smislu, riječ je o deskripciji agregata,² pa se stoga predočena analiza u pretežnom dijelu nužno zadržava na uopćenoj razini, ne objašnjavajući statističke međuodnose promatranih varijabli, kao ni moguće specifične razlike između pojedinih populacijskih kategorija.

Usprkos spomenutim ograničenjima, držim da je rezultate provedene analize vrijedno objaviti zbog nekoliko razloga. Prvo, oni bi mogli biti zanimljivi s konceptualnog stajališta, kao pokušaj proučavanja izbornog ponašanja temeljem rezultata longitudinalnog anketnog istraživanja. Drugo, predočeni rezultati pružaju sustavan uvid u dugoročniju dinamiku političkog javnoga mnijenja koji u mnogome objašnjava ishode državnih izbora u tijeku 1990-ih godina, a sadržavaju i neke bitne informacije o dominantnom vrijednosnom i evaluacijskom sustavu glasačkoga tijela koji bi mogao imati određenu važnost i u nekim daljnjim izbornim situacijama. I treće, rezultati provedene analize razmjerno su bogata empirijska osnova za vrednovanje jedne etape hrvatskoga političkog života (to više što je riječ o prvom desetljeću nakon prvih višestranačkih izbora koje su obilježile velike političke promjene, burna ratna događanja i uspostava

¹ Budući da je, u obuhvaćenom razdoblju, svako propitivanje odnosa javnosti spram aktualnog društvenog stanja pretežno sadržavalo eksplicitnu ili implicitnu ocjenu tada vladajuće stranke i njezinih najistaknutijih aktera, razumljivo je da raspoloživa istraživačka građa sadrži znatno više informacija o HDZ-u nego o ostalim političkim strankama. Uz to valja spomenuti da je neka od uključenih istraživanja, kao i analizu izbornog neuspjeha na kojoj se djelomice temelji i ova studija, naručila i financirala Hrvatska demokratska zajednica (odnosno, Zaklada Hrvatskog državnog zavjeta). Rezultati tih istraživanja objavljeni su 2000. godine uz pristanak tadašnjeg rukovodstva HDZ-a u časopisu *Društvena istraživanja*, god. 9, br. 4-5 (48-49): 433-471.

² Pod agregatima u ovom slučaju podrazumijevamo skupine ispitanika koji su, u svezi s nekim anketnim pitanjem, očitovali iste stavove, mišljenje ili preferencije.

državne samostalnosti Hrvatske) pa stoga i mogući poticaj ili dopuna za složenije politološke i sociološke analize koje bi to razdoblje pokušale sagledati u širem kontekstu relevantnih političkih i društvenih uvjetovanosti.

Cilj i uporišta analize

Glavni je cilj analize ukazati na bitne odrednice odnosa javnosti spram Hrvatske demokratske zajednice u razdoblju obnašanja državne vlasti te, temeljem toga, naznačiti neke od mogućih razloga značajnog gubitka glasačke potpore na izborima za Zastupnički dom Hrvatskog državnog sabora u siječnju 2000. godine. Analiza se temelji na istraživačkoj građi Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar, prikupljenoj u sklopu longitudinalnog istraživanja hrvatskog javnog mnijenja u razdoblju od studenoga 1991. do studenoga 1999. godine. Sva analizirana istraživanja provedena su metodom terenske ankete na probabilistički biranim, višestapno stratificiranim uzorcima punoljetnoga stanovništva Hrvatske. Teritorijalna stratifikacija uzorka temeljila se na podjeli Hrvatske u regije izdvojene faktorskom i klaster analizom relevantnih demografskih pokazatelja iz popisa stanovništva 1971., 1981. i 1991. godine (Rimac i sur., 1992.), a nakon 1993. godine i na administrativnoj podjeli Republike na županije. Izbor jedinica uzorka (naselja) unutar svake regije (županije) proveden je metodom jednostavnoga slučajnog izbora bez povrata, pri čemu je svaka jedinica imala vjerojatnost izbora proporcionalnu broju stanovnika s kojim sudjeluje u nadređenoj stratifikacijskoj jedinici uzorka. Adrese domaćinstava u kojima je provedeno anketiranje izdvojene su slučajnim sustavnim izborom s popisa adresa u pojedinom odabranom naselju (u naseljima s nedostatnim podacima prema postupku zonskoga uzorkovanja), a odabir ispitanika unutar kućanstava prema metodi Trol Dahla i Cartera (Trol Dahl i Carter, 1964.).

Podaci o terminima provedbe istraživanja te veličini i teritorijalnoj disperziranosti uzoraka prikazani su u Tablici A.

Tablica A

Podaci o glavnoj temi i uzorcima analiziranih istraživanja

Redni broj	Glavna tema istraživanja	Termin provedbe	Velicina uzorka	Broj obuhvaćenih naselja
1.	Ratni sukobi u Hrvatskoj	22. studenoga do 4. prosinca 1991.	1035	18 općina, 54 MZ
2.	Mirovna akcija UN-a	21. do 31. svibnja 1992.	2366	33 općine, 108 MZ
3.	Zastupnički i predsjednički izbori 1992.	10. do 17. srpnja 1992.	2146	80
4.	Zastupnički i predsjednički izbori 1992.	18. do 22. srpnja 1992.	2149	79
5.	Zastupnički i predsjednički izbori 1992.	24. do 28. srpnja 1992.	2264	79
6.	Županijski i lokalni izbori 1993.	11. do 20. siječnja 1993.	3484	95
7.	Stavovi o vlasti, strankama, akterima	28. svibnja do 9. lipnja 1993.	2427	78
8.	Stavovi o vlasti, strankama, akterima	7. do 19. prosinca 1994.	2599	101
9.	Vojno-redarstvena akcija Oluja	21. kolovoza do 5. rujna 1995.	2471	96
10.	Stavovi o vlasti, strankama, akterima	1. do 22. listopada 1996.	3441	149
11.	Predsjednički izbori 1997.	16. do 26. svibnja 1997.	1510	90
12.	Predsjednički izbori 1997.	6. do 8. lipnja 1997.	1503	90
13.	Odnos prema vlasti, strankama, akterima	20. do 28. veljače 1998.	1550	85
14.	Odnos prema vlasti, strankama, akterima	9. do 21. listopada 1998.	3474	135
15.	Zastupnički izbori 2000.	10. do 23. studenoga 1999.	4006	192

Izvori: Lamza i sur., 1991.; 1992.a; 1992.b; 1992.c; 1992.d.; 1993.a; 1993.b; 1995.a; 1995.b; Lamza Posavec i sur., 1996.; 1997.b; 1998.a; 1998.b; 1999.

Usprkos razlikama u veličini i teritorijalnoj disperziranosti uzoraka pojedinih istraživanja, zbog probabilističkog načina njihova izbora i ujednačenosti realizirane sociodemografske strukture,³ rezultati provedenih istraživanja međusobno su usporedivi.

Osim pitanja koja su se izravno odnosila na glavnu temu pojedinog istraživanja, svako je od tih istraživanja sadržavalo i blokove jednako formuliranih pitanja o stranačkim preferencijama⁴ te općim stavovima prema vlasti i vodećim političkim akterima, a povremeno su ponavljana i neka druga pitanja o odnosu javnosti spram aktualnog političkog i društvenog trenutka (procijenjene karakteristike istaknutijih političkih stranaka, odnos spram vodećih društvenih institucija, percepcija glavnih društvenih problema, opće raspoloženje stanovništva i sl.). Zahvaljujući tome, kao i međusobno usporedivim uzorcima, prikupljena istraživačka građa dopušta dinamičku analizu rezultata koja ukazuje na odgovarajuće promjene javnoga mnijenja u pojedinim razdobljima istraživanja.

Osnovni pokazatelji odnosa javnosti prema političkim strankama

Dinamička analiza glasačke pozicije HDZ-a i ostalih istaknutijih stranaka

Radi izdvajanja potencijalno važnih čimbenika izbornog neuspjeha Hrvatske demokratske zajednice u siječnju 2000. godine potrebno je najprije se osvrnuti na zabilježene rezultate o glasačkoj podršci vodećim političkim strankama⁵ u razdobljima provedbe analiziranih istraživanja.⁶ Da bi se osigurao potpuniji uvid u ukupno glasačko raspolo-

³ Određene razlike u demografskoj strukturi realiziranih uzoraka, nastale zbog autoselekcije potencijalnih ispitanika u slučaju odbijanja anketne suradnje, uklonjene su odgovarajućim postupcima ponderiranja rezultata, redovito primjenjivanima radi korigiranja reprezentativnosti uzorka.

⁴ Iznimka su istraživanja iz svibnja i lipnja 1997. godine provedena u povodu izbora za predsjednika Republike u kojima nisu postavljena neka inače uobičajena pitanja o trenutnoj poziciji pojedinih stranaka – iz oba su istraživanja ispuštene procjene moguće pobjedničke stranke na sljedećim izborima te imenovanje one stranke za koju ispitanik nipošto ne bi glasovao, dok je pitanje o stranci za koju bi u tom trenutku glasovao obuhvaćeno samo istraživanjem iz svibnja.

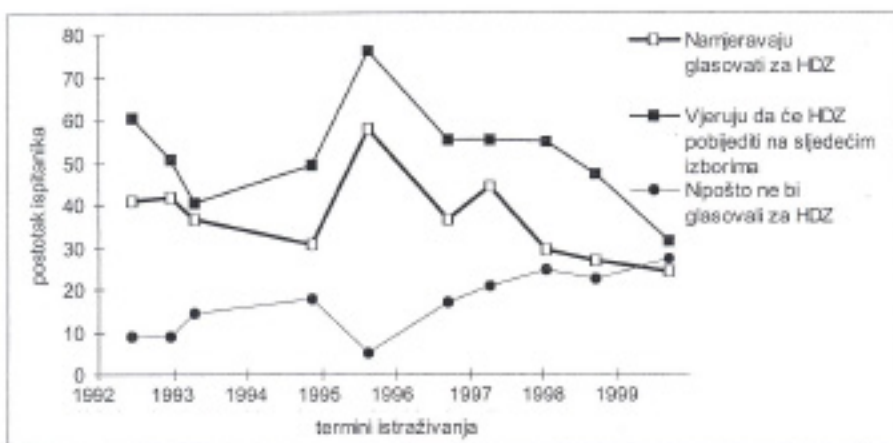
⁵ Prikaz rezultata o podršci pojedinim strankama ograničen je na četiri stranke za koje su istraživanjima javnoga mnijenja, provedenima u razdoblju koje je prethodilo izborima 2000. godine, na republičkoj razini zabilježene najveće proporcije potencijalnih glasača (HDZ, HSS, HSLS i SDP).

⁶ Iako je prvo istraživanje, obuhvaćeno analizom, provedeno još u studenome 1991. godine, podaci o dinamici glasačke podrške pojedinim strankama odnose se na razdoblje od srpnja 1992. do studenoga 1999. godine. Razlog su bitne razlike u formulaciji i tehnici postavljanja pitanja o namjerama glasovanja na izborima (do srpnja 1992. to je pitanje postavljano usmeno, a nakon toga je omogućavano tajno izjašnjavanje nalik „pravom“ glasovanju na izborima).

ženje spram pojedine stranke, osim podataka o proporcijama potencijalnih glasača (koji bi, sukladno vlastitim izjavama, u trenutku provođenja istraživanja glasovali za neku stranku), u analizu su uključeni i podaci o proporcijama njezinih izravnih oponentata (koji za nju ne bi nipošto glasovali) kao i o zastupljenosti anketiranih građana koji su, u pojedinim razdobljima istraživanja, predviđali njezinu izbornu pobjedu (Slike 1 do 4).

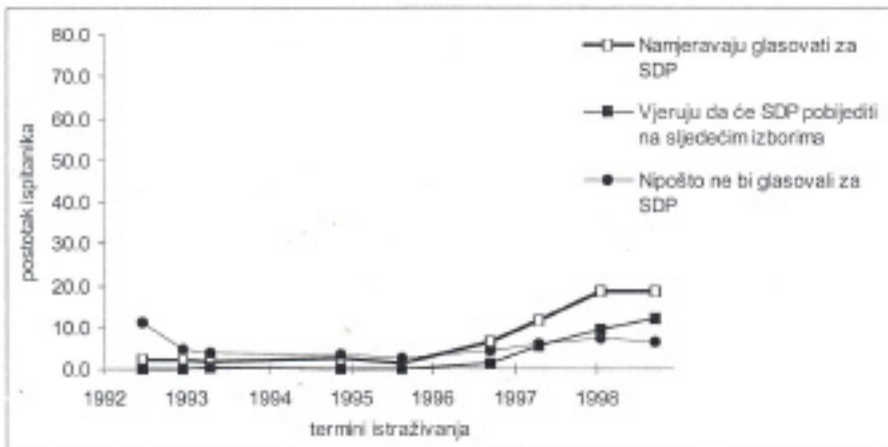
Kad je o HDZ-u riječ, istraživački podaci ponajprije pokazuju da je, u razdoblju od svibnja 1992. do studenoga 1999., raspoloženje javnosti spram te stranke bilo prilično promjenjivo, i u pogledu izravne glasačke potpore i javne percepcije njezine izborne snage, kao i u pogledu izraženog animoziteta spram mogućnosti opredjeljenja za tu stranku. Razmjerno najbolja pozicija HDZ-a zabilježena je istraživanjima u srpnju 1992., siječnju 1993., lipnju 1997. te osobito u kolovozu/rujnu 1995. godine, značajno slabija u svibnju 1993. i prosincu 1994., a najslabija u veljači i listopadu 1998. te u studenome 1999. godine. Tako je, sukladno raspoloživim podacima, Hrvatska demokratska zajednica proživljavala određenu krizu glasačke podrške javnosti već od sredine 1993. do prve polovice 1995. godine, najizrazitiji i najdosljedniji pad naklonosti birača zabilježen je od početka 1998. do kraja 1999. godine. U tom, do izbora 2000. zasigurno najkriznijem razdoblju HDZ-a, koje je i kulminiralo izbornim porazom, potencijalno izborno tijelo stranke dosljedno se smanjivalo, javna percepcija njezine izborne snage dosljedno je slabila, a iskazani animozitet javnosti kontinuirano se povećavao. O razmjerima zabilježenog pada popularnosti stranke dodatno govori podatak prema kojemu je, krajem 1999. godine, proporcija izravnih oponentata HDZ-u čak i premašila proporciju njezinih potencijalnih birača.

Slika 1
Glasačko raspoloženje spram HDZ-a u razdoblju od srpnja 1992. do studenoga 1999. godine



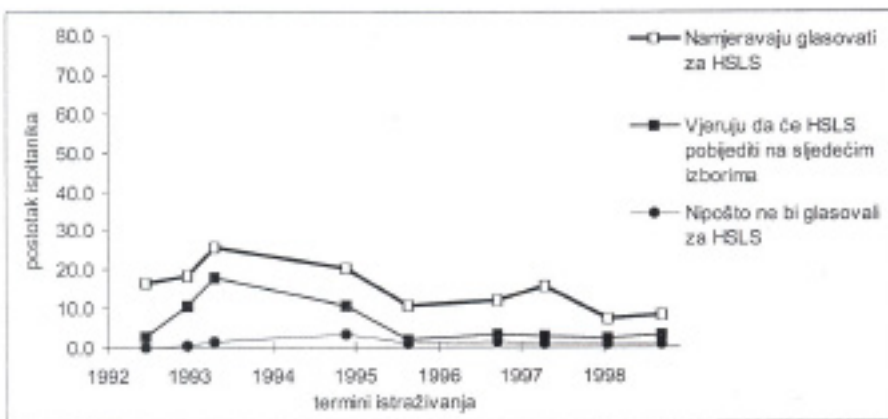
Slika 2

Glasačko raspoloženje spram SDP-a u razdoblju od srpnja 1992. do listopada 1998. godine



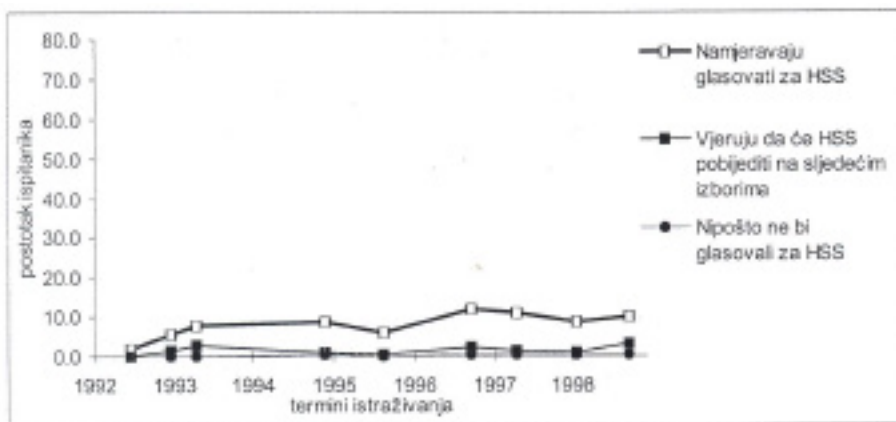
Slika 3

Glasačko raspoloženje spram HSLS-a u razdoblju od srpnja 1992. do listopada 1998. godine



Slika 4

Glasačko raspoloženje spram HSS-a u razdoblju od srpnja 1992. do listopada 1998. godine



Kao moguće objašnjenje izbornih rezultata 2000. godine, podaci o zabilježenoj glasačkoj podršci HDZ-u dobivaju još veću težinu usporede li se s istovrsnim podacima za tada vodeće oporbene stranke HSL, SDP i HSS.⁷ Pritom je osobito znakovita usporedba sa SDP-om, prema iskazanom odnosu javnosti zasigurno najizravnijoj opoziciji HDZ-u. Prema sva tri analitička kriterija (izravna glasačka podrška, percipirana izborna snaga, iskazani animozitet), dugoročan odnos javnosti spram tih dviju stranaka gotovo je zrcalno suprotstavljen. Sve do 1996. godine izravna glasačka podrška SDP-u stagnirala je u zoni razmjerno slabih izbornih mogućnosti,⁸ da bi potom, do kraja istraživanjem obuhvaćenog razdoblja, uočljivo i kontinuirano rasla. Na vrlo se sličan način mijenjao i udio glasača uvjerenih u izbornu pobjedu SDP-a, dok se istodobno

⁷ U istraživanju 1999. godine ove stranke više nisu promatrane samostalno, nego kao članice već sklopljenih koalicija, pa su stoga posljednji raspoloživi podaci o njihovom samostalnom „ratingu“ zabilježeni u listopadu 1998.

⁸ Valja napomenuti da su predočeni podaci o namjerama glasanja na izborima iskazani u odnosu prema ukupno obuhvaćenim uzorcima istraživanja u kojima su redovito bilježene i znatne proporcije neizjašnjenih ispitanika, pa su stoga numerički pokazatelji glasačke podrške, dobiveni istraživanjima, najčešće nešto niži od realnih. To se osobito odnosi na SDP i HSS kojima je, zbog određenih rezervi u javnom izražavanju glasačke naklonosti (SDP), odnosno tehničkih teškoća u odgovarajućem obuhvatu ruralnog stanovništva (HSS), u tadašnjim istraživanjima javnoga mnijenja moguća izborna pozicija bila u pravilu ponešto podcijenjena. Budući da su sustavno bilježena svim istraživanjima, takva odstupanja ipak ne osporavaju ovdje predočene trendove glasačke podrške tim strankama.

proporcija izravnih oponenta stranci, koja je do 1996. godine premašivala proporciju potencijalnih glasača, u relativnom smislu dosljedno smanjivala.

Podaci o odnosu javnosti spram HSLŠ-a i HSS-a ponajprije pokazuju da se uz te stranke, za razliku od HDZ-a i SDP-a, ni u jednom razdoblju analiziranih istraživanja nije vezivao značajniji javni animozitet, ali im je glasačka podrška bila prilično kolebljiva. Tako je, sudeći prema raspoloživim podacima, Hrvatska socijalnoliberalna stranka imala najviše glasača u tijeku 1993. godine, da bi približno iza tog razdoblja, uz neke oscilacije, njezina izborna snaga uglavnom dosljedno slabila. Popularnost Hrvatske seljačke stranke više se ili manje dosljedno povećavala sve do kraja 1996. godine,⁹ a nakon toga je počela bilježiti određeni pad. Sa stajališta glavnoga cilja analize pritom je najvažnije zapaziti da je, kako to sugeriraju istraživački rezultati, glasačka pozicija obiju stranaka imala razmjerno mali utjecaj na podršku HDZ-u, osim možda u tijeku i neposredno iza 1993. godine, kad je određeno smanjenje glasačke naklonosti HDZ-u bilo popraćeno istodobnim poboljšanjem izbornih izgleda HSLŠ-a i HSS-a.

Među ostalim pojedinostima, predloženi podaci sadržavaju barem dvije važne poruke koje značajno pridonose razumijevanju izbornih rezultata HDZ-a u siječnju 2000. godine. Prvo, tadašnji izborni poraz HDZ-a nipošto ne treba tumačiti samo promjenama javnoga mnijenja u razdoblju koje je neposredno prethodilo izborima, već ga je potrebno promatrati ponajprije kao posljedicu dugotrajnog procesa slabljenja izborne pozicije stranke koji se kao trend zapaža još od sredine 1993. godine, a privremeno je zaustavljan i mijenjan pod utjecajem osobito značajnih i povoljno vrednovanih društvenih događanja tijekom 1995. i 1997. godine. I drugo, rezultati nedvosmisleno potvrđuju opravdanost uobičajene teorijske podjele na bazične i kontekstualne čimbenike oblikovanja javnoga mnijenja (npr. Campbell i sur., 1960.; Kinder, 1998.; Lamza Posavec, 1995.; Price, 1992.; Šiber, 1998.) koja se, u ovom slučaju, očituje u mogućem razlikovanju temeljne (osnovane na relativno trajnoj opredijeljenosti za vrijednosni sustav i programska načela stranke) i situacijske podrške HDZ-u (nastale pod utjecajem različitih, za javnost osobito važnih društvenih događanja). Po svemu sudeći, sve do 1998. godine HDZ je mogao računati na razmjerno čvrstu jezgru svojih trajnih poklonika od približno trećine ukupnoga biračkoga tijela kojemu se privremeno priklanjala i značajna proporcija pretežito situacijski motiviranih glasača. Prava kriza stranke započela je u trenutku osipanja njezinih dotad najvjernijih birača na koje je, među ostalim čimbenicima, zasigurno utjecao i izrazitiji gubitak povjerenja u neke njezine temeljne vrijednosti. Potpomognut izostankom neke nove situacijske motiviranosti glasača, taj je

⁹ Izrazitija je iznimka zabilježena samo istraživanjem u kolovozu 1995., kad se, zbog naglog porasta glasačke podrške HDZ-u, popularnost svih tada vodećih oporbenih stranaka značajno smanjila.

proces na kraju rezultirao razmjerno slabim izbornim rezultatom koji je HDZ ostvario na izborima 2000. godine.¹⁰

Postojanje znatnijeg udjela glasača koji se samo u određenim okolnostima priklanjao HDZ-u najvjerojatnije objašnjava i razmjerno stabilnu poziciju stranke na svim prijašnjim izborima,¹¹ ostvarenu i usprkos nedvosmislenim istraživačkim podacima o znatnijim kolebanjima javnoga mnijenja u pojedinim međuizbornim razdobljima. Naime, svim izborima održanima nakon 1990. godine, osim posljednjima s početka 2000., u razmjerno kratkom vremenskom razdoblju u pravilu su prethodili neki osobito važni i pozitivno vrednovani nacionalni događaji koji su značajno povećali izborne izgleda HDZ-a, a učinak kojih se, više ili manje izravno, prepoznaje i u rezultatima provedenih istraživanja. Među njima su zasigurno najznačajniji međunarodno priznanje Hrvatske i stjecanje državne samostalnosti početkom 1992. godine, oslobađanje dubrovačkog zaleđa i akcija *Maslenica* 1993. godine, vojno-redarstvene akcije *Bljesak* i *Oluja* 1995. godine kojima je oslobođen veliki dio hrvatskog teritorija¹² te uspješna provedba procesa mirne reintegracije hrvatskoga Podunavlja u prvoj polovici 1997. godine.¹³ Realno je stoga pretpostaviti da je upravo izostanak

¹⁰ Na izborima za Zastupnički dom Sabora 2000. godine ostvareni su sljedeći rezultati (sumarni podaci na razini Hrvatske – bez inozemstva, za izborne liste s više od 5% podrške glasova; izvor: Izborna enciklopedija, 2008.):

1. SDP/HSL/PGS/SBHS: 40,84%
2. HDZ: 24,38%
3. HSS/IDS/HNS/LS/ASH: 15,55%
4. HSP/HKDU: 5,28%

¹¹ Do 1997. godine HDZ je, na državnoj razini, na svim provedenim izborima ostvarivao između 40,4 (1990. godine) i 45,2 posto (1995. godine) glasova. (Godine 1992. dobio je 43,1 posto, 1993. godine 44,0, a 1997. godine 41,3 posto glasova.) Na izborima za Zastupnički dom Sabora 2000. godine ostvario je, na razini cijele Republike, 24,1 posto glasova.

¹² Paradigmatskim primjerom mogućeg utjecaja relevantnog situacijskog konteksta na oblikovanje javnoga mnijenja, bezrezervno se mogu smatrati rezultati istraživanja provedenog u povodu akcije *Oluja*. (Istraživanje je provedeno u razdoblju od 21. kolovoza do 5. rujna 1995. godine, u vrijeme njezine intenzivne medijske eksponiranosti, polaska „Vlaka slobode“ na relaciji Zagreb-Split te brojnih svečanosti i govora održanih u povodu te akcije.) U sklopu spomenutog istraživanja zabilježen je viši „rating“ (58 posto) tada vladajuće stranke nego bilo kojim drugim istraživanjem prije ili poslije toga događaja te mnogo povoljnije vrednovanje vlasti, vodećih političkih aktera i aktualnoga društvenog trenutka u cjelini. Iako znatno oslabljen, učinak toga događaja na glasače mogao se još prepoznati i u rezultatima izbora za Zastupnički dom Sabora u listopadu iste godine.

¹³ Iako je proces mirne reintegracije hrvatskoga Podunavlja (istočna Slavonija, Baranja i zapadni Srijem) službeno završio 15. siječnja 1998. godine, u najvažnijem dijelu je ostvaren početkom 1997. godine kad su, nakon već provedenog razvojačenja toga područja, stvoreni uvjeti za

sličnog događaja velike nacionalne važnosti, koji bi se percipirao kao pretežna zasluga HDZ-a, uz već spomenuto osipanje najvjernijih poklonika stranke, uvelike pridonio znatno slabijim rezultatima HDZ-a na izborima 2000. godine nego što ih je ostvario na prije održanim izborima.

Uz naznačene, jedan od dodatnih razloga smanjenja glasačke podrške HDZ-u na izborima 2000. godine zasigurno je i promjena izborne situacije u smislu nove izborne „ponude“ ili na nov način artikulirane političke alternative. Oslanjajući se na neke istraživačke rezultate,¹⁴ s priličnom je sigurnošću moguće ustvrditi da je sklapanje izbornih koalicija između najznačajnijih oporbenih stranaka imalo, osim matematičkog, i određen psihološki i politički učinak. To se osobito odnosi na koaliranje tada najjačih oporbenih stranaka SDP-a i HSLS-a koje ne samo da je omogućilo izbornu prevlast jednostavnim zbrajanjem glasova nego je, pod dojmom iskazane pripravnosti za udruživanjem i suradnjom, vjerojatno u nekoj mjeri i podiglo njihov zajednički „rating“, a moglo je proizvesti i značajan sinergistički učinak koji bi donekle kompenzirao njihove – za dio javnosti – tada moguće političke nedostatke (u slučaju SDP-a – ublažavanje ostataka „komunističkog imagea“, a u slučaju HSLS-a – približavanje interesima širih društvenih slojeva). Jedini dotad ozbiljniji pokušaj izbornog udruživanja na državnoj razini bila je koalicija HSS-a, IDS-a, HNS-a, HKDU-a i SBHS-a 1995. godine, koja je također polučila razmjerno dobre izborne rezultate, osobito ako se uzme u obzir da je riječ o izborima nakon velike situacijske prednosti HDZ-a pod utjecajem akcije *Oluja*.

održavanje lokalnih izbora i uspostavu hrvatske vlasti. Osim na rezultate izbora za Županijski dom Sabora i predstavnika lokalnih vlasti, održanih 13. travnja 1997. godine, to je moglo utjecati i na rezultate istraživanja provedenih od 16. do 26. svibnja, odnosno 6. do 8. lipnja iste godine. Na rezultate istraživanja mogli su uz to utjecati i neki drugi važni događaji u sklopu procesa mirne reintegracije: uvođenje kune kao službenog sredstva plaćanja (19. svibnja) te, u slučaju istraživanja iz lipnja, dolazak „Vlaka mira“ u Vukovar i održavanje govora predsjednika Republike dr. Franje Tuđmana ispred vukovarske željezničke postaje (8. lipnja).

¹⁴ Riječ je o rezultatima nekih istraživanja Instituta Ivo Pilar kojima je, u tada još hipotetičnoj izbornoj situaciji, provjeravan učinak izbornog udruživanja na moguće izborne rezultate, u odnosu prema onima koji bi se dobili jednostavnim zbrajanjem mogućih glasova za pojedinačne stranke. Zaključak se također temelji i na nekim podacima o percipiranim osobinama vodećih političkih stranaka.

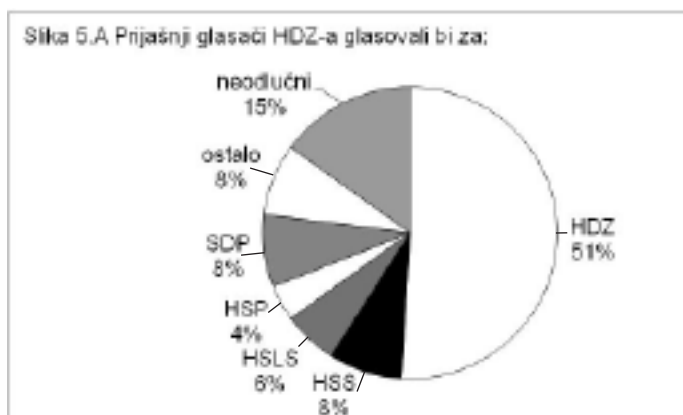
Smjer fluktuiranja birača

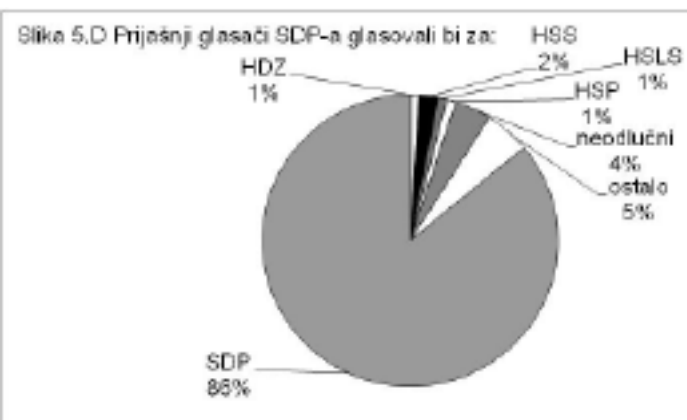
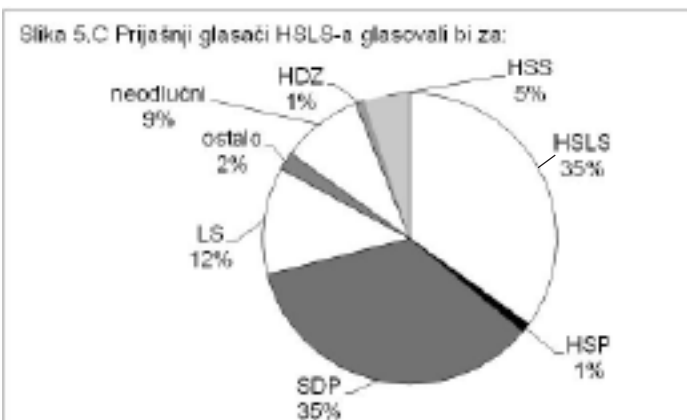
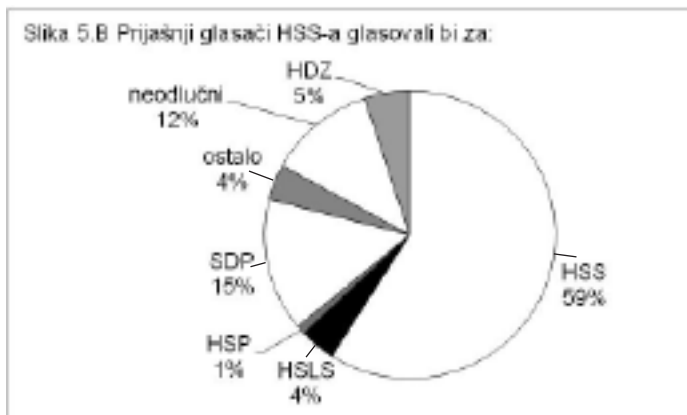
Već izborna statistika dopušta naslutiti da se najveći dio birača, koji su na prethodnim izborima za Zastupnički dom Sabora 1995. godine glasovali za HDZ, na izborima 2000. godine priklonio koaliciji SDP-a, HSLS-a, PGS-a i SBHS-a, a znatniji dio također i koaliciji HSS-a, HNS-a, LS-a, IDS-a i ASH-a. No, kako se analize statističkih podataka, čak i kad su vrlo precizne i podrobno klasifikacijski razrađene, zadržavaju samo na globalnim odnosima koji ne otkrivaju stvarnu dinamiku i međuodnose pojedinih analitičkih kategorija (u ovom slučaju „prelijevanje“ glasača iz jedne u drugu stranku), o smjeru fluktuiranja birača mnogo više govore analize rezultata provedenih istraživanja javnoga mnijenja.

U tu su svrhu izdvojeni rezultati anketa iz listopada 1998. (kad je već zabilježeno znatno osipanje glasačkog tijela HDZ-a) i studenoga 1999. godine (posljednje istraživanje Instituta prije zastupničkih izbora 2000.), pri čemu je, u prvom slučaju, zabilježen smjer odljeva glasača prema pojedinačnim strankama, a u drugome prema tada već definiranim izbornim koalicijama predvođenima SDP-om i HSS-om (Slike 5.A – 5.D te 6.A – 6.D). Radi potpunijeg uvida u dinamiku glasačkog opredjeljenja, osim podataka za HDZ, usporedno su prikazane i promjene stranačkih preferencija prijašnjih glasača HDZ-a, HSS-a, HSLS-a i SDP-a.

Slike 5.A do 5.D

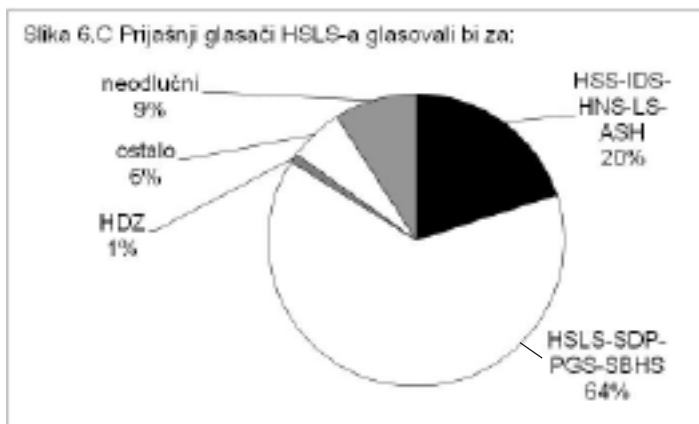
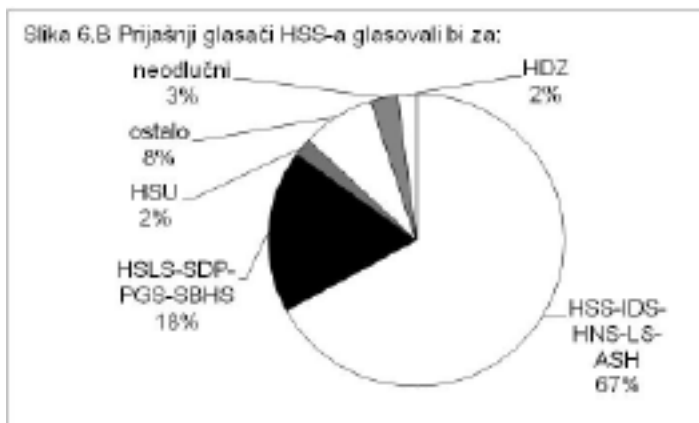
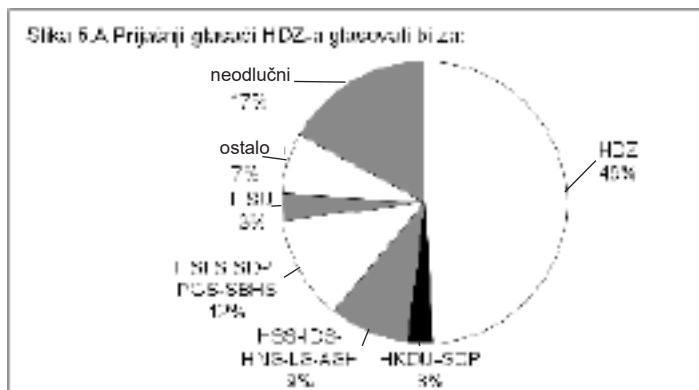
Deklarirane namjere glasovanja u listopadu 1998. u odnosu prema deklariranom glasovanju na izborima 1995. godine

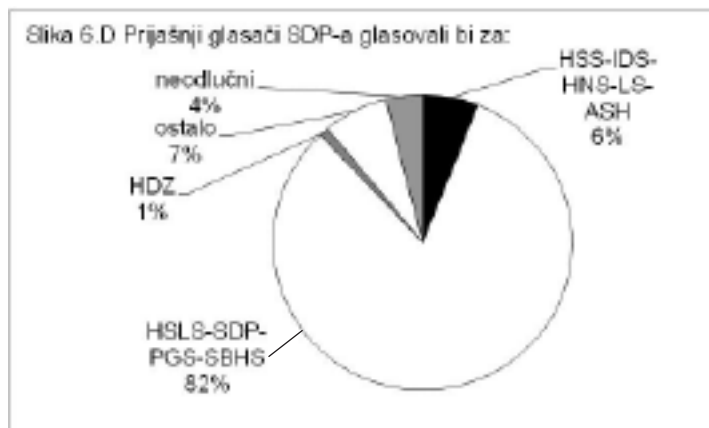




Slike 6.A do 6.D

Deklarirane namjere glasovanja u studenom 1999. u odnosu prema deklariranom glasovanju na izborima 1995. godine





Kao što to dosljedno pokazuju rezultati oba istraživanja, negdašnje glasačko tijelo HDZ-a pokazalo se mnogo manje stabilnim nego skupina prijašnjih glasača SDP-a, a nešto manje i nego glasači HSS-a na izborima 1995. godine. Glasačko tijelo HSLB-a izražavalo je 1998. godine još i nešto manju dosljednost nego osobe koje su birale HDZ (čak i u slučaju zbrajanja mogućih glasova HSLB-a i LS-a), dok se 1999. godine, u odnosu prema mogućnosti glasanja za koaliciju predvođenu SDP-om, pokazalo znatno dosljednijim. Većina birača HDZ-a iz 1995. godine, koji su u kasnijim razdobljima bili skloni uskratiti izbornu podršku toj stranci, u doba provođenja istraživanja 1998. i 1999. godine uglavnom još nisu znali za koga bi glasovali, dok su ostali izrazili podjednaku sklonost SDP-u, HSS-u i HSLB-u, odnosno odgovarajućim koalicijama sklopljenima 1999. godine. Rezultati dodatnih analiza pokazuju da je smjer fluktuacije HDZ-ovih birača bio donekle povezan s njihovim socijalnim statusom – oni niže naobrazbe, osobito ako su živjeli u ruralnim sredinama, izražavali su pretežno sklonost HSS-u (Milas, 2000.) odnosno koaliciji predvođenoj tom strankom, dok su se oni iz urbanih sredina i nešto više naobrazbe pretežno priklanjali HSLB-u i SDP-u (Milas, 2000.) ili njihovoj koaliciji. Drugim riječima, „razmjena“ birača između HDZ-a i HSS-a uglavnom se temeljila na ideologijskoj srodnosti stranaka, u smislu programskoga obraćanja sličnim sociodemografskim kategorijama, dok je odljev HDZ-ovih birača u smjeru SDP-a i HSLB-a bio vođen pretežno procjenama njihove uspješnosti u rješavanju važnih društvenih problema, a samo manjim dijelom (u skupinama urbanih i obrazovanih glasača HDZ-a) i izborom statusno najbliže stranke. I, kao što je logično pretpostaviti, na razini analize stavova rezultati dosljedno pokazuju da su bivši glasači HDZ-a, koji su se poslije priklonili nekoj od tada oporbenih stranaka, glede kritičnosti prema osobinama i djelovanju vlasti bili bitno sličniji potencijalnim glasačima oporbe nego dosljednim glasačima HDZ-a (Milas, 2000.).

Deklarirani razlozi izbornog opredjeljenja

U sklopu istraživanja u studenome 1999. godine, dakle približno dva mjeseca prije održavanja izbora za zastupnike Sabora, potencijalni glasači HDZ-a najčešće su izjavljivali da se opredjeljuju za tu stranku zbog predsjednika Tuđmana (u 31 posto slučajeva), potom zbog pomanjkanja boljega izbora (25 posto slučajeva), programa stranke (22 posto) i uvjerenja u kompetentnost njezinih članova (19 posto), a najrjeđe zbog uvjerenja u njezino poštenje (7 posto). Za razliku od toga, potencijalni glasači koalicija predvođenih SDP-om i HSS-om kao najvažniji su razlog svojega izbora navodili poštenje članova stranaka za koje namjeravaju glasovati (u 32, odnosno 34 posto slučajeva), potom pomanjkanje boljega izbora (25, odnosno 27 posto slučajeva), programe stranaka (27, odnosno 21 posto) i kompetentnost njezinih članova (23, odnosno 17 posto), a izrazito najrjeđe podršku njihovim predsjednicima (u 4 posto slučajeva).

Predočeni rezultati ponajprije otkrivaju da je, u trenutku provođenja istraživanja, bitne razlike u motivacijskoj strukturi izbora tada vladajuće i vodećih oporbenih stranaka bilo moguće svesti na samo dva čimbenika: s jedne je strane riječ o karizmi i autoritetu stranačkih čelnika, kao najznačajnijem integrirajućem elementu glasačkoga tijela HDZ-a, a s druge strane o percipiranoj etičnosti i općem kredibilitetu stranaka kao najvažnijoj komparativnoj prednosti koalicija predvođenih SDP-om i HSS-om. Uz to, zabilježeni odgovori jasno pokazuju da stranački programi imaju u nas razmjerno mali utjecaj na izbor određenih političkih stranaka. To zapažanje još dodatno potvrđuju i rezultati istraživanja prema kojima, čak i sukladno vlastitome iskazu, više od dvije trećine glasača uoči izbora 2000. godine, kao i u nekim prijašnjim razdobljima istraživanja, uopće nije bilo upoznato sa stranačkim programima, a tek nešto više od desetine je izjavljivalo da je upoznato s programima većine značajnijih stranaka. Imajući u vidu da je riječ o samoprocjeni ispitanika, koja je u pravilu afirmativnija od stvarnoga stanja, kao i da se pod upoznatošću s programima stranaka može podrazumijevati već i poznavanje njihovih načelnih ciljeva i usmjerenja, više je nego realno pretpostaviti da u motivacijskoj strukturi izbornih opredjeljenja upoznatost sa stranačkim programima pojedinih stranaka ima još manju važnost nego što bi se to moglo doslovce zaključiti temeljem spomenutih istraživačkih rezultata.

U svezi s podacima o zabilježenoj motivacijskoj strukturi potencijalnih glasača HDZ-a postavlja se, dakako, još jedno vrlo značajno pitanje – što se na izborima 2000. godine dogodilo s gotovo trećinom potencijalnih glasača HDZ-a koji su prije smrti dr. Tuđmana¹⁵ upravo zbog njega bili skloni glasovati za tu stranku? Iako, zbog pomanj-

¹⁵ Predsjednik Republike dr. Franjo Tuđman umro je 10. prosinca 1999., a izbori su održani 3. siječnja 2000. godine.

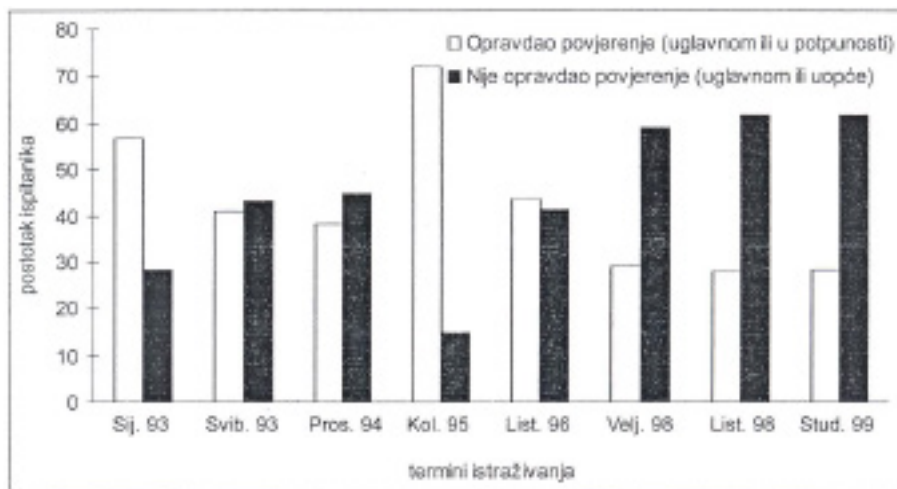
kanja odgovarajućih istraživanja neposredno prije ili nakon održavanja izbora, na to pitanje nije moguće izravno odgovoriti, na temelju raspoloživih podataka o izrazitijem daljnjem padu „ratinga“ HDZ-a u onim izbornim jedinicama u kojima je istraživanjem zabilježena najveća podrška dr. Tuđmanu,¹⁶ mogli bismo ipak pretpostaviti da je znatan dio tih birača, nakon smrti Predsjednika, odustao od glasovanja za tu stranku, bilo da su apstinirali na izborima, bilo da su se opredijelili za neku od drugih izbornih mogućnosti.

Percipirane karakteristike HDZ-a i ostalih istaknutijih stranaka

Rezultate o glasačkoj poziciji HDZ-a u različitim razdobljima istraživanja u znatnoj mjeri objašnjavaju neke od raspoloživih istraživačkih informacija o javnom vrednovanju njezinih glavnih karakteristika i političkoga djelovanja. S tim je u svezi osobito znakovito mišljenje građana o opravdanosti povjerenja koje su toj stranci birači ukazali na prijašnjim izborima (Slika 7).

Slika 7

Mišljenje ispitanika o opravdanosti povjerenja koje je HDZ-u ukazano na prethodnim izborima (rezultati istraživanja od siječnja 1993. do studenoga 1999.)



¹⁶ Zaključak o izrazitijem daljnjem osipanju potencijalnih glasača HDZ-a u pojedinim izbornim jedinicama temelji se na usporedbi rezultata istraživanja u studenome 1999. (provedenom prije smrti dr. Tuđmana) i stvarnih rezultata izbora u siječnju 2000. godine. Takva je usporedba pokazala da je pad „ratinga“ bio najveći u drugoj, četvrtoj, petoj i šestoj izbornoj jedinici (osobito ako se iz istraživanja uzmu u obzir samo podaci za izjašnjene ispitanike) gdje je ujedno i najviše ispitanika izražavalo pozitivne stavove prema dr. Tuđmanu.

