JAVNO V ZASEBNEM, ZASEBNO O JAVNEM

MNENJSKE POIZVEDBE V POLITIČNEM PROCESU

SLAVKO SPLICHAL

Povzetek

Članek obravnava spremembe, ki jih je v konceptualizacije javnega mnenja prinesel izum javnomnenjskih poizvedb, ter njihovo strukturno podobnost nekaterim institucionaliziranim političnim procesom, kot so npr. volitve in referendum. Avtor meni, da je javnomnenjske poizvedbe treba obravnavati kot del institucionaliziranega političnega sistema, ne pa kot »znanstveni instrument za raziskovanje javnega mnenja«. Politična institucionalizacija poizvedb zahteva postavitev natančnih pravil izvedbe poizvedb in poročanja o njih, s čimer je mogoče tudi zmanjšati verjetnost napačnih zaznav v mnenjskih procesih, ki so v članku ponazorjene s primeri učinka na tretjo osebo in zrcalne zaznave iz slovenskega dela evropske raziskave o kulturah političnega komuniciranja (2006–2010).

Slavko Splichal je profesor na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani in redni član Slovenske akademije znanosti in umetnosti; e-pošta: slavko.splichal@fdv.uni-lj.si.

Uvod

Slovenija spada v manjšino sodobnih demokratično urejenih držav, ki (še vedno) vztrajajo pri prepovedi objavljanja rezultatov predvolilnih poizvedb oz. ocen volilnih preferenc v medijih določen čas pred volitvami (v Sloveniji teden dni). V poltretjem letu od moje pobude, da »je tudi v Sloveniji napočil čas, da bodo mediji ... sprožili ustavni spor, ker omejitve pri objavi rezultatov predvolilnih anket kršijo ustavno načelo svobode tiska« (Splichal 2007, 7), je ljubljanskemu *Dnevniku* v zvezi s spornim zakonskim določilom dejansko uspelo sprožiti ustavni spor. Potem ko je spletni portal Dnevnik.si dva dni pred prvim krogom predsedniških volitev jeseni leta 2007 kljub zakonski prepovedi zavestno objavil rezultate javnomnenjske poizvedbe o podpori predsedniškim kandidatom, da bi sprožil sankcijski postopek, je inšpektorat za notranje zadeve časopisni družbi Dnevnik za nazaj (!) začasno prepovedal vsakršno objavo rezultatov poizvedb o kandidatih, listah kandidatov, političnih strankah in o referendumskem vprašanju (*Dnevnik*, 30. 10. 2007). Po dveh letih sistematične nepokorščine in izgubljenih pritožbah je *Dnevnik* lahko vložil zahtevo za ustavno presojo sporne prepovedi, o kateri naj bi slovensko ustavno sodišče letos tudi razsojalo.

V tem članku osvetljujem spremembe, ki jih je v konceptualizacije javnega mnenja prinesel izum javnomnenjskih poizvedb (angl. *public opinion polls*), ter njihovo strukturno podobnost nekaterim institucionaliziranim političnim procesom, npr. volitvam in referendumu, zaradi česar je prepoved objave rezultatov mnenjskih poizvedb kadarkoli, torej tudi v predvolilnem obdobju, nedopusten omejevalni poseg v svobodo tiska in državljanske pravice, ki državljanom otežuje racionalno odločanje.

Začetek 20. stoletja ni prinesel le najpomembnejših (neo)klasičnih teoretskih del o javnem mnenju, ampak tudi najpomembnejši znanstveni »izdelek« – javnomnenjske poizvedbe. To obdobje zaznamujejo najvidnejši predstavniki demokratičnih politično-filozofskih in sociooloških teorij javnega mnenja: Gabriel Tarde, Ferdinand Tönnies, Robert Park in John Dewey. Ob njih ne gre prezreti najvidnejših znanilcev sprememb v prevladujočih pojmovanjih javnega mnenja – Walterja Lippmanna, Edwarda Rossa in Herberta Blumerja –, ki so iz sicer zelo različnih izhodišč kritizirali klasike. V istem obdobju so se v ZDA rodile (javno)mnenjske poizvedbe (angl. *opinion polls*), ki so bile v Evropi (Franciji, Nemčiji) sprva deležne posmeha, po drugi svetovni vojni pa so tudi na stari celini doživele izjemen razcvet in močno prekrojile klasično razumevanje javnega mnenja. Mnenjske poizvedbe so radikalno zaznamovale pojmovanja javnosti in javnega mnenja.

Nastanek mnenjskih poizvedb so spremljali tako teoretski spori, zlasti o njihovi (ne)demokratični naravi, kot tudi metodološke polemike o njihovi (ne)veljavnosti. Med najočitnejšimi je bil spor med normativnim in psihološkim razumevanjem »mnenja«. Pojem javnega mnenja je dotlej v normativnih teorijah večidel temeljil na Kantovem razumevanju mnenja kot posebne vrste »imetja za resnično«, ki je določeno s subjektivno in z objektivno veljavnostjo sodbe in ima tri stopnje: menjenje (*Meinen*), verjetje (*Glauben*) in védenje (*Wissen*) (Kant 1781/1952, 241). Menjenje je za Kanta tako subjektivno kot objektivno nezadostno, verjetje je zadostno subjektivno, ne pa objektivno, medtem ko je le védenje tako subjektivno kot objektivno zadostno. Subjektivna zadostnost je prepričanost (zase sem prepričan, da ...), objektivna zadostnost (za vsakogar velja, da ...) pa je gotovost (gotovo vsi ...). V

nasprotju s Kantom, ki je štel mnenje za subjektivno in objektivno nezanesljivo, medtem ko je bilo zanj verjetje nezadostno samo objektivno in zato višja stopnja »imetja za resnično« kot mnenje, je Tönnies poudarjal neločljivo povezanost mnenja z razumom in védenjem. Meniti pomeni Tönniesu iz objektivnih, čeprav za razum še ne povsem zadostnih, razlogov nekaj šteti za resnično, medtem ko ima verjeti nasprotno vedno subjektivni temelj v trdnem čustvovanju in zaupanju, tako da verjeti pomeni biti prepričan. »Verjeti je stvar srca, meniti pa [stvar] glave« (Tönnies 1922, 13). Verjetje, ki ne temelji na razumu, izključuje dvom, značilen za racionalno oblikovanje mnenja.

Nasproti razumevanju mnenja kot vrste imetja za resnično je psihologija mnenje trivializirala v konkretno ubeseditev ali »znak stališča« (angl. *index of attitude*) kot obliko vedênja, pri čemer naj bi celo »druge oblike vedênja razkrivala stališča zanesljiveje kot mnenje« (Albig 1939, 205). Za takó razumljeno mnenje je vprašanje stopnje zadostnosti na lestvici imetja za resnično, torej (objektivne) gotovosti in (subjektivne) prepričanosti, povsem brezpredmetno, saj so za »znak stališča« vsaj enako kot spoznavna pomembne druge (emotivna, volitivna) razsežnosti. Mnenje je bilo z mnenjskimi poizvedbami tako vnovič degradirano na najnižjo stopnjo imetja za resnično oz. je »resničnost mnenja« zvedena na obstoj mnenja (v tem smislu je vsako mnenje resnično preprosto zato, ker obstaja).

Redukcionizmu v obravnavi »mnenja« v mnenjskih poizvedbah je kmalu sledila tudi redukcija kompleksnega pojma stališča kot trajne in relativno kompleksne človekove predispozicije za vedênje v odnosu do določene vrste predmetov na zgolj enodimenzionalen odnos (npr. /ne/odobravanja, /ne/strinjanja, /ne/sprejemanja) do ozko določenega »stališčnega predmeta« (npr. do določene osebe). Medtem ko je Allport (1935, 810; poudarki v izvirniku) stališče obravnaval kot »*z izkušnjami oblikovano duševno in živčno stanje pripravljenosti, ki ima usmerjevalen ali dinamičen vpliv na posameznikove reakcije na vse predmete in situacije, s katerimi je v odnosu*«, se v sodobnosti stališče – podobno pa tudi mnenje – pogosto sinonimno obravnavata kot preprosto pozitiven ali negativen pogled na določeno osebo, stvar ali dogodek.

