

Pavlović, Z. (2021). „Napravljeno po narudžbini?“ Javno mnjenje o istraživanju javnog mnjenja u kontekstu proruskih i prozapadnih stavova. U B. Todosijević (ur.), *Predstave o Evropskoj uniji i Rusiji u javnosti Srbije: javno mnjenje Srbije 2018 – JMS2018* (str. 90-111), Beograd: Institut društvenih nauka.

## POSTPRINT / ACCEPTED AUTHOR MANUSCRIPT



Tokom 2018. godine Centar za politološka istraživanja i javno mnjenje Instituta društvenih nauka sproveo je istraživanje javnog mnjenja Srbije na temu stavova građana prema spoljnoj politici Srbije. U fokusu su se našle prvenstveno percepcije odnosa Srbije sa Evropskom unijom (EU) i sa Rusijom, u sferama od ekonomije do statusa Kosova i Metohije, a imajući u vidu veliki značaj koji EU i Rusija imaju za položaj i politiku Srbije. Interdisciplinarni tim prevashodno mladih istraživačica i istraživača se opredelio za pristup navedenoj temi iz više teorijskih i metodoloških perspektiva, sa ciljem da se stekne obuhvatnija slika o percepciji međunarodne politike kod građana Srbije i njihovih preferencija, kako u deskriptivnom smislu, tako i u pogledu povezanosti različitih aspekata tog fenomena.

ZORAN PAVLOVIĆ

Vanredni profesor

mejl adresa: zoran.pavlovic@f.bg.ac.rs

Odeljenje za psihologiju, Filozofski fakultet

Univerzitet u Beogradu, Čika Ljubina 18-20, Beograd

## „NAPRAVLJENO PO NARUDŽBINI“? JAVNO MNJENJE O ISTRAŽIVANJU JAVNOG MNJENJA U KONTEKSTU PRORUSKIH I PROZAPADNIH STAVOVA<sup>1</sup>

**Apstrakt:** U ovom radu testira se pretpostavka da je specifično poimanje javnomnjenjskog ispitivanja, vidljivo na nivou datih komentara o studiji, povezano sa razlikama u stavovima i relevantnim orijentacijama ispitanika ispoljenim u odgovorima. Empirijsku osnovu rada čini anketno istraživanje *Predstave o EU i Rusiji u javnosti Srbije 2018. godine* (N= 5.240) sprovedeno putem interneta. Predmet istraživanja odnosio se na širok spektar tema, s glavnim fokusom na odnosima Srbije sa Rusijom i Evropskom unijom. Komentari na anketu koje su ispitanici imali mogućnost da daju analizirani su kombinacijom kvalitativne i kvantitativne analize sadržaja. Analiza je pokazala da manjina ispitanika ostavlja komentar (17%), kao i da, među onima koji komentar daju, prevlađuju komentari negativnog tipa. Njih čine uopštene primedbe, metodološko-sadržinski prigovori na upitnik i procedure ispitivanja (nejasna pitanja, predug upitnik i sl.), ali i negativne reakcije koje ukazuju na specifične konceptualizacije anketnog istraživanja: istraživanje se shvata kao *prosistemska*, u korist vladajuće elite, delatnost; kao *ideološki obojena* praksa; kao *instrument zloupotrebe* građana. Pokazuje se da negativne komentare češće daju ispitanici koji imaju izraženije (proruske ili prozapadne) stavove. Dobijeni nalazi ukazuju na to da percepcija javnomnjenjskog istraživanja može biti sistematski izvor varijabiliteta u odgovorima, ali i važan pokazatelj odnosa građana prema bitnim aspektima države i društva. Diskutovane su i metodološke implikacije dobijenih nalaza u pogledu realizacije anketnih istraživanja putem interneta.

*Ključne reči: anketno istraživanje, internet istraživanje, ideologija, stavovi, analiza sadržaja.*

---

<sup>1</sup> Tekst je deo rada na projektu br. 47010 koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

## UVOD

Pored toga što je prevashodno aktivnost koja se može opisati kao proces rešavanja problema, svako naučno istraživanje istovremeno je i proces komunikacije između različitih aktera istraživačkog procesa. U najopštijem smislu, u tom procesu bismo mogli razlikovati uloge ispitanika<sup>2</sup>, ispitivača/intervjuera, istraživača i naručioca (Popadić, Pavlović & Žeželj, 2018). U idealno tipskom slučaju, naručilac naručuje, tj. plaća istraživanje koje je dogovoreno sa istraživačem koji radi stručni posao metodološke organizacije studije, angažuje potreban broj saradnika ispitivača koji onda ispituju određeni broj ispitanika. Komunikacija se primarno odvija među susednim parovima u ovom procesu, ali je u suštini dvosmerna i, što je od posebne važnosti, može biti i indirektna (npr. između naručioca i ispitanika).

Kao i u svim drugim komunikacijskim situacijama, i u onim tokom kojih se prikupljaju podaci u nekom istraživanju moguće su različite vrste “nesporazuma”. Pitanja u upitniku mogu biti loše formulisana, ispitanik namerno može težiti da se prikaže u socijalno poželjnom svetlu (Paulhus, 1991; Tourangeau & Yan, 2007), dok ga, recimo, o važnim aspektima istraživanja može propitivati “eksperimentator” upoznat sa ciljevima i hipotezama ispitivanja, time dovodeći do tzv. “efekta eksperimentatora”<sup>3</sup> (Rosenthal & Jacobson, 1968). Sve to, tj. upitnik, način prikupljanja podataka i sam ispitanik, kao tri glavna izvora grešaka merenja, za rezultat mogu imati sistematske varijacije u odgovorima ispitanika koje nisu posledica razlika u merama o kojima ispitanici na taj način izveštavaju (de Leeuw, Hox & Dillman, 2008; Popadić i dr., 2018). Postoje, međutim, i drugi izvori sistematskih varijacija u odgovorima koji su daleko suptilnije prirode i, budući da ih je teže kontrolisati, predstavljaju veći metodološki problem, a tiču se nekih specifičnih aspekata interakcije između ispitivačice/intervjuerke i ispitanice, kao i (in)direktne komunikacije između naručioca ispitivanja i ispitanika.

Dobro su, recimo, opisani i specifični efekti intervjuera na odgovore ispitanice, koji nemaju veze s njegovom umešnošću ili pridržavanjem procedura, već se jednostavno tiču njegovih ili njenih ličnih karakteristika. Tako se, recimo, javljaju nezanemarljive i sistematske razlike u odgovorima ispitanika koje se mogu pripisati (ne)poklapanju pola intervjuera i ispitanika. To je, opet, posebno izraženo pri istraživanju nekih osetljivih pitanja poput

---

<sup>2</sup> Kako bismo izbegli rogobatne rodno senzitivne formulacije, a sačuvali jezičku korektnost, ne implicirajući nikakvu hijerarhiju među polovima/rodovima, otprilike u polovini slučajeva koristićemo muški rod (npr. ispitanik, ispitivač), a u polovini ženski rod (npr. ispitanica, ispitivačica) i u oba slučaja će on imati generičko značenje ljudi uopšte.

<sup>3</sup> Pod pojmom „eksperimentator“ u vidu imamo ne nužno saradnika ili ispitivača u eksperimentalnom dizajnu, već bilo koju osobu u istraživanju bilo kog tipa koja prikuplja podatke, a upoznata je sa ciljevima i hipotezama istraživanja, što je može činiti nenamerno pristrasnom.

seksualnog ponašanja ili rodnih uloga. Na primer, muški ispitanici skloniji su pozitivnijem stavu prema abortusu ili pitanjima ženskih prava kada ih intervjuišu žene, nego kada ih anketiraju muški intervjueri (Flores-Maica & Laswon, 2008). Pokazuje se, takođe, da će Afroamerikanci u većem stepenu glasati na dolazećim izborima ukoliko su o toj temi intervjuisani od strane belaca (Anderson, Silver & Abramson, 1988), dok se u interrasnoj situaciji uticaj na odgovore ogleda u tome što oni idu u prilog rasi kojoj ispitivač pripada (Campbell, 1981).

Takozvana pretnja stereotipom, kao i činjenica da u takvoj situaciji neki socijalni identiteti postaju salijentniji, uobičajeni su načini interpretacije ovakvih nalaza. Intervjuisanje u istraživačke svrhe je jedna konverzacijska situacija koja se odvija u specifičnom kontekstu; ispitanici pitanjima koja im se postavljaju prilaze sa idejom o tome da ih neko nešto pita sa nekim ciljem. Razni kontekstualni “znakovi” u komunikacijskoj situaciji mogu neke uloge ili aspekte ličnog i/ili socijalnog identiteta učiniti izraženijim, čineći ga standardom prema kome se odgovori na pitanja sameravaju i daju. Sve ove opisane situacije nepoklapanja pola ili rase između intervjuerke i ispitanice podrazumevaju da u takvoj situaciji polni ili rasni identitet postaju posebno istaknuti, utičući na odgovore. Osoba muškog roda na pitanja koja im postavlja žena, posebno ona koja su rodno relevantna ili osetljiva, odgovara pre svega kao muškarac, što ne bi nužno morao biti slučaj da mu isto pitanje postavlja muškarac. (Rešenje za ovaj problem je, ukoliko mogućnosti to dozvoljavaju, nasumično dodeljivanje intervjuera ispitanicima.)

Slično, istraživačima u praksi dobro je poznato da odnos ispitanika prema *naručiocu* istraživanja može predstavljati bitan faktor (ne)pristajanja na učešće ili motivisanosti za davanje iskrenih odgovora (npr. odbijanje da se učestvuje u anketi koju finansira institucija prema kojoj se gaje negativna osećanja). Ispitivač koji prikuplja podatke se, drugim rečima, pojavljuje pred ispitanikom i u svojstvu posrednika između onih koji se nalaze na krajevima komunikacionog procesa – naručioca i ispitanice. A da naručilica utiče na rezultate ispitivanja i na razne volšebne načine, mimo one regularne i formalne procedure, veoma je dobro poznato. U istraživanjima u prehrambenoj industriji opisan je tzv. *efekat naručioca* (*engl. funding effect hypothesis*), koji se odnosi na činjenicu da je rezultate istraživanja – u terminima toga da li će ići u korist naručilice ili ne – moguće predvideti na osnovu informacije o tome ko finansira studiju. Tako je, na primer, jedna pregledna studija pokazala da je od 168 studija koje su sponzorisanе od strane kompanija za proizvodnju hrane, 156 došlo do nalaza koji favorizuju

interese sponzora (Nestle, 2018)<sup>4</sup>. Sve ovo zapravo ukazuje nam na to da su odgovori ispitanika u istraživačkoj situaciji „zasićeni“ raznoraznim faktorima konteksta u kojima se do tih odgovora dolazi, što istraživači često previđaju ili ne uzimaju u obzir.

