

Respondenti in stališča

Konsistentnost in stabilnost stališč v javnomnenjskem raziskovanju

Splošne značilnosti stališč

Četudi so stališča oziroma merjenje stališč osrednji pojem mnenjskih anket, pa je konceptualna opredelitev pojma zasluga izključno socialne psihologije. Uporaba termina »stališče« tudi na drugih področjih pa je povzročila nekaj nejasnosti in zamenjav z drugimi sorodnimi pojmi, zato se pojmovna razmejitev v raziskovanju javnega mnenja ne zdi nepomembna, še posebej če upoštevamo večkrat utemeljene očitke o unidimenzionalni rabi sicer izrazito kompleksnega pojma. Stališče in njegov verbalni izraz »mnenje« se zdita težko merljiva pojma v kakršnem koli pomenu predvsem zaradi svoje kompleksnosti, ki je ni moč opisati s posameznimi numeričnimi indeksi.

Kompleksnost stališč razumemo predvsem kot integracijo treh temeljnih duševnih funkcij – afektivne, kognitivne in konativne, ki so torej temeljne komponente stališč. Z afektivno komponento označujemo pozitivna ali negativna občutja ter ocenjevanje objektov stališč. Disonanca med kognitivno komponento, ki zastopa respondentovo znanje (informacije), in afektivno komponento običajno vodi do spreminjanja stališč – največkrat z dodajanjem konsonantnih elementov. S konativno komponento pa pojasnjujemo težnje ali predispozicije posameznika, da deluje na določen način glede na objekt stališč. Poudarek pa je na pripravljenosti za delovanje in ne na dejanski akciji.

Na navidez preprosti vprašanji – »Čemu služijo stališča?« in »Zakaj se spreminjajo?« je v šestdesetih letih skušal odgovoriti Katz s sodelavci s teorijo o funkcionalnem karakterju stališč (Ule, 1992:97).

Najpomembnejše funkcije stališč Katz razvršča v štiri kategorije (Katz, 1968:486):

a) *instrumentalna, prilagoditvena ali tudi utilitarna funkcija* (pogosto uporabljen koncept v behavioristični teoriji);

b) *obramba jaza*: posameznika ščiti pred spoznanji o samem sebi in neprijetno realnostjo sveta (neofreudovska razmišljanja);

c) *vrednotno ekspresivna funkcija*: nastopa kot potreba posameznika po izražanju stališč, skladnih s temeljnimi vrednotnimi predstavami in predstavami o samem sebi. Funkcija je povezana z občutenjem samorealizacije in samoizražanja (funkcija je temeljna doktrina ego psihologije);

d) *kognitivna funkcija*: temelji na posameznikovi potrebi organizirati svet, v katerem živi, ter reducirati kompleksnost okolja, ki ga obdaja. Iskanje smisla, tipifikacija, vrednotenje in drugo so prav tako lastnosti kognitivne funkcije (prispevek gestalt psihologije).

Katz ironično dodaja, da ljudje običajno nismo prav vneti iskalci smisla, želimo pa razumeti dogodke, ki neposredno zadevajo naše življenje. V tem primeru se večkrat zadovoljimo s stereotipi, ki sicer niso popolne slike sveta, pa vendarle pojasnjujejo svet, ki se mu je mogoče prilagoditi.

* mag. SAMO UHAN, mladi raziskovalec na Centru za raziskovanje javnega mnenja in množičnih komunikacij FDV, Ljubljana.

Če ob upoštevanju Katzovega funkcionalnega pristopa vendarle skušamo odgovoriti, kaj so stališča, se ne moremo izogniti ugotovitvi različnih avtorjev (Thurstone, Fishbein, Rokeach), da gre za predispozicije posameznikov za pozitivne ali negativne odgovore na določeno dogajanje ali razmere v socialnem svetu.

Polemike med različnimi teoretiki se pojavljajo predvsem pri določitvi vrste predispozicije; ali so to predvsem predispozicije za ocenjevanje, odgovarjanje, izkušnje ali kaj drugega. Ustaljeno pa je vendarle prepričanje, da so to predispozicije za odgovarjanje z upoštevanjem, da je odgovor lahko verbalen izraz ali pa gre za ekstraverbalno, paralingvistično vedenje (Thurstone, 1967:78).