Paradoksalno sta trivializacija pojmov mnenje in stališče ter zameglitev pomenske razlike oz. meje med njima prinesli zmagoslavje javnomnenjskim poizvedbam. Javnomnenjske poizvedbe naj ne bi prinesle le konsenza o definiciji javnega mnenja (Converse 1987); javno mnenje naj bi celo obstajalo zgolj v empiričnih merskih postopkih, ki so bili izumljeni za odkrivanje javnega mnenja (Osborne in Rose 1999; Splichal 2008). Obravnava mnenja kot zgolj operacionalnega znaka pa ni sporna le s teoretsko-pojmovnega stališča; v ospredje je postavila tudi vprašanja (ne)zanesljivosti merjenja stališč na podlagi mnenj in (ne)zanesljivosti samih mnenj. Posameznikov besedni odziv na v anketnih vprašalnikih ubesedena stališča (npr. Ali se strinjate ali ne strinjate, da politiki zlorabljajo zaupanje ljudi?) je namreč vse prej kot samoumevno njegovo dejansko mnenje.

Mnenjske poizvedbe: znanstveno izumljeno, umetno ustvarjeno ali politično institucionalizirano javno mnenje?

Vpliv »izuma« mnenjskih poizvedb na konceptualizacije javnega mnenja je bil izjemen. Poizvedbe so (bile) pogosto obravnavane ne samo kot raziskovalna tehnika (znanstveni instrument) za »merjenje ljudske volje«, ampak tudi kot politični artefakt (nova institucija politične demokracije) ali celo kot utelešenje javnega mnenja.

Do nastopa poizvedb so družbene vede precej neuspešno poskušale veljavno operacionalizirati normativno določene pojme javnega mnenja. Toda s poizvedbami se je zdelo, kot so bili njihovi glasniki in izvajalci prepričani, da so definicije dosegle zadovoljivo raven empirične veljavnosti.

Veljalo je prepričanje, da je uvedba naključnih vzorcev in kvantitativnih statističnih metod za »merjenje« mnenja v večjih populacijah rešila vse konceptualne težave, povezane z »javnim mnenjem«. Hyman (1957, 59) je na primer pojem javno mnenje zvedel na »poenotenost v mnenju« in potem presodil, »da smo se približali dobri teoriji oblikovanja mnenja, in sicer samo zaradi bogastva in raznolikosti empiričnih raziskav«. Converse (1987, S13) pa je bil prepričan, da je »trdna uveljavitev industrije javnomnenjskih poizvedb [...] homogenizirala opredelitev [javnega mnenja] in ga stabilizirala za dogledno prihodnost«.

Uveljavitev industrije javnomnenjskih poizvedb je bila celo videti izjemen znanstveni dosežek. Zasledimo lahko idejo, da so fenomen javnega mnenja ustvarile družbene vede: »izraz 'javno mnenje' kot svoj nujni tehnični del prikliče ankete javnega mnenja« (Osborne in Rose 1999, 371). V svoji kritiki kritične teorije (npr. Habermasa in Bourdieuja) Osborne in Rose (ibid., 382) trdita, da se »javno mnenje ustvarja s postopki, razvitimi za to, da bi ga 'odkrivali'« (angl. *public opinion is created by the procedures that are established to 'discover' it*).

Nasprotno so kritiki poizvedb opozarjali predvsem na dve vrsti problemov, ki naj bi postavljali pod vprašaj veljavnost poizvedb:

(1) Zgodnje kritike javnomnenjskih poizvedb v obdobju 1930–1950 so zadevale predvsem epistemološki status poizvedb in metodološka vprašanja veljavnosti. Med najpomembnejšimi in trajnimi kritikami je bila tista, da poizvedbe obravnavajo javno mnenje kot agregiranje posameznih mnenj (npr. Blumer 1948).

(2) Novejše kritike so se večinoma usmerjale na socialne in predvsem politične posledice poizvedb. Ginsberg (1989) je na primer javnomnenjske poizvedbe videl kot instrument 'pacifikacije' javnega mnenja, saj lahko informacije o stališčih ljudi naročniki (zlasti oblastne institucije) uporabljajo za omejevanje ali zatiranje drugih oblik izražanja mnenja.

Adorno (1964/2005) je kritiziral zagovornike mnenjskih poizvedb zaradi njihovega nerazumevanja raziskovanja javnega mnenja kot posebnega družbenega pojava, utemeljenega v (načelu) javnosti, s čimer se dejansko spodkopavajo bistvene predpostavke, iz katerih bi moralo raziskovanje javnega mnenja izhajati. Adorno je sledil Blumerjevi kritiki, »da se lahko oblikovanje javnega mnenja pojavlja samo kot funkcija družbe v delovanju, predvsem *na podlagi interakcije skupin*, ne pa posameznikov, kar pomeni, da mora proučevanje javnega mnenja izražati *funkcionalno sestavo in organizacijo družbe*« (Blumer 1948, 543).

> *Lahko bi trdili, da je izolacija generičnega predmeta [...] cilj, namesto da bi bila izhodišče, in da zato nezmožnost identifikacije javnega mnenja kot generičnega objekta ne gre na rovaš zdajšnjih javnomnenjskih poizvedb. [...] Vendar pa sem prevzet od očitne odsotnosti prizadevanja ali iskrenega zanimanja med izvajalci javnomnenjskih poizvedb, da bi se premaknili v smeri določitve predmeta, ki naj bi proučevali, beležili in merili. [...] Njihovo delo je v veliki meri le uporaba njihove tehnike* (Blumer 1948, 542).

Za Blumerja (ibid., 545) je bilo enačenje empiričnega beleženja mnenj z raziskovanjem javnega mnenja primer popolnoma neveljavnega zavračanja interakcije

– neposrednega, recipročno usmerjenega družbenega delovanja – med skupinami in posamezniki z različno velikim vplivom, ki v svojih interakcijah oblikujejo in izražajo javno mnenje, ki ga je mogoče izraziti z različnimi 'mehanizmi', na primer s pismi, telegrami, peticijami, z resolucijami, lobiranjem in delegacijami, in ne le z anketiranjem.

Medtem ko se je Blumer zavzemal za intenzivnejše intelektualno prizadevanje, da bi razumeli »funkcionalno sestavo in organizacijo družbe«, kar naj bi sčasoma zagotovilo »boljšo definicijo« javnega mnenja, je Adorno trdil, da je zaradi narave javnosti taka dokončna definicija pravzaprav nemogoča:

> *Nedoločenost, s katero so obremenjene ideje »javnosti« in »javnega mnenja«, vsaj pri Locku, ni mogoče odpraviti z natančno besedno definicijo. Javnost ni jasno razmejena, je polemična: kar nekoč ni bilo javno, naj bi to postalo. Samo tako je mogoče razumeti, v smislu kritike absolutistične oblastne politike, kako invertirani aristokratski ukazi omogočajo – in sodobne teorije elit celo slavijo – tajnost* (Adorno 1964/2005, 121).

Adorno je nemškemu izrazu »mnenjsko raziskovanje« (*Meinungsforschung*) očital opustitev, in sicer »zavoljo kratkosti ključnega pridevnika, ki edini določa predmet zanimanja: raziskovanje javnega mnenja [in] se nanaša na idejo javnosti« (ibid., 120). S tehničnega vidika bi opustitev pridevnika javno in zamenjava izraza javno mnenje z zgolj mnenje lahko rešila vse težave, povezane z javnim, toda s tem bi se v celoti odpovedali teoretskemu horizontu javnega mnenja in javnosti. Seveda to ni bil Adornov predlog. Prav nasprotno, po Adornu javnomnenjske raziskave nikakor ni dopustno zvesti na mnenjske poizvedbe, saj »mnenjsko raziskovanje ne more biti gola tehnika, ampak je prav tako tudi predmet sociologije kot znanosti, ki raziskuje objektivne strukturne zakone družbe«. Ena ključnih nalog takega raziskovanja bi morala biti kritična predstavitev manipulacije z mnenji množic, »do kolikšne mere je javno mnenje refleks uzurpacije« (ibid., 122), na kar je pozneje opozoril zlasti Bourdieu s tezo, da javno mnenje (kot ga poskušajo izmeriti poizvedbe) ne obstaja.

V razpravah o veljavnosti poizvedb so bili kritični predlogi, kot so jih oblikovali Blumer, Adorno, Bourdieu in drugi, komaj upoštevani, posledično pa se je javno mnenje pomensko vse bolj izenačevalo z izvedbo mnenjskih poizvedb oz. z objavo rezultatov poizvedb. Jedro razprav (zagovornikov poizvedb) so postala vprašanja zanesljivosti in delno veljavnosti metode, ne teorija javnosti in javnega mnenja. V skrajnem primeru je bilo po zgledu naravoslovnih znanosti tisto, kar je Blumer štel za glavno napako javnomnenjskih poizvedb – da poizvedbeni postopki ustvarjajo predmet raziskovanja, namesto da bi iz njega izhajali –, celo slavljeno kot največji znanstveni dosežek. Gordijski vozel operacionalizacije javnega mnenja, ki ga niso rešili Blumer in njegovi intelektualni dediči, je bil presekan z idejo, da javnomnenjske poizvedbe dejansko niso operacionalna definicija javnega mnenja, ampak kar dejansko javno mnenje samo. »[J]avno mnenje se ustvarja s postopki, razvitimi za to, da bi ga 'odkrivali'. Pojav mnenja je proizvod tehničnih postopkov, izdelanih za to, da bi ga zapopadli. Določen je s tehničnimi vidiki [...] proizvodni vidik javnega mnenja ga približa modelu uspešnih naravoslovnih znanosti« (Osborne in Rose 1999, 382; poudarek v izvirniku).

