

DRUŽBENA ŽELENOST IN TEŽNJA K SOGLAŠANJU
V DRUŽBOSLOVNEM RAZISKOVANJU

Povzetek. Novejši pristopi v metodologiji raziskovanja javnega mnenja polemizirajo z idejo o brezhibno obveščinem respondentu z jasnimi in prepoznavnimi preferencami. Rezultati empiričnih preverjanj kažejo, da respondenti niz modalitet (odgovorov) obravnavajo v polju t.i. omejene racionalnosti. To seveda ne pomeni, da respondenti izbirajo odgovore (modalitete) po naključju, temveč da poskušajo zmanjšati kognitivni napor na način poenostavitve procesov odločanja. Pri tem si moramo postaviti vprašanje, kakšne so posledice te ugotovitve za teorijo anketiranja, kakor tudi vprašanje o vzrokih za nastanek značilnih učinkov odgovarjanja na anketna vprašanja. Teorija anketiranja loči dva pomembna niza učinkov odgovarjanja na anketna vprašanja: težnjo k strinjanju in težnjo k izražanju socialno zelenih odgovorov. Čeprav metodološka literatura pogosto učinkov družbene zelenosti odgovorov in težnje k soglašanju ne ločuje eksplicitno, je ločena obravnava obeh fenomenov, ki ju sicer vključujemo v niz kontekstualnih dejavnikov, smiselna. Odločitev za ločeno obravnavo utemeljujemo z vzroki, ki botrujejo nastanku učinkov težnje k soglašanju in družbene zelenosti odgovorov. Če so vzroki za nastanek težnje k soglašanju fenotipske osebnostne značilnosti respondentov, pa vzroke za nastanek učinkov družbene zelenosti iščemo tako v osebnostnih lastnostih respondentov kot v značilnostih anketnega intervjuja na sploh.

Ključni pojmi: stališča, učinki konteksta, družbena zelenost, težnja k soglašanju

Družbena zelenost odgovorov kot učinek raziskovalnega konteksta

Kot ugotavlja Theresa J. DeMaio (1985), velja socialna zelenost odgovorov respondentov za značilen vir pristranskosti, inherentne javnomnenjskemu raziskovanju. Glede na pogostost zaznav njenih učinkov pa zasledimo presenetljivo malo metodoloških obravnav, ki bi natančneje pojasnjevale učinek. Splošne definicije v

* Dr. Samo Uhan, asistent na Fakulteti za družbene vede.

glavnem izražajo poglede, ki učinek družbene zelenosti odgovorov opredeljujejo kot težnjo k posredovanju povečujočih podob o samem sebi. DeMaio kot prvo eksplicitno definicijo navaja definicijo ameriškega centra za zdravstveno izobraževanje in blaginjo (1977b, 47), ki družbeno zelenost določa kot "poskus poudarjanja družbeno zelenih značilnosti oziroma poskus minimaliziranja prisotnosti družbeno neželenih značilnosti". Izvor pričakovanj in vrednot, ki vplivajo na odgovor, so lahko respondenti sami ali pa družba kot celota.

Dejavnik generiranja učinkov družbeno zelenih odgovorov pa je seveda tudi sama anketna zasnova, ki respondente spodbuja k posredovanju odgovorov, ki vključujejo zelene atribute. Če so torej stališča ali delovanja respondentov socialno nezaželena, se respondenti znajdejo v konfliktni situaciji, ki od njih zahteva prilaganje podob dobrega respondenta in uvrstitev v socialno zeleno kategorijo. Po Sudmanu in Bradburnu (1974) respondenti ta konflikt rešujejo na način prilaganja odgovorov "naravi" socialne zelenosti.

Največ razlag socialne zelenosti, četudi nobena ne navaja eksplicitne definicije, vsebuje dva elementa:

- razvrščanje družbenega vedenja na dobro in slabo,
- težnjo, da se želijo anketiranci prikazati kot dobri in tej podobi prilagoditi anketne odgovore.