Sprovođenje istraživanja putem interneta ni u kom smislu ove probleme ne umanjuje. U nekom smislu, istraživačka situacija je poboljšana jer su otklonjene ili minimizovane one teškoće koje postoje sa studijama u realnom vremenu. Upitnik može biti automatski zadat, nema saradnice/eksperimentatorke, pa ni time izazvanih pristrasnosti (Birnbau, 2004). Takođe, budući da je lakoća odustajanja od učešća u istraživanju samo na jedan “klik” daleko, tipično se smatra da su ispitanici u onlajn studijama daleko motivisaniji za učešće (Reips, 2002).

Međutim, bitni aspekti komunikacijske situacije su praktično neizmenjeni. I učesnici internet istraživanja, u odsustvu ispitivača, predstave o tome o čemu se u istraživanju radi i očekivanja o tome kakva vrsta odgovora se od njih očekuje mogu formirati na osnovu raznih elemenata studije, uključiv i one tako “minorne” poput afilijacije istraživača (Norenzayan & Schwartz, 1999) ili (pretpostavki) o naručiocima studije. Možemo pretpostaviti da se takva vrsta generalizovanih očekivanja formira na samom početku ili tokom popunjavanja upitnika i da sistematski varira sa nekim faktorima.

U ovom radu testira se pretpostavka da će specifično poimanje javnomnjenjskog ispitivanja kao posledica aktivacije relevantnih socijalnih identiteta biti vidljivo na nivou datih komentara o studiji, a povezano sa razlikama u stavovima i relevantnim orijentacijama ispitanika ispoljenim u odgovorima. Anketa s brojnim pitanjima koja se tiču tema od velikog simboličkog i identitetskog značaja za građanke Srbije (poput tema Kosova, EU itd.) potencijalno bi ideološki, prozapadni ili proruski, identitet učinila posebno istaknutim. To bi moglo provocirati komentare o samom istraživanju koji su dati iz tog okvira. Dodatno, ne samo da bi odgovori na pitanja u studiji onda mogli biti davani iz perspektive preuzete/aktivirane uloge, već bi suočavanje sa nekim temama ili tezama u upitniku moglo predstavljati određenu vrstu pretnje usvojenom socijalnom identitetu.

Teorija socijalnog identiteta (Tajfel & Turner, 1979) pretpostavlja da ljudi teže da održe pozitivnu sliku o svojoj grupi. Ukoliko je ta pozitivna slika ugrožena, npr. kada neki događaj

---

<sup>4</sup> Važno je skrenuti pažnju na to da se u ovim situacijama ni u kom smislu ne misli niti podrazumeva da istraživači *namerno* (čitaj: neprofesionalno) pristupaju organizaciji istraživanja i krivotvorenju nalaza, a ispitanici svesno daju odgovore koji idu *pro* ili *contra* naručioca istraživanja (izuzev, naravno, ukoliko to nisu eksplicitno pitani). Naprotiv, radi se o nenamernim ili suptilnim putevima (npr. u načinima na koja se definišu istraživačka pitanja i slično) kojima se dolazi do rezultata koji ta očekivanja potvrđuju i za koja sami istraživači ne bi nikada prihvatili da su posledica bilo kakvih neregularnosti u istraživačkoj proceduri.

kompromituje uverenja i norme grupe ili kolektiva (Ellemers, Spears, & Doosje, 2002), ili su aktivirani negativni stereotipi, članovi grupe uniženi i stigmatizovani (Steele, Spencer & Aronson, 2002)<sup>5</sup>, osoba doživljava osećaj pretnje koji se manifestuje u vidu negativnih emocija ili ponašanja koja za cilj imaju pojačano pristajanje uz grupne norme (Walton & Cohen, 2007). Neka od njih su razni pokušaji osnaživanja socijalnog identiteta, što se, recimo, može postići tako što će se uniziti rival (Branscombe & Wann, 1994). Intenzitet pretnje socijalnom identitetu, kao i vrsta posledičnog odgovora veoma zavise od posvećenosti grupi i njenim preovlađujućim normama (Nadler, Harpaz-Gorodeisky, & Ben-David, 2009).

Da sasvim konkretizujemo ova načelna sociopsihološka teoretisanja. Ispitanik određene i razvijene proruske ili prozapadne orijentacije (što je dobra aproksimacija analognog socijalnog identiteta) suočen sa temama koje ga se direktno ili indirektno tiču (npr. Kosovo, Rusija, Zapad, EU), počinje sebe da percipira u tim terminima više nego u nekim drugim identitetskim odrednicama (npr. rodnim). Međutim, izložen konstatacijama i pitanjima koje su antiteze onome što osoba intimno zagovara (npr. “zapadnjak” u susretu sa tezama da Srbija treba da se okrene Rusiji ili proruski orijentisana osoba sa tezama o neophodnosti pridruženja EU i slično) može doživeti pretnju identitetu. To za rezultat može imati određenu defanzivnu reakciju koja se može ogledati u datim komentarima kojima se derogira ideološki “drugi” (u najopštijem smislu negativnog odnosa prema temama koje imaju jasne ideološke reference) ili grade hvalospevi koji idu u korist sopstvene ideološke pozicije. Sve ovo je daleko verovatnije kod ispitanica čije pozicije na ideološkoj dimenziji su ekstremne, a time, pretpostavljamo, i identitetska pripadnost važnija, odakle i naša očekivanja koja se za njih vezuju.

Slično bi se moglo pretpostaviti i za ispitanike koji opažaju veći nesklad između sopstvene ideološke pozicije i ideološke pozicije političkog aktera koji, u ovom trenutku, najviše utiče na pravac unutrašnje i spoljne politike Srbije – vladajuće Srpske napredne stranke (SNS), time u manjoj ili većoj meri ugrožavajući ideološki socijalni identitet građanki. Budući da su ideološke pozicije te grupe građanki zvaničnom politkom devalvirane, one su u nekom smislu grupa niskog statusa (što u teoriji socijalnog identiteta ima poseban značaj), a istraživanja pokazuju da nizak status pojačava efekte pretnje socijalnog identiteta (npr. Scheepers & Ellemers, 2005).

---

<sup>5</sup> Pretnja socijalnom identitetu srodan je fenomen pojavi pretnje stereotipom, ali radi se o distinktivnim pojavama, što su detalji u koje ovde nećemo ulaziti.



# METOD ISTRAŽIVANJA

## UZORAK

Anketno istraživanje, JMS 2018, koje je krajem 2018. g. sproveo Institut društvenih nauka iz Beograda čini empirijsku osnovu ove analize. Istraživanje je sprovedeno putem interneta, na dva poduzorka – i-mejl poduzorku, u kom slučaju su ispitanicima na lične i-mejl adrese slati pozivi za učešće u anketi; drugi poduzorak, prikupljen metodom tzv. „snežne grudve“ (*engl. snowball*), realizovan je ili javnim oglašavanjem ankete na internetu (npr. na društvenim mrežama) ili sugestijama onima koji su učestvovali u istraživanju da poziv proslede dalje. Ukupno posmatrano, u oba uzorka pristiglo je 5202 odgovora.

## PODACI I VARIJABLE

Pitanja u upitniku bila su grupisana u 27 grupa i bilo je ukupno približno 120 pitanja u anketi. U ovoj analizi korišćeno je nekoliko varijabli.

1. *Proruska/prozapadna pozicija političkih partija i koalicija*. Ispitnicima je predloženo sledeće pitanje: “Često se čuje da veliki značaj u Srbiji ima politička podela između “PRO-RUSKE” i “PRO-ZAPADNE” strane. Gde biste pozicionirali svaku od sledećih partija na skali od 0 do 10, pri čemu 0 znači da je ta partija potpuno “PRO-RUSKI”, a 10 potpuno “PRO-ZAPADNO” orijentisana?”. Od ispitanika je traženo da pozicionira deset relevantnih političkih partija i koalicija. U ovoj analizi je pozicioniranje SNS, kao vodećeg kreatora unutrašnje i spoljne politike, imalo poseban značaj.

2. *Prorusko/prozapadno samopozicioniranje*. Nakon što bi ocenili poziciju deset partija, od ispitanika je traženo da se pozicioniraju na istoj skali pitanjem: “A gde biste sebe svrstali na istoj skali?”.

3. *Komentar o anketi*. Nakon svih pitanja, ispitanik je dobijao sugestiju/mogućnost da prokomentariše istraživanje u kome je učestvovao. Tekst pitanja je glasio: “Ovde se anketa završava. U polju ispod možete da navedete svoje komentare i sugestije u vezi sa ovom anketom”. U analizi su korišćeni doslovno formulisani odgovori ispitanika.

## OBRADA PODATAKA

Glavni deo obrade podataka sastojao se u kvantitativnoj analizi sadržaja komentara ispitanika. Primenjena je procedura tematske analize u kojoj su u odgovorima ispitanika identifikovane specifične teme koje su potom grupisane u induktivno formirane iscrpne i isključive kategorije odgovora. Odgovori ispitanika analizirani su klasičnim redosledom

koraka u tematskoj analizi (Braun & Clarke, 2006; Popadić i dr., 2018). Najpre je celokupan materijal dobro iščitao, potom su generisane inicijalni kodovi koji bi mogli biti od značaja za analizu, generisane su teme koje su potom revidirane, da bi onda na kraju bile definisane sadržinski i imenovane. Na taj način identifikovano je ukupno četiri glavne vrste tema (koje su u operacionom smislu predstavljene vrednostima četiri novokonstruisane binarne varijable) sa nekoliko bitnih potcelina unutar njih. Teme su u najopštijem smislu opisane u terminima valence, negativnosti ili pozitivnosti, što je kako relevantno sa stanovišta predmeta analize, tako i najmanji zajednički sadržalac nekoliko sadržinski raznovrsnih podtema unutar četiri opšte teme. U delu o rezultatima istraživanja ove varijable i kategorije biće detaljnije opisane i konkretno ilustrovane.