Budući da su, prema osnovnom smjeru, predloženi rezultati u potpunosti sukladni s prije prikazanim podacima o glasačkoj podršci HDZ-u, čini se opravdanim zaključiti da su, u pojedinim razdobljima, izborni izgledi te stranke bili ponajprije rezultat javnog vrednovanja njezina djelovanja u odnosu prema očekivanjima birača iskazanima glasovanjem na prethodnim izborima, a da su percipirane karakteristike i ponašanje oporbenih stranaka pritom imale znatno manju važnost. Kao što to sugeriraju rezultati o promjenama glasačke potpore HDZ-u, i ovi podaci pokazuju da se izrazitiji gubitak općeg kredibiliteta stranke nazire već polovicom 1993. godine da bi se, poslije daljnje smanjenja tijekom 1994., u drugoj polovici 1995. kredibilitet izrazito povećao, a potom već do kraja 1996. godine ponovno naglo smanjio.¹⁷ Najizrazitije pogoršanje tako iskazanog općeg stava spram HDZ-a zapaža se od početka 1998., kad je poprimio razmjere gotovo općeg osporavanja.

U nekim, za HDZ naglašenije kriznim razdobljima (u kojima je, glede općeg povjerenja u stranku, nepovoljni odnos prevladao nad povoljnim, a glasačka se podrška izrazitije smanjila) zabilježeno je i mišljenje anketiranih građana o različitim osobinama stranke koje, barem djelomice, objašnjava njezino opće vrednovanje u javnosti. Najvažniji rezultati tog dijela istraživanja predloženi su u Tablici 1.

U cjelini uzevši, zabilježeni stavovi o tada vladajućoj stranci dosljedno pokazuju da ni u jednom razdoblju istraživanja, u kojima je to pitanje postavljeno, hrvatska javnost nije osporavala njezina temeljna programska načela ni borbu za dobrobit Hrvatske, ali joj je zato ozbiljno zamjerala nedosljednost u provođenju programskih ciljeva, pretjerano svojatanje zasluga, bahato ponašanje te vanjsku i unutarnju nedemokratsku (netolerantnost prema mišljenju oporbenih stranaka i različitim mišljenjima unutar vlastitih redova). No, dok rezultati istraživanja iz 1996. godine uglavnom ne ukazuju na bitne promjene u odnosu prema 1994. godini (iznimka je nešto kritičnije vrednovanje gospodarskog programa), u rezultatima istraživanja s početka 1998. godine jasno se prepoznaje povećanje kritičnosti spram gospodarskog programa stranke, nešto manja sigurnost u iskazanu brigu za dobrobit Hrvatske te daljnje povećanje nezadovoljstva zbog nedosljedne realizacije postavljenih ciljeva, samohvale i bahatog ponašanja. Iako, zbog nešto promijenjene koncepcije istraživanja, u kasnijim razdobljima to pitanje više nije postavljano, sudeći prema ostalim rezultatima realno je pretpostaviti da se, i prema ovim elementima vrednovanja, javna percepcija HDZ-a i dalje pogoršavala.

¹⁷ Vrlo je vjerojatno da je kredibilitet HDZ-a ponovno porastao i tijekom 1997. godine (nakon uspostave hrvatske vlasti u istočnoj Slavoniji, Baranji i zapadnoj Srijemu), no u tom razdoblju nisu provedena istraživanja koja bi sadržavala takvu istraživačku informaciju.

Tablica 1

Mišljenje anketiranih građana o nekim karakteristikama HDZ-a¹⁸ (postoci)

	Prosinac 1994.		Listopad 1996.		Veljača 1998.	
	Slazem se	Ne slazem se	Slazem se	Ne slazem se	Slazem se	Ne slazem se
Ima dobar politički program	44,2	27,4	44,5	25,0	47,2	33,0
Ima dobar gospodarstveni program	39,5	30,3	32,6	38,5	28,3	53,8
Dosljedno provodi ciljeve iz svojeg programa	28,4	41,4	31,5	39,5	24,6	56,0
Pripisuje sebi više zasluga nego što ih ima	57,6	22,4	58,0	22,1	69,7	17,0
Tolerantna je na različitost mišljenja unutar svojih redova	24,1	45,8	27,9	35,6	25,2	44,9
Uvažava mišljenje predstavnika oporbenih stranaka	15,1	63,7	15,6	60,1	14,6	65,3
Pretežno je sastavljena od nedovoljno obrazovanih ljudi	24,3	41,4	23,3	41,6	26,4	43,3
Odlučno se bori za dobrobit Hrvatske	54,1	25,7	53,2	26,3	45,6	36,0
Uglavnom se ponaša kao da joj je sve dopušteno	61,5	19,8	61,9	18,7	70,8	13,8

U sklopu istraživanja u veljači i listopadu 1998. godine, s pomoću ponešto drukčijeg popisa mogućih stranačkih karakteristika uspoređen je odnos javnosti prema HDZ-u i drugim vodećim političkim strankama. Pritom se nastojalo odrediti specifičan profil pojedinih stranaka, prema osobinama za koje se pretpostavljalo da bi mogle biti važne za izborne preferencije građana. Budući da su, u tom smislu, bile najzanimljivije razlike u vrednovanju najznačajnijih i trenutačno medijski eksponiranijih stranaka, postupak ocjenjivanja je ograničen na HDZ, SDP, HSLŠ te HSS i IDS. Prosječne ocjene pojedinih osobina stranaka prikazane su u Tablici 2.

Rezultati ocjenjivanja iz listopada 1998. godine ponajprije otkrivaju da je u tom razdoblju u javnosti bila najbolje vrednovana Hrvatska seljačka stranka (prosječna ocjena na svim ljestvicama iznosi 3,4), potom Socijaldemokratska partija Hrvatske i Hrvatska socijalno-liberalna stranka (prosječne ocjene 3,2), nešto je slabije bila ocijenjena Hrvatska demokratska zajednica (3,0), a najslabije Istarski demokratski sabor (2,7).¹⁹

¹⁸ U tablici su ispušteni odgovori „ne mogu ocijeniti“.

¹⁹ Budući da nije riječ o postocima nego o prosječnim ocjenama na ljestvici od 1 do 5, na uzorcima koji su obuhvaćeni ovim istraživanjima (u veljači 1550, a u listopadu čak 3474

Tablica 2

Prosječne ocjene osobina vodećih političkih stranaka (raspon ocjena od 1 do 5)

	Prosječna ocjena							
	Veljača 1998.			Listopad 1998.				
	HDZ	SDP	HSL	HDZ	SDP	HSL	IDS	HSS
Demokracija	2,7	3,2	3,1	2,6	3,2	3,2	2,4	3,4
Poštenje	2,4	3,1	2,9	2,3	3,1	3,1	2,3	3,5
Sposobnost, stručnost	3,2	3,3	3,1	3,1	3,3	3,2	2,6	3,3
Hrvatska orijentiranost	3,8	3,4	3,6	3,7	3,3	3,6	2,3	3,8
Uvažavanje drugih nacionalnosti	3,3	3,7	3,5	3,2	3,6	3,5	2,8	3,6
Politička mudrost	3,4	3,4	3,0	3,2	3,3	3,1	2,5	3,2
Složnost, jedinstvenost	3,7	3,5	2,4	2,9	3,4	2,8	2,7	3,3
Odlučnost, prodornost	3,8	3,2	2,7	3,5	3,2	3,0	2,8	3,2
Prevladan komunistički način razmišljanja	3,0	2,9	3,1	2,9	2,9	3,2	2,6	3,4
Briga za dobrobit svih društvenih slojeva	2,3	3,3	3,1	2,3	3,3	3,2	2,5	3,5
Uvažavanje vjere	3,9	3,2	3,5	3,8	3,2	3,6	2,9	3,8
Realnost (ostvarivost) izbornih obećanja	2,4	2,9	2,7	2,4	2,9	3,0	2,3	3,1
Prosječna ocjena za sve osobine	3,2	3,3	3,1	3,0	3,2	3,2	2,6	3,4

Uspoređivanje s istovrsnim podacima iz veljače iste godine ne ukazuje na veće razlike u ocjenjivanju karakteristika pojedinih stranaka, osim na određeno pogoršanje ukupnog „image“ HDZ-a, na što su osobito utjecale ocjene na dimenziji složnosti i jedinstvenosti stranke. Bez obzira na čemu te prosudbe bile utemeljene,²⁰ one zasigurno otkrivaju iznimnu osjetljivost javnosti na unutarstranačke sukobe te potencijalno velik utjecaj takvih informacija na ukupno vrednovanje pojedinih stranaka.

Kao što to sugeriraju rezultati oba istraživanja, glavne tada percipirane vrijednosti HDZ-a uključivale su uvažavanje vjerskih načela, izrazitu hrvatsku orijentiranost te odlučnost i prodornost, dok su se njezini glavni procijenjeni nedostaci odnosili na izostanak brige za dobrobit svih društvenih slojeva, nedostatan poštenje, nerealnost izbornih obećanja, nedostatnu demokraciju te, u sklopu istraživanja u listopadu, već spomenutu stranačku neslogu. Prema tadašnjem viđenju hrvatske javnosti, glavni nedostaci HDZ-a ujedno su bili i neke od glavnih komparativnih prednosti najistaknutijih oporbenih stranaka (SDP, HSL, HSS) koje su, dosljedno tome, smatrane demokracijom i poštenijom od tada vladajuće stranke, a znatno su bolje ocijenjene i glede iskazane brige za dobrobit

ispitanika) već su i numeričke razlike veće od 0,1 posto statistički značajne.

²⁰ Vrlo je vjerojatno da su, u to vrijeme, ocjene o nesložnosti unutar stranke bile izravno povezane s ostavkama nekih njezinih istaknutijih članova te ostalim događanjima u svezi s tada aktualnom „afetom SIS“.

svih društvenih slojeva, stranačke sloge (SDP, HSS), uvažavanja drugih nacionalnosti i realnosti izbornih obećanja. U odnosu prema ostalim rezultatima važno je naglasiti da se, u razdoblju provođenja oba istraživanja, SDP više nije doživljavao strankom koja bi bila izrazitije opterećena komunističkim načinom razmišljanja nego HDZ – prema zabilježenom opažaju javnosti od svih obuhvaćenih stranaka tome je bio najbliži IDS, najudaljeniji su bili HSLS i HSS dok su HDZ i SDP bili smješteni između tih stranaka.

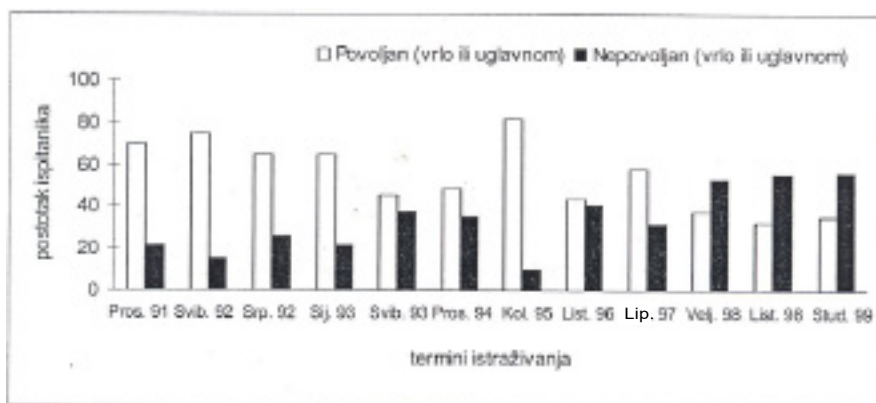
Stavovi prema hrvatskoj vlasti

Opći odnos prema vlasti i predsjedniku Republike

Iako ne tako izrazito, vremenska analiza istraživačkih rezultata o općem odnosu javnosti prema ukupnoj hrvatskoj vlasti i predsjedniku Tuđmanu, kao njezinom najistaknutijem akteru, ukazuju na slične situacijske oscilacije koje su zabilježene i u odnosu spram tada vladajuće stranke – i u ovom se slučaju naklonost građana značajno povećavala nakon državnog priznanja Hrvatske početkom 1992. godine, poslije prvih vojnih uspjeha početkom 1993., nakon uspješne provedbe procesa mirne reintegracije hrvatskog Podunavlja 1997. godine te osobito nakon akcije *Oluja* 1995. godine (Slike 8 i 9). Uočljivija kritička senzibiliziranost građana (iako s još uvijek prevladavajuće pozitivnim odnosom) mogla se prepoznati u drugoj polovici 1993., tijekom 1994. te ponovno u 1996. godini, a od početka 1998. godine zabilježeni stavovi spram vlasti poprimili su negativan predznak. Za razliku od toga, odnos prema predsjedniku Tuđmanu – iako također kritičniji nego u bilo kojem prijašnjem razdoblju istraživanja – i dalje je ostao pretežno pozitivnog smjera.

Slika 8

Opći stav prema hrvatskoj vlasti u razdoblju od prosinca 1991. do studenoga 1999. godine



Slika 9

Opća podrška F. Tuđmanu u obavljanju predsjedničke funkcije u razdoblju od prosinca 1991. do studenoga 1999. godine



Rezultati ovoga dijela istraživanja jasno pokazuju da je u svim obuhvaćenim razdobljima istraživanja odnos javnosti spram tada vladajuće stranke u visokoj mjeri korespondirao s općim mišljenjem o hrvatskoj vlasti²¹ i načinu na koji je dr. Tuđman obnašao svoju predsjedničku funkciju. Dosljedno tome, i empirijski je opravdano zaključiti da se vrednovanje tadašnjeg predsjednika države i ukupne hrvatske vlasti, kao i njihovih značajnijih pojedinačnih poteza, u većoj ili manjoj mjeri izravno odražavalo na trenutačnu poziciju HDZ-a. No, kako je dr. Tuđman u pravilu bio bolje vrednovan nego vlast u cjelini, mišljenje o njegovu radu i prinosu ukupnom životu Hrvatske imalo je zasigurno veći mobilizacijski utjecaj na birače nego mišljenje o ukupnoj vlasti i vladajućoj stranci. To, među ostalim, potvrđuje i već spomenuti podatak iz istraživanja 1999. godine prema kojemu se tridesetak posto tada potencijalnih glasača HDZ-a uglavnom opredjeljivalo za tu stranku upravo zbog dr. Tuđmana.

Percipirane zasluge i nedostaci vlasti

Dosljedno prije predočenim rezultatima, u više navrata zabilježeno mišljenje građana o glavnim prednostima i nedostacima djelovanja vlasti nedvosmisleno je pokazalo da su percipirane zasluge predsjednika Tuđmana i tadašnje hrvatske vlasti bile povezane

²¹ Ovaj zaključak provedene agregatne deskripcije sasvim je u skladu s rezultatima diskriminativne analize kojom se pokazalo da je, u razdobljima istraživanja koja su obuhvaćena i ovom analizom, mišljenje javnosti o hrvatskoj vlasti bilo vrlo dobrim prediktorom glasačkih preferencija na razini odlučivanja između HDZ-a i neke od oporbenih stranaka (Milas, 1998.).

ponajprije sa stvaranjem samostalne države, vođenjem obrambene politike i vojnim oslobađanjem, odnosno mirnom reintegracijom okupiranih hrvatskih područja. Iako je, dakako, učinak tih postignuća na oblikovanje javnoga mnijenja s vremenom gubio na svojem intenzitetu, raspoloživi podaci nedvosmisleno pokazuju da on ipak nije bio samo trenutačan, već da je poprimio i značenje dugotrajno percipiranih vrijednosti i zasluga dr. Tuđmana, prijašnje hrvatske vlasti i HDZ-a u cjelini. Izravan učinak opažanih zasluga u pojedinim je razdobljima, a osobito u posljednjih nekoliko godina prije izbora 2000. godine, vjerojatno bio značajno umanjen sve izrazitijim nezadovoljstvom građana načinom vođenja gospodarske i socijalne politike te dojmom o neprihvatljivim etičkim svojstvima (korumpiranost, nemoral, neopravdano bogaćenje) i nedostatnoj demokraciji vlasti.²²

Radi detaljnije informacije o odnosu javnosti prema vlasti, u sklopu nekoliko provedenih istraživanja (svibanj 1993., prosinac 1994., listopad 1996. i veljača 1998.) dodatno su zabilježeni i stavovi ispitanika o njezinim mogućim nedostacima u pogledu demokracije, kompetentnosti, etičnosti, efikasnosti i suvremenosti (Tablica 3).

Kao i spontano izraženim prigovorima, najviše zamjerki prijašnjoj hrvatskoj vlasti i u ovoj se prilici odnosilo na njezina etička svojstva (previše je sklona raskoši; često se koristi svojim položajem za ostvarivanje osobnih koristi; najčešće jedno govori a drugo radi) te nedovoljnu demokraciju i stranačku zatvorenost (najčešće radi ono što sama misli da je najbolje; uglavnom provodi vlastitu volju, ne obraćajući pozornost na volju naroda; pri izboru ljudi na važna mjesta više vodi računa o stranačkoj poslušnosti nego o sposobnostima; previše ograničava javnu kritiku svojega rada). Promatrana u vremenskom slijedu, učestalost takvih stavova dosljedno se povećavala, pa ih je početkom 1998. godine barem donekle zastupalo između 70 i 80 posto anketiranih građana, a bezrezervno im se priklanjalo između trećine i polovice ispitanika. Od ostalih zamjerki tadašnjoj vlasti najučestalije su one na račun vođenja gospodarske politike (svojim potezima vodi ekonomskom nazadovanju i osiromašenju zemlje) dok su prigovori u smislu nedovoljne suvremenosti, opće nekompetentnosti i neodgovarajućeg odnosa prema međunarodnoj zajednici – iako također značajni – u usporedbi s ostalima ipak bili nešto manje zastupljeni.

²² Riječ je o spontano oblikovanim odgovorima na otvorena pitanja o glavnim zaslugama i zamjerkama vlasti i predsjedniku Tuđmanu. Potpuniji registar glavnih percipiranih problema i postignuća Hrvatske predložen je u daljnjem tekstu.

Tablica 3
 Prigovori hrvatskoj vlasti (postoci)

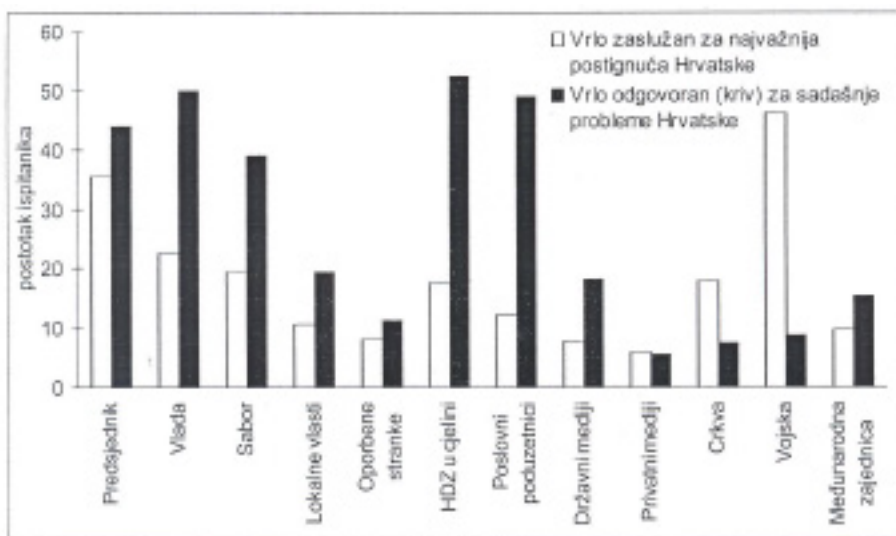
	Svibanj 1993.		Prosinac 1994.		Listopad 1996.		Veljača 1998.	
	U potpunosti se slažem	Uglavnom se slažem	U potpunosti se slažem	Uglavnom se slažem	U potpunosti se slažem	Uglavnom se slažem	U potpunosti se slažem	Uglavnom se slažem
Previše je zastarjela i neprilagođena potrebama sadašnjeg vremena	17,8	26,4	13,7	26,8	14,5	25,0	22,0	27,8
Previše je okrenuta prošlosti, a premalo budućnosti	–	–	18,8	29,4	22,0	28,0	26,2	29,9
Pretežno je sastavljena od ljudi koji nisu dorasli poslovima koje obavljaju	21,9	30,5	21,1	27,7	22,3	26,8	21,5	26,8
Previše ograničava javnu kritiku svojega rada	27,2	25,0	26,1	31,4	29,8	29,2	37,7	28,2
Svojim potezima vodi ekonomskom nazadovanju i osiromašenju zemlje	21,2	23,3	13,4	22,2	22,8	24,3	37,4	26,4
Najčešće jedno govori a drugo radi	26,8	26,0	25,2	29,7	31,5	27,4	40,9	26,2
Najčešće radi samo ono što sama misli da je najbolje	35,3	28,5	35,6	33,7	37,0	31,7	48,4	28,0
Nedovoljno je uspješna u ostvarivanju onoga što planira	26,9	31,7	19,6	32,0	20,1	31,0	29,5	28,0
Previše je sklona raskoši	35,1	24,4	37,5	29,6	45,2	27,1	53,9	23,7
Pri izboru ljudi na važne položaje više vodi računa o stranačkoj poslušnosti nego o sposobnosti	–	–	38,7	26,0	44,1	23,6	45,2	20,7
Svojim potezima često okreće svjetsku javnost protiv sebe	20,5	20,9	15,6	23,5	–	–	26,1	24,4
Uglavnom provodi vlastitu volju, ne obraćajući pozornost na volju naroda	26,0	26,0	28,4	29,1	36,4	25,2	42,3	24,1
Previše je popustljiva prema pritiscima međunarodne zajednice	–	–	–	–	–	–	20,5	30,2
Predstavnici hrvatskih vlasti se često koriste svojim položajem za ostvarivanje osobnih koristi	36,5	22,3	41,2	28,9	44,4	24,9	51,4	23,1

Odgovornost i zasluge najvažnijih društvenih institucija

Zbog već spomenute, očite povezanosti stavova prema vlasti i moguće glasačke pozicije vladajuće stranke, čini se korisnim prikazati i rezultate istraživanja (listopad 1998. i studeni 1999.) o percipiranim zaslugama najvažnijih državnih institucija za glavna postignuća Hrvatske i opažaju njihove odgovornosti za vodeće društvene probleme. Zbog objektivnijeg vrednovanja rezultata, pokazatelji odnosa javnosti spram najvažnijih tijela vlasti uspoređeni su s podacima o istovrsnim stavovima prema nekim drugim društvenim institucijama, relevantnima za ukupno stanje i položaj Hrvatske (Slike 10.A i 10.B).

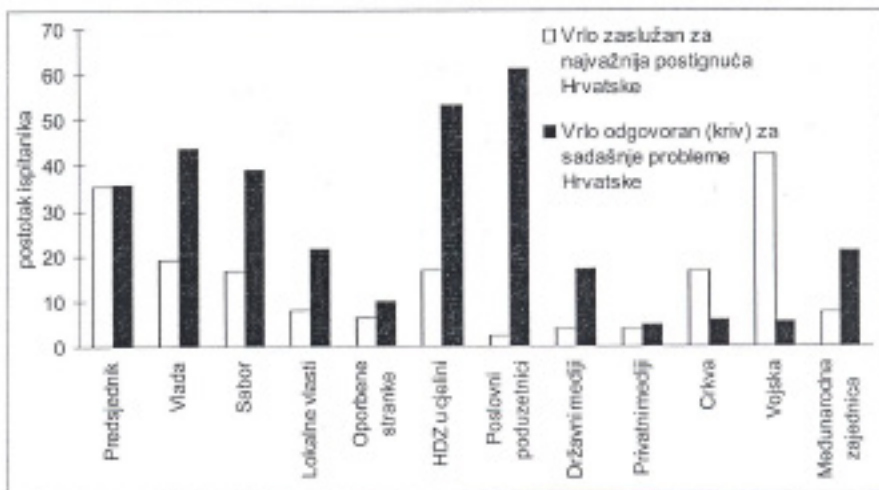
Slika 10.A

Percepcija zasluga i odgovornosti različitih društvenih institucija za stanje u Hrvatskoj (rezultati istraživanja u listopadu 1998. godine)



Slika 10.B

Percepcija zasluga i odgovornosti različitih društvenih institucija za stanje u Hrvatskoj (rezultati istraživanja u studenome 1999. godine)



Rezultati oba istraživanja dosljedno pokazuju da je, prema percepciji građana, za tada aktualne probleme Hrvatske bila najviše odgovorna vladajuća stranka, potom hrvatska Vlada, Sabor i predsjednik Republike. Nešto manje odgovornosti pripisivalo se predstavnicima lokalnih vlasti, državnim medijima, međunarodnoj zajednici i predstavnicima oporbenih stranaka, a najmanje Hrvatskoj vojsci, privatnim medijima i Crkvi.

Osim što su, prema mišljenju pretežnog dijela javnosti, tadašnje vodeće državne institucije bile najodgovornije za nastale društvene probleme, neke su od njih ocijenjene i kao najviše zaslužne za ono što je Hrvatska dotad uspjela postići. Odnosi percipirane odgovornosti i zasluga pokazuju da je, od svih obuhvaćenih institucija, izrazito najbolje bila vrednovana Hrvatska vojska (ocijenjena je mnogo zaslužnijom za dobrobit Hrvatske nego što bi snosila krivice za njezine probleme), a u cjelini je relativno dobro ocijenjen i tadašnji predsjednik države (pridavalo mu se podjednako ili tek nešto manje zasluga kao i odgovornosti). Tada vladajućoj stranci, Vladi i Saboru u oba se istraživanja pripisivalo znatno više krivice nego zasluga, dok ostale obuhvaćene institucije (lokalna vlast, oporbene stranke, mediji, Crkva, međunarodna zajednica), u tadašnjem opažaju građana, uglavnom nisu smatrane osobito važnim akterima ukupnog društvenog života.

U svezi s odnosom građana prema vodećim društvenim institucijama valja još spomenuti da je u posljednjim godinama mandata HDZ-ove Vlade (istraživanje iz listopada 1998. godine) samo četvrtina anketiranih građana vjerovala da će Vlada izvesti Hrvatsku iz gospodarske krize. Općenito slab kredibilitet Vlade dodatno je obrazložen

mišljenjem ispitanika da je njezina nedostatna učinkovitost ponajprije posljedica nedovoljne sposobnosti i nezainteresiranosti za pronalaženje izlaza, a tek manjim dijelom i nekih objektivnih okolnosti i teškoća.

Ocjene djelovanja vlasti

Za ocjenu ukupnog odnosa javnosti spram HDZ-a vrlo je značajno i vrednovanje tadašnje vlasti prema kriteriju učinkovitosti na različitim područjima društvenog života te rješavanja nekih pitanja koja su, u pojedinim razdobljima, mogla poprimiti dimenzije važnih društvenih tema.

Sukladno rezultatima iz listopada 1998. godine (Tablica 4), tadašnja je hrvatska vlast najviše zakazala u rješavanju problema poljoprivrede, gospodarstva, socijalne politike i privatizacije (djelovanje na tim područjima više je ili manje nepovoljno ocijenilo između 70 i 80 posto anketiranih građana), bila je osrednje uspješna u poticanju turizma, školstvu, vanjskoj politici, kulturi i znanosti, prilično uspješna u zaštiti sigurnosti građana i obnovi ratom stradalih područja, a izrazito najuspješnija u obrani zemlje (tu je vrstu djelovanja povoljno vrednovalo čak 85 anketiranih građana). Na slične zaključke upućuju istraživački podaci o učinkovitosti vlasti u rješavanju nekih konkretnih problema, prikupljeni od svibnja 1993. do prosinca 1996. godine, koji nedvosmisleno otkrivaju da je i u prijašnjim razdobljima najozbiljnija kritika vlasti bila povezana s rješavanjem socijalnih i gospodarskih pitanja te da se učestalost takvih primjedbi s vremenom uočljivo povećavala.

Tablica 4

Mišljenje o uspješnosti vlasti na pojedinim područjima društvenog života (istraživanje u listopadu 1998.) (postoci)

	Sasvim zadovoljavajuće	Uglavnom zadovoljavajuće	Uglavnom nezadovoljavajuće	Sasvim nezadovoljavajuće	Ne mogu ocijeniti	Bez odgovora
Gospodarstvo	1,5	15,6	35,8	41,4	5,5	0,3
Socijalna skrb	2,1	21,8	34,9	34,8	6,0	0,5
Poljoprivreda	0,6	10,3	29,4	54,4	5,0	0,3
Turizam	7,4	44,9	25,5	12,0	9,8	0,3
Školstvo	5,4	36,1	30,8	17,7	9,5	0,5
Obrana zemlje	44,4	40,7	5,0	3,3	6,2	0,4
Sigurnost građana	19,7	46,2	17,3	8,7	7,3	0,8
Obnova ratom stradalih područja	14,3	44,6	21,6	9,5	9,3	0,7
Privatizacija (pretvorba vlasništva)	2,4	11,2	22,7	49,8	13,4	0,5
Vanjska politika	6,6	35,1	26,0	12,1	19,7	0,5
Kultura	9,2	45,2	18,1	9,0	18,1	0,4
Znanost	9,1	41,9	18,4	10,0	20,0	0,6

Mišljenje javnosti o hrvatskoj vlasti posebno je ispitano i na primjeru nekih izdvojenih odluka i poteza koji su, u pojedinim razdobljima istraživanja od 1993. do 1999. godine, mogli biti znakoviti za cjelovitu ocjenu njezina tadašnjeg djelovanja. Riječ je o sadržajno heterogenom popisu, u rasponu od različitih aktivnosti u svezi s rješavanjem ratne situacije u Hrvatskoj, preko politike prema Bosni i Hercegovini i odnosa s međunarodnom zajednicom, sve do pretvorbe društvenog vlasništva i nekih konkretnih odluka u svezi s poreznom politikom, zdravstvenom zaštitom, otkupom stanova i pravima umirovljenika.²³

Promatrani u cjelini, dobiveni rezultati pokazuju da su, od svih istraživanjima obuhvaćenih odluka i poteza tadašnje vlasti, u cijelom promatranom razdoblju najbolji odjek u javnosti imali oni koje je javnost procijenila kao uspješan put za prevladavanje ratne situacije i normalizaciju stanja u Hrvatskoj. Riječ je ponajprije o akciji *Oluja* (koju je izričito podržalo čak 96 posto tada anketiranih građana) te poduzimanju akcije Maslenica i provedbi Plana mirne reintegracije (podržalo ih je 65, odnosno 75 posto ispitanika), a donekle i o potezima poput normalizacije odnosa s tadašnjom SR Jugoslavijom, donošenja zakona o amnestiji pobunjenih Srba te odnosima Hrvatske i međunarodne zajednice u svezi s rješavanjem ratnih problema (o kojima je, iako ne tako uvjerljivo, također zabilježeno pretežno povoljno javno očitovanje). Stavovi o pregovaranju sa Srbima s okupiranih područja i „ratnim“ pregovorima s predstavnicima SR Jugoslavije bili su ravnomjerno podijeljeni, dok je mišljenje o odnosu hrvatskih vlasti spram mandata UNPROFOR-a prolazilo kroz različite faze – od umjerene podrške i ravnomjerne podijeljenosti do polovice 1993. godine do izrazitijeg neodobravanja tijekom 1994. godine.

Oslabljenu glasačku poziciju HDZ-a u pojedinim međuizbornim razdobljima vjerojatno su pospjeli i neki očito nepopularni potezi i za javnost neprihvatljiva politika vlasti na različitim područjima društvenog života. Među njima su zasigurno najznačajniji politika prema Bosni i Hercegovini i privatizacija društvenoga vlasništva u slučaju kojih je, bez obzira na to o kojem je konkretnom istraživanju riječ,²⁴ dosljedno bilježena uvjerljiva dominacija nepovoljnih nad povoljnim stavovima. Izrazito negodovanje javnosti izazvale su i odluke poput zakonskih odredbi o porezu na prihod i nekretnine, uvođenja PDV-a, zakona o ostvarivanju zdravstvene zaštite stanovništva i odluka o načinu vraćanja duga umirovljenicima, a vrlo su nepovoljne reakcije proizveli i potezi

²³ Zbog nedostatne učestalosti istraživanja, popis ocijenjenih poteza i odluka ne može biti reprezentativan za ukupna događanja koja su, u pojedinim razdobljima, mogla imati značenje važnih društvenih tema.

²⁴ Stavovi o tim pitanjima zabilježeni su u prosincu 1996., veljači i listopadu 1998. te studenome 1999.

koji su se mogli doživjeti kao nametanje volje većini i uporno ustrajanje na vlastitom rješenju – promjena imena nogometnog kluba *Dinamo u Croatia* i način rješavanja tzv. zagrebačke krize 1996. godine.²⁵ Iako su se odnosili ponajprije na područje Zagreba, čini se da su posljednji od spomenutih poteza vrlo nepovoljno odjeknuli i u ostalim dijelovima Hrvatske, postavši tako opće mjerilo za provjeru demokratičnosti tada vladajuće stranke.

Odnos spram vodećih političkih aktera

Jedan od važnih pokazatelja odnosa javnosti spram tadašnje hrvatske vlasti i vladajuće stranke zasigurno je i javno vrednovanje najistaknutijih predstavnika HDZ-a u kontekstu zabilježenih stavova o ostalim značajnijim akterima političkog života Hrvatske. Budući da nema smisla detaljno prepričavati rezultate o odnosu anketiranih građana spram pojedinih političara o kojima je, u pojedinim razdobljima istraživanja, zabilježeno njihovo mišljenje, prikaz se zadržava na općim zaključcima o razlikama u vrednovanju istaknutih predstavnika tadašnje vlasti i najznačajnijih članova oporbenih stranaka.

Sa stajališta glavnih ciljeva analize, s tim je u svezi najvažnije istaknuti da je, s nekoliko izrazitijih iznimaka, u razdoblju koje je prethodilo izborima 2000. godine većina najistaknutijih predstavnika HDZ-a bila vrednovana pretežno nepovoljno ili je mišljenje o njima bilo uglavnom podijeljeno. To se podjednako odnosilo na većinu značajnijih ministara i ostalih članova Vlade, istaknutije Predsjednikove savjetnike, neke vodeće predstavnike zagrebačke gradske vlasti kao i na neke druge poznatije članove stranke. Sukladno općem trendu intenziviranja kritičnosti spram tadašnje hrvatske vlasti, i kritičnost prema većini vodećih HDZ-ovih aktera krajem 1990-ih godina sustavno je rasla. Za razliku od toga, većina, javnosti poznatijih članova tada vodećih oporbenih stranaka, kontinuirano je održavala ili čak povećavala svoju popularnost.

Iako se razumije da su stavovi prema vlasti i njezinim akterima u međusobnoj uzročno-posljedičnoj vezi, valja ipak naglasiti da ni mišljenje javnosti o pripadnicima tada vladajuće stranke, kao ni o izrazitijim predstavnicima oporbenih stranaka, nije bilo pošteđeno snažne situacijske determiniranosti. Promatrani u dužem vremenskom kontinuitetu, o tome najizravnije govore podaci o izrazitom povećanju javne podrške većini istaknutijih HDZ-ovih aktera u razdobljima značajnih i osobito pozitivno vrednovanih društvenih događanja (međunarodno priznanje Hrvatske, oslobođanje okupiranih područja), kao i o njezinom uočljivom smanjenju u razdobljima

²⁵ Riječ je o višekratnom nepotvrđivanju gradonačelnika Zagreba, člana SDP-a i HSLS-a.

intenziviranja važnih društvenih problema i gubitka općeg kredibiliteta vlasti. Takve promjene raspoloženja javnosti u odgovarajućem je smislu moguće prepoznati ne samo u stavovima prema pojedincima koji se s takvim događanjima mogu izravnije povezati nego, uz samo nekoliko očitijih iznimaka, i u slučaju većine ostalih istaknutijih predstavnika HDZ-a.

U sklopu te rasprave valja se još ukratko osvrnuti i na moguću ulogu nositelja stranačkih lista u pojedinim izbornim jedinicama na rezultate izbora u siječnju 2000. godine. Iako, bez odgovarajućih predizbornih i poslijeizbornih istraživanja, na to pitanje nije moguće preciznije odgovoriti, raspoložive informacije ipak dopuštaju zaključiti da odabir konkretnih nositelja stranačkih lista nije imao odlučujući utjecaj na ukupne izborne rezultate. U slučaju HDZ-a nešto je veću važnost, iako također ne odlučujuću, mogao imati tek izostanak imena dr. Tuđmana, u smislu prije spomenute mogućnosti osipanja glasačkoga tijela u onim izbornim jedinicama u kojima je pokojni predsjednik države imao najveću podršku glasača. Kad je o imenovanim nositeljima izbornih lista riječ, realno je pretpostaviti da su najpopularniji među njima, u najboljem slučaju, u svojim izbornim jedinicama uspjeli tek za koji postotak povećati „rating“ svojih stranaka (ili barem smanjiti njegov pad), dok su ga pretežno nepovoljno vrednovani predstavnici stranke mogli za koji postotak još dodatno umanjiti. U glavnim tendencijama visoka sukladnost rezultata izbora i rezultata istraživanja – provedenih neposredno prije smrti dr. Tuđmana kao i u tijeku 1998. godine – vrlo jasno pokazuje da je izborna „sudbina“ HDZ-a bila odlučujuće određena još znatno prije odlučivanja o imenima nositelja izbornih lista, kao što je uglavnom bio slučaj i s izbornom pozicijom ostalih stranaka.

Opazaj društvenih problema i postignuća Hrvatske

Nema nikakve sumnje da je jedan od glavnih razloga povećane kritičnosti prema institucijama vlasti i vladajućoj stranci izrazitija senzibiliziranost građana za različite društvene probleme s kojima su se, prema javnom opažaju, građani zemlje najviše suočavali. Iako su neki od vodećih problema već spomenuti u kontekstu drugih istraživačkih pitanja (glavne zamjerke vlasti i ocjene njezina djelovanja), zbog njihove iznimne važnosti za ciljeve ove analize, u tu je skupinu podataka korisno omogućiti i nešto potpuniji uvid. Iz razmjerno opsežne istraživačke građe o toj temi za ovu svrhu izdvajamo sljedeće:²⁶

- Od 1993. godine, kad je pitanje o percepciji društvenih problema prvi put uključeno u istraživanja Instituta Ivo Pilar, raspoloživi podaci dosljedno pokazuju da

²⁶ Na sličnu hijerarhiju percipiranih problema ukazuju i rezultati faktorske analize podataka prikupljenih do 1996. godine (Milas, 1997.).

su, prema opažaju javnosti, vodeći problemi Hrvatske pripadali domeni socijalne politike i osnovnih egzistencijalnih pitanja građana (nezaposlenost, nizak životni standard, povećanje imovinskih i socijalnih razlika, nedovoljna zaštita položaja umirovljenika). Od početka 1998. godine te je probleme izdvajalo, kao vrlo izrazite, i do 80 posto anketiranih građana, a u odnosu prema prijašnjim razdobljima istraživanja, njihov se opažaj izrazito intenzivirao, osobito kad je riječ o nezaposlenosti i pitanjima položaja umirovljenika.²⁷

- Sukladno opažaju građana, od 1996. godine najvećim su problemima Hrvatske, iza skupine socijalnih i egzistencijalnih teškoća, smatrane pojave mita, korupcije i nezakonitog bogaćenja pojedinaca koje je, kao vrlo izrazite, izdvajalo oko 70 posto ispitanika.
- Prema važnosti koju su im pridavali anketirani građani, u trećoj su skupini različiti gospodarski problemi (zapuštanje poljoprivrede i sela, opća gospodarska nerazvijenost, nedovoljno poticanje industrijske proizvodnje, pomanjkanje dobrog programa razvoja i napretka zemlje) te neriješena stambena pitanja, nepravilnosti u pretvorbi društvenog vlasništva, nedostatna zaštita prava radnika, nezadovoljavajuća zdravstvena zaštita stanovništva i loši uvjeti za povratak hrvatskih prognanika. Tu skupinu problema, koja također zadire u područje socijalnih i egzistencijalnih pitanja stanovništva, u posljednjih je nekoliko godina HDZ-ove vlasti vrlo izrazito doživljavalo između 50 i 70 posto hrvatskih građana.
- Slijede neki problemi koji izravno ili neizravno ukazuju na „opće stanje nacije“, odnosno reakcije javnosti na neke nepoželjne društvene okolnosti (opća bezvoljnost ljudi i osjećaj besperspektivnosti, odljev stručnih kadrova u inozemstvo) koje je, u razdoblju prije izbora 2000. godine, vrlo značajnima doživljavalo više od polovice ispitanika pojedinog istraživanja.
- Petoj skupini pripadaju neki specifični problemi izazvani ratnom agresijom na Hrvatsku (nepravedna podjela tereta rata na različite dijelove Hrvatske, nedostatna briga za položaj branitelja i ratnih invalida) koje je u istraživanjima nakon završetka rata osobito značajnima smatralo oko 40 posto anketiranih građana.
- U šestoj su skupini neki eksplicitno politički problemi na koje je od početka 1998. do kraja 1999. godine ukazivalo između 30 i 40 posto ispitanika. Riječ je o

²⁷ Riječ je o podacima o hijerarhiji i intenzitetu percipiranih problema utvrđenih na temelju liste s ukupno tridesetak trenutačno aktualnih društvenih pitanja u rasponu od političkih i gospodarskih, preko socijalnih i ekoloških problema, do različitih teškoća na regionalnoj i lokalnoj razini. U nekim istraživanjima (listopad 1998., studeni 1999.) percepcija problema ispitana je s pomoću otvorenog pitanja, pa ti podaci nisu izravno numerički usporedivi, iako ukazuju na istu vrstu i hijerarhiju vodećih problema.

opažaju nedostatne demokratičnosti društva, slobode medija i poštivanja ljudskih prava i sloboda te o isticanju važnosti različitih regionalnih i lokalnih problema (nedovoljno uvažavanje interesa i potreba regija, nedostatna samostalnost u odlučivanju o vlastitim problemima i novcu, nezadovoljavajuća lokalna vlast). Iako su, u usporedbi s temeljnim egzistencijalnim i ostalim dominantnim društvenim pitanjima, problemi demokratičnosti društva u svim razdobljima istraživanja bili osjetno manje naglašeni, važno je ipak upozoriti da je, sukladno percepciji javnosti, i njihova važnost s vremenom postajala sve izrazitijom, osobito u skupini mlađih, naobraženijih i urbanijih kategorija stanovništva.

- I na kraju, pri dnu su hijerarhijske ljestvice bili problemi poput uništavanja i zagađivanja životna okoliša, nedovoljne zaštite osobne sigurnosti građana, nezadovoljavajućeg kulturnog života i zaštite prava nacionalnih manjina – koje je, u više uzastopnih istraživanja, isticalo manje od 30 posto anketiranih građana.

Dominantan položaj gospodarskih, socijalnih i moralnih pitanja u hijerarhiji percipiranih problema, kao i njihovo značenje za ukupan odnos spram hrvatske vlasti, potvrđuju i ocjene postignuća Hrvatske u realizaciji važnih nacionalnih i ostalih ciljeva zemlje, zabilježene u sklopu istraživanja u studenome 1999. godine. Rezultati su prikazani u Tablici 5.

Sukladno dobivenim rezultatima, u razdoblju provođenja toga istraživanja, hrvatski su građani bili najmanje zadovoljni realizacijom ciljeva koji se odnose na borbu protiv nezaposlenosti, suzbijanje korupcije i neopravdanog bogaćenja, podizanje životnog standarda stanovništva, rješavanje socijalnih pitanja, gospodarski razvitak zemlje, stvaranje uvjeta za dobru budućnost mladih, zaštitu prava umirovljenika, ispravljanje nepravilnosti u pretvorbi društvenog vlasništva te suzbijanje narkomanije, alkoholizma i kriminala. Uz to, razmjerno visok stupanj nezadovoljstva zabilježen je i ostvarivanjem ciljeva glede zaštite regionalnih potreba i interesa, slobode medija, razvitka demokracije, neovisnog sudstva, političkog jedinstva, međunarodnog ugleda zemlje i zaštite prirode i okoliša. Dosljedno podacima o valorizaciji pojedinih društvenih institucija, i ovaj se put pokazalo da su hrvatski građani bili najzadovoljniji obrambenom sposobnošću zemlje, a potom i održavanjem veza s iseljenom Hrvatskom i poštivanjem prava nacionalnih manjina, održavanjem reda i sigurnosti građana, očuvanjem političke neovisnosti zemlje i zaštitom hrvatskog stanovništva u Bosni i Hercegovini. Podjednak stupanj zadovoljstva i nezadovoljstva izražen je u svezi s poštivanjem ljudskih prava i sloboda, znanstvenim i kulturnim razvitkom zemlje, stvaranjem uvjeta za povratak prognanika te zaštitom invalida i stradalnika Domovinskog rata.

Tablica 5
Zadovoljstvo realizacijom glavnih ciljeva zemlje (istraživanje u studenome 1999. godine) (postoci)

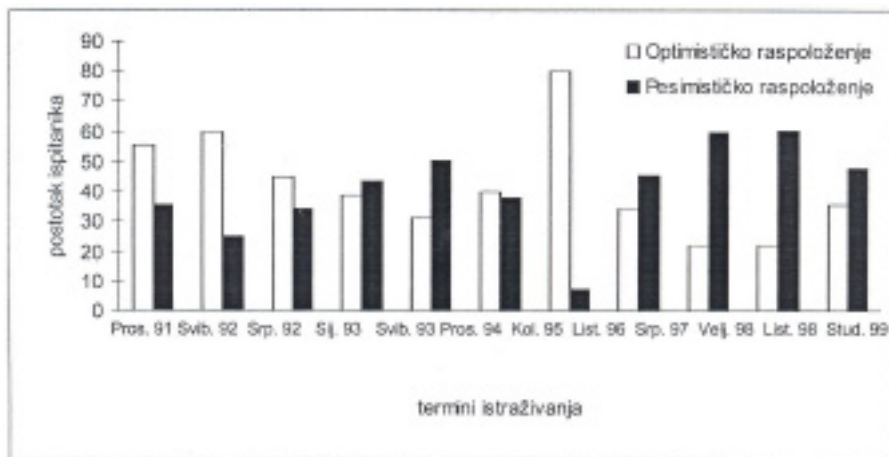
	Sasvim zadovoljavajuće	Uglavnom zadovoljavajuće	Uglavnom nezadovoljavajuće	Sasvim nezadovoljavajuće	Ne mogu ocijeniti	Bez odgovora
Gospodarski razvitak zemlje	1,8	14,3	32,5	45,7	5,2	0,4
Obrambena sposobnost zemlje	36,5	47,1	4,3	3,1	8,5	0,5
Razvitak demokracije	9,3	31,5	28,5	21,1	8,7	0,9
Održavanje reda i sigurnosti građana	12,4	45,1	22,2	12,6	7,0	0,8
Poštivanje ljudskih prava i sloboda	10,6	37,4	26,4	17,1	8,0	0,5
Podizanje životnog standarda stanovništva	1,4	8,6	28,0	57,4	4,0	0,5
Održavanje veza s iseljenom Hrvatskom	21,5	40,1	9,8	4,7	23,4	0,4
Politička neovisnost zemlje	12,3	34,8	20,7	10,6	20,9	0,7
Rješavanje socijalnih problema	1,3	9,2	30,3	52,9	5,8	0,5
Sloboda medija	7,7	29,1	27,8	22,2	12,5	0,6
Političko jedinstvo zemlje	5,8	24,2	29,6	20,2	19,5	0,7
Zaštita invalida i stradalnika Domovinskog rata	10,6	30,8	24,3	22,7	11,1	0,5
Međunarodni ugled zemlje	6,8	29,8	27,0	22,9	13,0	0,5
Poštivanje prava nacionalnih manjina	17,3	42,3	14,7	9,9	15,0	0,8
Borba protiv mita, korupcije i neopravdanog bogaćenja	1,0	5,2	21,3	64,2	7,9	0,5
Ispravljanje nepravilnosti u privatizaciji (pretvorbi)	0,9	5,6	23,9	56,6	12,5	0,5
Neovisno sudstvo	3,1	21,7	25,1	24,7	24,8	0,6
Znanstveni i kulturni razvitak zemlje	7,5	36,6	21,7	16,6	16,4	1,1
Borba protiv nezaposlenosti	0,6	3,9	20,9	70,0	4,1	0,5
Stvaranje uvjeta za povratak prognanika	7,6	36,1	26,0	15,9	13,5	0,8
Zaštita hrvatskog stanovništva u BiH	11,3	33,3	16,4	9,0	29,4	0,7
Zaštita prava umirovljenika	1,7	10,1	26,8	54,4	6,5	0,5
Uvažavanje interesa i potreba pojedinih regija Hrvatske	3,2	19,3	28,8	24,2	23,4	1,1
Zaštita prirode i okoliša	5,2	31,4	26,7	19,4	16,6	0,6
Stvaranje uvjeta za dobru budućnost mladih	1,8	8,1	25,0	57,7	6,9	0,6
Borba protiv narkomanije, alkoholizma i kriminala	3,4	16,7	27,7	40,8	10,9	0,5

Opazaj opće situacije u Hrvatskoj

Najsažetiju sliku ukupnog opazaja tadašnje društvene situacije možda najbolje odražavaju podaci o općem raspoloženju javnosti u kategorijama društvenog optimizma i pesimizma. Promjene općeg raspoloženja hrvatskih građana u proteklih desetak godina prikazane su na Slici 11.

