
ИСТРАЖИВАЊА ПРЕДИЗБОРНОГ МНЕЊА У ДОБА ЗАСТРАШИВАЊА НАРОДА: ПОМОЋ У ОСМИШЉАВАЊУ КАМПАЊЕ ИЛИ СРЕДСТВО ИЗБОРНЕ ПРОПАГАНДЕ

УДК 316.653

DOI: <https://doi.org/10.22182/spm.specijal42022.3>

Прегледни рад

Војислав Михаиловић*

Ipsos Strategic Marketing

Срећко Михаиловић**

Демостат

Сажетак

Добитна комбинација за изборе у демонској инкарнацији готово сваке олигархије која настоји да се прикаже у демократској верзији, гласи: застрашивање + уцене + подмићивање народа који има право гласа. Више је народа са правом гласа који има ниску отпорност према овој тријади, него народа којег је тешко застрашити, него људи који не дају повода за уцену и људи који одбијају мито. У таквој констелацији односа олигархије и подређеног народа питање је да ли је могуће и како је могуће обављати друштвена истраживања, и надасве каква се истраживања раде. У ствари, питање је да ли и колико се истраживања свде на средство којим олигархија повећава своју „изборну моћ“ или су

* Имејл-адреса аутора: mih.vojislav@gmail.com

** Имејл-адреса аутора: mihailovic.srecko@gmail.com

ипак могућа истраживања која испитују шансе демократије у једној аутократској држави са већином поданика ауторитарно оријентисаним. Дакле, какав је исход предизборног сучељавања српске олигархије, овдашњег ауторитарног народа и каквих-таквих истраживача политички конфузног предизборног мњења? У ситуацији када је „дух времена“ овог народа уочи избора обележен широком (пред)изборном патологијом, питање је да ли је могуће обављати коректна мњењска предизборна истраживања. Да ли се истраживачи могу ослонити на изјаве испитаника који су застрашени, уцењени и подмићени?

Одговори на та питања траже неке претходне одговоре: (1) Да ли се уопште може добити пристанак на анкету у друштвеној клими обојени радом поменуте тријаде? Ко су они који одбијају да одговоре на питања анкетара: шта о њима знамо, ако уопште нешто знамо? (2) Да ли има истраживача којима је стало до коректно и професионално изведеног истраживања? Ако таквих има, да ли они могу да дођу до прилике да реализују неко истраживање? Да ли има наручилаца за њихова истраживања? (3) Ако постоје моћни политички субјекти који су спремни да застрашују, уцењују и подмићују цели гласачки народ, зашто објект тих радњи не би били и сами истраживачи, зашто би баш они били изузетак? На крају, ту су и питања о томе како сам заплашен, уцењен и подмићен народ види могућност да искаже своје, а не изнуђено мишљење и своје изборно опредељење, а не оно које се од њега безусловно захтева? Какав је одговор народа на све принуде и изнуде, уочи избора и после избора?

Кључне речи: изборна аутократија, изборна патологија, не-излазак на изборе, апстиненција, изборна корупција, застрашивање бирача, продаја гласова, предизборна истраживања, неискрени одговори, социјално пожељни одговори, неодговори, одбијање анкете

УВОД

Нема демократије без слободних и поштених избора. Избори нису слободни и поштени ако нису демократски. Ако у једној држави постоје слободни, поштени и демократски избори постоје и велике могућности да се дата држава и друштво уреде демократски. Притом, нити су слободни и поштени избори, нити је демократија нешто што се да једном заувек освојити. Реч је о друштвеним процесима, а не о друштвеном стању; сваки застој у „освајању“ демократије знак је да са њеним функционисањем нешто није у реду.

Само у демократским друштвима и државама са слободним и поштеним изборима постоје нужни али не и довољни услови за реализацију валидних и поузданих емпиријских јавномњенских (пред)изборних истраживања. У тако квалификованим друштвима и државама, валидност и поузданост истраживања (или једноставније, квалитет анкете) зависи у првом реду од самих испитаника и са друге стране, од истраживача, укључив узоркаше, и од анкетара. И то су општи чиниоци који утичу на квалитет истраживања без обзира где се оно обавља (о овим чиниоцима биће речи у првом делу овог рада).

У друштвима и државама у којима мањка демократија, а доминира партократија, аутократија и други облици не-демократије; у којима изборима мањка слобода, праведност и поштење; у таквим друштвима квалитет истраживања, а пре свега валидност и поузданост веома је тешко постићи, а у неким временима и готово немогуће. У таквим друштвима знатно је шири регистар чинилаца који смањују и онемогућавају квалитетна истраживања. Генерално, говоримо о два чиниоца који одређују интегритет изборног процеса и његове дефиниенсе: 1) на нивоу грађана-бирача – о политичкој култури, и 2) на друштвеном нивоу – о типу политичког система (о овим чиниоцима биће речи у другом делу овог рада).

ОПШТИ ЧИНИОЦИ УТИЦАЈА НА ВАЛИДНОСТ И ПОУЗДАНОСТ (ПРЕД)ИЗБОРНИХ АНКЕТА

Анкете могу бити и често јесу веома прецизне.¹ Прецизност зависи од мноштва фактора, али ћемо се ми у овом делу рада

1 Како пре неку годину саопштавају ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) и WAPOR (World Association for Public Opinion), квалитет методологије истраживања јавног мњења је низак само у 13 од 120 испитаних земаља, док је висок и углавном висок у 79 земаља (2018, 31). Да цинично приметимо да је искреност и објективност истраживача који су у име своје земље давали овакве оцене, испод нивоа искренности многих испитаника који анкетару дају податке о свом изборном опредељењу.

фокусирати на проблем искренности испитаника у истраживањима јавног мњења, тачније предизборним истраживањима.

Предизборна истраживања и генерално истраживања која се баве изборним понашањем грађана спадају међу компликованија истраживања и истраживања са већом вероватноћом непрецизних налаза. Како наводи Ропер анкете које мере чињенице (као што су навике или власништво) имају тенденцију да буду тачније од анкета које мере мишљење, а анкете које мере мишљење су, заузврат, тачније од анкета које покушавају да измере будуће намере (Roper 1984). Поред чињенице да је будуће намере генерално компликовано истраживати, питања везана за изборне преференције носе са собом још један проблем. Оваква питања се често сматрају осетљивим.

Многа питања у анкетама нису друштвено неутрална по свом садржају и контексту, већ су „друштвено оптерећена“ и стога повезана са мање или више озбиљном тенденцијом неискреног извештавања (Preisendörfer & Wolter 2014). Испитаници у анкети често нерадо разговарају о осетљивим питањима са другима, посебно са људима које не познају добро (на пример, са анкетаром), или одбијају да дају одговоре који би могли да задиру у њихову приватност или се доводе у вези са кршењем друштвених норми. Као последица тога, стопе одговора на таква осетљива питања имају тенденцију да се смањују како се ниво осетљивости повећава (Gnambs & Kaspar 2015).