Definisane kategorije pokrivaju čitav semantički sadržaj odgovora ispitanika i svaki komentar ispitanika svrstan je u makar jednu kategoriju. U odgovorima ispitanika registrovano je/kodirano prisustvo *makar jedne* teme, što znači da je jedan isti odgovor mogao sadržavati više definisanih tema koje su nezavisno kodirane. Pojavljivanje jedne iste teme nekoliko puta unutar istog odgovora *nije* registrovano više puta. To sasvim konkretno znači da je maksimalno N na svakoj temi/varijabli jednako ukupnom broju ispitanika, tj. kreće se od 0 do, hipotetički, ukupnog broja ispitanika.

Podaci koji se odnose na pozicioniranje i samopozicioniranje na skali proruske/prozapadne orijentacije obrađivani su klasičnim metodama kvantitativne statistike.

## REZULTATI ISTRAŽIVANJA

### OPŠTI POKAZATELJI

Od ukupnog broja započelih ili popunjenih anketa, njih 879 sadrži komentar na za to predviđenom pitanju. Približno petina odgovora (17%) na ovo pitanje sadrži neki komentar, koji, kao što smo već naveli, spada u barem jednu od četiri glavne vrste tema: „pozitivne“, „negativne“, „neutralne“ i komentare „drugo/ostalo“ tipa. U daljem opisu posebnu pažnju posvetićemo onim temama koje su sa stanovišta problema ove analize od posebne relevantnosti. Najpre ćemo načelno opisati identifikovane vrste tema, a u drugom delu prikaza rezultata pozabavićemo se vezom datih komentara sa ideološkim orijentacijama ispitanica.



## POZITIVNI KOMENTARI

Deo ispitanika je na učešće u anketnom istraživanju na ovu temu pozitivno reagovao i te reakcije su dvojakog tipa. Tu najpre spada (1) *načelno odobravanje* koje se odnosi na različite uopštene pohvale ili čestitanja na kvalitetu ankete i njenom sadržaju, iskaze zahvalnosti na pozivu za učešće, pokazivanje zainteresovanosti za rezultate itd. Ukupno se javilo 172 takva odgovora (3% ukupnog broja ispitanika)<sup>6</sup>:

“Anketa je vrlo zanimljiva. Rado sam ucestvovao u anketi. Ako ih budete imali jos rado cu se odazvati.”<sup>7</sup>

“Jako zanimljiva anketa.”

“Moje poštovanje za ovu zanimljivu inicijativu. Pozdrav!”

“Svaka cast. Odlicno sondiranje javnog mnjenja!”

“Zanimljiva i sveobuhvatna anketa čija će analiza doneti još zanimljivije rezultate.”

“Bravo”

“Usrećilo bi me da podatke o ovom istraživanju mogu da vidim na nekom od sredstava javnog informisanja nakon obrade istih. Pozdrav :)”

Drugu vrstu reakcija ispoljava manji broj ispitanika (39 takvih odgovora, ispod 1% uzorka), često u kombinaciji sa opisanim uopštenim odobravanjem. Radi se o (2) *percepciji ispitivanja javnog mnjenja kao instrumenta za korekciju praksi političkih elita*. U ovom slučaju radi se o pomalo romanesknoj predstavi o *vox populi = vox dei* u doslovnom smislu te reči – glas naroda trebalo bi da ima presudnu ulogu u političkom procesu jedne zajednice. Anketno istraživanje populacije shvaćeno je kao oblik izražavanja subjektiviteta, opozitno nametanju mišljenja „odozgo“ i građanskom konformiranju i povodljivosti (što je, usput, blisko nekim određenjima samog pojma javnog mnjenja, videti Pantić & Pavlović, 2007). U takvim komentarima ističe se uverenost u važnost dolaska do podataka koji se mogu iskoristiti za kreiranje *evidence-based* politika, promenu nezadovoljavajućih političkih praksi ili, najbanalnije, načina saznavanja preovlađujućeg zadovoljstva građana i građanki na koje bi odgovorne političke elite trebalo da adekvatno reaguju. Anketno istraživanje viđeno je i kao

---

<sup>6</sup> Još jednom je važno da naglasimo da ukupno N u odnosu na koje su računati procenti nije ukupan broj odgovora, već ukupan broj ispitanika. Prikazane frekvence i procenite bi stoga trebalo interpretirati kao broj ispitanika koji konkretnu temu (makar jednom ili više puta) spominje u svojim komentarima, što ne implicira da spominju samo i jedino tu temu.

<sup>7</sup> Svi komentari koji će biti navođeni kao ilustracije će biti preneti u doslovnoj formi, uključiv i gramatičke i slovne greške koje oni povremeno sadrže, kao i vrstu korišćenog pisma, tj. ćirilicu ili latinicu.

vid brobe protiv cenzure, kao slobodna, necenzurisana zona u kojoj svako može iskreno reći šta misli:

“Drago mi je ukoliko sam doprineo objektivnom uvidu u socijalne i političke stavove građana Srbije.”

“Srećan sam što nas neko i dalje pita za mišljenje, narodu znači ovo istraživanje.”

“Bilo mi je zadovoljstvo što sam učestvovala u ovoj anketi, posto mi veoma nedostaju debate, rasprave i sučeljavanja različitih stavova o najvažnijim pitanjima i samo slusamo monologe vladara koji se do podne svadja sa samim sobom, a od podne sa citavim svetom.”

“Ankete, ovakvog tipa jesu dobre. Ali... trebali bi, nekako... dostavljati na uvid vlasti, kako bi saznali, pravo mišljenje šire javnosti, a... ne, kao što "prave" svoje ankete, od (primer) 100 ispitanika.”

“Hvala vam na tome što ispitujete stavove građana, bilo bi dobro da se oni uzmu u obzir i u rukovodjenju spoljnom politikom Srbije.”

“Добро би било да се резултати анкете јавно објаве, јер "доста је било" цензуре. Хвала Вам што бринете о обичним грађанима.”

“drago mi je da barem u internet anketi mogu slobodno, nadam se da je tako, izrazim svoje mišljenje.”

#### NEGATIVNI KOMENTARI

Drugu veliku, i u poređenju s pozitivnim komentarima, daleko brojniju skupinu odgovora čine teme kojima je zajednička neka vrsta negativnog odnosa prema anketnom istraživanju u kome se učestvovalo. Različite vrste nezadovoljstva i negodovanja zbog učešća ili sadržaja anketa možemo u najgrubljim crtama grupisati u tri glavne celine.

Prva se tiče *načelnog neodobravanja* realizovanog anketnog istraživanja, pod čime mislimo na iskazano nezadovoljstvo, kritiku ili prigovor koji ni na koji način nisu specifikovani niti konkretizovani. Najčešće se javlja u formi kratkih negativnih poruka. Bilo je ukupno 36 takvih reakcije (ispod 1% uzorka):

“Očajna”

“Moglo je i bolje”

“Anketa je malo suplja”

“Loša anketa.”

"Глупа су ти питања."

"ne vidim poentu ankete"

"Ништа спектакуларно."

"sve su ovo gluposti"

Druga vrsta negativnih reakcija odnosi se na specifične *metodološko-sadržinske zamerke*. Pod tim podrazumevamo kritikovanje ili ukazivanje na sadržinske "propuste" u samom upitniku ili na problematičnost nekog aspekta primenjene procedure tokom realizacije istraživanja. Ova vrsta komentara nije u fokusu trenutne analize, ali nosi velike i važne metodološke pouke u pogledu realizacije anketnog istraživanja putem interneta. Ovakvu vrstu primedbi mogli bismo smatrati nekom vrstom konstruktivne kritike ili informacija iz prve ruke sa "terena". Takvi komentari su makar jednim delom opravdani i smisleni i ukazuju na probleme na koje su ispitanici nailazili tokom odgovaranja na pitanja u anketi<sup>8</sup>. Zamerke se uglavnom odnose na *sadržaj i formu upitnika* (nejasne formulacije; nepotpune ponuđene odgovore; izostavljanje, po mišljenju ispitanika, bitnih alternativa; previše pitanja i slično) i pitanja *selekcije* ispitanika (pitanja anonimnosti ispitivanja, reprezentativnosti uzorka, specifičnog izbora konkretnog pojedinca itd.). Ovakvih komentara bilo je ukupno 251 (5%)<sup>9</sup>, što je ujedno i najbrojnija kategorija odgovora:

"Možda je posle pitanja trebalo dati mogućnost nekog komentara. Mnoga pitanja ostavljaju dilemu, jer odgovor ne mora biti baš kako je ponuđen. Veliki broj pitanja je pravi, ali dužina ankete će možda uticati da mnogi odustanu od ankete. "

"Pitanja su mogla da budu i bolje osmišljena, u nekim sementima konkretnija, u nekim sa više ponuđenih opcija, ili bar preciznija. Poslednja grupa pitanja (koja valjda ima za cilj da da psihološki profil "onoga ko je pristao na anketu") je vrlo nekorektna, tendenciozna i nepotpuna"

"Ima nejasnih pitanja tj ponudjwnih odgovora"

"Nadam sa da će anonimnost anketiranih biti sačuvana."

---

<sup>8</sup> U klasičnim anketnim istraživanjima, lice-u-lice tipa, ovakva vrsta povratne informacije od strane ispitanica veoma je retko dostupna ili se svodi na usputna zapažanja anketara o tome kako je situacija intervjuisanja protekla, te odatle i dodatna važnost ovih zapažanja.

<sup>9</sup> Ovde je važno skrenuti pažnju da su komentari često samo delom opravdani i to je pitanje koje ovde nećemo detaljnije pretresati. Ilustracije radi, dosta komentara ticalo se formulacije nekih pitanja iz skale autoritarnosti koja su ispitanici ocenili kao veoma neprimerena ili „loše“ formulisana, a radi se zapravo o standardnim, proverenim i prihvaćenim načinima ispitivanja ovog sociopsihološkog koncepta.

“Setite se nas koji smo deca iz mesanih brakova, imamo dve nacionalnosti i dve religije.”

“Niste ostavili opciju za sopstveni stav u određenim pitanjima već samo varijantu "ili-ili" na temelju čega ćete dobiti kvantitativan, ali ne i kvantitativan rezultat ankete.”

