

УДК:
303.43:316.653]:004.738.5
Примљено:
9. септембар 2008.
Прихваћено:
23. новембар 2008.
Оригинални
научни рад

ПОЛИТИЧКА РЕВИЈА
POLITICAL REVIEW
Година (XX) VII, vol=18
Бр. 4 / 2008.
стр. 1523-1546.

*Урош Шуваковић,
Филозофски факултет Косовска Митровица*

МОГУЋНОСТИ КОРИШЋЕЊА ИНТЕРНЕТА У СПРОВОЂЕЊУ НАУЧНОГ ИСПИТИВАЊА ЈАВНОГ МЊЕЊА

Сажетак

У спровођењу Интернет јавномњењских испитивања кључни проблем са којим се истраживачи суочавају јесте прављење исправног узорка који одговара реалној популацији која се испитује и стандардима које наука захтева приликом стварања узорка. У неким врстама Интернет испитивања прављење таквог узорка није могуће, док друге врсте то дозвољавају. Постоји и значајно неподударање у броју и особинама корисника Интернета у односу на број и особине реалне популације која се испитује, толико да је у неким земљама, укључујући и Србију, могуће говорити о два јавна мњења: виртуелном и реалном. Развој и степен примене информационо-комуникационих технологија у највећем броју земља данас практично онемогућује спровођење развијенијих научних Интернет испитивања, што код најразвијенијих земаља није случај. Техничко-технолошки развој омогућио је, већ данас, у најразвијенијим земљама света, попут САД, Јапана, Канаде и др. употребу Интернета у спровођењу научних јавномњењских испитивања, што се чини најчешће применом панел-узорка и коришћењем e-mail или применом виртуелног фокус-интервјуа. Када је о Србији реч, употреба интерактивних Интернет анкета на WEB презентацијама представља злоупотребу у сврху утицаја на обликовање јавног мњења, а никако не може представљати поступак научног испитивања јавног мњења.

I

О НАУЧНОМ МЕТОДУ, ВРСТАМА И ТЕХНИКАМА ИСПИТИВАЊА УОПШТЕ.

ПОЈАМ ИНТЕРНЕТА

Сврха овог рада је да истражи могућност коришћења Интернета у поступку прикупљања релевантних искуствених података у оквиру научно заснованих испитивања јавног мњења, посебно када је реч о спровођењу таквих испитивања у Републици Србији.

Јавно мњење представља „облик колективног расуђивања политичке јавности о актуелним друштвеним ситуацијама које попримају вид проблема битног за живот и праксу социјалних заједница“¹⁾. Дакле ради се о расуђивању политичке јавности о таквој врсти друштвених питања која заправо представљају одређену врсту друштвеног проблема и у вези са којима припадници неке друштвене заједнице, уже или шире,²⁾ заузимају политички став.

Политички став јесте социјални став чији је садржај предмета, објекта, везан за сферу политичког, при чему политику посматрамо као „процес доношења одлука од значаја за читаво друштво, или за његове веће целине, којима се решавају одређени друштвени конфликти и усмерава у одговарајућем правцу друштвено кретање“³⁾. Сваки политички став има свог носиоца, појединца или колективитет. О политичким ставовима сазнајемо најчешће на основу вербалних исказа (усмених или писмених)⁴⁾, при чему не искључујемо ни невербалне форме исказа (гест, гримаса и сл.).

1) Т. Ђорђевић, „Политичко јавно мњење“, РУ „Радивој Ђирпанов“, Нови Сад, 1975, стр. 60. О појму види и код Ј. Хабермас, „Јавно мњење“, „Култура“, Београд, 1969.

2) Тешко је одредити „обим“ јавног мњења. Мишљења смо да под њим треба подразумевати мњење становника једне територијално-политичке заједнице која броји од неколико хиљада бирача (грађана са правом гласа, с обзиром да они који то право немају због непунлетства или пословне неспособности не могу бити обухваћени појмом политичке јавности) до више десетина милиона становника (какав је случај са већим европским државама, попут Русије, Француске, Италије, итд.). Питање је, међутим, да ли је могуће говорити о светском, у смислу планетарном, јавном мњењу. Скептични смо још увек у вези са употребом овог појма у таквом значењу, али сматрамо, као и у случају процеса креације глобалних друштвених циљева, да је могуће већ данас говорити о јавном мњењу које надилази државне границе појединачних земаља, на пример о јавном мњењу Европске Уније. Види У. Шуваковић, „Политичке партије и глобални друштвени циљеви“, „Трећи миленијум“, Београд, 2004, нарочито стр. 54-60.

3) У. Шуваковић, „Испитивање политичких ставова“, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 2000, стр. 6

4) „Језик је инструмент објективног друштвеног изражавања наших субјективних мисли, осећања, жеља итд. Из тога следи да је један од најважнијих објективних искуствених извора за проучавање менталних процеса у једном субјекту - његово вербално понаша-

Пошто многи наши аутори не прави довољно јасну разлику између научног истраживања и научног испитивања, то сматрамо нужним да нагласимо да је научно истраживање „организовани систематски сложен процес новог научног сазнања или новог нивоа научног сазнања, структуриран унутар себе од усаглашених система постојећег научног и другог искуственог сазнања, мисаоних процеса, рутинских и техничких радњи и поступака повезаних у смислену целину, усмерену ка једном циљу - научном сазнању”⁵⁾, док научно испитивање представља само један од научноистраживачких метода прикупљања података. Код оба ова појма важно је уочити придев „научно“, који је заправо *differentia specifica* и који јасно указује да је научно испитивање, односно истраживање оно које је „вођено и усмеравано научном логиком”⁶⁾. Постоје, наиме, и друге врсте истраживања и испитивања, али њихова сврха није постизање научног, већ неког другог сазнања (судског, новинарског, лаичког, итд.). Научно испитивање је такав метод претежно посредног прикупљања података о појавама “код кога се до искуствених обавештења о стварности долази путем вербалног комуницирања (усменог или писменог) између истраживача и лица за која се претпоставља да та обавештења могу да пруже. Сам поступак се одвија преко вербалних провокација (питања) од стране истраживача поводом одређених садржаја стварности (на основу предмета истраживања) и вербалних реакција испитаника (одговора) у којима он преко вербалних исказа саопштава своје искуство о тим садржајима”⁷⁾. Дакле, примењујући научни метод испитивања, ми заправо одређене политичке субјекте доводимо у ситуацију да нам саопште свој политички став, и то у облику исказа - одговора на постављено питање.