Однос испитаника према осетљивим питањима

Различити типови осетљивих питања могу водити различитим стратегијама испитаника. Осетљива питања утичу на истраживања јавног мњења на три различита начина (Tourangeau & Yan, 2007; Lensvelt-Mulders, 2008). Осетљива питања могу да доводе до:

(а) до ниже стопе прихватања учешћа у анкети. Испитаници који очекују негативне последице учешћа у анкети биће склони да одбију сарадњу, или ће у почетку сарађивати, а затим одустати када се дође на питања која су тешка и/или преосетљива за одговор;

(б) до повећане стопе неодговора на осетљива питања (испитаници који су пристали да учествују у анкети одбијају да одговоре на одређена питања);

(в) неискрених одговора на осетљива питања (проценат испитаника који неискрено одговарају на питања).

Свака од наведених стратегија утиче на прецизност истраживања, а кумулативни ефекат може бити довољан да истраживача наведе на потпуно погрешне закључке. Потпуно

насумичан неодговор (одбијање учешћа у истраживању или давања одговора на осетљива питања) по дефиницији неће довести до пристрасности у резултатима истраживања. Међутим, пошто је неодговор у осетљивим анкетама ретко потпуно насумичан (поставља се питање хомогености групе грађана која је пристала да учествује у истраживању и оних који су учешће одбили), то ће довести до кривљења резултата (Lensvelt-Mulders 2008). Сва три начина реаговања (потенцијалних) испитаника на осетљива питања присутна су у већем обиму и већем интензитету у аутократским друштвима; а о томе ће касније бити више речи на примеру Србије.

Однос испитаника према осетљивим темама истраживања

Како бисмо боље разумели факторе који одређену тему чине осетљивом, за почетак је потребно дефинисати осетљива истраживања. У ту сврху можемо искористити дефиницију коју су нам дали Сибер и Стенли: Истраживање се сматра осетљивим када има потенцијалне друштвене и личне последице или импликације, било за испитаника или за представљену друштвену групу којој испитаник припада (Sieber & Stanley 1988). Веома је важно скренути пажњу на то да је овде од пресудне важности испитаникова перцепција. Онолико колико испитаник сматра вероватнијим и озбиљнијим последице или импликације, толико је истраживање осетљивије, без обзира да ли је претња последицама стварна или не.

Како оваква дефиниција покрива широк дијапазон тема, неће сви испитаници поједине теме перципирати на исти начин. Испитаници их могу схватити као мање или више претеће, а процена осетљивости истраживања и питања може се разликовати међу појединцима, групама и културама. Ленсвелт-Мулдерс дефинише следеће домене у којима су се често јављале осетљиве теме: студије о сексуалном понашању, злоупотреби дрога и алкохола, кривичним делима и преварама, етичким проблемима и ставовима који укључују абортус, еутаназију и самоубиство, као и добротворне сврхе, политика, лекарске препоруке², психолошки проблеми (Lensvelt-Mulders 2008).

Туранжо и Јан су систематизовали области осетљивих тема и сврстали их у три групе (Tourangeau & Yan 2007). Питања из прве групе би могла да се означе као наметљива. Питања која су у том

2 Чин правилног и доследног придржавања медицинског режима или распореда, укључујући узимање лекова или придржавање дијете.

смислу осетљива дотичу се „табу“ тема, тема које људи потенцијално сматрају неприкладним у свакодневном разговору. На њих се гледа као на задирање у приватност, без обзира на то који је тачан одговор за испитаника. Питања која се односе на приходе или религиозност испитаника могу спадаати у ову категорију. Оваква питања ризикују да увредe све испитанике, без обзира на њихов статус у вези са варијаблом у питању (Tourangeau & Yan 2007).

За другу групу је карактеристичан страх, односно забринутост о могућим последицама давања истинитог одговора уколико информација постане позната трећој страни. Питање је осетљиво у овом контексту уколико изазива бојазан код испитаника о последицама откривања одговора лицима која нису директно укључена у истраживање. Овде је опет важно напоменути да је перцепција ризика од пресудне важности. Иако анкете рутински нуде гаранције о поверљивости које гарантују анонимност, испитаници у анкети не верују увек у та уверавања, тако да забринутост око обелодањивања и даље може бити важан фактор у погрешном извештавању о незаконитом или друштвено непожељном понашању. Туранжо и Јан дају пример питања о употреби марихуане које може бити осетљиво за тинејџере уколико би њихови родитељи могли да чују њихове одговоре, али није толико осетљиво када одговарају на исто питање у групном окружењу са својим вршњацима. С друге стране, у наредним секцијама рада видећемо да се у одређеним контекстима ово може применити и на питања о изборним преференцијама.

Трећа група осетљивих питања је уско повезано са концептом друштвене пожељности. Питања се сматрају осетљивим у степену у којем се потенцијални одговори могу сматрати друштвено неприхватљивим или друштвено непожељним (Tourangeau & Yan 2007). Ова концепција осетљивости претпоставља да постоје јасне друштвене норме у вези са датим понашањем или ставом. Одговори који пријављују понашања или ставове који су у складу са нормама сматрају се друштвено пожељним, а они који пријављују одступања од норми сматрају се друштвено непожељним. Питање је осетљиво када се тражи друштвено непожељан одговор, када се заправо тражи да испитаник призна да је прекршио друштвену норму. У литератури је концепт друштвене пожељности знатно чешће увезиван са изборном излазношћу, а не са изборним преференцијама испитаника. Тако уколико се гласање на изборима види као извршавање грађанске обавезе, односно представља општу норму, признање да нисте изашли на изборе представља друштвено непожељан

одговор. Слично претходној групи, без обзира на то што је овај тип осетљивости пре увезиван са излазношћу него преференцијама, у наредним секцијама рада видећемо да се у одређеним контекстима и овај тип може применити на питања о изборним преференцијама.

Док ће питања из прве групе можда пре водити одбијању учешћа, а трећа давању неискрених одговора, друга наведена категорија осетљивости може водити како одбијању тако и давању неискрених одговора. Као и у случају осетљивих питања, (потенцијални) испитаници у аутократским државама и друштвеним заједницама реагују на осетљиве теме још чешће и још јаче утичу на квалитет предизборних истраживања (и о томе ће бити речи на примеру Србије).

Мотиви давања неискрених одговора

Прајзендорфер и Волтер наводе да најчешћи фактор који утиче на искреност одговора у истраживању представља друштвена пожељност. Испитаници одговарају неискрено како би избегли неодобравање других и да би се представили у друштвено позитивнијем светлу (Preisendörfer & Wolter 2014). У литератури су идентификоване две суштинске компоненте друштвене пожељности: потреба за друштвеним одобравањем и за приказивањем пожељних личних особина. Или како наводе Туранжо и Јан (Tourangeau & Yan 2007), испитаници можда нерадо откривају мишљења, односно одговарају на осетљива питања, јер се плаше или да се не осрамоте или се плаше губитка образа/угледа. Потреба за друштвеним одобрењем представља особину личности која претпоставља да неки људи више теже друштвеном одобравању своје околине у односу на друге. Пожељност особине је перципирана пожељност одређеног понашања. Што више испитаник који је показао „непожељно понашање” тежи друштвеном одобравању и што верује да је то понашање непожељно, то ће бити склонији порицању. Другим речима, друштвена пожељност подразумева одговарање на питања на начин који води до позитивнијег приказа појединца него што је то објективно оправдано (Beins 2013).

