
TREĆI DEO

UPITNIK I INTERVJU

KARAKTERISTIKE UPITNIKA I INTERVJUA

1. POJAM UPITNIKA I INTERVJUA

Za razliku od prirodnih, društvene nauke mogu u istraživanju da koriste ne samo podatke dobijene posmatranjem već i one koje im saopštavaju drugi ljudi - tzv. ispitanici ili subjekti. Nekad su posredi podaci o samim ispitanicima, nekad o drugim ljudima, a ponekad i o nekim društvenim događajima. O samim događajima istraživači se mogu obavestiti i posmatranjem ili na osnovu eventualne dokumentacije, ali ponekad koriste izjavu ispitanika kao informanta (dakle, kao alternativnu tehniku), jer smatraju da je zbog nečega taj način pogodniji - npr. brži, ekonomičniji i slično. U svakom slučaju, verbalni izveštaj, kako se često naziva izveštaj ispitanika, ne p druzumeva samo izveštaj o introspekciji, kako bi se možda moglo pomisliti. Ovaj verbalni izveštaj se katkad dobija spontano, u situaciji interakcije u grupi (u tom slučaju može biti sastavni deo podataka registrovanih posmatranjem), ali se često do njega dolazi putem postavljanja pitanja u pismenoj ili usmenoj formi. Uobičajeno je da se pismeni način postavljanja pitanja i odgovaranja naziva upitnikom, a usmeni intervjuom ili razgovorom. Valjalo bi da postoji viši pojam koji obuhvata obe varijante, jer obe tehnike koriste pitanja kao sredstvo komunikacije. U nedostatku boljeg termina, može se govoriti o upitniku u širem smislu, ili - opisno o tehnikama koje se služe pitanjima.

Dobijanje podataka putem postavljanja pitanja predstavlja verbalnu komunikaciju, koja je u intervjuu dopunjena i neverbalnom. Reč je, dakle, o onom načinu saznavanja koji se upotrebljava u svakidašnjem životu, jer svako od nas u razgovoru sa svojim poznanicima postavlja pitanja i tim putem nastoji da sazna nešto o njima, drugim ljudima i različitim pojavama. Ta činjenica - da je u pitanju prepoznatljiv način saznavanja stvarnosti - zavarava početnika da misli kako je reč o vrlo jednostavnoj tehnici, za koju i nije potrebno posebno obučavanje i priprema, već da je dovoljno postavljati pitanja na način kako se to i u svakidašnjem životu čini. Ali, svakidašnja je komunikacija često opterećena mnogim pogreškama i manjkavostima: nepreciznim i nejasnim formulacijama pitanja, sugestivnim traženjem određenih odgovora (u stilu "Zar nije lepa ova haljina?"), vršenjem otvorenog ili prikrivenog pritiska na sagovornika (npr. iskazivanjem vlastitog mišljenja pre nego što se uopšte sazna mišljenje sagovornika), nesistematičnošću, itd. Razgovor se u svakidašnjem obliku obavlja među ljudima koji se poznaju i u znanom kontekstu, pa su i pitanja često nepotpuna i neprecizna - u njima se neki sadržaji podrazumevaju. Moguće greške u zaključivanju se eventualno ispravljaju ponovljenim komunikacijama. Te navike iz svakodnevnog života ispoljavaju se kao

negativni transfer kod pojedinca koji treba u ulozi istraživača ili ispitivača da u jednokratnom ispitivanju dođe do pouzdanih i verodostojnih podataka. Naročito u intervjuu nije lako osloboditi se loših navika - osobito sklonosti da uočljivo evaluiramo tuđe izjave sa stanovišta vlastitih stavova i usvojenih normi. Stoga je zadatak metodologije društvenih nauka da ovaj svakidašnji i prilično subjektivni postupak ispitivanja i stvaranja uvida u neke pojave pretvori i oblikuje u sistematsku i pouzdanu tehniku dolaženja do važnih informacija. Dalje izlaganje upravo ima za cilj da ukaže na zahteve koji se moraju ispuniti i način kako se to ostvaruje.

2. PREDNOSTI UPITNIKA I INTERVJUA NAD TEHNIKAMA POSMATRANJA

Tehnike upitnika se često porede sa tehnikama posmatranja jer se na izvestan način mogu suprostaviti. Upravo u predjenju sa posmatranjem, tehnike upitnika u širem smislu (dakle, bilo da je u pitanju pismeni upitnik ili intervju) imaju određene prednosti, kao što, razume se, imaju i određene nedostatke ili ograničenja u primeni. Razmotrićemo samo najvažnija preimućstva tehnika upitnika.

Prvo, upotrebom upitnika i intervjuu mogu se proučavati i *pojave koje su nepristupačne ili nedovoljno pristupačne posmatranju*: stavovi, vrednosti, želje, osećanja, socijalna percepcija. Dakako, ortodoksni bihejvoristi će reći da se te pojave mogu proučavati i posmatranjem ponašanja, u onoj meri u kojoj one uopšte mogu biti predmet naučnog istraživanja, i definisati se kao naučni pojmovi, ali tako ekstremno stanovište ima sve manje pristalica. Stavovi, osećanja, želje i slično se ne ispoljavaju uvek u otvorenom ponašanju, a ponekad se pojedinac ponaša čak i bitno drugačije nego što je raspoložen. Često se smatra da je pojedinac sklon da daje lažne izjave, a zaboravlja se da i u ponašanju može nastojati da prikrije svoje prave stavove i raspoloženja, osobito u društvima i grupama u kojima vlada nedemokratska klima i netolerantan odnos prema ispoljavanju određenih stavova. Ako bi se sudilo po manifestnom ponašanju, sve do Frankove smrti u Španiji je izgledalo da je on prihvaćen i popularan u narodu, ali se odmah nakon Frankove smrti pokazalo da je takav zaključak netačan jer je nezadovoljstvo Frankovom vladavinom dobilo masovne razmere. U izrazito netolerantnoj klimi ljudi se plaše da i u anonimnim ispitivanjima saopšte prave stavove, ali je ipak veća verovatnoća da će se u dobro pripremljenom naučnom ispitivanju doći do verodostojnih podataka. No neke psihološke pojave su takve po prirodi da se ne ispoljavaju mnogo i jasno u ponašanju - npr. neka uverenja, socijalna percepcija, samopercepcija, itd. - pa u takvim slučajevima upitnik i intervju ostaju pogodnije tehnike od posmatranja.

Drugo, čak i kada je reč o nekim oblicima *ponašanja* koji su u načelu pristupačni posmatranju, okolnosti su često takve da to *posmatranje ne može ili vrlo teško može obaviti istraživač* i njegov pomoćnik - posmatrač, pa se zato mora oslanjati na podatke koje saopštava ispitanik - na primer, o odnosima u porodici, ponašanju članova zatvorenih grupa (neke religijske sekte, delikventi, narkomanske grupe) o pojedinim oblicima provođenja slobodnog vremena, itd.