Испитивање примењено заједно са статистичком методом узорка омогућује у великој мери смањење појединачних извора обавештења, а да се при томе не изгуби могућност проучавања разних варијација одређене врсте појава и вредност научне генерализаци-

ње... Далеко најсигурнији индикатор мисли је језик”. Види Мих. Марковић, “Дијалектичка теорија значења”, Изабрана дела, књига 2, БИГЗ, “Генес-С штампа”, “Просвета”, СКЗ, Београд, 1994. године, стране 419 - 458, “Језичко значење”

- 5) С. Милосављевић, “Истраживање политичких појава”, Институт за политичке студије Факултета политичких наука, Центар за омладину и пионире, Београд, 1980. године, стр. 9
- 6) М. Печулић и Вл. Милић: „Методологија друштвених наука“, „Службени лист СФРЈ“, Београд, 1991, стр. 116
- 7) . С. Милосављевић и И. Радосављевић, “Репетиторијум из методологије друштвених истраживања”, Институт за политичке студије, Београд, 1988, стр.123

је. Оно нам омогућава да на одређеном, репрезентативном узорку, вршимо научна закључивања о ономе што је предмет испитивања. Та научна закључивања не могу бити у формално-логичком смислу апсолутно истинита за читаву масу појаве, будући да испитујемо узорак, а не читаву појаве⁸⁾, што значи да закључак доносимо у односу на узорак и да је он истинит само у односу на тај узорак. Међутим, уколико је узорак изабран у складу са научним критеријумима, онда се и на основу њега, коришћењем непотпуне индукције, може донети научни закључак који вреди за читаву масу појаве и који има висок степен вероватноће да је истинит⁹⁾. Када је у питању стварање узорка за вршење испитивања, могуће је применити више његових врста, међу којима су најчешће примењени у јавномњењским испитивањима случајни, квотни и панел узорак¹⁰⁾. Не улазећи у карактеристике сваког од побројаних, указујемо да код панел-узорка, који је како ћемо видети нарочито значајан када се ради о Интернет испитивањима, постоји проблем са одржавањем узорка. Јер када једном изаберемо скуп јединки у узорак, што дуже траје испитивање, то је већи проблем са одржавањем панела, због смртности, других обавеза, појављује се условљавање, мења се свест његових учесника због чињенице да им је присутна спознаја да су учесници у панелу, те се почињу понашати другачије него што би се иначе понашали, итд. Успешно решавање овог проблема, значајно доприноси квалитету панел-узорка.

Може се дати већи број класификација испитивања, у зависности од критеријума. За наш рад је значајно разликовање сходно критеријуму односа испитивача и испитаника и рада испитивача, на *објективно, научно испитивање и инструментализовано (манулативно) испитивање*. С обзиром на начин испитивања могуће је разликовати *благо, неутрално и оштро испитивање*¹¹⁾. Благо испитивање се заснива на тежњи испитивача да задобије повере-

8) У случају пописа, испитује се укупна статистичка маса предметне појаве, те тада имамо посла са потпуном индукцијом. Међутим, вршење пописа у истраживању друштвених појава је реткост. У нашој земљи устаљени десетогодишњи попис становништва велики значај за проучавање друштвених појава

9) „Наша наука није знање (епистеме): она не може никад да полаже право на то да је достигла истину, па чак ни неку замену за истину, као што је вероватноћа“ (нагласио У.Ш.) –К. Попер, „Логика научног открића“, НОЛИТ, Београд, 1973, стр. 306

10) У. Шуваковић: „Испитивање политичких ставова“, стр. 130-140

11) В. Милић, „Социолошки метод“, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 1996. године, стране 510 - 517. Неки аутори, као на пример Р.Лукић, не праве разлику по овом критеријуму. Други аутори, рецимо С. Милосављевић, И. Радосављевић, М. Печујлић, В. Милић и др. наводе и ову класификацију.

ње испитаника и његову наклоност, неутрално представља однос испитивач - испитаник на нивоу формалне, пословне уљудности док је оштро, строго испитивање, по свом поступку, слично судско - истражном, с тим да се спроводи на основу претходно добијене сагласности испитаника коме не следе никакве санкције. Питања се постављају брзо, постављају се одређене замке, указује се на противречности исказа итд. Разликују се и *директно и индиректно испитивање*¹²⁾, с тим да се под директним подразумева да је испитаник унапред обавештен и да је сагласан са испитивањем. Као битна одлика директног испитивања може се сматрати и то да се питања и одговори односе директно на предмет испитивања. Код индиректног испитивања испитаник није унапред обавештен о испитивању, већ се доводи у ситуацију да путем вербалних исказа износи своје ставове или мишљење о предмету истраживања. Такође, под индиректним испитивањем се могу подразумевати и питања и одговори који се индиректно односе на предмет истраживања. Могуће је разликовати и *анонимно испитивање од испитивања са дефинисаним адресатима*. Код првог испитаници су, наравно, познати али се они не саопштавају нити се посебно третирају и саопштавају индивидуални одговори. Предмет анализе је само маса и групе одговора, дакле без разликовања о чијим индивидуалним одговорима је реч, а испитаницима се гарантује анонимност. У неким случајевима ово је неопходно како би се добили истинити ставови и одговори, с обзиром на то да питања задиру у интиму, испитаникова политичка, конфесионална или национална опредељања, политичке ставове, итд. По правилу, сва испитивања која се врше са циљем да се утврде политички ставови бирачког тела, на пример непосредно пред изборе, јесу анонимна испитивања. Али и у таквој ситуацији, увек постоји један број оних који нису спремни да искрено одговоре, плашећи се да се не сазна за њихово политичко опредељење. При том, што је карактер владајућег режима репресивнији или што је социјална контрола већа, број неспремних ни анонимно да се изјасне је већи. Испитивање са дефинисаним адресатима могуће је вршити у случајевима када природа питања није таква да би одговор на њих могао да изазове било какве негативне последице по испитаника или су пак испитаници јавне личности (у најширем смислу те речи) које се не боје или су спремне на суочавање са евентуалним последицама изјашњавања. Према критеријуму бројности

12) С. Милосављевић, „Политичка акција – методолошки проблеми емпиријског истраживања политичке активности – акције у самоуправном друштву“, Институт за политичке студије Факултета политичких наука, Београд, 1977

испитивача и испитаника, разликују се *индивидуално испитивање*, при коме испитивач комуницира само са једним испитаником, *групно испитивање*, које подразумева комуницирање једног испитивача са више испитаника на једном месту или више испитивача са више испитаника на истом месту, при чему су одговори испитаника индивидуални и *колективно испитивање*, које је комуникација испитивача и једне заједнице - колектива која на постављено питање даје јединствен, заједнички одговор. Овде постоје две подваријанте: прва, када испитивач комуницира са портпаролом групе, који у име колектива износи одговор на постављено питање и друга, у којој учествују најмање два испитивача од којих први поставља питања и учествује заједно са групом у формулисању одговора на питање током дискусије колектива, а други за то време бележи и разврстава све одговоре који би могли бити од интереса за истраживање. Као колективни одговор прихвата се онај око кога постоји сагласност већине, без активног противљења мањине. Дакле, код индивидуалног и групног испитивања имамо захтев за исказивањем већ формираног става, док код колективног испитивања имамо захтев најпре за формирањем, па потом и исказивањем става.