Нису сви људи подједнако подложни потреби за друштвеним одобравањем. Берински и Лавин истичу да постоје персоналне разлике у степену до којег појединци активно прате и регулишу своје интерперсонално понашање као одговор на друштвени контекст (Berinsky & Lavine 2012). Људи склонији самопосматрању (*self-monitoring*) су хронично забринути за прикладност свог међуљудског

понашања. Они пажљиво контролишу како се презентују другима, имајући у виду друштвене норме и контекст. Такве индивидуе испољавају висок ниво друштвеног прагматизма. Они су вољни и способни да пројектују слику себе дизајнирану да импресионирају друге. Насупрот томе, људи који нису склони самопосматрању су мање забринуте – и мање способни да управљају своје понашање према „захтевима“ ситуације (Berinsky & Lavine 2012).

Насупрот овом, индивидуалистичком приступу, постоје мишљења (Lensvelt-Mulders 2008; Beins 2013) која наглашавају систематске међукултуралне разлике у мери у којој се одређене теме доживљавају као осетљиве. Тенденција да се дају друштвено пожељни одговори може варирати у зависности од културних оријентација као што су колективистичке културе које наглашавају добре односе са другим члановима групе (што води конформистичким ставовима) насупрот индивидуалистичким оријентацијама које постављају вредност на трагање за нечијим личним вредностима, ставовима и циљевима.

Прајзендорфер и Волтер (2014) поред друштвене пожељности наводе и важност афинитета према истраживањима, као посебном фактору за искреност одговора испитаника. Од појединаца са позитивним ставом према анкетама се очекује да чешће учествују у анкетама и да дају искрене одговоре. Овоме се наравно мора придодати и перцепција ризика од откривања информација трећим лицима. Испитаници неће бити вољни да открију информације о себи када посматрачи или треће стране могу сазнати за њих, јер се плаше последица (Tourangeau & Yan, 2007).

Као што се види из приложеног, постоје различити мотиви, и правци објашњења осетљивости на одређена питања у истраживањима као и стратегија изласка на крај са с таквим питањима. Поставља се питање у којој мери је давање неискрених одговора свесна, односно несвесна радња. С једне стране, осетљивост на питања се може видети као функција неколико фактора који потенцијално утичу на забринутост који се различито вагају и комбинују у доношењу одлуке да се узме у учешће у анкети и да се одговара искрено или не. Теорија рационалног избора је примењена у покушају да се разумеју ове одлуке, јер пружа општи оквир за разумевање како појединци разматрају губитке и добитке у доношењу ризичних одлука (Tourangeau & Yan, 2007). Овај модел у основи предвиђа да ће испитаник одговорити тачно ако је субјективно очекивана нето корисност давања истинитог одговора већа од давања неискреног одговора. Другим речима, испитаници одмеравају ризике и користи

искреног одговора (Preisendörfer & Wolter 2014). Док Туранжо и Јан верују да је давање неискрених одговора свесна и мотивисана радња, Прајзендорфер и Волтер истичу да не треба претпоставити да појединци свесно рачунају ризике и користи. Рачунање се може десити подсвесно и мање-више аутоматски. Насупрот томе, покушаји објашњења давања неискрених одговора који се базирају на теорији спирале ћутања (више о томе у наредном делу рада) не могу да објасне тенденцију да се проговори или прећути у смислу анализе трошкова и користи, јер се теорија спирале тишине бави емоцијама, страховима и рефлексним реакцијама (Noelle-Neumann & Petersen 2004)

Три потенцијална приступа објашњења непрецизних резултата истраживања јавног мњења

Стидљиви гласачи (shy voters)

Клар, Вебер и Крупников су покушали да објасне лоша предвиђања изборних резултата америчких председничких избора 2016. године идејом о стидљивим Трамповим гласачима (Klar, Weber & Krupnikov 2016). Овај покушај објашњења се заснива на теорији социјалне пожељности. Ово истраживање сугерише да контекст који одређену политичку опцију чини „непожељном“ може довести до тога да људи нерадо изражавају сопствену преференцију за дату опцију. Веровање да је одређена склоност/мишљење/став непожељан може произаћи из друштвених норми које регулишу већину ситуација (тј. увек је непожељно изразити ову склоност), али може настати и у одређеним специфичним случајевима (тј. непожељно је изражавати одређени преференцију у одређеном тренутку).

Према овом објашњењу, исказивање партијских преференција може варирати у зависности од друштвеног контекста. Када одређене преференције постану друштвено непожељне, неки појединци се уздржавају од јавног исказивања, чак и у релативно анонимним окружењима као што су анкете. Уколико постоји много негативних карактеристика повезаних са политичким кандидатом, неки људи могу почети да верују да ће их други доживљавати негативно ако отворено подрже датог кандидата, и као резултат тога нерадо искрено исказују подршку.

Клар, Вебер и Крупников (Klar, Weber & Krupnikov 2016) се у својој студији ослањају на психолошку особину самонадгледања

како би показали да је код Американаца код којих је присутна већа вероватноћа да ће прилагодити своје понашање друштвеним нормама (оно који су склонији самоконтроли) присутна мања вероватноћа да ће изразити подршку Доналду Трампу током председничких избора 2016. године. Они који су мање подложни притисцима друштвене пожељности, с друге стране, највероватније су изразили своју подршку републиканском кандидату. Ова студија сугерише да је, барем за неке појединце, постојала тенденција да се потисне изражавање подршке Доналду Трампу, како би се прикрили друштвено непожељни ставови.

Важно је утврдити какав је социјални контекст довео до потенцијалног прикривања изборних преференција у Сједињеним Државама 2016. године. Анализа медијског извештавања пред председничке изборе је показала нешто позитивније извештавање о Клинтеновој, док су се критички односили према Трампу. Медијско извештавање о Трампу довело је председничког кандидата у везу са расистичким покретима у Сједињеним Државама (White supremacy, Ku Klux Klan), као и у везу са сексуалним нападима на жене. Трамп је такође често проглашаван неизбежним губитником предстојећих избора. Клар, Вебер и Крупников (Klar, Weber & Krupnikov 2016) истичу могућност да је оваква политичка клима стигматизовала Трампове присталице и довела до појаве друштвене пожељности у предизборним истраживањима. Могуће је да су у том контексту, људи који оклевају да одступе од друштвено пожељних преференција нерадо изражавали подршку за свог преферираног кандидата.

Спирала ћутања

Бодор (Bodor 2012) и Калинин (Kalinin 2016) су покушали да искористе теорију Ноел-Нојман (*Elisabeth Noelle-Neumann*) – *спирала ћутања* како би објаснили лоша предвиђања резултата избора у Мађарској 2002. године и Русији 2012. године. Ноел-Нојман је представила теорију кретања јавног мњења коју је назвала спирала ћутања. Према овој теорији, као последица еволуције, људи страхују од изолације – страхују да ће их они око њих одбацити. Због тога људи стално прате понашање других у свом окружењу, пажљиво посматрајући која мишљења и начини понашања наилазе на одобравање или неодобравање јавности. Пошто се већина људи плаши изолације, склони су да се уздрже од јавног изношења свог става када виде да би то изазвало примедбе, подсмех или сличне претње изолацијом. Насупрот томе, они који осећају да њихово

мишљење наилази на одобравање имају тенденцију да износе своја уверења, јавно, слободно, радо. Овакво изношење мишљења појачава претњу изолацијом усмерену на присталице супротстављене позиције, појачавајући њихов осећај да су усамљени у свом мишљењу, а тиме и њихову све већу склоност да своје мишљење прикрију у јавности. Овим се покреће спирални процес, у којем доминантна група постаје све гласнија и самоуверенија, док друга група све више ћути. Као резултат тога, долази до стварне промене у јавном мњењу: перципирана мањина постаје слабија, док већина превладава. Важно је напоменути да Ноел-Нојман верује да људи по правилу нису свесни ни страха, ни претње изолације. Као једна од пресудних претпоставки стварања спирале ћутања истиче се ситуација у којој већина масовних медија јасно стане на страну једног од табора мишљења укључених у дебату. Ако већина медија стане на исту страну, они врше вероватно и одлучујући утицај на смер којим се спирала ћутања креће (Noelle-Neumann & Petersen 2004).