“Anketa bi imala smisla kada bi bila radjena na pijaci ili ulici. Oni koji koriste internet nisu presek stanja u drustvu.pozdrav”

“Nije mi jasno odakle vam moja adresa a samim tim ova anketa nije anonimna”

“Neka pitanja/izjave je trebalo jasnije formulisati.Niste koristili rodno senzitivni jezik uopšte.”

“Anketa je veoma opsirna ( smanjite broj pitanja). ”

“Kako planirate da obezbedite reprezentativnost uzorka”

“neka od pitanja navode me na sumnju da ste zaboravili da nam zatražite I foto kopiju licne karte”

Naposletku, registrovana je i još jedna vrsta negativnih reakcija koja je, međutim, daleko relevantnija sa stanovišta predmeta ove analize i predstavlja neke od glavnih podataka kojima ćemo u nastavku baratati. Za razliku od prethodnih zamerki koje se mogu prihvatiti kao “laičke” procene različitih aspekata realizacije anketnog istraživanja onlajn o kojima se može diskutovati, jedan skup reakcija predstavlja neku vrstu generalizovano negativnog stava prema smislu i svrsi anketnog istraživanja. Takva vrsta negativne ocene nije potkrepljena pozivanjem na neki sadržinski ili metodološki “propust” (ili on predstavlja samo povod), već sadrži razna “učitavanja”, “iščitavanja” sadržaja upitnika u novom, uglavnom ideološkom ključu. Ispitivanje javnog mnjenja viđeno je negativno, ali na vrlo specifičan način, kao aktivnost sa sasvim konkretnim ciljevima i svrhom koji su, po mišljenju ispitanica, prikriveni i sporni. Takve situacije ovde ćemo označavati sintagmom *negativna konceptualizacija*. Takvih odgovora bilo je ukupno 205 (4%). Teme koje su na taj način identifikovane zapravo ukazuju na to da se istraživanje javnog mnjenja konceptualizovalo kroz tri relativno koherentna narativa. Budući da ćemo o njima detaljnije govoriti u narednom odeljku, oni će tamo biti i detaljnije opisani i ilustrovani.

#### NAČELNI/NEUTRALNI KOMENTARI

Deo ispitanika daje komentar koji se ne tiče specifično samog istraživanja, što je u fokusu ove analize. U takvim situacijama iznose se izvesna načelna promišljanja koja su zapravo (dodatni) pokazatelj stavova iskazanih na ostatku ranijih pitanja u upitniku. Tavka

vrsta odgovora je stoga smatrana *neutralnim komentarima* i oni su to samo u pogledu odsustva iskazanog odnosa prema samom *anketnom* istraživanju. Ma koliko detaljna i obimna zapažanja ispitanika bila, oni ništa ili gotovo ništa ne govore o odnosu ispitanika prema samom istraživanju (iako mnogo mogu govoriti o njegovim političkim stavovima i njihovoj valenci). Ova grupa odgovora obuhvata razne vrste političkih filozofiranja, iskazivanja zabrinutosti zbog stanja u društvu, generalno ukazivanje na problematično stanje u društvu, upitanost nad daljim pravcima ličnog i društvenog razvoja i slično. Bilo je ukupno 190 takvih odgovora (4%).

“Naša zemlja jeste demokratska i jeste republika ali sitem i običaji koji se primenjuju u pozadini tih definicija odavno su prevaziđeni. Sa ovakvim stepenom funkcionalne obrazovanosti, krize morala i sistema vrednosti nisam začuđen da još uvek daju rezultate. I nisam protiv toga jer "demokratija je volja većine, pa i kada Aristotela i Sokrata nadglasaju tri pastira". Zabrinut sam jedino što sa takvim shvatanjem demokratije sve više postajemo zavisni i nekonkurentni čak i u okruženju, a nekmoli u odnosu na razvijeni svet.”

“Zdravstvo je i dalje užasno - doktore ne interesuje uošte zdravlje pacijenata samo novac - ne posvećuju se uopšte, 3 godine mi nije došlo rešenje da mi je stan uknjižen - znači katastrofa u sistemu rada Katastra, Hoću da SBB ubaci arena sport na TV-u, da se u Beogradu vrati brzina do 60 km na sat jer će da poginemo sa 50km - udariće me neko jer vozim presporo, mora kompletan sistem da se promeni da bismo živeli bolje - sitne male stvari koje olakšavaju život građana, nije sve u parama. Mora neko da se posveti unutrašnjim svakodnevnim stvarima a ova Brnabićka pojma nema”

“Srbija je zemlja beznađa, kao i sve zemlje u regionu. Možda je bolje jedino u Sloveniji?”

“Ova anketa mi je dala potreban predah od rada, ali me je opet bacila u anksioznost oko toga u kakvoj ce zemlji moja deca da zive kad odrastu, a svojski se trudim da o tome ne mislim jos uvek.”

“Državna uređenja : robovlasništvo, feudalizam, kapitalizam, socijalizam, ponovo kapitalizam i sada KRIMINALIZAM”

#### OSTALI KOMENTARI

Najzad, kategorija *ostali komentari* bila je rezervisana za preostale komentare koji su uglavnom uključivali pozdravne uzrečice ili konstataciju da nema nikakvih komentara. U ovu kategoriju svrstano je i nekoliko po smislu nejasnih konstatacija. Ukupno obuhvata 130 odgovora (2.5%).

“Nemam komentara!”

“Pozdrav iz Paraćina onome ko čita!”

“mislim da je ovo dovoljno od mene”

“Srećno!”

“HVALA ! “

“:)”

“NO comment”

“Hvala na pažnji.Laku noć”

“da te,..... pitaj.”

“x Još uvek smo živi!!! ;)”

“Nemam nikakvo mišljenje o tome, ali pitanje imam. Šta dobijate time, a šta mi? :).I.”

“И шта сад???”

## VIDOVI NEGATIVNE KONCEPTUALIZACIJE ANKETNOG ISTRAŽIVANJA

Kao što smo napomenuli, u fokusu ovog rada je jedna specifična grupa komentara koja je negativna po valenci, a sadržinski predstavlja specifične konceptualizacije istraživanja javnog mnjenja. Upravo ova vrsta odgovora mogla bi da bude pokazatelj ili strategija odbrane potencijalno ugroženog socijalnog identiteta. U odgovorima ispitanika identifikovana su tri glavna narativa o anketnom istraživanju:

1. *Anketno ispitivanje kao prosistemska delatnost.* Ispitivanje javnog mnjenja od strane jednog dela učesnika percipirano je kao oruđe u rukama vladajuće strukture kojima ona “opipava puls” javnosti pred neke važne političke odluke (npr. kao neformalni referendum o pitanju Kosova i Metohije); viđeno je kao deo već započete kampanje za naredne izbore, u skladu s čim je i ispitivanje pristrasno, „preskakanjem“ pitanja o samom A. Vučiću ili neispitivanjem mišljenja o najvažnijim takmacima vladajućeg SNS. Fakat je da bi ispitivanje javnog mnjenja, kao što su to neki građani i sami приметили (u pozitivnom smislu), trebalo da bude osnova za donošenje nekih važnih političkih odluka i u tome, da tako kažemo, nema ništa sporno. Ovde se, međutim, radi o tome da je takva orijentacija, po mišljenju ispitanika,



prikrivena – neki i konstatuju da su istraživači „provaljeni“, da im je „sve jasno“, da su neka pitanja „podmetnuta“, rečju, da se do mišljenja građana želi doći „na kvarno“:

“Ispituje AV AV da li sme da izda Kosovo? “

“Opipavate puls za referendum o otcepljenju i priznavanju Kosova Ako....ako. . . .jako me zanima kako ce se to završiti na kraju“

“Lici mi na pripremu za referendum o KiM. “

“Verujem da ovo opipavanje pulsa naciji je politicki motivisano a ne cisto istrazivacki,nadam se da ce anketa dati prave smernice vladajucoj koaliciji,gde bi mogli da poprave greske koje su nacinjene ovom napacenom narodu u suprotnom lose vam se pise izdajnici SRPSKOG naroda!!!! Srdacan pozdrav ZIVELA SRBIJA“

“Iako je ovo namenjeno za spremanje propagande za buduće izbore, dobili ste odgovore, j\*\*\*\*a vas i EU i Rusija i NATO i kompletna politička scena napravljena od raznih službi bezbednosti...Želim vam prijatan dan! “

“Anketa je pogranično debilna. Izbor je obojen stranački i pitanja su donekle nepismena. Izostavili ste stranku Vuka Jeremića, verovatno namerno, jer je jedini ozbiljni konkurent Vučiću. Neću vas preporučiti dalje. “

2. *Anketno ispitivanje kao instrument manipulacije i zamajavanja građana.* Kao što je gore već spomenuto, nema inherentno ničeg lošeg u sondaži raspoloženja građanki jedne zajednice koja bi poslužila kao osnov za kreiranje politika. Neki ispitanici su, u gornjem slučaju, u tome videli skrivene namere, ali čak i kada identifikuju da javno mnjenje može/treba da služi za korektiv političke prakse, to je po njima sporno i upitno jer stanje koje će biti prikazano nije ono koje je realno, već su odgovori unapred poznati. U tvoj konceptiji, ispitivanje javnog mnjenja posmatra se kao delatnost koja za rezultat ima legitimaciju već unapred definisanih odluka. Situacija je pomalo “kao da” prirode (kao da nekog stvarno zanima šta narod misli), jer će podaci ionako biti tendenciozno i pristrasno analizirani; onaj ko je poručio anketu (što je, usput, pitanje koje ispitanici često postavljaju), “poručio” je i odgovore koje želi da dobije i koje će, po uverenju građanki, i dobiti. Sve i da nije tako, radi se o zamajavanju (pa i dodatnoj polarizaciji ili, paradoksalno, po rečima jedne ispitanice „politizaciji građana“), jer su ankete ovog tipa nekorisna stvar, s “promašenim temama” i bez pitanja o stvarima koja su zaista bitna, uludo trošenje sredstava itd. Ovakva vrsta promišljanja antiteza je ranije spomenutoj pozitivnoj percepciji javnomnjenjskog ispitivanja kao vida

ispoljavanja građanske i političke agencnosti i *de facto* produžena ruka rezonovanja u terminima anketiranja kao prosistemske delatnosti:

“Anketa je sugerirala određene stavove, kao da želite potvrditi neke postojeće (mozda vase, ili partijske) tvdnje. Neki stavovi nisu crno-beli, nego za razgovor.”