Osborne in Rose (ibid., 387) trdita, da »brez anketiranja in oblik merjenja gotovo sploh ne bi vedeli za javno mnenje; brez postopkov merjenja ne bi imeli nobenega

znanja o tem, kaj je sploh treba meriti«. Ideja, da ne bi ničesar vedeli o javnem mnenju brez zbiranja podatkov v obliki odgovorov na vprašanja, pomeni, da je javno mnenje predstavitev zbranih podatkov (kar bi bila v najboljšem primeru operacionalna definicija javnega mnenja) in da javno mnenje ni bilo opazno (in torej v empiričnem smislu ni obstajalo) pred razvojem metod za zbiranje podatkov v obliki odgovorov na vprašanja (kar je očitna zgodovinska zabloda, saj so o delovanju javnosti in javnega mnenja razpravljali že od konca 18. stoletja naprej).

Po eni strani naj bi torej javno mnenje ustvarili tehnični postopki zbiranja podatkov v obliki odgovorov na vprašanja, pa drugi strani pa naj bi – paradoksalno – obstoj vprašalnikov in anket spodbujal idejo, da je 'tam zunaj' javno mnenje, ki ga lahko imamo in izmerimo (ibid., 387); torej ti postopki kažejo, da javno mnenje obstaja 'tam zunaj' neodvisno od postopkov. Če je postopek namenjen obravnavi nekega pojava, pomeni, da ta pojav obstaja pred merjenjem in (relativno) neodvisno od njega. Toda Osborne in Rose (ibid.) hkrati menita, da »brez anketiranja ... sploh ne bi vedeli za javno mnenje ... javno mnenje ne obstaja, dokler ne obstajajo tehnologije – in anketiranci, prilagojeni tehnologijam –, ki zagotovijo, da javno mnenje obstaja«. Z drugimi besedami, menita, da sploh ni bilo nobenih opaznih manifestacij javnega mnenja pred pojavom poizvedb ali jih vsaj nihče ni mogel razumeti. Vsaj dve čudni stoletji so se teoretiki javnega mnenja vedli, kot da bi javno mnenje obstajalo, pa čeprav v resnici ni obstajalo? Vsi »organi javnega mnenja«, o katerih je tekla razprava od Benthama naprej, so bili samo iluzije in prikazni? Vse razprave o javnem mnenju pred prihodom javnomnenjskih poizvedb o tem, (1) »V kakšni obliki naj politične institucije prepoznajo javno mnenje?« (2) »Kakšne lastnosti mora imeti javno mnenje?« in (3) »Kakšno politično moč mora dobiti?« (Althaus 2006, 98), so bile razprave o tem, česar empirično ni bilo? Althaus (ibid.) trdi, da se je »empirično raziskovanje od zgodnjega dvajsetega stoletja do danes vneto ukvarjalo z vprašanjem o lastnostih javnega mnenja, drugi dve vprašanji pa je prepuščalo filozofom«. A Osborne in Rose (1999) zanikata, da filozofi lahko karkoli povedo o prvem vprašanju, drugi dve vprašanji pa naj bi bili irelevantni, saj je po njunem mnenju samo ena oblika, v kateri obstaja javno mnenje (poizvedbe), vprašanji o njegovih lastnostih in moči pa sta čisto empirični.

Ideja, da je »pojem mnenja rezultat posebnega postopka, ki izvabi mnenje«, zanemarja dejstvo, da se mnenja – kot posebna oblika imetja za resnično, ki se razlikuje od verjetja in védenja – oblikujejo in obstajajo neodvisno od vsakršnega »izvabljanja«. Ljudje »vedo, kako ustvariti pojav, ki se mu reče mnenje«, in presojajo veljavnost svojih mnenj v komuniciranju, tudi če jih anketarji ne sprašujejo za mnenje. To znajo že tisočletja in s tem so dejansko – ljudje, in ne izvajalci poizvedb – »prispevali k vzpostavitvi objektivnega področja, imenovanega javno mnenje« (ibid., 387).

Poizvedbe sicer lahko štejemo za velik (znanstveni) izum, vendar ne smemo zanemariti drugih tehnologij, ki so jih izumili prej v zgodovini, in obravnavati poizvedbe kot »svojsko disciplino, potrebno za obstoj javnega mnenja«, kot sta prepričana Osborne in Rose (ibid., 382). Poleg poizvedb so obstajale (in še vedno obstajajo) druge tehnologije, ki zagotavljajo obstoj javnega mnenja. Z drugimi besedami, ni merski instrument tisti, ki vzpostavlja objektivno področje, ki mu pravimo javno mnenje, ampak komunikacijski proces (vključno, a ne izključno s postavljanjem vprašanj in z odgovori nanje v poizvedbah), v katerih posamezniki izražajo in preverjajo svoje mnenje. Trditi, da javno mnenje lahko obstaja le s tehnologijo poizvedb, pomeni

tudi, da je javno mnenje zgolj vsota posameznih mnenj, zasebno izraženih v poizvedbah. V takem privatiziranem pojmovanju javnega mnenja postanejo objektivni politični odnosi, institucije in procesi demokratičnih sistemov irelevantni za javno mnenje; kar šteje, so samo mnenja posameznih državljanov o njih. Vzrok, da se je tako (zmotno) pojmovanje zelo široko uveljavilo, je v njegovi izraziti metodološki prikladnosti, saj naj bi z njim dokončno rešili problem definicije javnega mnenja, ki je bil dotlej (videti) nerešljiv.

Na nek način imata sicer Osborne in Rose s svojim prepričanjem o javnem mnenju kot znanstvenem izumu sicer celo prav. Mnenjske poizvedbe v resnici iz ljudi izvabljajo (tudi) mnenja, ki jih prej ni bilo. Vendar od anketirancev ne izvabljajo mnenj v strogem pomenu besede. Kar dejansko izzovejo ali ustvarjajo, so nemnenja ali nestališča, to je mnenja, ki so videti posameznikova mnenja zgolj zato, ker so jih zabeležili anketarji, ki so tako postali nekakšni avatarji javnega mnenja. Converse (1964, 241) je na primer empirično preverjal tezo o nestališčih kot »ekstremno labilnih v času« in ugotovil, da »velik del volivcev nima jasnega prepričanja celo o vprašanjih, ki so bila dalj časa podlaga za izrazite politične polemike med elitami« (ibid., 245). Samo ta (ne)mnenja so dejansko v precejšnji meri, če ne izključno, proizvod specifičnega postopka; brez poizvedb ne bi nikoli obstajala. Pojem nemnenja opozarja, da se lahko mnenje ljudi, kot je zabeleženo v poizvedbah – v nasprotju z njihovim resničnim mnenjem – naključno spreminja, saj je pogosto zelo ohlapno in v trenutku oblikovano, pa tudi kot posledica merskih napak, ki jih povzročajo nejasna formulacija vprašanj, določeno zaporedje vprašanj, pristranskost anketarja, napake lestvic, kontekst posameznega vprašanja ipd. Eksperimenti s posvetovalnimi poizvedbami (angl. *deliberative polling*) Jamesa Fishkina in njegovih kolegov na Univerzi v Teksasu in pozneje na Stanfordu jasno kažejo, da ko so udeleženci izpostavljeni (dodatnim) informacijam in vključeni v razpravo, verjetneje izoblikujejo jasno in trdnejše (trajnejše) mnenje, ki se lahko precej razlikuje od mnenja, izrečenega kot odgovor na vprašanje anketarja v poizvedbi.