Иако су свесни да је спирала ћутања знатно ширира теорија о јавном мњењу, она може неизбежно имати импликације на емпиријска истраживања јавног мњења. Као једна од специфичних импликација, претпоставља се да ако спирала тишине постоји, онда клима мишљења може утицати на понашање људи у ситуацији анкетног интервјуа, односно може довести до давања неискрених одговора (Bodor 2012). У складу са спиралом ћутања, испитаници у анкети (посебно приликом интервјуа лицем у лице), могу искусити притисак да се прилагоде клими мишљења док одговарају на питања анкетара која перципирају као осетљива. Стога се дешава да присталице непопуларног гледишта/кандидата, под непријатељском климом јавног мњења, оклевају да буду интервјуисани, да одговарају на одређена питања, или своје одговоре прилагођавају перципираном мњењу.

Калинин (Kalinin 2016) иде корак даље, па покушава да примени спиралу ћутања, како каже, на ауторитарни контекст. По њему ауторитарни режими, уз високу кохезију или усклађеност државног апарата и контролу над масовним медијима, омогућавају аутократима да ефикасно управљају сентиментима према режиму. Када режим доминира јавним политичким дискурсом, постоји вероватноћа да се појави „спирала ћутања“, где се грађани осећају несигурно у изражавању идеја супротних званичној политици или се плаши изолације, те често прикривају своје праве склоности и пријављују преференције у корист кандидата за које мисле да је

најприхваћенији у широј јавности. Према Калинину, ово запажање добро осликава општу климу руских председничких избора 2012, на којима су опсежна медијска пропаганда и злоупотреба административних ресурса од стране актуелног председника јасно дали до знања да је Владимир Путин друштвено најпожељнији кандидат, те да су се присталице политичке опозиције, које су у мањини, осећале под притиском да ћуте или да фалсификују своје преференције у корист актуелног председника.

Оно што се види као потенцијални проблем ових покушаја објашњења јесте чињеница да Бодор и Калинин виде однос испитаника према осетљивим питањима као активан, мотивисан процес, а већ смо видели да Ноел-Нојман склоност ка прикривању свог мишљења у јавности види као несвестан процес. Шта више, Калинин користи и израз фалсификација преференција који са собом носи претпоставку активније улоге појединца и који ћемо ближе обрадити у наредној секцији.

Страх од последица – фалсификација преференција у аутократским земљама

Таненберг полази од претпоставке да су услед перципираног ризика од репресије, нека анкетна питања осетљивија у аутократским земљама, а мање осетљива у демократским земљама (Tannenberг 2017). Својом студијом је покушао да тестира систематско искривљавања резултата истраживања у случају када испитаници верују (плаше се) да је влада наручила истраживање (односно да ће имати увид у податке), за разлику од независног истраживачког института (односно, да власт неће имати увид у податке). Налази указују на то да страх од власти изазива значајну искривљеност одговора на питања која се односе на релације између грађана и државе у аутократским земљама, али не и у демократским земљама. Важно је напоменути да ово објашњење не пориче значај друштвене пожељности, али се истиче да је аутократским земљама одређен сет питања осетљив из разлога који не спадају у приватност и друштвено прилагођавање. Поред друштвене пожељности, Таненберг (Tannenberг 2017) верује да је у таквим режимима на делу и пракса фалсификовања преференција како би своје одговоре ускладили са перципираним жељама режима. Ово се конкретно односи на питања везана за однос грађана према власти.

Куран фалсификовање преференција дефинише као шири концепт у односу на аутоцензуру – односи се на намерно пројектовање

лажног мишљења (Kuran 1997). Фраза коју Куран користи је „живети у лажи“. Полазна тачка анализе је избор са којим се суочава појединац који мора изразити преференцију по неком питању. Проблем је у томе какве ће појединац имати користи или сносити трошкове због преференција које изрази. Према Курану, појединац врши свесну калкулацију. Преференција коју појединац на крају пренесе другима се назива јавном преференцијом. По дефиницији, фалсификовање преференција је избор јавне преференције која се разликује од нечије приватне преференције (коју би јавно изразио у одсуству друштвених притисака).

Према Таненбергу (2017), с обзиром на то да ауторитарни режим често обраћа велику пажњу на оно што њихови грађани раде и говоре како би санкционисали оне који оспоравају званични дискурс, постоји реалан ризик да грађани повезују истраживања јавног мњења са прикупљањем обавештајних података од стране власти. Поред тога, у системима у којима доминира политика покровитељства (клијентелизам), бирачи који не покажу своју политичку подршку влади могу се плашити, не репресије, већ да ће бити искључени из мрежа покровитељства и очекиваних бенефиција.

СЛУЧАЈ СРБИЈЕ

У литератури готово да и нема одговора на питање: да ли су евидентиране појаве у претежно демократским земљама, као што су одступања од аутентичног изборног опредељења у изјавама које испитаник даје анкетару, да ли до те појаве долази и приликом самог чина гласања на изборима? Или је можда искривљавање или својеврсно аутофалсификовање изборног опредељења карактеристично само за интервју у анкетама, а да се приликом гласања испољава аутентично изборно опредељење? Зашто би грађанин-испитаник био неискрен само према анкетару, а исти он као грађанин-бирач на самим изборима износио своје право изборно опредељење? Или је објашњење у томе што је грађанин-бирач уверен да су избори заиста тајни и да нико не може да зна за кога је он гласао, а да поједини грађани-испитаници сматрају да за његову изјаву дату анкетару може да сазна „трећа страна“ и да то може да има лоших последица по испитаника.

У контексту дилеме коју износимо на почетку ове кроки-анализе „случаја Србије“ отвара се једно ново питање: Шта је посао, односно шта је циљ истраживача у предизборним анкетама? Да ли је у фокусу откривање изборног опредељења испитаника у тренутку

интервјуа – оног опредељења које испитаник хоће да „призна“ или је циљ да се прогнозира изборно опредељење које ће испитаник, односно бирач да „убаци“ у гласачку кутију? Наравно, претходно питање на које истраживач мора да одговори гласи: да ли се поклапају одговори испитаника пред анкетаром и пред гласачком кутијом? Ако постоји разлика између ова два одговора који је њен обим и који је њен смер (да ли случајно не долази до њиховог међусобног неутралисања?).