Treća prednost upitnika i intervjuu u odnosu na posmatranje je u tome što se njime prikupljaju podaci ne samo o pojavama koje se odvijaju u aktualnom trenutku već i o *događajima iz prošlosti*. Ako su se neke pojave već dogodile, za posmatranje su izgubljene, osim ako nisu ostavile nekog traga, u kojem slučaju se nešto o njima može zaključivati. Razume se, treba biti oprezan prilikom prikupljanja i korišćenja podataka o prošlosti, jer pamćenje može biti izmenjeno, a neki podaci sasvim zaboravljeni. Stepem poverenja zavisi i od vrste podataka i od toga na koliko se daleku prošlost odnose. Čijički podaci o upadljivim događajima i doživljajima iz bliže prošlosti mogu se prihvatiti sa prilično velikim stepenom poverenja. Osim o prošlosti, upitnikom i intervjuom se može stvoriti uvid i u bližu budućnost - na primer, namera o učestvovanju u nekom događaju (poseta utakmice, recimo), o upisu u određenu školu, glasanju za određenu partiju. Upravo su se upitnik i intervju pokazali upotrebljivim tehnikama u predviđanju rezultata političkih izbora. Istina, i na osnovu ponašanja se vrši predviđanje, ali tu je reč o određenom predviđanju ishoda na osnovu pretpostavke o doslednosti ponašanja, o nekakvoj ekstrapolaciji, zaključivanju na osnovu tendencije u ponašanju, što nije uvek ni moguće ni dovoljno pouzdano. Dakle, tehnikama upitnika se može zahvatiti i *šira vremenska dimenzija* nego tehnikama posmatranja.

Četvrta prednost tehnika koje se zasnivaju na sistemima pitanja i verbalnom izveštaju ispitanika je njihova *ekonomičnost* (koja ima različite aspekte), što je osobito karakteristično za

upitnik. Za kratko vreme mogu se prikupiti podaci o velikom broju pojava, događaja, želja, uverenja. Čak i kad bi bilo moguće posmatranjem doći do tih podataka, neke pojave jako dugo traju, te je potrebno mnogo vremena (ponekad i više godina) i znatna materijalna sredstva. Razume se, ekonomičnost ne može biti odlučujući a pogotovo ne isključivi kriterijum izbora neke tehnike, ali pod relativno jednakim drugim uslovima i taj momenat je vrlo važan za opredeljivanje istraživača.

3. PRETPOSTAVKE NA KOJIMA POČIVA ISPITIVANJE UPITNIKOM

Prednosti o kojima smo govorili mogu doći do izražaja - tj. biti stvarne, a ne ostati teorijske mogućnosti - samo ukoliko se ostvare određeni uslovi. Zato možemo govoriti o pretpostavkama na kojima se zasniva ispitivanje upitnikom i intervjuom. Mogu se identifikovati tri posebno važne pretpostavke: 1) da je ispitanik voljan (motivisan) da saopštava podatke; 2) da je u stanju (da je sposoban) da pruži relevantne informacije; 3) da i istraživač (ispitivač) i ispitanik upotrebljavaju u komunikaciji simbole sa istim značenjem, tj. da je dobra komunikacija moguća. Razmotrićemo svaku od tih pretpostavki.

Ispitanik mora biti voljan da sarađuje sa ispitivačem i iskreno odgovara na postavljena pitanja. Istraživači ponekad nerealno podrazumevaju kod ispitanika dovoljno visoku motivaciju, pa se i ne trude da motivisanost povećaju, iako bi to mogli. S druge strane, susreću se i radikalni kritičari tehnika verbalnog izveštaja koji a priori osporavaju motivisanost i iskrenost ispitanika. Činjenica je, međutim, da je motivacija nešto što varira zavisno od različitih okolnosti i na šta se može uticati. U svakom slučaju, sistem čak i logički dobro formulisanih pitanja nije dovoljan da bi se ostvarila spremnost ispitanika na saradnju. Mora se posebno razmišljati o ostvarivanju tog uslova. Na ovom mestu možemo pitanje malo preokrenuti: zašto uopšte ispitanik prihvata upitnik i pristaje da učestvuje u istraživanju? Možemo uočiti nekoliko grupa motiva (razloga), koji se mogu javiti alternativno ili simultano.

Jedna vrsta razloga su *interesi ispitanika* - očekivanje da će preko učestvovanja u ispitivanju uticati na ishode do kojih mu je stalo. Ovo je naročito karakteristično za primenjena istraživanja u radnim organizacijama - kada se ispituju zadovoljstvo poslom, mišljenja i predlozi u vezi sa načinom nagrađivanja, predlozi za unapređenje rada sindikata i načina trošenja novca i slično. S tim u vezi, otpor se javlja kad su ispitanici uvereni da nikakav koristan uticaj neće moći da izvrše. I doista, u praksi se ispitivači susreću sa ispitanicima koji kažu: "To je samo gubljenje vremena", "Jednom smo već popunjavali slične upitnike i ništa od toga nije bilo". Interesima se može donekle objasniti zašto su ispitanici u jednoj situaciji iskreni, a u drugoj prećutkuju ili iskrivljuju podatke. U situaciji tražanja pomoći od kliničkog psihologa ispitanik će pričati o svojim psihičkim tegobama, ali će verovatno nešto od toga prećutati kad bude učestvovao u intervjuu prilikom zapošljavanja.

Druga motivaciona osnova je *zanimljivost* teme, odnosno uklapanje date teme u *interesovanje ispitanika*. U tom pogledu teme nisu u ravnopravnom položaju - neke su zanimljive za širi krug osoba (za mlade su to stavovi prema religiji, muzici, filmu, načinu zabave), a druge tek za deo populacije (npr. političko angažovanje). Interesantne teme provociraju tzv. intrinzičnu motivaciju.

Treća motivaciona osnova je *potreba za samom komunikacijom i zadovoljstvo oblikom komunikacije*, što je više karakteristično za ispitivanje intervjuom nego upitnikom, jer je intrvju pravi neposredni interpersonalni odnos, u kojem se intervjuer ponaša kao pažljiv, tolerantan slušalac. Dobar primer mogu biti starije osobe kojima retko ko dolazi u kuću i koje su željne razgovora. Istraživaču je ponekad teško i da završi razgovor a ne samo da ga započne. U vezi sa ovim, može se nekad govoriti i o *katarzičnoj* funkciji ispitivanja. Događa se da nakon ispitivanja o problemima u preduzeću ispitanici kažu: bar smo se izjadali, pa makar od toga ne bilo veće koristi.

Četvrta osnova su *internalizovane norme u vezi sa pružanjem pomoći stranoj osobi i pojedincu u nevolji*. Ispitanici ponekad odgovaraju na upitnik ili prihvataju da učestvuju u intervjuu samo zato što im je teško da odbiju ljubaznu molbu ispitivača, pogotovo ako ovaj napominje da mu je to potrebno za diplomski ili magistarski rad. Dakako, ovo je najslabiji izvor motivacije, ali kad nema boljeg i on predstavlja dobru "kopču" da se započne ispitivanje.