“Nadam se da rezultate ankete nećete izvrnuti tako da opravdavaju neki vaš stav.”

“Anketa je očigledno poručena. Na mestima gde ne želim da odgovorim nema polje "nešto drugo" što je vrlo bitno u ovakvoj anketi ukoliko se želi zaista sagledati pravo stanje u zemlji. Ukoliko služi samo da bi sutra glavnokomadujući objavio neki rezultat, anketa nije ni trebala.”

“Objavite STVARNE rezultate, mooolim Vas, bez obzira šta kome odgovara. Ili makar nekako naznačite da je izvesnim strukturama naređeno (uz pripadajući, dabome, sendvič) da isklikću šta već treba da bude rezultat.”

“Neka pitanja imaju "built in" pretpostavke. Da citiram jednog sumnjivog politicara "Da li vasi roditelji znaju da ste peder?"

“Neke pitanja nisu dovoljno dobro odmerena, ili nije dato dovoljno mogućnosti za izbor odgovora. Negde je dato više mogućnosti za izbor, čak i da se odgovori drugačije od ponuđenih mogućnosti, što je dobro. Negde ne, ito kod važnih pitanja, ili obaveznih. To znači da se nije se želeo dobiti drugačiji odgovor od ponuđenih, to nije za pohvalu.”

“Ova anketa je očigledno tendenciozna, politička i vidi se da nije vezana za realnu kritiku sistema u Srbiji, čak ni za realna očekivanja, već više za realnu procenu javnog mnjenja u Srbiji i eventualno za donošenje nekih budućih odluka ili procena realnosti istorijske situacije.”

3. *Anketa kao ideološki obojena delatnost.* Najzad, mogle su se čuti i konstatacije o tome da je čitava postavka ankete ideološki obojena, i na jedan i na drugi način, i kao proruska, ali i sa snažnim EU pretenzijama. Još jednom, samo u nekom drugom smislu, javnomnjenjsko ispitivanje percipirano je gotovo kao subverzivna delatnost koja, eto, retkima, nije promakla, pa su “provalili o čemu se radi”, “odala su Vas neka pitanja” itd. Ovde smo uključili i odgovore koji nisu eksplicitne konstatacije o ideološkoj pristrasnosti kreatora ankete, već više indirektno reakcije na neke aspekte sadržaja ili forme upitnika koji su provocirali određenu vrstu “kontra” ili “odbrambeno” ideološkog odgovora. U takvim situacijama, radi se o nekoj vrsti patriotskog, antiglobalističkog ili antiimperijalističkog prigovora (ili pak antirusko/antiistočnjačkog komentara) koji su sadržajem upitnika provocirani. Nije nam, dakle, bio cilj da generalno

identifikujemo stavove ili ideološke orijentacije ispitanika (koji, ponovimo, ne moraju nužno ništa govoriti o odnosu prema samom istraživanju i uključeni su u ranije opisanu grupu *neutralnih komentara*), već da registrujemo one slučajeve koji imaju jasne proruskе ili prozapadne reference ili su reakcija na upitnik ili neki njegov deo koji je jasno dat iz neke od tih pozicija. U takvom referentnom okviru, načini formatiranja upitnika nisu ideološki neutralne, „zanatske“, pa i arbitrarne istraživačke odluke, a korišćenje tvrdnje i pitanja nisu standardni načini ispitivanja određenih koncepata i varijabli. Ništa nije slučajno, za one koji to umeju da vide i pročitaju između redova. Naprotiv, korišćenje latiničnog pisma je „podmetnuto podržavanje“ nečega i ugrožavanje nacionalnog identiteta, a evaluativne tvrdnje namenjene ispitivanju stavova prema ovome ili onome, s kojima se neko može u manjem ili većem stepenu slagati, postaju „tačne“ ili „netačne“ (što nikako ne mogu biti):

“Nekako sam stekao utisak da je autor ankete eu lobista. “

“На почетку анкете мислила сам да је тема однос ЕУ и Русије, али касније се видело да опипавате пулс јавог мњења везано за нато и ЕУ. ЕУ - можда, нато - НИКАДА. “

“Неке tvrdnje u anketi su potpuno netačne, poput "EU je danas saveznok i prijatelj Srbije" pa je teško odgovoriti od kolike je to važnosti za naklonjenost prema EU. To može biti važno samo onima koji su, zavedeni propagandom, ubeđeni da je to tačno. “

“Анкета је "онако" - "еу- ропска". Налетае на "њу" случајно. Има и "добрих места" - али и оних која су "шупља". Али, дадо "допринос".”

“Neprecizna i uopstena anketa sa ociglednim naglaskom ka simpatijama za Rusiju.”

“Puno pitanja gde ne može da se da adekvatan odgovor. Nikoga nisam ubio a eu I angloamerički zlikovci, su ubili Srbiju Zato im želim što brži kraj!!!!”

“Protivustavno i sramotno je pitanje da li Kosovo treba da ostane deo Srbije! Uvek je bilo i ostace srbsko! Dace Bog da tako ostane! Veliki pozdrav i svako dobro od Boga!”

“Za posruće Srbije je kriv loš sistem, on mora da se dubinski reformiše, pa krive u društvu mogu da krenu u pravom pravcu. Potrebno je fundamentalno uvođenje reda. Srbija treba da se ugleda na uspešne države na Zapadu, ne na trule sisteme na Istoku.”

“Никад у ЕУ и НАТО! Срби и Руси браћа заувек!”

“Sami smo krivi za svoje nedaće, a ne EU ili NATO!!!!”

“Rusija je primitivna nacionalistična državna tvorevina koja stvara ratne sukobe na osnovu etničke pripadnosti, nemamo čemu da se nadamo od nje sem rata. Evropska Unija i NATO su veliki deo razloga zašto u Evropi nema više rata posle Drugog Svetskog. Mir i miran

suživot su preduslovi za napredak i blagostanje. Zarad bolje budućnosti ili zapravo bilo kakve budućnosti treba da se odrekemo politike nacionalizma i identiteta i da budemo deo ujedinjene Evrope. Jugoslavija je raspala zbog nacionalizma, što više se vežemo za nacionalizma to ćemo se više cepati i rasipati. Identitet ne može biti sam po sebi cilj.”

“Питајте се шта ви са овом анкетом подметнуто подржавате постављајући је на писму које није српско, а питања се односе на Србију. “

“Зашто сам учествовала? Волим да се зна да волим Србију, браћу Русе и презирем сатанистички запад...”

## POVEZANOST PRORUSKIH I PROZAPADNIH STAVOVA I PERCEPCIJE JAVNOMNJIENJSKOG ISTRAŽIVANJA

U više navrata spomenuli smo da je kvantifikacija podataka dobijenih analizom sadržaja samo uslovna. Ovde ćemo to još jednom ponoviti, ali i pokušati da podatke dobijene na nivou analize sadržaja komentara dovedemo u vezi sa proruskom ili prozapadnom orijentacijom ispitanice. Najpre ćemo se pozabaviti odnosom ideološke orijentacije ispitanika i valence komentara, a potom ćemo komentare dovesti u vezu sa opaženom distancom sopstvene ideološke pozicije od pozicije trenutno vodeće političke stranke, SNS.

### VALENCA KOMENTARA I IDEOLOŠKA POZICIJA

Podsetimo da smo krenuli od pretpostavke da će među onima koji komentarišu biti više ispitanica koje imaju izraženije stavove, tj. nalaze se na krajevima skale proruske ili prozapadne orijentacije. Drugim rečima, među onima koji su na različite načine bili negativno nastrojani prema istraživanju trebalo bi da bude više onih sa ekstremnim ideološkim orijentacijama. Trend je jednim delom sasvim u skladu sa tim očekivanjima. Grafik 1 prikazuje procenat pozitivnih i negativnih komentara<sup>10</sup> koje daju ispitanici na različitim tačkama ideološke dimenzije.

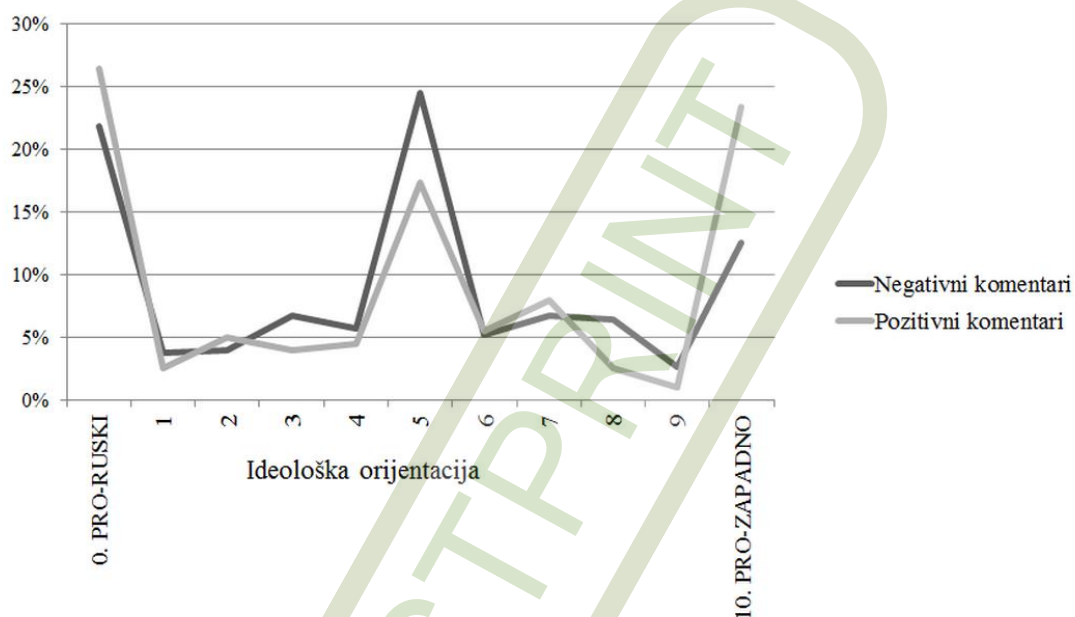
Ukoliko se podaci prikazani na grafiku tek i ovlaš pogledaju, jasno je da su među onima koji obe vrste komentara najčešće daju upravo najvatreniji zagovornici proruske (na njih otpada 26% pozitivnih; 22% negativnih komentara<sup>11</sup>) ili prozapadne ideološke pozicije (23% pozitivnih; 13% negativnih). Ono gde prikazani podaci postaju složeniji jeste činjenica da su

<sup>10</sup> Pozitivni komentari uključuju ranije opisane kateogije načelnog odobravanja i percepcije javnog mnjenja kao mehanizma za korekciju praksi političkih elita; negativni komentari uključuju kategorije načelno neodobravanje, metodološko-sadržinske zamerke i negativne konceptualizacije.