Компарација података о изборном опредељењу уочи избора и резултата избора је *a priori* мањкава, из најмање три разлога: 1) пореде се два феномена која нису истоветна иако је корелација између њих веома висока – пореде се ставови (изјава о изборној оријентацији) и понашање, тј. гласање; 2) пореде се две појаве у различитом исечку времена; предизборне анкете се дешавају најмање недељу дана пре избора³; 3) пореде се две појаве о којима подаци потичу из делимично истих популација: анкете и предикција изборног резултата добијају се на узорку пунолетног становништва, а резултати избора добијају се на основу изборног понашања оног дела гласачког тела које је изашло на изборе. Но, ако се имају на уму ове разлике између појава које се пореде, оне су код искусних истраживача под контролом чиме постају део објашњења евентуалних разлика између појава које се пореде.

Наша општа хипотеза о међуодносу типа политичког система на једној страни, искрености испитаника у предизборним анкетама и искрености бирача приликом самог чина гласања, не може се проверити на основу расположивих података, управо због тога што нема података о релацији између вербалне изјаве конкретног испитаника дате анкетару и самог чина гласања истог човека, као

3 Овде се јавља још једна зачкољица. Наиме, веома је раширена тврдња, како међу истраживачима, тако и међу корисницима истраживачких резултата, да истраживања мање или више утичу на опредељење једног броја бирача (посебно оних који су се намеравали да гласају за изборног победника или да гласају као што већина гласа). Ако је то тако, па макар то било и у малом постотку, то ремети смисао поређења изборне предикције и изборног резултата. У истраживању Демостата из 2017. године, које је обављено путем личног контакта са испитаницима, четири петине испитаника одбацује могућност утицаја истраживања на њихово изборно опредељење (једни не знају за истраживање, а други знају али тврде да утицај не постоји), док сваки пети испитаник говори о извесном типу утицаја – 10% каже да их спознаја предвиђања изборног исхода само учврсти у одлуци за кога ће да гласа, 7% каже да им предвиђање резултата помаже да донесу одлуку за кога да гласају и само 3% каже да га предвиђања поколебају и да онда промени одлуку. У телефонској анкети из исте године добијени су подаци који указују на мањи обим укупног утицаја (13%), подељеног на помоћ при одлуци о гласању (6%), на утицај на учвршћивање изборне одлуке (такође 6%), док само 1% испитаника „признаје“ утицај на промену изборне одлуке (Mihailović 2020).

и мањкавих података о „искрености“ испитаника према анкетару и „искрености“ убаченој у гласачку кутију. Отуда ово што се презентира у овом раду, тек су назнаке за могућа објашњења и део подлоге за проверу поменутих хипотеза.

* * *

Србија није демократска држава нити је њено друштво демократско. У Србији нема слободних, праведних и поштених избора. И још је горе што је демократије данас мање него јуче, и што су избори данас мање слободни и мање праведни и поштени него јуче. У годишњем извештају Фридом хауса Србија је сврстана у категорију „хибридних режима“ и у том статусу је већ три године; оцењена је и ове године лошије него прошле. Квалитет њене демократије у оценама од један до седам, означен је са 3,79. То што је опадање слободе у Србији део светског процеса који траје већ петнаестак година, није никакво стварно оправдање, већ можда само утеха онима који нису учинили оно што је потребно да би се напредовало у освајању демократије и слободе.

Србија је данас више аутократска него што је демократска држава.⁴ Избори, овакви какви се у нас дешавају, у функцији су очувања и ширења аутократије. Притом, ваља указати на то да демократију и демократске системе треба посматрати на скали на којој је на једном полу демократија а на другом полу аутократија и/или било који други не-демократски типови владавине. Демократија и не-демократија су међусобно комплементарни. Опадање демократије подразумева раст не-демократског уређења друштва, и обратно. Како је са демократијом, тако је и са изборима.

Дакле, шта се дешава са јавномњенским (пред)изборним истраживањима у друштвима слабе демократије наспрам развијене партократије која је главно средство у рукама аутократског вође? Да ли се може говорити о прихватљивом квалитету истраживања (пред)изборног мњења грађана када се та истраживања реализују у условима који знатно смањују спремност грађана да одговоре на питања која поставља анкетар и у условима смањене спремности грађана да одговоре искрено на постављена питања. Наравно, на квалитет истраживања утичу и чиниоци везани за самог истраживача,

4 Склони смо да заступамо тезу да се појмом „хибридни режим“ могу означити само они режими који релативно уједначено комбинују демократију и не-демократију, уз евентуално мању превагу једног или другог система. Ако бисмо хибридним режимима назвали и оне где је изразитија превага било демократије, било не-демократије онда би то ипак био лажни хибрид који прикрива доминацију било које од ове две опције.

а пре свега његово стручно знање, искуство и професионална етика. Посредно на квалитет истраживања утиче и сам наручилац, односно финансијер истраживања. Овоме треба додати да се примена истраживачких налаза у пракси не може узети у обзир при оцени квалитета истраживања, с обзиром на то да наручилац примењује те резултате сходно свом знању и својим потребама (ма какве оне биле).

Овде ћемо указати, на примеру Србије и последњих избора у пролеће 2022. године, на чиниоце који утичу на искреност испитаника у предизборним истраживањима, како на генералне чиниоце који делују на општем плану, тако и на форме непосредног испољавања тих чинилаца. Да би дошли до одговора о чиниоцима који доводе до смањеног квалитета предизборних истраживања, потребно је сагледати чиниоце који деградирају демократски карактер самих избора, чинећи их мањкавим са становишта нормиране слободе и поштења. Реч је о два чиниоца који на ширем плану одређују интегритет изборног процеса и његове дефиниције: *политичка култура* (на нивоу грађана-бирача) и *тип политичког система* (на друштвеном нивоу).

(1) У оквиру политичке културе нагласак је на степену политичке писмености грађана-бирача, и на локацији појединца на скали пасивизам – активизам.

(2) У оквиру типа политичког система и партократског уређења државе најизразитије се издвајају: рад институција, односно дејство (не)развијености, (не)оперативности и (не)интегритета институционалног система, укључив и велику подложност партократској самовољи; правна држава, односно (не)постојање и (не)деловање правне државе; и политичке партије у партократском обзору, односно степен придржавања институционалних норми наспрам употребе нелегитимних, па и нелегалних средстава и процедура у предизборно доба, на сам дан избора и у време верификације изборних резултата.

Набројани чиниоци у знатној мери дефинишу однос према изборима како уочи изборне кампање, тако и током изборне кампање и на самим изборима. Они дефинишу однос према изборима како на нивоу ставова, вредности и разумевања својих и групних интереса, тако и на нивоу понашања, изласком или неизласком на изборе и гласањем за ову или ону понуду на изборним листама. Нема чиниоца који дефинише искључиво ставове, вредности и интересе уочи избора, укључив постојање или непостојање спремности да се о томе јавно проговори или тек у поверењу изјави анкетару, па чак и онда када сумња у могућност да то може да сазна „трећа страна“. Нити

има чиниоца који искључиво дефинише само изборно понашање на дан избора, а да није пре тога и истовремено утицао на ставовски и вредносни однос у предизборном добу.⁵ Да су ове тврдње тачне показују по правилу веома високе корелације између предизборног мњења и изборног понашања. Питање је пак зашто уопште постоје разлике ако су оне иоле веће од минималних. Уосталом, акценат није толико на поменутој могућој разлици, колико на оним појавама и оним чиниоцима предизборја и самих избора који одударају од норми које дефинишу демократски карактер избора, њихову праведност и поштење.