Raziskovalci javnega mnenja imajo razumljivo največ težav z merjenjem stališč. Ugotovitev, da je merjenje pojavov v javnem mnenju vedno svojevrstna redukcija, se ujema z očitki o unidimenzionalnem pogledu javnomnenskih raziskovalcev na koncept stališč. Četudi velja, da lestvice kot merski instrument zajemajo vse tri komponente stališč (afektivno, kognitivno, konativno), moramo ugotoviti, da največkrat merimo zgolj kognitivno komponento. Zato se med nekaterimi raziskovalci (Fishbein & Ajzen, 1975) uveljavlja prepričanje, da je respondentova akcija zanesljivejši kazalnik stališč kot njihov verbalni izraz – mnenje (opinion).

Spreminjanje stališč

Proces izražanja mnenj je izrazito dinamičen. O tem nam govorijo tudi presenetljiva odkritja javnomnenskih raziskovalcev o velikem obsegu poljubno izbranih komponent, ki nastopajo v odgovorih respondentov. Ugotovitve opirajo predvsem na znamenito Conversovo (Converse, 1970) raziskavo o stabilnosti in konsistentnosti izraženih mnenj ter razlikami med tako imenovanim »elitnim« in običajnim vzorcem populacije. Converse meni, da so odgovori respondentov skoraj izključno »nestališča«, oblikovana v trenutku odgovarjanj, oziroma »metanje mentalnih kovancev«, kot se sam slikovito izrazi.

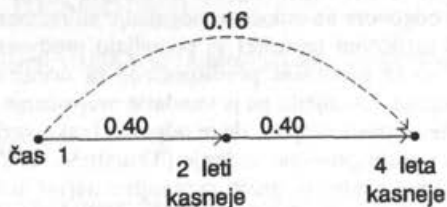
Novejše raziskave javnomnenskih metodologov utemljujejo predvsem mnenje, da so odgovori respondentov na vprašanja o stališčih rezultat različnih faz kognitivnega procesa, ki vključuje semantično interpretacijo vprašanj in dostopnost relevantnih prepričanj ter občutij, ki jih respondent upošteva pri oblikovanju mnenja o določenem problemu.

Virtualno vse javnomnenske raziskave temeljijo na domnevi, da imajo respondenti razumska, jasno oblikovana stališča do domala vseh tem javnomnenskih raziskav. Logiko takšnega razmišljanja ponazarja trditev: »Če respondent podpira pojav x (objekt stališč), z anketo zgolj evidentiramo prej obstoječe občutje, ki ga favorizira modaliteta xy.«

Izkušnje raziskovalcev trditve ne potrjujejo, pač pa nasprotno dokazujejo, da respondenti s serijo merjenj spreminjajo mnenja. Mnogo respondentov močno reagira na spremembo konteksta, vrstni red ter formulacijo vprašanj.

Converse je v svojem času z ugotovitvami raziskav, ki jih je opravil, sprožil temeljna vprašanja o naravi javnomnenskih raziskav. Zanimali sta ga predvsem zanesljivost merskih instrumentov in veljavnost opravljenih meritev glede na nje-gove ugotovitve, da več kot tri četrtine respondentov na anketna vprašanja odgovarja tako, da povsem naključno izbira med ponujenimi modalitetami. Za ponazoritev te ugotovitve je uporabljal tako imenovani »črno – beli« model. Kot osnovo za izdelavo svojega modela analize stališč in »ne-stališč« pa je uporabil model markovskih verig (Inglehart, 1984:99), z naslednjimi značilnostmi:

Slika 1: Model markovskih verig



Vir: INGLEHART, T. (1984): Agregate Stability and Individual Level Flux in Mass Belief Systems. *The American Political Science Review*, Vol 79, 99

Opis modela:

Predpostavimo korelacijo $r = 0.40$ med preferencami javnosti o določenem problemu v času $\check{C} = 1$ in istimi individualnimi preferencami o istem problemu v času $\check{C} = 2$ (dve leti kasneje). Korelacija $r = 0.40$ naj velja tudi med preferencami v času $\check{C} = 2$ in $\check{C} = 3$, štiri leta po času $\check{C} = 1$. Prekinjena puščica prikazuje korelacijo, ki se bo pojavila kot rezultat vzročnih povezav. S predpostavko, da niso vpleteni nikakršni preostali faktorji, implicira model korelacijo $r = 0.16$ med preferencami v času $\check{C} = 1$ in preferencami v času $\check{C} = 3$. ($0.4 \times 0.4 = 0.16$) Pričakujemo lahko torej zmanjševanje korelacije s podaljševanjem časovnega intervala.