Peto, jedna od motivacionih osnova može biti i *materijalna nadoknada*, koja se kao prva motivaciona onova može uvrstiti u tzv. spoljašnju, ekstrinzičnu motivaciju. U izveštajima o istraživanju

zapadni autori često navode da su ispitanici bili plaćeni da učestvuju u ispitivanju, želeći time da kažu da su ovi bili motivisani za saradnju. U našoj zemlji se učestvovanje u neeksperimentalnim a uglavnom i eksperimentalnim istraživanjima još ne plaća (sredstva za istraživanje su obično mala). No ova vrsta motivisanja može imati i negativne posledice. Ispitanik, naime, nastoji da se oduži za to što je plaćen, te se trudi da ispuni očekivanja ispitivača i da mu svojim odgovorima ugoditi. Stoga je upravo ovde izuzetno važno da ispitivač (intervjuer) ni na koji način ne ispoljava vlastite stavove i uverenja niti da u najblažoj formi negativno evaluiira smer stavova ispitanika (npr. pogledom koji znači čuđenje i neodobravanje).

Konačno, šesto, danas se može govoriti o ugledu koji stiže nauka i na toj osnovi želja bar jednog dela populacije *da se pomogne njen razvoj i da se utvrdi istina* u nekoj oblasti pojava. Ponekad ispitanici na napomenu da je reč o naučnom istraživanju reaguju rečenicom: "E, ako je reč o naučnom istraživanju, hoću."

Valja imati u vidu da je motivacija promenljiva pojava, da u toku ispitivanja može rasti, ali zbog različitih grešaka i opadati. Ispitanik nekad krajnje nevoljno ulazi u ispitivanje (samo zato što mu je teško da se odlučno otrese ispitivača), ali se u toku ispitivanja može pobuditi interesovanje i zadovoljstvo, pa ponekad na kraju ispitivanja pita kad će opet biti slično ispitivanje ili napominje da bi o tome trebalo sve druge ispitati. No, može se javiti i povećati otpor. Otpor prema ispitivanju se može probuditi ili povećati lošom formulacijom pitanja, neadekvatnim rasporedom, lošim uputstvima, strahom da će se saznati identitet ispitanika, nezgrapnim ponašanjem ispitivača (čak i njegovim izdledom), pa ćemo zato u toku prikazivanja pripreme i izrade upitnika ukazivati na sve te važne momente. Treba samo imati u vidu da se otpor ne mora otvoreno iskazati, već se može ispoljavati u traljavom popunjavanju upitnika, preskakanju pitanja, neiskrenom i protivrečnom odgovaranju, itd.

I drugu pretpostavku - da su ispitanici sposobni za davanje relevantnih podataka - ne možemo unapred smatrati ostvarenom. Ona podrazumeva, s jedne strane, da je reč o podacima koji se u principu mogu dobiti putem verbalnih iskaza, a sa druge strane, da su konkretni ispitanici u posedu tih pouzdanih informacija i da su u stanju da ih saopšte. Susrećemo se, međutim, sa činjenicom da su mogućnosti ispitanika za davanje relevantnih podataka različite (čak i kad su svi dobro motivisani), jer neki su više a neki manje obrazovani, neki imaju veću a neki manju sposobnost pamćenja i razmišljanja, jedni skloni introspekciji a drugi nisu, neki su pažljivo posmatrali pojavu o kojoj daju podatke, a drugi imaju samo površne utiske, u pojedine pojave su lično i emocionalno uključeni, itd. Obično se smatra da su pouzdaniji podaci činjeničkog karaktera (tj. o pojavama koje mogu posmatrati i evidentirati i drugi ljudi). To je tačno ukoliko je reč o upadljivim, jasno određenim činjenicama, koje ne uključuju izrazito emocionalno angažovanje ispitanika, (npr. podaci o zanimanju, mestu rada i življenja), ali u mnogim slučajevima podaci više ukazuju na to kako ispitanici opažaju pojavu nego kakva je stvarno ta pojava. Razume se, istraživača često interesuje upravo percepcija sa svim subjektivnim elementima koje uključuje, ali nekad želi da dobije što tačnije podatke i o samoj pojavi. Ako ispitujemo mlade o vaspitnim postupcima roditelja onda je ispravnije takve iskaze tretirati kao podatke o *opažanju* roditeljskih postupaka (pogotovo ako su dati u formi opštih ocena) nego kao pouzdane informacije o samim postupcima. Ukoliko nas interesuje ovo drugo, valjalo bi potražiti i neke druge izvore informacija npr. ispitati i same roditelje, komšije, poznanike i vršiti posmatranje, kad je to moguće, te upoređivati te podatke. Kad postoji saglasnost više izvora, podaci se mogu tretirati kao pouzdaniji.

Ispitanici često nisu ni svesni nekih unutrašnjih otpora i faktora koji iskrivljuju njihovu percepciju. U svakom slučaju, istraživač ne bi smeo da svoje, istraživačko pitanje (sadržano u formulaciji problema i ciljeva) pokuša da razreši na najjednostavniji način - tako što će ga prosto uputiti ispitaniku. Na primer, ako je istraživačko pitanje koji su činioci profesionalnog opredeljivanja ili političkog angažovanja, onda ga istraživač ne može valjano rešiti tako što će prosto pitati ispitanika koji su faktori opredelili njegov izbor profesije ili političko angažovanje. To ne znači da je i ovakvo pitanje nelegitimno, već da se njime dobija tek delić odgovora - ispitanikovo *viđenje i doživljaj* određene situacija ili onaj deo *svesne motivacije* koji se naziva *razlozima* za neko ponašanje. Nije reč samo o tome da je ispitanik neke važne podatke zaboravio ili potisnuo (da se, dakle, javio nesvesni otpor) već i o tome da svi determinišući činioci ne dopiru do svesti. Ako se, na primer, politički više angažuju muškarci i starije osobe, mala je verovatnoća da će se često javiti odgovor "angažujem se zato što mi kao muškarcu (ili starijoj osobi, ili obrazovanom građaninu) to odgovara". Istraživač će

valjanije rešiti svoje pitanje tek pažljivim izborom pojava i pretvaranjem ciljeva istraživanja u niz specifičnih pitanja na koja će dobiti podatke koje će podvrći statističkoj obradi, i tek na osnovu tih složenih operacija doneti zaključke koji će predstavljati odgovor na osnovno, početno pitanje.

Boljem razumevanju ovog o čemu govorimo može poslužiti analogija sa intervjuom koji obavlja lekar sa pacijentom. Loš lekar bi pitao svog pacijenta: od čega boluješ? Dobar lekar bi postavio niz pitanja o simptomima (npr. na šta se žali, koliko ima temperaturu, ima li apetit, itd.) i tek na osnovu svih elemenata on odgovorio na navedeno pitanje, odnosno postavio dijagnozu. Suštinski, i istraživač želi da uspostavi neku dijagnozu u određenoj oblasti pojava (najčešće u odnosu među pojavama), a upitnik ili intervju su mu sredstvo da dođe do podataka pomoću kojih može da uspostavi tu "dijagnozu". Zato ćemo kasnije, u vezi sa ostvarivanjem drige osnovne pretpostavke, govoriti o raščlanjivanju varijabli, formulisanju pitanja, kontroli informisanosti, referentnom okviru, logičkoj strategiji, itd.