У оквиру разматрања чиниоца који дефинишу јавно мњење и понашање грађана-бирача и грађана-испитаника и контекста у којем се све то дешава, указаћемо укратко на четири феномена који фактички чине изборну патологију (нелегалне и нелегитимне процедуре и средства којима се кривотвори аутентична изборна воља грађана у циљу постизања што већег броја гласова⁶):

- 5 Изузев ако се не деси нешто баш друштвено и политички значајно у оном кратком времену између дана анкетања и дана гласања (десило се то током претходних 30 година барем једном).
- 6 Ова четири феномена не исцрпљују процедуре и средства изборне патологије. Поменућемо само још неке које су евидентирани очигледно и на априлским изборима: доминација навијачких медија уз изузетно ретке изборно неутралне медије, изборне крађе, функционерску кампању, стварање неповерења у предизборна истраживања, навијачка предизборна истраживања, високу стопу одбијања телефонских анкета... Нпр. *улога медија*. Доминантан извор информисања су медији. Из медија се добија слика о не/пожељности одређене политичке опције. Кад већина масовних медија јасно стаје на страну једног од табора мишљења тиме се утиче на смер којим се креће спирала ћутања. Доминација прорежимских медија представља савршене услове за стварање спирале ћутања; није чудно што има људи који услед страха од изолације осећају притисак да прикрију или конформирају своје преференције у корист актуелне власти. Опсежна медијска пропаганда од стране власти јасно ставља до знања да су њихови кандидати друштвено најпожељнији, а тиме се на грађане који су присталице политичке опозиције врши притисак, усмеравају на ћутање и терају на фалсификовање својих преференција. Стање медија у Србији се добро види у саопштењима синдиката и удружења новинара поводом овогодишњег светског дана слободе медија. Независно удружење новинара Србије (НУНС) указало је на то да у Србији доминирају лажне вести и пропагандне информације чији се креатори најчешће налазе на позицијама политичке моћи, а да је говор мржње постао нормализован у политичком наративу. Грански синдикат културе, уметности и медија „Независност“ и Коалиција за слободу медија истичу да без слободе медија није могуће чути глас обесправљених, нити оних који су изложени притисцима или репресији (Beta 2022). *Лажна истраживања јавног мњења и стварање неповерења у истраживања*. Генерално неповерење у истраживања јавног мњења доводи до чешћег одбијања учешћа и давања неискрених одговора. Овај приступ јасно истиче да постоји бојазан од систематског кривљења резултата истраживања у случају када испитаници верују да ће трећа страна имати увид у податке. Пред последње парламентарне и председничке изборе у Србији имали смо експанзију лажних или барем недовољно транспарентних истраживања јавног мњења. Велики број истраживања на исту тему са различитим налазима, али и својатање различитих агенција

1) одсуство друштвених и политичких активности на смањивању броја грађана који не излазе на изборе и које повећавају излазност; питање тзв. изборне апстиненције;

2) давање неискрених а социјално пожељних одговора у анкетама и на изборима, гласање за опцију за коју грађанин-бирач претпоставља да је социјално пожељна;

3) застрашивање грађана-бирача у циљу добијања њихових гласова или смањења броја гласова изборних конкурената; и

4) изборна корупција – куповина или изнуда гласова на једној страни и на другој страни продаја (трампа) гласова за неку добит.

Изборна апстиненција

Изборна патологија и неизлазак на изборе (тзв. изборна апстиненција) готово половине бирачког тела у последња два изборна циклуса у Србији, главне су појаве које изборе чине недемократским и непоштеним. Питање не-изласка на изборе је готово потпуно скрајнуто у самим предизборним истраживањима. Све је подређено предикцији избора и структурирању циљних група. Отуда није чудно што се неизлазећи бирачи посматрају јединствено као нека хомогена група коју свака већа партија сматра својим изборним пленом, односно својим потенцијалним бирачима. Међутим, они који не излазе на изборе чине исто толико сложену и прилично структурирану групу као и они који излазе. Зато им се и не може приступати као целини, већ сходно њиховом односу према политици, њиховом политичком не/искуству, њиховом политичком и грађанском не/активизму и надасве према степену њихове политичке писмености. Политичка култура неизлазећих на изборе није ништа мање сложена од политичке културе изборних партиципаната. То је донекле видљиво из следеће класификације коју смо сачинили 100 дана пре прошлих априлских избора, а у оквиру истраживања за потребе Националне коалиције за децентрализацију (Mihailović 2022a).

1) Неизлазак на изборе као израз недоследности до политике – држављани који имају право гласа и уписани су у бирачки

за истраживање јавног мњења од стране власти и опозиције су део грађана навели да посумња у анонимност и сврху прикупљања података. Однос власти и опозиције по том питању је само додатно закомпликовао ситуацију, па су тако пљуштала медијска саопштења са међусобним оптужбама због наручивања лажних истраживања. За оне на власти лажна су истраживања која наручују и користе они из опозиције и обратно, они из опозиције оптужују оне на власти за наручивање и коришћење лажних истраживања (Mihailović 2022b).

списак, али који фактички живе изван политике; политика није у њиховом видокругу; она их не додирује и ништа не мења у њиховом животу; њима је свеједно ко је на власти јер не виде никакав утицај политике на њихов живот; они су изразито равнодушни према политици, а избори им не значе ништа; за њих можемо рећи да готово никад не излазе самоиницијативно на изборе.

2) *Неизлазак на изборе условљен крајње лабилним и недефинисаним односом према политици* – реч је о „мешовитом“, неодлучном односу према политици, без чврстог става и иоле дефинитивнијег опредељења; неизлазак на изборе који изражава променљив и несталан однос према политици, засићен случајностима. У овај профил односа према изборима улази и неизлазак на изборе (исто као и излазак) који је под доминантним утицајем политичког конформизма грађана. Овај феномен су давно уочили пропагандисти и политички кампањери што се огледа у примени *bandwagon* технике у предизборним кампањама. Она се заснива на склоности једног броја бирача да гласају за претпостављеног изборног победника. Зато је циљ предизборних пропагандиста да се жељена дистрибуција односа грађана према изборима и жељена дистрибуција изборних оријентација прикаже као већинска, без обзира на реално стање ствари. Отуда и манипулација резултатима предизборних истраживања – циља се победнички имиџ своје партије (без обзира на налазе добијене у објективним истраживањима предизборног мњења грађана);

3) *Измућена („принудна“) апстиненција* – иако постоји концептуални однос према политици који је мање или више развијен до апстиненције долази због тога што је грађанин спречен објективним разлозима да изађе на изборе (болест, службени пут, привремено или сталније одсуство из земље или из места у којем се гласа...) или што су трошкови изласка прилично високи (високи путни трошкови доласка у место у којем може да се гласа); на пример, само број грађана Србије који је на привременом или сталном раду и животу у иностранству (а уписани су у бирачки списак), разни истраживачи различито процењују, а највећи број процена креће се између милион и милион и по бирача;

4) *Идеолошка апстиненција* – апстиненција која изражава одређени политички или вредносни став према политичком

систему, према стању у политици, према политичкој пракси, према вишестраначју, према самим изборима; антиполитика – уопште узев реч је о оним грађанима који имају мање или више концептуално развијен (ставови и евалуација политичких феномена) однос према политици у које се не уклапа излазак на изборе, већ апстиненција. То су грађани који су „дигли руке од политике“, који су „сити свега“ – и лидера, и странке, и политике. Деполитизација је израз осећаја потпуне политичке немоћи, а апстиненција деполитизованих је показатељ уверења да глас датог појединца не значи апсолутно ништа и да не доприноси било чему.