Številni poskusi razlag socialne zelenosti odgovorov se osredotočajo na ključno dilemo, ali učinki socialne zelenosti odražajo osebnostne ali vsebinske (raziskovalne) značilnosti. Tako se večina avtorjev pri poskusu opredelitve socialne zelenosti odloča med osebnostnim in vsebinskim konceptom. Prvi socialno zelenost vzpostavlja kot osebnostni konstrukt (potrebo po prilagajanju socialnim standardom) in meri splošno težnjo posameznika, da odgovarja na všečen način.

Vsebinski koncept socialne zelenosti pa učinke prepozna kot manifestacijo vedenj, ravnanj ali stališč, ki so bolj ali manj (za)želena in povezana s konkretnimi vsebinami. Zgodnejše raziskave socialne zelenosti sovpadajo s prizadevanji raziskovalcev, da naj bi oblikovali lestvice, s katerimi bi izmerili "naravno" težnjo respondentov k oblikovanju samopodobe kompetentnih sogovornikov. Znale so predvsem tri tovrstne lestvice z različnimi variacijami. Edwards (v DeMaio 1985, 259), ki ga štejemo za pionirja na tem področju, upošteva obe dimenziji socialne zelenosti, vendar pri analizi poudarja predvsem pomen vsebinskega koncepta. Dimenzijo socialne zelenosti si predstavlja kot kontinuum, vzdolž katerega se fenomen zelenosti razvršča od visoke do nizke stopnje z vmesnim nevtralnimi stanjem. Na ta način Edwards oblikuje gradacije vrednosti socialne zelenosti, ki izražajo položaj respondentove trditve (soglašanja s trditvijo) na devetstopenjski lestvici.

Vzporedne raziskave drugih avtorjev potrjujejo Edwardsove ugotovitve o uniformnosti pojava socialne zelenosti ne glede na socialnodemografske karakteristike respondentov. Zato Edwards sklepa, da lahko pojav učinka socialne zelenosti pojasnimo s splošnimi kulturnimi normami, hkrati pa prepozna tudi osebne karakteristike dimenzije socialne zelenosti.

Edwardsove ugotovitve so med raziskovalci sprožile temeljite razprave o veljavnosti njegovih meritev. Večina meni, da Edwardsove meritve ne omogočajo razlikovanja fenomena socialne želenosti in težnje k soglašanju.

Razprave o Edwardsovih ugotovitvah so spodbudile poskuse konceptualne razmejitve obeh pojavov. Sticker (v DeMaio 1985) tako ugotavlja, da je učinek socialne želenosti pri normativno razpoznavnih itemih, medtem ko se težnja k strinjanju pojavlja pri relativno nevtralnih itemih.

Podobne razprave so se nadaljevale z objavo Crown-Marlove razlage obeh pojavov. Crown in Marlowe (v DeMaio 1985) analitično pozornost namenjata izključno osebnosti dimenziji socialne želenosti, ki jo opredelita kot potrebo po socialnem dokazovanju.

Phillips in Clancy (v DeMaio 1985) pa sta razvila model osebnostnih značilnosti, s katerimi poskušata opisati učinek socialne želenosti, ki pa se od drugih razlikuje v dveh pogledih:

- avtorja ne zanima veljavna lestvica, pač pa indeks odgovorov, ki jih posredujejo respondenti,
- Phillips in Clancy kombinirata osebnostne in vsebinske značilnosti dimenzije, ki ju najprej merita ločeno, nato pa na podlagi odgovorov sklepata o tem, kako sta povezani osebnostna in vsebinska dimenzija socialne želenosti.

Različnost predpostavk, s katerimi so avtorji opisovali fenomen socialne želenosti je onemogočila splošno, konsenzualno definicijo želenosti. Odsotnost takšne definicije pa je vzrok terminološke nejasnosti in različnih poimenovanj. Kategorijo "družbena želenost" tako največkrat razlagamo kot sprejemljivo oziroma zeleno vedenje. Pri tem je smiselno vprašanje, ali so respondenti sposobni ovrednotiti zahteve raziskovalcev, ko ti poskušajo izpeljati zanesljive meritve in operacionalizirati definicijo socialne želenosti. Pri tem Bradburn s sodelavci (DeMaio 1985) opozarja na nejasnost uporabe pojma sprejemljivo vedenje v povezavi s socialno želenostjo. Sprejemljivo vedenje ni nujno družbeno zeleno vedenje (Bradburn kot primer navaja abortus). Uporaba obeh terminov kot sinonimov zamenjuje pomen besed "običajno" in "dobro".