<sup>11</sup> I u ovom, i u svim kasnijim slučajevima, procenti su računati u odnosu na ukupan broj komenatara.

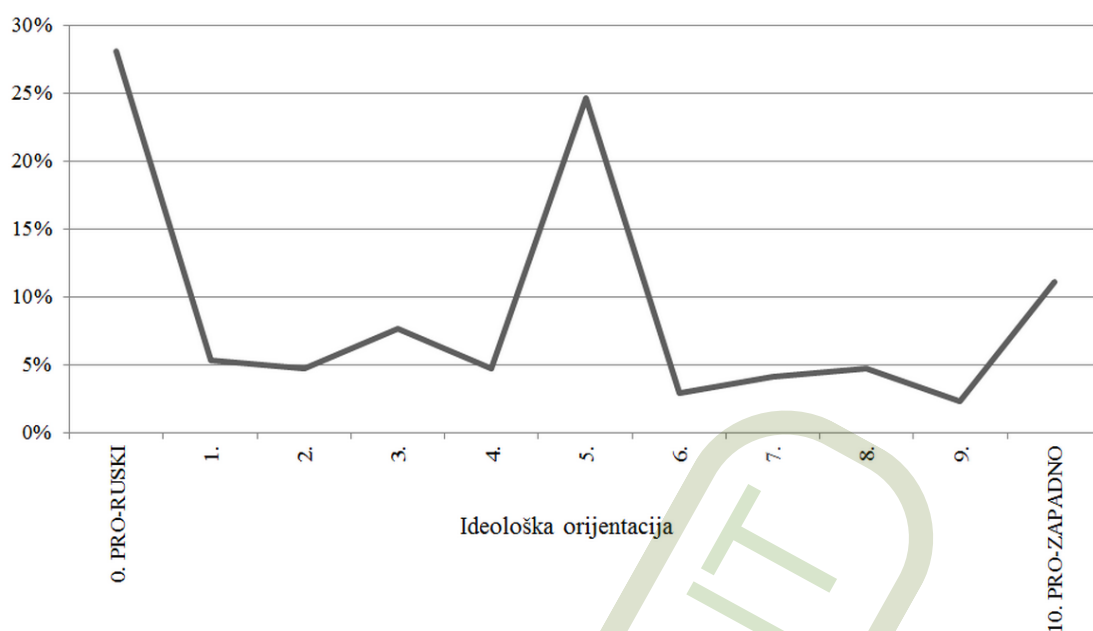
oni koji se pozicioniraju na sredini skale jednako reći (17% pozitivnih; 24% negativnih) kao i njihovi ideološki investirani sugrađani. Dimenzija putem koje je ova ideološka orijentacija operacionalizovana je s neparnim brojem podeljaka i to bipolarna, što otvara pitanja razumevanja pozicioniranja na toj središnjoj, “nultoju” tački. Vratićemo se ovom pitanju u diskusiji, ali valja odmah skrenuti pažnju na to da bi ovu tačku pre trebalo shvatiti ne kao umerenu poziciju između ekstrema, već kao neutralnu/neodređenu, „ni tamo, ni amo“ poziciju.

*Grafik 1. Procenat negativnih i pozitivnih komentara koje daju ispitanici različite ideološke orijentacije*



Veza ideološke orijentacije i komentara trebalo bi da je posebno izražena u vezi sa onom vrstom komentara koju smo nazvali negativnim konceptualizacijama. Takva vrsta komentara mogla bi biti neka vrsta strategija odbrane ugroženog socijalnog identiteta i potvrda da se očuva ili osnaži njegova pozitivna priroda, što se, između ostalog, može postići ispoljavanjem animoziteta prema onim ideološkim “drugima”, ili ponavljanjem zapaljivih parola kojima se favorizuje sopstvena ideološka grupa/pozicija. Na Grafiku 2 prikazani su podaci o tome kakva je ideološka pozicija onih koji daju neki od odgovora ovog tipa (premali broj slučajeva u svakoj od tri grupe nije dozvoljavao mogućnost njihove odvojene analize).

Grafik 2. Procenat negativnih narativnih komentara koje daju ispitanici različite ideološke orijentacije



Iznova vidimo isti trend. Krivulja distribucije ima tri vrhuške – jednu na krajnjem levom kraju dimenzije, drugu na sredini i treću, ovog puta nešto “nižu”, na krajnjem desnom kraju. To nam govori da su od ukupnog broja negativnih konceptualizacija najveći broj njih dale tri grupe ispitanika: oni koji su izrazito proruski orijentisani (28%), oni koji su neutralni (25%) i oni koji su izrazito prozapadni orijentisani (11%). Možda je najrečitija ilustracija ove preraspodele komentara podatak da dve trećine komentara koji odražavaju negativnu konceptualizaciju javnomnjenjskog istraživanja daje mali broj ispitanica (onih na krajevima dimenzije i na središnjoj tački ukupno je malo više od trećine uzorka, 37%).

#### VALENCA KOMENTARA I IDEOLOŠKA DISTANCA OD VLADAJUĆE PARTIJE

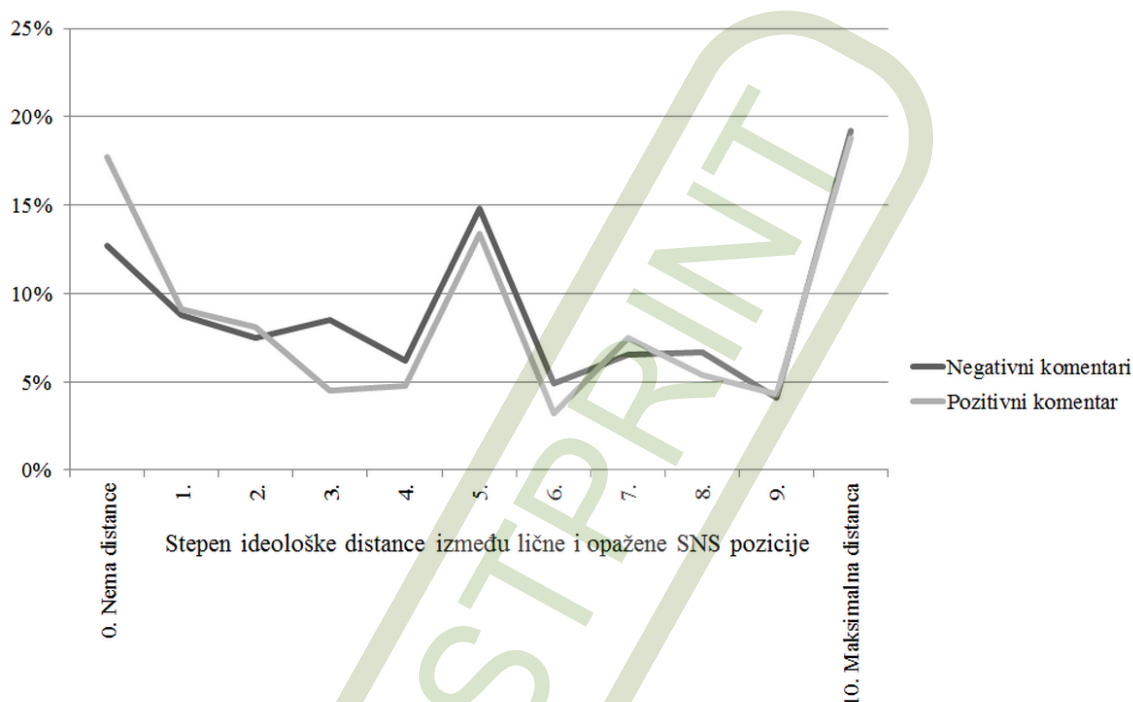
Drugi element za koji smo pretpostavili da bi mogao igrati sistematsku ulogu jeste opaženi nesklad između lične ideološke pozicije i one pripisane trenutno vladajućem SNS. Pretpostavka je da bi ispitanice koje opažaju veliku distancu u tom smislu mogle biti posebno izložene ugrožavanjima ideološke identifikacije u jednom hroničnom smislu, budući da su građanke zajednice na čijem čelu je politička partija koja deluje u skladu sa opozitnim ideološkim uverenjima i normama. Iako bi i pitanje smera, a ne samo apsolutne razlike između sopstvene i SNS ideološke pozicije imale teorijsku relevantnost, ovde smo se pozabavili



distribucijama pozitivnih i negativnih odgovora i negativnih konceptualizacija samo s obzirom na distancu u apsolutnom smislu.

Trend koji se može uočiti donekle je sličan onom već opisanom na prethodna dva grafika. Procenat i negativnih i pozitivnih komentara u celini “štrči” na tri mesta na ideološkoj dimenziji – na krajevima distribucije i na nultoj tački (Grafik 3). Levi kraj distribucije je nešto sravnjeniji nego inače, ali je multimodalni oblik distribucije i dalje lako identifikovati.