Slika 11

Odnosi optimistički i pesimistički raspoloženog dijela javnosti u razdoblju od prosinca 1991. do studenoga 1999. godine



Istraživački rezultati jasno pokazuju da je, usprkos ratnim uvjetima, do početka 1993. godine hrvatska javnost iskazivala pretežno optimističko raspoloženje, izražavajući, vjerojatno, na taj način i povjerenje u aktualno političko vodstvo kao mogućeg nositelja pozitivnih društvenih promjena.²⁸ Prevlad društvenog pesimizma zapaža se u razdoblju izrazitijeg slabljenja neposredne ratne opasnosti i vjerojatnog preusmjerenja javne pozornosti s ratnih na svakodnevna životna pitanja i probleme,²⁹ da bi potom, nakon oslobođenja okupiranih područja u vojno-redarstvenim operacijama 1995. godine, optimističko raspoloženje poraslo do vrlo visokih granica. Ponovni porast

²⁸ Izražavanje optimizma u osobito kriznim društvenim situacijama (kao što je npr. rat) posebna je sociopsihološka tema koju u sklopu ove analize nije nužno razrađivati.

²⁹ Iako neki rezultati istraživanja (opazaj glavnih društvenih problema, zadovoljstvo djelovanjem vlasti na različitim područjima) govore u prilog ovoj tezi, u okvirima raspoložive istraživačke građe za njezinu potvrdu ipak nemamo čvršćih argumenata.

društvenog pesimizma od 1996. godine najvjerojatnije je posljedica neispunjenih očekivanja javnosti o pozitivnim društvenim promjenama nakon tih događanja i bitnog napretka u odnosu prema prijašnjem stanju te tako u izravnoj vezi s gubitkom općeg kredibiliteta vlasti i prevladavajućim uvjerenjem građana da se, u postojećim okolnostima, više ništa bitno ne može promijeniti. Trend porasta društvenog pesimizma od početka 1998. godine donekle je ublažen krajem 1999. godine, i to vjerojatno, u dijelu javnosti, kao rezultat očekivanja povoljnih promjena nakon predstojećih izbora.

Zaključak

Uz sva ograničenja provedene analize, temeljem predočenih rezultata višegodišnjeg istraživanja hrvatskog javnog mnijenja moguće je izdvojiti nekoliko ključnih napomena o odnosu građana prema Hrvatskoj demokratskoj zajednici u razdoblju od kraja 1991. do kraja 1999. godine i mogućim razlozima smanjenja glasačke potpore toj stranci na izborima za Zastupnički dom Sabora 2000. godine:

1. Rezultati analize sugeriraju ponajprije da je neuspjeh HDZ-a na izborima 2000. godine posljedica dugotrajnog procesa slabljenja izborne pozicije stranke, koji se kao trend zapaža još od sredine 1993. godine, a privremeno je zaustavljan i mijenjan pod utjecajem osobito značajnih i povoljno vrednovanih društvenih događanja tijekom 1995. i 1997. godine. Taj se proces osobito intenzivirao od 1998. godine kad je, sukladno rezultatima provedenih istraživanja, započelo osipanje dotad najstabilnijeg dijela glasačkoga tijela HDZ-a.
2. Po svemu sudeći, sve do 1998. godine HDZ je mogao računati na razmjerno čvrstu jezgru svojih stalnih poklonika od približno trećine ukupnoga biračkoga tijela koja se temeljila na relativno trajnoj opredijeljenosti za percipirani vrijednosni sustav i programska načela stranke. Najvjernijim pristašama stranke povremeno se priklanjala i značajna proporcija pretežito situacijski motiviranih glasača, privučeni ponajprije opažajem nekih osobito važnih zasluga tadašnje hrvatske vlasti, predsjednika Republike i vladajuće stranke u cjelini.
3. Postojanje znatnijeg udjela glasača koji se samo u određenim okolnostima priklanjao HDZ-u barem djelomice objašnjava i razmjerno stabilnu poziciju stranke na svim prijašnjim izborima, ostvarenu i usprkos nedvosmislenim istraživačkim podacima o izrazitijim kolebanjima javnoga mnijenja u pojedinim međuisbornim razdobljima. Naime, svim izborima održanima nakon 1990. godine, osim onima s početka 2000. godine, u razmjerno kratkom su razdoblju u pravilu prethodili događaji koji su značajno povećali izborne izgleda HDZ-a, a učinak kojih se, više ili manje izravno, prepoznaje i u rezultatima provedenih istraživanja. Među njima su zasigurno najznačajniji međunarodno priznanje Hrvatske i stjecanje državne

- samostalnosti početkom 1992. godine, oslobađanje dubrovačkog zaleđa i akcija Maslenica 1993. godine, vojno-redarstvene akcije *Bljesak* i *Oluja* 1995. godine te uspješna provedba procesa mirne reintegracije u prvoj polovici 1997. godine. Realno je pretpostaviti da je upravo izostanak sličnog nacionalno važnog događaja, koji bi se percipirao kao pretežna zasluga HDZ-a, uz već spomenuto osipanje najvjernijih poklonika stranke, u velikoj mjeri pridonio znatno slabijim rezultatima HDZ-a na izborima 2000. godine, nego što je to bilo na prije održanim izborima.
4. Proces slabljenja izborne pozicije HDZ-a tekao je usporedno s intenziviranjem kritičkoga odnosa javnosti spram tadašnje hrvatske vlasti i njezina djelovanja, predsjednika Republike, većine vodećih stranačkih aktera i vladajuće stranke u cjelini te usporedno s porastom općeg društvenog pesimizma, kao posljedice gubitka povjerenja u daljnje mogućnosti ostvarivanja očekivanog društvenog prosperiteta.
 5. U cjelini uzevši, u doba obnašanja vlasti do 2000. godine HDZ je svoju povoljnu javnu recepciju temeljio ponajprije na afirmaciji važnih nacionalnih ciljeva povezanih sa stjecanjem državnog suvereniteta (međunarodno priznanje Hrvatske, oslobođenje okupiranih dijelova zemlje), a gubio je naklonost glasača na neuspješnom rješavanju gospodarskih i socijalnih pitanja, nedovoljnom rastu životnoga standarda i izrazitom gubitku moralnog kredibiliteta te donekle, u posljednjem razdoblju, i na sve izrazitije percipiranoj nedemokraciji vlasti. Slabljenje izborne pozicije stranke vjerojatno su pospješili i neki očito nepopularni potezi i za javnost neprihvatljiva politika, među kojima su najznačajniji privatizacija društvenog vlasništva, politika prema Bosni i Hercegovini, porezna politika, zdravstvena zaštita i tretiranje položaja umirovljenika.
 6. Na različitim dimenzijama provedenih istraživanja rezultati nedvosmisleno sugeriraju da je osipanje biračkog tijela HDZ-a, u posljednjih nekoliko godina prije izbora 2000. godine, ipak bilo najviše povezano s nepovoljno vrednovanim etičkim svojstvima tadašnje vlasti (u smislu sve dominantnijeg uvjerenja o njezinoj moralnoj kompromitaciji, učestalim pojavama mita i korupcije, uporabi službenoga položaja za stjecanje osobnih koristi i drugim oblicima neopravdanog bogaćenja) koja su zasigurno još i dodatno produbila ionako veliko nezadovoljstvo građana teškom gospodarskom i socijalnom situacijom. Rezultati, nadalje, otkrivaju da su glavne komparativne prednosti tada oporbenih stranaka utemeljene upravo na značajno boljem vrednovanju njihovih etičkih svojstava, čak i više nego na njihovoj uvjerenosti da će uspješno riješiti gospodarske i socijalne probleme.
 7. Jedan od dodatnih razloga smanjenja izborne podrške HDZ-u na izborima 2000. godine vjerojatno je i promjena izborne situacije u smislu nove izborne ponude ili na nov način artikulirane političke alternative. Po svemu sudeći, sklapanje izbornih

koalicija između najjačih oporbenih stranaka (HSLŠ-a i SDP-a) imalo je, osim matematičkog, i određen psihološki i politički učinak, u smislu nagrađivanja iskazane pripravnosti za udruživanjem i suradnjom te svojevrsnog sinergističkog učinka koji je donekle kompenzirao njihove, za dio javnosti, moguće pojedinačne nedostatke.

8. Budući da se približno trećina potencijalnih glasača HDZ-a opredjeljivala za tu stranku pretežno zbog podrške dr. Tuđmanu, realno je pretpostaviti da je nakon njegova odlaska dio tih birača odustao od glasovanja za HDZ, bilo da je riječ o apstiniranju na izborima, bilo pak o opredjeljenju za neku drugu izbornu mogućnost. Iako se, dakle, smrću predsjednika Tuđmana mogao ponešto smanjiti postotak glasača HDZ-a u onim izbornim jedinicama u kojima je prijašnji predsjednik imao najveću podršku, rezultati istraživanja nedvosmisleno pokazuju da je „sudbina“ stranke bila određena već znatno prije toga događaja te da on stoga nije odlučujuće utjecao na ukupne izborne rezultate.
9. Iako o tome nemamo izravnih istraživačkih podataka, raspoložive informacije ipak dopuštaju zaključiti da ni odabir nositelja HDZ-ovih lista, kao vjerojatno ni nositelja lista ostalih izbornih stranaka, nije odlučujuće utjecao na cjelovit ishod izbora, iako se, na razini izbornih jedinica, njihovim imenovanjem mogao za koji postotak promijeniti dotadašnji „rating“ pojedinih stranaka pa stoga možda, u manjoj mjeri, i ukupan broj osvojenih mandata u novom sastavu Sabora.

MOTIVACIJSKA STRUKTURA GLASOVANJA: PRIMJER PREDsjedNIČKIH IZBORA 2000. GODINE

Kao što je u razdoblju prije održavanja političkih izbora znatna pozornost javnosti usmjerena na predviđanje pobjednika i plasmana ostalih izbornih takmaca, tako se i nakon njihova završetka redovito otvara politička, medijska ali i šira javna rasprava o vjerojatnim razlozima koji su mogli utjecati na ostvarene izborne rezultate. No, kao što su to već odavno ustvrdili autori znamenite studije *The American Voter* (Campbell i sur., 1960.), i usprkos nesumnjivom zanimanju javnosti za moguće determinirajuće čimbenike izbornih rezultata, pokušaji njihova objašnjenja nerijetko se temelje na pukim impresijama ili vrlo krhkim dokazima, pa stoga ne čudi da značajno variraju od interpretatora do interpretatora, čak i kad je riječ o političkim analitičarima ili drugim upućenim promatračima. Jedan od glavnih razloga tome zacijelo je povezan s teškoćama u pronalaženju ključnoga objašnjenja koje bi dopuštalo procjenu relativne važnosti pojedinih čimbenika glasačkog opredjeljenja u većem broju različitih izbornih situacija (Campbell i sur., 1960.).

I pokušaji znanstvenog objašnjenja motivacijske strukture izbornog odlučivanja značajno se međusobno razlikuju, a glavni razlozi njihova razilaženja djelomice su posljedica specifičnog disciplinarnog i znanstvenog pristupa, a djelomice izravne situacijske situiranosti u konkretne društvene ili izborne okolnosti. To osobito vrijedi za pokušaje objašnjenja glasanja na predsjedničkim izborima koji su, osobito na području Sjedinjenih Američkih Država, zasigurno jedna od najčešće istraživanih i analiziranih tema političke psihologije. Jer, kao što napominju Kinder i Fiske (1986.), nevolja nije u tome da na pitanja o razlozima izbornog odlučivanja znanstvena literature ne nudi odgovore, nego u tome da ih nudi previše.

Ipak, u sažetom pregledu različitih pokušaja tumačenja izbornog odlučivanja Seiler (1999.) prepoznaje dva osnovna, međusobno suprotstavljena gledišta – utilitarističku paradigmu (unutar koje razlikuje teoriju racionalnog izbora i teoriju ekonomskih metafora) i Michiganski model. Iako pod drugim nazivima, vrlo sličnu podjelu nude i Iyengar i McGuire (1993.), odnosno Ansolabehere i Iyengar (1993.), razlikujući ekonomsku od psihologijske perspektive kao temeljne znanstvene pristupe u objašnjavanju toga pitanja.

Prema utilitarističkom stajalištu, čin glasanja za neku izbornu mogućnost posljedica je racionalne odluke koja isključuje osjećaje, vrijednosti i tradiciju, a odlučivanje je u pravilu usmjereno prema optimalnim izbornim rezultatima – donose se odluke za koje birači vjeruju da će im donijeti najviše koristi i najmanje štete. U skladu s takvim

pristupom, izborna opcija (stranka ili kandidat) može se promatrati kao tvrtka s određenom markom, odnosno kao ponuda biračima na političkom tržištu, pri čemu, prema teoriji racionalnog izbora, odlučujuću ulogu ima potražnja (želje izbornoga tijela), a ponuda (izborni program) se samo nastoji prilagoditi potražnji. Prema teoriji ekonomskih metafora (druga podvarijanta šire shvaćenog utilitarističkog pristupa) naglasak je pak na ponudi koja stvara potražnju i tako oblikuje političko tržište (Seiler, 1999.).

Obje varijante utilitarističke paradigme pretpostavljaju da pojedinci imaju dobro definirane i stabilne preferencije, odnosno da je odlučivanje „s sofisticiran i motiviran čin“ (Iyengar i McGuire, 1993.) koji podrazumijeva da osobe koje odlučuju imaju jasna očekivanja u svezi s posljedicama svoje odluke, da znaju izabrati najbolju soluciju i da su otvorene na relevantne dokaze koji potkrepljuju njihov izbor. Međutim, empirijska istraživanja takve pretpostavke uglavnom nisu izravno potvrdila – pokazalo se da je u uobičajenim društvenim okolnostima prosječni građanin slabo zainteresiran za politiku te da mnogi birači nemaju određenog mišljenja o ponuđenim političkim rješenjima niti među njima uočavaju neke značajnije razlike (npr. Ansolabehere i Iyengar, 1993.; Campbell i sur., 1960.; Converse, 1964.; Popkin, 1993.).

Nasuprot utilitarističkoj teoriji, pristalice tzv. psiholoških perspektiva odlučivanja ne shvaćaju izbornu odluku kao racionalni čin usmjeren ka maksimaliziranju dobiti, već kao ponašanje koje se temelji djelomice na nekim trajnijim predispozicijama birača, a djelomice je determinirano prigodno, i to počesto sasvim nebitnim informacijama, odnosno njihovim neopravdanim generaliziranjem (Iyengar i McGuire, 1993.; Popkin, 1993.). Dosljedno tome, autori tzv. Michiganskog modela odlučivanja, odnosno već spomenute studije *The American Voter* (Campbell i sur., 1960.) razlikuju dugoročne ili strukturalne od kratkoročnih ili konjunkturalnih izbornih snaga – prve se ogledaju u „stranačkoj identifikaciji“, odnosno razmjerno stabilnoj orijentiranosti birača koja se čak može prenositi s generacije na generaciju, a druge u čimbenicima stimulacije i privlačnosti (promidžba, mediji, osobine ličnosti kandidata) koji utječu ponajprije na neangažirane i neodlučne birače ili pak konjunkturalno favoriziraju određenu izbornu mogućnost (prema Seiler, 1999.). Pritom, zbog slabog poznavanja izbornih programa, mišljenje o specifičnim političkim idejama predsjedničkih kandidata ili političkih stranaka ima vrlo slab utjecaj na izbornu odlučivanje (Campbell i sur., 1960.; Converse, 1964.). Na tragu je takvog stajališta i mišljenje Popkina (1993.) prema kojemu se, u slučaju predsjedničkih izbora, odabir između pojedinih predsjedničkih kandidata rukovodi značenjem koje im potencijalni glasači pridaju na temelju vlastitih vrijednosnih usmjerenja i raspoloživih informacija o karakteristikama kandidata. Pritom se, naglašavaju Jervis (1993.) i Popkin (1993.), biračko tijelo znatno češće oslanja na lakše uočljive nego na najvažnije razlike između pojedinih kandidata.

Dihotomiziranom znanstvenom objašnjenju motivacijske osnove biračkog opredjeljenja, o kojemu govore Seiler (1999.), odnosno Ansolabehere i Iyengar (1993.) i Iyengar i McGuire (1993.), svakako još valja dodati i sociološko viđenje bitnih determinanti izbornog ponašanja. Riječ je ponajprije o jednoj od vodećih ideja već klasične izborne studije *The People's Choice* (Lazarsfeld i sur., 1948.) prema kojoj je glasovanje socijalni čin vođen interesima grupe kojoj pojedinac pripada, pa stoga socijalne karakteristike glasača mogu biti važne determinante izbornih i uopće političkih preferencija. Iako često osporavano, stajalište o socijalnoj uvjetovanosti glasovanja višekratno je empirijski potvrđeno (npr. Axelrod, 1972. i 1986., prema Kinder, 1998.; Campbell i sur., 1960.; Converse, 1966.), a prihvatili su ga i mnogi drugi analitičari izbornog ponašanja (npr. Kinder, 1998.; Kinder i Fiske, 1986.), promatrajući grupnu identifikaciju birača kao jednu od mogućih motivacijskih odrednica složenije problematike izbornog odlučivanja.

Budući da, poput pristalica utilitarističke paradigme, ni pobornici psihologijske i sociologijske interpretacije izbornog odlučivanja nisu ponudili univerzalno objašnjenje, a neka su prije vrlo utjecajna stajališta (npr. pojam stranačke identifikacije) i u američkim uvjetima već postala upitnima (npr. Pomper, 1972.; Kinder, 1998.), brojni se autori zalažu za nešto širi pristup koji bi se u nekoj mjeri temeljio na različitim, čak i međusobno suprotstavljenim gledištima (npr. Ansolabehere i Iyengar, 1993.; Kinder, 1998.; Kinder i Fiske, 1986.). Kad je o predsjedničkim izborima riječ, Kinder i Fiske (1986.) te Pomper (1972.) i Kinder (1998.) ističu da je za razumijevanje glavnih motiva glasovanja potrebno ponajprije izdvojiti karakteristike kandidata na koje glasači uopće obraćaju pozornost, odnosno standarde prema kojima se te karakteristike procjenjuju i stoga značajnije utječu na izbornu opredjeljenje. Pri tome Kinder (1998.), oslanjajući se na ideje i istraživanja brojnih autora, predlaže da se u razmatranje uključe elementi poput stranačke identifikacije glasača, vrednovanja glavnih političkih ideja i programske orijentiranosti kandidata, evaluacije općeg društvenog stanja kao moguće projekcije očekivanih postignuća kandidata, socijalnih karakteristika, odnosno grupne identifikacije birača te procjene osobina ličnosti kandidata (poglavito njegove kompetentnosti i moralnog integriteta).¹ Dosljedno navodima Kindera (1998.), iole obuhvatnije istraživanje motiva izbornog ponašanja moralo bi stoga obuhvatiti nešto širi popis, i racionalnih i manje racionalnih elemenata odlučivanja koji bi, ovisno o konkretnoj izbornoj situaciji, mogli imati veći ili manji utjecaj na opredjeljenje za određenu izbornu soluciju.

Iako je zbog neusporedivo kraće demokratske i istraživačke tradicije pitanje motivacijske strukture izbornog odlučivanja u našoj sredini još gotovo sasvim

¹ Na temelju rezultata višekratnih istraživanja, Barber (1993.) zaključuje da su te dvije osobine ličnosti najznačajnije za javno vrednovanje predsjedničkih kandidata.

neistraženo, neki su autori (Rihtar, 1992.; Milas, 1992.a), na temelju rezultata predizbornog istraživanja javnoga mnijenja (Lamza i sur., 1992.b), pokušali omogućiti barem inicijalni uvid u tu složenu istraživačku problematiku. Temeljem analize odgovora o razlozima opredjeljenja za određenog predsjedničkog kandidata na izborima 1992. godine² (Rihtar, 1992.) i važnosti koju su pritom birači pridavali određenim osobinama predsjednika države (Milas, 1992.a), citirana su istraživanja pokazala da je, osim s nekim univerzalno važnim razlozima (prihvatljivošću stavova koje zastupa), odnosno opće poželjnim karakteristikama predsjednika (poštenje, odlučnost, empatija, tolerancija), izbor nekih kandidata u značajnijoj mjeri bio povezan i sa specifičnim, za većinu birača manje važnim osobinama kandidata (stranačka pripadnost, vjerništvo, spol i dob). Očitani na općenitijoj razini, rezultati spomenutih istraživanja ujedno sugeriraju da se, barem u deklarativnom smislu, izbor između tadašnjih predsjedničkih kandidata pretežno temeljio na racionalnim razlozima koji su osobito uvjerljivo dominirali u slučaju kandidata tada oporbenih stranaka (Rihtar, 1992.) te da su pri evaluaciji osobina pojedinih kandidata puno veću važnost imala njihova percipirana moralna i karakterna svojstva nego prosudbe o kompetentnosti ili njihova formalna obilježja (Milas, 1992.a).

U sklopu ove studije opisan je pokušaj nešto detaljnije analize dominantnih motivacijskih odrednica izbornog odlučivanja, utemeljen na rezultatima predizbornih istraživanja javnoga mnijenja provedenih u povodu prvog i drugog kruga predsjedničkih izbora 2000. godine. Iako zbog određenih metodološko-tehničkih ograničenja primijenjene istraživačke procedure (ankete telefonom), a osobito zbog pomanjkanja odgovarajućih poslijebirnih istraživanja, ni ta analiza nije mogla do kraja objasniti relevantne razloge glasovanja za određenu izbornu mogućnost, vjerujem ipak da je, osim provjere tada postojećih, omogućila i neke nove uvide u motivacijske mehanizme izbornog odlučivanja te tako, u našim okolnostima, pridonijela boljem razumijevanju izbornog ponašanja.

Metoda

Dosljedno postavkama iz znanstvene literature, osobito sugestijama Kindera (1998.) i rezultatima prijašnjih istraživanja u Hrvatskoj (Rihtar, 1992.; Milas, 1992.a), kao i uvažavanjem nekih specifičnosti analizirane izborne situacije i šire shvaćenih političkih okolnosti, istraživanjem su obuhvaćene sljedeće od mogućih motivacijskih odrednica izbornog odlučivanja:

² Tadašnji predsjednički kandidati bili su: Dražen Budiša, dr. Ivan Cesar, dr. Savka Dabčević-Kučar, Silvije Degen, Dobroslav Paraga, dr. Franjo Tuđman, dr. Marko Veselica i dr. Antun Vujić.

- (1) stranačka pripadnost kandidata
- (2) programska orijentiranost i očekivana postignuća kandidata:
 - djelovanje za dobrobit Hrvatske;
 - briga o običnim ljudima;
 - nastavak politike dotad vladajuće stranke (HDZ)³ – pitano samo prije prvog izbornog kruga;
 - udaljavanje od politike dotad vladajuće stranke (HDZ);
 - nastavak politike prijašnjeg predsjednika RH (dr. Franjo Tuđman);
 - ostvarenje bitnih nacionalnih ciljeva (očuvanje samostalnosti i neovisnosti; poboljšanje gospodarske situacije i podizanje životnog standarda; razvitak demokracije; borba protiv korupcije, nepoštenja i neopravdanog bogaćenja; rješavanje socijalnih problema i zaštita najugroženijih slojeva; podizanje međunarodnog ugleda i položaja Hrvatske).
- (3) osobne karakteristike kandidata:
 - kompetentnost za obavljanje predsjedničke funkcije;
 - poštenje;
 - simpatičnost;
 - ozbiljnost i savjesnost (pitano samo prije drugog izbornog kruga).
- (4) grupna identifikacija (sociodemografske osobine) birača:
 - spol;
 - dob;
 - naobrazba;
 - radna aktivnost;
 - prihod po članu kućanstva.

Analitički podaci su prikupljeni u sklopu dva odvojena predizborna istraživanja javnoga mnijenja, provedena u povodu prvog i drugog kruga predsjedničkih izbora 2000. godine (Lamza Posavec i sur., 2000.a; 2000.b). Istraživanje prije prvog izbornog kruga provedeno je u razdoblju od 20. do 22. siječnja, na uzorku od 900 ispitanika, a istraživanje uoči drugog izbornog kruga u razdoblju od 3. do 5. veljače, na uzorku

³ Istraživanje je provedeno dvadesetak dana nakon izbora za Zastupnički dom Hrvatskoga državnog sabora, održanih 3. siječnja 2000. godine na kojima je, nakon gotovo desetogodišnjeg kontinuiranog obnašanja vlasti, HDZ izgubio izbore, a vlast je preuzela koalicija SDP-a i HSLS-a.

od 1040 ispitanika.⁴ Oba su istraživanja realizirana tehnikom telefonske ankete⁵ na probabilistički izabranim uzorcima punoljetnog stanovništva Hrvatske.

Budući da se prepoznavanju glavnih razloga biračkog odlučivanja pristupilo na dva načina – na razini njihove općenite važnosti za izbornu opredjeljivanje te na razini razlikovanja specifičnih razloga preferiranja određenog predsjedničkog kandidata – statistička se obrada temeljila u podjednakoj mjeri na opisnim i inferencijalnim tehnikama. Opća važnost pojedinog od istraživanjem predviđenih razloga odlučivanja (stranačka pripadnost i osobna obilježja kandidata te pojedini aspekti njegove programske orijentiranosti) procijenjena je na temelju iskazanog mišljenja svih ispitanika obuhvaćenih pojedinim istraživanjem, uspoređivanjem postotaka i srednjih vrijednosti rezultata koje je dopuštao ordinalno-intervalni karakter primijenjenih ljestvica. Značajnost razlika između rezultata dobivenih istraživanjima uoči prvog i drugog izbornog kruga provjerena je primjenom t-testova, uz Bonferronijevu korekciju, provedenu zbog većeg broja obuhvaćenih usporedbi (Hays, 1994.).⁶ Relativna važnost različitih kriterija izborne odluke za skupine birača pojedinih predsjedničkih kandidata procijenjena je diskriminativnom analizom te su tako prepoznati razlozi izbornog opredjeljivanja prema kojima su se skupine potencijalnih glasača pojedinih kandidata međusobno najviše razlikovale.

Radi pravilnije interpretacije rezultata, valja spomenuti da se, u slučaju istraživanja uoči prvog izbornog kruga, analiza općih razloga izbornog opredjeljivanja temeljila na odgovorima potencijalnih glasača svih tadašnjih predsjedničkih kandidata: Dražena Budiše (HSLŠ, SDP), Ante Đapića (HSP), dr. Mate Granića (HDZ), dipl. ing. Ante Ledića (neovisni kandidat), dr. Slavena Letice (neovisni kandidat), Tomislava Merčepa (HPS), Stjepana Mesića (HNS), Ante Prkačina (NH), dr. Zvonimira Šeparovića (neovisni kandidat). Za razliku od toga, analiza specifičnih razloga glasovanja za pojedine kandidate odnosila se samo na izborne takmace za koje se opredijelio analitički dostatan broj ispitanika (D. Budiša, dr. M. Granić, S. Mesić). U slučaju rezultata istraživanja u povodu drugog izbornog kruga obje razine analize zasnovane su na odgovorima potencijalnih glasača oba od preostalih predsjedničkih kandidata (D. Budiša, S. Mesić).

⁴ Prvi krug izbora održan je 25. siječnja, a drugi krug 13. veljače 2000. godine.

⁵ Zasebnom analizom je utvrđeno da je valjanost provedenih istraživanja na zadovoljavajućoj razini (vidjeti poglavlje: *Primjena tehnike telefonskog anketiranja u predizbornoj istraživanju: studija slučaja*).

⁶ Uobičajeno rabljena razina rizika od 0,05 ili 0,01 posto podijeljena je brojem usporedbi (15) čime je određena nova razina značajnosti i potrebna veličina t-omjera.

Opće odrednice izbornog odlučivanja

Na prvoj razini analize izdvojeni su glavni razlozi izbora određenog predsjedničkog kandidata. Rezultati su prikazani u Tablicama 1-4.

Tablica 1

Koliko je na Vašu odluku da se opredijelite za određenog kandidata utjecao pojedini od ovih razloga? (Rezultati istraživanja u povodu prvog kruga predsjedničkih izbora 2000. godine; N = 900)

	Postotak ispitanika					Prosječna ocjena (raspon 1-4)
	Jako je utjecao (4)	Donekle je utjecao (3)	Malo je utjecao (2)	Uopće nije utjecao (1)	Bez odgovora	
Jer smatrate da će se više od ostalih brinuti o običnim ljudima	61,5	20,1	5,0	2,3	11,1	3,6
Jer Vam se čini najpoštenijim	63,6	16,3	6,3	2,9	11,0	3,6
Jer smatrate da će više od ostalih raditi za dobrobit Hrvatske	59,9	20,2	5,7	3,7	10,4	3,5
Jer Vam se čini najpametnijim za obavljanje predsjedničke dužnosti	58,0	17,9	8,2	4,9	11,1	3,4
Jer Vam je kao osoba simpatičniji od ostalih	47,6	14,7	10,8	16,4	10,5	3,0
Jer smatrate da će se najviše udaljiti od utjecaja i dosadašnje politike HDZ-a	39,0	19,5	10,8	18,4	12,4	2,9
Jer je kandidat stranke (ili stranaka) kojoj ste Vi najskloniji	14,0	12,1	8,7	54,3	10,9	1,8
Jer smatrate da će najbolje nastaviti politiku predsjednika Tuđmana	10,5	10,1	11,8	55,8	11,8	1,7
Jer smatrate da će najbolje nastaviti dosadašnju politiku HDZ-a	8,3	7,5	7,9	64,7	11,6	1,5

Tablica 2

Koliko bi predsjednički kandidat za kojeg ste se opredijelili mogao pridonijeti uspješnom ostvarivanju sljedećih ciljeva zemlje? (Rezultati istraživanja u povodu prvog kruga predsjedničkih izbora 2000. godine; N = 900)

	Postotak ispitanika					Prosječna ocjena (1-4)
	Mnogo (4)	Donekle (3)	Malo (2)	Uopće ne (1)	Bez odgovora	
Podizanju međunarodnog ugleda i položaja Hrvatske	70,3	16,2	2,7	0,9	9,9	3,7
Očuvanju samostalnosti i neovisnosti hrvatske države	66,3	20,6	2,8	0,5	9,8	3,7
Razvitku demokracije	65,5	20,2	3,9	0,2	10,2	3,7
Borbi protiv korupcije, nepoštenja i nemorala	63,8	19,6	4,7	1,2	10,8	3,6
Rješavanju socijalnih problema i zaštiti najugroženijih kategorija stanovništva	56,3	27,0	5,3	1,4	10,1	3,5
Poboljšanju gospodarske situacije u zemlji i podizanju općeg životnog standarda	54,3	28,2	6,6	1,0	9,9	3,5

Tablica 3

Koliko je na Vašu odluku da se opredijelite za određenog kandidata utjecao pojedini od ovih razloga? (Rezultati istraživanja u povodu drugog kruga predsjedničkih izbora 2000. godine; N = 1040)

	Postotak ispitanika					Prosječna ocjena (raspon 1-4)
	Jako je utjecao (4)	Donekle je utjecao (3)	Malo je utjecao (2)	Uopće nije utjecao (1)	Bez odgovora	
Jer Vam se kao osoba čini ozbiljnijim i savjesnijim	63,0	17,6	5,6	4,0	9,8	3,5
Jer smatrate da će više učiniti za dobrobit Hrvatske	57,6	25,5	5,4	1,5	10,0	3,5
Jer smatrate da će se više brinuti o običnim ljudima	59,7	21,8	6,4	2,5	9,7	3,5
Jer Vam se čini poštenijim	54,5	21,4	6,9	7,4	9,7	3,4
Jer Vam se čini pametnijim	44,7	23,5	10,2	11,7	9,9	3,1
Jer smatrate da će se više udaljiti od utjecaja i dosadašnje politike HDZ-a	46,4	19,1	10,8	13,3	10,4	3,1
Jer Vam je kao osoba simpatičniji	46,9	20,0	8,8	14,6	9,7	3,1
Jer smatrate da će bolje nastaviti politiku predsjednika Tuđmana	17,9	11,3	14,0	46,1	10,7	2,0
To što je kandidat stranke (ili stranaka) kojoj ste skloniji	12,9	11,5	11,8	54,3	9,5	1,8

Tablica 4

Koliko bi predsjednički kandidat za kojeg ste se opredijelili mogao pridonijeti uspješnom ostvarivanju sljedećih ciljeva zemlje? (Rezultati istraživanja u povodu drugog kruga predsjedničkih izbora 2000. godine; N = 1040)

	Postotak ispitanika					Prosječna ocjena (1-4)
	Mnogo (4)	Donekle (3)	Malo (2)	Uopće ne (1)	Bez odgovora	
Razvitku demokracije	62,0	23,6	3,5	0,6	10,2	3,6
Podizanju međunarodnog ugleda i položaja Hrvatske	61,4	22,7	4,3	1,3	10,2	3,6
Borbi protiv korupcije, nepoštenja, neopravdanog bogaćenja	61,1	21,3	6,0	1,2	10,5	3,6
Očuvanju samostalnosti i neovisnosti hrvatske države	57,8	24,4	4,6	2,6	10,6	3,5
Rješavanju socijalnih problema i zaštiti najugroženijih kategorija stanovništva	54,2	26,8	7,5	1,3	10,2	3,5
Poboljšanju gospodarske situacije u zemlji i podizanju općeg životnog standarda	51,3	30,4	7,4	1,1	9,8	3,5

Rezultati oba istraživanja, kako onog uoči prvog tako i drugog izbornog kruga, dosljedno sugeriraju da je, za većinu glasača, pri opredjeljivanju za nekog od predsjedničkih kandidata osobito važnost imala percepcija bitnih elemenata programske usmjerenosti, bilo da je riječ o onima općenite naravi (zalaganje za dobrobit Hrvatske, briga za obične ljude), bilo pak o njihovoj konkretizaciji u smislu očekivanoga prinosa ostvarivanju važnih nacionalnih ciljeva (očuvanje samostalnosti i neovisnosti države, razvitak demokracije, podizanje međunarodnog ugleda zemlje, borba protiv korupcije, poboljšanje gospodarske situacije, rješavanje socijalnih problema). Iako su, dakle, pri izbornom odlučivanju dominantan značaj mogle imati opće i društveno visoko vrednovane odrednice obnašanja predsjedničke funkcije, riječ je, ipak, o razmjerno apstraktnim vrijednostima kojima, barem deklarativno, teže svi aspiranti na položaj predsjednika države, pa je stoga vjerojatno da će takvi kriteriji biti od slabe koristi pri pokušaju razlikovanja potencijalnih glasača pojedinih kandidata.⁷ Očekivati je, naime, da većina birača, bez obzira za kojeg kandidata namjeravaju glasovati, pozitivno vrednuje načela dobrobiti zemlje i njezinih građana koje predsjednička funkcija, već sama po sebi, podrazumijeva kao nezaobilazne programske standarde.

⁷ I kognitivna istraživanja izbornog ponašanja sugeriraju da za preferenciju određenog kandidata mnogo manju važnost imaju apstraktne nego personalne i ostale konkretnije informacije koje je lakše uključiti u „priču“ o pojedinom kandidatu (Popkin, 1993.).

Od osobnih karakteristika izbornih kandidata obuhvaćena su obilježja koja se u modernoj teoriji ličnosti (Hogan i sur., 1997.) nazivaju crtama savjesnosti (poštenje, ozbiljnost, savjesnost), ugodnosti (simpatičnost) i intelekta (pamet). Iako se, uzevši u cjelini, takve osobine kandidata mogu učiniti nešto manje važnima za izbornu odlučivanje nego programski razlozi, u njihovom se pojedinačnom vrednovanju ipak zapažaju značajne međusobne razlike. Istraživački rezultati, naime, pokazuju da su, u konkretnoj izbornoj situaciji, na glasačko opredjeljenje biračkoga tijela uvelike utjecale procijenjene moralne kvalitete kandidata koje su se pokazale iznimno važnima i prilikom prvih hrvatskih predsjedničkih izbora 1992. godine (Milas, 1992.a). Vrlo veliku važnost za glasače imao je i dojam o ozbiljnosti i savjesnosti (koji je ispitan samo prije drugog izbornog kruga), dok su procjene intelektualnih prednosti i simpatičnosti kandidata, iako također važne, ipak odigrale nešto manju ulogu.

Važan element vrednovanja predsjedničkih kandidata za znatan je dio birača i očekivano udaljavanje od politike dotad vladajuće stranke. Od svih istraživanjem obuhvaćenih razloga najmanja opća pozornost pri izbornom odlučivanju pridavana je kontinuitetu prijašnje politike, odnosno stranačkoj pripadnosti predsjedničkih kandidata.

Promjene motivacijske strukture između dva izborna kruga

Budući da je većina predviđenih razloga mogućeg izbornog odlučivanja zabilježena u dva navrata – prije prvog izbornog kruga u siječnju 2000. i drugoga kruga u veljači iste godine – rezultati istraživanja omogućavaju uspoređivanje njihove relativne važnosti u pojedinoj od obuhvaćenih izbornih situacija.

Rezultati u Tablici 5 ponajprije pokazuju da se između dvije faze predsjedničkih izbora glasačko tijelo ponešto senzibiliziralo za nastavak politike prijašnjeg Predsjednika, pridajući tom elementu odlučivanja nešto veću važnost u drugom nego u prvom izbornom krugu. Jedan od razloga tome mogao bi biti povezan s izbornom eliminacijom predsjedničkog kandidata HDZ-a dr. Mate Granića u prvom izbornom krugu – dio pobornika politike dr. Tuđmana, za koje bi eventualna pobjeda M. Granića vjerojatno značila određeno jamstvo njezina kontinuiteta, u drugom su izbornom krugu, ostavši bez „svojeg“ kandidata, tom elementu odlučivanja mogli pridavati nešto više važnosti nego u slučaju kad je bila na raspolaganju izborna opcija koja je to, prema mogućoj prosudbi birača, već na neki način sama po sebi podrazumijevala. Istodobni porast važnosti (iako ne toliko izrazit) koju su glasači, pri odlučivanju u drugom izbornom krugu, pridavali očekivanom udaljavanju kandidata od dotadašnje politike HDZ-a ukazuje na već uočljive razlike u javnom vrednovanju prijašnjeg predsjednika države i stranke kojoj je u posljednjih desetak godina bio na čelu.⁸

⁸ Vidjeti poglavlje: *Pokušaj objašnjenja izbornih rezultata temeljem longitudinalnog istraživanja javnoga mnijenja: studija slučaja.*

Tablica 5

Usporedba prosječnih ocjena važnosti pojedinih razloga izbornog opredjeljivanja i očekivanog prinosa kandidata ostvarivanju nacionalnih ciljeva, zabilježenih istraživanjima u povodu prvog i drugog izbornog kruga predsjedničkih izbora 2000. godine

Razlozi:	Prvi krug		Drugi krug		t-test
	Prosječna ocjena	Stand. devijacija	Prosječna ocjena	Stand. devijacija	
Stranačka pripadnost kandidata	1,8	1,2	1,8	1,1	0,67
Djelovanje za dobrobit Hrvatske	3,5	0,8	3,5	0,7	-0,41
Briga o običnim ljudima	3,6	0,7	3,5	0,8	1,86
Nastavak politike predsjednika Tuđmana	1,7	1,1	2,0	1,2	-5,07**
Udaljavanje od utjecaja i dosadašnje politike HDZ-a	2,9	1,2	3,1	1,1	-3,29*
Pamet	3,4	0,9	3,1	1,1	7,05**
Poštenje	3,6	0,8	3,3	0,9	5,58**
Simpatičnost	3,0	1,2	3,1	1,1	-0,94
Ciljevi:					
Očuvanje samostalnosti i neovisnosti hrvatske države	3,7	0,6	3,5	0,7	5,64**
Poboljšanje gospodarske situacije u zemlji i podizanje općeg životnog standarda	3,5	0,7	3,4	0,7	1,91
Razvitak demokracije	3,7	0,6	3,6	0,6	2,33
Borba protiv korupcije, nepoštenja, neopravdanog bogaćenja	3,6	0,6	3,6	0,7	2,08
Rješavanje socijalnih problema i zaštita najugroženijih kategorija stanovništva	3,5	0,7	3,5	0,7	1,66
Podizanje međunarodnog ugleda i položaja Hrvatske	3,7	0,6	3,6	0,7	4,65**

** $p \leq 0,01$; * $p \leq 0,05$

Uspoređivanjem deklariranih razloga glasovanja u istraživanim izbornim situacijama ujedno zapažamo da se odlučivanje u drugoj fazi izbora u puno manjoj mjeri temeljilo na prosudbama o intelektualnim i moralnim osobinama kandidata te na očekivanom prinosu očuvanju državnog suvereniteta, nego što je to bio slučaj u prvom izbornom krugu. S tim u svezi mogli bismo pretpostaviti da je, u drugoj izbornoj fazi, percepcija spomenutih karakteristika ponešto izgubila na važnosti, jer je, prema mogućem mišljenju građana, prvi krug već izdvojio najkvalitetnije kandidate među kojima razlike, u tom smislu, više nisu bile osobito naglašene.

Razumije se da je riječ o pretežno hipotetičnim objašnjenjima koja, u raspoloživoj istraživačkoj građi, ne nalaze izravnih uporišta s pomoću kojih bi se mogla doista i dokazati. No, čak i ako ih nije moguće sasvim konzistentno objasniti, opisane usporedbe ipak jasno otkrivaju neka od važnih načela biračkog ponašanja, ponajprije mogućnost promjene kriterija izbornog odlučivanja između dvije vremenski bliske izborne faze, u ovisnosti o sužavanju kruga kandidata i javnom opažaju njihovih specifičnih osobina.

Specifični razlozi glasovanja za pojedine predsjedničke kandidate

Primjenom diskriminativne analize, na drugoj razini obrade rezultata nastojalo se prepoznati različitost vrednovanja pojedinih odrednica biračkog odlučivanja među vjerojatnim glasačima pojedinih predsjedničkih kandidata. U analizu su uključene sve obuhvaćene varijable koje bi mogle ukazati na specifične razloge izbora određenog izbornog takmaca – od stranačke pripadnosti, programske orijentiranosti i osobnih karakteristika kandidata do sociodemografskih osobina njihovih potencijalnih birača. Skupine anketiranih građana apriorno su podijeljene prema varijabli deklarirane odluke o glasovanju za pojedinog predsjedničkog kandidata, s time da su, zbog zahtjeva o dostatnom broju obuhvaćenih entiteta, u slučaju prvog izbornog kruga izdvojene samo skupine potencijalnih glasača jednoga od trojice najbolje plasiranih.

Obradom podataka prvog istraživanja izdvojene su dvije diskriminativne dimenzije prema kojima se skupine mogućih glasača trojice kandidata međusobno značajno razlikuju, dok je, zbog naravi analize,⁹ u drugom slučaju izdvojena samo jedna takva dimenzija (Tablica 6).

Sukladno očekivanjima, rezultati nedvosmisleno pokazuju da su općenito manje važni razlozi izbornog odlučivanja korisniji pri razlikovanju potencijalnih glasača pojedinih predsjedničkih kandidata nego razlozi koji su općenito više rangirani u hijerarhijskoj strukturi dominantnih izbornih motiva. Prvom od dviju diskriminativnih dimenzija, izlučenih iz rezultata istraživanja u povodu prvog izbornog kruga, značajno su zasićene¹⁰ samo četiri obuhvaćene varijable od kojih čak tri označavaju odnos prema politici HDZ-a i dr. Tuđmana, a četvrta se odnosi na stupanj naobrazbe anketiranih građana. Dimenzija je najbolje opisana oprečnim odnosom između važnosti politike dotad vladajuće stranke i prijašnjeg predsjednika države i naobrazbe birača. Druga je dimenzija određena ponajprije stranačkom pripadnošću kandidata, a mnogo su manje izrazite, iako također značajne, projekcije dobi birača i simpatičnosti predsjedničkih kandidata. Opisana dimenzija uočljivo nalikuje jedinom izlučenom diskriminativnom faktoru koji razlikuje moguće glasače tadašnjih predsjedničkih kandidata Dražena Budiše i Stjepana Mesića u istraživanju prije drugog izbornoga kruga.

⁹ Maksimalni broj diskriminativnih dimenzija jednak je broju analiziranih skupina umanjenom za 1.

¹⁰ Značajnim zasićenjem smatrane su projekcije veće od 0,30, bez obzira na predznak.