Kljub heterogenim opredelitvam socialne želenosti lahko iz razprave različnih avtorjev izluščimo tri ključne elemente, ki določajo želenost stališč oziroma ravnaj respondentov (DeMaio 1985):

- referenčni okvir in standardi, uporabljeni pri oblikovanju stališča,
- vir želenega stališča,
- perspektiva s katere respondent oblikuje stališče.

Pri tem večina empiričnih raziskav referenčnega okvira ne specificira eksplisitno. Po Stickerju referenčni okvir oblikujejo socialne norme, ki zadevajo respondenta in anketarja kot pglavitna vira standardov želenosti v anketni situaciji. Če kot vir želenosti stališč vedno nastopata bodisi respondent bodisi anketar, pa perspektive, s katere akterji oblikujejo družbeno zelena stališča, niso tako enoznačne. Medtem ko Phillips in Clancy želenost opisujeta s perspektive respondentov, pa drugi avtorji v pojasnjevanje želenosti vključujejo elemente širšega socialnega okolja. Tako sta se Gove in Geerken (1977) pri proučevanju učinka oprla na empirične rezultate in se osredotočila na ugotavljanje povezanosti učinka želenosti in

neodvisnih spremenljivk. Ugotovila sta, da je med neodvisnimi spremenljivkami zgolj starost eksplicitno povezana z učinkom želenosti, znatno manj pa poklic, izobrazba, dohodek in spol.

S tem sta zavrnila splošno prepričanje raziskovalcev, da demografske spremenljivke pojasnjujejo pojav učinka socialne želenosti. Pri tem je zanimiva Sudmanova in Bradburnova ugotovitev (1974), da na pojav učinka bolj kot demografske spremenljivke vpliva tip ankete. Avtorja ugotavljata, da je učinek socialne želenosti najizrazitejši pri osebni (face to face) intervjuju in razmeroma najmanj pri poštnem načinu anketiranja.

Vendar pa, kot ugotavlja T. DeMaio, tudi empirično zasnovani metodološki eksperimenti ne morejo nadomestiti konceptualne nezadostnosti teorije socialne želenosti. Teoretske opredelitve socialne želenosti se v tem pogledu še največkrat opirajo na koncept norm. Norme, po mnenju T. DeMaio, regulirajo udeležbo v življenju vsakdanjega sveta kakor tudi posebne interakcije, ki simulirajo vsakdanje življenje. V obeh primerih pa so družbene norme posredovane kot kulturne vrednote. Kulturne vrednote specificirajo "primerno" in "neprimerno" in s tem zamejujejo prostor, znotraj katerega posamezniki iščejo alternativne poti za doseganje ciljev.

Prav normativni model vzpostavlja skladnost ravnanj in vrednot respondentov, oziroma kot pravi Kluckhohn (DeMaio 1985, 277): "Vrednote niso vsebovane v željah, temveč v zelenem, torej ne v tem, kar si zgolj želimo, temveč v občutjih, kaj je prav in dobro, zase in za druge."

DeMaio ugotavlja, da razlike v konceptih razkrivajo nekonsistentnost raziskovalnih pristopov in preferenc posameznih raziskovalcev. Tako na koncu ostaja vprašanje, ali je učinek socialne želenosti osebna značilnost respondenta ali značilnost merskega instrumenta. S poskusom odgovora na to vprašanje pa pravzaprav uvajamo novo dimenzijo, ki izraža diskrepanco med individualnimi vrednotami in anketnimi izražaji teh vrednot. Na ta način opisujemo dilemo, v kateri se respondent odloča, kaj je želeno ravnanje za družbo in kaj zanj samega.