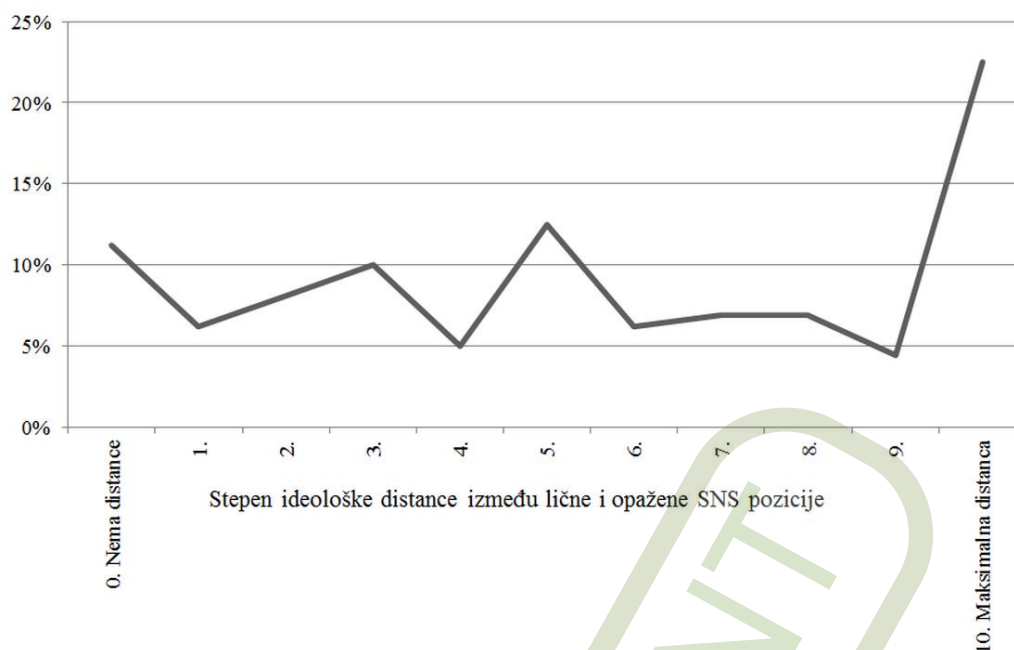
Grafik 3. Procenat pozitivnih i negativnih komentara koje daju ispitanici s obzirom na ideološku distancu od vladajuće SNS



U vezi sa negativnim konceptualizacijama (Grafik 4), tipični vrhovi distribucija nisu tako izraženi kao u prethodnim slučajevima, ali je glavni zaključak svakako taj da je među onima koji daju makar jednu negativnu konceptualizaciju daleko najviše onih koji opažaju maksimalnu razliku između sopstvene i SNS ideološke pozicije.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Dok u analizi veze lične ideološke pozicije i datih komentara nije bilo osnova da se pretpostavlja neki tip linearne veze, u vezi sa opaženom distancom takve pretpostavke mogu imati opravdanje. Mogli bismo, recimo, pretpostaviti da negativne komentare generalno ili negativne konceptualizacije češće daju oni koji su, po sopstvenim procenama, ideološki udaljeniji od vladajuće partije, mada su takve kalkulacije i dalje otežane usled ranije opisanih procedura kvantifikacije. U svakom slučaju, pokazuje se da je veza stepena ideološke distance i davanja negativnih komentara generalno neznačajna ( $r = .03, p = .08$ ), a sa negativnim konceptualizacijama značajna, ali vrlo niska ( $r = .05, p < .05$ ).

Grafik 4. Procenat negativnih narativnih komentara koje daju ispitanice različitog stepena ideološke udaljenosti od SNS



## ZAKLJUČNA RAZMATRANJA: ISPITIVANJE STAVOVA ILI NJIHOVA (DODATNA) POLARIZACIJA?

Analizom slobodno formulisanih komentara ispitanica o anketnom istraživanju u kome su učestvovala, izdvojena su četiri tipa komentara: *pozitivni*, *negativni*, *neutralni* i *ostali* komentari. Unutar grupe pozitivnih i negativnih komentara, izdvojeno je nekoliko bitnih podtema, a poseban značaj pridat je jednoj grupi negativnih komentara koji su definisani kao negativne konceptualizacije anketnog istraživanja. U analizu se krenulo od pretpostavke da bi ovakve vrste reakcija mogle biti manifestacije pretnje identitetu kod ispitanika s izraženim proruskim i prozapadnim identitetom. Rezultati su ukazali na to da su, zaista, među onima koji daju negativne komentare, posebno one iz grupe negativnih konceptualizacija, disproportionalno češće zastupljeni ispitanici „ekstremnih“ ideoloških gledišta; ujedno i oni koji svoju ideološku poziciju na ovoj dimenziji opažaju kao bitno udaljenu od trenutno vladajuće SNS.

Izložene analize ukazuju nam na nekoliko važnih zaključaka.

Pre svega, iako to nije u fokusu ove studije, vredi skrenuti pažnju na onu vrstu komentara koju smo ovde zvali metodološko-sadržajskim primedbama na upitnik. Ta vrsta komentara retko se u anketnim istraživanjima od ovako velike skupine ispitanika može čuti i

stoga nudi vrlo korisne metodološke pouke za realizaciju internet istraživanja, pa i anketnog istraživanja u celini. Čini se da se one mogu sažeti u tri glavne preporuke.

Prva se tiče *forme upitnika*. Budući da su takve stvari relativno lako izvodljive, a od strane ispitanica često zamerane, upitnici bi mogli biti nuđeni u dvojezičnom (latinica ili ćirilica formatu), u muškoj i ženskoj varijanti. Na taj način bi odluka o korišćenju ove ili one verzije upitnika bila na samoj ispitanici, čime bi se prevenirao bilo kakav negativan sentiment tim povodom.

Druga stvar tiče se, uopšteno rečeno, *sadržaja upitnika*. Koliko realizacija anketnog israživanja onlajn ima prednosti, toliko veliki problem jeste odsustvo bilo kakve uvremenjene povratne informacije za same ispitanike u pogledu pitanja koja bi eventualno mogao imati, a koja se rutinski rešavaju u situaciji uživo (npr. šta znači neka reč? zašto su neke formulacije ovakve ili onakve?). Iz tog razloga, važno je biti maksimalno jednostavan u formulacijama, izbegavati bilo koju vrstu stručnjačke greške (Popadić et al. 2018) – pretpostavljati da ispitanica zna nešto što ne zna – a gde god je to smisleno dati mogućnost komentaranja odgovora ili biranje više odgovora među ponuđenim. To bi ispitanicima dalo mogućnost ne samo da adekvatno izraze svoj stav, nego i da u nekim situacijama ukažu na fenomene koji mogu imati izraziti teorijski značaj, poput postojanja višestrukih nacionalnih ili partijskih vezanosti na koje su ukazali neki učesnici studije, a koja tipično nije moguće iskazati pitanjima s definisanim brojem mogućih odgovora.

Treće, i poslednje, tiče se *garancija anonimnosti* u koje su neki ispitanici imali sumnje. Dobar deo ispitanika biran je tako što je njihova i-mejl adresa nasumično odabrana iz skupine velikog broja adresa. To zaista može pobuditi sumnju u anonimnost sprovedene procedure, što implicira potrebu da se detalji selekcije ispitanika (nasumičan izbor) i baratanja podacima (poverljivi i anonimizovani + grupno analizirani) detaljno pojasne, poželjno i na početku i na kraju ankete.

Sve navedeno svakako je povezano i sa onim, sa stanovišta ove studije, važnijim zaključcima. Među ispitanicima koji su davali negativne komentare, daleko učestalije javljali su se ispitanici s krajeva dimenzije proruska/prozapadna orijentacija. U ovu analizu krenuli smo sa idejom da će to biti slučaj, pretpostavljajući da se radi o manifestaciji pretnje socijalnom identitetu izazvanoj izlaganjem konstatacijama koje preispituju usvojena rusofilna ili evrofilna gledišta. Pažljivoj čitateljki neće sigurno promaći opasnost od cirkularnosti u zaključivanju – pretnja identitetu vodi češćem davanju (negativnih) komentara, a o pretnji identitetu zaključujemo upravo na osnovu istih tih komentara. U idealnom slučaju bismo pretnju identitetu registrovali na neki drugi način, iz nezavisnog izvora, pa o tome sudili, ali takva

razmatranja idu van okvira ove analize. Ovde ćemo se zadržati na, čini se, nespornoj konstataciji da izraženost ideološke orijentacije ima veze sa sklonošću da se istraživanje u kome se učestovalo komentariše, pretežno negativno, i da se percipira na sasvim specifičan način. Zašto bi to bio slučaj? Jedna moguća pretpostavka je da se radi o spomenutoj pretnji identitetu, i to nam u ovom slučaju izgleda kao sasvim razumna pretpostavka. Ako se za trenutak zapitamo zašto bi neka osoba koja je svojevolejno pristala da petnaestak minuta svog života žrtvuje za nauku tako što će odgovoriti na onlajn upitnik, u polje za komentar upisala zapaljive patriotske parole („Dogodine u Prizrenu!“ ili „Smrt NATO“), ova linija rezonovanja o „povređenom“ identitetu i potrebi da se on pozitivno osnaži ima svoju logiku. Ako je ta situacija pritom češća kod onih koji su intenzivno na jednom ili drugom kraju ideološkog spektra, tim pre. Ili, sa druge strane, sasvim je razumljivo da neko kome prorуска ili prozapadna pripadnost nije od prevelikog značaja nema potrebu da se tako ponaša<sup>13</sup>.

Šta god da je posredi, postavlja se pitanje zašto je to sa stanovišta ispitivanja percepcija EU i Rusije u javnosti Srbije uopšte bitno? Ako pretpostavimo da su na delu opisani fenomeni, s pravom možemo postaviti pitanje da li ispitivanjem stavova prema temama od velikog simboličkog značaja stavove ispitujemo ili dodatno polarizujemo. Ispitanica izložena pitanjima koja, kako su neki i sami isticali, smatraju „netačnim“ (čitaj: sa kojima se duboko ne slaže), može biti isprovocirana da reaguje i da bude još čvršće na pozicijama na kojima inače stoji, tj. da iskaže intenzivnije stavove od onih koje bi iskazala u manje „pretećoj“ situaciji. Za sada možemo samo pretpostaviti da bi se u toj polarizaciji stavova ogledao sistematski uticaj preispitivanjem simboličkih tema izazvane pretnje; detaljnija provera ove teze zahtevala bi dodatne analize koje na postojećim podacima nisu moguće, te čeka neka buduća istraživanja. Posledična metodološka pouka mogla bi se ogledati u strategiji randomizacije relevantnih skupina tvrdnji ili pojačavanja legitimacije drugačijih gledišta u instrukcijama koje ispitanici tipično dobijaju kod osetljive skupine pitanja. Utisak je i da je davanje mogućnosti ispitanicima da se osvrnu na istraživanje od velike važnosti jer je to idealna prilika da kažu sve ono što im je na umu i da se taj proces učesća u anketi na pravi način zaokruži i završi.