Vendar pa rezultati Converseve analize močno odstopajo od opisanega modela. Converse ugotavlja, da se korelaciji med časoma $T = 1$ in $T = 2$ ter $T = 2$ in $T = 3$ ne razlikujeta bistveno. Obe sta namreč nizki ($r = 0.39$), vendar ne kažeta težnje upadanja v daljšem časovnem obdobju.

Conversov model problem pojasnjevanja korelacij rešuje z razdelitvijo vzorca na neenakomerna deleža (80 : 20), kjer 80 odstotkov populacije nima realnih preferenc oziroma ima »nestališča«, ter so torej njihovi odgovori »literarno poljubni«. Prav zaradi popolne naključnosti odgovorov respondentov ni mogoče zaslediti nikakršne povezave med izraženimi mnenji ne glede na dolžino časovnega intervala. Preostali del populacije se vede popolnoma drugače (zato tudi črno – beli model).

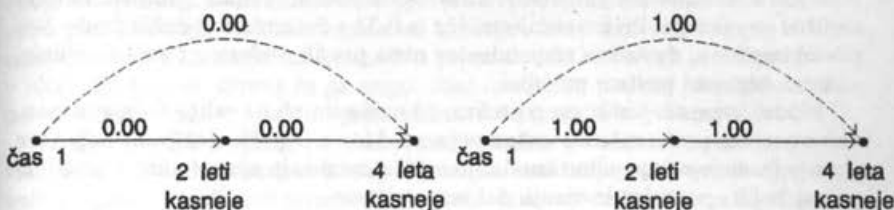
Dvajset odstotkov populacije vzorca ima glede na Conversev model »elaborirana« stališča, ki so ne glede na časovni interval tudi popolnoma stabilna. Korelacijski koeficient znaša $r = 1$. Iz popolnoma različnih razlogov se stabilnost stališč obeh skupin ne spreminja skozi čas. Če sta torej dve skupini med seboj pomešani v reprezentativen vzorec, se to kaže kot splošna kontinuirana korelacija, ki znaša $r = 0.39$ od raziskave do raziskave brez trenda upadanja (Inglehart, 1984:101).

Kasnejše raziskave so med raziskovalci utrdile prepričanje, da je Conversev črno-beli model problematičen. Četudi odmislimo normativne in epistemološke implikacije, je model nesprijemljiv prav zaradi predpostavke, da je javnost razdeljena na dva popolnoma različna tipa respondentov: večjo skupino »indolentnih apolitikov« in manjšo skupino »rigidnih ideologov« – med njima pa zeva prazen prostor. Zaradi številnih očitkov, ki jih raziskovalci namenjajo modeloma (Markov in Converse), se je uveljavil model »latentnih« stališč, ki naj bi odpravil slabosti prejšnjih.

Slika 1: Conversov črno – beli model

a) 80 % vzorca

b) 20 % vzorca

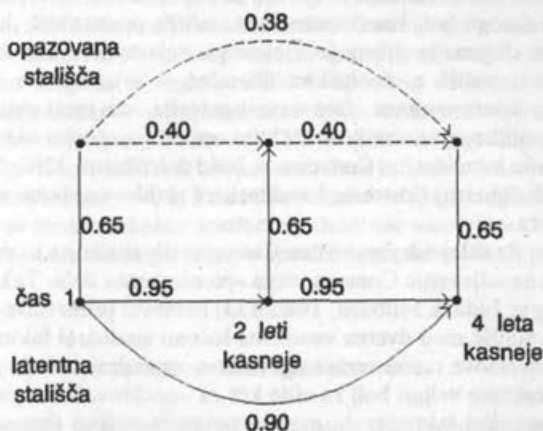


Vir: INGLEHART, T.(1984): Agregate Stability and Individual Level Flux in Mass Belief Systems. *The American Political Science Review*, Vol 79, 99

Model temelji na predpostavki, da ima tako rekoč vsakdo razmeroma stabilna in konsistentna stališča do večine tem, ki zanimajo javnomnenjske raziskovalce, problematično pa je javnomnenjsko meroslovje. Model lahko opišemo takole:

Denimo, da je korelacija med latentnimi stališči v obeh dveletnih časovnih intervalih stabilna in znaša $r = 0.95$. Korelacija med opazovanimi stališči in latentnimi pa je prav tako konstantna in znaša $r = 0.65$. V tem primeru zasledimo kontinuirano korelacijo $r = 0.40$ med časovnima točkama $T = 1$ in $T = 2$ ($0.65 \times 0.95 \times 0.65 = 0.40$).