5) *Партијски условљена изборна апстиненција* – изборна апстиненција грађана који јесу сада или су били страначки поистовећени грађани (постоји или је постојала партијска идентификација). Код њих апстинентски однос према изборима произлази управо из постојања везаности за актуелну или бившу партију – апстинирају бивши војници партије који су постали аполитични након свог ранијег партијског искуства (без развијеног идеолошког односа према партијама и према политици), и на другој страни садашњи партијски војници који апстинирају по наредби партије.

Неизлазак на изборе, у крајњој линији, јавља се у пет формата: два формата се односе на аполитичну апстиненцију, то је апстиненција равнодушних према политици; такође два формата се односе на политички обојену, вољну, спонтану апстиненцију; један формат се односи на изнуђену апстиненцију.

Утврђивање обима наведених типова не-излажења на изборе је ствар посебних истраживања за која у нас не постоји интересовање. Покушаји да се на основу самооцене испитаника дође до мотива не-изласка не даје резултате. Један део не-излазећих не признаје да неће изаћи на изборе, а преостали се понашају различито. У поменутом истраживању с краја прошле и почетка ове године, на питање шта највише утиче на грађане да не изађу на изборе, овако одговарају: тачно половина испитаника каже да њихов глас не може ништа да промени; приближно сваки четврти испитаник (23%) мисли да људе није брига ко је на власти, а ту је и 14% оних грађана који се плаше да гласају „за своје“, јер им неко прети и уцењује их на разне начине; ту је и 13% оних који не знају зашто људи не излазе на изборе. Укупно узев, сами грађани не-излазак на изборе објашњавају перципираном чињеницом да је њихов глас безвредан јер не може ништа да промени ни у друштву ни у њиховом животу; други део

грађана је потпуно незаинтересован и за политику и за изборе; трећи део је заплашен могућих последица због гласања за ове или оне, па мисле да је сигурније не изаћи на изборе; наравно ту је и један број оних који не знају зашто неки људи не излазе на изборе.

У сваком случају чињеница је да на изборе у Србији у последње три деценије, не рачунајући оне из 1990. и 1992. године, не излази између две петине и половине грађана, с тим што је евидентан тренд не-изласка или како се колоквијално каже изборне апстиненције. Шта рећи о изборима на које не излази половина грађана са бирачким правом? Шта рећи о предизборним истраживањима када је у телефонским анкетама стопа одбијања између 80% и 85%, а стопа одбијања у анкетама које се обављају путем непосредног личног интервјуа, креће се између 25% и 35%. Да ли се при оваквим стопама одбијања може говорити о случајном узорку? Како поредити резултате предизборних истраживања са стварним понашањем бирача на изборима код оволиког одбијања и анкета и гласања? Да ли ћемо и на следећим изборима чекати сто дана да би сазнали резултате избора? Кад је такво стање ствари питамо се како путем анкете можемо барем оквирно утврдити постотак купљених гласова, постотак продатих гласова и постотак застрашених грађана који су гласали за ове или оне из страха да не изгубе посао или било шта што ће угрозити њихов какав такав друштвени статус.⁷

Како Стојиљковић (Stojiljković 2021) наводи Србија је недовршена и још увек заробљена интересима богатих и моћних, партократска држава у којој је клијентелизам (државно покровитељство) веома широко распрострањен, те власт има моћ да именује људе на позиције у јавном и полујавном животу. С обзиром на ниска примања, политичку оданост грађана (клијената) је јефтино купити понудама за запошљавање⁸, што клијентелистичку

7 У истраживању за потребе организације цивилног друштва Црте, уочи парламентарних избора 2020. године (прва половина марта) утврдили смо (Михаиловић, Попадић и Павловић) да нешто мало више од половине испитаника (54%) мисли да је на изборима у последњих неколико година било неправилности, остали испитаници или мисле да није било неправилности (19%) или нису одговорили на ово питање (27%). Четвртина сматра да је реч о повременим и мањим неправилностима које нису утицале на изборни резултат, а такође четвртина испитаника мисли да је било озбиљних неправилности које су угрозиле изборни резултат, с тим што сваки други међу њима сматра да су неправилности биле повремене, а такође сваки други да су биле стално присутне. „О притисцима да се изађе на изборе и гласа за одређену партију говори 13% испитаника, док 87% тврди да није било притисака или не одговарају на ово питање. Подмићивање ради гласања за одређену листу потврђује 9% испитаника.“ (Михаиловић и други 2021).

8 У недавном истраживању “Одлазак младих и неповерење у политику у Србији” Душана Вучићевића и Николе Јовића (2020), обављеном за потребе Вестминстерске фондације за демократију, дата су два показатеља уцењености бирача да изађу на изборе и да гласају

перасподелу чини неодољивим начином стицања подршке. Наравно, перципирани страх од реакције власти, не мора да подразумева стварну репресију, већ може да представља забринутост да ће услед откривања политичких и изборних преференција које нису у складу са тренутно водећим, бити искључени из мрежа покровитељства и очекиваних бенефиција.

* * *

Вероватно је тачан исказ да није погрешна тврдња да нема избора без неправилности (Jovanović 2021) барем онолико колико је тачан исказ да су у Србији већина избора, од кад је 1990. године „уведено“ вишестраначје, обележени дефицитом демократичности, мањком слободе, праведности и поштења. Барем онолико колико су грађани Србије и „заслужили“. Политички моћници отимају изборима онолико демократије, слободе и праведности, колико им то толеришу они који такве радње сматрају непоштеним и неправедним. Ни више ни мање! Претеривања има у интерпретацији и оцењивању интегритета избора: они који изборе чине мањкавим умањују своју одговорност за такве изборе, а они који су објект делегитимације избора одричу сваку одговорност за стање у којем се налазе избори умањеног интегритета. У таквој ситуацији мање је важно бавити се обимом нарушавања изборног интегритета; важније је сазнање да се ради о неосвојеном изборном интегритету, о неосвојеним просторима демократије, слободе правде и поштења.

На крају истичемо да је са становишта професије важно сазнање да су на крупном плану исти чиниоци на делу и када се ради о предизборним истраживањима јавног мњења и када се ради о изборном понашању. Исти су фактори који предизборна истраживања чине мањкавим па и лошим, а саме изборе недемократским и непоштеним. У те факторе треба уврстити и мањкаву професионалну етику истраживача и непоштење политичара. У таквом окружењу предизборна јавномњенска истраживања су разапета између четири намене: првотна двојба између науке и струке на једној страни и оријентације на помоћ у осмишљавању изборне кампање бива замењена лажном двојбом између функције у изборној пропаганди и функције у медијској јурњави за сензацијом.