Tablica 6
 Struktura diskriminativnih dimenzija u istraživanjima prije prvog i drugog izbornog kruga predsjedničkih izbora 2000. godine

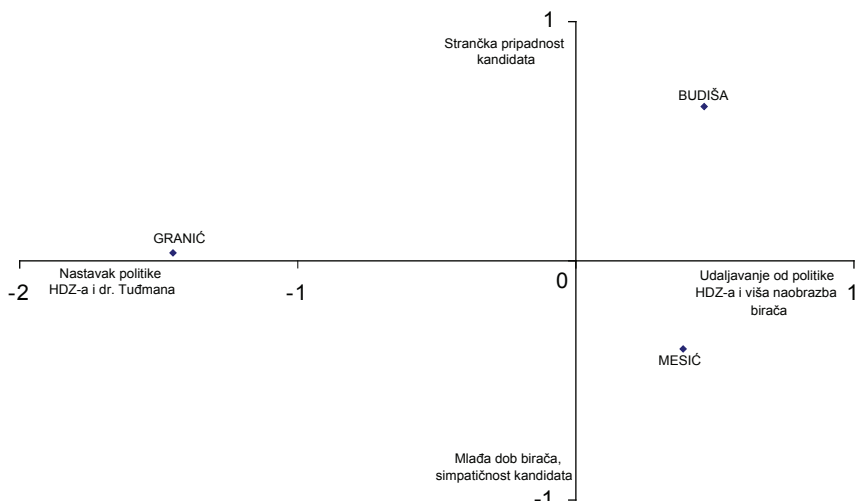
	Prvi krug		Drugi krug
	Kontinuitet politike	Važnost stranke	Važnost stranke
To što je kandidat stranke (ili stranaka) kojoj ste Vi najskloniji	0,24	-0,65	-0,50
Jer smatrate da će više od ostalih raditi za dobrobit Hrvatske	-0,02	0,14	-0,12
Jer smatrate da će se više od ostalih brinuti o običnim ljudima	0,00	0,21	-0,10
Jer smatrate da će najbolje nastaviti dosadašnju politiku HDZ-a	0,61	-0,06	nije pitano
Jer smatrate da će najbolje nastaviti politiku predsjednika Tuđmana	0,73	0,06	0,07
Jer smatrate da će se najviše udaljiti od utjecaja i dosadašnje politike HDZ-a	-0,58	-0,07	-0,18
Jer Vam se čini najpametnijim za obavljanje predsjedničke dužnosti	0,18	0,25	-0,21
Jer Vam se čini najpoštenijim	0,02	0,28	-0,28
Jer Vam je kao osoba simpatičniji od ostalih	0,12	0,35	0,26
Jer Vam se kao osoba čini ozbiljnijim i savjesnijim	nije pitano	nije pitano	-0,38
Očuvanje samostalnosti i neovisnosti hrvatske države	0,13	-0,05	0,09
Poboljšanje gospodarske situacije u zemlji i podizanje općeg životnog standarda	0,01	-0,06	0,16
Razvitak demokracije	0,03	0,03	-0,10
Borba protiv korupcije, nepoštenja, neopravdanog bogaćenja	0,06	-0,10	0,04
Rješavanje socijalnih problema i zaštita najugroženijih kategorija stanovništva	0,10	0,00	-0,03
Podizanje međunarodnog ugleda i položaja Hrvatske	0,13	0,10	0,04
DOB	-0,25	0,39	0,25
PRIHOD	0,17	0,04	0,17
ŠK. SPREMA	0,33	0,01	0,24
SPOL	-0,12	-0,05	0,06
KANONIČKA KORELACIJA	0,61	0,39	0,38
Značajnost	0,00	0,00	0,00
Objašnjena varijanca	0,38	0,16	0,14

Razlikovna vrijednost izdvojenih dimenzija umjereno je visoka. Varijablama uključenima u istraživanje moguće je objasniti nešto više od polovice varijance (54 posto) glasačkog opredjeljenja za trojicu najbolje plasiranih kandidata u prvom izbornom krugu, dok je razlikovanje skupina vjerojatnih birača pojedinih kandidata u drugome krugu mnogo manje predvidivo (14 posto varijance).

Podaci na Slici 1 na kojoj su, u prostoru diskriminativnih dimenzija, prikazani centriodi vjerojatnih glasača trojice vodećih kandidata u prvom izbornom krugu, ukazuju na neke razlike u izbornom ponašanju pojedinih glasačkih skupina.

Slika 1

Centroidi vjerojatnih glasača trojice vodećih predsjedničkih kandidata u prvom izbornom krugu predsjedničkih izbora 2000. godine, prikazani u prostoru razloga izbornog odlučivanja i sociodemografskih obilježja birača



Kao što se analizom prve razlikovne dimenzije može zaključiti, potencijalni glasači HDZ-ovog kandidata dr. Mate Granića pridavali su osobitu važnost nastavku politike dotadašnjeg predsjednika države i stranke koju je predstavljao, dok su mogući birači Dražena Budiše i Stjepana Mesića držali osobito važnim udaljavanje od takve politike. Biračke skupine D. Budiše i S. Mesića ujedno je odlikovala i nešto viša školska naobrazba nego što je to bio slučaj s mogućim biračima dr. M. Granića.

Drugom diskriminativnom dimenzijom opisane su razlike među potencijalnim glasačima preostalih kandidata u drugom izbornom krugu. Dok je skupini glasača naklonjenih D. Budiši bila naglašeno važna njegova stranačka pripadnost (podržavali

su ga recentni izborni pobjednici – koalicija SDP-a i HSLŠ-a), mogući glasači S. Mesića nisu tome pridavali osobitu pozornost (riječ je o kandidatu Hrvatske narodne stranke koja nije imala osobitu podršku birača). Iako je izdvojena razlikovna dimenzija mnogo manje zasićena pridavanjem važnosti osobnoj privlačnosti kandidata, odnosno dobrom pripadnošću birača, rezultati analize ipak pokazuju da su, u odnosu prema osobama sklonima D. Budiši, deklarirani glasači S. Mesića bili u prosjeku mlađi i nešto su se češće opredjeljivali za „svojeg“ kandidata temeljem dojma o njegovoj simpatičnosti.

Tablica 7

Centroidi vjerojatnih glasača kandidata u drugom izbornom krugu predsjedničkih izbora 2000. godine na kanoničkoj diskriminacijskoj funkciji

	Centroidi
Vjerojatni birači D. Budiše	0,441
Vjerojatni birači S. Mesića	-0,370

U odnosu prema opisanim nalazima, istraživanje uoči drugog izbornog kruga nije bitno pridonijelo pobližem razlikovanju vjerojatnih glasača dvojice vodećih predsjedničkih kandidata. Ipak, potencijalni glasači Dražena Budiše i tad su se češće opredjeljivali na osnovi stranačke pripadnosti kandidata, a uz to su svoj izbor nešto učestalije temeljili i na dojmu o ozbiljnosti i savjesnosti „svojeg“ kandidata nego što je bio slučaj s mogućim biračima Stjepana Mesića.

Zaključak

Na razini opće motivacijske strukture glasačkog opredjeljenja građana, rezultati istraživanja, provedenih u povodu hrvatskih predsjedničkih izbora 2000. godine, nedvosmisleno ukazuju na dominantnu važnost društveno visoko vrednovanih, ali relativno apstraktnih odrednica obnašanja predsjedničke funkcije kojima, barem deklarativno, teže svi aspiranti na položaj predsjednika države. Riječ je uglavnom o percipiranim elementima programske usmjerenosti kandidata, bilo onima od sasvim općenitog značaja (zalaganje za dobrobit zemlje i njezinih građana) bilo pak o njihovoj konkretizaciji u smislu očekivanog prinosa ostvarivanju važnih nacionalnih ciljeva (očuvanje samostalnosti i neovisnosti države, razvitak demokracije, podizanje međunarodnog ugleda zemlje, borba protiv korupcije, poboljšanje gospodarske i socijalne situacije). Kao i rezultati istraživanja u povodu predsjedničkih izbora 1992. godine (Rihtar, 1992.), i rezultati ove analize stoga sugeriraju da se u promatranoj izbornoj situaciji odlučivanje

birača temeljilo pretežno na racionalnim razlozima i očekivanjima, važnima za vrednovanje predsjednika države i obnašanje predsjedničke funkcije.

Od procijenjenih osobnih karakteristika predsjedničkih takmaca koje su, u cjelini uzevši, prilikom izbornog odlučivanja imale nešto manji značaj od naglašenije programskih razloga, najvažnijima su se pokazale procjene moralnog integriteta kandidata te dojam o njihovoj ozbiljnosti i savjesnosti, a određenu su ulogu odigrali i dojmovi o intelektualnim sposobnostima i općoj simpatičnosti pojedinih kandidata. U konkretnoj izbornoj situaciji, koju je uvelike odredila smjena prijašnje vlasti, veliku važnost pri vrednovanju izbornih takmaca imalo je i njihovo očekivano udaljavanje od politike dotad vladajuće stranke, dok je najmanja pozornost pridavana kontinuitetu njezine politike kao i politike prijašnjeg predsjednika države, odnosno stranačkoj pripadnosti predsjedničkih kandidata. Uspoređivanje deklariranih razloga izbornog opredjeljivanja prije prvog i drugog izbornog kruga ukazuje na određenu razliku u kriterijima i prioritetima koja je vjerojatno uvjetovana promjenom konkretne izborne situacije, u smislu sužavanja kruga predsjedničkih kandidata i mogućih promjena u percepciji njihove različitosti.

Sukladno očekivanjima, kao i nalazima prijašnjih istraživanja (Milas, 1992.a), rezultati provedene analize nedvosmisleno pokazuju da su općenito manje važni razlozi izbornog odlučivanja korisniji pri razlikovanju potencijalnih glasača pojedinih predsjedničkih kandidata, nego razlozi koji su općenito više rangirani u hijerarhijskoj strukturi dominantnih izbornih motiva. Taj, sad već drugi put izdvojen rezultat istraživanja hrvatskih predsjedničkih izbora, u skladu je s prije spomenutim stajalištem Jervisa (1993.) i Popkina (1993.) prema kojemu se u izboru između različitih predsjedničkih kandidata birači češće oslanjaju na lakše uočljive nego na njihove najvažnije razlike. Ili, kao što ističu Nisbett i suradnici (1982., prema Popkin, 1993.), neke informacije o kandidatima koje bi se mogle ocijeniti važnima za odlučivanje ljudi često ignoriraju, dok druge, koje bi logički trebale imati manji značaj, mogu na izborima odigrati puno važniju ulogu.

Razlike u motivacijskoj strukturi glasovanja za pojedinog od trojice vodećih predsjedničkih kandidata bile su povezane ponajprije s percipiranim odnosom prema politici dotad vladajuće stranke i prijašnjeg predsjednika države, stranačkom pripadnošću kandidata i dojmovima o njihovoj simpatičnosti. Za ukupno glasačko tijelo općenito važniji razlozi izbornog odlučivanja – kao što su percipirani elementi programske orijentiranosti i moguća postignuća kandidata u realizaciji temeljnih nacionalnih ciljeva – nisu bili specifičnije projicirani u očekivano djelovanje određenih izbornih takmaca već su, kao razlog opredjeljenja, bili podjednako važni za odabir svih vodećih predsjedničkih kandidata. Razumije se stoga da su, u apsolutnom smislu, ti razlozi bili najčešće povezani s izborom predsjedničkog kandidata za kojeg se, u oba izborna kruga, opredijelio najveći postotak birača.

IZBORNA APSTINENCIJA: TKO I ZAŠTO SE NE ODAZIVA IZBORIMA?

Silazni trend odazivanja političkim izborima, karakterističan za brojne zemlje s dugotrajnom demokratskom tradicijom, ali i za većinu predstavnica tzv. novih demokracija, posljednjih je desetljeća povećao zanimanje znanstvenika za obuhvatnije objašnjenje izborne apstinencije kao sastavnoga dijela izbornoga ponašanja i šire shvaćene političke participacije. Na najopćenitijoj razini, u znanstvenim analizama odazivanja ili neodazivanja političkim izborima uglavnom se prepoznaju dva temeljna pristupa: makroanalitički, u sklopu kojega se izborna participacija promatra kao posljedica različitih čimbenika širega društvenog konteksta, te mikroanalitički, zainteresiran ponajprije za osobine i stavove glasača kao moguće odrednice njihova izbornog ponašanja. Na razini makroanalize sudjelovanje na izborima povezuje se s brojnim političkim, ekonomskim, institucionalnim i drugim društvenim odrednicama, kao što su demokracija države i društva (jednostranački ili višestranački sustav, razvijenost demokratskih odnosa i institucija), politički sustav vlasti (parlamentarni ili predsjednički), ekonomska razvijenost, brojnost stanovništva, gustoća naseljenosti, izborna razina (lokalna, regionalna, nacionalna, razina EU), izborni zakon, vrsta i tip izbora (parlamentarni ili predsjednički, odnosno razmjerni, većinski ili kombinirani izbori), aktualna ponuda izbornih mogućnosti i sl. Na razini mikroanalize izborna se participacija pak promatra kao individualni čin na koji mogu utjecati mnogi socijalni, demografski i psihološki čimbenici, na temelju kojih se, u okvirima istoga društvenog konteksta, pokušavaju objasniti razlike među pojedincima koji glasuju ili ne glasuju na političkim izborima. Iako su obično analitički odvojeni, takvi se pristupi u velikoj mjeri međusobno dopunjuju, omogućujući tako potpunije razumijevanje najvažnijih odrednica izbornoga ponašanja (vidjeti Perea, 2002.).

Mikroanalitički pristup u proučavanju izborne apstinencije (na kojemu je utemeljena ova studija) rezultirao je brojnim teorijskim postavkama kojima se ta pojava nastoji objasniti s različitih disciplinarnih ili problemskih stajališta. Sukladno uobičajenoj podjeli, većina takvih postavki može se promatrati u nekom od tri dominantna teorijska okvira – sociološke, psihološke i ekonomske teorije, postavke kojih se i općenito smatraju glavnim teorijskim pristupima u objašnjenju izbornoga ponašanja (npr. Lyons i Sinnott, 2003.; Šiber, 2003.; Whiteley i sur., 2004.).

Zagovornici sociološkoga pristupa (teorije socijalnoga determinizma) ističu važnost društvenoga konteksta te socijalnih i demografskih osobina glasača kao bitnih odrednica pripadnosti određenoj društvenoj skupini koja utječe na oblikovanje političkih sklonosti i individualnu izbornu participaciju (vidjeti Whiteley i sur., 2004.). Ključne

su varijable pritom životna dob glasača (s porastom dobi povećava se političko iskustvo i osjećaj pripadnosti zajednici, pa stoga i vjerojatnost izborne participacije) te njihov socioekonomski i obrazovni status (socioekonomska i obrazovna deprivacija mogu biti uzrokom socijalne i političke isključenosti i tako povećati vjerojatnost izborne apstinencije), a veliku važnost mogu imati i neke druge osobine glasača, poput rasne i etničke pripadnosti, religijskog usmjerenja i slično.

Za razliku od toga, psihološke su teorije usmjerene na prepoznavanje motiva zbog kojih ljudi izlaze ili ne izlaze na izbore, odnosno identifikaciju društvenih i političkih stavova kojima bi se takve razlike u izbornom ponašanju mogle objasniti.

U sklopu te teorijske perspektive pozornost analitičara usmjerena je ponajprije na odnos glasača spram aktualne politike i opće društvene situacije, sklonost pojedinim političkim strankama i kandidatima te vrednovanje poruka izborne kampanje. Prema modelu kognitivnog angažmana ili mobilizacije (vidjeti Whiteley i sur., 2004.), jednom od karakterističnih pristupa unutar psihološkoga teorijskog okvira, u tom su smislu osobito važni političko znanje i opće zanimanje za politiku. Dosljedno tome, izbornoj su participaciji u načelu skloniji obrazovaniji, politički zainteresiraniji i upućeniji pojedinci koji se češće izlažu političkim informacijama te su spremniji na njih reagirati (npr. glasovanjem na izborima) nego neobrazovane, nezainteresirane i nedostavno politički informirane osobe. Ipak, vrsta reakcije politički zainteresiranoga dijela glasačkoga tijela u velikoj mjeri ovisi o evaluaciji političkih informacija, osobito o vrednovanju politike aktualne vlasti, a ovisno o načelnim političkim sklonostima, nezadovoljstvo njezinim djelovanjem u nekim okolnostima može povećati, a u drugima smanjiti vjerojatnost izlaska na izbore.

Sukladno ekonomskim objašnjenjima glasačkoga ponašanja, odnosno teoriji racionalnog izbora (Downs, 1957.; Riker i Ordeshook, 1968.) kao njihovoj središnjoj i najčešće citiranoj ideji, izborna participacija ili apstinencija rezultat su racionalne odluke pojedinca utemeljene na prosudbi „troškova“ i „dobiti“ od sudjelovanja na izborima. Ako pojedinac procjenjuje da su troškovi (npr. odlazak na biračnice, utrošeno vrijeme) veći od očekivanih dobiti (dojam o utjecaju vlastita glasa na rezultate izbora, odnosno očekivana dobit od pobjede preferirane izborne mogućnosti), skloniji je apstiniranju od glasovanja nego izlasku na biračnice i obratno. U skladu s postavkama spacijalnoga modela (Downs, 1957.; Brody i Page, 1973.; Hinich i Munger, 1995. – citirano prema Aarts i Wessels, 2002.; Merrill i Grofman, 1999.), izravne izvedenice teorije racionalnog izbora, glasači su ponajprije skloni apstinirati kad ne nalaze zadovoljavajuću izbornu ponudu, jer ni jednu od ponuđenih mogućnosti ne smatraju dovoljno bliskom svojoj idealnoj predodžbi (alijenacija), odnosno kad ne vide većih razlika između pojedinih izbornih mogućnosti pa im je svejedno tko će pobijediti

(indiferentnost).¹ Promatrana u terminima očekivanih dobiti, apstinencija bi, prema mišljenju nekih autora (npr. Aarts i Wessels, 2002.), mogla dodatno ovisiti i o procjeni važnosti izbora (time bi se moglo objasniti zašto je odziv na lokalne izbore u pravilu slabiji nego na nacionalne), odnosno o dojmu glasača da su rezultati izbora već odlučeni, pa je njihov glas ionako bez ikakve važnosti. Na ekonomskim teorijama izborne participacije zasniva se i tzv. situacijsko objašnjenje (vidjeti Lyons i Sinnott, 2003.), u kojemu se naglašava da na izborni odziv utječu i „troškovi“ poput termina održavanja izbora (radni dan ili vikend, dužina otvorenosti birališta), dostupnost izbornoga mjesta, mogućnost glasovanja poštom i sl.

Empirijske provjere su pokazale da ni jedna od spomenutih teorija ne može potpuno objasniti odluku o sudjelovanju ili nesudjelovanju na izborima,² ali da svaka od njih, na specifičan način, pridonosi njezinu ukupnom razumijevanju. Stoga se recentna empirijska istraživanja izborne apstinencije (participacije) najčešće zalažu za eklektički pristup, uzimajući u obzir najvažnije postavke svih vodećih teorija izbornoga ponašanja (npr. Hughes i Conway, 1997.; Adams i Merrill, 2003.; Lyons i Sinnott, 2003.; Sinnott, 2003.). Pritom se, s jedne strane, ističe da se osobna odluka o glasovanju ili neglasovanju temelji na individualnim resursima (sociološko viđenje), s druge se strane naglašava važnost elemenata političke mobilizacije (psihološki pristup), a s treće se govori o važnosti instrumentalne motivacije (teorija racionalnog izbora). Dosljedno tome, iole ambicioznije istraživanje individualnih aspekata izborne apstinencije, kao i izbornoga ponašanja uopće, moralo bi obuhvatiti nešto širi popis socijalnih, demografskih, psiholoških i situacijskih čimbenika za koje se očekuje da bi, ovisno o konkretnoj izornoj situaciji, mogli u većoj ili manjoj mjeri utjecati na odluku o sudjelovanju na izborima.

Bez obzira na to koliko obuhvatno bila teorijski utemeljena, anketna i slična empirijska istraživanja izborne apstinencije jasno su artikulirala još jednu spoznaju koja je u

¹ Izvorno, spacijalni model objašnjava izborne preferencije birača. Prema postavkama toga modela, birači su skloni glasovati za stranku (kandidata) koja im je najbliža u političkom prostoru, a koji je najčešće operacionaliziran kao jednodimenzionalni lijevo-desni kontinuum (Whiteley i sur., 2004.). Ako pojedinac na isti način percipira sve stranke (kandidate) u prostoru, morao bi glasovati za sve (što nije moguće) ili ni za jednu pa će najvjerojatnije apstinirati. Jednako se tako neće odazvati izborima ni u slučaju kad ni jednu od ponuđenih izbornih opcija ne doživljava dostatno bliskom.

² To se osobito odnosi na teoriju racionalnog izbora, koja je, iako vrlo utjecajna, bila najčešćim predmetom kritike empirijski orijentiranih znanstvenika. Razlog je tome previše pojednostavljeno objašnjenje izbornog odziva i najvažnijih motiva glasovanja te minimalna vjerojatnost da bi, pojedinačno, bilo koji birač mogao utjecati na rezultate masovnih izbora. Time glasovanje postaje iracionalni čin jer „troškovi“, bez obzira na to koliko bili niski, u pravilu prevladavaju nad tako shvaćenom „dobiti“ (Kromkowski, 2003.; Grafstein, R., 1991.).

teorijskim pristupima uglavnom nedostatno naglašena. Dok su modeli izborne participacije često usmjereni prema cijelom glasačkom tijelu, implicitno podrazumijevajući da svi glasači reagiraju na istu skupinu čimbenika i da to čine na sličan način (Bannon, 2003.), istraživanja su pokazala da različite skupine glasača pristupaju politici i izbornom odlučivanju s različitih stajališta (Pattie i Johnston, 2001.). Drukčije rečeno, izborni apstinenti nipošto nisu homogena skupina ni u sociodemografskom ni u psihološkom i političkom smislu, nego ih je puno opravdanije promatrati kao različite, specifično definirane segmente. Iako na određenu segmentaciju apstinenta upućuje već i autor izvorne teorije racionalnog izbora A. Downs (1957.), dijeleći ukupno izborno tijelo na uobičajene glasače, epizodne glasače (odnosno epizodne neglasače) i redovite neglasače, a predstavnici tzv. Michiganske škole u svojoj znamenitoj istraživačkoj studiji (Campbell i sur., 1960.) postavljaju osnovu za razlikovanje strukturalnih i konjunkturalnih (ne) glasača (predispozicijski određenih ili vođenih kratkoročnim utjecajima),³ u nekim je novijim istraživanjima izdvojeno i do desetak kategorija izbornih apstinenta, definiranih različitim socijalnim, sociopsihološkim i sociopolitičkim odrednicama (npr. Viros, 1994.),⁴ odnosno glavnim razlozima neodazivanja izborima (Diplock, 2002.; Bannon, 2003.)

U svezi s empirijskim istraživanjima izborne participacije valja ipak upozoriti i na jedno od važnih spoznajnih ograničenja, povezanih s određenim metodologijskim poteškoćama koje se u pravilu pojavljuju u realizaciji svih anketnih i sličnih istraživanja izbornoga ponašanja i javnoga mnijenja uopće. Istraživačko iskustvo, naime, pokazuje da je odziv na takva istraživanja značajno povezan sa zanimanjem za politiku i izbore, odnosno da politički nezainteresirane osobe i one sklone izbornoj apstinenaciji razmjerno češće odbijaju sudjelovati u anketi nego politički zainteresirani pojedinci, pa je stoga velik dio izbornih apstinenta u pravilu nedostupan za analizu. Usprkos tom ograničenju, na koje upućuju brojne američke i europske izborne studije (vidjeti Aarts i Wessels, 2002.; Brady i Orren, 1992.; Clausen, 1968./69.), a i u nas je donekle empirijski elaborirano,⁵ anketna i slična empirijska istraživanja ipak mogu otkriti mnogo

³ Iako se u izvornom obliku ova dihotomija rabi kao osnova za objašnjenje političkih preferencija, kako to ističe Kasapović (2003.), ona se ustalila i kao uobičajena tipološka podjela u suvremenim studijama izborne apstinenacije.

⁴ Osobito zanimljivu klasifikaciju nudi Viros (1994.) na temelju podataka prikupljenih intervjuom. Razlikujući na prvoj razini osobe niske i visoke politiziranosti, autorica razlikuje skupine apstinenta koje odlikuje manjak socijalne integracije, nerazvijena politička svijest, nedostatan politički interes, nepovjerenje u politiku te zanimanje za alternativne političke pokrete i akcije.

⁵ Vidjeti poglavlje: *Odbijanje ankete u istraživanjima javnoga mnijenja*.

socijalnih osobina, stavova i obrazaca ponašanja važnih za razumijevanje neodazivanja na izbore i za izbornu ponašanje uopće.

U ovoj je studiji opisan pokušaj razmjerno obuhvatne analize izborne apstinencije, konceptijski utemeljene na bitnim postavkama opisanih mikro-analitičkih teorijskih pristupa. Budući da je riječ o u nas još znanstveno nedostavno istraženom pojavi, takav se eklektički pristup činio logičnim i nužnim. Analiza se odnosi na izbore za Hrvatski sabor u studenom 2003. godine, a zasniva se na rezultatima dvaju opsežnih istraživanja javnoga mnijenja provedenih u međuizbornom razdoblju (Lamza Posavec i sur., 2003.a), odnosno neposredno prije održavanja izbora (Lamza Posavec i sur., 2003.b). Osim načelnih spoznajnih ograničenja u svezi s već spomenutom korelacijom izborne i anketne apstinencije, uz raspoloživu analitičku građu mogle bi se vezivati i određene rezerve koje proizlaze iz okolnosti da je riječ o predizbornim, a ne o poslijeizbornim istraživanjima, odnosno da su analizom obuhvaćene osobe koje su u anketi izjavile da ne namjeravaju glasovati na izborima, a ne one koje im se doista nisu odazivale. Za razliku od prethodnog, posljednje ograničenje ne smatramo osobito važnim jer, kao što to pokazuje iskustvo brojnih istraživača, ni poslijeizborne ankete ne mogu osigurati potpuno valjane rezultate o stvarnom sudjelovanju na izborima.⁶ Uz to, drugo je od analiziranih istraživanja završeno samo tri dana prije održavanja izbora te je stoga, što se reprezentativnosti obuhvaćenoga termina tiče, njegova prognostička vrijednost zasigurno dostatno visoka. Zbog veće jasnoće i preciznosti, dobivene je rezultate ipak ispravnije interpretirati sa stajališta potencijalnih, a ne stvarnih izbornih apstinenata, iako je vrlo vjerojatno da se, u ovom slučaju, te dvije kategorije u velikoj mjeri međusobno preklapaju.

Cilj i metoda istraživanja

Istraživanjem se nastojala provjeriti pretpostavka da se osobe koje ne namjeravaju glasovati na izborima prema nekim pokazateljima socijalnoga statusa, zanimanja za politiku i političkih stavova razlikuju od osoba koje su im se spremne odazvati. Osim odgovora na tako definirano glavno pitanje, u dodatnom se dijelu pokušalo identificirati i osnovne razloge neodazivanja izborima, kako su se o njima očitovali potencijalni apstinenti obuhvaćeni analiziranim istraživanjima.

⁶ Izborni odziv deklariran u poslijeizbornim anketama u pravilu je viši od stvarnoga (npr. Aarts i Wessels, 2002.; Lyons i Sinnott, 2003.; Weis, 1968./69.), što je također rezultat povezanosti anketnog i izbornog odziva, ali i sklonosti dijela ispitanika da daju socijalno poželjne odgovore.

Zbog veće pouzdanosti rezultata, analiza se temelji na dvije nezavisne skupine podataka – rezultatima istraživanja javnoga mnijenja iz studenog/prosinca 2002. i studenog 2003. godine. Prvo je istraživanje provedeno približno godinu dana prije održavanja izbora, a drugo u posljednja dva tjedna prije izbornog termina (završilo je dva dana prije izborne šutnje). Oba su istraživanja provedena kombiniranom tehnikom usmene ankete i tajnog izjašnjavanja na probabilistički izabranom, višestapno stratificiranom uzorku punoljetnoga stanovništva Hrvatske. Uzorkom istraživanja iz 2002. godine obuhvaćeno je 3508, a istraživanjem 2003. godine 1248 ispitanika (Lamza Posavec i sur., 2003.a; 2003.b).

U glavnom dijelu analize ispitanici su podijeljeni u tri skupine – potencijalne glasače tada vladajuće koalicije, potencijalne glasače oporbenih stranaka i potencijalne apstinente. Razlikovanje potencijalnih glasača vladajućih stranaka i potencijalnih glasača oporbe provedeno je s namjerom da se osigura podrobniji uvid u specifične razlikovne osobine i stavove vjerojatnih izbornih apstinenata nego što bi to bilo moguće njihovim uspoređivanjem sa skupinom potencijalnih glasača u cjelini. Razvrstavanje ispitanika u spomenute kategorije temelji se na anketnim odgovorima o namjeri izlaska na sljedeće parlamentarne izbore, odnosno namjeri glasovanja za određenu političku stranku. Dosljedno tim podacima, u sklopu ove studije potencijalnim apstinentima držimo osobe koje su u anketi izjavile da vjerojatno ili sigurno neće glasovati na izborima, potencijalnim glasačima vladajućih stranaka one osobe koje su, sukladno vlastitu iskazu, namjeravale sigurno ili vjerojatno izići na izbore i glasovati za neku od stranaka tada vladajuće koalicije (SDP, HNS, HSS, LS, Libra), a mogućim glasačima oporbe one ispitanike koji su izjavili da će sigurno ili vjerojatno glasovati na izborima i opredijeliti se za HDZ ili neku drugu tada oporbenu stranku.

Skupinom prediktorskih varijabli obuhvaćeni su odgovori na anketna pitanja za koja se na temelju dominantnih teorijskih postavki i empirijskih spoznaja iz znanstvene literature, kao i uvažavanjem nekih specifičnosti analizirane izborne situacije te općih političkih i društvenih okolnosti, moglo opravdano očekivati da će dobro razlikovati skupine potencijalnih glasača od skupine potencijalnih apstinenata. Zbog nekih razlika u sadržaju anketnih upitnika, analizirana građa iz 2002. i 2003. godine donekle se razlikuje prema broju i vrsti obuhvaćenih prediktorskih varijabli.

Iz istraživanja 2002. godine u analizu su uključeni odgovori na ukupno 18 anketnih pitanja koja se mogu svrstati u tri tematske cjeline: (1) demografske i socijalne osobine ispitanika: spol; dob; naobrazba; rezidencijalno podrijetlo (stupanj urbaniziranosti mjesta odrastanja); prihod po članu kućanstva; (2) interes za politiku i izbore: samoprocjena informiranosti o politici; izlazak na izbore 2000.; članstvo u strankama; (3) vrednovanje aktualne vlasti i opće društvene situacije: opće mišljenje o aktualnoj vlasti; povjerenje u

učinkovitost Vlade (njezinu sposobnost da izvede Hrvatsku iz krize); mišljenje o predsjedniku Republike; mišljenje o predsjedniku Vlade; mišljenje o predsjedniku Sabora; mišljenje o ispunjenju izbornih obećanja; zadovoljstvo ostvarenjem društvenih ciljeva (predočen popis od 28 ciljeva, ostvarenje kojih je ocijenjeno na ljestvici Likertova tipa); zadovoljstvo nekim potezima i odlukama aktualne hrvatske Vlade (predočen popis od sedam poteza/odluka uz primjenu Likertove ljestvice); procjena razvitka opće situacije u Hrvatskoj; procjena društvenoga pesimizma, odnosno optimizma.

Iz anketne građe prikupljene istraživanjem 2003. godine za analizu su izdvojeni odgovori na 18 anketnih pitanja, svrstani u četiri tematske cjeline: (1) demografske i socijalne osobine ispitanika: spol; dob; naobrazba; rezidencijalno podrijetlo (stupanj urbaniziranosti mjesta odrastanja); prihod po članu kućanstva; (2) interes za politiku i izbore: praćenje informacija o izborima; izlazak na izbore 2000.; članstvo u strankama; (3) vrednovanje aktualne vlasti i opće društvene situacije: opće mišljenje o aktualnoj vlasti; povjerenje u učinkovitost Vlade (sposobnost da izvede Hrvatsku iz krize); mišljenje o predsjedniku Republike; mišljenje o predsjedniku Vlade; mišljenje o predsjedniku Sabora; mišljenje o ispunjenju izbornih obećanja; percepcija glavnih društvenih problema (predočen popis od 32 problema, izrazitost kojih je ocijenjena na ljestvici od tri stupnja); procjena razvitka opće situacije u Hrvatskoj; procjena društvenoga pesimizma, odnosno optimizma; (4) očekivane promjene nakon predstojećih izbora u svezi s: političkim slobodama; ljudskim pravima; životnim standardom; sigurnosti građana i imovine; društvenom pravdom; međunarodnim ugledom zemlje; društvenim moralom i poštenjem.

Dodatni dio analize (deklarirani razlozi izborne apstinencije) u oba se istraživanja temelji na pitanju od šest ponuđenih razloga neodazivanja na izbore (izdvojenih na osnovi rezultata intervjuiranja provedenog u orijentacijskoj fazi istraživanja), važnost kojih su, kao moguće razloge svoje odluke, potencijalni apstinenti ocjenjivali na skali od pet stupnjeva.

Za potrebe analize anketni su podaci reskalirani – za svako obuhvaćeno pitanje (prediktorsku varijablu) odgovori su poredani po intenzitetu, od najmanjeg do najvećeg, a odgovorima „ne znam“, „ne sjećam se“ i „nemam određena stava“ pridružene su srednje numeričke vrijednosti. Odgovori na pitanja o zadovoljstvu ostvarenjem društvenih ciljeva te nekim odlukama i potezima aktualne vlasti (istraživanje 2002. godine), odnosno percepciji društvenih problema (istraživanje 2003.), podvrgnuti su postupku faktorske analize, a u daljnju su obradu uključeni logički interpretabilni faktori.

Na prvoj razini glavnoga dijela analize (razlikovanje potencijalnih glasača tada vladajuće koalicije, potencijalnih glasača tadašnje oporbe i potencijalnih apstinenata) određene su srednje skalne vrijednosti, a značajnosti razlika testirane jednosmjernom analizom varijance. Na drugom je koraku primijenjena metoda diskriminativne analize,

kojom se, s pomoću obuhvaćenih pokazatelja socijalnoga statusa, političke zainteresiranosti te političkih stavova i očekivanja, pokušalo izdvojiti glavne razlikovne dimenzije promatranih skupina ispitanika.

Za deklarirane razloge izborne apstinencije izračunane su također srednje skalne vrijednosti, a potom je, na temelju rezultata jednosmjerne analize varijance, za svaki od obuhvaćenih razloga određen relativni rang u odnosu prema ostalima.

Osobine i stavovi potencijalnih apstinenata

Već na prvoj razini analize rezultati pokazuju da se osobe, koje su u provedenim anketama izrazile sklonost izbornoj apstinenciji, prema većini obuhvaćenih prediktorskih varijabli značajno razlikuju od ispitanika koji su očitovali pripravnost za glasovanje na izborima, bilo da je riječ o potencijalnim glasačima tada vladajućih stranaka bilo pak o osobama koje su bile sklone glasovati za neku od oporbenih izbornih mogućnosti. Vrlo visoka sukladnost rezultata istraživanja zabilježenih 2002. i 2003. godine, s jedne strane, povećava povjerenje u pouzdanost mogućih zaključaka analize, a, s druge, pokazuje da je, u konkretnim političkim i izbornim okolnostima, segmentiranje biračkoga tijela na moguće glasače pojedinih stranaka i potencijalne izborne apstinente u bitnim odrednicama bilo oblikovano već i godinu dana prije održavanja izbora. Podrobni podaci o tome prikazani su u Tablicama 1 i 2.

Tablica 1

Prosjeci varijabli u skupinama potencijalnih glasača stranaka vladajuće koalicije, potencijalnih glasača oporbenih stranaka i potencijalnih apstinencata – istraživanje 2002. godine

Varijable	Raspon ljestvica	(1) Potencijalni glasači vladajućih stranaka	(2) Potencijalni glasači oporbenih stranaka	(3) Potencijalni apstinenti	Značajnost razlike: (1):(3)	Značajnost razlike: (2):(3)
<i>Demografske i socijalne osobine:</i>						
Spol	1–2	1,55	1,49	1,56	–	*
Dob	1–5	3,25	3,25	3,12	–	–
Naobrazba	1–3	2,04	1,92	1,88	**	–
Rezidencijalno podrijetlo (stupanj urbaniziranosti mjesta odrastanja)	1–3	1,71	1,65	1,65	–	–
Prihod po članu kućanstva	1–7	3,80	3,53	3,37	**	–
<i>Interes za politiku i izbore:</i>						
Samoprocjena informiranosti o politici	1–3	2,22	2,15	1,89	**	**
Izlazak na izbore 2000.	1–3	2,85	2,77	2,32	**	**
Članstvo u strankama	1–2	0,06	0,14	0,03	**	**
<i>Vrednovanje aktualne vlasti i opće društvene situacije:</i>						
Opće mišljenje o aktualnoj vlasti	1–5	3,10	2,02	2,10	**	–
Povjerenje u učinkovitost Vlade	1–3	1,85	1,36	1,38	**	–
Mišljenje o predsjedniku Republike	1–5	3,98	2,81	3,25	**	**
Mišljenje o predsjedniku Vlade	1–5	3,54	2,33	2,56	**	**
Mišljenje o predsjedniku Sabora	1–5	3,80	3,08	3,13	**	–
Mišljenje o ispunjenju izbornih obećanja	1–5	2,42	1,79	1,82	**	–
Zadovoljstvo rješavanjem egzistencijalnih problema (f)	–1,70 do 4,39	0,97	0,85	0,86	**	–
Zadovoljstvo razvitkom demokracije i poštivanjem ljudskih prava (f)	–2,45 do 2,47	0,15	0,01	–0,14	**	**
Zadovoljstvo ostvarenjem eksplicitnih političkih ciljeva (f)	–2,83 do 2,30	0,24	–0,22	0,00	**	**
Zadovoljstvo zaštitom ugroženih područja i skupina (f)	–2,20 do 2,77	0,13	–0,08	–0,05	**	–
Zadovoljstvo rješavanjem problema proizišlih iz rata u RH (f)	–2,31 do 2,58	0,39	–0,26	–0,10	**	**
Zadovoljstvo rješavanjem problema sa Slovenijom (f)	–1,86 do 2,64	0,22	–0,17	–0,04	**	**
Procjena razvitka opće situacije u Hrvatskoj	1–4	2,09	1,67	1,75	**	**
Procjena društvenoga pesimizma/optimizma	1–3	1,64	1,47	1,44	**	–
Broj ispitanika	–	1009	1089	967	–	–

** p≤0,01; * p≤0,05

Tablica 2

Prosjeci varijabli u skupinama potencijalnih glasača stranaka vladajuće koalicije, potencijalnih glasača oporbenih stranaka i potencijalnih apstinenata – istraživanje 2003. godine

Varijable	Raspon ljestvica	(1) Potencijalni glasači vladajućih stranaka	(2) Potencijalni glasači oporbenih stranaka	(3) Potencijalni apstinenti	Značajnost razlike: (1):(3)	Značajnost razlike: (2):(3)
<i>Demografske i socijalne osobine:</i>						
Spol	1–2	1,56	1,50	1,56	–	–
Dob	1–5	3,27	3,45	2,84	**	**
Naobrazba	1–3	2,05	1,83	1,78	**	–
Rezidencijalno podrijetlo (stupanj urbaniziranosti mjesta odrastanja)	1–3	1,78	1,55	1,72	–	*
Prihod po članu kućanstva	1–7	4,00	3,66	3,60	*	–
<i>Interes za politiku i izbore:</i>						
Praćenje informacija o izborima	1–3	1,80	1,86	1,28	**	**
Izlazak na izbore 2000.	1–3	2,78	2,76	2,23	**	**
Članstvo u strankama	1–2	0,06	0,13	0,00	**	**
<i>Vrednovanje aktualne vlasti i opće društvene situacije:</i>						
Opće mišljenje o aktualnoj vlasti	1–5	3,37	2,11	2,48	**	**
Povjerenje u učinkovitost Vlade	1–3	2,41	1,54	1,73	**	*
Mišljenje o predsjedniku Republike	1–5	4,13	2,81	3,13	**	*
Mišljenje o predsjedniku Vlade	1–5	3,60	2,22	2,63	**	**
Mišljenje o predsjedniku Sabora	1–5	3,48	2,55	2,84	**	*
Mišljenje o ispunjenju izbornih obećanja	1–5	3,03	1,98	2,16	**	*
Percepcija egzistencijalnih problema (f)	–4,68 do 1,39	–0,21	0,11	–0,04	*	–
Percepcija problema u funkcioniranju demokracije i poštivanju ljudskih prava (f)	–1,88 do 1,95	–0,17	0,09	0,22	**	–
Percepcija problema u odnosu države prema regijama i funkcioniranju lokalne vlasti (f)	–2,61 do 1,93	–0,11	0,06	–0,02	–	–
Percepcija gospodarskih i razvojnih problema (f)	–3,37 do 2,12	–0,14	0,09	–0,05	–	–
Percepcija problema proizišlih iz rata u RH (f)	–2,26 do 1,55	–0,32	0,18	0,06	**	–
Procjena razvitka opće situacije u Hrvatskoj	1–4	2,41	1,84	1,91	**	–
Procjena društvenoga pesimizma/optimizma	1–3	1,81	1,64	1,53	**	–

Varijable	Raspon ljestvica	(1) Potencijalni glasaci vladajućih stranaka	(2) Potencijalni glasaci oporbenih stranaka	(3) Potencijalni apstinenti	Značajnost razlike: (1):(3)	Značajnost razlike: (2):(3)
Očekivane promjene nakon izbora:						
Političke slobode	1–4	2,29	2,31	2,09	**	**
Ljudska prava	1–4	2,28	2,32	2,10	**	**
Životni standard	1–4	2,29	2,35	2,04	**	**
Sigurnost građana i imovine	1–4	2,26	2,29	2,06	**	**
Društvena pravda	1–4	2,24	2,28	2,05	**	**
Međunarodni ugled	1–4	2,33	2,33	2,12	**	**
Društveni moral i poštenje	1–4	2,23	2,27	2,03	**	**
Broj ispitanika	–	375	442	172	–	–

** $p \leq 0,01$; * $p \leq 0,05$

Uspoređivanje prosjeka obuhvaćenih prediktorskih varijabli ponajprije otkriva da su osobe nesklone izbornoj participaciji pokazivale i općenito manje zanimanja za politiku i izbore nego ispitanici koji su izrazili namjeru izlaska na predstojeće izbore,⁷ bez obzira na to jesu li namjeravali glasovati za neku od stranaka tada vladajuće koalicije ili pak za neku oporbenu stranku. U usporedbi s obje skupine potencijalnih glasača, mogući izborni apstinenti bili su značajno slabije informirani o politici, odnosno manje upućeni na praćenje informacija o predstojećim izborima, razmjerno manje ih je glasovalo na prethodnim parlamentarnim izborima i značajno su rjeđe bili članovi političkih stranaka. Uz to, podaci iz razdoblja koje je neposredno prethodilo izborima (istraživanje 2003.) dosljedno pokazuju da su uz predstojeće izbore vezivali i značajno manja očekivanja nego obje od razlikovanih skupina glasača, bilo da je riječ o mogućem poboljšanju situacije u svezi s političkim slobodama i poštivanjem ljudskih prava, podizanjem životnoga standarda stanovništva i međunarodnim ugledom zemlje ili pak o sigurnosti građana i imovine, socijalnoj pravdi, odnosno društvenom moralu i poštenju.

Iako su prema većini obuhvaćenih političkih stavova potencijalni izborni apstinenti smješteni između afirmativnije raspoloženih pristaša vladajuće koalicije i uočljivo kritičnije oporbe, u analiziranoj su izbornoj situaciji u cjelini ipak bili sličniji oporbeno orijentiranim glasačima. Tako su u oba analizirana istraživanja mogući neglasači izražavali

⁷ Radi boljeg razumijevanja rezultata valja podsjetiti da su modaliteti varijabli poredani po intenzitetu od najmanjeg do najvećeg tako da viša prosječna vrijednost označuje npr. veći interes, bolju informiranost, povoljniji stav, učestalije glasovanje na izborima i sl.

značajno nepovoljnije mišljenje o aktualnoj hrvatskoj vlasti i njezinim vodećim akterima (predsjednicima Republike, Vlade i Sabora), imali su značajno manje povjerenja u tadašnju hrvatsku Vladu i bili su uočljivo manje zadovoljni realizacijom izbornih obećanja nego potencijalni glasači vladajućih stranaka (sve su razlike značajne na razini $p \leq 0,01$), a o većini tih pitanja očitivali su se podjednako ili tek nešto povoljnije ($p \leq 0,05$) nego mogući glasači tadašnjih oporbenih stranaka.

Slične se razlike zapažaju i u vrednovanju općega stanja u društvu, utemeljenog na iskazanom stupnju zadovoljstva rješavanjem bitnih ciljeva zemlje (istraživanje 2002. godine), percepciji glavnih društvenih problema (istraživanje 2003.) te ocjeni razvitka ukupne društvene situacije i prevladavajućega javnog raspoloženja. Kao što to pokazuju rezultati istraživanja iz 2002. godine, u usporedbi s potencijalnim glasačima vladajućih stranaka, mogući izborni apstinenti bili su značajno manje zadovoljni rješavanjem svih analizom izdvojenih skupina problema, od onih koji se odnose na osnovna egzistencijalna pitanja (borba protiv nezaposlenosti, podizanje životnog standarda, stvaranje uvjeta za dobru budućnost mladih, rješavanje socijalnih problema itd.),⁸ eksplicitne političke ciljeve (politička neovisnost zemlje, obrambena sposobnost, održavanje veza s iseljenom Hrvatskom, međunarodni ugled), razvitak demokracije i poštivanje ljudskih prava (uključujući manjinska prava, slobodu medija i sl.) te zadovoljstvo zaštitom ugroženih područja i društvenih skupina (obnova ratom porušenih područja, zaštita stradalnika Domovinskog rata, umirovljenika i hrvatskog stanovništva u BiH), do onih proizišlih iz rata u Republici Hrvatskoj (odnos prema BiH te Srbiji i C. Gori, odnos prema Domovinskom ratu i Haškom sudu) i aktualnih odnosa s Republikom Slovenijom (rješavanje problema u svezi s Piranskim zaljevom i granicama uopće, rješavanje međudržavnih gospodarskih problema). Na vrlo sličan zaključak upućuju i razlikovno nešto slabiji podaci o percepciji glavnih društvenih problema iz 2003. godine (u usporedbi s potencijalnim glasačima vladajućih stranaka, potencijalni apstinenti su značajno češće percipirali probleme u funkcioniranju demokracije i poštivanju ljudskih prava te one proizišle iz rata u Republici Hrvatskoj, a nešto učestalije i osnovne egzistencijalne probleme),⁹ kao i rezultati obaju analiziranih istraživanja o vrednovanju opće društvene situacije i procjeni prevladavajućega javnog raspoloženja (osobe sklone neodazivanju na izbore su značajno češće izražavale uvjerenje da se društvena situacija pogoršava te da u javnosti prevladava pesimističko raspoloženje nego što su to mislili mogući glasači stranaka vladajuće

⁸ Podsjećamo da je riječ o skupini problema izdvojenih faktorskom analizom. Radi boljeg razumijevanja rezultata u zagradaima navodimo varijable s najvećim saturacijama.

⁹ Sadržajna struktura ovih faktora u osnovi je nalik faktorima zadovoljstva ostvarenjem društvenih ciljeva iz istraživanja 2002. godine.

koalicije). U usporedbi s time, razlike prema ispitanicima koji su deklarirali sklonost nekoj od oporbenih izbornih mogućnosti u cjelini su nedosljednije i puno manje izražene: dok su se u istraživanju 2002. godine o realizaciji eksplicitnih političkih ciljeva, rješavanju problema proizišlih iz rata u Hrvatskoj i aktualnoj politici prema Sloveniji mogući apstinenti izjašnjavali povoljnije nego potencijalni glasači oporbenih stranaka, a o funkcioniranju demokracije i poštivanju ljudskih prava značajno nepovoljnije, u pogledu zadovoljstva rješavanjem egzistencijalnih problema i zaštitom ugroženih skupina zabilježene razlike nisu statistički značajne; jednako tako nema značajnih razlika ni u percepciji bilo kojeg od analizom izdvojenih problema u istraživanju 2003. godine, kao ni u procjeni općega društvenoga stanja i raspoloženja građana zabilježenih u oba analizirana istraživanja.