У оквиру метода испитивања могуће је разликовати три технике испитивања, и то: *анкету*, *тест* и *интервју*.

О *анкети* постоје два, суштински непротивречна, схватања. Веома је распрострањено и прихваћено оно које под анкетом подразумева свако испитивање на основу узорка. По другом схватању, испитивање које се врши коришћењем различитих техничких средстава, при чему је директна комуникација анкетар-испитаник сведена на сервисну, јесте анкета. Било које од ових схватања да прихватимо, јасно је да код анкете постоји одређени узорак који се истражује.

Необично је важно нагласити значај правилно одабраног узорка за вршење анкете. Узорак, дакле, треба да буде тако одабран да одражава стварно стање и све нијансе појаве које постоје у читавом њеном корпусу, што се углавном успешно постиже применом статистичке методе. Мозер истиче два основна принципа на којима се заснивају планови узорака. «Први је жеља да се избегне пристрасност у процесу селекције, а други углавном да се постигне максимална прецизност уз одређени утрошак средстава.¹³⁾ Треба имати на уму његово упозорење да до пристрасности код селекције

13) Види: Ц.А. Мозер, "Методи анкетирања у истраживању друштвених појава", "Култура", Београд, 1962. године, стране 96 - 150.

узорка долази “ако се узорковање не врши по методу случајног избора, што уопште значи да на селекцију свесно или несвесно утиче људски избор; ако оквир узорковања (листа, индекс или други списак) који служи као основ за селекцију не обухвата масу адекватно или тачно; ако се неке групе становништва не могу пронаћи или одбијају сарадњу”¹⁴⁾.

Посебан вид анкете јесте попис. Реч је о техници испитивања која се ретко примењује из разлога рационалности, као и због тога што комбинација анкете и статистичке методе на довољно великом узорку, уз задовољење других критеријума, даје резултате који по тачности имају карактер оних добијених пописом.

Тест јесте систем задатака за који се од испитаника захтева да га реши у одређеном времену и простору, по унапред утврђеним начину и условима. Не могу се, дакле, све врсте тестова сврстати у технику испитивања, али се сасвим сигурно тестови којима се истражују знања, идејна опредељења, политички ставови итд, могу сматрати техником испитивања. Разлика између теста са једне и анкете и интервјуа са друге стране јесте у сврси и поступку конструисања. С. Милосављевић указује на то да је „тест техника утврђивања и мерења почетног стања и ситуације настале после деловања одређених чинилаца, при чему полази од строго утврђених модела”¹⁵⁾. Оно што је *differentia specifica* теста у односу на остале технике испитивања, а на шта он експлицитно не указује, јесте постојање упитног исказа (вербалне провокације) у форми задатка који испитаник треба да реши или савлада.

Интервју представља испитивање које се врши кроз непосредно усмено и лично општење испитивача и испитаника. В. Милић дефинише појам научног разговора или интервјуа као “свако прикупљање података путем говорног општења, с циљем да се добијена обавештења употребе у научне сврхе”¹⁶⁾. Дакле, реч је о непосредном, по правилу усменом¹⁷⁾, контакту испитивача (интервјуера) и испитаника у коме, уз изванредан степен слободе, испитивач поставља питања на која испитаник одговара. Методолошки инструменти за спровођење научног интервјуа јесу упутство за интервјуера и основа за разговор. Упутством се прецизира какав приступ интервјуер

14) Исто

15) С. Милосављевић, “Истраживање политичких појава”, стр. 179

16) В. Милић, Исто, стр. 478.

17) Види Р. Лукић, Исто, стр. 75 - 78

мора да има, његова овлашћења у погледу постављања потпитања, утицај на редослед питања и сл, а све у складу са типом интервјуа који се примењује. И основа за разговор се јавља у мање или више разрађеној форми у зависности од типа интервјуа – најопштија је код слободног интервјуа, а најпрецизније разрађена, чак са модалитетима могућих одговора, код ригорозног интервјуа. Слобода рада испитивача је критеријум разликовања типова интервјуа: највећа је у тзв. неусмереном, слободном интервјуу, мања у усмереном, а најмања у тзв. диригованом интервјуу.

Када је реч о неусмереном, односно слободном, интервјуу одмах се поставља питање да ли је он уопште могућ имајући у виду чињеницу да је предмет сваког научног разговора (интервјуа) строго дефинисан и да су утврђени индикатори? Одговор на ово питање је позитиван. Неусмерени, слободни интервју јесте могућ, уколико се појмови «неусмерен» и «слободан» не схвате у апсолутном смислу, већ се појме са ограничењима која се односе на утврђени предмет научног интервјуа. Његове специфични подтипови су *писмени (неусмерени) интервју* и *интервју-дискусија*. Код првог подтипа, испитанику се поставља питање више у форми теме, на које он даје нестандардизован одговор, док код другог подтипа испитивач је заправо медијатор који има задатак да одржи дискусију у оквиру теме, при чему подстиче међусобну дискусију учесника. Уколико се обавља серија оваквих интервјуа-дискусија, у оквиру ма група учесника сличних по неким карактеристикама или искуствима, онда је реч о фокус-групном интервјуу.¹⁸⁾

Усмерени интервју има унапред разрађен поступак и инструмент. Питања су формулисана, предвиђени могући одговори, остављена могућност за евентуална додатна и помоћна питања, као и за уношење одговора чији садржај није предвиђен. Испитивач има битну улогу у интервјуисању - у избору начина опхођења са испитаником и стварању ситуације у којој се врши интервју, избору редоследа постављања питања, тумачењу њиховог садржаја и избору подпитања када је то потребно ради јаснијег и прецизнијег одговора, класификовању и формулисању одговора који се не може подвести под понуђене алтернативне одговоре. Код ове врсте интервјуа уобичајен је усмени облик, али не искључујемо могућност писменог. Од велике је важности обученост испитивача. Једна од

18) С. Ђурић: „Фокус-групни интервју“, „Службени гласник“, Београд, 2007.

предности усмереног интервјуа, у односу на неусмерени, јесте лакша обрада података.

Дириговани интервју подразумева прецизно развијен поступак и инструмент, али знатно ограничену самосталност истраживача. Самосталност се тиче успостављања комуникације и ситуације у којој се интервју одвија. Мора се стриктно придржавати формулација питања и њиховог редоследа, строго се држећи упутства. Може се сагласно психолошкој и логичкој стратегији, поставити одређено потпитање, не одступајући битно од већ формулисаног питања. Испитивач не нуди одговоре већ добијене одговоре класификује или, када то није могуће, уноси их на за то предвиђено место у основи за разговор. Подврста овог интервјуа јесте *ригорозни интервју* код кога су инструмент и поступак још прецизније и детаљније разрађени него што је то случај код диригованог интервјуа, тако да испитивач никако не сме да поставља допунска питања нити да одступа од редоследа и формулације питања. Испитивач испитанику ставља на увид предвиђене модалитете одговора и овлашћен је да, када је неопходно, објасни значење питања и модалитета одговора, при чему не сме уносити нове појмове нити да користи логичке конструкције. Битна разлика овакве врсте интервјуа у односу на анкету јесте у овлашћености интервјуера да успостави ситуацију, у његовој обавези да лично унесе одговоре испитаника у образац и да, као и код других врста научног разговора, унесе своја запажања о испитанику.