Slika 1: Model latentnih stališč



Vir: INGLEHART, T.(1984): Agregate Stability and Individual Level Flux in Mass Belief Systems. *The American Political Science Review*, Vol 79, 99

Postopek lahko nadaljujemo in ugotovimo korelacijo $r = 0.38$ v obdobju štirih let. ($0.65 \times 0.90 \times 0.65$), ki je le neznatno manjša kot v dvoletnem časovnem obdobju. Za osemletno obdobje predvideva model korelacijo latentnih stališč

$r = 0.81$, korelacijo opazovanih stališč pa $r = 0.34$. Trend upadanja je v daljšem časovnem obdobju izrazitejši.

Posebnost modela je, da v krajšem časovnem obdobju (štirih let) ugotavlja podobne korelacije kot Conversov črno – beli model. Vendar pa imata modela različne implikacije. Pri korelaciji stališč $r = 0.38$ v dvoletnem obdobju črno – beli model implicira, da večina respondentov nima pravih preferenc ter da so njihovi anketni odgovori povsem poljubni.

Model latentnih stališč pa postulira, da imajo vsi ali pa velika večina respondentov realne preference do večine pojavov. Model dopušča naključne odgovore (le-ti pojasnjujejo nepopolno korelacijo med latentnimi in opazovanimi stališči), ki pa naj bi jih uporabljal le manjši del respondentov.

Barvno izraženo – v primerjavi s črno – belim modelom, model latentnih stališč označujejo različne stopnje sivine.

Conversov model je v tem pogledu mnogo bolj parsinomičen. Opazuje zgolj neposredna stališča dveh skupin – tiste, katerih stališča fluktuirajo, in tiste s popolnoma stabilnimi stališči. Model latentnih stališč skupino respondentov pojmuje enotno, njihova stališča pa opazuje posredno.

Skupna značilnost vse treh opisanih modelov pa je, da govorijo o predvidljivosti oziroma ocenjujejo verjetnost, da bo posameznik s svojim znanjem in idejami o nekem problemu oblikoval stališča. Običajno govorimo o dveh tipih predvidljivosti stališč (Judd & Milburn, 1980:627):

- med stališči do različnih temah v isti časovni točki,
- med stališči do istega problema v različnih časovnih točkah.

S prvim primerom označujemo konsistentnost stališč, z drugim pa njihovo stabilnost.

Converse je kot rečeno ocenjeval povezanost stališč v neki časovni točki ločeno za dve skupini (elitni in neelitni vzorec). Ugotovil je, da povprečna povezanost izraženih stališč za elito znaša $r = 0.53$ in za neelito $r = 0.32$. Sklepal je torej, da so stališča elite mnogo bolj konsistentna kot stališča preostalega dela vzorca.

Naslednja dimenzija primerjave elitnega dela vzorca z neelitnim je stopnja konsistentnosti stališč z ideološkim liberalno – avtoritarnim in konzervativno – radikalnim kontinuumom. Converse ugotavlja, da zgolj dva in pol odstotka ameriškega volilnega vzorca konsistentno uporablja splošni ideološki kontinuum pri ocenjevanju kandidatov (Converse v: Judd & Milburn, 1980:631). S povezovanjem naštetih dimenzij Converse karakterizira razlike v sistemu stališč med obema deloma vzorca.

Pomisleki do sklepnih ugotovitev Conversovih analiz pa so druge raziskovalce spodbudili k nadaljevanju Conversovega »pionirskega« delu. Tako je denimo Luttbeg (Luttbeg v: Judd & Milburn, 1980:633) namesto primerjave povprečij korelacij izraženih stališč med dvema vzorcema ločeno analiziral faktorske korelacijske matrice. Conversove raziskovalne ugotovitve implicirajo, da bi morale preproste faktorske strukture veljati bolj za elite kot za »neelite«. Z drugimi besedami – en ali kvečjemu nekaj faktorjev bi moralo pojasniti večino skupne variance stališč (attitude items), medtem ko vzorec »neelite« zahteva za pojasnjevanje istega obsega variance več faktorjev. Če torej stališča elit temeljijo na posameznem abstraktnem ideološkem kontinuumu, lahko pričakujemo, da bo skupno varianco odgovorov pojasnil en sam faktor. To pa je, kot trdi Luttbeg, daleč od resnice.