Iako, uzevši u cjelini, analizirana socijalna i demografska obilježja ispitanika slabije objašnjavaju razlike između potencijalnih apstinenta i promatranih skupina glasača nego obuhvaćeni pokazatelji političkih stavova, i neki od tih podataka pokazuju da su, u analiziranoj izbornoj situaciji, potencijalni apstinenti bili nešto sličniji oporbeno naklonjenim ispitanicima nego potencijalnim glasačima trenutačno vladajućih stranaka. Pritom su glavne razlikovne varijable naobrazba ispitanika i prosječni prihod kućanstva, prema kojima su, u oba istraživanja, osobe sklone izbornoj apstinenciji nalikovale mogućim glasačima oporbenih stranaka, a značajno se razlikovale (bile su slabije naobrazbe i nižega prihoda po članu kućanstva) od pojedinaca koji su namjeravali glasovati za neku od stranaka vladajuće koalicije. U pogledu spolne pripadnosti i rezidencijalnoga podrijetla razlike se ne pokazuju statistički značajnima ili su značajne na razini od pet posto pa upućuju tek na mogućnost da su žene¹⁰ (istraživanje 2002. godine) i osobe urbanoga podrijetla (istraživanje 2003.) nešto zastupljenije među potencijalnim izbornim apstinentima nego među mogućim glasačima oporbenih stranaka. I, na kraju, najveće razlike među rezultatima provedenih istraživanja zapažaju se u dobi ispitanika – dok se, u tom pogledu, prema rezultatima iz 2002. godine mogući izborni apstinenti nisu razlikovali značajno ni od oporbeno raspoloženih glasača ni od pristaša vladajuće koalicije, prema istraživanju iz 2003. godine oni su u prosjeku mlađi nego pripadnici obiju promatranih glasačkih kategorija. Budući da je to jedino značajno nesuglasje među rezultatima analiziranih istraživanja, vjerujemo da nije riječ o njihovoj nedostatnoj dosljednosti, nego o stvarnoj promjeni u dijelu glasačkoga tijela koje se, u određenom trenutku, nije namjeravalo odazvati izborima. Moguće je, naime, da je u međuibzornom razdoblju apstiniranju sklona nešto šira skupina birača, među kojima je razmjerno više starijih osoba nego što ih je u uvjetima relativne blizine izbora. Prema rezultatima brojnih istraživanja,

¹⁰ Varijabla spola kodirana je dihotomno, pri čemu 1 označuje muški, a 2 ženski spol.

stariji se birači u pravilu češće odazivaju izborima (vidjeti Kasapović, 2003.; Wolfinger i Rosenstone, 1980.; Leighley i Nagler, 1992.; Whiteley i sur., 2004. i dr.), pa je stoga realno pretpostaviti da bi blizina izbora, kao jedan od potencijalnih motivacijskih čimbenika za izbornu participaciju, mogla na tu skupinu utjecati nešto više nego na osobe mlađe životne dobi.¹¹

Tablica 3

Struktura kanoničkih diskriminativnih funkcija – istraživanje 2002.

Varijable	Funkcija 1.	Funkcija 2.
Opće mišljenje o aktualnoj vlasti	0,76	
Mišljenje o predsjedniku Vlade	0,72	
Mišljenje o predsjedniku Republike	0,61	
Mišljenje o ispunjenju izbornih obećanja	0,55	
Zadovoljstvo rješavanjem problema proizišlih iz rata u RH	0,55	
Povjerenje u učinkovitost Vlade	0,54	
Mišljenje o predsjedniku Sabora	0,48	
Procjena razvitka opće situacije u Hrvatskoj	0,48	
Zadovoljstvo ostvarenjem eksplicitnih političkih ciljeva	0,37	
Zadovoljstvo rješavanjem problema sa Slovenijom	0,30	
Zadovoljstvo rješavanjem egzistencijalnih problema	0,24	
Zadovoljstvo stanjem demokracije i ljudskih prava	0,21	
Zadovoljstvo zaštitom ugroženih područja i skupina	0,19	
Prihod po članu kućanstva	0,18	
Procjena društvenoga pesimizma/optimizma	0,19	
Naobrazba	0,17	
Rezidencijalno podrijetlo	0,06	
Glasovanje na izborima 2000.		0,67
Članstvo u strankama		0,44
Samoprocjena informiranosti o politici		0,39
Spol		-0,13
Dob		0,09
Kanonička korelacija	0,51	0,36
Značajnost	$p \leq 0,01$	$p \leq 0,01$
Objašnjena varijanca (%)	26,0	13,0

¹¹ Da takva pretpostavka nije sasvim neutemeljena, pokazuje i u prosjeku viša dob apstinencija zabilježena istraživanjem 2002. godine nego istraživanjem iz 2003. (vidjeti Tablice 1 i 2), kao i podatak da je u istraživanju iz 2002. u svoj izlazak na izbore bilo sigurno 50,6% anketiranih građana, a 2003. njih 68% (Lamza Posavec i sur., 2003.a; 2003.b).

Tablica 4
Struktura kanoničkih diskriminativnih funkcija – istraživanje 2003.

Varijable	Funkcija 1.	Funkcija 2.
Opće mišljenje o aktualnoj vlasti	0,71	
Povjerenje u učinkovitost Vlade	0,70	
Mišljenje o predsjedniku Vlade	0,69	
Mišljenje o predsjedniku Republike	0,68	
Mišljenje o ispunjenju izbornih obećanja	0,65	
Procjena razvitka opće situacije u Hrvatskoj	0,57	
Mišljenje o predsjedniku Sabora	0,47	
Percepcija problema proizišlih iz rata u RH	-0,38	
Naobrazba	0,23	
Percepcija problema u funkcioniranju demokracije i poštivanju ljudskih prava	-0,21	
Percepcija gospodarskih i razvojnih problema	-0,18	
Rezidencijalno podrijetlo	0,17	
Percepcija egzistencijalnih problema	-0,15	
Procjena društvenoga pesimizma/optimizma	0,15	
Prihod po članu kućanstva	0,13	
Percepcija problema u odnosu države prema regijama i funkcioniranju lokalne vlasti	-0,12	
Praćenje informacija o izborima		0,64
Glasovanje na izborima 2000.		0,62
Očekivane promjene nakon izbora – životni standard		0,42
Očekivane promjene nakon izbora – sigurnost građana i imovine		0,37
Očekivane promjene nakon izbora – društveni moral i poštenje		0,36
Članstvo u strankama		0,35
Očekivane promjene nakon izbora – političke slobode		0,35
Očekivane promjene nakon izbora – društvena pravda		0,35
Očekivane promjene nakon izbora – ljudska prava i slobode		0,34
Očekivane promjene nakon izbora – međunarodni ugled zemlje		0,32
Dob		0,31
Spol		-0,07
Procjena društvenoga pesimizma/optimizma		-
Kanonička korelacija	0,60	0,42
Značajnost	$p \leq 0,01$	$p \leq 0,01$
Objašnjena varijanca (%)	36,0	17,6

Osnovna zapažanja utemeljena na uspoređivanju prosječnih skalnih vrijednosti provjerena su postupkom diskriminativne analize, kojim je utvrđeno po kojim su se obuhvaćenim varijablama promatrane skupine ispitanika međusobno najviše razlikovale. Na temelju podataka obaju istraživanja izdvojene su po dvije značajne diskriminativne funkcije, od kojih prva objašnjava 26, odnosno 36 posto, a druga 13, odnosno 18 posto razlika među promatranim skupinama birača. Struktura izdvojenih diskriminativnih funkcija prikazana je u Tablicama 3 i 4.

Podaci u tablicama ponajprije prikazuju da je, u oba istraživanja, prva diskriminativna funkcija značajno određena varijablama političkih stavova, dok su projekcije socijalnih varijabli (naobrazba, prihod, rezidencijalno podrijetlo) ispod razine koja bi se mogla smatrati zadovoljavajuće pouzdanim razlikovnim objašnjenjem.¹² U skupini podataka iz 2002. godine najveću projekciju ima opće mišljenje o aktualnoj vlasti te mišljenje o predsjednicima Vlade i Republike, nešto manju mišljenje o ispunjenju izbornih obećanja, zadovoljstvo rješavanjem problema proizišlih iz rata u RH, opće povjerenje u Vladu, mišljenje o predsjedniku Sabora i procjena razvitka opće situacije u Hrvatskoj, a od granične su važnosti zadovoljstvo ostvarenjem eksplicitnih političkih ciljeva te rješavanjem problema sa Slovenijom. Slično tome, u istraživanju iz 2003. godine prvu diskriminativnu funkciju najbolje objašnjava opće mišljenje o vlasti, povjerenje u učinkovitost Vlade, mišljenje o predsjednicima Republike i Vlade, vrednovanje izbornih obećanja i procjena razvitka opće situacije u Hrvatskoj, umjereno je projicirano mišljenje o predsjedniku Sabora, a od granične je važnosti negativna projekcija percipiranih problema proizišlih iz rata u Hrvatskoj.¹³

Eksplikatorni prostor druge diskriminativne funkcije u oba je istraživanja određen varijablama zanimanja za politiku i izbore, a u istraživanju iz 2003. godine u manjoj mjeri i s očekivanim promjenama nakon izbora, odnosno s dobi ispitanika. U obje skupine podataka osobito su naglašene projekcije glasovanja na prethodnim izborima za Hrvatski sabor, a u istraživanju iz 2003. godine i praćenje informacija o predstojećim izborima. Za razliku od toga, članstvo u strankama, samoprocjena opće informiranosti o politici i očekivane promjene nakon izbora imaju u objašnjenju ove funkcije tek umjerenu ili razmjerno malu važnost.

¹² Prema uobičajenom kriteriju, značajnima držimo projekcije veće od 0,30 bez obzira na predznak.

¹³ Negativna projekcija u ovom slučaju označuje manje izrazitu percepciju određenoga društvenog problema, što je usporedivo s pozitivnom projekcijom zadovoljstva ostvarenjem društvenih ciljeva (odnosno rješavanjem problema) u istraživanju 2002. godine.

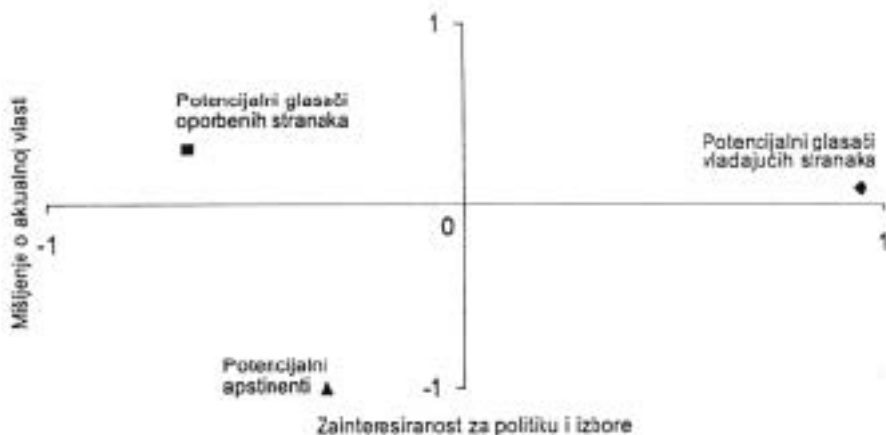
Tablica 5
Grupni prosjeci (centroidi) za diskriminativne funkcije

	Istraživanje 2002.		Istraživanje 2003.	
	Funkcija 1.	Funkcija 2.	Funkcija 1.	Funkcija 2.
Potencijalni glasači vladajućih stranaka	0,86	0,00	0,94	0,09
Potencijalni glasači oporbenih stranaka	-0,41	0,45	-0,66	0,31
Potencijalni apstinenti	-0,42	-0,50	-0,33	-1,00

Slika 1
Grupni prosjeci u prostoru diskriminativnih funkcija – istraživanje 2002.



Slika 2
Grupni prosjeci u prostoru diskriminativnih funkcija – istraživanje 2003.



Uspoređivanje prosječnih vrijednosti za promatrane skupine ispitanika (Tablica 5) i njihov razmještaj u dvodimenzionalnom prostoru (Slike 1 i 2) pokazuju da u oba istraživanja prva diskriminativna funkcija najbolje razlikuje glasače tada vladajućih stranaka od ostalih skupina ispitanika. Ili, drukčije rečeno, na kontinuumu odnosa prema hrvatskoj vlasti potencijalni apstinenti i osobe sklone oporbenim strankama međusobno su bliski i značajno udaljeni od mogućih glasača vladajućih stranaka. Sukladno zaključcima deskriptivne analize, i ovi rezultati stoga otkrivaju da su potencijalni izborni apstinenti, prema općim ocjenama vlasti, bili sličniji mogućim glasačima tadašnje oporbe nego onima koji su u anketi izrazili namjeru glasovanja za neku od stranaka tada vladajuće koalicije.

Diskriminativna funkcija zainteresiranosti za politiku i izbore u oba istraživanja naglašava razlike između mogućih izbornih apstinenata i obje od razlikovanih skupina mogućih glasača. Sukladno prijašnjim zapažanjima, rezultati jasno pokazuju da su osobe nesklone izornoj participaciji općenito manje zainteresirane za politiku i izbore te da uz njih vežu manje povoljnih očekivanja nego osobe koje namjeravaju glasovati, bilo da je riječ o potencijalnim glasačima trenutačno vladajućih stranaka, bilo pak o biračima koji su skloni glasovati za neku od oporbenih mogućnosti.

Deklarirani razlozi neodazivanja na izbore

Da bi se pitanje neodazivanja na izbore barem donekle rasvijetlilo i sa subjektivnoga stajališta potencijalnih apstinenata, u dodatnom se dijelu istraživanja pokušalo utvrditi hijerarhiju najvažnijih razloga zbog kojih su, sukladno vlastitu iskazu, neki birači odlučili apstinirati na izborima. Iako je sadržajna struktura ponuđenih razloga utemeljena na rezultatima orijentacijskog istraživanja (individualni intervjui), obuhvaćeni popis uočljivo korespondira s bitnim postavkama teorije racionalnog izbora (Downs, 1957.), odnosno spacijalnoga modela (Downs, 1957.; Brody i Page, 1973.; Hinich i Munger, 1995., prema Aarts i Wessels, 2002.) kao njezine izravne izvedenice, a uključuje i osnovnu varijablu psiholoških teorija izbornoga ponašanja. Zanemarujući ovom prilikom moguće „troškove“ glasovanja, koji su prema mišljenju nekih autora (npr. Lyons i Sinnott, 2003.) u većini slučajeva ionako nevažni, a u predizbornim istraživanjima ponekad i teško predvidivi, obuhvaćeni se razlozi odnose na očekivane dobiti od sudjelovanja na izborima (ili, preciznije, na izostanak takvih očekivanja), vrednovanje aktualne političke ponude (u smislu indiferentnosti i alienacije kao ključnih postavki spacijalnoga modela) i, sukladno psiholojskome konceptu, na općenito nedostatan interes za politiku. Hijerarhijski odnos mogućih razloga izborne apstinencije, deklariranih u istraživanjima 2002. i 2003. godine, prikazan je u Tablici 6.

Tablica 6
Deklarirani razlozi izborne apstinencije

	Istraživanje 2002.		Istraživanje 2003.	
	Prosjek (raspon ljestvica 1-5)	Rang	Prosjek (raspon ljestvica 1-5)	Rang
Ne vidim ni jednu stranku za koju bih želio glasati.	4,01	1	3,86	1–3
Svi su političari isti, pa je nevažno tko je na vlasti.	3,88	2–3	4,04	1–3
Izbori ne mogu bitno promijeniti sadašnje stanje u Hrvatskoj.	3,90	2–3	3,79	1–3
Smatram da moj glas ionako ne bi utjecao na izborne rezultate.	3,50	4–5	3,61	4–5
Općenito sam slabo zainteresiran za politiku.	3,40	4–5	3,71	4–5
Ne vjerujem da će izbori biti poštteni.	2,98	6	3,06	6

Predočeni podaci jasno pokazuju da se u oba provedena istraživanja glavni razlozi izborne apstinencije mogu svesti na opću obeshrabrenost politikom i političarima, bilo da je riječ o nedostatnoj privlačnosti političke ponude, općoj nepovjerljivosti spram politike i njezinih aktera ili pak o niskoj razini očekivanja spram mogućih društvenih promjena nakon održavanja izbora. U usporedbi sa spomenutim, manje su se važnima pokazali nedostatna zainteresiranost za politiku te načelni stav da je „dobit“ od osobnoga sudjelovanja mala, bilo zbog dojma da pojedinačni glas ionako ne može utjecati na izborne rezultate, bilo pak zbog očekivane neregularnosti izbora zbog koje glasanje gubi svoj osnovni smisao. Iako o problemu izborne apstinencije govore s drugoga stajališta, ovi su rezultati donekle u skladu s prije predočenim nalazima diskriminativne analize, prema kojima odluku o nesudjelovanju na izborima u većoj mjeri objašnjavaju politički stavovi potencijalnih apstinenta nego njihova opća nezainteresiranost za politiku i izbore. U terminima teorije racionalnog izbora, zabilježeni deklarativni razlozi pak pokazuju da se u analiziranoj izbornoj situaciji odluka o glasačkoj apstinenciji može objasniti alijenacijom, indiferentnošću i općenito niskom razinom očekivanja u svezi s mogućim društvenim „dobitima“ od održavanja izbora.

Zaključak

Rezultati provedenih istraživanja u skladu su sa stajalištima nekih istraživača (npr. Bannon, 2003.; Diplock, 2002.; Pattie i Johnston, 2001.), prema kojima izborne apstinate nije opravdano promatrati kao homogenu skupinu ujednačenih osobina i

razloga neodazivanja na izbore, nego ih valja gledati kao različite, specifično definirane segmente. Na svim obuhvaćenim analitičkim razinama dobiveni rezultati daju naslutiti da je, u analiziranoj izbornoj situaciji, opravdano govoriti o dvije osnovne skupine apstinenata: za prvu su karakteristični relativno slabo opće zanimanje za politiku i niska razina očekivanja u svezi s mogućim pozitivnim posljedicama izbora, na temelju čega se značajno razlikuje i od mogućih glasača trenutačno vladajućih stranaka i od oporbeno orijentiranih birača; drugu pak najbolje opisuju nepovoljni stavovi spram aktualne vlasti i opće društvene situacije, prema kojima je ta skupina apstinenata uočljivo nalik glasačima tadašnjih oporbenih stranaka, a značajno se razlikuje (u smislu izrazitije kritičnosti) od pristaša stranaka trenutačno vladajuće koalicije. Sukladno stajalištima Downsa (1957.), Campbella i suradnika (1960.), Lyonsa i Sinnotta (2003.) i nekih drugih autora koji razlikuju redovite i epizodne, strukturne i konjunkturane, odnosno tvrdokorne i marginalne (ne)glasače, u prvom je slučaju vjerojatno riječ o dijelu glasačkoga tijela koje se u pravilu ne odaziva na izbore, dok je druga skupina pretežno definirana situacijski, na temelju nezadovoljstva aktualnim političkim i općedruštvenim stanjem i istodobnim nedostatkom zadovoljavajućega političkog izbora. Budući da je riječ o u nas prvoj analizi ove vrste, dobivene bi rezultate i njihovu ponuđenu interpretaciju valjalo svakako provjeriti u nekoj novoj izbornoj situaciji te dopuniti mogućim prediktorima izborne apstinencije koji u ovoj prilici nisu obuhvaćeni, ponajprije vrednovanjem aktualne izborne „ponude“ te načelnim političkim i stranačkim preferencijama birača koji ne pokazuju sklonost odazivanju na izbore.

NACIONALNI PONOS I OTVORENOST PREMA EUROPSKIM INTEGRACIJAMA

Budući da su europske integracije globalni proces od izvanredne važnosti ne samo za Europu u cjelini nego i za pojedine europske i neeuropske zemlje, razumljivo je da taj proces pobuđuje veliko zanimanje znanstvenika za predviđanje njegova tijeka (npr. Hooge i Marks, 2004.; Lyons, 2004.), kao i za odgovarajuće znanstveno objašnjenje opredjeljivanja javnosti „za“ i „protiv“ sudjelovanja u takvim procesima. Iako se tom pitanju može prići s različitim disciplinarnih i tematskih pozicija, u pokušajima znanstvenog objašnjenja odnosa građana pojedinih europskih zemalja spram mogućnosti uključivanja u europske integracije uglavnom prevladavaju dva osnovna pristupa. Prvi se pretežno temelji na klasičnoj teoriji racionalnog izbora (Downs, 1957.),¹ odnosno procjeni gospodarskih i ostalih društvenih troškova i dobiti koji bi mogli proizići iz pridruživanja pojedine zemlje Europskoj uniji. Pojednostavnjeno govoreći, što su u nacionalnoj percepciji procijenjene dobiti u odnosu na procijenjene troškove veće, to je veća i nacionalna podrška europskim integracijama, i obratno. Drugi, sociopsihološki pristup, opredjeljenje „za“ i „protiv“ europskih integracija dovodi u vezu s nacionalnim identitetom, ponajprije u smislu stupnja identifikacije građana s vlastitom državom i nacijom. U skladu s takvim pristupom, intenzivnija nacionalna identifikacija smanjuje otvorenost građana prema međunarodnim integracijskim procesima, dok je manje intenzivna identifikacija povećava (Carey, 2002.; Christin i Trechsel, 2002.).

Osnovna koncepcija ovog istraživanja smještena je u drugi od spomenutih teorijskih okvira. Pri tome se pokušalo provjeriti pretpostavku da je veća ili manja otvorenost hrvatske javnosti prema pridruživanju naše zemlje Europskoj uniji, među ostalim, bila povezana sa stupnjem nacionalnoga ponosa kao jedne od komponenti nacionalnog identiteta, na koji se u osnovi svodi spomenuto sociopsihološko objašnjenje javnoga vrednovanja europskih integracijskih procesa.

Radi veće pojmovne jasnoće, valja reći da je nacionalni identitet, kao nadređeni pojam nacionalnom ponosu, u sociopsihološkom smislu definiran kao simboličko-kognitivna i emocionalna vezanost građana za vlastitu zemlju, odnosno kao

¹ Na Downsvoj teoriji racionalnog izbora utemeljena su brojna objašnjenja izbornog ponašanja, kao i ljudskog ponašanja uopće, među ostalim i razlozi izborne apstinencije (vidjeti poglavlje: *Izborna apstinencija: tko i zašto se ne odaziva izborima?*) te opredjeljivanja građana za ili protiv integracije u Europsku zajednicu, o čemu je riječ u ovoj studiji.

svijest o pripadnosti određenoj nacionalnoj skupini, koja uključuje i postojanje zajedničkih, konsensualno prihvaćenih vjerovanja i vrijednosti. Prema mišljenju nekih autora (npr. Rose, 1984.), nacionalni je ponos jedna od takvih temeljnih društvenih vrijednosti koja ujedinjuje građane određene zemlje i karakterizira neku društvenu zajednicu u cjelini.

Metoda

U sklopu ovog istraživanja, otvorenost prema europskim integracijama ispitana je s pomoću ljestvice Likertova tipa, kao stupanj poželjnosti ulaska Hrvatske u važna europska udruženja i institucije. Izrazitost nacionalnoga ponosa utvrđena je pak primjenom dviju ljestvica Hallera i Yuchtman-Yaara (1992.), preuzetih iz istraživanja provedenog 1995. godine u okviru International Social Survey Programa u ukupno 23 zemlje (Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung, 1998.). Prvom se ljestvicom mjeri tzv. opći nacionalni ponos, odnosno opće nacionalne vrijednosti povezane s patriotizmom, odanošću naciji i nacionalnom superiornošću; drugom se utvrđuje nacionalni ponos u specifičnim dostignućima ili, jasnije, njome se vrednuju specifične značajke ili dostignuća zemlje na političko-ekonomskom planu (politički sustav i institucije, gospodarstvo, društveno uređenje, sustav socijalne skrbi, međunarodni prestiž zemlje) te na šire shvaćenom kulturno-povijesnom planu (povijesna baština, znanstveno-tehnološka i umjetnička dostignuća, oružane snage, dostignuća u sportu). Rezultati na ljestvici općega nacionalnog ponosa odraz su razmjerno trajnoga vrijednosnog sustava pojedinca, dok su rezultati na drugoj ljestvici, osobito u dijelu koji se odnosi na političko-ekonomska dostignuća, u velikoj mjeri situacijski determinirani, pa stoga, u ovisnosti o određenim društvenim okolnostima, u mnogo većoj mjeri podložni mogućim oscilacijama i promjenama.

Analitički su podaci prikupljeni u sklopu opsežnog istraživanja javnoga mnijenja provedenog u prosincu 2002. godine na reprezentativnom, probabilistički izabranom uzorku punoljetnoga stanovništva Hrvatske s više od 3500 ispitanika (Lamza Posavec i sur., 2003.a). U obradi rezultata primijenjeni su postupci frekvencijsko-proporcijske analize te analize varijance i diskriminativne analize.

Otvorenost prema europskim integracijama

Rezultati provedenog istraživanja ponajprije pokazuju da je, krajem 2002. godine, čak 80 posto stanovnika Hrvatske više ili manje podržavalo, odnosno smatralo poželjnom mogućnošću integracije naše zemlje u europske institucije i procese (Tablica 1).

Tablica 1
Otvorenost prema europskim integracijama

Koliko smatrate poželjnim ili nepoželjnim ulazak Hrvatske u važna europska udruženja i institucije?	Postotak ispitanika
Vrlo poželjnim	39,4
Uglavnom poželjnim	41,2
Uglavnom nepoželjnim	6,7
Sasvim nepoželjnim	2,3
Ne znam	10,4

N = 3508

Važno je spomenuti da su u to doba do vrlo sličnih podataka dolazile i druge istraživačke institucije. Podrška hrvatske javnosti europskim integracijskim procesima, kakva je zabilježena 2002. godine, više se ili manje održala i u tijeku 2003., da bi se 2004. postupno smanjivala i, uz manja kolebanja, sredinom iste godine spustila na približno 50 posto (Puls, 2004.). Na smanjenu podršku za priključenje Europskoj uniji vjerojatno su utjecali razni situacijski čimbenici, koje u ovoj prilici ne možemo pobliže analizirati, a koji su u trenutku provođenja ovoga istraživanja zacijelo mnogo manje utjecali na odgovarajuće stavove građana nego što je to bilo u 2004. godini. S analitičkoga stajališta ta se okolnost čini poželjnom jer su zabilježeni stavovi građana u manjem dijelu kontaminirani akcidentalnim čimbenicima relevantnoga društvenog konteksta, a u većem dijelu upućuju na načelni odnos spram međunarodnih integracijskih procesa.

Struktura nacionalnoga ponosa

U svezi s rezultatima mjerenja nacionalnoga ponosa valja ponajprije naglasiti da je ovim istraživanjem, provedenim potkraj 2002. godine, kao i onime koje je istom metodologijom provedeno potkraj 1998. (Lamza Posavec i sur., 1998.b), utvrđeno da u usporedbi s podacima iz dvadesetak europskih država (Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung, 1998.) – među kojima je i većina tzv. tranzicijskih zemalja – Hrvatska pripadala među one s relativno naglašenim nacionalnim ponosom, odnosno relativno snažnom nacionalnom identifikacijom stanovništva (Ferić, 2000.; Ferić i Burušić, 2003.).

Što se strukturiranosti pojedinih dimenzija nacionalnoga ponosa tiče, rezultati (Tablica 2) pokazuju da se opći nacionalni ponos hrvatskih građana, utvrđen ovim istraživanjem, u najvećem dijelu temeljio na osjećajima patriotizma (P) i odanosti vlastitoj naciji (O1, O2), a uočljivo manje na osjećaju nacionalne superiornosti, odnosno nacionalizma (NS1, NS2). Na dimenziji vrednovanja specifičnih društvenih dostignuća rezultati pak otkrivaju da je nacionalni ponos hrvatskih građana bio značajnije povezan s percepcijom nacionalne snage

i ugleda zemlje (NSU) nego s percepcijom njezine uspješnosti na političko-gospodarskom planu (PE). Kao što je moguće zaključiti iz podataka u Tablici 3, prema ovom su kriteriju, glavni konstitutivni elementi hrvatskog nacionalnog ponosa bili naši značajni sportski uspjesi² i nacionalna povijest, a potom i oružane snage i umjetnička dostignuća. Druga, ekonomsko-politička dimenzija nacionalnoga ponosa nije, u trenutku istraživanja, bila u Hrvatskoj jače izražena i, budući da je u osnovi situacijski determinirana, zasigurno je bila odraz tada aktualnih gospodarskih, socijalnih i političkih problema zemlje.

Razumije se da rezultati istraživanja o strukturi nacionalnoga ponosa na razini vrednovanja pojedinih društvenih dostignuća ne upućuju na objektivnu sliku društvenoga stanja, nego na njegovu javnu percepciju, koja je u velikoj mjeri determinirana informiranošću građana o pojedinim aspektima društvenoga života i značenjem koje pridaju različitim područjima društvenog djelovanja. Ipak, bez obzira na moguću objektivnu neutemeljenost, spomenuti su podaci važan pokazatelj odnosa građana prema vlastitoj zemlji, pa stoga, u razdoblju provođenja istraživanja, i pokazatelj bitnih odrednica hrvatskoga nacionalnog identiteta.

Tablica 2
Opći nacionalni ponos

Koliko se slažete s pojedinom od ovih tvrdnji:	Potpuno ili uglavnom se slažem (% ispitanika)
Radije bih bio državljanin Hrvatske nego ijedne druge zemlje na svijetu (P)	72,9
Ljudi bi trebali podržavati svoju zemlju čak i kada griješi (O1)	54,4
Danas postoje neke stvari zbog kojih se stidim Hrvatske (O2)	30,9 ³
Općenito govoreći, Hrvatska je bolja zemlja od većine drugih zemalja (NS1)	38,5
Svijet bi bio bolji kad bi ljudi iz drugih zemalja bili sličniji Hrvatima (NS2)	26,0

N = 3508

² I prema istraživanjima nacionalnog ponosa u drugim zemljama sportska su dostignuća u pravilu vrlo visoko vrednovana, pa na hijerarhijskoj ljestvici pojedinih strukturnih elemenata obično zauzimaju između prvog i trećeg mjesta, a ujedno se pokazalo da je, u tom segmentu, nacionalni ponos osobito karakterističan za male države i narode. Autori Evans i Kelley (2002.) drže da je glavni razlog tomu masovna privlačnost sportskih događaja: sportske aktivnosti, osobito one na međunarodnoj razini, u pravilu privlače veću i heterogeniju publiku i bolje su medijski praćene nego većina drugih društvenih događanja, zbog čega je šira javnost o njima bolje informirana nego npr. o dostignućima u umjetnosti ili znanosti. Uz to, način provođenja i prezentacija međunarodnih sportskih natjecanja nužno pobuđuju nacionalnu koheziju, jer su zbog brojnosti i raznolikosti sportskih disciplina gotovo sve, pa i najmanje, zemlje obično uspješne barem u nekom sportu (Ferić, 2000.).

³ 50 posto se uopće ne slaže.

Tablica 3
Vrednovanje društvenih dostignuća

Koliko ste ponosni na Hrvatsku s obzirom na:	Vrlo ili donekle ponosan (% ispitanika)
dostignuća u sportu (NSU)	84,1
njezinu povijest (NSU)	74,7
oružane snage (NSU)	60,2
umjetnička dostignuća (NSU)	59,9
način provođenja demokracije (PE)	47,1
znanstvena i tehnološka dostignuća (NSU)	39,9
korektnost (jednak odnos) prema svim društvenim skupinama (PE)	37,7
politički utjecaj u svijetu (PE)	36,6
gospodarska dostignuća (PE)	20,1
sustav socijalne skrbi (PE)	18,1

N = 3508

Otvorenost prema europskim integracijama i nacionalni ponos

Iako je, dakle, u sklopu ovoga istraživanja velika većina građana iskazala visoku podršku pridruživanju Europskoj uniji te istodobno, na obje primijenjene ljestvice, i razmjerno visok stupanj nacionalnoga ponosa, rezultati provedenih statističkih analiza ipak pokazuju da su se skupine građana s različitim odnosom spram europskih integracija međusobno razlikovale prema stupnju identificiranosti s vlastitom nacijom. Tako se već na temelju rezultata deskriptivne analize može zaključiti da su, na razini općih vrijednosti, osobe koje su bile manje sklone Europskoj uniji izražavale nešto viši stupanj nacionalne identifikacije, dok su one otvorenije spram integracijskih procesa bile sklonije izraziti nešto niži stupanj općega nacionalnog ponosa, odnosno manje patriotizma i odanosti vlastitoj naciji (Tablice 4 i 5). Za razliku od toga, veća otvorenost prema pridruživanju Europskoj uniji bila je povezana s povoljnijim vrednovanjem zemlje u specifičnim društvenim dostignućima, poglavito onima na političko-ekonomskom planu, pa su tako pojedinci skloniji europskim integracijama uočavali više pozitivnih društvenih rezultata nego oni koji su bili manje otvoreni spram takve mogućnosti (Tablice 4 i 6). Oni pak ispitanici koji su iskazali neutralan odnos prema mogućnostima integriranja u europske institucije dosljedno su izražavali najviše kritičkih stavova spram dostignuća zemlje na pojedinim društvenim područjima, zbog čega su vjerojatno najmanje vjerovali i u priključivanje Europskoj uniji kao još jedno od mogućih hrvatskih dostignuća.

Iako interpretirane razlike nisu dramatične, one su statistički značajne te stoga sugeriraju da je, u dijelu hrvatske javnosti, mogućnost priključivanja Europskoj uniji

bila u određenoj koliziji s osjećajem patriotizma i odanosti vlastitoj naciji te da se mogla doživjeti i kao svojevrsan gubitak nacionalnog identiteta. S druge pak strane, dio hrvatske javnosti bio je sklon vrednovati integracijske procese sa stajališta društvenih, osobito političkih i ekonomskih, dostignuća, doživljavajući vjerojatno već i nastojanje Hrvatske da se uključi u Europsku uniju kao potencijalno društveno dostignuće ili pak kao još jedan od mogućih promašaja.

Tablica 4

Otvorenost prema europskim integracijama i izrazitost nacionalnoga ponosa (prosječni bodovi na obje ljestvice u cijelosti)

Ljestvice:	Europske integracije:			Značajnost razlika:		
	Poželjne (1)	Nepoželjne (2)	Ne zna (3)	(1):(2)	(1):(3)	(2):(3)
Opći nacionalni ponos (raspon bodova 5–25)	16,1	17,4	17,0	**	**	–
Vrednovanje društvenih dostignuća (raspon bodova 10–50)	32,9	31,6	24,5	**	**	**

** $p > 0,01$

N = 3508

Tablica 5

Otvorenost prema europskim integracijama i opći nacionalni ponos (prosječni bodovi na pojedinim ljestvicama: raspon 1-5)

Tvrdnje:	Europske integracije:			Značajnost razlika:		
	Poželjne (1)	Nepoželjne (2)	Ne zna (3)	(1):(2)	(1):(3)	(2):(3)
Radije bih bio državljanin Hrvatske nego ijedne druge zemlje na svijetu (P)	3,98	4,17	4,02	*	–	–
Danas postoje neke stvari zbog kojih se stidim Hrvatske (O2)	3,17	3,17	3,41	–	**	*
Svijet bi bio bolji kad bi ljudi iz drugih zemalja bili sličniji Hrvatima (NS2)	2,70	3,01	2,94	**	**	–
Općenito govoreći, Hrvatska je bolja zemlja od većine drugih zemalja (NS1)	2,94	3,30	3,16	**	**	–
Ljudi bi trebali podržavati svoju zemlju čak i kada griješi (O1)	3,28	3,77	3,47	**	*	**

** $p \leq 0,01$; * $p \leq 0,05$

N = 3508

Tablica 6

Otvorenost prema europskim integracijama i vrednovanje društvenih dostignuća (prosječni bodovi na pojedinim tvrdnjama ljestvice: raspon 1-5)

Ponosan na Hrvatsku s obzirom na:	Europske integracije:			Značajnost razlika		
	Poželjne (1)	Nepoželjne (2)	Ne zna (3)	(1):(2)	(1):(3)	(2):(3)
način provođenja demokracije (PE)	3,27	3,04	2,45	**	**	**
politički utjecaj u svijetu (PE)	3,04	2,80	2,16	**	**	**
gospodarska dostignuća (PE)	2,73	2,53	2,23	**	**	**
sustav socijalne skrbi (PE)	2,71	2,50	2,13	**	**	**
znanstvena i tehnološka dostignuća (NSU)	3,06	2,92	2,25	–	**	**
dostignuća u sportu (NSU)	4,31	4,29	3,41	–	**	**
umjetnička dostignuća (NSU)	3,49	3,21	2,33	**	**	**
oružane snage (NSU)	3,34	3,38	2,52	–	**	**
njezinu povijest (NSU)	3,90	3,98	2,98	–	**	**
korektnost (jednaki odnos) prema svim društvenim skupinama (PE)	3,02	2,94	2,06	–	**	**

** $p \leq 0,01$; * $p \leq 0,05$

N = 3508

Primjenom diskriminativne analize pokušalo se pobliže utvrditi glavne razlikovne dimenzije između građana koji su podržavali integraciju Hrvatske u europske institucije i procese i onih koji ih nisu podržavali ili o tome nisu imali oblikovanoga mišljenja. Analizom su izdvojene dvije značajne diskriminativne funkcije, koje, prema strukturi, gotovo potpuno korespondiraju sa sadržajem primijenjenih ljestvica, odnosno polaznim razlikovanjem općega nacionalnog ponosa i onoga koji je utemeljen na vrednovanju društvenih dostignuća. Prva diskriminativna funkcija (vrednovanje društvenih dostignuća) objašnjava oko 12 posto razlika među promatranim skupinama građana i u najvećoj je mjeri određena vrednovanjem umjetničkih dostignuća i političkog utjecaja Hrvatske u svijetu, nešto manje pozitivnim odnosom spram načina provođenja demokracije, socijalne korektnosti i sportskih dostignuća, a relativno najmanje vrednovanjem znanstvenih i tehnoloških dostignuća, sustava socijalne skrbi, oružanih snaga i gospodarskih dostignuća.⁴ Diskriminativna funkcija općega nacionalnog ponosa objašnjava pak samo 2 posto razlika među skupinama građana koji su bili otvoreni prema europskim integracijama i onih koji im nisu bili skloni ili su se prema tom pitanju odnosili neutralno, a razmjerno je najviše saturirana stavom o bezrezervnoj podršci vlastitoj zemlji (O1), potom pozitivnim vrednovanjem nacionalne povijesti i iskazivanjem nacionalne superiornosti (NS1, NS2), a najmanje (na granici značajnosti) općim osjećajem patriotizma (Tablica 7).

⁴ Prema uobičajenom kriteriju, značajnima držimo projekcije veće od 0,30 bez obzira na predznak.

Tablica 7
Struktura kanoničkih diskriminativnih funkcija

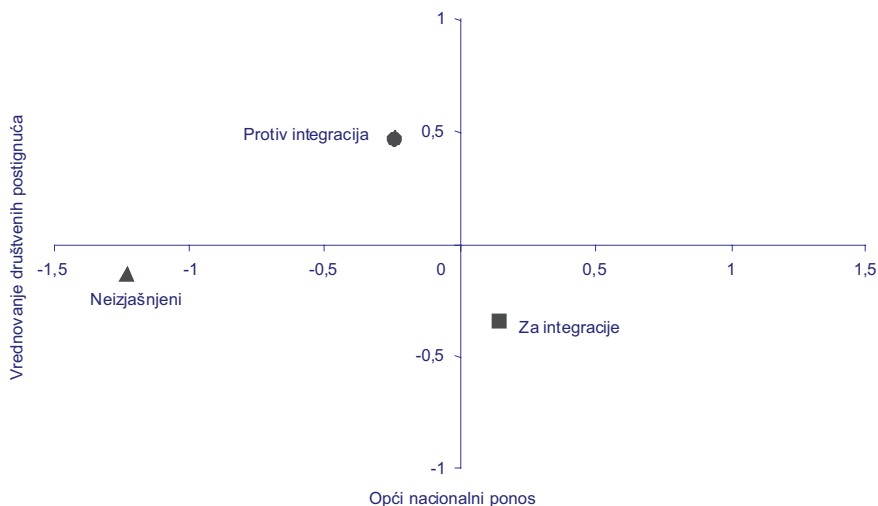
Varijable	Funkcija 1:	Funkcija 2:
	Vrednovanje društvenih dostignuća	Opći nacionalni ponos
Umjetnička dostignuća	0,64	
Politički utjecaj u svijetu	0,61	
Način provođenja demokracije	0,58	
Korektnost prema svim društvenim skupinama	0,57	
Sportska dostignuća	0,57	
Znanstvena i tehnološka dostignuća	0,49	
Sustav socijalne skrbi	0,48	
Oružane snage	0,42	
Gospodarska dostignuća	0,41	
Odanost naciji 2 (O2)	-0,13	
Odanost naciji 1 (O1)		0,63
Nacionalna povijest		0,51
Nacionalna superiornost 1 (NS1)		0,48
Nacionalna superiornost 2 (NS2)		0,40
Patriotizam		0,30
Kanonička korelacija	0,36	0,14
Značajnost	$p \leq 0,01$	$p \leq 0,01$
Objašnjena varijanca (%)	12,96	1,96

Uspoređivanje prosječnih vrijednosti za promatrane skupine ispitanika na izdvojenim diskriminativnim funkcijama (Tablica 8) i njihov razmještaj u diskriminativnom prostoru (Slika 1) potvrđuju nalaze deskriptivnih analiza. I ovaj se put pokazalo da su, u usporedbi s ostalima, osobe sklone europskim integracijama izražavale manje općega nacionalnog ponosa, ali bolje vrednovalе društvena dostignuća Hrvatske nego osobe koje nisu bile otvorene za uključenje Hrvatske u europske integracijske procese. Za razliku od toga, protivnici ulaska u Europsku uniju nešto su se snažnije poistovjećivali s hrvatskom nacijom na razini općih vrijednosti, ali su niže vrednovali društvena dostignuća, dok je osobe koje o pitanju europskih integracija nisu imale određenoga mišljenja karakterizirala razmjerno niska razina općega nacionalnog ponosa i izrazito slabo vrednovanje društvenih dostignuća. U potonjem je slučaju riječ o dijelu javnosti sa slabom nacionalnom identifikacijom, utvrđenom prema oba analizirana kriterija, a njezini su pripadnici, u usporedbi s ostalim građanima, vjerojatno bili i slabije zainteresirani za pitanje mogućega europskog integriranja Hrvatske.

Tablica 8
Grupni prosjeci za diskriminativne funkcije

	Funkcija 1	Funkcija 2
Za integracije	0,15	-0,34
Protiv integracija	-0,24	0,47
Neizjašnjeni	-1,23	-0,13

Slika 1
Otvorenost prema europskim integracijama i nacionalni ponos (grupni prosjeci u prostoru diskriminativnih funkcija)



Zaključak

U skladu sa sociopsihološkim teorijama o odnosu građana pojedinih zemalja spram europskih integracijskih procesa, rezultati provedenih analiza sugeriraju da je, za dio hrvatske javnosti, mogućnost priključivanja naše zemlje Europskoj uniji bila u određenoj koliziji s osjećajem patriotizma i odanosti vlastitoj naciji i mogla se doživjeti kao svojevrsan gubitak nacionalnog identiteta. S druge pak strane, dio hrvatske javnosti bio je sklon vrednovati integracijske procese sa stajališta društvenih, osobito političkih i ekonomskih dostignuća, doživljavajući vjerojatno već i nastojanje Hrvatske da se uključi u Europsku uniju kao potencijalno društveno dostignuće ili pak kao još jedan od naših mogućih promašaja.

U svezi sa spomenutim nalazima važno je naglasiti da funkcija „vrednovanje društvenih dostignuća“, izdvojena provedenom diskriminativnom analizom, objašnjava

oko 12 posto razlika između skupina ispitanika koji su podržavali ili nisu podržavali uključenje Hrvatske u europske integracije, ili su se prema tom pitanju odnosili neutralno, dok funkcija „opći nacionalni ponos“ objašnjava samo 2 posto tih razlika. Iako je udio objašnjene varijance u cjelini skroman, iz toga ipak možemo zaključiti da su razlike u otvorenosti pojedinih dijelova javnosti prema europskim integracijama bile značajnije povezane s razlikama u vrednovanju društvenih dostignuća, osobito onima na političkom i ekonomskom planu, nego s razlikama u osnovnim nacionalnim vrijednostima. U skladu s tim, na konačno opredjeljenje hrvatskih građana o mogućnosti priključenja Europskoj uniji u nešto su većoj mjeri mogle utjecati javna valorizacija aktualne situacije u zemlji i javna interpretacija dostupnih informacija o uvjetima i posljedicama priključenja nego opća identificiranost s hrvatskom nacijom u smislu većega ili manjega podržavanja općih nacionalnih vrijednosti. Ili, još određenije, čini se da je rezultat kasnije provedenog referenduma o ulasku Hrvatske u Europsku uniju nešto više ovisio o tome što su Hrvati mislili o tadašnjem stanju u svojoj zemlji i kako su u sklopu toga sagledavali posljedice mogućega priključenja Europskoj uniji nego o tome koliko se tko osjećao Hrvatima, odnosno koliko se snažno vrijednosno poistovjećivao sa svojom nacijom.

UTJEČU LI REZULTATI PREDIZBORNIH ANKETA NA IZBORNO PONAŠANJE BIRAČA?

Jedna od najpolemičnijih tema u svezi s istraživanjem javnoga mnijenja odnosi se na pitanje mogućeg utjecaja javnog predstavljanja njihovih rezultata na oblikovanje političkih stavova i izbornu ponašanje građana. Pretpostavke o vrstama i smjeru potencijalnog utjecaja, u optjecaju još od pojave takvih istraživanja, u pravilu uključuju stav da publiciranje njihovih rezultata nepovoljno utječe na slobodu mišljenja i političkog odlučivanja građana, bilo da se pretpostavljeni negativni učinak odnosi na odluku o odazivanju izborima, bilo pak na sklonosti da se glasuje za određenu izbornu mogućnost. Usprkos proturječnim i nedostatno uvjerljivim rezultatima empirijskih provjera takvih preduvjerena, u brojnim europskim i ostalim zemljama zakonski su regulirana određena ograničenja u javnoj uporabi i objavljivanju rezultata predizbornih istraživanja javnoga mnijenja, posebice onih o pripravnosti građana da glasuju za određenu stranku ili kandidata. Tako je na temelju podataka iz ankete WAPOR/ESOMAR-a¹ o društvenom tretmanu i praksi istraživanja javnoga mnijenja ustanovljeno da 30 od 66 obuhvaćenih zemalja propisuje duži ili kraći embargo na objavljivanje rezultata predizbornih istraživanja. Na primjer, u vrijeme provođenja ankete 2002. godine, u Luksemburgu je zabrana objavljivanja obuhvaćala razdoblje od čak 30 dana prije održavanja izbora, u Republici Koreji trajala je 23 dana, u Grčkoj i Italiji 15, u Slovačkoj 14, u Bugarskoj, na Cipru, u Češkoj, Sloveniji, Turskoj, Peruu i Urugvaju 7 dana, u Makedoniji 5, u Boliviji, Kanadi, Kosta Riki, Rumunjskoj i Venezueli 2 dana, a u Francuskoj, Poljskoj, Hrvatskoj, Portugalu, Izraelu, Argentini i još nekim južnoameričkim zemljama dan prije održavanja izbora (Spangenberg, 2003.). U brojnim nedemokratskim zemljama takva se istraživanja uopće ne provode ili se njihovi rezultati ne smiju javno objavljivati, nego se daju na uvid samo manjoj skupini korisnika.

U svezi s mogućim utjecajem objavljenih rezultata predizbornih istraživanja javnoga mnijenja na izbornu opredjeljenje birača, u znanstvenoj literaturi (npr. Donsbach, 2001.)² opisano je nekoliko, ponekad sasvim oprečnih, hipoteza. Teorijski

¹ WAPOR je kratica za svjetsko udruženje istraživača javnoga mnijenja (World Association for Public Opinion Research), a ESOMAR je naziv svjetskog udruženja profesionalnih istraživača (prije: European Association for Marketing and Opinion Research).