Анкете могу бити усмене и писмене. Прве подразумевају могућност општења испитивача и испитаника лично или посредством неког техничког средства (телефон, ТВ), друге значе писмену комуникацију између анкетара и испитаника (писмом, Интернетом, sms-ом). Методолошки инструменти за спровођење научне анкете су упутство за анкетара, којим се ближе одређују његови задаци и анкетни упитник, који садржи питања и простор за одговоре на њих. Упитник попуњава испитаник (писмена анкета) или анкетар (усмена анкета). Анкета је по правилу индивидуална, не предвиђа слободу рада испитивача (анкетара) и испитаника. Питања су једноставна, углавном са унапред понуђеним одговорима, постављају се утврђеним редоследом. Од свих техника испитивања њена продорност је најмања. Питања у анкети имају улогу вербалне стимулације испитаника. Она могу бити целовита, са датим могућностима (модалитетима) одговора којих, може бити један, три или

пет, а највише девет, и тада је реч о стандардизованом анкетном упитнику. У нестандардизованим анкетама поставља се мали број битних питања, док су потке (алтернативе, модалитети одговора) у потпуности изостављене или само оквирно дате, што у условима добро одабраног узорка, компетентних и писмених испитаника, да је много већу продорност него стандардизована анкета. По критеријуму сврхе питања у оквиру анкете могуће је разликовати основна и контролна питања. Иначе, тешко је рећи који је то број питања која садржи анкета, али је сасвим извесно да то треба да буде онај број који не доводи до замора испитаника приликом давања одговора и евентуалног његовог одустајања због пада концентрације и замора. Редослед питања може се кретати од општих ка посебним и појединачним и обратно.

Када је о Интернету реч, ради се о најновијем електронском медију масовног комуницирања, који се од свих осталих масовних медија разликује и по томе што поседује *feed-back* везу, односно могућност реципијента да у реалном времену или са занемаривим закашњењем реагује на поруку коју је примио, без обзира где се у том тренутку у свету налазио. Интернет представља „скуп рачунара (нодова), сервера и веза којима се омогућава пренос података без ограничења даљине у реалном времену у виртуелним условима“¹⁹⁾. За разлику од уобичајеног мишљења о разлозима настанка Интернета који се везују за академску заједницу и научне потребе, пренос података и сл, настанак светске рачунарске мреже је био мотивсан пре свега безбедносним разлозима²⁰⁾. Значајно је, дакле, имати на уму приликом разматрања могућности његовог коришћења у сврхе научног испитивања да сам његов настанак није имао првенствено тај смисао.

II

ИНТЕРНЕТ – МОГУЋНОСТИ ПРИМЕНЕ У НАУЧНОМ ИСПИТИВАЊУ ЈАВНОГ МЊЕЊА

1. ИНТЕРНЕТ ИНТЕРАКТИВНА АНКЕТА КОРИШЋЕЊЕМ WEB ПРЕЗЕНТАЦИЈА

Веома често се у Србији срећемо, нарочито у дневној штампи, са резултатима тзв. Интернет-анкета. Ти се резултати грађанима

19) В. Штамбук: „Информатика и Интернет“, Факултет политичких наука, Чигоја штампа, Београд, 2005, стр. 360

20) Исто, 361-377

представљају као израз научно испитаног јавног мњења у Србији. Размотримо начин и околности под којима се то анкетирање врши.

На Интернет-презентацији неких новина (може бити и часопис, нека установа, свака организација или појединац који има одговарајућу WEB презентацију) поставља се неко питање, са понуђеним затвореним одговорима: да, не, не знам²¹⁾. Наравно, могуће је понудити и више одговора (ако се, нпр. тражи од испитаника да означи најпожељнијег кандидата за премијера, па је понуђено више личности), али су они увек затворени. То значи да испитаник увек реагује само на понуђене опције, а није у могућности да сам понуди неку опцију, што класичне научне анкете омогућавају кроз коришћење тзв. отворених питања, а што је важно када је потребно имати изнијансиран одговор. Обично се поставља једно директно питање, дакле једно такво питање које се директно односи на предмет испитивања. Изостају сва друга питања: она која нам дају основне податке о испитанику²²⁾, контролна питања²³⁾, као и логичка стратегија испитивања²⁴⁾, док се за психолошку стратегију може утврдити да постоји у најелементарнијем виду, уколико узмемо у обзир да онај ко врши овакво анкетирање има могућност графичког обликовања садржаја на WEB презентацији на којој је анкета постављена, као и могућност графичког обликовања самог WEB-анкетног упитника. Када је о садржини питања реч, њу по правилу дефинишу лаици – новинари, уредници, они који постављају пре-

21) Реч је о тзв. интерактивним WEB анкетама. Могуће је ове анкете организовати употребом различитих технологија (HTML, CAVI, pop up и др.), али подаци говоре да прва – HTML апсолутно држи примат. Скоро 80% од свих прикупљених података путем on-line истраживања је добијено њеном употребом. Види: www.clickz.com Анкете у Србији о којима овде пишемо управо су засноване на овој технологији.

22) Уобичајена су она питања из којих сазнајемо пол испитаника, његову животну доб и образовање, а може се питати и за, на пример, место живљења (село-град), итд.

23) На основу којих можемо да утврдимо логичност одговора, консеквентност испитаника, да ли он заиста истинито настоји да одговори на постављена питања или одговара насумице, уписује и шта мисли и шта не мисли, да ли уопште разуме шта је питан, итд.

24) Логичка стратегија испитивања се односи на организацију садржаја испитивања. На основу ње уређују се логичко-садржајне целине и садржај питања, као и међусобни односи значаја и значења логичко-садржајних целина и питања, па је у том смислу могуће разликовати три типа организације садржаја испитивања: тип левка, тип батерије и полидетерминистички тип. Види Д. Михаиловић: „Методологија научних истраживања“, ФОН, Београд, 1999, стр. 174-185 и С. Милосављевић, И. Радосављевић: „Основи методологије политичких наука“, „Службени гласник“, Београд, 2000, стр. 511. С обзиром да се поставља само једно једино питање, јасно је да нема логичко-садржајних целина, а тиме ни потребе за организацијом садржаја испитивања. Све је поједностављено и сведено на једно једино питање.