Četudi je bila faktorska struktura za korelacijsko matrico »elite« nekoliko preprostejša kot matrica za vzorec »neelite«, se je pri obeh vzorcih pojavilo najmanj pet smiselnih faktorjev. Luttbeg torej ugotavlja nekoliko večjo konsistent-

nost pri »eliti«, ne najde pa enotnega ideološkega kontinuuma, ki bi »eliti« služil za oblikovanje stališč. Luttbeg opozarja tudi, da ni povsem jasno, katera stališča izražajo enotno ideološko bazo elite. Converse denimo v svoji analizi uporablja »odprta« vprašanja z »ideološko« vsebino; kritiki pa najpomembnejše očitke nameenjajo prav kodiranju oziroma nejasnosti kriterijev kodiranja vprašanj ter iz tega izhajajoče nizke zanesljivosti. Lahko bi s primerilo, da bi koderji uvrstili odgovor v ideološki korpus, čeprav bi ga respondent izrekel na podlagi idiosinkratičnih, neideoloških vzrokov – na primer kandidata x ne mara, ker je neprivilčen.

Naslednji velik problem pri ocenjevanju strukture stališč in primerjave med vzorcema »elite« in »neelite« je dejstvo, da na korelacijo med spremenljivkami vpliva varianca koreliranih spremenljivk. Problem narašča z dejstvom, da je korelacija med spremenljivkami enaka kovarianci med spremenljivkami v standardizirani obliki. Če se standardni deviaciji dveh skupin razlikujeta, potem se lahko razlikuje tudi korelacije celo, če so nestandardizirani koeficienti med meritvami enaki.

Ne glede na zadržanost do nekaterih Conversovih ugotovitev pa raziskovalci soglašajo, da je prav Conversovo delo spodbudilo vrsto metodoloških raziskav, katerih torišče so problemi z merskimi instrumenti (vprašalniki) ter z njimi povezani procesi odgovarjanja oziroma »produkcija« mnenj respondentov. Značilna in hkrati sporna je Conversova ugotovitev, da svojevrsten pritisk na respondenta, naj na vsak način izrazi mnenje, privede do poljubno izbranega, skorajda izmišljenega odgovora. Po Conversovem mnenju respondent predvidi raziskovalčeva pričakovanja, da na zastavljeno vprašanje dobi ustrezen odgovor. Respondent torej skuša zadostiti pričakovanjem raziskovalcev in hkrati poudariti pozitivno podobo samega sebe sodelujočega v javnomnenjski raziskavi.

Kritiki Conversovih pogledov pa nasprotno menijo, da so odločilne predvsem napake merjenja oziroma merskega instrumenta in ne respondentov. Seveda pa drži tudi, da se teoriji medsebojno ne izključujeta. »Variacije« poljubnosti v Conversovem primeru pojasnjujejo metodologi tudi kot odsev ambivalentnosti respondentovih stališč, kjer konfliktna notranja struktura stališč onemogoča njihovo dostopnost. Razvidna postanejo le ob večjem kognitivnem prizadevanju respondentov. Nasploh že Zajonc (Zajonc v: Inglehart 1984) opozarja na nujno razlikovanje afektivne in kognitivne usmeritve respondentov, ki sta medsebojno povezani, vsaka zase pa imata visoko stopnjo avtonomnosti. Zajonc (ibidem) poudarja, da pogosto kognitivna usmeritev sledi afektivni, kar pomeni, da se anketiranje ne prične vedno z artikulacijo racionalne osnove, iz katere respondenti črpajo odgovore. Analiza slučajnih odgovorov mora vsekakor upoštevati afektivno usmeritev, ki je ohlapno povezana s posameznikovimi kognicijami o specifičnem problemu, je pa zanj logično relevantna.

Preprosta teorija odgovarjanja versus odkrivanje preferenc

Glede na povedano se pojavljajo nekatera nova razumevanja množičnih javnomnenjskih raziskav. Raziskovalci argumentirano opozarjajo na pojav, da mnogo potencialnih respondentov preprosto ne premore vnaprej oblikovanih stališč na ravni posebnih zahtev raziskave. Stališča respondentov se z meritvami javnega mnenja kažejo kot kombinacija le delno konsistentnih prepričanj in idej. Zaller (Zaller in Feldman, 1992) meni, da respondenti pri oblikovanju odgovorov združijo vzorce lastnih prepričanj ter informacije, ki jih ponuja vprašalnik oziroma anketar v obliki ponujenih modalitet odgovorov.