Najzad, treća je pretpostavka da je komunikacija između istraživača (ispitivača) i ispitanika moguća, tj. da i istraživač (odnosno ispitivač kao njegov posrednik) pod rečima koje upotrebljavaju podrazumevaju približno isti smisao. Može se primetiti da se ovde, s jedne strane, javlja problem razumevanja verbalnih iskaza (pitanja), a sa druge strane problem formulisanja vlastitog mišljenja. Lakše je, ipak, razumeti gotov iskaz nego formulisati svoj. Na primer, maloj deci neka jednostavna pitanja mogu biti jasna, ali se s pravom pretpostavlja da ona nisu dovoljno sposobna da precizno saopšte šta stvarno osećaju ili misle. To iziskuje posebnu pripremu i strpljenje ispitivača. U vezi sa ovom pretpostavkom, postavlja se zahtev da pitanja budu razumljiva, prilagođena populaciji u kojoj se vrši ispitivanje, oslobođena teških i stručnih izraza, o čemu ćemo takođe govoriti prikazujući postupak izrade upitnika. Već smo videli da i od dobre komunikacije zavisi uspešnost istraživanja a ne samo od dobro obavljenih intelektualnih operacija. Zato istraživač koji se priprema za upotrebu tehnika upitnika i intervjuja treba da prouči naučna znanja o procesu komunikacije (kojima se socijalna psihologija itekako bavi), a naročito moguće teškoće i greške u komunikaciji.

Dobro bi bilo kad bi neostvarivanje pretpostavki o kojima smo govorili onemogućilo ostvarivanje prikupljanja podataka upitnikom. Ali, nevolja je u tome što se, na žalost, može desiti da ove pretpostavke budu taman toliko ispunjene da je ispitivanje moguće i da se dobiju neke *naizgled* upotrebljive informacije. I veoma nezainteresovan, pa i neinformisan ispitanik će često da zaokružuje ili da upisuje neke odgovore, ali bez dubljeg razmišljanja, pa čak i bez čitanja, a nedovoljno stručni i neiskusni istraživač i ispitivač ga neće uočiti i odvojiti od ostalih ispitanika.

Pitanjima o kojima smo raspravljali neki autori se bave u okviru rasprave o kategorijama teškoća u korišćenju podataka dobijenih upitnikom i intervjuom. Tako V. Milić (Milić, 1978) navodi *tri vrste teškoća: epistemološke, psihološke i društvene*. Epistemološke se odnose na teškoće dobijanja naučno vrednih i pouzdanih informacija usled činjenice da se ispitanici razlikuju po sposobnostima posmatranja, samoposmatranja, i izveštavanja. Psihološke teškoće se, prema Milićevom shvatanju, odnose na razlike u mentalnim sposobnostima, zrelosti, psihološkom stanju u trenutku davanja odgovora, sposobnosti razumevanja i upotrebe verbalnih simbola. Društvene teškoće se odnose na različite društveno uslovljene prepreke u komunikaciji - npr. društveno uslovljene razlike u jeziku (iste reči nemaju sasvim isto značenje u različitim slojevima), ili postojanje društvenog pritiska da se određeni stavovi ne saopštavaju.

Imajući u vidu da preko upitnika kao instrumenta za prikupljanje podataka treba da se razreše neke teškoće, odnosno ostvare ciljevi i uslovi o kojima smo govorili, neki autori govore o različitim funkcijama upitnika. Tako R. Supek (Supek, 1968) naglašava *dvostruku ulogu upitnika*. Najkraće rečeno, prva se sastoji u *prikupljanju potrebnih podataka*, a druga u *motivisanju ispitanika* da slobodno i iskreno saopštava potrebne informacije. Kad je reč o prvoj ulozi, upitnik treba sagledati kao posrednika između relativno opštijih ciljeva i konkretnih podataka kojima raspolaže ispitanik. Naime, ciljevi i zadaci se prevode u specifična pitanja (odnosno operacionalizuju se varijable) na koja treba da se dobiju odgovori koji sadrže neophodne podatke za proveru hipoteza i eksploraciju oblasti odabrane ciljevima istraživanja. Stoga svako pitanje mora sadržati i preneti neku ideju koja proizilazi iz ciljeva istraživanja a na svako pitanje mora se dobiti odgovor koji može biti analiziran sa stanovišta ciljeva istraživanja. Ovim se naglašava čvrsta veza između ciljeva, sistema pitanja i podataka koji će sadržati budući odgovori. Uzalud su zanimljiva pitanja, zanimljivi i sadržajni odgovori (pa čak na određeni način značajni), ako oni nisu relevantni za ciljeve istraživanja, ako ne omogućuju da se ti ciljevi

realizuju. Stoga izrada puitnika podrazumeva pažljivu i sistematičnu transformaciju ciljeva i zadataka istraživanja u sistem pitanja kao sredstvo komunikacije između istraživača i ispitanika.

Navedena uloga je osnovna, ali da bi se ostvarila neophodno je da upitnik ostvari i drugu, motivacijsku ulogu, koja je u funkciji prve. Da bi se ispitanik motivisao da iskreno komunicira mora se povesti računa o formulaciji svakog pitanja, njihovom redosledu, uputstvu. U intervjuu glavnu ulogu u motivisanju ispitanika ima sam intervjuer, a upitnik mora na izvestan način da uključi motivacijske elemente, ili bar da izbegne izazivanje otpora. Naravno, motivisanju ispitanika doprinosi ispitivač - uspostavljajući kontakt, dajući uputstvo i intervenišući kad je potrebno - ali je ipak njegova uloga ograničenija nego uloga intervjuera, pa se zato pažljivo mora planirati sam upitnik.

4. VRSTE PODATAKA KOJI SE DOBIJAJU UPITNIKOM I INTERVJUOM

Pitanje vrste podataka koje se mogu prikupiti upitnikom i intervjuom razmatramo detaljnije iz dva razloga: prvo, jer se iz toga potpunije sagledavaju mogućnosti i ograničenja ovih tehnika i, drugo, jer od vrste podataka donekle zavisi i formulacija pitanja. Istraživač mora biti svestan toga koju vrstu informacija želi da prikupi.