Težnja k soglašanju kot osebna spremenljivka

Da specifični nizi modalitet in vprašanj vplivajo na rezultate oziroma na odgovore respondentov, so najprej ugotovili psihologi. Prvo študijo o tem je objavil Cronbach (1949), s katero potrjuje obstoj sistematične pristranskosti v odgovorih respondentov in implikacije za veljavnost rezultatov.

Težnjo k soglašanju že leta 1958 eksplicitno omenjata Jackson in Messick (v Couch in Keniston 1960) in jo opredelita kot težnjo k soglašanju ali nesoglašanju z nizom itemov neodvisno od njihove vsebine. Jackson in Messick ugotovitev povezujeta z Likertovim tipom lestvice oziroma z verbalnim stopnjevanjem modalitet. Težnja k soglašanju je po njunem mnenju inherentna metodi in merjenju samemu. Po objavi njunih ugotovitev je začelo naraščati število študij drugih avtorjev in hkrati z njimi prepričanje raziskovalcev o merskem popačenju in pristranskosti, katere vzrok je lahko težnja k soglašanju.

Hkrati z empiričnimi ugotovitvami so vznikala teoretična razmišljanja o vzrokih za ugotovljeni vpliv. Izoblikovala sta se dva pristopa: po prvem lahko težnjo k soglašanju, ki se pojavi pri odgovarjanju na sklenjen niz vprašanj razumemo in razlagamo predvsem kot statistično motnjo, ki jo lahko nadzorujemo z ustreznimi matematičnimi postopki (tehnikami). Težnja k soglašanju je po tej razlagi umetna, kratkotrajna in pomembna zgolj kot matematični dejavnik, ki ga upoštevamo pri oblikovanju lestvic. Pomembna pomanjkljivost te razlage je po mnenju številnih kritikov odsotnost psihološke dimenzije težnje k strinjanju, ki se manifestira v odgovorih respondentov.

Zagovorniki drugega pristopa pa v težnji k soglašanju vidijo predvsem manifestacijo respondentove osebnosti, interesov in osebnostnega stila (Berdie in drugi). Po mnenju zagovornikov drugega pristopa lahko odgovore respondentov na niz vprašanj razumemo kot izraz njihove osebnosti, izhajajoč iz predpostavke, da je težnja k strinjanju oziroma tisto kar se pojavlja kot "splošno pritrjevanje", posledica naklonjenosti respondentov splošnim in blago avtoritarnim (afirmativnim) trditvam, ki jih vsebuje večina vprašalnikov. Bass (1955) trdi, da je "težnja" indikator "socialnega strateškega soglašanja", medtem ko so Leavitt, Hax in Roche (v Couch in Keniston 1960) prepričani, da se v nizu odgovorov zrcali soglašanje z avtoritarnostjo. Predvsem pogledi, ki odgovarjanje razumejo kot splošno soglašanje, so mnoge raziskovalce spodbudili k sklepu, da je mogoče spremenljivke, kot je na primer "avtoritarnost", opazovati v sklopu fenomena "soglašanje".

Raziskovalni "novum" na področju težnje k soglašanju je omenjeni Couch-Kenistonov pristop, ki upošteva teoretična spoznanja psihologov in empiričnih sociologov, vendar jih ne združuje mehanično, temveč rekonceptualizira njihova izhodišča. Couch in Keniston dopuščata prisotnost matematičnih dejavnikov in posledic, ki jih imajo za objektivnost rezultatov, vendar je to dejstvo po njunem mnenju manj pomembno v primerjavi s signifikantnim korpusom psiholoških determinant, ki spletajo niz odgovorov.

Temeljna teza njune študije je podmena, da je niz odgovorov (response set) manifestacija "globalno vsajenega" osebnostnega sindroma katerega determinante pojasnjujejo fenotipski fenomen "soglašanja" (Couch in Keniston 1960, 152).