V morda heretični perspektivi lahko »tehnologijo« poizvedb obravnavamo kot funkcionalno enakovredno (tako epistemološko kot ontološko) »tehnologijam« volitev in referendumov. Kot pravi Sanders (1999, 256), »sodelovanje v raziskavi – ali kot raziskovalec, anketar ali anketiranec – ni nič manj naravno kot glasovanje, članstvo v mestnem svetu, sodelovanje v sodni poroti ali katera koli druga politična praksa«. Tehnologije splošnih (pravzaprav vseh) političnih volitev in referendumov o pomembnih (spornih) družbenih vprašanjih se razlikujejo od udeležbe v poizvedbah o strankarskih preferencah in (ali) političnih stališčih samo v dveh pogledih: (1) poizvedba ne povzroči neposrednih političnih in pravnih (zakonskih) posledic, kot jih povzročijo volitve, in (2) poizvedba v nasprotju s samoselekcijo državljanov na volitvah temelji na naključnem vzorcu (pri spletnih poizvedbah tudi te razlike ni več, saj gre pogosto prav tako za samoselekcijo). Volitve določajo sestavo parlamentov in drugih (političnih) institucij; rezultati zakonodajnih referendumov povzročijo neposreden zakonodajni učinek (potrditev ali odpravo zakona). Poizvedbe se razlikujejo od volitev in referendumov v tem, da so njihove posledice posredne, posredujejo pa jih politične ali druge institucije, ki sodelujejo pri vladovanju in interpretirajo rezultate poizvedb. Vendar tako poizvedbe kot volitve temeljijo na isti ideji izražanja/predstavljanja ljudske volje: rezultati parlamentarnih volitev in rezultati poizvedb naj bi pošteno predstavljali splošno volilno telo.

Podpora zamisli, da so javnomnenjske poizvedbe podobne nekaterim drugim institucionaliziranim političnim procesom, kot so volitve in referendumi, je zanemarljiva v akademski (in še manjša v strokovni) literaturi. Volitve in referendumi so nastali kot del institucionaliziranega političnega procesa in očitno ne kot neka vrsta raziskave, medtem ko so javnomnenjske poizvedbe obravnavane kot vrsta raziskovanja, in ne kot oblika politične institucionalizacije javnega mnenja. V poizvedbah se preference merijo na naključnem vzorcu volivcev (s popravki v zvezi z izraženo namero vprašanih, da bodo volili ali ne), kar naj bi dokazovalo njihovo znanstveno naravo. Na pravih volitvah se respondenti sami izbirajo oz. odločajo za odhod na volišče (s čimer je izbira manj veljavna ali sploh neveljavna v znanstvenem smislu), ta proces pa se obravnava kot politična participacija.

Toda zakaj bi bilo treba to delitev jemati za samoumevno? Najočitnejši argument za tezo, da so poizvedbe del političnega procesa, sta primera predvolilnih poizvedb in vzporednih volitev, ki merita popolnoma isto kot volitve (glasove državljanov za politične stranke in posamezne kandidate za politične funkcije), z natančno istim instrumentom (s tajnim glasovanjem), vendar z nekoliko različnimi postopki in stopnjami zanesljivosti ter, kajpak, z različnimi posledicami.

Lastna in usvojena mnenja v poizvedbah

Tönnies je med prvimi opozarjal, da je oblikovanje bodisi individualnega bodisi javnega mnenja preveč zahtevno, da bi v tem procesu lahko vsi ljudje enakopravno sodelovali. Če nekdo ne more sodelovati pri oblikovanju (javnega) mnenja, to sicer ne pomeni, da lahko mnenje samo sprejema; lahko ga tudi izraža, čeprav si ga ni samostojno ustvaril (npr. z aklamacijo ali s sodelovanjem v javnih demonstracijah, pa tudi s sodelovanjem v razpravah, npr. v političnih institucijah). Pri izražanju mnenja lahko posameznika vodijo različni motivi: neko mnenje lahko sprejme za svoje, ker zaupa v avtoriteto argumenta ali vira, in ga potem izraža kot svoje; mnenje lahko celo samo izraža, ne da bi ga dejansko sprejel za svoje, pač pa zaradi drugih razlogov, npr. konformnosti; lahko pa mnenje izraža izključno zaradi nekega zunanjega smotra – skrajni primer je, da izražanje mnenja zanj postane »predmet menjave, stvar, ki jo je mogoče prodati, ne glede na to, ali je to v resnici njegovo mnenje ali pa je njegovo mnenje celo prav nasprotno« (Tönnies 1922, 35). V različnih okoliščinah je torej posameznikovo (javno) izraženo mnenje lahko zelo različno, torej subjektivno nezanesljivo. Ta verjetnost je posebej velika, kadar si mnenja ni izoblikoval sam, ampak ga je prevzel od drugih. Problem nezanesljivosti izraženega mnenja – njegove naključne spremenljivosti v času in prostoru, lahko pa tudi odvisnosti od časa in prostora – bistveno ogroža zanesljivost, s tem pa tudi veljavnost mnenjskih poizvedb.

Agregatna stanja mnenj

V primerih, ki jih obravnava Tönnies, gre za dejanska posameznikova mnenja, ki jih je bodisi sam izoblikoval z (racionalnim) premislekom ali v razpravi bodisi jih je našel na »mnenjskem trgu« (zlasti v medijih) in jih iz takega ali drugačnega razloga usvojil. Povsem nekaj drugega pa je, ko anketiranec odgovori na ponujeno stališčno trditev v anketi z določeno stopnjo strinjanja ali nestrinjanja, čeprav stališča o izbranem predmetu dotlej sploh ni imel. Z drugimi besedami, tudi kadar anketiranec o stališčnem predmetu pred sodelovanjem v poizvedbi sploh ni razmišljal, uspešen

anketar lahko od njega izsili določeno mero strinjanja ali nestrinjanja z zapisano oz. s prebrano trditvijo oz. odgovor, ki se razlikuje od Ne vem. V takih primerih govorimo o nestališčih ali nemnenjih, ki so napačno izmerjena kot dejanska mnenja. Da dejansko gre za nemnenja, lahko ugotovimo v preskusu zanesljivosti merjenja, kjer se izkaže, da je vzrok nekonsistentnosti odgovorov (stopnje /ne/strinjanja) v tem, da jih je anketiranec izbiral naključno.

Po analogiji s Tönniesovim razlikovanjem med plinastim, tekočim in trdnim javnim mnenjem (mnenjem javnosti) lahko rečemo, da so tudi individualna mnenja v različnih »agregatnih stanjih«, da so torej različno trdna. Trdnosti ne smemo zamenjevati z intenzivnostjo: z nekim izraženim mnenjem se lahko delno strinjam, delno ne strinjam, ali neki predmet vrednotim zmerno pozitivno in tega svojega odnosa do izrečenega mnenja (oz. usvojenega mnenja) tudi v daljšem času ne spremenim. Imam torej trdno, a ne intenzivno mnenje. Po drugi strani pa se z nekim mnenjem v nekem trenutku lahko povsem strinjam ali neki predmet vrednotim izjemno negativno, čez čas pa ga povsem spremenim: intenzivno mnenje torej še ne zagotavlja njegove trdnosti.

Nemnenja

Trdnost mnenj in stališč je tako kontinuum, katerega najmanjša vrednost je nemnenje, ko v spominu stališčni predmet sploh ni v odnosu do katerega koli drugega kognitivnega elementa, pri največji vrednosti pa je stališčni predmet trdno povezan z mnogimi kognitivnimi elementi, tako da se mnenje tako rekoč samodejno aktivira ob vnovičnem »srečanju« s stališčnim predmetom (npr. ko je predmet omenjen v anketnem vprašalniku).

Zgodnje epistemološke in metodološke kritike mnenjskih poizvedb so bile osredinjene na vprašanje, ali poizvedbe dejansko merijo, kar želijo meriti oziroma kar razglašajo, da merijo. Albig (1939; 1956, 174) je skladno s svojim razumevanjem odnosa med mnenjem in stališčem dokazoval, da noben izsledek o mnenjih ljudi ni ustrezen, če ne vodi k ustreznim sklepom o njihovih stališčih, iz katerih mnenja izhajajo oz. katerih znak so. Opozarjal je na dva osnovna problema, ki bi ju bilo treba rešiti v prizadevanjih, da bi merili javno mnenje: (1) razvoj takih postopkov za merjenje stališč, ki bi vključevali vsaj najznačilnejše vzorce stališč pri večini posameznikov (pri milijonih posameznikov); (2) razvoj metod vzorčenja, ki bi bile ustrezne za proučevanje velikih javnosti na podlagi najmanjših možnih reprezentativnih vzorcev. Albigu se je zdela rešitev problema ustreznega vzorčenja precej preprosta v primerjavi s postavitvijo splošnega modela merjenja stališč. Bil je sicer vnet zagovornik javnomnenjskih poizvedb, a je hkrati opozarjal na preveč množično, premalo kritično in zato pogosto neveljavno uporabo te metode. Kot razloga za možno razvrednotenje mnenjskih poizvedb je poudarjal zlasti (1) omejevanje zbiranja podatkov na podatke v obliki odgovorov na vprašanja in zanemarjanje drugih metod ter omejevanje raziskovanja na štetje odgovorov namesto na merjenje stališč ter (2) nerazumevanje interakcije med raziskovalcem in anketirancem ter (ne)hotno manipulativno formulacijo vprašanj.