Prema jednoj podeli koja potiče od Kembela i Katone (Campbell and Katona, 1953), razlikuju se četiri osnovne kategorije podataka. Prva se odnosi na *lična obeležja*, odnosno podatke za svrstavanje ispitanika u *osnovne demografske i socijalne kategorije*. To su podaci o polu, starosti, obrazovanju, zanimanju i slično. Druga grupa su podaci o *okolini* i sredini u kojoj ispitanik živi, radi ili obavlja neku aktivnost. Treća kategorija uključuje podatke o ponašanju ili aktivnosti u najširem smislu (npr. šta radi, kako troši novac, s kim se druži, kako provodi slobodno vreme, da li ispoljava agresivno ponašanje itd.). Četvrta kategorija su podaci o informisanosti, mišljenjima, stavovima, motivima. Očigledno je da je ova četvrta kategorija obuhvatila najveći deo *psiholoških podataka* (ako računamo da je deo uključen u treću kategoriju) i zato se može konstatovati da je prilično široka i gruba. Ona se odnosi na intimniju stranu subjekta, pa se i podaci ponekad nazivaju "subjektivnim podacima". S druge strane, tri prve kategorije uključuju činjeničke podatke tj. one informacije do kojih pažljivim posmatranjem ili uvidom u evidenciju mogu doći drugi ljudi. Za njih važi načelo zamenjivosti izvora ili posmatrača. To znači da neke od ovih podataka možemo prikupiti i na drugi način, a ne samo preko osnovnog upitnika, bilo zato što želimo da rasteretimo upitnik ili zato što sumnjamo da će u tom delu ispitanik biti iskren - npr. kad vršimo sociometrijska ispitivanja učenika, podatke o obrazovanju roditelja i materijalnom stanju porodice možemo uzeti od nastavnika a ne od dece, ili ih možemo potražiti u školskoj dokumentaciji, ako su tamo registrovani. Za subjektivne podatke ne važi ovo načelo. Istina, istraživači upotrebljavaju u nekim slučajevima procene nezavisnih procenjivača (npr. procene crta ličnosti), ali se te procene ipak ne mogu tretirati kao podaci o doživljajima i neposrednom iskustvu ispitanika, već kao zaključivanje o nekim oblicima ponašanja ili nekim unutrašnjim karakteristikama ispitanika na osnovu spoljašnjih znakova.

Nešto drugačiju podelu podataka daju Seltic, Jahoda, Dojč i Kuk (Selltitz, Jahoda, Deutsch and Cook, 1962), koji diferenciraju "subjektivne" podatke u veći broj kategorija. Doduše, oni govore o sadržaju pitanja, ali je očigledno da je reč o podeli na osnovu različite prirode podataka. Navode šest osnovnih kategorija.

1. *Utvrđivanje "činjenica"*. Pod "činjenicama" ovi autori podrazumevaju podatke o ispitaniku i okolini, ali i podatke o psihološkim karakteristikama (ponašanje, želje, namere) osoba koje ispitanik poznaje - npr. o članovima porodice, prijateljima kolegama na poslu. Ova poslednja kategorija može biti sporna, jer upravo je tu reč o socijalnoj percepciji, koja je uslovljena i karakteristikama posmatrača (npr. njegovim motivima i interesima) a ne samo posmatrane osobe, kao i interakcijom među njima. Stoga istraživač mora dobro razmisliti o poverenju u takve informacije, odnosno preuzeti sve mere da podaci budu pouzdani (npr. da traži informacije o konkretnim aspektima ponašanja ili o ponašanju u određenim situacijama, pre nego globalne ocene). Ovde se, faktički, ispitanik upotrebljava kao posmatrač i to neobučavani, nepripremljeni posmatrač, koji je obavljao posmatranje bez određenog plana i sistema, oslanjajući se u registrovanju podataka samo na svoje pamćenje. Verovatno je to razlog što autori termin činjenice stavljaju pod navodnike. U svakom slučaju, istraživač mora nastojati da izvrši određenu proveru, da upotrebi više izvora, itd.

2. *Utvrđivanje uverenja o tome šta su činjenice*. U ovom slučaju istraživač nema abiciju da

utvrdi stvarna fakta već ljudska mišljenja, verovanja i ubeđenja o nekim pojavama i stanju stvari u nekoj oblasti - npr. o tome ko ima najveći uticaj u preduzeću, koji su motivi ljudi koji učestvuju u nekoj aktivnosti, koje stvarne ciljeve ima neka politička partija itd. Ovom problematikom se bave naročito psiholozi, braneći taj pristup tezom da nije toliko važno kakve su stvarno neke pojave već kao ih ljudi opažaju i kakva uverenje o njima imaju, jer se subjekti ponašaju i donose odluke na osnovu svog viđenja i uverenja o pojavama (psihološka realnost), a ne na osnovu stvarnog poznavanja stvari. To je umnogome tačno, ali istraživača mora ponekad interesovati kakvo je činjeničko stanje, da bi utvrdio koliko je percepcija iskrivljena, a koliko ipak korenspondira sa stvarnošću, odnosno da bi predvideo da li se realnim pojavama u nekoj oblasti može uticati na percepciju i ponašnje ispitanika.

Sami ispitanici ne moraju uočavati razliku između ispitivanja o činjenicama i ispitivanja njihovih uverenja (mnogi svoja uverenja tretiraju kao činjeničke iskaze), ali ponekad su ipak skloni da kažu "ne znam" ili "nisam upoznat", pogotovu ako žele da izbegnu odgovore. Stoga istraživači u pitanja o uverenjima često stavljaju dodatak "po tvom mišljenju" ili nešto slično (npr. "Ko, po tvom mišljenju, ima najveći uticaj u preduzeću?") da bi oslobodili ispitanika od straha da ne pogreši. Neki su ispitanici svesni razlike između svojih uverenja i stvarnosti, pa i sami naglašavaju: "... bar sam ja tako uveren". Dakako, minimalna informisanost je nužna i kod ispitivanja uverenja, jer ispitanik ne može imati stvarno uverenje o pojavi za koju nije čuo niti je u stanju da je identifikuje.

3. *Utvrdjivanje osećanja.* U ovom slučaju subjektivni momenat je očigledniji i ispitanik je uglavnom svestan da ispoljava osećanja u vezi sa nekom pojavom - na primer, simpatiju i antipatiju, strah, mržnju, strepnju, divljenje, itd. Može biti posredi odnos prema pojedincima, grupama (što se često susreće u socijalnopsihološkim istraživanjima), ali i prema nekim značajnim pojavama (zadovoljstvo poslom, strah od nekih događaja u društvu, itd.). Naravno, iza osećanja se često kriju motivi, pa i uverenja, kao što uverenja u suštini mogu predstavljati racionalizaciju i izraz osećanja.