² Riječ je o odličnom preglednom radu koji je velikim dijelom bio izvorom relevantne literature za uvodni dio ove studije.

najutjecajnija i empirijski najčešće provjeravana svakako je ona o *bandwagon*-efektu,³ a koja govori o sklonostima nekih, ponajprije neodlučnih, birača da se priklone izbornoj mogućnosti koja, prema objavljenim istraživačkim rezultatima, ima najviše izgleda za pobjedu. Na takav se pretpostavljeni utjecaj u osnovi svodi i hipoteza o strateškom glasovanju odnosno sklonosti pojedinca da glasuje za stranku ili kandidata za koje ocjenjuje da će pobijediti, iako to nije njegova glavna izborna preferencija (Blais i sur., 2002.),⁴ kao i učestalo citirana teorija „spirale tišine“ (Noelle-Neumann, 1986.). prema kojoj su, zbog straha od represije ili socijalne izolacije, pojedinci neskloni izraziti svoje pravo stajalište ili preferenciju kad ocijene da se oni razlikuju od mišljenja ili preferencija većine. Suprotno tome, hipotezom o *underdog*-efektu pretpostavlja se da je, zbog želje za poboljšanjem izgleda slabijih kandidata ili stranaka, odnosno umanjivanjem izbornog učinka vodećih, dio birača sklon izabrati neku od, prema istraživačkim procjenama, gubitničkih izbornih mogućnosti. Uz te najčešće citirane, Donsbach (2001.) spominje i hipoteze o učinku „giljotine“ (sklonost pristaša slabijih stranaka ili kandidata da glasuju za svoj drugi, prema istraživanjima izgledniji, izbor), preventivne taktike (pristaše slabije stranke ili kandidata glasuju za svoj drugi izbor da bi ugrozili prevlast vodeće opcije) i taktike facilitacije (glasovanje za drugi izbor da bi se olakšalo sklapanje koalicije s preferiranom strankom).

Od hipoteza o mogućem utjecaju na izborni odziv birača u literaturi se najčešće opisuju učinci defetizma, letargije i glasačke mobilizacije. Dok učinak defetizma pretpostavlja sklonost simpatizera stranaka ili kandidata, koje se u istraživanjima proglašava gubitnicima, da se ne odazovu izborima jer njihovo sudjelovanje nema osobita smisla, učinak letargije očituje se u nezainteresiranosti za glasovanje u dijelu potencijalnih birača stranaka ili kandidata koji će, prema rezultatima istraživanja, ionako pobijediti na izborima. Iako vođeni različitim razlozima, oba od tih pretpostavljenih učinaka publiciranih istraživačkih rezultata imala bi za posljedicu smanjenje izbornog odziva, a u nekoj bi mjeri utjecali i na izborne rezultate određenih stranaka ili kandidata. U suprotnosti s učinkom defetizma pretpostavljeni je učinak mobilizacije, koji se očituje u glasačkoj aktivaciji simpatizera gubitničkih izbornih mogućnosti, odnosno povećanju motiviranosti

³ Izvorno, *bandwagon* je u engleskom jeziku naziv za paradna kola na čelu povorke u kojima su istaknuti članovi neke društvene zajednice ili pobjednici u nekom nadmetanju. *Bandwagon*-učinak je stoga metaforički naziv za priklanjanje pobjedničkoj strani.

⁴ Razlika između *bandwagon*-učinka i strateškog glasovanja bila bi u tome što u prvom slučaju glasači mijenjaju svoje preferencije u smislu priklanjanja izbornoj mogućnosti koja se u anketama proglašava vodećom, dok u drugom slučaju, ne mijenjajući svoj prvotni izbor, svjesno glasuju za stranku ili kandidata kojima je, zbog izgleda na pobjedu, racionalnije dati svoj glas. Riječ je, zapravo, o identičnom izbornom učinku, ali o različitim glasačkim motivima.

za glasovanje u onom dijelu biračkoga tijela koji se, bez istraživačkih informacija, ne bi odazvao izborima. Krajnji rezultat toga učinka bilo bi stanovito povećanje izbornoga odziva te poboljšanje izbornog plasmana slabijih stranaka ili kandidata.

Postavljene hipoteze o utjecaju javnog objavljivanja rezultata predizbornih istraživanja na izorno ponašanje glasača empirijski su provjeravane raznim pristupima i postupcima, od kojih se u znanstvenoj literaturi (Donsbach, 2001.) najučestalije spominju tzv. metoda plauzibilnih argumenata (uspoređivanje istraživačkih i izbornih rezultata), metoda samo-izvještavanja (analiza izjava glasača o utjecaju rezultata istraživanja na njihovu glasačku odluku), *ex-post-facto* analize (istraživanja utjecaja rezultata istraživanja na tzv. klimu mnijenja, odnosno očekivanja o ishodima izbora) te prirodni i laboratorijski eksperimenti.

Od pojedinačnih postupaka najslabije dokaze u prilog pretpostavljenih učinaka publiciranih istraživačkih rezultata dalo je uspoređivanje istraživačkih i izbornih rezultata. Još od tridesetih godina 20. stoljeća do danas utvrđena su brojna, drastična odstupanja publiciranih rezultata predizbornih anketa od rezultata izbora, u smislu pogrešnoga predviđanja izbornoga pobjednika, zbog čega već George Gallup (1940.) dovodi u pitanje najpopularniju i teorijski najuvjerljiviju hipotezu o *bandwagon*-učinku. Osim antologijskoga slučaja *The Literary digesta* iz 1936. godine, među najznačajnijim primjerima široko publicirane, ali pogrešne, istraživačke prognoze svakako su i oni zabilježeni u povodu američkih predsjedničkih izbora 1948. godine (Albig, 1956.; Lamza Posavec, 1995.) te britanskih izbora 1970. i 1992. godine (Abrams, 1970.; Worcester, 1992.; Jowell i sur., 1993.; Lamza Posavec, 1995.). No budući da takve analize ne otkrivaju kakav bi bio ishod izbora da nisu objavljeni rezultati predizbornih anketa (bi li npr. rezultat pobjedničke ili neke druge izborne mogućnosti bio isti, bolji ili lošiji),⁵ one ne mogu biti ni dokaz u prilog, ali ni protiv, bilo kojeg od pretpostavljenih učinaka na izorno ponašanje glasača. Uz to, uspoređivanje istraživačkih i izbornih rezultata moguće je samo na agregatnoj razini, pa stoga ne govori ništa o mogućem utjecaju na pojedinca ili skupine pojedinaca na koje objavljeni istraživački rezultati mogu imati vrlo različit učinak.

Iako su usmjerene prema pojedincima, ni metoda samoizvještavanja, kao ni poslijeiborne (*ex-post-facto*) analize nisu osigurale čvršće argumente o utjecaju objavljenih rezultata istraživanja na izborni odziv i preferencije birača. U primjeni metode samoizvještavanja, koja se oslanja na izjave ispitanika o učinku percipiranih rezultata istraživanja na njihovo izorno ponašanje, glavna je poteškoća u tome što, u većini slučajeva, ljudi ne mogu

⁵ Metoda plauzibilnih argumenata, kako ju naziva Donsbach (2001.), polazi od pretpostavke da bi učinak trebao biti potpun, odnosno da bi, na primjer, u anketama vodeća stranka morala i pobijediti na izborima. To što ona nije pobijedila ne znači da nije ostvaren djelomičan učinak, odnosno da pod utjecajem predizbornih anketa njezin plasman ipak nije poboljšan.

prepoznati uzroke vlastita mišljenja i djelovanja i nerijetko su skloni davanju društveno poželjnih odgovora (Donsbach, 2001.), pa njihove izjave nisu dostatno pouzdani i objektivni pokazatelji stvarnoga utjecaja bilo kojeg od potencijalnih elemenata izbornog odlučivanja. Zaključci *ex-post-facto* analiza o mogućem učinku izloženosti rezultatima istraživanja na očekivanja u svezi s rezultatima izbora, pa stoga posredno i na glasačko ponašanje birača, prilično su pak neodređeni i proturječni – dok se u jednoj skupini analiza pokazalo da, u pogledu izbornih očekivanja, razlika između onih koji su pratili i koji nisu pratili takva istraživanja nije statistički značajna (npr. Donsbach, 1984., prema Donsbach, 2001.), u drugima (West, 1991.) je takav utjecaj utvrđen samo u određenoj izbornoj situaciji (referendumsko izjašnjavanje, za razliku od predsjedničkih izbora), dok neke analize (Schmitt-Beck, 1996.) upućuju na određene indicije (iako ne nude i čvrste dokaze) o utjecaju izloženosti takvim istraživanjima na izborna očekivanja neodlučnih i slabije informiranih birača. Iako, dakle, ne uspijevaju izravno dokazati stvarni izborni učinak objavljenih rezultata predizbornih istraživanja, poslijebirne su analize, kao i primjena metode samoizvještavanja, ipak osigurale brojne podatke o općoj zapaženosti i percipiranoj važnosti predizbornih istraživanja javnoga mnijenja (npr. De Vreese i Semetko, 2002.), pa stoga i o njihovu potencijalnom utjecaju na izborne preferencije i ponašanje birača.

Dostatno uvjerljivi ili dosljedni dokazi o značajnijem utjecaju na glasačko ponašanje nisu pronađeni ni u prirodnim eksperimentima, u kojima je eksperimentalna situacija kreirana vanjskim, objektivno zadanim čimbenicima. Takav prirodni eksperiment redovito se događa na izborima u SAD-u, gdje, zbog vremenske razlike, glasači u zapadnim dijelovima zemlje mogu i prije zatvaranja birališta doznati rezultate izbora u istočnim područjima. Zbrajajući rezultate nekoliko istraživanja kojima je u takvim okolnostima proučen učinak objavljanja rezultata izbora u jednom dijelu zemlje na odazivanje izborima ili glasački izbor u drugome dijelu, Mendelsohn i Crespi (1970., prema Donsbach, 2001.) zaključuju da nije opravdano govoriti ni o kojem od pretpostavljenih učinaka na birače – kako o glasačkoj mobilizaciji ili letargiji, tako ni o priklanjanju pobjedničkoj, odnosno gubitničkoj, izbornoj mogućnosti. Do istoga zaključka dolaze i drugi autori (Tuchman i Coffin, 1971.), a samo u nekim studijama (Dubois, 1983.) zabilježen je stanovit učinak na agregatnoj, ali ne i na individualnoj razini.

Izravniji argumenti u prilog mogućem utjecaju predizbornih istraživanja na izorno ponašanje glasača pronađeni su tek u nekim laboratorijskim eksperimentima, u kojima je eksperimentalnoj skupini ispitanika predočena jedna varijanta istraživačkih rezultata, a kontrolnoj neka druga ili joj takvi rezultati uopće nisu pokazani. Tako Donsbach (2001.) navodi da je De Bock (1972.) u jednom od prvih eksperimenata te vrste zabilježio značajan učinak defetizma (povećana sklonost izbornoj apstinenciji u skupini ispitanika kojima su predočeni rezultati „istraživanja“ o gubitničkoj poziciji preferiranoga

kandidata), Navazio (1977.) je, među obrazovanim ispitanicima, zapazio promjenu glasačkih preferencija u smislu *bandwagon*-efekta, dok je među slabije obrazovanim uočio tendenciju *underdog*-učinka, a određenu sklonost priklanjanju „pobjedničkoj“ mogućnosti pronašli su u svojim eksperimentalnim studijama i autori Ansolabehere i Iyengar (1994.) te Cotter i Stovall (1994.). No kako je u proučavanju socijalnoga ponašanja velik nedostatak svih laboratorijskih eksperimenata njihova artifičijelnost i izoliranost od potencijalno utjecajnih čimbenika koji u eksperimentu nisu pod kontrolom, spomenuti rezultati ipak ne znače da bi upoznatost s istraživačkim rezultatima dala iste učinke i u realnim životnim situacijama, u kojima je pojedinac izložen i brojnim drugim informacijama i utjecajima, od onih s izvorištem u izbornim kampanjama i priložima masovnih medija pa do onih iz njegova bližeg životnog okruženja. Tako je Daschmann (2000.) došao do bitno različitih rezultata čak i u laboratorijskim uvjetima, u kojima je tek pokušao umanjiti artifičijelnost uobičajenih eksperimenata predočenjem nekoliko varijanti „istraživačkih“ rezultata u posebnim izdanjima lokalnih novina – pokazalo se da tako predstavljeni rezultati nemaju značajnog učinka na namjere glasovanja za određenoga kandidata, pa čak ni na procjenu vjerojatnog izbornog pobjednika.

U cjelini bi se moglo reći da su rezultati dosadašnjih istraživanja uglavnom nekonzistentni i nedostavno uvjerljivi, bez obzira na to kojom se metodom ta istraživanja provodila. Dok u većini istraživanja nisu pronađeni nikakvi izravni dokazi o mogućem učinku javne prezentacije rezultata predizbornih anketa na izorno ponašanje glasača, u nekoliko, pretežno eksperimentalnih, studija donekle je potvrđena *bandwagon*-hipoteza (npr. Ansolabehere i Iyengar, 1994.; Cotter i Stovall, 1994.; McAlister i Studlar, 1991.; Skalabin, 1988.), u ponekom su istraživanju pronađene i određene indicije u prilog *underdog*-učinku (npr. Ceci i Kain, 1982.; Fleitas, 1971.) ili učinku defetizma (De Bock, 1972.), a u nekima su zapaženi učinci na razne skupine glasača, koji se međusobno isključuju i u cjelini uglavnom poništavaju (npr. Fleitas, 1971.; Navazio, 1977.). Kao što to zaključuje Donsbach, rezultati empirijskih provjera u velikoj mjeri ovise o upotrijebljenoj metodi i specifičnim političkim i izbornim okolnostima u kojima su istraživanja provedena (Donsbach, 2001.), pa stoga uglavnom ne dopuštaju argumentirano i pouzdano uopćavanje. Stoga, usprkos desetljećima istraživanja i brojnim empirijskim analizama, pitanje utjecaja predizbornih anketa na izornu odluku i ponašanje birača još uvijek ostaje otvoreno (Blais i sur., 2006.; Morwitz i Pluzinski, 1996.).

Do nastanka ove studije, mogući učinci medijski ili na drugi način publiciranih rezultata istraživanja javnoga mnijenja u Hrvatskoj se još nisu empirijski provjeravali. Stoga su u studiji prikazani prvi pokušaji istraživanja potencijalnog utjecaja objavljenih rezultata istraživanja o izornoj poziciji stranaka i predsjedničkih kandidata na glasačke preferencije i namjeru izlaska na izbore.

Hipoteze i metoda

U konceptualizaciji istraživanja pošlo se od pretpostavke da je izravan utjecaj na određenog ispitanika moguć ako su zadovoljeni sljedeći uvjeti: da je vidio ili čuo rezultate takvih istraživanja (u masovnim medijima ili neformalnom komunikacijom), da poznaje istraživačke rezultate, odnosno da ih može ispravno reproducirati (navesti točnim redoslijedom barem dvije stranke ili dvoje kandidata koji će, prema istraživanjima, dobiti najviše glasova) te da vjeruje u njihovu točnost. Istraživanje je provedeno metodom ankete, a kako je anketa u osnovi samoizvještavanje kojim je nemoguće utvrditi stvarni utjecaj publiciranih rezultata istraživanja na izbornu ponašanje glasača, na taj se način, u analiziranim izbornim situacijama, nastojalo definirati gornju granicu i dominantan smjer takva potencijalnog utjecaja.

Analitička građa je prikupljena predizbornim istraživanjima javnoga mnijenja, provedenima u zadnja tri dana izborne kampanje uoči izbora za Hrvatski sabor 2003. godine i prvog kruga izbora za predsjednika Republike Hrvatske 2005. godine (Lamza Posavec i sur., 2003.; 2005.) te približno dva tjedna prije izbora za Hrvatski sabor 2011. godine (Ferić i Lamza Posavec, 2013.). Istraživanja uoči izbora 2003. i 2005. godine vodio je Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, dok su podaci iz 2011. godine prikupljeni u sklopu predizborne ankete agencije Ipsos Puls.⁶ Istraživanja koja su prethodila izborima za Hrvatski sabor provedena su terenski, kombiniranom tehnikom usmenog i tajnog izjašnjavanja na probabilistički izabranim uzorcima punoljetnoga stanovništva Hrvatske, a obuhvatila su 1247 (2003. godine), odnosno 967 (2011. godine) ispitanika. Uoči predsjedničkih izbora 2005., istraživanje je provedeno telefonom na probabilističkom uzorku od 1006 ispitanika.

Osim uobičajenih pitanja o izbornim preferencijama, motivima, namjerama glasanja i ostalim pojedinostima u svezi s izbornim ponašanjem i odlučivanjem, primijenjeni anketni upitnici sadržavali su nekoliko varijabli (pitanja) o zapaženosti publiciranih rezultata predizbornih anketa i njihovu mogućem utjecaju na birače:

1. Je li ispitanik negdje vidio ili čuo rezultate takvih anketa?
2. Može li imenovati izbornu mogućnost (stranku, kandidata) koja će prema rezultatima anketa dobiti najviše glasova?
3. Može li imenovati izbornu mogućnost (stranku, kandidata) koja bi mogla biti druga na izborima?
4. Jesu li rezultati anketa barem malo utjecali na njegovu odluku da iziđe na izbore?

⁶ Zahvaljujem agenciji Ipsos Puls na uključivanju predviđenih pitanja u anketni upitnik i ustupanju prikupljenih podataka za potrebe ove analize. Agencija nije odgovorna za njihovu analizu i interpretaciju.

5. Jesu li ga rezultati ankete potaknuli da razmisli za koga će (stranku, kandidata) glasovati?
6. Ako da, u kojem smislu (donošenje, učvršćenje ili promjena odluke)?
7. Vjeruje li u točnost rezultata takvih anketa?

Na temelju odgovora na 1., 2., 3. i 7. pitanje ispitanici su razvrstani u četiri skupine koje se međusobno razlikuju prema ostvarenim uvjetima (prediktorima) za mogućnost izravnog utjecaja na izorno ponašanje glasača: u prvoj su skupini ispitanici koji ne zadovoljavaju ni osnovni uvjet, jer, prema vlastitu iskazu, uopće nisu vidjeli ni čuli rezultate predizbornih anketa (0 uvjeta: ne prate ankete); u drugoj su oni koji su vidjeli ili čuli takve rezultate, ali ne mogu točnim redoslijedom imenovati dvije stranke ili kandidata koji će, prema objavljenim istraživanjima, dobiti najviše glasova na izborima⁷ (1 uvjet: prate ankete, ne poznaju rezultate); treću skupinu čine anketirane osobe koje su vidjele ili čule rezultate predizbornih istraživanja, mogu točnim redoslijedom imenovati dvije vodeće stranke ili kandidata, ali izjavljuju da ne vjeruju objavljenim rezultatima (2 uvjeta: prate ankete, poznaju rezultate, ne vjeruju im); i na kraju, u četvrtoj su skupini ispitanici koji su vidjeli ili čuli rezultate istraživanja, mogu točnim redoslijedom imenovati dvije vodeće stranke ili kandidata te izjavljuju da vjeruju u istinitost objavljenih rezultata (3 uvjeta: prate ankete, poznaju rezultate, vjeruju im). Sa stajališta ciljeva analize, odgovori na ostala od navedenih anketnih pitanja (4., 5. i 6.) sadržavaju dodatne informacije o mogućim izbornim učincima publiciranih rezultata predizbornih anketa, odnosno procjeni ispitanika o utjecaju takvih rezultata na vlastite preferencije i odluke.

Kriterijske su varijable definirane kao odgovori na anketna pitanja o namjeri izlaska na izbore, imenovanju očekivanog izbornog pobjednika i namjeri glasovanja za određenu stranku ili kandidata. Na taj su način, osim elemenata izbornoga ponašanja na koje se odnose glavne hipoteze o mogućem utjecaju objavljenih rezultata predizbornih istraživanja, u analizu uključena i očekivanja u svezi s rezultatima izbora, koja

⁷ Valja naglasiti da je, uoči izbora za Hrvatski sabor 2003. godine, rezultatima svih anketa objavljenih u vodećim hrvatskim medijima (*Hrvatska radiotelevizija*, *Večernji list*, *Jutarnji list*, *Slobodna Dalmacija*, *Novi list*, *Globus*, *Nacional*) predviđena izborna pobjeda HDZ-a, a drugoplasirana stranka bio je SDP. Uoči predsjedničkih izbora 2005. godine u svim je medijski publiciranim istraživanjima vodeći kandidat bio Stjepan Mesić, a na drugom je mjestu bila Jadranka Kosor. I na kraju, objavljene predizborne ankete (*Hrvatska radiotelevizija*, *Nova TV*, *RTL televizija*, *Jutarnji list*, *Večernji list*) koje su prethodile izborima za Hrvatski sabor 2011. godine dosljedno su predviđale pobjedu koalicije SDP-a, HNS-a, IDS-a i HSU-a (tzv. Kukuriku koalicija), dok je HDZ, prema svim objavljenim rezultatima, zauzimao drugo mjesto. U sva tri slučaja, izborni su rezultati bili u skladu sa spomenutim istraživačkim procjenama.

bi u nekoj mjeri također mogla ovisiti o rezultatima objavljenih istraživanja, a ujedno su i potencijalno važan element namjeravanog izbornog ponašanja.

Radi potpunijeg objašnjenja moguće povezanosti objavljenih predizbornih istraživanja s namjerama izlaska na izbore, predviđanjem izbornoga pobjednika i namjerama glasovanja za određenu izbornu mogućnost, u analizu su uvedena i osnovna demografska obilježja ispitanika (spol, dob, naobrazba). Budući da bi te karakteristike mogle istodobno biti prediktorom odnosa ispitanika spram predizbornih istraživanja kao i spram promatranih elemenata izbornoga ponašanja, u ovoj ih je analizi, kao moguće intervenirajuće varijable, trebalo imati pod kontrolom.

Na prvoj razini obrade rezultata primijenjeni su postupci frekvencijsko-proporcijske analize i inferencijalne statistike (hi-kvadrat test). Time je osiguran osnovni uvid u izloženost ispitanika javno objavljenim rezultatima predizbornih anketa, upoznatosti s anketnim rezultatima i povjerenja u njihovu istinitost, kao i povezanosti takvih podataka s izbornim očekivanjima i namjeranim izbornim ponašanjem. Na drugoj je razini provedena logistička regresijska analiza, kojom se, uz kontrolu ostalih, nastojao provjeriti nezavisni utjecaj pojedinoga prediktora (broj zadovoljenih uvjeta za mogući utjecaj predizbornih istraživanja i demografske varijable) na pojedinu kriterijsku varijablu (namjeru odazivanja izborima, predviđanje izbornoga pobjednika i namjeru glasovanja za određenu stranku ili kandidata).

Odnos javnosti spram predizbornih anketa: osnovni uvid

U analizi javne recepcije i mogućih učinaka publiciranih rezultata istraživanja javnoga mnijenja na izbornu ponašanje birača, najprije se valja osvrnuti na podatke o općoj zapaženosti i percipiranoj vjerodostojnosti predizbornih anketa te samoprocjeni ispitanika o utjecaju objavljenih rezultata na njihove glasačke namjere (Tablica 1). U promatranim izbornim situacijama, ti podaci omogućavaju osnovni uvid u izloženost birača takvim istraživanjima te javno vrednovanje i uporabu njihovih rezultata.

Uza sav potreban oprez u svezi s pouzdanošću podataka zabilježenih postupkom samoizvještavanja, već na ovoj razini analize rezultati pokazuju da, u skladu s polaznim hipotezama, u obuhvaćenim izbornim situacijama utjecaj publiciranih rezultata predizbornih anketa ni u teorijskom smislu nije mogao biti osobito značajan. Promatrani u vremenskom slijedu, rezultati ipak indiciraju da je sve više hrvatskih građana koji zapažaju i pamte takve informacije te ih prihvaćaju kao vjerodostojne.

Tablica 1

Odnos ispitanika spram predizbornih anketa: rezultati istraživanja uoči izbora za Hrvatski sabor 2003. i predsjednika Republike 2005. godine

	Istraživanje 2003.	Istraživanje 2005. ⁸	Istraživanje 2011.
<i>Zapaženost anketa, poznavanje rezultata, povjerenje u vjerodostojnost:</i>			
* Vidio/čuo rezultate predizbornih anketa (u tiskanim medijima, televiziji, radiju, internetu, usmenom komunikacijom)	28,5	35,0	63,1
* Vidio/čuo rezultate anketa, ispravno imenovao dvije vodeće stranke/kandidata	16,4	26,5	46,6
* Vidio/čuo rezultate anketa, ispravno imenovao dvije vodeće stranke/kandidata, vjeruje rezultatima	11,3	19,2	29,8
<i>Samoizvještavanje ispitanika o utjecaju rezultata anketa:</i>			
* Utjecali na njegovu odluku o izlasku na izbore (prilično ili ponešto)	4,4	2,2	11,5
* Utjecali na odluku da glasa za određenu stranku/kandidata (prilično ili ponešto)	5,4	2,7	12,5
Ostvaren utjecaj na izbor stranke/kandidata:			
– potakli na razmišljanje o promjeni prijašnje odluke	0,8	0,3	1,1
– učvrstili dotadašnju odluku	2,2	1,6	6,2
– neopredijeljene potakli na razmišljanje o izboru stranke/kandidata	2,0	0,3	5,3
– bez odgovora	0,4	0,5	0,0
<i>Broj ispitanika</i>	1247	1006	967

Nešto više od četvrtine ispitanika u istraživanju koje je prethodilo saborskim izborima 2003., odnosno nešto više od trećine uoči predsjedničkih izbora 2005. godine, izjavilo je da su vidjeli ili čuli takve rezultate (u tiskanim medijima, na televiziji, internetu ili usmenom komunikacijom) dok je u istraživanju iz 2011. takvih bilo gotovo dvije trećine.⁹ Pritom svakako valja uzeti u obzir da su ispitanici u anketama načelno skloni

⁸ Izbori za predsjednika Republike Hrvatske održani su 2. siječnja 2005. godine, a istraživanje je provedeno u zadnja tri dana izborne kampanje, dakle 2004. godine. Da bi se izbjegli mogući nesporazumi, u tablici je navedena oznaka godine održavanja izbora na koje se rezultati odnose.

⁹ Izloženost javnosti rezultatima predizbornih istraživanja bila je 2011. godine znatno veća nego prije izbora 2003. i 2005. godine. U razdoblju koje je prethodilo izborima za Hrvatski sabor 2011. godine u masovnim medijima nacionalnoga dometa (*Hrvatska radiotelevizija, Nova TV, RTL televizija, Večernji list, Jutarnji list*) objavljeno je 12 predizbornih istraživanja koje je provelo

prenaglasiti svoju informiranost o bilo kojem društveno relevantnom pitanju te da je stoga, u svim analiziranim predizbornim situacijama, realna zapaženost takvih rezultata mogla biti nešto manja od deklarirane.

Onih koji su prema vlastitu iskazu vidjeli ili čuli rezultate predizbornih istraživanja, a uz to su ispravnim redoslijedom imenovali dvije, prema svim objavljenim anketama vodeće stranke ili predsjednička kandidata, bilo je u istraživanju iz 2003. manje od petine, u istraživanju prije izbora 2005. godine između četvrtine i trećine, a u istraživanju 2011. nešto manje od polovice. I na kraju, udio onih koji su izjavili da tim rezultatima i vjeruju, i na koje je stoga neposredan utjecaj objavljenih istraživanja bio jedino moguć, u istraživanju uoči parlamentarnih izbora 2003. godine smanjio se na desetak posto, u onome prije predsjedničkih izbora 2005. godine na približno dvadeset posto, a u istraživanju koje je prethodilo izborima za Sabor 2011. godine iznosio je oko trideset posto.

Razumije se da zabilježeni udjeli građana na koje su, prema postavljenim kriterijima, objavljena istraživanja mogla izravno utjecati ne bi nipošto bili beznačajni kad bi se taj utjecaj potpuno realizirao, osobito u smislu promjene ili oblikovanja izbornih odluka u skladu s objavljenim anketnim rezultatima. Međutim, prema zabilješnim rezultatima samoprocjene ispitanika, u sve tri analizirane izborne situacije ostvareni utjecaj na glasačko ponašanje bio je značajno manji od hipotetski mogućega: 11,5 posto ispitanika u istraživanju 2011. godine te samo 4,4 posto iz 2003. i 2,2 posto iz 2004. godine, izjavilo je da su rezultati objavljenih anketa više ili manje utjecali na njihovu odluku o izlasku na izbore, a njih 12,5 posto u istraživanju 2011., odnosno 5,4 i 2,7 posto 2003. i 2005. godine da su ih u nekoj mjeri potaknuli na razmišljanje za koga će glasovati na predstojećim izborima. Iako tako male proporcije ispitanika ne dopuštaju pouzdaniju analizu, rezultati sva tri istraživanja dosljedno sugeriraju da je utjecaj na izborne preferencije glasača, ako je i postojao, mogao biti učestalije ostvaren u učvršćivanju dotadašnje odluke nego u njezinoj promjeni.

Iako se valja složiti sa stajalištem prema kojemu su, zbog nedostatne mogućnosti objektivna prosuđivanja o uzrocima vlastita mišljenja i djelovanja i moguće neiskrenosti odgovora, izjave ispitanika o utjecaju bilo kojeg čimbenika na njihovo izbornu ponašanje nedostatan pouzdan pokazatelj stvarnoga stanja (Donsbach, 2001.), zabilježena su zapažanja ipak u skladu sa suvremenim znanstvenim spoznajama o oblikovanju i promjenama stavova i ponašanja. Iz psihologije persuazije znano je da učinkovitost

šest istraživačkih agencija (Ipsos Puls, GfK, HendaL, Prizma, Promocija plus i Mediana Fides). Uz to, većoj je zapaženosti rezultata istraživanja možda pridonijela i povećana popularizacija izbornih anketa, osobito nakon televizijskih prezentacija prvih izlaznih istraživanja u izbornim noćima 2005. i 2007. godine.

uvjeralalačkih apela (na koje se u osnovi svodi mogući utjecaj rezultata predizbornih anketa na glasačke preferencije i odluke) ovisi o brojnim psihologijskim i kontekstualnim uvjetima te da se eventualni učinak u većoj mjeri ostvaruje potvrđivanjem već uspostavljenih ili oblikovanjem još nepostojećih reakcija (mišljenja, stavova, ponašanja) nego njihovom promjenom. Stoga je realno pretpostaviti da upoznatost s istraživačkim rezultatima, uz istodobno povjerenje u njihovu vjerodostojnost, ako i proizvodi neki učinak na glasače, više pridonosi konsolidaciji postojećih preferencija i odluka nego što ih može u bilo kojem smislu promijeniti.¹⁰ Određeni se učinak može zacijelo ostvariti kristalizacijom nedostatno definiranih izbornih odluka i namjera još neopredijeljenih birača, no, sudeći prema dosad izloženim rezultatima, u analiziranim izbornim situacijama ni taj učinak nije mogao biti osobito velik.

Recepcija predizbornih anketa i mogući utjecaj na izorno ponašanje

Kako bi se s nešto većom pouzdanošću sudilo o potencijalnom utjecaju objavljenih rezultata predizbornih anketa na namjere odazivanja izborima i glasovanja za određenu izbornu mogućnost, kao i na očekivanja u svezi s izbornim pobjednikom (koja bi, u nekoj mjeri, mogla ovisiti o rezultatima objavljenih anketa i istodobno utjecati na glasačke namjere), obuhvaćeni elementi izbornoga ponašanja analizirani su prema izjavama o zapaženosti predizbornih anketa, informiranosti o njihovim rezultatima i povjerenju u njihovu vjerodostojnost. Kao što je već rečeno u opisu metode istraživanja, na temelju tih podataka razlikovane su četiri skupine ispitanika – od onih koji ne zadovoljavaju ni osnovni uvjet za ostvarenje mogućega utjecaja, preko onih koji zadovoljavaju jedan ili dva od definiranih uvjeta, do onih koji, u skladu s polaznim hipotezama, ispunjavaju sva tri od nužnih uvjeta za realizaciju takva utjecaja. Rezultati su prikazani u Tablicama 2, 3 i 4.

¹⁰ Do sličnih rezultata, među ostalima, dolazi i Giammo (2004.), koji u svojoj eksperimentalnoj studiji zaključuje da je utjecaj predizbornih anketa na mišljenje i ponašanje glasača minimalan te da se on uglavnom očituje u učvršćivanju postojećih stajališta i predispozicija.

Tablica 2
 Istraživanje 2003.: Varijable izbornog ponašanja prema broju zadovoljenih uvjeta za moguću utjecaj objavljenih rezultata predizbornih anketa

	Namjeravaju izići na izbore		Izjašnjavaju se o izboru stranke		Namjeravaju glasovati za HDZ		Namjeravaju glasovati za SDP		Namjeravaju glasovati za neku od ostalih stranaka ¹¹		Imaju definirano očekivanje izbornog pobjednika		Očekuju pobjedu HDZ-a		Očekuju pobjedu SDP-a		Očekuju pobjedu neke od ostalih stranaka ¹²	
	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne
Ne prate ankete (0 uvjeta)	70,6	86,9	70,9	85,3	72,7	73,3	60,0	75,4	73,4	72,4	65,8	84,9	63,7	79,9	67,7	73,7	75,7	72,7
Prate ankete, ne poznaju rezultate (1 uvjet)	13,2	6,9	13,2	6,7	10,4	13,1	19,5	11,0	12,7	12,0	14,6	8,4	11,8	12,8	21,3	11,0	21,6	11,7
Prate ankete, poznaju rezultate, ne vjeruju im (2 uvjeta)	3,3	2,3	3,1	4,3	2,2	3,6	3,2	3,2	3,4	3,1	4,3	1,6	4,7	2,2	4,9	3,0	0,0	3,5
Prate ankete, poznaju rezultate, vjeruju im (3 uvjeta)	12,9	4,0	12,8	3,7	14,1	10,6	17,4	10,4	10,3	12,5	15,3	5,1	19,8	5,1	6,1	12,4	2,7	12,1
hi ²	21,06**		19,41**		5,41		21,26**		1,532		55,25**		73,42**		19,45**		13,47**	
	1070	177	1081	166	335	912	195	1052	551	696	790	457	698	549	168	1079	74	1173

** p≤0,01

¹¹ Kategorije „ostale stranke“ uključuju 27 stranaka, koalicija i nezavisnih kandidata koji su, osim HDZ-a i SDP-a, bili na popisu koji se rabio u istraživanju.

¹² Isto kao u bilješci 11.

Tablica 3
 Istraživanje 2005.: Varijable izbornoga ponašanja prema broju zadovoljenih uvjeta za mogući utjecaj objavljenih rezultata predizbornih anketa

	Namjeravaju izići na izbore		Izjašnjavaju se o izboru kandidata		Namjeravaju glasovati za J. Kosor		Namjeravaju glasovati za S. Mesica		Namjeravaju glasovati za nekog od ostalih kandidata ¹³		Imaju definirano očekivanje izbornoga pobjednika		Očekuju pobjedu J. Kosor		Očekuju pobjedu S. Mesica		Očekuju pobjedu nekog od ostalih kandidata ¹⁴	
	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne
Ne prate ankete (0 uvjeta)	63,9	79,8	61,7	82,1	65,2	66,2	60,3	70,7	62,3	66,9	60,4	85,7	60,9	66,6	60,4	77,8	57,2	66,3
Prate ankete, ne poznaju rezultate (1 uvjet)	9,3	4,7	9,3	6,1	12,9	7,7	8,0	9,1	8,6	8,6	10,2	3,1	19,6	7,5	8,7	8,3	21,4	8,4
Prate ankete, poznaju rezultate, ne vjeruju im (2 uvjeta)	6,5	1,6	6,9	1,9	9,1	5,2	4,3	7,1	11,4	4,7	6,1	4,9	8,0	5,6	6,0	5,6	0,0	5,9
Prate ankete, poznaju rezultate, vjeruju im (3 uvjeta)	20,3	14,0	22,1	9,9	12,8	20,9	27,4	13,0	17,7	19,8	23,3	6,3	11,5	20,3	24,9	8,3	21,4	19,4
hi ²	14,09**		32,35**		12,23**		32,57**		11,98**		52,88**		17,62**		40,90**		3,76	
N	874	132	787	219	164	842	443	563	180	826	778	228	86	920	678	328	15	991

** p≤0,01

13 Kategorije „ostali kandidati“ uključuju 11 kandidata koji su se, osim S. Mesica i J. Kosor, natjecali u prvom izbornom krugu.

14 Isto kao u bilješki 13.

Tablica 4
 Istraživanje 2011.: Varijable izbornoga ponašanja prema broju zadovoljenih uvjeta za mogući utjecaj objavljenih rezultata predizbornih anketa

	Namjeravaju izići na izbore		Izjašnjavaju se o izboru stranke		Namjeravaju glasovati za HDZ		Namjeravaju glasovati za koaliciju SDP, HNS, IDS, HSU		Namjeravaju glasovati za neku od ostalih stranaka ¹⁵		Imaju definirano očekivanje izbornog pobjednika		Očekuju pobjedu HDZ-a		Očekuju pobjedu koalicije SDP, HNS, IDS, HSU		Očekuju pobjedu neke od ostalih stranaka ¹⁶	
	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne	da	ne
Ne prate ankete (0 uvjeta)	33,8	54,1	30,6	41,8	42,1	35,9	28,4	39,7	33,5	38,2	0,0	78,7	0,0	40,6	0,0	63,7	0,0	37,6
Prate ankete, ne poznaju rezultate (1 uvjet)	16,2	18,5	15,6	18,8	11,6	17,5	15,9	16,7	16,5	16,4	22,4	9,7	26,7	15,5	19,6	14,1	61,1	15,6
Prate ankete, poznaju rezultate, ne vjeruju im (2 uvjeta)	17,2	14,4	17,2	16,7	22,6	15,6	13,4	17,9	16,5	17,0	26,0	6,6	40,7	14,4	22,7	12,6	27,8	16,6
Prate ankete, poznaju rezultate, vjeruju im (3 uvjeta)	32,9	13,0	36,6	22,6	23,8	31,1	42,2	25,7	33,5	28,4	51,6	5,0	32,6	29,5	57,7	9,5	11,1	30,2
χ^2	31,17**		20,92**		10,68*		24,13**		2,79		640,65**		73,49**		449,96**		32,50**	
N	830	137	680	287	153	814	245	722	282	685	545	422	79	888	449	449	17	950

 ** $p \leq 0,01$; * $p \leq 0,05$

15 Kategorije „ostale stranke“ uključuju 37 stranaka, koalicija i nezavisnih kandidata koji su, osim HDZ-a i Kukuriku koalicije, bili na popisu koji je na listiću bio predložen ispitanicima.

16 Isto kao u bilješci 15.

Rezultati istraživanja iz 2003. godine ponajprije pokazuju da je među ispitanicima koji su namjeravali izići na parlamentarne izbore, izjašnjavali se o izboru stranke ili namjeravali glasovati za SDP bilo značajno više onih koji su vidjeli ili čuli rezultate predizbornih anketa, poznavali njihove rezultate i vjerovali u njihovu istinitost nego među onima koji su izjavili da se ne misle odazvati izborima, nisu se izjašnjavali o stranačkim preferencijama ili nisu bili skloni izboru SDP-a. Svim pretpostavljenim uvjetima za realizaciju mogućeg utjecaja značajno su češće nego ostali udovoljavali i birači s definiranim izbornim očekivanjima te oni koji su, u skladu s rezultatima objavljenih predizbornih anketa, predviđali pobjedu HDZ-a ili nisu izričito očekivali izbornu prevlast SDP-a, odnosno neke od ostalih stranaka. Za razliku od toga, potencijalni izborni apstinenti, stranački neizjašnjeni ispitanici, birači neskloni SDP-u i oni bez definiranih izbornih očekivanja značajno su češće izjavljivali da uopće nisu obaviješteni o rezultatima predizbornih anketa. Osobe koje su, prema vlastitu iskazu, bile u nekom kontaktu s rezultatima anketa, ali se pokazalo da ih ne mogu ispravno reproducirati, također su bile zastupljenije među glasačima s deklariranom namjerom da se odazovu izborima nego među potencijalnim apstinentima, ali i među onima koji su vjerovali da će pobijediti SDP, odnosno neka od ostalih stranaka. I, na kraju, relativno malobrojni ispitanici koji su pratili i poznavali anketne rezultate, ali su izjavili da ne vjeruju u njihovu točnost, bili su zastupljeniji u skupini birača s deklariranim izbornim očekivanjima te onima koji su predviđali pobjedu HDZ-a nego među ispitanicima bez definiranih očekivanja i onima koji nisu predviđali prevlast HDZ-a pa su, usprkos nepovjerenju u vjerodostojnost anketa, prema kriteriju izbornih očekivanja nalik osobama s potpuno zadovoljenim uvjetima mogućega anketnog utjecaja.

Istraživanje koje je provedeno prije predsjedničkih izbora 2005. godine otkriva da su, kao i prema rezultatima zabilježenima uoči prethodnih parlamentarnih izbora, osobe sa svim pretpostavljenim uvjetima za mogući utjecaj publiciranih anketnih rezultata bile značajno zastupljenije među glasačima koji su namjeravali izići na izbore, očitovali svoje izborne preferencije i onima s definiranim izbornim očekivanjima nego među ostalim ispitanicima. Ujedno, takvih je bilo više među glasačima nesklonima izboru Jadranke Kosor te onima koji su namjeravali glasovati za Stjepana Mesića i, dosljedno predviđanjima objavljenih anketa, očekivali njegovu izbornu prevlast. U odnosu prema ostalima, mogući izborni apstinenti, izborni neizjašnjeni glasači, oni bez definiranih očekivanja te ispitanici koji nisu namjeravali glasovati za Stjepana Mesića ili nisu predviđali njegovu pobjedu, značajno su češće izvještavali da nisu bili u doticaju s rezultatima predizbornih anketa. Glasaci za koje smo ocijenili da su neobaviješteni o anketnim rezultatima jer ih nisu ispravno reproducirali, iako su izjavili da su ih vidjeli ili čuli, zastupljeniji su među tada potencijalnim glasačima Jadranke Kosor i onima koji su očekivali njezinu

izbornu pobjedu nego među ostalim ispitanicima. Osobe s ispravnim uvidom u anketne rezultate, ali i s deklariranim nepovjerenjem u njihovu vjerodostojnost, bile su pak zastupljenije među osobama koje su se namjeravale odazvati izborima i glasački izjašnjenim ispitanicima nego među potencijalnim apstinentima i neizjašnjenima glasačima te među onima koji nisu namjeravali birati Stjepana Mesića nego Jadranku Kosor (i, dosljedno tome, onima koji su očekivali njezinu izbornu pobjedu) ili su pak bili skloni izboru nekog od ostalih predsjedničkih kandidata.

Sukladno rezultatima istraživanja uoči izbora 2003. i 2005. godine, istraživanje koje je prethodilo izborima za Hrvatski sabor 2011. godine također otkriva da su osobe koje su namjeravale izići na izbore, izjašnjavale se o svojim preferencijama i imale definirana očekivanja izbornog ishoda, značajno češće pratile i poznavale istraživačke rezultate i češće vjerovalle u njihovu vjerodostojnost nego potencijalni apstinenti, stranački neizjašnjeni ispitanici i oni bez oblikovanih očekivanja određenog izbornog pobjednika. Uz to, svim pretpostavljenim uvjetima mogućega utjecaja predizbornih istraživanja na njihove izborne odluke češće su nego ostali udovoljavali i potencijalni glasači koalicije SDP-a, HNS-a, IDS-a i HSU-a (tzv. Kukuriku koalicije) te oni koji su očekivali njezinu izbornu pobjedu. Za razliku od toga, osobe koje se nisu namjeravale odazvati izborima, nisu se izjašnjavale o izboru stranke niti su imale definirana izborna očekivanja te su bile nesklone „Kukuriku“ koaliciji, a sklone izboru HDZ-a, najčešće su izjavljivale da uopće nisu pratile rezultate predizbornih anketa. I kao što je to logično, potencijalni glasači HDZ-a i oni koji su očekivali pobjedu te stranke, kao i osobe nesklone izboru koalicije predvođene SDP-om (kojoj su sva istraživanja predviđala izbornu pobjedu) češće su od ostalih izjavljivali da ne vjeruju rezultatima predizbornih anketa. No manje povjerenja u vjerodostojnost anketa ali i slabije poznavanje njezinih rezultata iskazali su i birači koji su očekivali pobjedu koalicije predvođene SDP-om, a to bi moglo značiti da su, u nekom dijelu, izborna očekivanja u svezi s tom izbornom opcijom bila oblikovana i neovisno o rezultatima objavljenih predizbornih istraživanja.

Na deskriptivnoj razini, predstavljeni rezultati mogu se smatrati dostatno logički konzistentnima pa, sa stajališta ciljeva analize, upućuju na nekoliko bitnih poruka. U sve tri izborne situacije oni sugeriraju da je zapaženost predizbornih anketa povezana s izbornom participacijom te da je, osobito u kombinaciji s poznavanjem anketnih rezultata i povjerenjem u njihovu vjerodostojnost, značajno povezana s izbornim očekivanjima sukladnima anketnim rezultatima te preferencijom određene stranke ili kandidata. Pritom je osobito važno naglasiti da je u istraživanju 2003. godine potpuno zadovoljenje pretpostavljenih uvjeta anketnoga utjecaja bilo povezano s opredjeljenjem za SDP, prema svim tadašnjim anketama drugoplasirane stranke, dok istraživanja iz 2004. i 2011. godine otkrivaju povezanost s izborom u anketama vodećih izbornih

opcija – predsjedničkoga kandidata Stjepana Mesića i koalicije predvođene SDP-om. Drugim riječima, rezultati istraživanja u povodu izbora za Hrvatski sabor 2003. godine govorili bi u prilog *underdog*-hipotezi, dok bi oni uoči izbora za predsjednika Republike Hrvatske 2005. i parlamentarnih izbora 2011. godine išli u prilog *bandwagon*-učinku anketnih rezultata na izborne preferencije glasača.

No kako uspoređivanje skupina podataka krije realnu opasnost od spuriozne povezanosti, odnosno mogućega utjecaja nekih dodatnih varijabli koje istodobno utječu na prediktore i kriterije, analizom je provjerena i pretpostavka da bi odnos glasača spram predizbornih anketa, kao i razlikovani elementi izbornoga ponašanja, mogli biti značajno povezani s demografskim osobinama ispitanika, osobito s naobrazbom kao s ključnim prediktorom političkih i uopće društvenih stavova i ponašanja. U daljnjoj je obradi stoga provedena logistička regresijska analiza, kojom se, uz kontrolu ostalih prediktorskih varijabli, nastojalo provjeriti nezavisni utjecaj pojedinoga prediktora (broj zadovoljenih uvjeta za mogući utjecaj predizbornih anketa, spol, dob, naobrazba ispitanika) na svaku od obuhvaćenih kriterijskih varijabli (namjera odazivanja izborima, namjera glasovanja za određenu stranku ili kandidata, izborna očekivanja).