V iskanju odgovora na vprašanje, kaj je in kaj bi morala biti vloga mnenj, ki jih imajo člani večjih javnosti o javnih zadevah, je Albig menil, da se analitiki poizvedb prepogosto motijo v ocenah kvalitete in kvantitete javnega mnenja. Pogosto namreč preveč poudarjajo pomembnost javnega mnenja o množici zadev, o katerih dejan-

sko sploh ne obstaja kako pomembno mnenje. Zato je Albig dvomil o smiselnosti pogostega izvajanja mnenjskih poizvedb, ki da sploh niso v interesu javnosti.

Po drugi strani pa je Albig menil, da lahko poročanje o rezultatih poizvedb vpliva na mnenja bralcev, še posebej pri temah, o katerih sami nimajo (trdnih) mnenj. Navajal je rezultate mnenjske poizvedbe v Mehiki leta 1945, v kateri je 81,2 odstotka vprašanih družboslovnih znanstvenikov in 72,5 odstotka novinarjev odgovorilo, da objava rezultatov mnenjskih poizvedb vpliva na njihova mnenja. Vloga objavljanja rezultatov poizvedb je gotovo lahko uvrščanje tem na dnevni red (angl. *agenda setting*) in lahko poveča podporo večinski poziciji, torej povzroči zagonski moment. Vendar pa je le malo verjetno, da lahko objavljeni rezultati intenzivirajo razmišljanje o zadevah, ki jih poizvedbe obravnavajo, saj objavljeni rezultati poizvedb – nasprotno – zapletene zadeve močno poenostavljajo. Po Albigu sicer poizvedbe ne nosijo nikakršne odgovornosti za poenostavljeno razmišljanje javnosti; poenostavitev ne povzročajo poizvedbe, saj je poenostavljanje značilno za način mišljenja večine tistih, ki so vključeni v poizvedbe.

Napačne zaznave

Pri empiričnem raziskovanju mnenj se srečujemo še s tretjo veliko skupino problemov – z napačnimi zaznavami in mnenji. Najsplošnejšo tematizacijo sistematično napačnih zaznav značilnosti družbenega okolja zasledimo v Gerbnerjevi kultivacijski teoriji, ki poskuša pojasniti vpliv televizijskih programov (zlasti tistih z nasilnimi vsebinami) na mnenje in vedenje ljudi. Osrednja teza kultivacijske teorije je namreč, da »televizija specifično in merljivo prispeva h gledalčevi koncepciji realnosti« (Gerbner, Gross, Morgan in Signorelli 1980, 10). Gerbner je s sodelavci v nizu raziskav ugotovil, da mnenja »težkih« televizijskih gledalcev (ki so televizijo gledali več kot štiri ure dnevno) o odnosih v družbi pogosto bolj ustrezajo mnenjem oz. podobam, ki jih prikazuje televizija, kot pa dejanskim razmeram v družbi (npr. mnenje o splošni razširjenosti kriminala v družbi je posledica pogostosti predvajanja nasilnih vsebin na televiziji, ki jih »težki« gledalci ponotranjijo do te mere, da ga obravnavajo kot dejansko naraščanje nasilja v družbi).

V teoriji spirale molka je poskušala Noelle-Neumannova (1974, 44) nasprotno dokazovati, da imajo ljudje nekakšen kvazistatistični organ, s katerim opazujejo družbeno okolje – predvsem ob podpori množičnih medijev – ter zanesljivo ocenjujejo porazdelitve mnenj v družbi in moč oz. možnost prevlade določenih mnenj v javnosti. Skratka, ljudje naj bi bili intuitivno sposobni zanesljivo ocenjevati »mnenjsko klimo« v družbi, tako da bi lahko z njo primerjali in ji prilagajali svoja mnenja. Ideja je vabljiva in na abstraktnoteoretski ravni intuitivno videti veljavna, toda vrsta empiričnih študij razkriva, da posamezniki relativno zanesljivo ocenjujejo mnenja drugih in mnenjske razlike le znotraj svojih primarnih in sekundarnih družbenih skupin, v katerih so spletene tesne komunikacijske vezi. Nasprotno pa mnogo bolj selektivno, pristransko in napačno zaznavajo svoje bolj oddaljeno in posredovano (mediatizirano) družbeno okolje in tudi množične medije.

Problem pristranskega ocenjevanja (mnenj) drugih dobro ilustrira pojav učinka na tretjo osebo (angl. *third-person effect*). Ljudje so pogosto prepričani, da svoja mnenja oblikujejo samostojno, neodvisno od vpliva množičnih medijev ali da je vpliv množičnih medijev (zanemarljivo) majhen. Hkrati pa dvomijo o sposobnosti drugih ljudi, da bi se uprli vplivom množičnih medijev, mnenjskih voditeljev in

drugih virov mnenj ter propagiranih oblik vedenja. Na druge (tretje osebe) naj bi torej mediji zelo vplivali.[1]

Učinek na tretjo osebo je dveh vrst: (1) pomeni, da je posameznik prepričan o svoji neodvisnosti od vpliva, npr. medijev, medtem ko temu vplivu tretja oseba podlega, ali (2) da se posameznik, ki je sicer prepričan o svoji avtonomiji, odziva zaradi pričakovanih učinkov na tretjo osebo (npr. posameznik je prepričan, da poizvedbe ne vplivajo na njegove volilne odločitve, a ker je hkrati prepričan, da vplivajo na odločitve tretje osebe, se zavzema za predvolilni embargo na objavo rezultatov poizvedb). Kot kažejo raziskave, je učinek na tretjo osebo zelo pogost v politični propagandi in oglaševanju (Johnson-Cartee 2005, 41).

Tovrstne študije dokazujejo, da je ideja o posameznikih, ki naj bi imeli nekakšen kvazistatistični organ, s katerim bi lahko zanesljivo merili mnenjsko klimo, (pre)huda poenostavitev, če ne zmota. Kot kažejo modeli koorientacije, se situacije popolnega kognitivnega prekrivanja in natančnosti v interakciji ali v ocenjevanju drugih pojavljajo le izjemoma. Množinska nevednost, nesoglasje, namišljeni konsenz in druge vrste napačnih zaznav in (ali) nesporazumov se lahko pojavljajo enako pogosto kot pravo soglasje ali zanesljiva zaznava.

Ljudje so pogosto nagnjeni k zmotnemu prepričanju, da imajo drugi enako mnenje kot oni sami (ne glede na to, kakšno je dejansko večinsko mnenje), ali pa so zmotno prepričani, da se mnenjsko ne ujemajo s svojim okoljem. Vrsta raziskav je potrdila veljavnost hipoteze o množinski nevednosti, po kateri ljudje napačno zaznavajo mnenja drugih. Tako se na primer pogosto ne zavedajo, da delijo svoje mnenje z drugimi člani iste skupnosti oziroma da pri njihovem zaznavanju mnenj drugih posameznikov prevladuje zrcalna zaznava ali učinek navideznega soglasja – tj. da posamezniki svoja mnenja zaznavajo kot skladna z mnenjem večine v svojem okolju, čeprav tako kognitivno prekrivanje sploh ne obstaja (gl. tabelo 1).

Pojem množinska nevednost (angl. *pluralistic ignorance*) je uvedel Allport (1932, 218, 219) in z njim označil težnjo ljudi, da kot javno mnenje sprejemajo mnenje, ki ga imajo sami in za katero bi želeli, da bi bilo tudi mnenje drugih. Povezoval ga je tudi s situacijo, v kateri večina članov neke skupine (ali družbe) javno sprejema normo ali mnenje, ki ga (jo) zasebno zavrača – ker so prepričani, da ga sprejemajo tudi drugi. Pozneje se je pojem množinska nevednost pogosto uporabljal za situacijo, v kateri so pripadniki večine oz. večinskega mnenja prepričani, da so v manjšini, in nasprotno (Glynn, Ostman in McDonald 1995, 262). Tako bi na primer večina anketirancev v mnenjski poizvedbi lahko izrazila naklonjenost smrtni kazni iz zmotnega prepričanja, da smrtno kazen podpira večina ljudi, čeprav ji sami intimno nasprotujejo – kar kajpak pomeni, da ji dejansko nasprotuje večina ljudi, medtem ko bi poizvedba pokazala, da večina smrtno kazen podpira. V poizvedbah je razliko med pravim in nepravim soglasjem nemogoče ugotoviti.