Tej ugotovitvi močno nasprotujejo nasprotniki teorije »fluktuacije« z dokazovanjem, da imajo respondenti kljub navidezni fluktuaciji »resnična« stališča, ki pa so odločujoče stabilna. Fluktuacijo, ki se pojavlja v odgovorih respondentov, označujejo kot napako merjenja, ki se neizogibno pojavi zaradi težav pri beleženju stališč in nejasnega »anketnega« jezika.

Zdi se, da imata oba pristopa, ki se ukvarjata s pojavom nekonsistentnih odgovorov, ključne pomanjkljivosti. Conversovo tezo, ki nekonsistentnost in nestabilnost enači z obstojem »nestališč«, presojajo raziskovalci kot poskus označevanja stališč kot visoko abstraktnega problema (Zaller, 1992:581).

Po drugi strani pa teorija napak merjenja pojasnjuje kvečjemu polovico variance naključno izbranih odgovorov, ki jo označujemo kot napako merjenja. Pogost pa je pojav sistematične variance, ki jo »umetno« ustvarijo specifično formulirana vprašanja.¹

Respondenti ponujajo različne odgovore, če odgovarjajo na odprta vprašanja, kot če uporabljajo že oblikovane modalitete. Pomembna je ugotovitev, da je tovrstna nekonsistentnost značilnost vseh kategorij respondentov. Rezultati metodoloških raziskav, ki upoštevajo kontekst vprašalnika, formulacijo vprašanj in njihov vrstni red, utrjujejo prepričanje, da respondenti pri odgovarjanju ne »prikličejo« zgolj prej obstoječih stališč, pač pa v veliki meri uporabljajo vprašalnik za odločanje o tem, kaj so njihova stališča. Tourangeau in Rasinski (Tourangeau & Rasinski v: Zaller & Feldman, 1992:584) trdita, da odgovore na vprašanja lahko razumemo kot produkt procesa, v katerem respondenti:

- ugotavljajo, o čem raziskovalci sploh sprašujejo,
- kombinirajo ideje v koherentna stališča,
- prevajajo tako oblikovana stališča v modalitete vprašanj.

Stališča v tem primeru postanejo začasni konstrukti, ustvarjeni na podlagi konfliktno notranje podatkovne baze (Willson & Hodges v: Zaller & Feldman, 1992:586). Poglobljene analize anketnih intervjujev nekoliko omilijo tovrstne trditve, vseeno pa so ugotovitve metodološko zanimive.

Tradicionalna teorija stališč predvideva, da respondent najprej izbere specifično opcijo, ki je najbližja njegovi lastni poziciji. Če respondenti nimajo izoblikovanih jasnih stališč do anketne teme, postane aktualen problem izbire.

Hochschild v svoji študiji stališč o enakosti (Hochschild, 1981) ugotavlja, da so respondenti pripravljene odgovarjati na »zaprta« vprašanja o enakosti, vendar pa če imajo priložnost obširnejše razlage, nikakor ne oblikujejo preprostih stališč. Respondenti v tem primeru modurirajo, negirajo, niansirajo ali pa so preprosto frustrirani, ker ne morejo izraziti nič primernega. Metodološko pa so te manifestacije negotovosti prav tako zanimive in pomembne kot jasno izoblikovana stališča.

Ambivalence, ki so jih ugotovili raziskovalci, so respondente pogosto vodile v protislovja – izoblikovanje začasno nestabilnih odgovorov v smeri posamezne konverzije. Vzrok teh ambivalenc pa po našem mnenju ni, kot dokazuje Converse, v tem, da respondenti sploh nimajo mnenja, ali pa kot bi trdili zagovorniki modela napak merjenja, da so to »resnična« stališča, temveč je ambivalentnost posledica dejstva, da imajo konfliktna mnenja ali vsaj konfliktna prepričanja, kar jih vodi v nekonsistentno odgovarjanje. To tezo podpirajo predvsem psihologi. V podporo