за одређену партију. На питање: „Да ли бисте гласали за политичку партију са чијим ставовима се не слажете уколико би то Вама или неком члану Ваше породице омогућило да добије посао?“, готово половина испитаника (47%) одговорила је потврдно, непуне две петине (38%) одрично, док је 15% рекло да не зна како би се понашало.

РЕФЕРЕНЦЕ

- Beins, B.C. (2013). "Social Desirability Bias." In *The Encyclopedia of Cross-Cultural Psychology*, K.D. Keith (Ed.)
- Berinsky, A. J., & Lavine, H. (2012). "Self-monitoring and political attitudes." In: *Improving Public Opinion Surveys: Interdisciplinary Innovation and the American National Election Studies* (pp. 29-45). J. H. Aldrich & K. M. McGraw (Eds.)
- Beta (2022). „Udruženja novinara upozoravaju: Srbija na Svetski dan slobode medija u medijskom mraku.” *Danas* <https://www.danas.rs/vesti/drustvo/udruzenja-novinara-upozoravaju-srbija-na-svetski-dan-slobode-medija-u-medijskom-mraku/>
- Bodor. T. (2012). Hungary's "Black Sunday" of Public Opinion Research: The Anatomy of a Failed Election Forecast, *International Journal of Public Opinion Research*, Volume 24, Issue 4, Pages 450–471.
- Vučičević, D. i Jović, N. (2020.) *Odlazak mladih i nepoverenje u poliku u Srbiji*. Beograd: Vestminsterska fondacija za demokratiju.
- Gnamb, T., & Kaspar, K. (2015). "Disclosure of sensitive behaviors across self-administered survey modes: a meta-analysis." *Behavior research methods*, 47 (4), 1237–1259.
- ESOMAR and WAPOR. (2018). *Guideline on Opinion Polls and Published Surveys*.
- Jovanović, M. (2021.) „Od zahteva za slobodne i poštene izbore do izborne reforme – dijalog vlasti i opozicije u Srbiji 2019. godine“ . *Sociološki pregled*, vol. LV, no. 2, (267–292)
- Kalinin, K. (2016). „The social desirability bias in autocrat's electoral ratings: evidence from the 2012 Russian presidential elections“, *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 26:2, 191-211.
- Klar, S., Weber, C. & Krupnikov, Y. (2016). „Social Desirability Bias in the 2016 Presidential Election“. *The Forum*, 14(4), 433-443.
- Kuran, T. (1997). *Private Truths, Public Lies: The Social Consequences of Preference Falsification* (Reprint ed.). Harvard University Press.
- Lensvelt-Mulders, G. (2008). *Surveying Sensitive Topics*. In: *International handbook of survey methodology* (Chapter 24) Edith D. de Leeuw, J. J. Hox, and D. A. Dillman. (Ed.)
- Mihailović, S. (2020) „Istraživanja predizbornog mnjenja građana 1990-2019.“ U: Jovanović, M. i Vučićević, D. *Kako, koga i zašto smo birali. Izbori u Srbiji 1990-2020. godine*. Beograd: Službeni glasnik i Institut za političke studije. 273-302.

- Mihailović, S. (2022a) „Apstinencija ili ignorisanje izbora. Istraživanje predizbornog mnjenja građana Srbije. CATI, decembar 2021. godine.“
- Mihailović, S. (2022b). “Lažna istraživanja – predizborna ekspanzija.” *Danas* <https://www.danas.rs/dijalog/licni-stavovi/lazna-istrazivanja-predizborna-ekspanzija/>
- Noelle-Neumann, E. & Petersen T. (2004). “The Spiral of Silence and the Social Nature of Man”. In: *Handbook of Political Communication Research*. L. L. Kaid (Ed.) Lawrence Erlbaum Associates.
- Preisendörfer, P., & Wolter, F. (2014). “Who Is Telling the Truth? A Validation Study on Determinants of Response Behavior in Surveys.” *Public Opinion Quarterly*, 78, 126-146.
- Roper, B.W. (1984). “Are Polls Accurate?” *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 472(1): 24–34.
- Sieber, J. E., Stanley, B. (1988). “Ethical and professional dimensions of socially sensitive Research”. *American Psychologist*, 43, 49–55.
- Stojiljković, Z. (2021). „Srbija u raljama klijentelizma.“ *Danas* <https://www.danas.rs/vesti/drustvo/srbija-u-raljama-klijentelizma/>
- Tannenberg, M. (2017). “The Autocratic Trust Bias: Politically Sensitive Survey Items and Self-Censorship (June 2017).” *V-Dem Working Paper* 2017: 49, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2980727> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2980727>
- Tourangeau, R., & Yan, T. (2007). “Sensitive questions in surveys”. *Psychological Bulletin*, 133(5), 859–883.

Vojislav Mihailović*

Ipsos Strategic Marketing

Srećko Mihailović**

Demostat

PRE-ELECTION PUBLIC OPINION SURVEYS IN THE ERA OF INTIMIDATION OF THE PEOPLE: ASSISTANCE IN CAMPAIGN DESIGN OR MEANS OF ELECTION PROPAGANDA

Resume

The winning elections combination in the demonic incarnation of almost any oligarchy that seeks to portray itself as a democratic is: intimidation + blackmail + bribery of the people who have the right to vote. There are more people with the right to vote with low resistance to this triad, than people who are difficult to intimidate, than people who do not give rise to blackmail and people who refuse to be bribed. In such a constellation of relations between the oligarchy and the subordinate people, the question is whether it is possible and how is it possible to conduct social research, and above all, what kind of research is being done. In fact, the question is whether and to what extent the research is reduced to a means by which the oligarchy increases its “electoral power” or research examining the chances of democracy in an autocratic state with the majority of its subjects being authoritarian is still possible. So, what is the outcome of the pre-election confrontation between the Serbian oligarchy, the local authoritarian people and researchers of politically confused pre-election opinion? In a situation where the “zeitgeist” of this nation before the elections is marked by a wide (pre)

* E-mail: mih.vojislav@gmail.com

** E-mail: mihailovic.srecko@gmail.com

election pathology, the question is whether it is possible to conduct proper pre-election polls. Can researchers rely on the statements of intimidated, blackmailed and bribed respondents?

The answers to those questions require some additional answers as well: (1) Is it even possible to obtain consent to a survey in a social climate colored by the aforementioned triad. Who are those who refuse to answer interviewers' questions: what, if anything, do we know about them? (2) Are there researchers who care about correctly and professionally conducted research? If there are such, can they get the opportunity to realize such research? Is there a client for their research? (3) If there are powerful political subjects who are ready to intimidate, blackmail and bribe the entire voting public, why should not the object of these actions be the researchers themselves, why should they be an exception? In the end, there are also questions about how the intimidated, blackmailed and bribed people see the opportunity to express their opinion and not the forced opinion and their electoral preferences and not the one that is unconditionally required of them? What is the response of the people to all the coercions and extortions, before and after the elections?

Keywords: electoral autocracy, election pathology, non-appearance in the elections, abstinence, electoral corruption, voter intimidation, selling votes, pre-election research, dishonest answers, socially desirable responses, non-answers, poll refusal

* Овај рад је примљен 29. августа 2022. године, а прихваћен на састанку Редакције 15. септембра 2022. године.