Množinska nevednost je povezana z »učinkom neme priče« (angl. *bystander effect*).[2] Ljudje verjetneje ukrepajo v nepričakovani (nevarni) situaciji, kadar so sami, kot pa takrat, kadar so prisotni tudi drugi ljudje, »priče«. Ob prisotnosti drugih ljudi lahko posameznik iz njihove pasivnosti sklepa, da se jim ne zdi potrebno/primerno ukrepati. Nihče torej ne bi ukrepal, čeprav bi celo večina med njimi zasebno mislila, da bi bilo treba kaj storiti. To je primer množinske nevednosti. Drugi razlog pasivnosti je lahko pričakovanje prisotnih, da bo ukrepal nekdo drug, s čimer ljudje razpršijo svojo odgovornost in jo preložijo na druge. Na to opozarja dognanje, da

ko se nekdo vendarle odloči za ukrepanje, je večja tudi verjetnost, da bodo sledili tudi drugi in mu pomagali.

Pojem množinska nevednost v Allportovem pomenu, ko ljudje zmotno domnevajo, da večina deli njihovo mnenje, je sčasoma nadomestil pojem »učinek nepravega konsenza« – gre za zmotno zaznavo prevladujočega konsenza, ki dejansko ne obstaja. Če člani neke skupine dosežejo konsenz o določeni zadevi, pa ne komunicirajo s člani drugih skupin oz. z ljudmi, katerih mnenje je nasprotno, si zmotno ustvarijo predstavo, da večina misli enako kot oni. V primeru odnosa do smrtne kazni bi to pomenilo, da posameznik vidi svojo podporo smrtni kazni kot skladno z mnenjem večine, čeprav večina izraža nasprotovanje smrtni kazni.

Ti primeri dokazujejo, da ljudje nimajo zanesljive statistične intuicije, kakor je trdila Noelle-Neumannova. Njen odgovor na tovrstne kritike je bil, da v njenem modelu ne gre za to, ali so ljudje natančni v svojih ocenah glede manjšinskih/večinskih mnenj, temveč za to, ali lahko zaznajo spremembe v smislu povečevanja ali zmanjševanja podpore svojim mnenjem (Noelle-Neumann 1984, 72). Toda razen pri volilnem vedenju in strankarskih preferencah, kjer so stvari zaradi rednih volilnih poizvedb in objav njihovih rezultatov nekoliko jasnejše, tudi za tako domnevo ni empirične osnove. Čeprav so spremembe v zaznavanju javnega mnenja in spremembe volilnih preferenc v korelaciji, to še ne dokazuje, da zaznava večinskega mnenja vpliva na spremembe volilne namere oz. vedenja.

Pojasnitve napačnih zaznav so le delne. Domneve o napačnih zaznavah družbenih dejstev, kot so javno mnenje, učinki množičnih medijev ali socialni indikatorji (npr. ocena tveganosti določenega načina vedenja), so bolj domneve o njihovem empiričnem obstoju kot teoretske (pojasnjevalne) domneve. Različne vrste napačnih zaznav, ki jih lahko empirično izmerimo (gl. tabelo 1), nastajajo v situacijah, za katere ni izčrpne pojasnitve, ki bi odgovorila na vprašanji, zakaj so zaznave javnega mnenja oz. mnenja drugih nezanesljive in napačne ter kakšne so družbene posledice napačnih ocen.

Hipotetično lahko trdimo, da se zmotne zaznave precej verjetno pojavljajo v pluralističnem, demokratičnem okolju, kjer je ena stranka, kandidat ali mnenje soočeno z množico alternativ in torej ni preprosto določiti, katera od alternativ ima večinsko podporo. V bolj avtoritarnem okolju pa je verjetneje, da (javno) mnenje ni o neki »sporni zadevi«, ampak le o neki »družbeni zadevi« – o »temi iz javne situacije« (Noelle-Neumann 1979, 180) ali »o kakšnem čustveno ali vrednostno določenem vprašanju« (Noelle-Neumann 1980/1993, 179), saj kako zares nasprotno mnenje dejansko sploh ne obstaja. V takih situacijah je zelo verjetno, da posameznikov kvazistatistični instinkt zaznava poleg sprememb tudi dejansko večinsko/manjšinsko mnenje. V statističnem smislu lahko pričakujemo, da bodo posamezniki natančno zaznali podporo za svoja stališča, če porazdelitev mnenj (na primer za ali proti) zelo odstopa od normalne (Key 1961/1967; Salmon in Kline 1985, 15).[3] Toda taka situacija ni pogosta, ko gre za politične zadeve v demokratičnih družbah. Kljub temu pa je Noelle-Neumannova zgolj »presenečena nad poročilom« za ZDA, ki govori, da »66 odstotkov ni moglo oceniti, kako misli večina ljudi. V Nemčiji nismo nikoli odkrili tako visokega odstotka« (Noelle-Neumann 1984, 73).

Poleg širše družbene pojasnitve, ki jo ponuja kultivacijska teorija, lahko do določene mere različne vrste napačnih zaznav pojasnimo tudi s Festingerjevo psihološko teorijo kognitivne disonance (Festinger 1957/1962). Po njegovem mnenju

posameznikovo delovanje v smeri zmanjševanja kognitivne disonance vključuje vedenjske spremembe, spremembe v mišljenju ter previdno izpostavljanje novim informacijam in novim mnenjem. Le redko se zgodi, da z izpostavljenostjo množičnim medijem posameznik izčrpa vse informacijske možnosti, ki so mu na voljo, pa še tedaj izbira medijske vsebine skladno s svojimi interesi in z zaznavanjem interesov v svojih referenčnih skupinah. Festingerjeva teorija disonance napoveduje, da se posamezniki izogibajo komuniciranju in medijskim vsebinam, ki bi povzročale disonanco, s selektivnim izpostavljanjem (z izbiranjem komunikacijskih dejanj, medijev in sporočil) in s selektivno pozornostjo (s pozornim spremljanjem le tistih delov sporočil, ki ne povzročajo disonance). Zaradi tega posameznikovo zaznavanje medijskih vsebin ne more biti neke vrste objektivna (statistična) vsebinska analiza, temveč je subjektivna, pristranska in delna interpretacija, ki jo spodbuja prizadevanje za doseganje soglasja z drugimi člani v referenčni skupini, kar je osnovni način zmanjševanja disonance in doseganja konsonance. S selektivnim izpostavljanjem in selektivno pozornostjo se lahko mnenja posameznika in njegove referenčne skupine utrdijo ne glede na to, ali so ta mnenja tudi večinska v širšem (npr. nacionalnem) obsegu ali ne.

Tabela 1: Hipotetične pojasnitve nezanesljive oz. napačne zaznave mnenjske klime

Vrsta napake:	**Posameznik izraža svoje mnenje kot:**	**Posameznik zaznava mnenja drugih ali večinsko mnenje kot:**	**Pojasnitev**
Množinska nevednost (angl. *pluralistic ignorance)*	mnenje, za katero zmotno misli, da je večinsko	manjšinsko mnenje	ljudje zmotno menijo, da je njihovo dejansko mnenje manjšinsko, čeprav je večinsko
Učinek nepravega konsenza (angl. *false consensus effect)*	mnenje, za katero zmotno misli, da je večinsko	skladno z usvojenim svojim mnenjem	ljudje napačno mislijo, da večina meni enako kot oni, v resnici pa menijo drugače in to mnenje izražajo
Zrcalna zaznava (angl. *looking-glass perception*)	svoje dejansko mnenje	svoje mnenje	zrcaljenje svojih mnenj in podob o sebi na pomembne druge ali večino
Zatajitvena projekcija (angl. *disowning projection*)	večinsko mnenje	svoje mnenje	projiciranje svojih negativnih mnenj in podob o sebi na druge
Zagonski moment (angl. *bandwagon effect*)	večinsko mnenje	večinsko mnenje	posnemanje tistih, ki so že spremenili svoje mnenje
Nerealni optimizem (angl. *unrealistic optimism)*	omejevanje tveganega vedenja	spodbujanje tveganega vedenja	podcenjevanje tveganosti svojega vedenja in precenjevanje tveganosti vedenja drugih
Učinek na tretjo osebo (angl. *third-person effect*)	od medijev neodvisno mnenje (upiranje neželenemu vedenju)	od medijev odvisno mnenje (podleganje neželenemu vedenju)	precenjevanje svoje in podcenjevanje tuje odpornosti proti delovanju medijev