4. *Otkrivanje standarda za akciju i ponašanje.* Ovde je posredi istraživanje internalizovanih moralnih normi (ispitivanje moralnog suđenja) i vrednosti. Nije, dakle, u prvom planu ni utvrđivanje stvarnog, činjeničkog stanja o ponašanju ljudi u nekoj grupi ili društvu, niti uverenja ispitanika o tome kao se ljudi ponašaju, već ispitivanje mišljenja ispitanika o tome kakvo stanje treba da bude, kako bi se trebalo ponašati. Stoga se pitanja koja ispituju standarde za ponašanje odlikuju time što sadrže eksplicitno, a ponekad i implicitno, sudove "treba da" ili "ne treba da" - npr. "Treba li dozvoliti pristalicama fašističke ideologije da javno izražavaju svoje stavove?" ili "Da li, po tvom mišljenju, treba ili ne treba fizički kažnjavati decu?" Može se, naravno, reći da se i ovde radi o nekim uverenjima, samo ne uverenjima o tome kakvo stanje jeste (npr. da li većina roditelja kažnjava fizički decu), nego o tome kakvo bi trebalo da bude. Razume se, kad ispituje moralne norme i vrednosti, istraživača često interesuje i stvarno ponašanje, kao i uverenje o stvarnosti, ali te podatke treba tretirati kao informacije o različitim pojavama. Ipak, vrednosne orijentacije se izražavaju ne samo preko eksplicitnih vrednosnih sudova ("treba da") nego i preko nekih uverenja o stvarnosti ili o mogućim ishodima. Na primer, zalaganje za privatnu ili društvenu svojinu izražava se ne samo u izjavama da jednoj ili drugoj u društvenom sistemu treba dati prednost, već upravo u uverenju da jedna ili druga dovodi do nekih povoljnih efekata, da odgovara ili ne odgovara potrebama većine ljudi i slično. U ovom slučaju, uverenja o stvarnosti predstavljaju neku vrstu racionalizacije ili stvarne racionalne argumentacije za prihvatanje vrednosne orijentacije. Valja, međutim, uvek proveriti validnost takvih pitanja (bar njihovu povezanost sa vrednosnim iskazima), jer se ne sme brzopletu iz svakog uverenja o stvarnosti zaključivati o usvojenim vrednostima - npr. iz suda da "realizacija" socijalizma nije dala očekivane rezultate ne sledi nužno zaključak da je pristalica takvog suda protiv ideje socijalizma, jer se praksa može kritikovati upravo sa stanovišta ideala, osnovne ideje.

5. *Utvrdjivanje podataka o ponašanju.* Mada se ovi podaci uklapaju u činjeničke, autori ih izdvajaju u posebnu kategoriju, jer smatraju da informacije o ponašanju u sadašnjosti i prošlosti imaju posebnu vrednost u predviđanju ponašanja u budućnosti. Ovde je reč, naravno, o ponašanju samog ispitanika, a ne njegovom opažanju ponašanja drugih ljudi (što je svrstano u prvu kategoriju). Već smo pomenuli da se ovakvo zaključivanje temelji na pretpostavci o doslednosti ponašanja, koja nije neosporna jer ponašanje zavisi i od situacije a ne samo od dispozicionih osnova. Stoga se može reći da je verovatnoća da će se neko ponašati na isti način utoliko veća ukoliko je i buduća situacija sličnija onoj na koju se odnose prikupljeni podaci o ponašanju. No i ovo važi pod pretpostavkom da je ispitanik bio motivisan da iskreno govori o svom ponašanju (pomenuli smo već da će u nekoj situaciji

prikrivati, pa i falsifikovati podatke), odnosno da zbog potrebe za samopoštovanjem nije sklon samoobmani. I ovde važi pravilo da je ispitaniku lakše da saopšti konkretne nego uopštene podatke i da je veća verovatnoća da će konkretni podaci biti tačni.

6. *Utvrđivanje svesnih razloga za uverenja, osećanja ili ponašanja.* Ovde je reč o vrsti podataka do kojih se dolazi postavljanjem pitanja tipa "zašto". Već smo napomenuli da istraživačevo pitanje "zašto?" (tj. pitanje šta determiniše neku pojavu) ne može valjano do kraja da bude odgonetnuto postavljanjem istog pitanja ispitaniku. No deo odgovora se ipak dobija i to onaj deo koji se odnosi na ispitanikovo viđenje razloga i argumenata za njegovo ponašanje, osećanje ili uverenje. Istraživač ne treba te podatke da prima ne kritički, "zdravo za gotovo" - jer ispitanik može da saopšti samo "dobre razloge", racionalizovane argumente - ali u jednom kompletnijem objašnjenju treba da uzme i njih u obzir.

Što se tiče načina dolaženja do podataka o razlozima za neko ponašanje, osećanje ili stavove, umesto opšteg pitanja "Zašto?" (ili "Navedite najvažnije razloge za..."), što izgleda najjednostavniji način, može se postaviti čitav sistem konkretnih pitanja kojima se rasvetljavaju okolnosti, faktori i sam proces odlučivanja ispitanika za nešto. Na primer, ako nas interesuje zašto je neko član neke političke stranke, možemo postaviti pitanje: Da li se sećate kada ste prvi put čuli za tu stranku? Da li Vam je od samog početka bila privlačna? Šta Vas je najviše privuklo toj stranci? Možete li se setiti trenutka i okolnosti kada ste doneli odluku da postanete član te partije? Da li Vas je neko uveravao da je dobro biti član te partije? Koji je momenat bio odlučujući? Šta Vam se u programu partije najviše dopada? itd. Razume se, gomilanje ovakvih konkretnih pitanja omogućuje da se dobije preciznija slika, ali čini upitnik glomaznijim i otežava mogućnost da se postavi više pitanja i o drugim temama. Istraživač treba da odluči da li se može zadovoljiti jednim uopštenim pitanjem (pa stoga i manje preciznim i manje tačnim podacima), ili mu je potrebno više konkretnijih i preciznijih pitanja. Za ovo drugo se odlučuje kada je zainteresovan za proces opredeljivanja i sve elemente koji su igrali ulogu u donošenju određene odluke.

Možda će neko ovde upitati zašto se ovde ne spominju i podaci o stavovima ili crtama ličnosti kad je poznato da su stavovi tipičan predmet proučavanja socijalne psihologije. Treba podsetiti da su stavovi složena dispozicija koja uključuje kognitivnu, emocionalnu i konativnu ili bihevioralnu komponentu. Stavovi se izražavaju i proučavaju preko uverenja (najčešće), emocija ili ponašanja. Već je naglašeno da je podela tih podataka uslovna, jer mnoga uverenja podrazumevaju emocionalni odnos, što kad je reč o ispitivanju stavova nije nedostatak, već upravo pogodna okolnost. Crte ličnosti se upitnikom najčešće ispituju preko podataka koje ispitanik saopštava o svom ponašanju, i eventualno, o uverenjima. U svakom slučaju, ovde su opisane kategorije podataka koji se prikupljaju a ne vrste pojava koje se proučavaju.

Jedna kategorija podataka ipak nedostaje i u navedenom spisku. To su podaci o *željama i namerama* preko kojih se u priličnoj meri stiče uvid u probleme motivacije. Mada se želje i namere mogu posredno istraživati i preko nekih od spomenutih vrsta podataka, one se ne mogu svesti ni na jednu od navedenih kategorija.

Ovaj obuhvatan repertoar podataka koji se mogu prikupiti upitnikom i intervjuom nedvosmisleno govori o širokoj upotrebljivosti ovih tehnika. Taj zaključak važi ukoliko se ostvare uslovi o kojima smo govorili, otklone teškoće i izbegnu zamke koje se u primeni ovih tehnika javljaju.