зентацију²⁵⁾, а не методолози. Ту се суочавамо са проблемом да због лоше постављеног питања, чак и када добијемо велики број одговора, не знамо ништа више о расположењу јавног мњења него пре но што су одговори приспели. Једноставно, питање и понуђени одговори („потке“ како их назива С. Милосављевић), то не омогућавају. Други је проблем, а повезан са претходним, сугестивност питања. Често се питања тако постављају као да се заправо не жели добити неко ново сазнање о мњењу испитаника, већ се жели добити предвидив одговор у великом проценту, да би се онда то користило као аргумент шта преферира јавно мњење у расправи о некој друштвено-политички релевантној теми. Тако, нпр. анкетно питање на сајту ТАНЈУГ-а гласи²⁶⁾: „Да ли сматрате да заседања Скупштине Србије треба да зависе од директних ТВ преноса“, и понуђене потке: Да, Не, Не знам. Тренутни резултат²⁷⁾ показује да је 28% испитаника одговорило „Да“, 70% „Не“, а 2% „Не знам“. Шта значи оваква дистрибуција одговора? Она извесно значи да 28% испитаника сматра да уколико нема директног ТВ преноса Скупштина Србије не треба да заседа. Међутим, оних 70% који су одговорили са „Не“, под својим су одговором могли да подразумевају: а) да Скупштина Србије треба да заседа без обзира да ли има директног ТВ преноса, б) да се ТВ преноси подразумевају и морају обезбедити и да се та претпоставка уопште не може доводити у питање као разлог за незаседање Скупштине. У светлости друштвене дебате која се у вези са овом темом данас води у Србији, можемо претпоставити да је највећи број испитаника одговарајући са „Не“ мислио на варијанту а), само што понуђена формулација питања не искључује ни разумевање одговора као варијанте б), што би се могло догодити нпр. неком неупућеном странцу. Сем тога, начин формулисања питања је сугестиван, и то из више разлога. Најпре, законодавна и надзорна институција у Србији²⁸⁾, не зове се „Скупштина Србије“,

25) Тако на пример на званичном сајту ТАНЈУГ-а стоји позив „Уколико имате предлог питања за анкету, кликните овде“, чиме се ствара могућност да сваки посетилац сајта предлаже могућа анкетна питања. Јасно је да у таквој ситуацији не постоји могућност задовољења научно-методолошких захтева који се постављају за формулисање питања у научним анкетама. Види:

www.tanjug.co.yu на дан 5. фебруара 2009. године

26) www.tanjug.co.yu на дан 5. фебруара 2009. године

27) 5. фебруар 2009. године у 20.50 сати

28) У члану 99. став 2 тачка 1) Устава Републике Србије из 2006. године („Службени гласник Републике Србије“, бр. 98 од 10. новембра 2006.) којим се прописују изборне надлежности Народне скупштине изеком стоји да она, осим што бира Владу, и „надзире њен рад“ (нагласио У.Ш.), што се у свакодневном политичком животу често „заборавља“.

већ – Народна скупштина Републике Србије. Сугестивност се огледа у томе што би се коришћењем уставног назива – Народна, већ на први поглед обесмислило питање које се тиче директног народног увида у рад својих представника – народних посланика, путем директних ТВ преноса. Друго, питање је сугестивно зато што се заснива на претпоставци да одржавање скупштинских заседања зависи од директних ТВ преноса, односно на претпоставци да се ова установа налази у блокади када они изостану. При том, одлуку о ТВ преносима доноси РТС као „јавни сервис“, а Народна скупштина свој пленарни рад према постојећем Пословнику може увек да започне када обезбеди почетни кворум од 126 присутних народних посланика. Дакле, то је једини услов од кога „зависе“ заседања. Било би зато исправније поставити питање нпр. „Да ли РТС треба да редовно директно преноси заседања Народне скупштине“, пошто од њега зависе директни преноси. Основано би се могло претпоставити да би један број оних који су одговорили са „Не“ по питању зависности скупштинских заседања од директних ТВ преноса²⁹⁾, одговорили са „Да“ на овако преформулисано питање. И тада бисмо заиста видели расположење испитаника у погледу директних ТВ преноса скупштинских заседања.

Констатовали смо да код оваквих анкета постоји само једно питање, односно да нема питања која би нам пружила одговор на то ко одговара: старац или дете, мушкарац или жена, сељак или грађанин, Србин или Американац. Додуше, чак и када би такво питање постојало, како би смо знали да нпр. да се неко дете од 10 године није представило као студент који има 22 године? Никако, ми апсолутно немамо никакав начин да утврдимо ко је испитаник у оваквој анкети³⁰⁾. „Испитаник“ може просто да буде компјутер програмиран да самостално одговара на постављено питање огроман

29) А такав је одговор и логичан и природан и правно исправан, пошто преноси нису пословничка претпоставка за одвијање заседања, нити одсуство директног преноса сме да блокира рад једне државне институције, поготову ако се узму могућности да она мора да ради у свим условима, укључујући и ратне, ванредне и сл. када би можда одвијање таквих преноса било немогуће.

30) Технички, могуће је знати са ког је компјутера дошао одговор, па истражити коме тај компјутер припада, али чак да се све то уради (а то је поступак који би подразумевао више криминалистичко-полицијску истрагу налик оној која се спроводи у трагању за корисницима сајтова са садржајима дечије порнографије него научно испитивање), опет са сигурношћу не можемо утврдити ко је укуцао одговор у компјутер: отац или малолетан син. А компјутер са кога је укуцао одговор може припадати и неком Интернет кафеу, тако да нас одговор на питање о власништву компјутера не води ка одговору о томе ко је испитаник.

број пута, с обзиром да у највећем броју случајева код оваквих анкета не постоји ограничење у броју одговора са истог компјутера.

Анкета се обично спроводи за одређено подручје, ређе за читав свет. Када је, међутим, реч о изјашњавању у оквиру Интернет-анкета на WEB презентацијама, испитаник може бити свако ко посети одређени сајт и одлучи се да се изјасни у понуђеној анкети. Тај може живети и у Аустралији, Новом Зеланду, Јапану, Тогоу или Србији, сасвим свеједно, уласком на сајт нпр. ТАНЈУГ-а он има могућност да учествује у анкети. Услов је да зна српски језик, да би разумео питање, иако наравно он може кликнути на понуђени одговор и без да ишта разуме, чисто из досаде или забаве, а ми услед изостанка контролних питања не можемо да схватимо да је у питању таква особа, већ одговор који је дао збрајамо као да је реч о учеснику који је све разумео. А може и странац који разуме српски да учествује у анкети, али његов нам одговор пружа сазнање шта мисли један странац о одређеном питању, а не грађани Србије којима је питање, какво смо навели за пример на сајту ТАНЈУГ-а, упућено. А чак и када се спроводи глобална научна анкета, и за њу је нужно да се спроводи на одређеном узорку и да њени организатори буду стопостотно уверени да испитаници, бар на семантичком нивоу, разумеју постављена питања. Стога се углавном такве анкете спровode на матерњем језику већинског народа у земљама у којима се спровode или на неком од светских језика. Код оваквих анкета се јавља и проблем како је испитаник стигао до упитника који попуњава на WEB презентацији. Да ли простим четовањем или му је неко рекао да „иде“ на тај сајт и попуни анкету. Ово је значајно са становишта мотива онога који је у анкети испитаник. Сасвим је замисливо да се створи организација која усмерава своје припаднике да учествују у некој анкети и да тако они свесно и намерно утичу на њен резултат, а што би им опет било корисно како би таквим резултатом могли да манипулишу у њима потребне сврхе. Такву заинтересованост би могле да испоље политичке партије, разне лоби групе и сл.