Dobijeni podaci bitni su i u još jednom smislu. Činjenica da, najopštije govoreći, proruske i prozapadne teme, istočnjački i zapadnjački diskurs, izazivaju povremeno i veoma intenzivne emotivne reakcije, ukazuje da to da je kod dobrog dela građanki Srbije ova tema prepoznata kao (i dalje) relevantna, da su građani diferencirano pozicionirani, a izvesne razlike

---

<sup>13</sup> Kao što bi komentari poput navedenih kod ispitanica koje su jednako „ekstremne“ u svojim ideološkim pozicijama bili malo verovatni u anketnom istraživanju drugačijeg sadržaja (npr. o reformi zdravstva), tj. onom u čijem središtu su teme irelevantne za identitetska određanja u ovom, ideološkom smislu.

među političkih partijama u tom pogledu percipirane. Sve to govori da ova tema i dalje ima veliki potencijal da bude određujući faktor izbornog ponašanja, što je donekle u neskladu sa, čini se, preovlađujućim mišljenjem u javnosti i među analitičarima.

Prikazani podaci imaju i neke opštije implikacije. Kao što citat iz naslova ovog poglavlja konstatuje, među dobrim delom ispitanika preovladava ubeđenje da je istraživanje koje je neko naručio *ipso facto* pristrasno u korist naručioca. Iako su čudni putevi naručiočevi kojim se takva očekivanja mogu i ostvariti, takav stav ukazuje na krizu nepoverenja koja, inače hronično prisutna u odnosu prema gotovo svim bitnim institucijama države i društva, svoje pipke sada širi i na naučne institucije. (Nepoverenje svakako podgreva i izražena antiintelektualistička klima, ne samo kod nas, već i šire.) Moguće je, dakle, da su negativni komentari delom posledica i generalnog trenda depolitizacije i privatizacije života koji je na našim prostorima čest nalaz empirijskih istraživanja (videti npr. Spasić, 2013; Fiket, Pavlović & Pudar Draško, 2017); drugim rečima, negativne reakcije dela građana mogle bi biti izazvane opštim sadržajem ankete, tj. političkim temama koje su im mrske. U tome možda leži i potencijalno objašnjenje govorljivosti građanki koje nisu ni za Istok ni za Zapad (onih na centralnoj tački ove ideološke dimenzije), te samim tim njihov negativitet nije manifestacija pretnje identitetu, već *deideologizovanog* (barem u ovim terminima) negativnog odnosa prema politici generalno i/ili prema preovlađujućim političkim elitama u Srbiji i na rejtingu zasnovanim politikama.

U jednom sasvim praktičnom smislu, ovakva gledišta građane mogu demotivisati da u anketnim istraživanjima učestvuju, a da, kada učestvuju, u svojim odgovorima budu neiskreni i površni, te da samim tim potvrde ono što sami o anketnom istraživanju u startu misle. Čini se da ima i više od toga. Građani po panoptičarskom modelu počinju da se ponašaju onako kako u bitnim aspektima nedemokratski režim od njih očekuje da se ponašaju i pretpostavljaju da su pod stalnom prismotrom koja, iz te perspektive, uključuje i javnomnjenjska sondažna propitivanja, što ih čini dodatno nepoverljivim i pasivnim.

Naposletku, ne bi trebalo izgubiti iz vida da sve rečeno primarno važi za *manjinu* onih koji su u ovom anketnom istraživanju učestvovali; podsetimo da je analiza bazirana na približno petini građanki koji su dali bilo kakav komentar na za to predviđenom pitanju. To delom može ublažiti pesimističnost istraživačke perspektive kada se nalazi koji su ovde izloženi uzmu u obzir. Ipak, manjinsko gledište nikako ne umanjuje značaj nekih vrlo bitnih trendova i fenomena koji su u javnom mnjenju identifikovani. Ako makar i među manjinskim, ali i dalje značajnim brojem građana preovlađuje uverenje da *vox populi* nije *vox dei* već *servorum dei*, ne samo da će anketna istraživanja postati manjkava, već će takva biti i

demokratska zajednica građana i građanki koji su lišeni ili sami sebe lišavaju jednog važnog kanala za iskazivanje agencnosti i subjektiviteta, čime sami sebe guraju u ulogu podanika.

## LITERATURA

- Anderson, B. A., Silver, B. D., & Abramson, P. R. (1988). The effect of race of the interviewer on race-related attitudes of black respondents in SRC/CPS National Election Studies. *Public Opinion Quarterly*, 52(3), 289-324.
- Birnbaum, M. H. (2004). Methodological and ethical issues in conducting social psychology research via the Internet. In C. Sansone, C. C. Morf, & A. T. Panter (Eds.), *Handbook of methods in social psychology* (pp. 359-382). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Branscombe, N. R., & Wann, D. L. (1994). Collective self-esteem consequences of outgroup derogation when a valued social identity is on trial. *European Journal of Social Psychology*, 24(6), 641-657. DOI: 10.1002/ejsp.2420240603
- Braun, V., & Clarke, V. (2006) Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77-101. DOI: 10.1191/1478088706qp063oa
- Campbell, B. (1981). Race-of-interviewer effects among southern adolescents. *Public Opinion Quarterly*, 45, 231-244. DOI: 10.1086/268654
- de Leeuw, E., Hox, J., & Dillman, D. (Eds.) (2008). *International handbook of survey methodology*. New York: Lawrence Erlbaum.
- Ellemers, N., Spears, R., & Doosje, B. (2002). Self and social identity. *Annual Review of Psychology*, 53, 161-186. DOI: 10.1146/annurev.psych.53.100901.135228
- Fiket, I., Pavlović, Z., & Pudar Draško, G. (2017). *Političke orijentacije građana Srbije: kartografija nemoći*. Beograd: Friedrich Ebert Stiftung.
- Flores-Macias, F., & Lawson, C. (2008). Effects of interviewer gender on survey responses: Findings from a household survey in Mexico. *International Journal of Public Opinion Research*, 20(1), 100-110. DOI: 10.1093/ijpor/edn007
- Nadler, A., Harpaz-Gorodeisky, G., & Ben-David, Y. (2009). Defensive helping: Threat to group identity, ingroup identification, status stability, and common group identity as determinants of intergroup help-giving. *Journal of personality and social psychology*, 97(5), 823-834. DOI: 10.1037/a0015968
- Nestle, M. (2018). *Unsavory truth: How food companies skew the science of what we eat*. New York: Basic Books.
- Norenzayan, A. & Schwarz, N. (1999). Telling what they want to know: participants tailor causal attributions to researchers' interests. *European Journal of Social Psychology*, 29(8), 1011-1020. DOI: 10.1002/(SICI)1099-0992(199912)29:8<1011::AID-EJSP974>3.0.CO;2-A
- Paulhus, D. L. (1991). Measurement and control of response bias. In J. P. Robinson, P. R. Shaver, & L. S. Wrightsman (Eds.), *Measures of personality and social psychology attitudes* (pp. 17-59). San Diego, CA: Academic Press.
- Pantić, D., & Pavlović, Z. (2007). *Javno mnjenje – koncept i komparativna istraživanja*. Beograd: Friedrich Ebert Stiftung i Institut društvenih nauka.
- Popadić, D., Pavlović, Z., & Žeželj, I. (2018). *Alatke istraživača: metodi i tehnike istraživanja u društvenim naukama*. Beograd: Clío i Institut za psihologiju.
- Reips, U. D. (2002). Standards for Internet-based experimenting. *Experimental Psychology*, 49, 243-256. DOI: 10.1026/1618-3169.49.4.243
- Rosenthal, R., & Jacobson, L. (1968). *Pygmalion in the classroom: Teacher expectation and pupils' intellectual development*. New York: Holt, Rinehart and Winston.



- Scheepers, D., & Ellemers, N. (2005). When the pressure is up: The assessment of social identity threat in low and high status groups. *Journal of Experimental Social Psychology*, 41(2), 192-200. DOI: 10.1016/j.jesp.2004.06.002
- Spasić, I. (2013). *Kultura na delu*. Beograd: Fabrika knjiga.
- Steele, C. M., Spencer, S. J., & Aronson, J. (2002). Contending with group image: The psychology of stereotype and social identity threat. *Advances in Experimental Social Psychology*, 34, 379–440. DOI:10.1016/S0065-2601(02)80009-0
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *The social psychology of intergroup relations*, 33, 47–56.
- Tourangeau, R., & Yan, T. (2007). Sensitive questions in surveys. *Psychological Bulletin*, 133, 859-883. DOI: 10.1037/0033-2909.133.5.859
- Walton, G. M., & Cohen, G. L. (2007). A question of belonging: race, social fit, and achievement. *Journal of personality and social psychology*, 92(1), 82-96. DOI: 10.1037/0022-3514.92.1.82



## **“CUSTOM MADE”? PUBLIC OPINION ON THE PUBLIC OPINION SURVEY IN THE CONTEXT OF PRO-RUSSIAN AND PRO-WESTERN ATTITUDES**

The paper tests the assumption that the respondents' specific conceptualization of a survey, evident in the comments on the survey itself, is related to the differences in their attitudes and relevant orientations expressed in the survey. The empirical basis of the paper is the *EU and Russia images in Serbian public in 2018* survey (N = 5,240), conducted online. The survey covered a wide range of topics, with the focus on Serbia's relations with Russia and the European Union. Comments on the survey that the respondents could give were analyzed by a combination of qualitative and quantitative content analysis. The analysis has shown that a minority of respondents gave a comment (17%), as well as that negative comments were dominant. They include general objections, objections to the methodological procedures and questionnaire content (ambiguous questions, long questionnaire etc.), but also negative reactions that indicate specific conceptualizations of the survey: the survey is perceived as a *pro-systemic* activity, i.e. in favor of the ruling elite, as an *ideologically driven* practice, as an *instrument of citizens' misuse*. Negative comments are more likely to be given by the respondents who have more intense (pro-Russian or pro-Western) attitudes. The findings indicate that the perception of the survey can be a systematic source of variability in the respondents' responses, but also an important indicator of the citizens' attitudes towards significant aspects of the state and society. The methodological implications of the obtained findings pertaining to conducting surveys online are also discussed.

*Keywords: survey, internet research, ideology, attitudes, content analysis.*