Couch in Keniston poskušata analizirati težnjo k soglašanju kot osebnostno spremenljivko, upoštevajoč tako objektivnost merjenja kot tudi idiosinkratično, "klinično" podobo respondenta. Izhodišče njunega pristopa je oblikovanje zanesljive in veljavne meritve težnje k soglašanju, ki se po njunem mnenju manifestira v nizu itemov, ki jih vsebuje instrument. Pri tem je prav zagotavljanje veljavnosti instrumenta Couchu in Kenistonu povzročalo največ težav. Couch-Kenistonova meritev je zahtevala vsebinsko intaktnost, "nekontaminiranost" instrumenta, zato sta v vprašalnik vključila spremenljivke na podlagi treh kriterijev: heterogenosti vsebin, psihološke uravnoveženosti in razpršenosti itemov.

Na podlagi odgovorov respondentov sta oblikovala splošni indeks soglašanja ter v nadaljevanju ugotavljala povezanost indeksa s tipičnimi lestvicami oziroma

objektivnimi testi.¹ Rezultati Couch-Kenistonovih meritev služijo za oblikovanje hipotez o karakternih razlikah med respondenti, ki manifestirajo težnjo k soglašanju in težnjo k nesoglašanju.

Rezultati Couch-Kenistonove raziskave razkrivajo konsistentno podobo spremenljivk, ki diferencirajo "pritrjevalce" in "zanikovalce". Splošna, širša ocena opisuje "pritrjevalce" (yeasayers) kot osebnosti z dominacijo id-a (ono), katerih bistvena značilnost je relativno nizka stopnja obvladovanja impulzov (visoka impulzivnost) ter poudarjeno samoizražanje. "Pritrjevalci" so aktivni iskalci emocionalno vznemirljivega okolja. Zunanji spremljevalci njihove emocionalne usmerjenosti so izrazita naklonjenost do novosti in gibanj. Couch in Keniston jih z gledališko prispodobno opisujeta kot igralce, katerih glavna vloga je izražanje libidinalnih želja (1960, 163). Hkrati pa se pritrjevalci poudarjeno odzivajo na notranje impulze z vnaprej oblikovanimi odgovori. Karakterna značilnost "pritrjevalcev" je nepotrpežljivost in težnja k redukciji psihične napetosti. Glavna značilnost "pritrjevalcev" je sprejemljivost (dovzetnost) impulzov, ki izraža pripravljenost odgovarjati afirmativno in pri tem upoštevati zunanje in notranje impulze.

Idealnotipska klasifikacija "zanikovalcev" (naysayers) v tem smislu poudarja značilno drugačne atribute. Za zanikovalce so dražljaji sile, ki jih je treba nadzorovati in pomenijo stalno grožnjo posameznikovi stabilnosti. "Zanikovalci" hočejo ohraniti "notranje ravnovesje", zato veliko pozornost namenjajo vzdrževanju "ega" oziroma ohranjanju ravnotežja med emocionalno impulzivnimi in vrednotno podprtimi (utemeljenimi) dejavniki. Couch in Keniston slednje ocenjujeta kot stanje visoke psihološke inertnosti, kjer so dražljaji izpostavljeni permanentni cenzuri, odlogu (zadrževanju) in preoblikovanju, še preden se izrazijo. Tako zunanje kot notranje impulze "zanikovalci" pozorno pretehtajo in ocenijo. "Zanikovalci" dražljaje razumejo kot nedobrodošle vsiljivce, ki posegajo v subjektivno uravnotežen svet respondentov. Torej je v nasprotju s "pritrjevalci" osnovno stališče "zanikovalcev" zavračanje dražljajev oziroma nepripravljenost odgovoriti na impulzivne in eksterne dejavnike.

Couch in Keniston sta dinamiko oblikovanja težnje opazovala na podlagi empirične prisotnosti (korelacij) splošnega indeksa soglašanja. Takšen pristop ima poleg navedenih prednosti tudi slabosti, ki se izrazijo pri poskusu teoretične konceptualizacije. Težnja k soglašanju sama po sebi vpliva na objektivnost empiričnih meritev, kar avtorja študije razumeta kot inherentno slabost empiričnega raziskovanja. Couch in Keniston sta se zato odločila za dopolnilno študijo, zasnovano na klinični analizi "skrajnih pritrjevalcev" in "skrajnih zanikovalcev", katere namen je bil predvsem potrditev veljavnosti teoretičnih formulacij ob tako imenovanem osebnostnem sindromu kot določenem načinu oziroma tipu odgovarjanja na osebnostna vprašanja.