Predvolilne poizvedbe in učinek na tretjo osebo v Sloveniji

V nedavno opravljeni mednarodni primerjalni raziskavi o kulturah političnega komuniciranja v devetih evropskih državah (Avstriji, na Danskem in Finskem, v Franciji, Nemčiji in Španiji, na Švedskem, v Švici in Sloveniji) je 47,5 odstotka od 150 anketiranih slovenskih politikov menilo, »da je za demokracijo dobro, da mediji redno poročajo o javnomnenjskih anketah«, in samo 18,6 odstotka, da to ni dobro, medtem ko se jih 33,9 odstotka ni opredelilo. V naklonjenosti mnenjskim poizvedbam slovenski politiki celo prekašajo precej svojih kolegov v zahodni Evropi, med katerimi jih v povprečju 42,9 odstotka presoja poročanje o poizvedbah kot dobro za demokracijo, medtem ko jih 24 odstotkov meni nasprotno (34,8 odstotka je neodločenih). V Evropi je prepričanje o koristnosti javnomnenjskih poizvedb za demokracijo posebej razširjeno med finskimi in španskimi politiki in novinarji, kjer jih je o tem prepričanih skoraj dve tretjini, medtem ko je največ skeptikov na Danskem.

Mnogo bolj kot politiki so o pomembnosti poročanja o rezultatih javnomnenjskih poizvedb prepričani slovenski državljani, saj jih je med 356 naključno izbranimi 78,9 odstotka prepričanih, da je to dobro za demokracijo. Enako meni tudi 73,9 odstotka vprašanih novinarjev in urednikov v Sloveniji.

V raziskavi Kulture političnega komuniciranja v zahodni Evropi je le 26,8 odstotka anketiranih novinarjev in politikov prepričanih, da javnomnenjske poizvedbe ne zrcalijo dejanskega javnega mnenja. Mnogo kritičnejši so le švedski politiki (42,3 odstotka) in novinarji (41,5 odstotka). Podobno prepričanje delijo tudi slovenski novinarji (32 odstotkov), presenetljivo pa ne tudi politiki, saj jih le 12,9 odstotka – skoraj dvakrat manj kot njihovih kolegov po Evropi – ocenjuje, da so mnenjske poizvedbe neveljavne. To prepričanje si delijo z avstrijskimi, s finskimi in z nemškimi politiki. Celo slovenski državljani so z 21,7 odstotka precej bolj zadržani do mnenjskih poizvedb.

V raziskavi se je med slovenskimi anketiranci učinek na trejo osebo najizraziteje pokazal pri odgovorih na vprašanji o vplivu mnenjskih poizvedb na anketirance in na druge (na tretjo osebo). Večina slovenskih politikov – 53,7 odstotka – je prepričanih, da objava rezultatov predvolilnih poizvedb vpliva na volilno vedenje ljudi.

Slovenski politiki s takim prevladujočim prepričanjem močno odstopajo od svojih evropskih kolegov. V povprečju sedmih zahodnoevropskih držav 32 odstotkov politikov – in precej manj, 23,2 odstotka novinarjev – meni, da objave rezultatov predvolilnih poizvedb vplivajo na volilno vedenje državljanov. O tem so zlasti prepričani danski in finski politiki ter švedski (34,8 odstotka) in španski novinarji in uredniki (35,5 odstotka), medtem ko politiki na Švedskem v očitnem nasprotju s svojimi novinarskimi sodržavljani volilnim poizvedbam ne prisojajo vpliva na državljane.

Uredniki in novinarji v Sloveniji so mnogo bolj skeptični od politikov: s 35,1-odstotno prepričanostjo o vplivu objav na volilne rezultate so podobni švedskim in španskim kolegom.

V nasprotju s kritičnim mnenjem o vplivu objave rezultatov predvolilnih poizvedb na volilno vedenje državljanov so le štirje od 150 anketiranih slovenskih politikov izjavili, da predvolilne poizvedbe vplivajo na njihovo izbiro na volit-

vah. Tudi približno enako majhen delež novinarjev in urednikov (3,4 odstotka) je prepričanih, da rezultati predvolilnih poizvedb vplivajo na njihove odločitve, vendar jih tudi precej manj (34,4 odstotka) od politikov verjame, da so takemu vplivu močno podvrženi državljani.

Učinek na tretjo osebo se sicer manj izrazito, a še vedno zelo značilno, kaže tudi v odgovorih običajnih državljanov v Sloveniji. Medtem ko jih 56,6 odstotka meni, da javnomnenjske ankete vplivajo na odločitve (drugih) ljudi na volitvah, jih tak vpliv na same sebe priznava samo 24,1 odstotka.

Tabela 2: Kako vidijo slovenski novinarji, politiki in državljani vpliv predvolilnih poizvedb na volilne odločitve pri sebi in pri drugih državljanih (v odstotkih)

Stopnja strinjanja	Javnomnenjske poizvedbe vplivajo na odločitve na volitvah:					
	na druge ljudi			na mene osebno		
	novinarji	politiki	državljani	novinarji	politiki	državljani
Zelo se strinjam.	10,3	12,9	18,2	0,7	0,7	9,5
Strinjam se.	24,8	40,8	38,4	2,7	2	14,6
Neodločen/-a sem.	37,9	28,6	24,4	6,8	8,8	10,5
Ne strinjam se.	20,7	13,6	11,9	24	23,8	19,3
Zelo se ne strinjam.	6,2	4,1	7,1	65,8	64,6	46,1
N =	150	150	355	150	150	355

Čisti učinek na tretjo osebo je tako daleč največji pri slovenskih politikih, saj jih je mnogo več kot polovica prepričanih, da se odvisnost od predvolilnih poizvedb (lahko) dogaja samo drugim državljanom, njim samim pa ne. Pri novinarjih in državljanih je čisti učinek približno enak in dvakrat manjši kot pri politikih: med enimi in drugimi je okrog tretjina anketirancev prepričanih, da ankete nanje ne vplivajo, vplivajo pa na (druge) državljane.

Pod predpostavko, da je vpliv predvolilnih poizvedb na volilno vedenje ljudi ocenjevan (med politiki) kot *negativen*, lahko dejstvo, da so politiki doslej brezbrižno ali celo nenaklonjeno opazovali prizadevanja za odpravo embarga na objavo volilnih napovedi v medijih v zadnjem tednu pred volitvami, pojasnimo s paternalističnim odnosom politikov do svojih sodržavljanov. Kot kaže raziskava, so po eni strani (slovenski) politiki sicer precej močno (nadpovprečno v primerjavi s kolegi po Evropi) prepričani o veljavnosti mnenjskih poizvedb in njihovi koristnosti za demokracijo, še mnogo bolj pa tudi, da objava njihovih rezultatov vpliva na volilne odločitve državljanov. Prepoved objave rezultatov v zadnjem predvolilnem obdobju v medijih naj bi domnevno zmanjšala vpliv poizvedb na volilno vedenje – vendar samo, če bi veljala še neka druga predpostavka, da namreč teh rezultatov ni v svetovnem spletu.

Medtem ko je za drugo predpostavko povsem jasno, da ne velja, je veljavnost prve predpostavke vsaj sporna. Ni namreč jasno, zakaj bi informacija o volilnih namerah sodržavljanov negativno, ne pa *pozitivno* vplivala na posameznikovo glasovanje, kar naj bi sicer veljalo za vse druge informacije, npr. o programih političnih strank, o predvolilnih obljubah kandidatov, o preteklem delovanju enih in drugih itd. V nasprotju z dvostrankarskim sistemom je v večstrankarskem sistemu

informacija o volilnih namerah drugih volivcev izjemno pomembna za racionalno odločitev, saj je izbira kompleksnejša. Irelevantna je sicer za vernike, ki vedno volijo isto stranko, za vse druge pa je dragocena, saj lahko s svojim glasom v večji meri krojijo izid volitev, kot če glasujejo slepo, saj razpolagajo z informacijo, kolikšna je verjetnost, da bo njihov glas dosegel želeni učinek (in zato npr. ne bodo glasovali za stranko, ki nima možnosti priti v parlament, oz. bodo premislili, kako glasovati, da bodo zagotovili zmago koaliciji strank, ne pa posamezni stranki). Skratka, odrekanje *zanesljivih* informacij o volilnih namerah državljanov, ki jih zagotavljajo predvolilne poizvedbe kot del institucionaliziranega političnega sistema, je odrekanje pravice do racionalne(jše)ga glasovanja na volitvah, ki ga enako kot cenzura predvolilnih poizvedb poskuša preprečiti tudi strankarska predvolilna propaganda.