¹ Znan primer, pogosto navajan v strokovni literaturi (Schuman & Presser:1981), je vprašanje o delu ruskih (komunističnih) novinarjev v ZDA. Rezultati kažejo, da so bili respondenti bolj tolerantni do dela tujih (komunističnih) novinarjev v ZDA, potem ko so že odgovorili na vprašanje o delu ameriških novinarjev v vzhodnih državah, in manj tolerantni do dela ameriških novinarjev v vzhodnih državah, potem ko so že odgovorili na vprašanje o delu komunističnih novinarjev v ZDA.

navajajo dejstvo, da običajno iz ogromnega števila informacij, ki jih vsebuje spomin (long – term memory), uporabljamo zgolj fragmente. Oblikovanje mnenj in stališč je na ta način odvisno od informacij, ki jih je respondent sposoben »priklicati« iz spomina. V metodološki literaturi se uveljavlja koncept »shem«, prevzet s področja kognitivne psihologije. Shemo v tem smislu pojmuje kot kognitivno strukturo, ki organizira predvsem informacije in izkušnje temeljnih vrednot ali idej in tako vodi interpretacije novih informacij in izkušenj. Kritična točka koncepta sheme, na katero opozarjajo raziskovalci, je, da imajo respondenti običajno pripravljenih več shem, primernih za razumevanje večine fenomenov. Za ponazoritev – percepcija posameznika, ki je predstavljen kot politik, bo povsem drugačna, če ga raziskovalci predstavijo kot očeta treh otrok. Predstava »očeta« vzbuja drugačne asociacije, izpostavljene so drugačne osebne kvalitete, torej so drugačna tudi stališča respondentov.

Podobna razmišljanja vodijo javnomnenjske metodologe k naslednji definiciji: »Stališče je kot posebna točka v času rezultat konstruktivnega procesa.« In: »Ni posameznega stališča glede posameznega objekta, temveč množica stališč, odvisnih od številnih shem o posameznih objektih. Občutja respondentov torej variirajo glede na uglasenost posameznih kognitivnih shem« (Tesser, v: Zaller: 1991).

Takšne pristope si lahko razlagamo tudi kot spodkopavanje tradicionalnih teoretskih pristopov, ki predpostavljajo posamezna koherentna stališča, ki jih ima posameznik o neki temi. Model, ki ga je razvil Hochschild, vključuje respondentova bolj ali manj konsistentna razmišljanja, upoštevanja, ki jih opredeli kot odločanje za eno stran problema oz. preferiranje ene strani pred drugo.

Zaller je z upoštevanjem novejših dogajanj na tem področju oblikoval svoj model, ki ga opredeljuje s tremi aksiomi (Zaller & Feldman: 1991).

A1 – Aksiom ambivalence:

Večina ljudi ima nasprotujoča si prepričanja (razmišljanja) o prevladujočih temah javnomnenjskih raziskav – ta prepričanja lahko vodijo k ambivalentnemu odločanju.

Naslednji problem je odločitev, kako posameznik preoblikuje ločena razmišljanja v obliko zaprtih vprašanj. Ena možnost je, da se respondent odloča na podlagi prve ideje, ki se pojavi v hipu odločanja. V tem primeru respondenti oblikujejo mnenja z upoštevanjem prve, zadostne, izpostavljene razlage, ki zadostuje anketarju. Raziskovalci nasploh ugotavljajo velik učinek prevladujoče ali najlažje dostopne informacije.

A2 – Aksiom odgovorov:

Respondenti odgovarjajo na anketna vprašanja tako, da upoštevajo povprečje najbolj pozornost vzbujajočih informacij – to pozornost opredelimo kot aksiom dostopnosti.

A3 – Aksiom dostopnosti:

Dostopnost razmišljanj o posameznem problemu je odvisna od stohastičnega vzorčnega procesa, kjer imajo razmišljanja, ki so nazadnje prisotna v miselnem procesu, večjo možnost, da bodo izbrana. (Raziskovalci navajajo izredno močna empirična jamstva za ta aksiom.)

Kadar ko posameznik namenja veliko pozornost problemu, aksiom dostopnosti implicira množico izpostavljenih razmišljanj v trenutku odgovarjanja in torej več posploševanj. Vendar ima lahko respondent, ki je seznanjen z anketnimi zahtevami po hitrem, sukcesivnem odgovarjanju, le eno samo, v hipu dostopno informacijo in se torej pravilo povprečja zreducira na odgovor, ki temelji na posamezni »top of the head« informaciji.