¹ Couch in Keniston sta oblikovala indeks soglašanja na podlagi odgovorov respondentov, ki so ocenjevali 681 itemov s pomočjo lestvic Likertovega tipa. Indeks vključuje iteme že uveljavljenih lestvic, kot so na primer Davidsonov test afektivnosti, Balesov test vrednotnih opredelitev, Adornoovo "F lestvico", Rokeachevo lestvico dogmatizma itd. in 200 novih itemov s katerimi sta merila različne psihološke koncepte, kot so na primer introspektivnost, integracija nadjaza, analnost, depresivnost in drugi.

Pri oblikovanju hipotez o osebnostnih razlikah sta Couch in Keniston izhajala iz predpostavke, da je za številne respondente težnja k soglašanju značilen in funkcionalen del njihove osebnostne strukture in je torej mogoče s klinično evalvacijo respondentov, ki se značilno pogosteje odločajo za skrajne modalitete, opredeliti teoretično izhodišče osebnostnega sindroma. Couch in Keniston sta zasnovala osebnostni sindrom na podlagi "področij" razlikovanja "pritrjevalcev" in "zanikovalcev" in vzporedno z njimi oblikovala izhodiščne hipoteze. Te so (Couch in Keniston 1960, 164):

A - Zunanja versus notranja orientacija

H1 Značilnost "pritrjevalcev" je zunanja orientacija (usmerjenost navzven) z močnimi težnjami k ekstraverziranosti. "Zanikovalci" so notranje orientirani (usmerjeni vase), intraceptivni in introvertni.

- a1 - "pritrjevalci" so površinsko zaupljivi, konvencionalni; "zanikovalci" so manj konvencionalni in so nosilci specifičnih vrednot

- a2 - "pritrjevalci" so usmerjeni navzven in so naklonjeni skupnim vrednotam; "zanikovalci" so usmerjeni vase in so naklonjeni k oblikovanju lastnih vrednot

- a3 - koncept samozavedanja "pritrjevalcev" je manifesten (vedenjski) in posredovan s konvencionalnimi standardi; "zanikovalci" so subjektivistni z oblikovanimi osebnostnimi standardi

- a4 - vrednote "pritrjevalcev" so površinske in konvencionalne; "zanikovalci" so zavezani svojim vrednotam, ki jih občutijo kot integralen del samega sebe (osebnosti)

B - Id - ego - superego integracija

H2 Osebnostna struktura "pritrjevalcev" je transparentna in razdeljena na instance ida, ega in superega; osebnostna struktura "zanikovalcev" je znatno bolj integrirana z močno kontrolo ega

- b1 - vedenje "pritrjevalcev" določajo zunanji dejavniki; "zanikovalci" izkazujejo visoko stopnjo notranje kontrole in se odzivajo na notranje subjektivne impulze

- b2 - "pritrjevalci" poskušajo povnanjiti izvor težav; zanikovalci iščejo vzrok konfliktov pri samem sebi

- b3 - instanca ega je pri "pritrjevalcih" šibka, nasprotno je pri "zanikovalcih"

- b4 - "pritrjevalci" imajo šibak povnanjen nadjaz; zanikovalci imajo močan ponotranjen nadjaz z izrazitim občutkom krivde

- b5 - "pritrjevalci" so ekspresivni z nizko stopnjo emocionalne kontrole; zanikovalci izkazujejo visoko stopnjo emocionalne kontrole pri izražanju občutij in razpoloženj

C - Impulzivni nadzor

H3 "Pritrjevalci" so sposobni izraziti čustva brez zadržkov (inhibicij); zanikovalci so nagnjeni k potlačenju in nadzoru nad impulzi s strogo ego dominacijo