Tablica 5
 Istraživanje 2003.: Varijable izbornoga ponašanja prema broju zadovoljenih uvjeta i demografskim obilježjima ispitanika – rezultati logističke regresijske analize

Prediktori	Kriteriji									
	Namjera izlaska na izbore	Izjašnjavanje o izbornom opredjeljenju	Opredjeljenje za HDZ	Opredjeljenje za SDP	Opredjeljenje za ostale stranke	Definirano očekivanje pobjednika	Očekivana pobjeda HDZ-a	Očekivana pobjeda SDP-a	Očekivana pobjeda neke od ostalih stranaka	Beta-koef.
Ne prate ankete (0 uvjeta)	Beta-koef. -0,900	Beta-koef. 0,061	Beta-koef. -0,617	Beta-koef. -0,087	Beta-koef. 0,564	Beta-koef. -0,641	Beta-koef. -0,776	Beta-koef. -0,008	Beta-koef. 6,525	
Prate ankete, ne poznaju rezultate (1 uvjet)	0,133	-0,868	0,738	-0,571	-0,563	-0,112	0,637	-0,602	-7,036	
Prate ankete, poznaju rezultate, ne vjeruju im (2 uvjeta)	0,540	0,188	1,003	-0,031	-0,652	-0,538	-0,189	-0,421	0,034	
Prate ankete, poznaju rezultate, vjeruju im (3 uvjeta)	-0,459	-1,324	0,141	-0,482	-0,235	-0,453	-0,728	0,941	-4,771	
Spol	0,130	0,189	0,280*	-0,301	0,029	0,622**	0,480**	0,166	-0,067	
Dob	0,227**	0,015	0,031	0,074	-0,069	-0,063	-0,064	-0,052	0,080	
Naobrazba	0,331*	0,291*	-0,462**	0,505**	0,189*	0,379**	0,032	0,580**	0,067	
Cox & Snell r^2	0,034	0,024	0,026	0,031	0,011	0,088	0,075	0,036	0,017	
N	Ne = 177 Da = 1070	Ne = 166 Da = 1081	Ne = 912 Da = 335	Ne = 1052 Da = 195	Ne = 696 Da = 551	Ne = 457 Da = 790	Ne = 698 Da = 549	Ne = 1079 Da = 168	Ne = 1773 Da = 74	

 ** $p \leq 0,01$; * $p \leq 0,05$

Tablica 6
 Istraživanje 2005.: Varijable izbornoga ponašanja prema broju zadovoljenih uvjeta i demografskim obilježjima ispitanika – rezultati logističke regresijske analize

Prediktori	Kriteriji									
	Namjera izlaska na izbore	Izjašnjavaње o izbornom opredjeljenju	Opredjeljenje za J. Kosor	Opredjeljenje za S. Mesiča	Opredjeljenje za ostale kandidate	Definirano očekivanje pobjednika	Očekivana pobjeda J. Kosor	Očekivana pobjeda S. Mesiča	Očekivana pobjeda nekog od ostalih kandidata	
	Beta-koef.	Beta-koef.	Beta-koef.	Beta-koef.	Beta-koef.	Beta-koef.	Beta-koef.	Beta-koef.	Beta-koef.	
Ne prate ankete (0 uvjeta)	0,191	1,293	5,239	0,855	-0,387	0,369	4,731	-0,203	5,913	
Prate ankete, ne poznaju rezultate (1 uvjet)	-1,205	-1,912**	-5,822	-0,846	0,322	-1,852**	-5,750	-0,047	-7,054	
Prate ankete, poznaju rezultate, ne vjeruju im (2 uvjeta)	-1,551	-2,824**	-5,935	-0,406	-0,581	-0,864	-5,256	-0,026	-0,250	
Prate ankete, poznaju rezultate, vjeruju im (3 uvjeta)	-0,800	-2,819**	-4,937	-1,583**	0,518	-1,777**	-4,256	-0,937	-6,200	
Spol	0,055	0,133	-0,038	-0,251	0,601**	0,413*	0,227	0,191	0,625	
Dob	0,289**	-0,044	-0,043	0,050	-0,113	-0,149*	-0,118	-0,048	-0,322	
Naobrazba	0,150	0,540**	-0,467**	0,555**	-0,069	0,576**	-0,172	0,517**	-0,145	
Cox & Snell r ²	0,034	0,063	0,029	0,063	0,029	0,102	0,020	0,074	0,009	
N	Ne = 132 Da = 874	Ne = 219 Da = 787	Ne = 842 Da = 164	Ne = 563 Da = 443	Ne = 826 Da = 180	Ne = 228 Da = 778	Ne = 920 Da = 86	Ne = 328 Da = 678	Ne = 991 Da = 15	

** p≤0,01, * p≤0,05

Tablica 7
 Istraživanje 2011.: Varijable izbornoga ponašanja prema broju zadovoljenih uvjeta i demografskim obilježjima ispitanika – rezultati logističke regresijske analize¹⁷

Prediktori	Kriteriji									
	Namjera izlaska na izbore	Izjašnjavaње o izbornom opredjeljenju	Opredjeljenje za HDZ	Opredjeljenje za koaliciju SDP, HNS, IDS, HSU	Opredjeljenje za ostale stranke	Definirano očekivanje pobjednika	Očekivana pobjeda HDZ-a	Očekivana pobjeda koalicije SDP, HNS, IDS, HSU	Očekivana pobjeda neke od ostalih stranaka	Beta-koef.
Ne prate ankete (0 uvjeta)						-11,245	-9,615	-10,751		
Prate ankete, ne poznaju rezultate (1 uvjet)										1,581**
Prate ankete, poznaju rezultate, ne vjeruju im (2 uvjeta)			0,344**							1,037*
Prate ankete, poznaju rezultate, vjeruju im (3 uvjeta)	0,556**	0,504**		0,316**		0,539**		0,590**		
Spol										
Dob	0,136*	0,08*	0,127*	0,155**	-0,139**					
Naobrazba	0,184**		-0,184**	0,141**		0,145*	-0,262**	0,229**		
Cox & Snell r^2	0,044	0,026	0,038	0,040	0,012	0,571	0,193	0,479		0,030
N	Ne = 137 Da = 830	Ne = 287 Da = 680	Ne = 814 Da = 153	Ne = 722 Da = 245	Ne = 685 Da = 282	Ne = 422 Da = 545	Ne = 888 Da = 79	Ne = 518 Da = 449	Ne = 950 Da = 17	

 ** $p \leq 0,01$; * $p \leq 0,05$

¹⁷ Uz neke modifikacije, Tablica 7 je preuzeta iz rada Ferić i Lamza Posavec, 2013. U toj su tablici prikazani rezultati stupnjevite (*ordinal*) regresijske analize koja daje podatke samo za najbolju kombinaciju prediktora, dok su u Tablicama 5 i 6 rezultati primjene kompletne (*enter*) regresije koja prikazuje beta-koeficijente za sve prediktorske varijable. Uporaba različitih modela logističkih regresija nije utjecala na zaključke provedenih analiza.

Rezultati u Tablicama 5, 6 i 7 ponajprije pokazuju da je odluka o izlasku ili neizlasku na izbore u sve tri analizirane izborne situacije bila pozitivno povezana s dobi ispitanika, odnosno da je vjerojatnost izborne participacije bila veća u skupini starijih glasača nego mlađih, a uz to je, u istraživanju uoči parlamentarnih izbora 2003. i 2011. godine, otkrivena i povezanost s višom naobrazbom ispitanika. Odnos glasača prema predizbornim anketama ni na kojoj se od analitički razlikovanih razina – od one koja podrazumijeva nemogućnost bilo kakva utjecaja do one na kojoj je taj utjecaj u najvećoj mjeri moguć – nije pokazao statistički značajnim prediktorom namjere odazivanja izborima za Hrvatski sabor 2003. i predsjednika Republike Hrvatske 2005. godine. Za razliku od toga, poznavanje takvih rezultata i povjerenje u njihovu vjerodostojnost bilo je značajno za odazivanje izborima 2011. godine, a to indicira mogućnost da su objavljena predizborna istraživanja, u nekoj mjeri, utjecala na mobilizaciju birača koji su bili skloni predviđenom izbornom pobjedniku.

Uoči izbora 2003. i 2005. godine o svom glasačkom opredjeljenju češće su se izjašnjavale obrazovanije osobe nego one nižega stupnja naobrazbe. Uz to, u istraživanju uoči predsjedničkih izbora 2005. godine zabilježena je i značajna povezanost s izloženošću ispitanika predizbornim anketama, bez obzira na to je li ona bila ili nije bila popraćena ispravnom informiranošću o anketnim rezultatima i povjerenjem u njihovu vjerodostojnost. No kako su u ovom slučaju beta-vrijednosti negativnoga predznaka, iz dobivenih rezultata proizlazi da su izbornu opredjeljenje rjeđe očitovali glasači koji su pratili takve ankete, čak i kad su bili obaviješteni o rezultatima i vjerovali u njihovu istinitost. Ili, obratno: o namjerama glasovanja češće su se izjašnjavale osobe koje nisu bile obaviještene o rezultatima predizbornih anketa i koje možda, upravo zbog jasno definirana opredjeljenja, nisu ni bile za njih zainteresirane. Bez obzira na moguće interpretacije ovih rezultata, oni u svakom slučaju sugeriraju da ni uoči izbora 2005., kao ni 2003. godine, izloženosť glasača predizbornim anketama nije mogla pridonijeti definiranju njihovih izbornih preferencija. Za razliku od toga, prije izbora 2011. godine o svom izbornom opredjeljenju češće su se izjašnjavali ispitanici koji su pratili i poznavali ankete te vjerovali u njihovu istinitost nego oni koji nisu zadovoljavali te uvjete. Uz neke druge rezultate, i to pokazuje da su 2011. godine predizborne ankete mogle više utjecati na izbornu ponašanje birača nego u ostale dvije analizirane izborne situacije.

Kao i glasačko opredjeljenje, i očekivanja izbornoga pobjednika učestalije su definirana među obrazovanim ispitanicima nego među slabije obrazovanim, a uz to u izbornim situacijama 2003. i 2005. godine barem nešto učestalije među muškarcima nego među ženama.¹⁸ U istraživanju uoči predsjedničkih izbora zabilježena

¹⁸ Ženama je pridružen kod „0“, a muškarcima „1“.

je i značajna povezanost s mlađom životnom dobi te, kao i u slučaju izjašnjavanja o namjerama glasovanja, s nekim elementima odnosa ispitanika prema rezultatima predizbornih anketa. No kako je povezanost s ostvarenim uvjetima za mogući učinak objavljenih anketnih rezultata i ovaj put negativnoga smjera, bez obzira na tumačenje takve povezanosti, ni u ovoj prilici ne bi bilo opravdano govoriti o bilo kakvom doprinosu predizbornih anketa jasnijem definiranju odnosa prema predstojećim izborima.

Što se konkretnih izbornih preferencija tiče, rezultati pokazuju da su, u skladu s našim predviđanjima,¹⁹ namjera glasovanja za SDP uoči izbora 2003. i „Kukuriku“ koaliciju 2011. godine, odnosno glasačko opredjeljenje za predsjedničkog kandidata Stjepana Mesića bili značajno povezani s višom naobrazbom ispitanika, dok su za HDZ (u obje analizirane izborne situacije) i Jadranku Kosor učestalije namjeravale glasovati osobe nižeg formalnog obrazovanja. Uz kontrolu toga čimbenika, kao i spolne pripadnosti ispitanika u slučaju izbora HDZ-a, ni jedan drugi prediktor nije bio značajan za preferenciju SDP-a ili bilo koje druge političke stranke na izborima 2003. godine, pa tako nije bio značajan ni odnos ispitanika prema rezultatima predizbornih anketa. Osim naobrazbe, za izbor Stjepana Mesića značajnim se pokazala izloženost mogućnostima utjecaja predizbornih anketa, no budući da je beta-koeficijent negativnoga predznaka, zaključak je suprotan od onoga koji sugeriraju rezultati analize na deskriptivnoj razini: kad se eliminiira učinak naobrazbe ispitanika, proizlazi da su potencijalni glasači Stjepana Mesića bili rjeđe izloženi mogućem utjecaju predizbornih anketa nego oni koji ga nisu namjeravali birati, ili obratno, da su utjecaju anketnih rezultata teorijski najizloženiji birači čak i rjeđe glasovali za S. Mesića nego oni koji nisu bili izloženi takvu utjecaju. Iako se i o ovoj povezanosti mogu postavljati razne hipoteze, na temelju raspoloživih podataka možemo samo zaključiti da oni ne nude dokaze u prilog ostvarenom *bandwagon*-učinku, kao ni bilo kojem od teorijski pretpostavljenog utjecaja na izborne preferencije glasača. Sukladno rezultatima nekih drugih istraživanja (npr. Miljan, 2005.),²⁰ u slučaju izbora 2003. i 2005. godine izloženost mogućem utjecaju anketnih rezultata nije čak utjecala ni na predviđanje izbornoga pobjednika već su

¹⁹ Predviđanja o većoj zastupljenosti obrazovanih ispitanika među potencijalnim glasačima SDP-a i Stjepana Mesića nego među osobama koje su se opredjeljivale za HDZ i Jadranku Kosor utemeljeno je na rezultatima prijašnjih istraživanja glasačkih preferencija (npr. Lamza Posavec i sur., 1998.a; 1998.b; 2005.).

²⁰ Za razliku od nalaza Miljana (2005.) kao i rezultata ovog istraživanja, Galen i Van Holsteyn (2002.) pronašli su primjenom regresijske analize argumente u prilog utjecaju rezultata predizbornih anketa na izborna očekivanja glasača, ali u konkurenciji s drugim prediktorima među kojima nisu bile demografske osobine ispitanika.

takva očekivanja bila povezana sa spolnom pripadnošću ispitanika (očekivana pobjeda HDZ-a), odnosno njihovom višom naobrazbom (predviđena izborna dominacija SDP-a, odnosno Stjepana Mesića). Međutim, u svezi s Kukuriku koalicijom, rezultati ukazuju na značajan nezavisni utjecaj upoznatosti s anketnim rezultatima i povjerenja u njihovu vjerodostojnost (prediktor: prate ankete, poznaju rezultate, vjeruju im), kako na namjeru glasovanja za tu izbornu mogućnost, tako i na očekivanje njezine pobjede na izborima 2011. godine te stoga i na mogući *bandwagon*-učinak tada objavljenih predizbornih istraživanja.

Radi ispravne interpretacije rezultata, na kraju još svakako valja istaknuti da se u sva tri analizirana predizborna istraživanja prediktorima uključenima u analizu može objasniti tek vrlo malen dio promatranih varijabli izbornoga ponašanja, kako namjere odazivanja izborima tako i namjere glasovanja za određenu izbornu mogućnost. Kao što je prikazano u Tablicama 5, 6 i 7 objašnjena varijanca uglavnom je u rasponu od 1 do 10 posto, s izuzetkom kriterija „očekivana pobjeda HDZ-a“ u istraživanju iz 2011. godine kad iznosi, još uvijek razmjerno skromnih, 19 posto. To sasvim sigurno umanjuje moguću snagu čak i onih prediktora koji se, prema rezultatima provedene regresijske analize, pokazuju statistički značajnima te otkriva da su na promatrane pokazatelje izbornoga ponašanja pretežno utjecali čimbenici koji nisu bili uključeni u provedene analize. Značajni postoci objašnjene varijance zabilježeni su samo u svezi s očekivanim ishodom izbora 2011. godine – zajedno s naobrazbom kao drugim statistički značajnim čimbenikom, poznavanje anketnih rezultata i povjerenje u njihovu vjerodostojnost u tom slučaju objašnjava 57 posto svih definiranih izbornih očekivanja i 48 posto odgovora koji ukazuju na očekivanu pobjedu koalicije predvođene SDP-om. Za razliku od toga, sva tri statistički značajna prediktora zajedno (potencijalno najveći utjecaj predizbornih anketa, dob i naobrazba ispitanika) objašnjavaju samo 4 posto čimbenika koji su mogli utjecati na namjere glasovanja za tu koaliciju.²¹

²¹ U radu Ferić i Lamza Posavec (2013.) u kojemu su interpretirani samo rezultati istraživanja iz 2011. godine proporcija zajedničke varijance kriterijskih i prediktorskih varijabli određena je koeficijentom Nagelkerke, vrijednosti kojega su, zbog mogućnosti kretanja u širem rasponu, nešto više nego vrijednosti ovdje primijenjenog Cox & Snell koeficijenta. Ipak, obje od tih mjera upućuju na iste zaključke (npr., prema koeficijentu Cox & Snell r^2 svi statistički značajni prediktori zajedno (potencijalno najveći utjecaj predizbornih anketa, dob i naobrazba ispitanika) objašnjavaju 4 posto čimbenika koji su mogli utjecati na namjere glasovanja za „Kukuriku“ koaliciju, a prema Nagelkerke r^2 objašnjena varijanca iznosi također skromnih 6 posto.

Zaključak

Kao ni brojna istraživanja u svijetu, ni rezultati ove empirijske provjere ne dopuštaju pouzdanije zaključke o mogućem utjecaju objavljenih rezultata predizbornih istraživanja javnoga mnijenja na izorno ponašanje glasača. Već na osnovnoj analitičkoj razini, na kojoj su izdvojeni podaci o općoj zapaženosti i percipiranoj vjerodostojnosti predizbornih anketa te samoprocjeni ispitanika o njihovu utjecaju na namjere odazivanja izborima i glasovanja za određenu izornu mogućnost, rezultati pokazuju da je čak i teorijski utjecaj takvih anketa razmjerno malen. Zbog sve veće izloženosti njihovim rezultatima, a možda i zbog „navikavanja“ javnosti na istraživanja javnoga mnijenja, provedene analize ukazuju na trend povećanja potencijalnog utjecaja predizbornih anketa na izorno odlučivanje ali ujedno otkrivaju da upoznatost s istraživačkim rezultatima uz istodobno povjerenje u njihovu vjerodostojnost, ako i proizvodi neki učinak na glasače, više pridonosi konsolidaciji postojećih preferencija i odluka nego njihovoj promjeni. Iako nalazi deskriptivne analize sugeriraju da teorijski najveća izloženost potencijalnom učinku publiciranih rezultata predizbornih anketa može utjecati na namjere odazivanja izborima, definiranje izbornih preferencija i očekivanja te namjere glasovanja za određene stranke ili kandidate, rezultati logističke regresijske analize pokazuju da su spomenuti pokazatelji izbornoga ponašanja pozitivno povezani s nekim demografskim osobinama ispitanika, osobito s naobrazbom kao ključnim prediktorom političkih i uopće društvenih stavova i ponašanja (iako je, zbog male objašnjene varijance, i značajnost te povezanosti upitna) te da, uglavnom, uz kontrolu tih čimbenika više nije opravdano govoriti o mogućnostima utjecaja predizbornih anketa. Iznimka su donekle rezultati analize koji se odnose na predizbornu situaciju 2011. godine koji, u uvjetima povećane izloženosti predizbornim anketama, ukazuju na prilično velik utjecaj objavljenih rezultata na očekivanja glasača u svezi s ishodom predstojećih izbora, ali i na tek neznatnu mogućnost utjecaja na odazivanje izborima, kao i na jednako neznatnu vjerojatnost *bandwagon*-učinka na glasovanje za koaliciju stranaka kojoj su istraživanja predviđala pobjedu na izborima.

Rezultati ove studije u skladu su s većinom istraživanja provedenih u svijetu, a iz kojih proizlazi da nema uvjerljivih dokaza o izravnom utjecaju publiciranih rezultata predizbornih anketa na oblikovanje preferencija i izorno ponašanje pojedinaca, a ako je takav utjecaj ponekad i empirijski utvrđen, njegovo je potencijalno značenje vrlo maleno (npr. Asher, 1992.; Donsbach, 2001.; Magalhaes, 2002.). Pri prosudbi mogućega izravnog utjecaja na birače valja svakako imati na umu da su predstavljeni rezultati predizbornih i ostalih istraživanja javnoga mnijenja, čak i kad su u velikom opsegu percipirani i pozitivno prihvaćeni, samo jedna od informacija koja bi mogla utjecati na izborne odluke i opredjeljenja. Dobro je znano da izorno ponašanje određuju brojni

psihologijski i kontekstualni čimbenici, od temeljnih socijalnih stavova i vrijednosti, preko osobnog iskustva i načelnog odnosa prema određenim kandidatima, strankama i stranačkim akterima do karakteristika izbornih kampanja te medijskog i šireg društvenog utjecaja. To, dakako, ne isključuje mogućnost posrednog utjecaja objavljenih anketa, kao posljedice uporabe takvih rezultata u političkoj i medijskoj retorici te stvaranjem određene klime mnijenja koja bi u nekoj mjeri mogla utjecati na izborne rezultate.

LITERATURA

- AAPOR (2007.), *Explaining Exit Polls*, <http://www.aapor.org/explainingexitpolls> (24. 3. 2008.)
- Aarts, K., Wessels, B. (2002.), *Electoral Turnout in West-European Democracies*, Paper prepared for delivery at 2002. Annual Meeting of the American Political Science Association, Boston.
- Abraham, D. M., Kaal, L. H., Cohen, P. (2002.), Non-Response Survey, u: Abraham, D. M., Kaal, L. H., Cohen, P. (ur.), *Licit and Illicit Drug Use in the Netherlands 2001*, str. 81-97, Amsterdam: CEDRO.
- Abraham, K. G., Maitland, A., Bianchi, S. (2006.), Non-Response in the American Time Use Survey: Who Is Missing from the Data and How Much Does It Matter?, *Public Opinion Quarterly*, 70: 676-703.
- Abram, A. (2004.), Election 2004: Why the Media Got It Wrong?, *Integral Liberation*, 8 (3): 178-181.
- Abrams, M. (1970.), The Opinion Polls and The 1970 British General Elections, *Public Opinion Quarterly*, 34: 317-324.
- Abramson, P. R. (1983.), *Political Attitudes in America, Formation and Change*, San Francisco: W. H. Freeman and Company.
- Adamany, D., Shelley II, M. C. (1980.), Encore! The Forgetful Voter, *Public Opinion Quarterly*, 44 (2): 234-240.
- Adams, J., Merrill, S. (2003.), Voter Turnout and Candidate Strategies in American Elections, *The Journal of Politics*, 65 (1): 161-189.
- Albig, W. (1956.), *Modern Public Opinion*, New York: Mc Graw-Hill Book Company, Inc.
- Ansolabehere, S., Iyengar, S. (1993.), Information and Electoral Attitudes: A Case of Judgement Under Uncertainty, u: *Explorations in Political Psychology*, str. 338-359, Durham i London: Duke University Press.
- Ansolabehere, S., Iyengar, S. (1994.), Of Horseshoes and Horse Races: Experimental Studies of the Impact of Poll Results on Electoral Behavior, *Political Communication*, 11: 413-430.
- Armstrong, J. S. (1975.), Monetary Incentives in Mail Surveys, *Public Opinion Quarterly*, 39: 111-116.
- Asher, H. (1992.), *Polling and the Public: What Every Citizen Should Know*, Washington: Congressional Quarterly.
- Babbie, E. (2007.), *The Practice of Social Research*, 11th ed., Belmont: Wadsworth.
- Bagić, D. (2004.), Utjecaj odbijanja ankete na valjanost telefonskih predizbornih istraživanja: slučaj parlamentarnih izbora 2003. godine, *Društvena istraživanja*, 13 (3): 439-461.
- Bagić, D. (2007.), Društveni rascjepi i stranačke preferencije na izborima za Hrvatski sabor 2003. godine, *Politička misao*, 44 (4): 93-115.
- Bagić, D., Lamza Posavec, V. (2008.), Studij slučaja: Analiza metodologije izlaznih anketa agencije Puls, *Društvena istraživanja*, 17 (4-5): 695-721.
- Baker, R., Blumberg, S. J., Brick, J. M., Couper, M. P., Courtright, M., Dennis, J. M., Fillman, D., Frankel, M. R., Garland, Ph., Groves, R., Kennedy, C., Krosnick, J., Lavrakas, P. (2010.), *Research Synthesis, AAPOR Report on Online Panels*, <https://pprg.Stanford.edu/WP-content/uploads/2010-AAPOR-Report-on-Online-Panels> (15. 1. 2015.)
- Bannon, D. P. (2003.), *Electoral Participation and Non-voter Segmentation*, Paisley: University of Paisley.
- Barber, J. D. (1993.), The Presidential Character, u: Kressel, N. J. (ur.), *Political Psychology, Classic and Contemporary Readings*, str. 127-137, New York: Paragon House Publishers.
- Benson, J. (1941.), Studies in Secret-Ballot Technique, *Public Opinion Quarterly*, 5: 79-82.

- Berrens, R. P., Bohara, A. K., Jenkins-Smith, H., Silva, C., Weimer, D. L. (2003.), The Advent of International Surveys for Political Research: A Comparison of Telephone and Internet Samples, *Political Analysis*, 11: 1-22.
- Best, S. J., Krueger, B. (2002.), New Approaches to Assessing Opinion, The Prospects for Electronic Mail Survey, *International Journal of Public Opinion Research*, 14 (1): 73-92.
- Biemer, P., Folsom, R., Kulka, R., Lessler, J., Shah, B., Weeks, M. (2003.), An Evaluation of Procedures and Operations Used in Voter News Service for the 2000 Presidential Election, *Public Opinion Quarterly*, 67: 32-44.
- Binswanger, J., Schunk, D., Toepoel, V. (2013.), Panel Conditioning in Difficult Attitudinal Questions, *Public Opinion Quarterly*, 77 (3): 783-797.
- Bishop, G. F., Fisher, B. S. (1995.), „Secret Ballots“ and Self-Reports in an Exit-Poll Experiment, *Public Opinion Quarterly*, 59 (4): 568-588.
- Bishop, G. F., Oldendick, R. W., Tuchfarber, A. J., Bennet, S. E. (1980.), Pseudo-Opinions on Public Affairs, *Public Opinion Quarterly*, 44 (2): 198-209.
- Blais, A., Gidengil, E., Nevitte, N. (2006.), Do Polls Influence the Vote?, u: Brady, H. E., Johnston, R. (ur.), *Capturing Campaign Effects*, Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Blais, A., Vowles, J., Aarts, K. (2002.), *Does the Impact of Polls Vary Across Electoral Systems?*, Annual Meeting of the American Political Science Association, August 29 – September 1.
- Blumenthal, M. (2004.), *Have the Exit Polls Been Wrong Before?*, Mystery Pollster, http://www.mysterypollster.com/main/2004/12/have_the_exit_p.html (24. 3. 2008.)
- Bogart, L. (1985.), *Polls and the Awareness of Public Opinion*, New Brunswick: Transaction Books.
- Brady, E. H., Orren, G. R. (1992.), Polling Pitfalls: Sources of Error in Public Opinion Surveys, u: Mann, T. E., Orren, G. R. (ur.), *Media Polls in American Politics*, str. 55-93, Washington D. C.: The Brookings Institution.
- Brehm, J. (1993.), *The Phantom Respondents: Opinion Surveys and Political Representation*, Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Brehm, J. (1994.), Stubbing our Toes for a Foot in the Door? Prior Contact, Incentives and Survey Response, *International Journal for Public Opinion Research*, 60 (1): 45-63.
- Brick, J. M., Waksberg, J., Kulp, D., Starer, A. (1995.), Bias in List-Assisted Telephone Samples, *Public Opinion Quarterly*, 59 (2): 218-235.
- Brody, R. A., Page, B. I. (1973.), Indifference, Alienation and Rational Decisions, *Public Choice*, 15: 1-17.
- Brown, P. J., Firth, D., Payne, C. D. (1999.), Forecasting on British Election Night 1997, *J. Royal Statistic Society A*, 162, Part 2: 211-226.
- Burušić, J. (2007.), Poželjna obilježja političara. Što žele hrvatski glasači?, *Društvena istraživanja*, 16 (1-2): 99-110.
- Campbell, A. (1960.), Surge and Decline: A Study of Electoral Change, *Public Opinion Quarterly*, 16: 381-398.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., Stokes, D. E. (1960.), *The American Voter*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Cantril, A. H. (1991.), *The Opinion Connection: Polling, Politics and the Press*, Washington, D. C.: A Division Congressional Quarterly Inc.
- Cantril, H. (1947.), *Gauging Public Opinion*, Princeton: Princeton University Press.
- Carey, S. (2002.), Undivided Loyalties: Is National Identity an Obstacle to European Integration?, *European Union Politics*, 3: 387-413.
- Ceci, S., Kain, E. (1982.), Jumping on the Bandwagon With the Underdog: The Impact of Attitude Polls on Polling Behavior, *The Public Opinion Quarterly*, 46: 228-242.

- Chang, L., Krosnick, J. A. (2009.), National Surveys via RDD Telephone Interviewing vs. The Internet: Comparing Sample Representativeness and Response Quality, *Public Opinion Quarterly*, 73 (4): 641-678.
- Chang, L., Krosnick, J. A. (2010.), Comparing Oral Interviewing with Self-Administered Computerized Questionnaires: An Experiment, *Public Opinion Quarterly*, 74 (1): 154-167.
- Christin, T., Trechsel, A. (2002.), Joining the EU? Explaining Public Opinion in Switzerland, *European Union Politics*, 3: 415-443.
- Clausen, A. (1968./69.), Response Validity: Vote Report, *Public Opinion Quarterly*, XXXII (4): 588-606.
- CNN (2005.), *Report Suggests Changes in Exit Poll Methodology*, mhtml: <http://www.nevada.edu/~drums435/files/exitpoll.mht> (28. 1. 2005.)
- Cochran, W. G. (1953.), *Sampling Techniques*, New York: John Wiley and Sons.
- Converse, P. E. (1964.), The Nature of Belief Systems in Mass Publics, u: Apter, D. E. (ur.), *Ideology and Discontent*, str. 206-261, New York: Free Press.
- Converse, P. E. (1966.), Religion and Politics: The 1960 Election, u: Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., Stokes, D. E., *Elections and the Political Order*, str. 96-124, New York: Wiley.
- Converse, P. E. (1970.), Attitudes and Non-Attitudes: Continuation of a Dialogue, u: Tufte, E. (ur.), *The Quantitative Analysis of Social Problems*, str. 168-189, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Converse, Ph. E., Markus, G. B. (1979.), Plus Ça Change...: The New CPS Election Study Panel, *American Political Science Review*, 73: 2-49.
- Cotter, P. R., Stovall, J. G. (1994.), Is One As Good As Another? The Relative Influence of Pre-Election Surveys on Voter Behavior, *Newspaper Research Journal*, 15 (4): 13-18.
- Couper, M. P. (1997.), Survey Introductions and Data Quality, *Public Opinion Quarterly*, 61 (2): 317-338.
- Couper, M. P. (2000.), Web Surveys, A Review of Issues and Approaches, *Public Opinion Quarterly*, 64: 464-494.
- Couper, M. P., Blair, J., Triplett, T. (1999.), A Comparison of Mail and E-mail for a Survey of Employees in Federal Statistical Agencies, *Journal of Official Statistics*, 15: 39-56.
- Couper, M. P., Traugott, M. W., Lamais, M. J. (2001.), Web Survey Design and Administration, *Public Opinion Quarterly*, 65 (2): 230-253.
- Crespi, I. (1977.), Attitude Measurement. Theory and Prediction, *Public Opinion Quarterly*, 41: 285-294.
- Crespi, I. (1989.), *Public Opinion, Polls, and Democracy*, Boulder: Westview Press.
- Cummings, K. M. (1979.), Random Digit Dialing: A Sampling Technique for Telephone Surveys, *Public Opinion Quarterly*, 43 (2): 233-244.
- Curtin, R., Presser, S., Singer, E. (2000.), The Effects of Response Rate Changes on the Index of Consumer Sentiment, *Public Opinion Quarterly*, 64: 413-428.
- Curtin, R., Presser, S., Singer, E. (2005.), Changes in Telephone Survey Nonresponse over the Past Quarter Century, *Public Opinion Quarterly*, 69: 87-98.
- Daschmann, G. (2000.), Vox Pop and Polls. The Impact of Poll Results and Voter Statements in the Media on the Perception of a Climate of Opinion, *International Journal of Public Opinion Research*, 12: 160-181.
- De Bock, H. (1972.), Influence of In-State Election Poll Reports on Candidate Preference in 1972, *Journalism Quarterly*, 1976: 457-462.
- De Heer, W. (1999.), International Response Trends: Results of an International Survey, *Journal of Official Statistics*, 15: 129-142.
- De Heer, W. (2002.), International Response Trends: Results of an International Survey, u: Vaus, D. (ur.), *Social Surveys*, str. 126-141, London: Sage

- De Vreese, C. H., Semetko, H. A. (2002.), Public Perception of Polls and Support for Restrictions on the Publication of Polls: Denmark's 2000 Euro Referendum, *International Journal of Public Opinion Research*, 14: 367-390.
- DeJong, W. (1979.), An Examination of Self-Perception Mediation of the Foot-in-the-Door Effect, *Journal of Personality and Social Psychology*, 37: 2221-2239.
- DeMaio, T. (1980.), Refusals: Who, Where and Why, *Public Opinion Quarterly*, 44 (2): 223-233.
- Deming, W. E. (1950.), *Some Theory of Sampling*, New York: John Wiley and Sons.
- Deming, W. E. (1953.), On a Probability Mechanism to Attain an Economic Balance Between Resultant Error of Response and the Bias of Nonresponse, *Journal of American Statistical Association*, 48: 743-772.
- Dever, J. A., Rafferty, A., Valliant, R. (2008.), Internet Surveys: Can Statistical Adjustments Eliminate Coverage Bias?, *Survey Research Methods*, 2 (2): 47-60.
- Dillman, D. A. (1978.), *Mail and Telephone Surveys*, New York: John Wiley and Sons.
- Dillman, D. A., Gallegos, J. G., Frey, J. H. (1976.), Reducing Refusal Rates for Telephone Interviews, *Public Opinion Quarterly*, 40 (1): 66-78.
- Dimock, M., Keeter, S., Schulman, M., Miller, C. (2001.), *Screening for Likely Voters in Pre-Election Surveys*, The Pew Research Center For The People & The Press, Paper prepared for presentation at the 56th Annual AAPOR Conference, <http://www.people-press.org/dimock.htm>
- Diplock, S. K. (2002.), Non-Voters, Political Disconnection and Parliamentary Democracy, *Parliamentary Affairs*, 55: 715-730.
- Directory of Members* 1991 (1993.), Chapel Hill: WAPOR Secretariat.
- DiSogra, C., Cobb, C., Chan, E., Dennis, J. M. (2011.), *Calibrating Non-Probability Internet Samples with Probability Samples Using Early Adopter Characteristics*, Paolo Alto: Knowledge Networks.
- Donsbach, W. (1984.), Die Rolle der Demoskopie in der Wahlkampf Kommunikation, *Zeitschrift für Politik*, 31: 388-407 (citirano prema Donsbach, 2001.).
- Donsbach, W. (2001.), *Who's Afraid of Election Polls, Normative and Empirical Arguments for Freedom of Pre-Election Surveys*, Dresden: University of Dresden.
- Downs, A. (1957.), *An Economic Theory of Democracy*, New York: Harper.
- Državno izborno povjerenstvo, www.izbori.hr (15. 2. 2015.)
- Dubois, P. L. (1983.), Election Night Projections and Voter Turnout in the West, *American Politics Quarterly*, 11: 349-364 (citirano prema Donsbach, 2001.).
- Duffy, C., Smith, K., Terhalian, G., Bremer, J. (2005.), Comparing Data From Online and Face-to-Face Surveys, *International Journal of Market Research*, 47 (6): 615-639.
- Durrant, G. B., Groves, R. M., Staetsky, L., Steele, F. (2010.), Effects of Interviewer Attitudes and Behaviors on Refusal in Household Surveys, *Public Opinion Quarterly*, 74 (1): 1-36.
- ESOMAR/WAPOR (2014.), *ESOMAR/WAPOR Guideline on Opinion Polls and Published Survey*, www.wapor.org (5. 1. 2015.)
- Eurostat (2015.), *Internet and Cloud Services – Statistics on the Use by Individuals*, http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Internet_and_cloud_services (2. 4. 2015.)
- Evans, M. D. R., Kelley, J. (2002.), National Pride in the Developed World: Survey Data from 24 Nations, *International Journal of Public Opinion Research*, 14 (3): 303-338.
- Ferić, I. (2000.), Neke sociodemografske i kontekstualne odrednice nacionalnog ponosa, *Društvena istraživanja*, 9 (4-5): 545-565.
- Ferić, I. (2008.), Sustav vrijednosti kao odrednica dominantnih političkih vrijednosti, *Društvena istraživanja*, 17 (4-5): 615-629.

- Ferić, I., Burušić, J. (2003.), Stabilnost nacionalnog ponosa: usporedba godine 1998. i 2002., *Društvena istraživanja*, 13 (3): 423-438.
- Ferić, I., Lamza Posavec, V. (2013.), Opinion Polls, Voters' Intentions and Expectations on the 2011 Croatian Parliamentary Elections, *European Quarterly of Political Attitudes and Mentalities*, 2 (4): 4-15.
- Fillon, F. L. (1976.), Exploring and Correcting for Nonresponse Bias Using Follow-Ups of Nonrespondents, *Pacific Sociological Review*, 19 (3): 401-408.
- Fitzgerald, R., Fuller, L. (1982.), I Hear You Knocking but You Can't Come In: The Effects of Reluctant Respondents and Refusers on Sample Survey Estimates, *Sociological Methods and Research*, 11 (1): 3-32.
- Fleitas, D. W. (1971.), Bandwagon and Underdog Effects in Minimal Information Elections, *American Political Sciences Review*, 65: 434-438.
- Francis, J. D., Busch, L. (1975.), What We Now Know about „I Don't Knows“, *Public Opinion Quarterly*, 39 (2): 207-218.
- Frankovic, K. A. (1992.), Technology and the Changing Landscape of Media Polls, u: Mann, T. E., Orren, G. R. (ur.), *Media Polls in American Politics*, str. 32-53, Washington D. C.: The Brookings Institution.
- Freeman, H. E. (1953.), A Note on Prediction of Who Votes, *Public Opinion Quarterly*, 17: 288-292.
- Freeman, S. F. (2004.), *The Unexplained Exit Poll Discrepancy: Part I*, University of Pennsylvania, radni tekst.
- Fricker, R. D., Schonlau, M. (2002.), Advantages and Disadvantages of Internet Research Surveys: Evidence from the Literature, *Field Methods*, 14 (4): 347-367.
- Fricker, S., Galesic, M., Tourangeau, R., Yan, T. (2005.), An Experimental Comparison of Web and Telephone Surveys, *Public Opinion Quarterly*, 69 (3): 370-392.
- Fuller, C. H. (1974.), Weighting to Adjust for Survey Nonresponse, *Public Opinion Quarterly*, 38 (2): 239-252.
- Galen I., Van Holsteyn, J. M. (2002.), The Influence of Opinion Polls on Expectations, *Public Opinion Quarterly*, 66: 92-104.
- Galešić, M. (2003.), Utjecaj dužine upitnika na anketni odgovor, *Društvena istraživanja*, 12 (5): 807-824.
- Galešić, M. (2005.), Anketna istraživanja putem interneta: mogući izvori pogrešaka, *Društvena istraživanja*, 14 (1-2): 297-320.
- Gallup, G. (1940.), Is There Bandwagon Vote?, *Public Opinion Quarterly*, 4: 244-249 (citirano prema Donsbach, 2001.).
- Gallup, G. (1944.), *A Guide to Public Opinion Polls*, Princeton: Princeton University Press.
- Gawiser, Sh., Witt, E. (1994.), *A Journalist's Guide to Public Opinion Research*, Westport, CT: Praeger Publishers.
- GfK (2013.), *KnowledgePanel, Design Summary*, <https://www.gfk.com/Documents/GfK-KnowledgePanel.pdf> (15. 2. 2015.)
- Giammo, J. D. (2004.), *Polls and Voting Behavior: The Impact of Polling Information on Candidate Preference, Turnout, and Strategic Voting*, doktorska disertacija, Austin: The University of Texas at Austin.
- Giljam, M., Granberg, D. (1993.), Should We Take Don't Know for an Answer?, *Public Opinion Quarterly*, 57 (3): 348-357.
- Globus (2000.a), *Posljednji tjedan predsjedničke kampanje: Stipe Mesić dobiva 31,1 posto glasova, Dražen Budiša 23,0 posto, dr. Mate Granić 14,3 posto*, 21. siječnja 2000., str. 4-5.
- Globus (2000.b), *Samo dramatična promjena raspoloženja birača mogla bi Dražena Budišu dovesti u prednost*, 4. veljače 2000., str. 6-7.
- Globus (2004.), *Neodlučni odlučuju o drugom krugu*, 31. 12. 2004., str. 26-27.
- Glynn, C. J. (1989.), Perceptions of Others' Opinion as a Component of Public Opinion, *Social Science Research*, 18: 53-69.
- Goodstadt, M. S., Chung, L., Kranitz, R., Cook, G. (1977.), Mail Survey Response Rates: Their Manipulation and Impact, *Public Opinion Quarterly*, 41: 391-395.

- Grafstein, R. (1991.), An Evidential Decision Theory of Turnout, *American Journal of Political Science*, 35 (4): 989-1010.
- Grdešić, I., Kasapović, M., Šiber, I., Zakošek, N. (1991.), *Hrvatska u izborima '90*, Zagreb: Naprijed.
- Groves, R. M. (1979.), Actors and Questions in Telephone and Personal Interview Surveys, *Public Opinion Quarterly*, 43: 233-244.
- Groves, R. M. (1989.), *Survey Errors and Survey Costs*, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Groves, R. M. (2006.), Nonresponse Rates and Nonresponse Bias in Household Surveys, *Public Opinion Quarterly*, 70 (5): 646-676.
- Groves, R. M., Couper, M. P. (1998.), *Nonresponse in Household Interview Surveys*, New York: Wiley.
- Groves, R. M., Magilavy, L. J. (1981.), Increasing Response Rates to Telephone Surveys: A Door in the Face for Foot-in-the-Door?, *Public Opinion Quarterly*, 45 (3): 346-358.
- Guide to Opinion Polls* (1993.), Amsterdam: E. S. O. M. A. R.
- Haller, M., Yuchtman-Yaar, E. (1992.), *International Social Survey Programme – National Identity, Round I: Questionnaire*, Köln, Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung.
- Hansen, K. M. (2007.), The Effects of Incentives, Interview Length, and Interviewer Characteristics on Response Rates in a CATI-Study, *International Journal of Public Opinion Research*, 19 (1): 97-111.
- Hansen, R. A. (1980.), A Self-Perception Interpretation of the Effect of Monetary and Non-Monetary Incentives on Mail Survey Respondent Behavior, *Journal of Marketing Research*, 17: 77-83.
- Hawkins, D. F. (1975.), Estimation of Nonresponse Bias, *Sociological Methods and Research*, 3: 462-485.
- Hays, W. L. (1994.), *Statistics* (5th ed.), Fort Worth: Holt, Reinhart & Winston.
- Heberlein, T. A., Baumgartner, R. (1978.), Factor Affecting Response Rates to Mailed Questionnaires, *American Sociological Review*, 43: 447-462.
- Heerwegh, D. (2005.), *Web Surveys. Explaining and Reducing Unit Nonresponse, Item Nonresponse and Partial Nonresponse*, Leuven: Katholieke Universiteit Leuven, Faculteit Sociale Wetenschappen.
- Heerwegh, D., Loosveldt, G. (2008.), Face-to-Face versus Web Surveying in a High-Internet-Coverage Population, *Public Opinion Quarterly*, 72 (5): 836-846.
- Henessy, B. (1965.), *Public Opinion*, Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Hofrichter, J. (1999.), Exit Polls and Elections Campaigns, u: Newman, B. I. (ur.), *Handbook of Political Marketing* (str. 223-241), Thousand Oaks: Sage Publications.
- Hogan, R., Johnson, J., Briggs, S. (ur.) (1997.), *Handbook of Personality Psychology*, San Diego: Academic Press.
- Hooge, L., Marks, G. (2004.), *Calculation, Community, and Cues: Public Opinion on European Integration*, Amsterdam: Free University of Amsterdam.
- Hoogendoorn, A. W., Daalman, J. (2009.), Nonresponse in the Recruitment of an Internet Panel Based on Probability Sampling, *Survey Research Methods*, 3: 59-72.
- Hout, M., Knoke, D. (1975.), Change in Voting Turnout, 1952-1972, *Public Opinion Quarterly*, 39: 52-68.
- Hox, J., DeLeeuw, E. (1994.), A Comparison of Nonresponse in Mail, Telephone, and Face-to-Face Surveys: Applying Multilevel Modeling in Meta-Analysis, *Quality & Quantity*, 28: 329-344.
- Hoy, C. (1990.), *Margin of Error*, Toronto: Seal Books McClelland-Bantam Inc.
- Hughes, J. E., Conway, M. M. (1997.), Public Opinion and Political Participation, u: Norrander, B., Wilcox, C. (ur.), *Understanding Public Opinion*, str. 191-210, Washington D.C.: A Division of Congressional Quarterly.
- Index.hr (2004.), Mesić uz pomoć HDZ-ovih birača pobjeđuje u prvom krugu?, <http://www.index.hr/clanak.aspx?id=239785> (16. 12. 2004.)
- Internet World Stats (2014.), www.internetworldstats.com/stats.htm (2. 4. 2015.)

- Iyengar, S., McGuire, W. J. (ur.) (1993.), *Explorations in Political Psychology*, Durham i London: Duke University Press.
- Izborna enciklopedija* (2008.), Državno izborno povjerenstvo, www.izbori.hr/izbori/.../A51BF17BD1E3B7D5C125742000368C5D?... (22. 1. 2015.)
- Izborna komisija Republike Hrvatske (1992.), *Izješće br. 30*.
- Izorno povjerenstvo Republike Hrvatske (2000.a), *Rezultati izbora za predsjednika Republike Hrvatske, 1. krug*, 24. siječnja 2000.
- Izorno povjerenstvo Republike Hrvatske (2000.b), *Rezultati izbora za predsjednika Republike Hrvatske, 2. krug*, 7. veljače 2000.
- James, J. M., Bolstein, R. (1990.), Monetary Incentives and Follow-up Mailings, *Public Opinion Quarterly*, 54: 346-361.
- Jantol, T., Grdešić, I., Bahtijarević, Š., Lamza, V. (1991.), *Referendum o položaju Hrvatske*, Zagreb: Služba novinskog istraživanja, EP 64, Agencija za marketing „Vjesnik“.
- Jervis, R. (1993.), The Drunkard's Search, u: Iyengar, S., McGuire, W. J. (ur.), *Explorations in Political Psychology*, str. 338-359, Durham i London: Duke University Press.
- Jordan, L. A., Marcus, A. C., Reeder, L. G. (1980.), Response Styles in Telephone and Household Interviewing: A Field Experiment, *Public Opinion Quarterly*, 44 (2): 210-222.
- Jowell, R., Hedges, B., Lynn, P., Farrant, G., Hearsh, A. (1993.), The 1992. British Election: The Failure of the Polls, *Public Opinion Quarterly*, 57: 238-263.
- Jutarnji list (2000.a), *Mesic ispred Budiše*, 15. siječnja, str. 27. i 29.
- Jutarnji list (2000.b), *Glasači Mate Granića odlučuju hoće li pobijediti Budiša ili Mesic*, 19. siječnja, str. 4.
- Jutarnji list (2000.c), *Mesic 45 posto, Budiša 40 posto*, 2. veljače, str. 3.
- Jutarnji list (2004.), *Mesic 50,1%, Kosor 20,5%, Mikšić 11,3%*, 31. 12. 2004., str. 32-35.
- Jutarnji list (2007.), *Pogreška izlaznih anketa u granicama svjetskih iskustava*, 28. 11. 2007., str. 12.
- Kagay, M. R. (1992.), Variability Without Fault: Why Even Well-Designed Polls Can Disagree, u: Mann, T. E., Orren, G. R. (ur.), *Media Polls in American Politics*, str. 95-123, Washington, D. C.: The Brookings Institution.
- Kaliterna Lipovčan, Lj. i suradnici (2008.), *Pilarov barometar hrvatskog društva / jesen 2008.: Stavovi i mišljenja građana o društvenim odnosima i procesima*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Kaliterna Lipovčan, Lj., Burušić, J., Franc, R., Lamza Posavec, V., Rogić, I., Šakić, V. (2009.), *Pilarov barometar hrvatskog društva / proljeće 2009.: Stavovi i mišljenja građana o društvenim odnosima i procesima*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Kalton, G. (1983.), *Compensating for Missing Survey Data*, University of Michigan, Ann Arbor: Institute for Social Research.
- Karajčić, N. (1997.), Javnost u glasačkoj kutiji: struktura hrvatskog stranačkog prostora i mišljenje o demokraciji, *Društvena istraživanja*, 6 (6): 711-728.
- Kasapović, M. (2003.), *Izborni leksikon*, Zagreb: Politička kultura.
- Kasapović, M. (2004.), Personalizacija izbora: mit ili stvarnost?, *Društvena istraživanja*, 13 (3): 362-381.
- Kasapović, M., Šiber, I. (2001.), Electoral Policy and the Determinants of Electoral Behaviour in Croatia 1990-2000, *Central European Political Science Review*, 2 (3): 112-139.
- Kasapović, M., Šiber, I., Zakošek, N. (1998.), *Birači i demokracija: utjecaj ideoloških rascjepa na politički život*, Zagreb: Alinea.
- Keeter, S. (1995.), Estimating Telephone Noncoverage Bias with a Telephone Survey, *Public Opinion Quarterly*, 59 (2): 196-217.
- Keeter, S., Kennedy, C., Dimock, M., Best, J., Craighill, P. (2006.), Gauging the Impact of Growing Nonresponse from a National RDD Telephone Survey, *Public Opinion Quarterly*, 70 (5): 759-779.