5. OBLICI (VRSTE) TEHNIKA KOJE SE SLUŽE PITANJIMA

U dosadašnjem izlaganju je napomenuto da se tehnike koje se zasnivaju na pitanjima (upitnik u širem smislu) dele na *upitnik* (pismeni upitnik, kako kaže V. Milić) i *intervju*, koji predstavlja usmenu komunikaciju između intervjuera i ispitanika, čak i kad su unapred pripremljena sva pitanja, a odgovori se beleže u formular koji faktički predstavlja upitnik.

Intervju se obično deli na *standardizovani* i *nestandardizovani*. Za krajnje standardizovani je karakteristično da su sva pitanja unapred pripremljena i intervjueru nije dozvoljeno da po svojoj volji menja formulacije (mogu biti, naravno, unapred pripremljene alternativne formulacije). Moglo bi se reći da je to upitnik koji se usmeno zadaje. Ali, ta činjenica da je ipak reč o usmenoj komunikaciji jeste važna, jer se čak i u tom standardizovanom upitniku javlja intervjuer kao bitan čilac sa svojim

izgledom, stilom ponašanja (neverbalna komunikacija), načinom i brzinom izgovaranja pitanja, itd. Kod nestandardizovanog intervjua unapred su predviđene samo teme za razgovor i najvažnija pitanja, a intervjuer na licu mesta formuliše mnoga pitanja, određuje njihov redosled i dužinu razgovora. Intervju je prilagođen ispitaniku (centriran na ispitanika, kako neki metodolozi kažu).

Nestandardizovani intervjui se upotrebljavaju u kliničkom radu psihologa (pre svega u individualnoj psihoterapiji), ali je nepogodan za naučno istraživanje (bar ne za glavno istraživanje), jer zbog krajnje nestandardizovanosti (nekontrolisane varijabilnosti) ne obezbeđuje pouzdane i upotrebive podatke.

Između ovih krajnosti javljaju se različite varijante *polustandardizovanog* intervjua, za koji je karakteristično da su unapred pripremljena većina, ili bar sva važna pitanja na osnovu kojih će se upoređivati ispitanici i odgovori statistički obrađivati, ali je dozvoljeno da se promeni formulacija kad biva očigledno da ispitanik nije razumeo pitanje. Dozvoljeno je takođe i dodavanje novih pitanja koja pomažu da se bolje razume ili proverí odgovor na neko pitanje koje je unapred pripremljeno.

Imajući u vidu ove različite varijante tehnika koje se zasnivaju na pitanjima, neki autori (Gud i Het, 1966) upotrebljavaju nazive: *upitnik*, *spisak pitanja* (odgovara standardizovanom intervjuu) i *podsetnik za intervju* (odgovara nestandardizovanim i polustandardizovanim varijantama intervjua).

Pojava novih sredstava komunikacije dovodi i do novih podela intervjua. Tako se može govoriti o *telefonskom intervjuu* za razliku od intervjua "*licem u lice*". Prema nekim autorima, ovo postaje najrasprostranjeniji način anketiranja u SAD. Omogućava brzo ispitivanje na široj teritoriji, ispitivanje je centralizovano, pa su troškovi niži. Ipak, mi ne preporučujemo telefonski intervju za ozbiljnija, naučna istraživanja, u svakom slučaju ne za složenija pitanja (koja, na primer, traže rangovanje ili uključuju veći broj ponuđenih odgovora) i ispitivanja koja treba duže da traju. Poseban problem je nereprezentativnost uzorka u zemljama (kao što je naša) gde veliki broj građana nema telefonski aparat. Umesto telefonskog, preporučuje se klasični intervju "*licem u lice*", koji podrazumeva neposredni kontakt i posmatranje ponašanja ispitanika u toku davanja odgovora. Telefonski se intervju više koristi u istraživanjima sa krajnje praktičnim ciljevima - npr. u ispitivanju domaćica o tome koje proizvode kupuju i kakvo mišljenje o pojedinim vrstama i markama proizvoda imaju.

I upitnik u užem smislu ima više vrsta. Jedna je *klasični*, *ekstenzivni* i *eksplorativni upitnik*, u kojem se postavlja više pitanja - obično različitih po obliku (neka otvorena a druga zatvorena, neka sa više a druga sa manje alternativa) - kako bi se prikupili različiti podaci i o različitim aspektima iste pojave. Ne postoji ambicija da se takvim upitnikom u celini meri neka pojava (mada može uključivati i pojedine skale procene) već pre da se rasvetle različite strane i elementi pojave (npr. način provođenja slobodnog vremena) ili da se dobiju osnovne informacije o više pojava. Drugu vrstu predstavljaju *skale* ili skalirani upitnici, kojima se meri intenzitet neke pojave (npr. stav, neka crta ličnosti, interesovanje) i koji je zato sastavljen od više stavki sa pretpostavkom (koja mora biti proverena) o homogenosti tog skupa pitanja, odnosno njihovom uklapanju u jedan kontinuum. Stavke u skali predstavljaju jednoobrazna zatvorena pitanja ili tvrdnje, tj. na sva pitanja se nudi isti broj odgovora, koji se na određen način boduju i izračunava ukupni rezultat. Takvi instrumenti se podvrgavaju psihometrijskoj proveri (utvrđivanje objektivnosti, diskriminativnosti, pouzdanosti i validnosti) i u psihometrijskom smislu predstavljaju *intervalne skale*. Tipični primer ovakvih upitnika su skale stavova i testovi ličnosti. Razumljivo, cilj svake nauke je da dođe do takvih savršenijih i proverenih instrumenata, ali je logično da se najpre javljaju manje savršeni klasični, ekstenzivni i eksplorativni upitnici, a u nekim slučajevima vrsta predmeta i ciljevi su takvi da se moraju upotrebiti ovakvi upitnici, npr. ispitivanje načina trošenja novca, a dobrim delom i načina provođenja slobodnog vremena, i uopšte stavljanje naglaska u istraživanju na kvalitativne momente.

Prema načinu kako se uspostavlja kontakt sa ispitanikom, mogu se razlikovati upitnik koji se zadaje *u neposrednom kontaktu* i upitnik koji se *šalje poštom*. Jedini ozbiljan razlog što se ovaj drugi upotrebljava jeste ekonomičnost - troškovi ispitivanja ljudi sa šire teritorije su znatno niži. Neki spominju i mogućnost zadavanja dužih upitnika, što teško može biti presudan razlog izbora ove varijante, pogotovo što veliki upitnik može uticati na ispitanika da ga ne popuni i ne vrati. Međutim, slabosti ovog načina primene upitnika su vrlo ozbiljne. Najvažnije su dve. Prvo, veliki broj ispitanika ne vraća upitnike, pa to dovodi do osipanja uzorka. Naravno, problem nije u samom smanjivanju uzorka, jer se on može povećati za onoliko koliko je neophodno, već što uzorak postaje nereprezentativan - ne zna se tačno po kojem kriterijumu se izdvajaju oni koji ne vraćaju upitnike, ali

se može naslutiti da nije u pitanju samo lenjost i nemarnost (što je takođe važno), već i neki za istraživanje važniji razlog. Na primer, kada se ispituju neki stavovi, velika je verovatnoća da upitnike neće vratiti baš oni koji ispoljavaju negativne stavove, a pogotovo neodlučni, koji su najčešće i nezainteresovani. Tako se stvara privid da je broj pristalica nečeg ili nekog veći nego što stvarno jeste. Drugo, upitnik može popunjavati neko drugi a ne planirani ispitanik, ili - što je takođe verovatno - nekoliko osoba zajedno, npr. ispitanik u dogovoru sa kolegama na poslu ili članovima porodice. Tako se dobijaju lažni podaci. Osim toga, ne postoji mogućnost da se ispitaniku objasne nejasna pitanja. Stoga ove upitnike naučni istraživači retko upotrebljavaju, ali ih koriste redakcije pojedinih listova koje interesuju mišljenja i predlozi čitalaca u vezi sa uređivačkom politikom lista.