- c1 - "pritrjevalci" izražajo agresivnost in nenaklonjenost odkrito in brez zadržkov; izražanje nenaklonjenosti poteka pri "zanikovalcih" posredno in z visoko stopnjo kontrole
- c2 - pri "pritrjevalcih" je izražanje čustvenih razpoloženj neposredno; "zanikovalci" so pri izražanju čustvenih razpoloženj izrazito zadržani
- c3 - značilnost "pritrjevalcev" je emocionalna intenzivnost, nezmernost, ekspresivnost; čustveni odzivi "zanikovalcev" so uravnoteženi

D - Tekmovanje in nezaupljivost

H4 "Pritrjevalci" sprejemajo tekmovanje kot realističen del življenja; nasprotno pa poskušajo "zanikovalci" minimalizirati tekmovalnost in konfliktnost situacij

E - Intelektualna širina

H5 Intelektualna usmeritev "pritrjevalcev" je ohlapna in čustvena; "zanikovalci" so intelektualno konsistentnejši z občutkom za racionalnost

F - Sekundarni procesi

H6 "Pritrjevalci" imajo kratek odzivni čas med dražljajem in manifestacijo (odgovorom) in posledično majhno možnost intervencije; zanikovalci imajo daljši odzivni čas, ki omogoča odlog čustvene odzivnosti

G - Konfliktna manifestacija

H7 "Pritrjevalci" izkazujejo večjo stopnjo konfliktnosti in ambivalentnosti kot "zanikovalci"

Ugotovitve Couch-Kenistonove empirične študije v veliki meri potrjujejo večino hipotez "osebnostnega" sindroma, ki se manifestira v odgovorih respondentov. Analiza odgovorov razkriva značilne razlike v odgovorih respondentov "pritrjevalcev" in "zanikovalcev" na osi zunanje in notranje usmeritve, integracije id, ego in superego instanc, impulzivnega nadzora tekmovalnosti, intelektualne širine in sekundarnih procesov.

Couch in Keniston anketno vprašanje razumeta kot dražljaj, ki sproža reakcijski odgovor, ki se pri "pritrjevalcih" kaže v obliki takojšnje in načelne sprejemljivosti, pri "zanikovalcih" pa v obliki zadržanosti in potlačenih impulzov. Za posamezna področja - osi veljajo naslednje ugotovitve:

- eksterna orientacija

Na podlagi opazovanj reakcij respondentov Couch in Keniston razvrščata "pritrjevalce" v skupino ekstrovertiranih, socialno orientiranih respondentov. Značilnost "pritrjevalcev" je sugestibilnost, odprtost in predvidljivost. Nasprotno pa so "zanikovalci" karakterno intravertirane osebnosti, značilnost njihovega odgovarjanja je posrednost in nagnjenost h kritizerstvu.

- impulzivni nadzor

Prav pri tem področju sta Couch in Keniston ugotovila največje razlike med "pritrjevalci" in "zanikovalci". Značilnost "pritrjevalcev" je izrazita vznesenost, entuziazem ter navdušenje nad vznemirljivimi in drugačnimi situacijami. Nasprotno pa je značilnost "zanikovalcev" zadržanost in potlačenost emocionalnih impulzov.

- intelektualna orientacija

Pristop "zanikovalcev" je izrazito racionalen in intelektualen, "pritrjevalci" pa so značilno manj konceptualni in sprejemajo realnost vsakdanjega sveta na način emocionalnih reakcij.

- konvencionalnost

Konvencionalnost "pritrjevalcev" je bila nižja od pričakovane. Nasprotno pa so številni "zanikovalci" izkazali ponotranjena in konvencionalna religijska prepričanja. Konvencionalnost "zanikovalcev" je večja tudi na vseh drugih področjih socialnega vedenja. Stališča "zanikovalcev" so tradicionalnejša od bolj libertarnih "pritrjevalcev".

Anketni rezultati pa potrjujejo tudi prisotnost socializacijskega momenta respondentov v povezavi z oblikovanjem specifične težnje pri odgovarjanju. Zdi se, da so socializacijske instance za formiranje težnje k strinjanju relevantnejše kot posamezne socializacijske metode. Starši na primer ostajajo eksterne figure za "pritrjevalce", medtem ko je za "zanikovalce" značilna popolna identifikacija s socializacijskimi metodami.