Главни проблем у оваквој врсти Интернет анкетирања на WEB презентацијама, који најозбиљније доводи у питање њихову сазнајну вредност, јесте непостојање узорка. Није, дакле, организатор и анкетар тај који прави узорак, већ посетиоци сајта у једном тренутку одлуче: „Да, ја хоћу да гласам“ и оптирају за неки од понуђених одговора. Једноставно, не постоји начин да испитивач конструише

узорак. Код прикупљања података методом испитивања, без обзира да ли је реч о научном интервјуу или о научној анкети, увек је унапред познат узорак. Овде то није случај. Немогуће је утврдити унапред ни величину ни састав узорка, ни принцип како се до узорка долази. Немогуће је извршити ни стратификацију по територији, с обзиром да је Интернет светска мрежа, а закључци на основу добијених одговора могу се применити само на оне који су анкети учествовали, при чему испитивач ни пре ни за време ни после анкете не зна ко су они. Међутим, примедбама на сазнајну вредност оваквог анкетирања овде није крај. Чак и када би се некако израдио узорак, а то понављамо у случају Интернет анкете на WEB презентацијама није могуће, поставља се питање у односу на шта би то био узорак? У односу на бирачко тело Србије? Погрешно. У Србији је, у 2008. години, свега 40,8% домаћинстава поседовало РС (кућни рачунар), а 5,8% лаптоп, при чему је Интернет везу код своје куће поседовало свега 33,2% домаћинстава³¹⁾. Дакле, уколико изузмемо могућност да они који су запослени могу да на послу попуњавају анкете по сајтовима, мало мање од 1/3 домаћинстава у Србији је уопште у техничкој могућности да њихови чланови учествују у оваквој врсти анкета. Томе треба додати и податке о старости и полу корисника рачунара у Србији. У анкети РЗСС је на питање о коришћењу рачунара уопште у последња три месеца позитивно одговорило 84,2% жена и 86,1% мушкараца старости од 16-24 године, 47,2 % жена и 53,6% мушкараца старости 25-54 године и свега 9,9% жена и 11% мушкараца старости 55-74 године. Очигледно је, дакле, да компјутере користи доминантно млађа популација, док старији још увек према томе имају значајан отпор. Ако се има у виду да је становништво Србије према свим истраживањима међу просечно најстаријим у свету, јасно је да нема никаквог подударња између укупне популације становништва Србије и популације оних који користе рачунар, а тиме и Интернет³²⁾. Осим неподударња по старости, подаци из наведене анкете показују већу употребу компјутера и Интернета у граду него на селу, већу код образованијих него код мање образованих, већу код оних са вишим месечним приходима, него код сиромашнијих. Јасно је дакле да, насупротив реалној популацији грађана или бирача у Србији који би били стати-

31) Подаци добијени редовном годишњом анкетом „Информационо-комуникационе технологије у Републици Србији, 2008.“ коју спроводи Републички завод за статистику Србије. <http://webrzs.stat.gov.rs/axd/index.php>

32) Иста анекта показује да 95,2% оних који приступају Интернету у ту сврху користе РС.

стичка маса за узимање узорка за научно анкетирање, када је реч о Интернет анкетирању имамо једну другачију, назовимо је „виртуелну популацију“, која је малобројнија и са другим особинама него што је то случај са реалном популацијом Србије. Чак и под претпоставком за коју смо утврдили да је неостварива, да можемо конструисати узорак који би био научно репрезентативан, он био то могао да буде само у односу на ту „виртуелну“, а не у односу на реалну популацију Србије, па би се на основу њега могло испитивати само неко „виртуелно“, а не реално јавно мњење Србије³³). Другачије речено, са становишта испитивања јавног мњења Србије коришћењем Интернет анкета на WEB презентација, критеријум *друштвене репрезентативности* који је веома важан код прављена узорка³⁴) је, из наведених разлога, незадовољив. Техничко-технолошки и друштвени развој допринеће већем коришћењу компјутера и Интернета и код оних социјалних група и слојева које данас у том смислу заостају, укључујући и такве групе и слојеве у Србији, што ће допринети смањивању оваквих драстичних разлика и приближавању онога што се данас слободно може назвати „виртуелним“ и „реалним“ јавним мњењем.

2. ON-LINE ИНТЕРНЕТ ИСПИТИВАЊА

У најразвијенијим земљама савременог света, крајем XX века развијен је систем on-line испитивања употребом Интернета. Поједини научници предвиђају убрзан развој оваквог начина вршења испитивања и технологија које то омогућавају³⁵), а већ данас се може утврдити да су остварене технолошке претпоставке које то омогућују. Иако и оваква испитивања користе као медиј Интернет, она то не чине на претходно описан начин, како се то још увек ради у Србији.

Најпре, могуће је спровести научно испитивање коришћењем електронске поште (e-mail). Применом e-mail могуће је спровести обе технике научног испитивања, и анкету и интервју, при чему су

33) Слична је аргументација и у погледу сазнајне вредности добијених података путем анкетирања применог тзв. vote system и sms premium rate поступка. О томе види код У. Шуваковић: „Vote system и sms premium rate, њихове карактеристике и могућности примене у научном испитивању јавног мњења“, у: Зборник радова Филозофског факултета, XXXVII/2007, стр. 487-505, Филозофски факултет Универзитета у Приштини са прив. седишт. у К. Митровици, Косовска Митровица, 2008

34) Види У. Шуваковић: „Испитивање политичких ставова“, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 2000, стр. 130-131