Respondenti so odgovarjali na zaprta vprašanja o določeni anketni temi, nato pa so imeli možnost s svojimi besedami razložiti poglede na isto temo.

V različici A so respondenti takoj po odgovarjanju na »zaprta« vprašanja odgovarjali na »odprto« vprašanje, ki se je glasilo:

»Glede na vprašanje, na katero ste pravkar odgovorili, bi radi, da nam poveš, o čem ste razmišljali, ko ste odgovarjali na vprašanje.« (Namen je bil spodbuditi razmišljanja, ki so bila dostopna v trenutku odgovarjanja.)

V različici B pa so anketarji na običajen način prebrali modalitete, vendar so morali respondenti najprej odgovoriti na »odprto« vprašanje o anketni temi – npr.: »Preden odgovorite na vprašanje, nam, prosim, povejte, kaj menite o...« Takoj po tem uvodu so anketirancem predstavili izvirno verzijo »zaprtega« vprašanja.

Načina spraševanja zagotovo nista ekvivalentna. Z »retrospektivno obliko« (odprto vprašanje, ki je sledilo zaprtemu) so raziskovalci skušali ugotoviti, o čem natančno razmišljajo respondenti, ko odgovarjajo na vprašanje.

»Perspektivna« oziroma »stop and think« verzija pa skuša spodbuditi prenos poglobljenega iskanja odgovorov, kot je običajno. Raziskovalci poudarjajo, da »počakaj in premisli« verzija ne pomeni vznikanja novih idej ali siljenje respondentov, da odgovorijo na določen način, temveč zahteva, da respondent eksplicitno pove, kakšen pomen pripisuje določenemu problemu ali vprašanju.

Model predvideva tri načine preverjanja aksioma ambivalence:

- beleženje nasprotujočih si komentarjev,
- spontano izražanje ambivalence,
- podpora dvema trditvama (četudi, pa vendar...).

Avtorji modela so pričakovali, da bodo respondenti, ki jih specifična tema bolj zanima, razpolagali z več trenutno dostopnimi informacijami kot drugi. Pričakovanja so povezovali s kontekstom vplivnega eseja Hastija in Parka (Hastie & Park: 1986), kjer izražata domnevo, da respondenti običajno ne oblikujejo stališč na podlagi idej, ki jih prekličejo iz spomina v trenutku odgovarjanja, pač pa uporabijo že prej oblikovana stališča. To bi seveda pomenilo, da ni nujna povezava med oblikovanimi stališči in idejami (top of the head ideas).

Podatki opravljene raziskave pa potrjujejo povezavo med najdostopnejšimi informacijami v trenutku anketiranja in danimi odgovori (popolne empirične podatke glej: Zaller, 1991: 593).

Zaller je glede na aksiom ambivalentnosti in njegove implikacije sklepal, da posamezniki običajno ne premorejo fiksnih in afirmativnih stališč, temveč potencialno nasprotujoča si razmišljanja. Zaller predvsem meni, da je ideal stabilnih, »resničnih« stališč močno vprašljiv kakor tudi interpretacije javnomnenjskih raziskav, zasnovanih v okviru sumarnih sodb (npr. »splav da – ne«). Z respondentovega stališča oblikovanje sodb zahteva združitev posameznih občutij, ki so pogosto raznovrstna ali celo izključujoča. Za raziskovalca to pomeni, da ni razlogov za domnevo, po kateri imajo respondenti konsistentna občutja do vseh elementov, ki se združujejo v neko sumarno izraženo sodbo.

- ZALLER, John, FELDMAN, Stanley (1992): A Simple Theory of the Survey Response. *American Journal of Political Science*, Vol. 36, No. 3, 581-615.
- INGLEHART, Ronald (1984): Aggregate Stability and Individual-Level Flux in Mass Belief Systems. *The American Political Science Review*, vol 79, 96-115.
- ALWIN, F. Duane, KROSNIK, A. Jon (1991): The Reliability of Survey Attitude Measurement. *Sociological Methods & Research*, Vol. 20, 139-181.
- SCHWARZ, N., STRACK, F. (1991): Context Effects in Attitude Surveys: Applying Cognitive Theory to Social Research. *European Review of Social Psychology*, Vol. 2, 33-49.
- SHAPIRO, Y. Robert, PAGE, I. Benjamin (1987): What Moves Public Opinion? *American Political Science Review*, Vol. 81, No.1