- Keeter, S., Miller, C., Kohut, A., Groves, R., Presser, S. (2000.), Consequences of Reducing Nonresponse in a National Telephone Survey, *Public Opinion Quarterly*, 64: 124-148.
- Killip, S., Mahfoud, Z., Pearce, K. (2004.), What Is an Intraclass Correlation Coefficient? Crucial Concepts for Primary Care Researchers, *Annals of Family Medicine*, 2 (3): 204-208.
- Kinder, D. R. (1998.), Opinion and Action in the Realm of Politics, u: Gilbert, D., Fiske, S., Lindzey, G. (ur.), *The Handbook of Social Psychology*, Fourth Edition, Volume One, Boston: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Kinder, D. R., Fiske, S. T. (1986.), Presidents in the Public Mind, u: Hermann, M. G. (ur.), *Political Psychology*, str. 193-218, San Francisco – London: Jossey-Bass Publishers.
- Kish, L. (1965.), *Survey Sampling*, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Klecka, W. R., Tuchfarber, A. J. (1978.), Random Digit Dialing: A Comparison to Personal Surveys, *Public Opinion Quarterly*, 42 (2): 105-114.
- Konner, J. (2003.), The Case for Caution: This System is Dangerously Flawed, *Public Opinion Quarterly*, 67: 5-18.
- Kott, P. S. (2006.), Using Calibration Weighting to Adjust for Nonresponse Bias and Coverage Errors, *Survey Methodology*, 32 (2): 133-142.
- Kraut, R. E., McConahay, J. B. (1973.), How Being interviewed Affects Voting: An Experiment, *Public Opinion Quarterly*, 37: 398-406.
- Kreuter, F., Presser, S., Tourangeau, R. (2008.), Social Desirability Bias in CATI, IVR, and Web Surveys. The Effects of Mode and Question Sensitivity, *Public Opinion Quarterly*, 72 (5): 847-865.
- Kromkowski, Ch. A. (2003.), *Electoral Participation and Democracy in Comparative Historical and Cross-National Perspective: A New Conceptualization and Evaluation of Voting in Advanced and Developing Democracies, 1776-2002*, Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association, Philadelphia, 31. 8. 2003.
- Kroth, Ph. J., McPherson, L., Leverence, R., Pace, W., Daniels, E., Rhyne, R. L., Williams, R. L. (2009.), Combining Web-Based and Mail Surveys Improves Response Rates: A PBRN Study From PRIME Net, *Annals of Family Medicine*, 7 (3): 245-248.
- Lake, C. (1987.), *Public Opinion Polling*, Washington, D. C.: Island Press.
- Lamza, V. (1990.a), *Prvih sto dana nove hrvatske vlasti, Istraživanje javnog mnijenja*, Zagreb: Služba novinskog istraživanja, EP 64, Agencija za marketing Vjesnik.
- Lamza, V. (1990.b), *Profili čitalačkih publika – usporedba: vlasnici telefona, ispitanici bez telefona i cijeli uzorak*, Zagreb: Služba novinskog istraživanja, EP 64, Vjesnik.
- Lamza, V., Radaković, B., Rihtar, S. (1990.), *Izbori 90, Istraživanje javnog mnijenja*, Zagreb: Služba novinskog istraživanja, Vjesnik.
- Lamza, V., Milas, G., Rimac, I., Rihtar, S., Tojčić, A. (1991.), *Ratni sukobi u Hrvatskoj, istraživanje javnog mnijenja*, Zagreb: Institut za primijenjena društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu.
- Lamza, V., Milas, G., Rihtar, S., Rimac, I. (1992.a), *Javno mnijenje Hrvatske/ svibanj 1992, Stavovi o mirovnoj akciji UN, stavovi o hrvatskoj vlasti, strankama i političkim djelatnicima, stavovi o budućnosti*, Zagreb: Institut za primijenjena društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu.
- Lamza, V., Milas, G., Rihtar, S., Rimac, I. (1992.b), *Javno mnijenje Hrvatske, Izbori 1992*, Izvještaj br. 1, Zagreb: Institut za primijenjena društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu.
- Lamza, V., Milas, G., Rihtar, S., Rimac, I. (1992.c), *Javno mnijenje Hrvatske, Izbori 1992*, Izvještaj br. 2, Zagreb: Institut za primijenjena društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu.
- Lamza, V., Milas, G., Rihtar, S., Rimac, I. (1992.d), *Javno mnijenje Hrvatske, Izbori 1992*, Izvještaj br. 3, Zagreb: Institut za primijenjena društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu.

- Lamza, V., Milas, G., Rihtar, S., Rimac, I. (1993.a), *Javno mnijenje Hrvatske: Županijski i lokalni izbori*, Zagreb: Institut za primijenjena društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu.
- Lamza, V., Milas, G., Rihtar, S., Rimac, I. (1993.b), *Javno mnijenje Hrvatske/svibanj 1993.*, Zagreb: Institut za primijenjena društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu.
- Lamza, V., Milas, G., Rihtar, S., Rimac, I. (1995.a), *Javno mnijenje Hrvatske/prosinac 1994.: Stavovi o hrvatskoj vlasti, strankama i političkim djelatnicima*, Zagreb: Institut za primijenjena društvena istraživanja.
- Lamza, V., Milas, G., Rihtar, S., Rimac, I. (1995.b), *Javno mnijenje Hrvatske/kolovoz-rujan 1995.: Odnos javnosti spram vojne akcije „Oluja“*, Zagreb: Institut za primijenjena društvena istraživanja.
- Lamza Posavec, V. (1995.), *Javno mnijenje: teorije i istraživanje*, Zagreb: Alinea.
- Lamza Posavec, V. (1996.), Valjanost telefonskih anketa u istraživanjima javnoga mnijenja u Hrvatskoj, u: *Trenutak hrvatske komunikacije*, 1995., str. 33-36, Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Lamza Posavec, V. (1997.), Odbijanje ankete u istraživanjima javnoga mnijenja, *Društvena istraživanja*, 6 (6): 747-772.
- Lamza Posavec, V. (1999.), Problem reduciranosti osnovnoga skupa u istraživanjima javnoga mnijenja tehnikom telefonskog anketiranja, *Društvena istraživanja*, 8 (4): 635-656.
- Lamza Posavec, V., Milas, G. (2000.), Glavne motivacijske odrednice glasovanja na predsjedničkim izborima 2000. godine, *Društvena istraživanja*, 9 (4-5): 581-599.
- Lamza Posavec, V., Milas, G., Rihtar, S., Rimac, I. (1996.), *Javno mnijenje Hrvatske/listopad 1996.: Stavovi o hrvatskoj vlasti, strankama i političkim djelatnicima*, Zagreb: Institut za primijenjena društvena istraživanja.
- Lamza Posavec, V., Milas, G., Rihtar, S., Rimac, I. (1997.a), *Javno mnijenje Hrvatske/ožujak 1997.: Županijski i lokalni izbori, Izvješća br. 1-11*, 1996., Zagreb: Institut za primijenjena društvena istraživanja.
- Lamza Posavec, V., Milas, G., Rihtar, S., Rimac, I. (1997.b), *Javno mnijenje Hrvatske/lipanj 1997.: Izbori za predsjednika Republike Hrvatske*, Zagreb: Institut za primijenjena društvena istraživanja.
- Lamza Posavec, V., Milas, G., Rihtar, S., Rimac, I. (1998.a), *Javno mnijenje Hrvatske/veljača 1998.: Odnos javnosti prema hrvatskoj vlasti, strankama i političkim djelatnicima*, Zagreb: Institut Pilar.
- Lamza Posavec, V., Milas, G., Rimac, I., Rihtar, S., Ferić, I. (1998.b), *Javno mnijenje Hrvatske/listopad 1998.*, istraživački izvještaj, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Lamza Posavec, V., Milas, G., Rimac, I., Rihtar, S., Ferić, I. (1999.), *Javno mnijenje Hrvatske/studenj 1999.: Izbori za Zastupnički dom Sabora*, istraživački izvještaj, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Lamza Posavec, V., Milas, G., Rimac, I., Rihtar, S., Ferić, I. (2000.a), *Javno mnijenje Hrvatske: prvi krug predsjedničkih izbora 2000. godine*, istraživački izvještaj, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Lamza Posavec, V., Milas, G., Rimac, I., Rihtar, S., Ferić, I. (2000.b), *Javno mnijenje Hrvatske: drugi krug predsjedničkih izbora 2000. godine*, istraživački izvještaj, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Lamza Posavec, V., Milas, G., Rimac, I., Rihtar, S., Ferić, I. (2001.), *Istraživanje javnoga mnijenja u povodu izbora za Gradsko vijeće grada Zagreba 2001. godine – usporedni rezultati terenske i telefonske ankete*, istraživački izvještaj, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Lamza Posavec, V., Ferić, I., Rihtar, S. (2003.a), *Javno mnijenje Hrvatske/studenj-prosinac 2002.*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Lamza Posavec, V., Ferić, I., Rihtar, S. (2003.b), *Javno mnijenje Hrvatske, studeni 2003.: Izbori za Hrvatski sabor 2003.*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Lamza Posavec, V., Ferić, I., Rihtar, S., Mustapić, M. (2004.), *Javno mnijenje Hrvatske, studeni 2004.: Odnos javnosti prema mogućim kandidatima za predsjednika Republike Hrvatske*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Lamza Posavec, V., Ferić, I., Rihtar, S., Mustapić, M. (2005.), *Javno mnijenje Hrvatske, prosinac 2004.: Izbori za predsjednika Republike Hrvatske*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.

- Lamza Posavec, V., Ferić, I., Rihtar, S., Mustapić, M. (2007.a), *Javno mnijenje Hrvatske/ studeni 2007.: Izbori za Hrvatski sabor 2007.*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Lamza Posavec, V., Ferić, I., Rihtar, S., Mustapić, M. (2007.b), *Javno mnijenje Hrvatske/ studeni 2007.: Usporedba rezultata terenske i telefonske ankete*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Langer, G. (2003.), About Response Rates, Some Unresolved Questions, *Public Perspective*, May/June 2003.: 16-18.
- Lavrakas, P. J. (1993.), *Telephone Survey Methods*, Newbury Park: Sage Publications.
- Lavrakas, P., Holley, J. K. (ur.) (1991.), *Polling and Presidential Election Coverage*, Newbury Park: Sage Publications.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B., Gaudet, H. (1948.), *The People's Choice*, New York: Columbia University Press.
- Lee, S. (2006.), Propensity Score Adjustment as Weighting Scheme for Volunteer Panel Web Surveys, *Journal of Official Statistics*, 22 (2): 329-349.
- Leighley, J. E., Nagler, J. (1992.), Individual and Systematic Influences on Turnout: Who Votes?, *Journal of Politics*, 54: 718-740.
- Leuthold, D. A., Scheele, R. (1971.), Patterns of Bias in Samples Based on Telephone Directories, *Public Opinion Quarterly*, 35: 249-257.
- Levy, M. R. (1983.), The Methodology and Performance of Election Day Polls, *Public Opinion Quarterly*, 47: 54-67.
- Lin, I-F, Schaeffer, N. C. (1995.), Using Survey Participants to Estimate the Impact of Nonparticipation, *Public Opinion Quarterly*, 59 (2): 236-258.
- Lindeman, M., Brady, R. (2006.), Behind the Controversy: A Primer on U.S. Presidential Exit Polls, *Public Opinion Pros*, www.public.opinion.pros.com/from_field/2006/jan/lindeman_1.asp (2. 5. 2008.)
- Lozar Manfreda, K., Bosnjak, M., Berzelak, J., Haas, I., Vehovar, V. (2008.), Web Surveys versus Other Survey Modes: A Meta-Analysis Comparing Response Rates, *International Journal of Market Research*, 50: 79-104.
- Lynn, P., Clarke, P. (2002.), Separating Refusal Bias and Non-Contact Bias Evidence From UK National Survey, *The Statistician*, 51: 319-333.
- Lyons, P. (2004.), *Irish National Identity and European Integration – a Clash of Emotion and Reason*, <http://www.integrace.cz/integrace/tisk.asp?id=751> (29. 9. 2004.)
- Lyons, P., Sinnott, R. (2003.), *The Study of Voter Turnout: State of the Art*, Dublin: Institute for the Study of Social Change, Public Opinion & Political Behaviour Research Programme, University College Dublin.
- Magalhaes, P. C. (2002.), *Exposure to Polls, Cognitive Mobilization, and Voting Behavior: The 2002 General Elections in Portugal*, www.ics.ul.pt (28. 10. 2006.)
- Malhotra, N. (2008.), Completion time and Response Order Effects in Web Surveys, *Public Opinion Quarterly*, 72 (5): 914-934.
- Mandell, L. (1974.), When to Weight: Determining Nonresponse Bias in Survey Data, *Public Opinion Quarterly*, 38 (2): 247-252.
- Mendelsohn, H., Crespi, I. (1970.), *Polls, Television, and the New Politics*, Scrandon: Chandler Publishing Company.
- McAlister, J., Studlar, D. T. (1991.), Bandwagon, Underdog, or Projection? Opinion Polls and Electoral Choice in Britain, 1979-1987, *Journal of Politics*, 53: 720-741.
- Medway, R. L., Fulton, J. (2012.), When More Gets You Less: A Meta-Analysis of the Effect of Concurrent Web Options on Mail Survey Response Rates, *Public Opinion Quarterly*, 76 (4): 733-746.
- Merkle, D., Edelman, M. (2002.), Nonresponse in Exit Polls: A Comprehensive Analysis, u: Groves, R. M., Dillman, D. A., Eltinge, J. L., Little, R. J. A. (ur.), *Survey Nonresponse*, str. 243-258, New York: Wiley.

- Merrill, S., Grofman, B. (1999.), *A Unified Theory of Voting: Directional and Proximity Spatial Models*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Messer, B. L., Dillman, D. A. (2011.), Surveying the General Public over the Internet Using Address-Based Sampling and Mail Contact Procedures, *Public Opinion Quarterly*, 75 (3): 429-457.
- Messer, B. I., Edwards, M. L., Dillman, D. A. (2012.), *Determinants of Item Nonresponse to Web and Mail Respondents in Three Address-Based Mixed-Mode Surveys of the General Public*, <http://www.sesrc.wsu.edu/dillman/papersweb/2012.html> (20. 3. 2015.)
- Milas, G. (1992.a), Mišljenje građana o poželjnim karakteristikama predsjednika, u odnosu na vlastito biračko opredjeljenje, *Društvena istraživanja*, 1 (2): 285-294.
- Milas, G. (1992.b), Mišljenje javnosti o hrvatskim političarima i političkim strankama kao pokazatelj dimenzioniranosti i prirode hrvatskog političkog prostora, *Društvena istraživanja*, 1 (2): 245-264.
- Milas, G. (1997.), Temeljne dimenzije opažaja lokalne društvene problematike u Hrvatskoj, *Društvena istraživanja*, 6 (6): 695-710.
- Milas, G. (1998.), Mišljenje o djelovanju vlasti kao pokazatelj stranačke naklonosti i namjere glasovanja, *Društvena istraživanja*, 7 (4-5): 683-698.
- Milas, G. (2000.), Razlozi nedosljednosti: tko i zašto mijenja glasačku odluku?, *Društvena istraživanja*, 9 (4-5): 473-495.
- Milas, G. (2007.), Temeljne osobine ličnosti i neki vidovi političkog ponašanja, *Društvena istraživanja*, 16 (1-2): 27-49.
- Milas, G., Burušić, J. (2004.), Ideološki i sociodemografski profil glasača hrvatskih političkih stranaka: ususret stabilnom političkom grupiranju?, *Društvena istraživanja*, 13 (3): 347-362.
- Milas, G., Rihtar, S. (1997.), Ideološke odrednice stranačke naklonosti i namjere glasovanja, *Društvena istraživanja*, 6 (6): 663-676.
- Milas, G., Rimac, I. (1994.), Model hrvatskog političkog prostora, dimenzioniran stavovima birača, *Revija za sociologiju*, 25 (1-2): 9-22.
- Milas, G., Rimac, I., Rihtar, S. (2004.), Odrednice i razlozi glasačkog opredjeljenja, u: Kaliterna Lipovčan, Lj., Šakić, V. (ur.), *Hrvatsko društvo danas: psihosocijalni procesi*, str. 129-140, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Miletić, G. M. i suradnici (2014.), *Pilarov barometar hrvatskog društva/proljeće 2014.*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Millar, M. M., Dillman, D. A. (2011.), Improving Response to Web and Mixed-Mode Surveys, *Public Opinion Quarterly*, 75 (2): 249-269.
- Miller, M. (1952.), The Waukegan Study of Voter Turnout Prediction, *Public Opinion Quarterly*, 16: 381-398.
- Miljan, L. (2005.), *Reporting of Public Opinion Polls: Results of Local Polling Published in the Windsor Star*, Paper prepared for the Annual Canadian Political Science Association Conference, June 2-5, 2005, London, Ontario.
- Mitofsky, W. (1991.), A Short History of Exit Polls, u: Lavrakas, P. J., Holley, J. K. (ur.), *Polling and Presidential Election Coverage*, str. 83-99, Newbury Park: Sage Publications (prema Hofrichter, 1999.).
- Mitofsky, W. (2003.), Voter News Service after the Fall, *Public Opinion Quarterly*, 67: 45-58.
- Mitofsky, W., Edelman, M. (1993.), *A Review of the 1992 VRS Exit Polls*, Paper prepared for Presentation of the Annual Meeting of AAPOR, May 20-23, St. Charles, Illinois (prema Hofrichter, 1999.).
- Mizes, J. S., Fleece, E. L., Roos, C. (1984.), Incentives for Increasing Return Rates: Magnitude Levels, Response Bias, and Format, *Public Opinion Quarterly*, 48: 794-800.
- Morwitz, V., Pluzinski, C. (1996.), Do Polls Reflect Opinions or Do Opinions Reflect Polls? The impact of Political Polling on Voters' Expectations, Preferences, and Behavior, *The Journal of Consumer Research*, 23 (2): 53-67.

- Moser, C. A. (1962.), *Metodi anketiranja u istraživanju društvenih pojava*, Beograd: Kultura.
- Mystery Pollster (2004.a), *What about that German Exit Polls?*, http://www.mysterypollster.com/main/2004/12/what_about_thos.html (27. 11. 2007.)
- Mystery Pollster (2004.b), *WPS Morin on Exit Polls*, http://www.mysterypollster.com/main/2004/11/wps_morin_on_ex_thos.html (27. 11. 2007.)
- Nacional (2000.a), *U samo tjedan dana Stipi Mesiću je popularnost porasla 15 posto: dobiva 33,3% glasova, drugi je Budiša sa 23,7 a treći Granić sa 14%*, 12. siječnja, str. 11.
- Nacional (2000.b), *Za koga ćete glasovati u drugom krugu predsjedničkih izbora 7. veljače?*, 2. veljače, str. 5.
- Nacional (2004.), *Mesiću pobjeda u prvom krugu*, 28. 12. 2004., str. 16-17.
- Navazio, R. (1977.), *An Experimental Approach to Bandwagon Research*, *Public Opinion Quarterly*, 41: 217-225 (citirano prema Donsbach, 2001.).
- Nederhof, A. J. (1983.), *The Effects of Mail Incentives: Two Studies*, *Public Opinion Quarterly*, 47: 103-111.
- Newport, F. (2000.), *How Do You Define „Likely Voters“?*, *The Gallup Organization*, <http://www.gallup.com/poll/FromtheEd/es0005.asp>
- Newport, F. (2001.), *How Does Gallup Define „Likely Voters“?*, *The Gallup Organization*, <http://www.gallup.com/poll/releases/pr010524c.asp>
- Noelle-Neumann, E. (1986.), *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Novi list (2000.a), *Mesić ispred Budiše, Granić značajno zaostaje*, 20. siječnja, str. 22-23.
- Novi list (2000.b), *Sjever za Budišu, Slavonija za Mesića, Dalmacija neodlučna*, 4. veljače, str. 22 i 39.
- Novi list (2004.), *Mesić bližu pobjedu u drugom krugu*, 31. 12. 2004., str. 5.
- Pasek, J., Krosnick, J. A. (2010.), *Measuring Internet to Participate in the 2010. Census and Their Correlates and Trends: Comparisons of RDD Telephone and Non-Probability Sample Internet Survey Data*, Washington, D.C.: U.S. Census Bureau.
- Pattie, C., Johnston, R. (2001.), *A Low Turnout Landslide: Abstention at the British General Election of 1977*, *Political Studies*, 49: 286-305.
- Peifer, J., Garrett, K. (2014.), *Best Practices for Working with Opt-In Online Panels*, http://www.comm.ohio-state.edu/opt_in_panel_best_practices (12. 3. 2015.)
- Perea, E. A. (2002.), *Individual Characteristics, Institutional Incentives and Electoral Abstention in Western Europe*, *European Journal of Political Research*, 41 (5): 643-673.
- Perry, J. B. (1968./69.), *A Note of the Use of Telephone Directories As a Sample Source*, *Public Opinion Quarterly*, 32 (4): 691-695.
- Perry, P. (1973.), *A Comparison of the Voting Preferences of Likely Voters and Likely Nonvoters*, *Public Opinion Quarterly*, 37 (2): 99-109.
- Perry, P. (1979.), *Certain Problems in Election Survey Methodology*, *Public Opinion Quarterly*, 43 (3): 312-325.
- Petrolia, D. R., Bhattacharjee, S. (2009.), *Revisiting Incentive Effects. Evidence from a Random-Sample Mail Survey on Consumer Preferences for Fuel Ethanol*, *Public Opinion Quarterly*, 73 (3): 537-550.
- Peytchev, A., Baxter, R. K., Carley-Baxter, L. R. (2009.), *Not All Survey Effort is Equal, Reduction of Nonresponse Bias and Nonresponse Error*, *Public Opinion Quarterly*, 73 (4): 785-806.
- Pierce, J., Rose, D. (1974.), *Nonattitudes and American Public Opinion: The Examination of a Thesis*, *American Political Science Review*, 68: 626-649.
- Pomper, G. M. (1972.), *From Confusion to Clarity: Issues and American Voters, 1956-1968*, *American Political Science Review*, 66 (2): 415-428.
- Popis stanovništva 1991, Narodni sastav stanovništva Hrvatske po naseљima, dokumentacija 881*, Zagreb: Republika Hrvatska, Republički zavod za statistiku.

- Popkin, S. L. (1993.), Decision Making in Presidential Primaries, u: Iyengar, S., McGuire, W. J. (ur.), *Explorations in Political Psychology*, str. 361-379, Durham i London: Duke University Press.
- Price, V. (1992.), *Public Opinion*, Newbury Park: Sage Publications.
- Puls (2004.), <http://puls.hr> (2. 10. 2004.)
- Redline, C. (2013.), Clarifying Categorical Concepts in a Web Survey, *Public Opinion Quarterly*, 75 (Special Issue): 89-105.
- Rihtar, S. (1992.), Izbori u Hrvatskoj 1992: razlozi opredjeljivanja birača, *Društvena istraživanja*, 1 (2): 275-284.
- Rihtar, S., Ferić, I. (2008.), Moralne emocije i polarizacija birača, *Društvena istraživanja*, 17 (4-5): 631-645.
- Rihtar, S., Lamza Posavec, V. (2003.), Percipirana moralnost i kompetencija u motivacijskoj strukturi političkih preferencija, *Društvena istraživanja*, 12 (1-2): 165-179.
- Riker, W., Ordeshook, P. C. (1968.), A Theory of the Calculus of Voting, *American Political Science Review*, 62: 25-42.
- Rimac, I. (1992.), Socijalni status i politička odluka – izbori 1992., *Društvena istraživanja*, 1 (2): 265-274.
- Rimac, I., Rihtar, S., Oliveira-Roca, M. (1992.), Multivarijatna klasifikacija općina Hrvatske kao moguća metoda regionalizacije Republike, *Društvena istraživanja*, 1 (1): 87-99.
- Rimac, I., Zorec, L., Ogresta, J. (2010.), Analiza determinanti odaziva u anketnom istraživanju Europske studije vrijednosti, *Društvena istraživanja*, 19 (1-2): 47-48.
- Rogers, T. F. (1976.), Interviews by Telephone and in Pearson: Quality of Responses and Field Performance, *Public Opinion Quarterly*, 40 (1): 51-65.
- Rookey, B. D., Hanway, S., Dillman, D. A. (2008.), Does Probability-Based Household Panel Benefit from Assignment to Postal Response as an Alternative to Internet-Only?, *Public Opinion Quarterly*, 72 (5): 962-984.
- Rose, R. (1984.), National Pride: Cross-National Surveys, *Studies in Public Policy No. 136*, Centre for the Study of Public Policy, University of Strathclyde, Glasgow.
- Rosenbaum, P. R., Rubin, D. B. (1984.), Reducing Bias in Observational Studies Using Subclassification on the Propensity Score, *Journal of the American Statistical Association*, 79 (387): 516-524.
- Rosenthal, R. (1969.), *Experimenter Effects in Behavioral Research*, New York: Appleton Century Crofts.
- Saad, L. (1998.), Likely Voters are the Key to Forthcoming November Elections, *The Gallup Organization*, <http://www.gallup.com/poll/releases/pr981003.asp>
- Sabato, L. J. (1981.), *The Rise of Political Consultant*, New York: Basic Books.
- Sanchez, M. E., Morchio, G. (1992.), Probing „Dont Know“ Answers – Effects on Survey Estimates and Variable Relationships, *Public Opinion Quarterly*, 56 (4): 454-474.
- Sanders, D., Clarke, H. D., Steward, M. C., Whiteley, P. (2007.), Does Mode Matter for Modeling Political Choice? Evidence from the 2005 British Election Study, *Political Analysis*, 15: 257-285.
- Sarndal, C. E. (2007.), The Calibration Approach in Survey Theory and Practice, *Survey Methodology*, 33 (2): 99-119.
- Schaefer, D. R., Dillman, D. A. (1998.), Development of a Standard E-mail Methodology: Results of an Experiment, *Public Opinion Quarterly*, 62 (3): 378-397.
- Schmitt-Beck, R. (1996.), Mass Media, the Electorate, and Bandwagon, A Study of Communication Effects on Vote Choice in Germany, *International Journal of Public Opinion Research*, 8: 266-291.
- Schuman, H., Presser, S. (1981.), *Questions and Answers in Attitude Surveys: Experiments on Question Form, Wording and Contexts*, New York: Academic Press.
- Schutt, R. K. (1996.), *Investigating the Social World. The Process and Practice of Research*, Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Seiler, D.-L. (1999.), *Političke stranke*, Osijek-Zagreb-Split: Panliber.

- Singer, A. (2006.), Nonresponse Bias in Household Surveys, *Public Opinion Quarterly*, 70: 637-645.
- Singleton, R., Straits, B. (2005.), *Approaches to Social Research*, 4th ed., New York: Oxford University Press.
- Sinnott, R. (2003.), *Electoral Participation/ Abstention: A Framework for Research and Policy-Development*, paper delivered at the first plenary meeting of FP5 Changequal Network, Mannheim, 10.-12. IV. 2003.
- Skalabin, A. (1988.), Do the Polls Affect Elections? Some 1980 Evidence, *Political Behavior*, 10: 136-150.
- Skinner, C. (1999.), Calibration Weighting and Non-Sampling Errors, *Research in Official Statistics*, 2: 33-43.
- Slobodna Dalmacija (2000.a), *Mesić 37% Budiša 24% Granić 13%*, 22. siječnja, str. 6-7.
- Slobodna Dalmacija (2000.b), *Zagreb i Istra za Mesića, Budiša vodi u Dalmaciji*, 5. veljače, str. 9.
- Smith, T. (1984.), Nonattitudes: A Review and Evaluation, u: Turner, C., Martin, E. (ur.), *Surveying Subjective Phenomena*, vol. 2., str. 215-255, New York: Russell Sage.
- Smith, T. W. (1990.), Phone Home? An Analysis of Household Telephone Ownership, *International Journal of Public Opinion Research*, 2: 396-390.
- Smith, T. W. (2002.), Trends in Non-Response Rates, u: Vaus, D. (ur.), *Social Surveys*, str. 142-156, London: Sage.
- Sosdian, C. P., Sharp, L. M. (1980.), Nonresponse in Mail Surveys: Access Failure or Respondent Resistance, *Public Opinion Quarterly*, 45 (3): 396-402.
- Spangenberg, F. (2003.), *The Freedom to Publish Opinion Poll Results, Report on a Worldwide Update*, Amsterdam/ Lincoln: ESOMAR/WAPOR.
- Steeh, C. G. (1981.), Trends in Nonresponse Rates, 1952-1979, *Public Opinion Quarterly*, 45 (1): 40-57.
- Stinchcombe, A. L., Jones, C., Sheatsley, P. (1981.), Nonresponse Bias for Attitude Questions, *Public Opinion Quarterly*, 45 (3): 359-375.
- Šiber, I. (1993.), Structuring the Croatian Party Scene, *Politička misao*, 30 (2): 111-129.
- Šiber, I. (1997.), *The 1990 and 1992/93 Sabor Elections in Croatia: Analyses, Documents and Data*, Berlin: Sigma.
- Šiber, I. (1998.), *Osnove političke psihologije*, Zagreb: Politička kultura.
- Šiber, I. (2001.), Političko ponašanje birača u izborima 1990.-2000. godine, u: Kasapović, M. (ur.), *Hrvatska politika 1990.-2000.*, str. 65-99, Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Šiber, I. (2003.), Tri klasična pristupa istraživanju ponašanja birača, *Politička misao*, 40 (2): 88-103.
- Šiber, I. (2004.), Interest in Elections and Electoral Participation, *Politička misao*, (41) 5: 3-27.
- Šiber, I. (2005.), Interes za izbore i izborna participacija, u: Čular, G. (ur.), *Izbori i konsolidacija demokracije u Hrvatskoj*, str. 9-36, Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Šiber, I., Welzel, C. (1997.), Electoral Behavior in Croatia, u: Šiber, I. (ur.), *The 1990 and 1992 Sabor Elections in Croatia: Analyses, Documents and Data*, Berlin: Edition Sigma, Wissenschaftszentrum Berlin.
- Šoša, J., Milas, G. (2008.), Zalupljena vrata: empirijska analiza iskazanih razloga odbijanja ankete, *Društvena istraživanja*, 17 (4-5): 723-746.
- Taylor, H. (2000.), Does Internet Research Work? Comparing Online Survey Results with Telephone Survey, *International Journal of Market Research*, 42 (1): 51-63.
- Teisl, M., Roe, B., Vayda, M. (2007.), Incentive Effects on Response Rates, Data Quality, and Administration Costs, *International Journal of Public Opinion Research*, 18 (3): 364-373.
- The New York Times (1990.), *As Election Day Nears, Poll Finds Nation's Voters in a Gloomy Mood*, November 4, str. 34.
- The Roper Center (2002.), *The 2002 VNS National Exit Poll*, http://www.ropercenter.uconn.edu/usvns2002_2.html (28. 1. 2005.)
- Traugott, M. W. (1987.), The Importance of Persistence in Respondent Selection for Preelection Surveys, *Public Opinion Quarterly*, 51 (2): 48-57.
- Traugott, M. W. (1992.), The Impact of Media Polls on the Public, u: Mann, T. E., Orren, G. R. (ur.), *Media Polls in American Politics*, str. 125-149, Washington, D. C.: The Brookings Institution.

- Traugott, M. W., Price, V. (1992.), Exit Polls in the 1989 Virginia Gubernatorial Race: Where Did They Go Wrong?, *Public Opinion Quarterly*, 56 (2): 245-253.
- Traugott, M. W., Tucker, C. (1984.), Strategies for Predicting Whether a Citizen Will Vote and Estimation of Electoral Outcomes, *Public Opinion Quarterly*, 48: 330-343.
- Trewin, D., Lee, G. (1988.), International Comparisons of Telephone Coverage, u: Groves, R. M., Biemer, L. E., Lyberg, L. E., Massey, J. T., Nicholas II, W. L., Waksberg, J. (ur.), *Telephone Survey Methodology*, str. 9-24, New York: John Wiley & Sons.
- Troldahl, C. V., Carter, R. E. (1964.), Random Selection of Respondents within Households in Phone Surveys, *Journal of Marketing Research*, 1: 71-76.
- Tse, A. C. B. (1998.), Comparing the Response Rate, Response Speed and Response Quality of Two Methods of Sending Questionnaires: E-mail versus Mail, *Journal of the Market Research Society*, 37: 441-446.
- Tuchman, S., Coffin, T. E. (1971.), The Influence of Election Night Television Broadcasts in a Close Election, *Public Opinion Quarterly*, 35: 315-326.
- Tucker, C. (1983.), Interviewer Effects in Telephone Surveys, *Public Opinion Quarterly*, 47: 84-95.
- Turnbull, W. (1947.), Secret vs. Nonsecret Ballots, u: Cantril, H. (ur.), *Gauging Public Opinion*, str. 77-82, Princeton: Princeton University Press.
- Večernji list (2000.a), *Mesić 37,4%, Budiša 22,1%, Granić 11,3%*, 22. siječnja, str. 2-3.
- Večernji list (2000.b), *Mesić 44,2, Budiša 35,8 posto*, 5. veljače, str. 5.
- Večernji list (2004.a), *Mesić s juga, Kosor s istoka*, 13. 12. 2004., str. 4-5.
- Večernji list (2004.b), *Izbori završavaju već u prvom krugu?*, 24. 12. 2004., str. 5.
- Večernji list (2004.c), *Mesić 46, Kosor 16, Mikšič 10%*, 31. 12. 2004., str. 6-7.
- Vehovar, V. (1991.), *Pristranost telefonskih vzorcev v Sloveniji*, rukopis.
- Vehovar, V., Bagatelj, Z., Lozar Manfreda, K., Zaletel, M. (2002.), Nonresponse in Web Surveys, u: Groves, R. M., Dillman, D. A., Eltige, J. L., Little, R. J. A. (ur.), *Survey Nonresponse*, str. 229-242, New York: John Wiley & Sons.
- Viros, R. (1994.), *A Qualitative Approach to Electoral Abstention*, Working paper n. 98., Barcelona: Univesitat Pompeu Fabra.
- Voss, D. S., Gelman, A., King, G. (1995.), Preelection Survey Methodology: Details from Eight Polling Organizations, 1988 and 1992, *Public Opinion Quarterly*, 59 (1): 98-132.
- Vrcan, S., Buklijaš, B., Lalić, D., Kunac, S., Bulat, N., Štrelov, D. (1999.), *Pakiranje vlasti: izbori u Hrvatskoj 1995. i 1997.*, Zagreb: Alinea.
- Vrcan, S., Lalić, D., Pokrovac, Z., Bulat, N., Štrelov, D. (1995.), *Pobod na glasače: izbori u Hrvatskoj 1990-1993*, Split: Puls.
- Wang, R. (2011.), Comparing the Accuracy of RDD Telephone Surveys and Internet Surveys Conducted with Probability and Non-Probability Samples, *Public Opinion Quarterly*, 75 (4): 709-747.
- WAPOR (2006.), WAPOR Guidelines for Exit Polls and Election Forecasts, <http://www.unl.edu/WAPOR/ISSC/ISSC%20.2006.doc> (27. 11. 2007.)
- Wayne, I. (1975./76.), Nonresponse, Sample Size and Allocation of Resources, *Public Opinion Quarterly*, 39 (4): 557-562.
- Weiss, C. H. (1968./69.), Validity of Welfare Mothers' Interview Responses, *Public Opinion Quarterly*, XXXII (4): 622-633.
- Wells, A. (2005.), *UK Polls*, Mystery Pollster: Anthony Wells, http://www.mysterypollster.com/main/2005/05/uk_polls_anthon.html (27. 11. 2007.)
- West, D. M. (1991.), Polling Effects in Election Campaigns, *Political Behavior*, 13: 151-163.

- Whiteley, P., Clarke, H. D., Sanders, D., Stewart, M. (2004.), *The Decision (Not) to Vote: Testing Rival Models of Turnout in the British General Election of 2001*, izlaganje s konferencije Empirical and Formal Models of Politics, 16-18th January, Center in Political Economy, Washington University, St. Louis.
- Wikipedia (2006.), *Opinion Polling*, http://www.wikipedia.org/wiki/Italian_general_elections_2006 (27. 11. 2007.)
- Wikipedia, hr.wikipedia.org (15. 2. 2015.)
- Wilcox, J. (1977.), The Interaction of Refusal and Non-at-Home Sources of Nonresponse Bias, *Journal of Marketing Research*, 19: 592-605.
- Willimack, D. K., Schuman, H., Pennell, B., Lepkowski, J. M. (1995.), Effects of a Prepaid Nonmonetary Incentive on Response Rates and Response Quality in a Face to Face Survey, *Public Opinion Quarterly*, 69 (2): 78-92.
- Wimmer, R. D., Dominick, J. R. (2003.), *Mass Media Research, An Introduction*, Belmont: Wadsworth/Thomson Learning.
- Wiseman, F. (1972.), Methodological Bias in Public Opinion Surveys, *Public Opinion Quarterly*, 36 (1): 105-108.
- Wolfinger, R., Rosenstone, S. J. (1980.), *Who Votes?*, New Haven: Yale University Press.
- Worcester, R. M. (1992.), The Performance of the Political Opinion Polls in the 1992 British General Election, *Marketing and Research Today, The Journal of European Society of Opinion and Marketing Research*, 20 (4): 256-263.
- Yeager, D. S., Krosnick, J. A., LinChiat, C., Javitz, H. S., Levendusky, M. S., Simpsen, A., Wang, R. (2011.), Comparing the Accuracy of RDD Telephone Surveys and Internet Surveys Conducted with Probability and Non-Probability Samples, *Public Opinion Quarterly*, 75 (4): 709-747.
- Zakošek, N. (1994.), Struktura i dinamika hrvatskog stranačkog sustava, *Revija za sociologiju*, 25 (1-2): 23-39.
- Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung (1998.), *International Social Survey Programme 1995: National Identity, ZA-2880*, Codebook and Machine-readable data file, Köln, Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung der Universität zu Köln.

BILJEŠKE O IZVORIMA

1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA JAVNOGA MNIJENJA

Mogućnosti validacije predizbornih istraživanja javnoga mnijenja

- Lamza, Vesna (1992.), Pokušaj validacije istraživanja predizbornog javnog mnijenja na temelju rezultata izbora, *Društvena istraživanja*, god. 1, br. 2 (2): 231-244.

Studija je dopunjena podacima iz radova:

- Lamza Posavec, Vesna; Ferić, Ivana; Rihtar, Stanko (2003.), *Javno mnijenje Hrvatske, studeni 2003.: Izbori za Hrvatski sabor 2003.*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Lamza Posavec, Vesna; Ferić, Ivana; Rihtar, Stanko; Mustapić, Marko (2007.), *Javno mnijenje Hrvatske/ studeni 2007.: Izbori za Hrvatski sabor 2007.*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.

Odbijanje ankete u istraživanjima javnoga mnijenja

- Lamza Posavec, Vesna (1997.), Odbijanje ankete u istraživanjima javnoga mnijenja, *Društvena istraživanja*, god. 6, br. 6 (32): 747-772.

Studija je dopunjena novim podacima (izvori: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar; Ipsos Puls d.o.o.) i literaturom.

Problem neizjašnjavanja o namjerama glasovanja

- Lamza Posavec, Vesna; Rimac, Ivan (1997.), Dio koji nedostaje: problem neizjašnjavanja u istraživanjima namjera glasovanja, *Društvena istraživanja*, god. 6, br. 6 (32): 729-745.

Pokušaji identificiranja „vjerojatnih glasača“

- Lamza Posavec, Vesna (1996.), Pokušaj identificiranja skupine „vjerojatnih glasača“ u predizbornim istraživanjima javnoga mnijenja, *Društvena istraživanja*, god. 5, br. 1 (21): 185-203.

- Lamza Posavec, Vesna; Milas, Goran (2002.), Provjera primjenjivosti Perryjeva modela „vjerojatnih glasača“ u predikciji rezultata izbora za Gradsku skupštinu Zagreba 2001. godine, *Društvena istraživanja*, god. 11, br. 2-3 (58-59): 431-451.

Pogreška pokrivenosti u istraživanjima putem telefona

- Lamza Posavec, Vesna (1999.), Problem reduciranosti osnovnoga skupa u istraživanjima javnoga mnijenja tehnikom telefonskog anketiranja, *Društvena istraživanja*, god. 8, br. 4 (42): 635-656.
- Baza podataka Ipsos Pulsa d.o.o. (2014.).

Primjena tehnike telefonskog anketiranja u predizbornom istraživanju: studija slučaja

- Lamza Posavec, Vesna; Rimac, Ivan (2000.), Primjena tehnike telefonskog anketiranja u istraživanju namjera glasovanja na hrvatskim predsjedničkim izborima 2000. godine: studij slučaja, *Društvena istraživanja*, god. 9, br. 4-5 (48-49): 601-629.

Izlazne ankete u svijetu i u Hrvatskoj

- Lamza Posavec, Vesna; Bačić, Dragan (2008.), Izlazne ankete: iskustva u svijetu i u Hrvatskoj, *Društvena istraživanja*, god. 17, br. 4-5 (96-97): 671-694.

Studija je dopunjena novim podacima (izvor: Ipsos Puls d.o.o.).

2. JAVNO MNIJENJE I IZBORNO PONAŠANJE: NEKA OD MOGUĆIH EMPIRIJSKIH OBJAŠNENJA

Pokušaj objašnjenja izbornih rezultata temeljem longitudinalnog istraživanja javnoga mnijenja: studija slučaja

- Lamza Posavec, Vesna (2000.), Što je prethodilo neuspjehu HDZ-a na izborima 2000.: rezultati istraživanja javnoga mnijenja u razdoblju od 1991. do 1999. godine, *Društvena istraživanja*, god. 9, br. 4-5 (48-49): 433-471.

Studija je dopunjena novom literaturom.

Motivacijska struktura glasovanja: primjer predsjedničkih izbora 2000. godine

- Lamza Posavec, Vesna; Milas, Goran (2000.), Glavne motivacijske odrednice glasovanja na predsjedničkim izborima 2000. godine, *Društvena istraživanja*, god. 9, br. 4-5 (48-49): 581-599.

Izborna apstinencija: tko i zašto se ne odaziva izborima?

- Lamza Posavec, Vesna (2004.), Apstinencija na izborima za Hrvatski sabor 2003. godine: tko i zašto nije glasovao?, *Društvena istraživanja*, god. 13, br. 3 (71), 383-404.

Nacionalni ponos i otvorenost prema europskim integracijama

- Lamza Posavec, Vesna; Ferić, Ivana; Rihtar, Stanko (2006.), Nacionalni ponos i otvorenost za europske integracije, *Društvena istraživanja*, god. 15, br. 1-2 (81-82): 141-153.

Utječu li rezultati predizbornih anketa na izbornu ponašanje birača?

- Lamza Posavec Vesna; Rihtar, Stanko (2007.), Mogući utjecaj objavljenih rezultata predizbornih anketa na izbornu ponašanje birača, *Društvena istraživanja*, god. 16, br. 1-2 (87-88): 73-97.

Studija je dopunjena podacima iz rada:

- Ferić, Ivana; Lamza Posavec, Vesna (2013.), Opinion Polls, Voters' Intentions and Expectations on the 2011 Croatian Parliamentary Elections, *European Quarterly of Political Attitudes and Mentalities*, 2 (4): 4-15.

SUMMARY

The book *Mjerenje javnosti. Metodologijski i analitički pristupi istraživanju javnoga mnijenja* (*Measuring Public. Methodological and Analytical Approaches to Public Opinion Research*) is divided into two main sections. The first covers some of the most important methodological issues in the study of public opinion, while the second presents empirical data that shed light on several aspects of shaping public opinion and voter behavior.

The methodological section is focused on determining the validity of pre-election and other public opinion polls, and finding the most suitable options for controlling potential sources of error and bias. In this context, the first chapter provides descriptions of the procedure for the validation analysis of pre-election polls, possible criteria and statistical procedures for determining the validity of individual studies and difficulties encountered in validation analysis. Based on international and Croatian research experiences, in the second and third chapters problems concerning voters' refusal to cooperate with pollsters or declare their voting intentions when queried are discussed as the chief potential sources of bias, even in optimally planned and conducted pre-election and other political opinion surveys. The fourth chapter presents an extensive study of the possibilities for identifying likely voters, an important prerequisite for the accurate prediction of election results, with assessments of the empirical validity of Perry's model in several different electoral situations in Croatia. In the next section, coverage error in telephone polls conducted in Croatia is analyzed and possibilities are considered for applying such polling techniques in pre-election public opinion polls, followed by a review of current scientific literature and technical information on the possibilities for using the Internet as a polling medium. At the end of the methodological section, world and Croatian experiences are presented in the conducting of exit polls, procedures are described and specifics regarding pre-election polls are analyzed.

The second thematic unit contains several case studies in various election situations for the purpose of investigating possible backgrounds for voting behavior. Among them is an extensive analysis of the results of a longitudinal public opinion poll in order to attempt to explain the outcomes of the Croatian parliamentary elections of 2000 and provide insight into the dominant values and evaluation systems of the electorate, which could have important roles in future election situations. The next two chapters present the results of a study on the motivational determinants of voting and reasons for voter abstention, which provide the basis for an attempt to explain political preferences and voter behavior from a socio-psychological viewpoint. This is followed by an analysis of public receptiveness to the inclusion of Croatia in the European

integration processes from the standpoint of national identification and evaluation of important social achievements as constituent elements of general national pride. The last chapter deals with one of the possibly most controversial topics related to public opinion polls: the impact of publishing the results of pre-election polls on the outcomes of political elections. Based on originally designed models to assess such impact, significantly different answers are offered than those usually heard from the general public and even some professionals.

O AUTORICI

Prof. dr. sc. Vesna Lamza Posavec završila je studij psihologije i doktorirala u polju informacijskih i komunikacijskih znanosti na Sveučilištu u Zagrebu. Izabrana je u trajno zvanje znanstvenog savjetnika i znanstveno-nastavno zvanje redovitog profesora. Glavno je područje njezina znanstvenog interesa istraživanje javnoga mnijenja i masovnih medija te metodologija društvenih istraživanja. Bila je dugogodišnja voditeljica Službe novinskog istraživanja u novinskoj kući Vjesnik, gdje je provela brojna istraživanja tiskanih medija i objavila velik broj istraživačkih izvješća, studija i monografija. Nakon zapošljavanja u Institutu društvenih znanosti Ivo Pilar vodila je dugogodišnji znanstveni projekt istraživanja javnoga mnijenja i masovnih medija. Predavala je metodologijske i komunikologijske kolegije na preddiplomskim, diplomskim i poslijediplomskim studijima Fakulteta političkih znanosti, Hrvatskih studija i Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Objavila je osam knjiga/monografija (tri u suautorstvu), nekoliko skripta za studente te brojne znanstvene i stručne radove, istraživačka izvješća i studije. Dobitnica je državne nagrade za znanost (za knjigu *Javno mnijenje – teorije i istraživanje*) i nagrade Hrvatskoga psihološkog društva.