35) Шарков, Ф.И, Родионов, А.А, „Социология массовой коммуникации“, Москва, 2002

недостаци које смо изнели у одељку II, а везани су за интерактивне WEB анкете, знатно мањи. У овом случају се, наиме, e-mail користи искључиво за транспорт упитника од испитивача до испитаника, што се врши веома брзо, за свега неколико секунди, за разлику од обичне поште где би, у случају примене писане анкете путем поште, пренос упитника трајао неколико дана. Узорковање је могуће извести на стандардне начине (нпр. из телефонског именика, применом систематског узорка, формирањем панела), при чему као и код класичног испитивања испитивач је тај који прави узорак. Услов за слање e-mail је, међутим, поседовање компјутера и Интернет прикључка. То је веома ограничавајући фактор практично за читав свет са изузетком Америке и најразвијенијих земаља. Податке за Србију смо већ навели, а када је о САД реч, подаци говоре да је већ у 2005. години тамо било 808 компјутера на 1000 становника, а према пројекцији у 2010. години биће их 950-1001 на 1000 становника. У остатку света је у 2005. години било свега 145 компјутера на 1000 становника, а према пројекцији за 2010. годину биће их 196-203 на 1000 становника³⁶⁾. Када је реч о корисницима Интернета, подаци за 2008. годину говоре да 71,4% становника САД користи Интернет, 59,9% становника ЕУ, 73,8% становника Јапана, 84,3% становника Канаде, а рекордер је Холандија са 90,3% становника. С друге стране 0,3% становника Бангладеша је 2008. користило Интернет, 0,7% становника Камеруна, 0,8% становника Танзаније, 1% становника Замбије, 1,3% становника Гане, итд³⁷⁾. Из ових података јасно се види да слање e-mail испитанику у Америци и најразвијенијим земљама света није неки проблем, али да просечно у свету то јесте такав проблем који практично онемогућује вршења научних јавномњењских испитивања на овај начин. То је и разлог зашто су ова испитивања и најразвијенија у САД. У погледу упитника за њихово извођење, могуће је користити или електронски интерактивни упитник или упитник који је истог облика као онај папирни. Ови први су једноставни за попуњавање, сведе се на затворена питања на која се одговара кликом компјутерског миша, а могу да обухвате мултимедијалне садржаје, хиперлинкове и остале предности које нуди Интернет, док се други тип упитника користи код спровођења тзв. панел-испитивања, када су испитаници већ навикнути на формат анкетног листића³⁸⁾. Осим питања ре-

36) http://www.etforecasts.com/products/ES_cinusev2.htm#1.0

37) http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_number_of_Internet_users

38) М.М.Радојчић: „Истраживање виртуелних заједница и јавног мњења на Интернету“, „Службени гласник“, Београд, 2008, стр. 179-180

презентативности узорка које се овде не представља тако наглашен проблем какав је случај са Интернет анкетама на WEB презентацијама, а поготово када је реч о најразвијенијим земљама у којима је овакав облик испитивања и најразвијенији, у оваквом испитивању се јавља као проблем незаинтересованост испитаника, због чега се често прибегава панелима, а њихови учесници се на различите начине стимулишу, од плаћања, преко разних поклона, бесплатних авио-карата и сл. до тога да им се чак обезбеђује и компјутерска опрема и Интернет прикључак бесплатно како би у испитивањима учествовали. Тако је од 1998. године у Америци основана InterSurvey компанија која се бави on-line испитивањима. Она поседује панел потенцијалних испитаника који је формиран методом случајног узорка из телефонског именика, а „принципијелна иновација ове технологије је у томе да она обухвата не само породице које већ користе Интернет, него и оне породице које немају компјутер и приступ Интернету, пружајући им све то бесплатно³⁹⁾, чиме је она обезбедила веома високу репрезентативност покривајући својим узорком 96% становника САД. Када се наручи испитивање, из тог панела се бира једноставним случајним узорком 1000 испитаника који репрезентују становништво САД. Сваки такав on-line испитаник просечно се анкетира једанпут недељно, примајући путем e-mail анкетни упитник. Подаци добијени на овај начин компјутерски се архивирају и обрађују, што све доприноси промтном добијању прецизних резултата испитивања.

Интернет омогућује и спровођење испитивања путем формирања виртуелних фокус-група. Тада се спроводи тзв. виртуелни фокус интервју⁴⁰⁾, који се од класичног разликује највише по изостанку непосредног, лицем у лице контакта, већ се комуникација обавља електронски. Ова врста испитивања представља, заправо, примену тзв. on-line конференција. Испитаници се позивају да посете одређен сајт на коме је постављена тема за дискусију. Они су у могућности да одговарају на питања, али им се може пружити и прилика да погледају одговоре других, у сврху подстицања дијалога. „Као и код класичних фокус група, овај метод комбинује елементе квантитативних и квалитативних техника истраживања и обезбеђује веома велики број података. Истраживања указују на то

39) З. Т. Голенкова, у: Д. Ж. Марковић, З. Т. Голенкова, У. Шуваковић: „Социологија“, Филозофски факултет у Косовској Митровици, МБ Графика, Кос. Митровица-Ниш, 2009, стр. 102-103

40) О класичном фокус-интервјуу види код С. Ђурић: „Фокус-групни интервју“, „Службени гласник“, Београд, 2007.

да испитаници у виртуелним фокус групама лакше и слободније одговарају на отворена питања, него што то чине у традиционалним методама истраживања⁴¹⁾. Као и у претходном случају, Интернет овде служи искључиво за трансмисију података, а узорак прави испитивач. Претпоставка је да сви учесници фокус-групе поседују компјутер и Интернет везу, а као недостаци у односу на класични облик оваквог интервјуа могу се уочити отежана могућност или немогућност праћења невербалних исказа (у зависности да ли постоји видео веза или не, али у уколико постоји, то ипак није сита ситуација када се сви учесници класичног фокус-интервјуа налазе у истој просторији, лицем у лице и када чак могу невербално полемисати), те нередак губитак интересовања испитаника који одустају усред сесије.

III ЗАКЉУЧАК

Научно испитивање јавног мњења не представља неко просто задовољавање анкетоманских тежњи, већ скуп систематичних и научно проверених поступака чијом применом се, уз коришћење вербалних провокација и њима изазивањем вербалних и невербалних реакција, долази до исказа, на основу којих испитивач закључује о јавномњењским ставовима.

Током нешто краће од двовековне праксе јавномњењских испитивања, за сврху научног испитивања јавног мњења коришћени су различити медији, најчешће они интерперсоналне комуникације (нпр. анкетни упитник који се дистрибуира испитанику путем класичне поште) али и медији масовне комуникације (новине, радио, телевизија). Стога и не чуди то да се са стварањем и великим ширењем употребе Интернета крајем XX века дошло на идеју да се овај масовни медиј, иако приликом настанка није првенствено томе био намењен, употреби и у сврху научног испитивања јавног мњења.

Имајући, међутим, на уму карактеристике Интернета као медија масовне комуникације, одмах се поставило питање да ли је његовим коришћењем могуће извршити научно засновано испитивање јавног мњења. Основни, кључни, проблем са којим се истраживачи суочавају јесте прављење исправног узорка који одговара реалној популацији која се испитује и стандардима које наука захтева приликом стварања узорка. У неким врстама Интернет испитивања пра-

41) М. М. Радојичић: Исто, стр. 186

вљење таквог узорка није могуће, док друге врсте то дозвољавају. Употреба Интернета за испитивање јавног мњења коришћењем online сервиса, применом технике e-mail испитивања или виртуелног фокус-интервјуа, омогућује формирање узорка и чак отклања неке од недостатака традиционалних техника јавномњењских научних испитивања (уштеда на времену, компјутеризован унос података, уштеда на путовањима анкетара итд.). У погледу недостатака ових техника, ваља уочити да је испитивач ускраћен за невербалну реакцију испитаника (чак и када постоји видео-веза, потпуно је другачија ситуација у којој се испитивање врши док се седи за столом испред рачунара и док се води face to face разговор). За примену ових техника иначе се најчешће користи панел-узорак, а ту се онда испитивач суочава са другим проблемом: како у дужем временском периоду одржати панел, имајући у виду смртност, одустајање од даљег учествовања, незаинтересованост, итд. Као решење се намеће плаћање за учешће у испитивањима и друге врсте материјалних стимулација. С друге стране, употреба интерактивних Интернет анкета на WEB презентацијама представља суштински злоупотребу у сврху утицаја на обликовање јавног мњења, а никако не може представљати поступак научног испитивања јавног мњења. На жалост, на сајтовима из Србије је данас права поплава таквих анкета. Таква техника испитивања нема никакву сазнајну вредност у научном смислу, будући да је узорак немогуће конструисати, да је обично реч о анкетним упитницима са једним јединим питањем које се директно тиче предмета испитивања, да су питања формулисана у таквим анкетама непрецизно и од стране за то нестручних лица, а у складу са углавном ненаучним захтевима оних који такве анкете постављају на своје сајтове.