Izhajajoč iz predpostavke, da način odgovarjanja izraža osebnostno dinamiko respondentov, je po Couchevem in Kenistonovem mnenju, temeljna razlika med "pritrjevalci" in "zanikovalci" v sprejemanju ali zavračanju dražljajev - vprašanj. "Pritrjevalci" sprejemajo dražljaje brez cenzure oziroma predelave na način, ki omogoča soglašanje. "Zanikovalci" pa nasprotno zavračajo dražljaje ne glede na to, ali so notranji (impulzi, potrebe, razpoloženja) ali zunanji (sugestije, provokacije, novosti, prisile, vznemirjenja).

Izraz splošnega sprejemanja dražljajev tako prevzema obliko soglašanja, oziroma odločanja za modaliteto X. Couch in Keniston ugotavljata tudi značilne razlike v funkcioniranju "ega" med "pritrjevalci" in "zanikovalci". Pritrjevalci naj bi imeli razmeroma pasiven "jaz" v primerjavi z razmeroma aktivnim, nadzorovanim "jazom" "zanikovalcev". Razlike so predvsem v tako imenovanih sekundarnih procesih osebnostne strukture. Pri "zanikovalcih" stopajo v ospredje cenzura, racionalizacija in sublimacija. "Pritrjevalci" pa so mnogo bolj nereflektivni, impulzivni, sugestibilni, z nizko stopnjo potrpežljivosti.

Ključ za razlago težnje k soglašanju, po Couchevem in Kenistonovem mnenju, najdemo v zgodnjih socializacijskih procesih, ki določajo osebnostno dinamiko respondentov.

Rezultati študije opozarjajo raziskovalce javnega mnenja na "neobhodno" spoznanje o "okuženosti" instrumentov z nezaželenimi komponentami vprašanj (itemov). Tako se zdi, da je iz anketnega procesa praktično nemogoče izločiti vpliv pristranskosti, ki je posledica značilnosti anketnega instrumenta, oziroma težnjo k povezanosti odgovorov z instrumentom ne glede na vsebino anketnega vprašalnika.

Zaključek

Zdi se, da sta prav fenomena soglašanja in socialno želenih odgovorov, ki se kažejo kot inherentna problema vseh javnomnenjskih meritev, razkrila omejen domet tako sociološko-interpretativnih kot kognitivno-psiholoških razlag pri pojasnjevanju obravnavanih fenomenov. Prav tako je po našem mnenju obsojen na neuspeh vsak poskus, ki ločuje merjenje stališč od procesov izražanja stališč v socialno-psihološkem kontekstu. Za razumevanje "nastajanja" mnenj se zdita razpravi o družbeni želenosti in težnje k soglašanju aktualni, ob hkratnem spoznanju, da izkustvena dejstva raziskovalnih procesov zahtevajo ponovno preverjanje pristopov (teorij), ki pojasnjujejo kompleksnost kontekstualnih vplivov na izražanje stališč respondentov.

LITERATURA

- Ajzen, I., Krebs, D. 1994. Attitude Theory and Measurement: Implications for Survey Research. Trends and Perspectives in Empirical Social Research. New York:Walter de Gruyter.
- Couch, A., Keniston, K. 1960. Yeasayers and Naysayers: Agreeing Response Set as a Personality Variable. Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol. 60, No.2, 151.
- DeMaio, J. Theresa. 1985. Social Desirability and Survey Measurement: A Review. Survey Subjective Phenomena, Vol. 2, Russel Sage Foundation. New York.
- Esser, Hartmund. 1993. Response set: Habit, Frame or Rational Choice? New Directions in Attitude Measurement. New York:Walter de Gruyter.
- Higgins, E.T., McCann, C.D. 1992. Personal and Contextual Factors in Communication: A Review of the "Communication Game". Language Interaction and Social Cognition. London:Sage Publications.
- Sudman, S., Bradburn, M.N., Schwarz, N. 1996. Thinking About Answers. The Application of Cognitive Processes to Survey Methodology. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.