Tabela 3: V politiki se včasih govori o levici in desnici. Kam bi uvrstili svoje poglede in kam večino slovenskih državljanov na lestvici, na kateri je 1 levi politični pol, 7 desni politični pol, 4 pa politična neopredeljenost? (Deleži so navedeni v odstotkih.)

Politična usmerjenost	Novinarji		Politiki		Državljani	
	osebno	večina Slovencev	osebno	večina Slovencev	osebno	večina Slovencev
1 – levi politični pol	17	1,4	19,6	3	11,8	14,4
2	24,1	7,6	29,7	3,7	10	6,9
3	31,9	41	15,9	40,3	12,9	3,4
4 – neopredeljeni	23,4	34	18,1	42,5	49,3	58,1
5	1,4	7,6	12,3	8,2	4,8	6,1
6	0,7	1,4	2,9	1,5	6,2	6
7 – desni politični pol	1,4	0,7	1,4	0,7	4,9	5,2
N =	150	150	150	150	355	355

Objavljanje rezultatov predvolilnih poizvedb lahko močno zmanjša pojava *množinske nevednosti* in *zrcalne zaznave* kot specifičnih napačnih zaznav, ki lahko krojijo izide volitev. To lahko ponazorimo z odgovori anketirancev na vprašanje o njihovi politični usmerjenosti in oceni politične usmerjenosti večine Slovencev. Z odgovori na vprašanje, kam bi uvrstili svoje poglede na lestvici, na kateri je 1 levi politični pol, 7 desni politični pol, 4 pa politična neopredeljenost, se je *absolutna* večina novinarjev (73 odstotkov) in politikov (65,2 odstotka) ter relativna večina državljanov uvrstila na levi pol. Med državljani je bilo razmerje 24,7 : 17,3 za levo opcijo ob 58,1 odstotka neopredeljenih (gl. tabelo 3).

Primerjava z odgovori na vprašanje o politični opredeljenosti večine državljanov kaže, da pri novinarjih in politikih prihaja do izrazite zrcalne zaznave, saj levo usmerjenost pripisujejo dvakrat večjemu deležu državljanov, kot se jih za levo opcijo dejansko izreka (24,7 odstotka): novinarji 50 in politiki 47 odstotkom.

Pri državljanih lahko ob zrcalni zaznavi levega pola opazimo tudi elemente množinske nevednosti pri desnem polu, čeprav sta obe mnogo manj izraziti kot pri politikih in novinarjih. Državljani, ki se uvrščajo na desni pol (17,3), podcenjujejo delež desnih volivcev (15,9 odstotka), medtem ko oni na levem polu precenjujejo delež levice (24,7 : 34,7).

Do teh pojavov, tako kot do vseh drugih napak v zaznavanju mnenja drugih oz. večine, sicer ne prihaja izključno zaradi pomanjkanja informacij, vedno tudi ne predvsem zaradi tega. Ne glede na to pa trdnejša institucionalizacija mnenjskih poizvedb v politični sistem z jasneje določenimi (etičnimi) pravili izvajanja poizvedb in objavljanja rezultatov lahko samo zmanjša, ne pa poveča napačne zaznave.

Opombe

1. Pojav »*third-person effect*« je prvi raziskoval in poimenoval Davidson (1983).

2. Ta učinek sta prvič dokazala Darley in Latané (1968) v laboratorijskih eksperimentih leta 1968.

3. Key (1961/1967, 28) je operacionaliziral konsenz s porazdelitvijo mnenj v obliki J-krivulje oziroma obrnjene J-krivulje: »Čeprav je temelj konsenza izrazita unimodalnost porazdelitve, in ne njena oblika črke J, je obliko J mogoče imeti za idealen tip porazdelitve mnenja pri konsenzu. Pri krivulji v obliki črke J se stališča velikega dela populacije koncentrirajo na stališčni lestvici, medtem ko so drugače misleči, ki jih je malo, razpršeni od modusa, tako da nastane krivulja v obliki črke J ali obrnjenega J.«

Literatura

Adorno, Theodor W. 1964/2005. Opinion Research and Publicness. *Sociological Theory* 23, 1, 120–123.

Albig, William. 1939. *Public Opinion*. New York: McGraw Hill.

Althaus, Scott L. 2006. False Starts, Dead Ends, and New Opportunities in Public Opinion Research. *Critical Review* 18, 1–3, 75–106.

Allport, Gordon. 1935. Attitudes. V: *A Handbook of Social Psychology*, 798–844. Worchester, MA: Clark University Press.

Allport, Floyd Henry, Milton Dickens in Richard L. Shanck. 1932. Psychology in Relation to Social and Political Problems. V: P. S. Achilles (ur.) *Psychology at Work*, 199–252. New York: Whittlesey House.

Blumer, Herbert. 1948. Public Opinion and Public Opinion Polling. *American Sociological Review* 13, 542–554.

Converse, Philip E. 1964. The Nature of Belief Systems in Mass Publics. V: D. E. Apter (ur.), *Ideology and Discontent*, 206–261. New York: The Free Press.

Converse, Philip E. 1987. Changing Conceptions of Public Opinion in the Political Process. *Public Opinion Quarterly* 51, 4 - Part 2, S12–S24.

Darley, John in Bibb Latané. 1968. Bystander Intervention in Emergencies: Diffusion of Responsibility. *Journal of Personality and Social Psychology 8*, 377–383.

Davidson, Phillips W. 1983. The Third-Person Effect in Communication. *Public Opinion Quarterly* 47, 1, 1–15.

Dnevnik. 2007. Dnevnik.si se je znašel pod lupo oblasti: Inšpektorat MNZ posegel v svobodo tiska. *Dnevnik*, 30. 10. 2007.

Festinger, Leon. 1957/1962. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Gerbner, George, Larry Gross, Michael Morgan in Nancy Signorielli. 1980. The "Mainstreaming" of America: Violence Profile no. 11. *Journal of Communication 30*, 10–29.

Ginsberg, Benjamin. 1989. How Polling Transforms Public Opinion. V: M. Margolis in G. A. Mauser (ur.), *Manipulating Public Opinion*, 271–293. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

*Glynn***,** Carroll J., Ronald E. *Ostman* in Daniel G. *McDonald. 1995***.** Opinions, Perceptions, and Social Reality. V: T. L. Glasser in C. T. Salmon (ur.), *Public Opinion and the Communication of Consent*, 249–280. New York: Guilford Press.

Hyman, Herbert H. 1957. Toward a Theory of Public Opinion. *Public Opinion Quarterly* 21, 1, 54–59.

Johnson-Cartee, Karen S. 2005. *News Narratives and News Framing. Constructing Political Reality*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Kant, Immanuel. 1800. *Logik: ein Handbuch zu Vorlesungen*. Königsberg. <http://www.textlog.de/kant-logik.html>.

Key, V. O., Jr. 1961/1967. *Public Opinion and American Democracy*. New York: Alfred A. Knopf.

Noelle-Neumann, Elisabeth. 1974. The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication* 24, 2, 43–51.

O'Gorman, Hubert J. 1986. The Discovery of Pluralistic Ignorance: An Ironic Lesson. *Journal of the History of the Behavioral Sciences* 22, 4, 333–347.

Osborne, Thomas in Nikolas Rose. 1999. Do the Social Sciences Create Phenomena? The Example of Public Opinion Research. *British Journal of Sociology* 50, 3, 367–396.

Rokeach, Milton. 1968. *Beliefs, Attitudes, and Values: A Theory of Organization and Change*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Salmon, Charles T. in Gerald D. Kline. 1985. The Spiral of Silence Ten Years Later: An Examination and Evaluation. V: K. R. Sanders, L. L. Kaid in D. Nimmo (ur.), *Political Communication Yearbook*, 3–29. Carbondale: Southern Illinois University Press.

Sanders, Lynn M. 1999. Democratic Politics and Survey Research. *Philosophy of the Social Sciences* 29, 2, 248–280.

Splichal, Slavko. 2007. Javno mnenje v bunkerju. Zakaj so politiki sovražno razpoloženi do empiričnega raziskovanja?. *Dnevnikov objektiv*, 21. 4. 2007, 7.

Splichal, Slavko. 2008. Från opinionsstyrd demokrati till globala styrelseformer utan opinion. V: O. Petersson (ur.), *Medierna : folkets röst?*, 29–50. Stockholm: SNS Förlag.

Tönnies, Ferdinand. 1922. *Kritik der öffentlichen Meinung*. Berlin: Julius Springer.