Општи проблем у вршењу интернет испитивања јавног мњења, без обзира на технику која се примењује, јесте неподударање у броју и особинама корисника Интернета у односу на број и особине реалне популације која се испитује, толико да је у неким земљама, укључујући и Србију, могуће говорити о два јавна мњења: виртуелном и реалном. Развој и степен примене информационо-комуникационих технологија у највећем броју земља данас практично онемогућује спровођење развијенијих научних Интернет испитивања, изузев када се ради о најразвијенијим земљама света. Техничко-технолошки развој омогућио је, већ данас, у најразвијенијим земљама, попут САД, Јапана, Канаде, Холандије и др. употребу Интернета у спровођењу научних јавномњењских испитива-

ња, што се чини најчешће применом панел-узорка и коришћењем e-mail или применом виртуелног фокус-интервјуа.

ИЗБОР ИЗ ЛИТЕРАТУРЕ

- Computers-in-use Forecast by Country, http://www.etforecasts.com/products/ES_cinusev2.htm#1.0
- Група аутора: „Информационо-комуникационе технологије у Републици Србији, 2008.“, годишња анкета Републичког завода за статистику Србије. <http://webzrzs.stat.gov.rs/axd/index.php>
- Ђорђевић, Т: „Политичко јавно мњење“, РУ „Радивој Ђирпанов“, Нови Сад, 1975
- Ђурић, М: „Проблеми социолошког метода“, „Савремена школа“, Београд, 1962
- Ђурић, С: „Фокус-групни интервју“, „Службени гласник“, Београд, 2007
- List of countries by number of Internet users, http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_number_of_Internet_users
- Лукић, Р: “Основи социологије”, Сабрана дела, књ. 6, Завод за уџбенике и наставна средства, БИГЗ, Београд, 1995
- Марковић, Ж. Д, Голенкова, Т. З, Шуваковић, У: „Социологија“, Филозофски факултет у Косовској Митровици, МБ Графика, Кос.Митровица-Ниш, 2009.
- Марковић, Мих: “Дијалектичка теорија значења”, Изабрана дела, књига 2, БИГЗ, “Генес-С штампа”, “Просвета”, СКЗ, Београд, 1994
- Милић, В: “Социолошки метод”, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 1996.
- Милосављевић, С: „Политичка акција – методолошки проблеми емпиријског истраживања политичке активности – акције у самоуправном друштву“, Институт за политичке студије Факултета политичких наука, Београд, 1977
- Милосављевић, С: “Истраживање политичких појава”, Институт за политичке студије Факултета политичких наука, Центар за омладину и пионире, Београд, 1980.
- Милосављевић, С и Радосављевић, И: “Репетиторијум из методологије друштвених истраживања”, Институт за политичке студије, Београд, 1988
- Милосављевић, С и Радосављевић, И: „Методологија политичких наука“, „Службени гласник“, Београд, 2000.
- Михаиловић, Д: „Методологија научних истраживања“, ФОН, Београд, 1999
- Мозер, Ц.А: “Методи анкетања у истраживању друштвених појава”, “Култура”, Београд, 1962.

- Печујлић, М и Милић, Вл: „Методологија друштвених наука“, НИУ „Службени лист СФРЈ“, Београд, 1991
- Пешић, М: „Социологија I – предмет, метод и теорије“, Институт за политичке студије, Београд, 1998
- Попер, К: “Логика научног открића“, НОЛИТ, Београд, 1973.
- Радојчић, М.М: „Истраживање виртуелних заједница и јавног мњења на Интернету“, „Службени гласник“, Београд, 2008
- Радојковић, М и Милетић, М: „Комуницирање, медији и друштво“, Stylos, Нови Сад, 2006.
- Славујевић, З: „Политички маркетинг“, Чигоја-штампа, Факултет политичких наука, Београд, 2007.
- Хабермас, Ј: „Јавно мњење“, „Култура“, Београд, 1969
- Шарков, Ф.И, Родионов, А.А, „Социология массовой коммуникации“, Москва, 2002
- Штамбук: „Информатика и Интернет“, Факултет политичких наука, Чигоја штампа, Београд, 2005,
- Шуваковић, У: „Испитивање политичких ставова“, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 2000
- Шуваковић, У: „Политичке партије и глобални друштвени циљеви“, „Трећи миленијум“, Београд, 2004
- Шуваковић, У: „Vote system и sms premium rate, њихове карактеристике и могућности примене у научном испитивању јавног мњења“, Зборник радова Филозофског факултета, XXXVII/2007, стр. 487-505, Филозофски факултет Универзитета у Приштини са прив. седишт. у К. Митровици, Косовска Митровица, 2008

Uros Suvakovic

**POSSIBILITIES OF USING INTERNET IN
IMPLEMENTATION OF SCIENTIFIC INVESTIGATION
OF PUBLIC OPINION**

Summary

The key problem that investigators face in implementation of Internet investigation is making a correct sample that corresponds to the real population that is investigated and standards that science requires for making a sample. Making of such a sample is not possible in some kinds of internet investigations, while other kinds allow that. There is a considerable disparity in number and character of Internet users regarding the number and character of the real population that is investigated, disparity so great that in some countries, including Serbia, it is possible to consider two public opinions: virtual and real. Development and implementation of information-communication technologies

in the greatest number of countries nowadays practically make impossible implementation of advanced scientific Internet investigations, which is not the case with the most developed countries. Technical-technological development has made possible even nowadays in the most developed countries of the World, like USA, Japan, Canada, etc., the use of Internet in implementation of scientific investigations of public opinion, which is mostly performed by using panel-sample and using of e-mail or by implementation of virtual focus-interview. When Serbia is considered, using of inter-active Internet inquiries at WEB presentations represent a misuse with the aim of influencing formation of public opinion, and there is no way of representing a procedure of scientific investigation of public opinion.

Key words: public opinion, Internet, interactive Internet WEB inquiry, e-mail investigation, virtual focus-interview, Serbia.