U samom zadavanju upitnika može se primeniti tzv. *vođeni* i *nevođeni* postupak. Pri nevođenom, ispitanici nakon datog upitnika sami popunjavaju upitnik brzinom koja njima odgovara. Kad je po sredi vođeni postupak, svi istovremeno odgovaraju, idući postepeno od pitanja do pitanja, pod vođstvom ispitivača, koji obično glasno čita pitanja i daje dodatna potrebna objašnjenja i uputstva. Ovaj se način primenjuje kad su pitanja složena i postoji mogućnost da ih veliki broj ispitanika ne shvati ili pogrešno razume. Na taj način se ispitivanje upitnikom približava donekle modelu intervjua. To približavanje se ostvaruje i u intervjuu kada se ispitaniku omogući da u upitniku ili na posebnim karticama prati tekst pitanja i odgovora (ukoliko su ponuđeni) koje mu čita intervjuer. Ovim se omogućuje da se i u intervjuu daju složena pitanja.

Iz svega što je rečeno, proizilazi da je osnovna dilema za istraživača da li će upotrebiti upitnik ili standardizovani (odnosno polustandardizovani) intervju. Zato valja znati koje su prednosti i slabe strane jedne i druge tehnike. Ukazaćemo najpre na prednosti upitnika.

PREDNOSTI UPITNIKA

Prvo, to je *ekonomičnost*, koja ima dva aspekta: a) ispituje se istovremeno veći broj osoba, i b) zahteva se kraća priprema a i manja veština od ispitivača u primeni upitnika.

Drugo, zbog prirode pitanja upitnikom obezbeđena je veća *jednoobraznost* ispitivanja (često i u pogledu fizičkih uslova), što rezultate čini pouzdanijim. Doduše, jednoobraznost može biti i prividna (ako neki ispitanici ne shvataju ili pogrešno shvataju značenje pitanja), ali se taj nedostatak otklanja probnim ispitivanjima, dobrim uputstvom, pomaganjem pri odgovaranju.

Treće, ispitanici su više *uvereni da je ispitivanje anonimno*, što nije uvek odlučujuće za njihovo ponašanje, ali je za društveno osetljiva pitanja važan uslov, pogotovo ako društvena klima nije liberalna. Kad je reč o ispitivanju intervjuom, ispitanik je svestan da ga intervjuer može zapamtiti, bez obzira što mu garantuje anonimnost.

Četvrto, pri ispitivanju upitnikom ispitanik može duže i na miru da *razmišlja*, dok u intervjuu - čak i kad mu se kaže da ne mora žuriti sa odgovorima - oseća neprijatan pritisak prisustva sagovornika i stoga skraćuje proces razmišljanja. Valja, međutim, imati u vidu da se duže razmišljanje ne smatra uvek poželjnom okolnošću, jer može da provocira "cenzuru" i neiskrene odgovore (npr. u ispitivanju crta ličnosti i stavova). Stoga istraživači nekad namerno trže od ispitanika da odgovaraju što brže, tj. da daju odgovor koji im najpre padne na pamet.

PREDNOSTI INTERVJUA

Upitnik, međutim, ima i neke slabosti i ograničenja, koja upravo predstavljaju prednost intervjua.

Prvo, upitnik se ne može primeniti na sve delove široke populacije, jer je još relativno veliki broj ljudi *nepismen ili nedovoljno pismen* i teško popunjava upitnik bez nečije pomoći. Upravo je u takvim situacijama pogodan intervju. Iz istih razloga u ispitivanju dece predškolskog i najranije školskog uzrasta mora se primeniti intervju a ne upitnik.

Drugo, intervjuu odlikuje *fleksibilnost* jer ga obavlja intervjuer, koji može promeniti formulaciju pitanja kad mu biva jasno da ispitanik ne razume pitanje. Istraživači nerado dozvoljavaju da se menja formulacija pitanja jer s pravom sumnjaju da će se intervjuer u datom trenutku brzo snaći i naći bolju formulaciju, a da ne promeni značenje ili ne izvrši neki neplanirani uticaj (sugeriše odgovor

pre svega). Ali, u probnim ispitivanjima se mogu uočiti kritične tačke i unapred se mogu primeniti alternativne formulacije i objašnjenja manje poznatih reči. U svakom slučaju, ni kruta jednoobraznost u ispitivanju nema svrhe ako ispitanici ne shvataju pitanje.

Treće, osim dobijanja verbalnih odgovora intervju omogućuje i *posmatranje reakcije* ispitanika, čime se na izvestan način mogu *validirati* njegovi odgovori. Zbunjenost, oklevanje, dugo ćutanje, mucanje, tiho i nesigurno odgovaranje - mogu biti znaci otpora i neiskrenog davanja odgovora. Intervjuer treba svoja zapažanja da zabeleži ili u formularu za odgovore ili u poseban protokol.

Četvrto, intervju je bolji za *emotivno obojena pitanja*, pod uslovom da je dobro pripremljen i da ga vodi stručan i iskusen intervjuer. Naime, topla i permisivna atmosfera podstiče ispitanika da se "otvori" i govori o svojim intimnim problemima i osećanjima. Stoga se u intervjuu, za razliku od upitnika, svrstava u tzv. tehnike za dobijanje podataka o "dubinskim" slojevima ličnosti, ma koliko da i ti pojmovi nemaju sasvim jasno značenje. Ali, ovde se može uočiti da se javlja i rizik od upotrebe ove tehnike jer rezultati zavise i od toga ko vodi razgovor a ne samo od smisla planiranih pitanja.

Peto, praksa pokazuje da se u intervjuu dobijaju *opširniji i potpuniji odgovori na otvorena pitanja*, delom zato što intervjuer može podsticati ispitanika (često je dovoljno da upitno gleda ili postavi dodatno pitanje "Možete li to malo šire objasniti?"), a delom zato što odgovore beleži intervjuer a ne sam ispitanik, pa je otuda ovaj manje škrt na rečima. Ma koliko se istraživač trudio da u upitniku postavi podsticajna pitanja i podvuče koliko je značajno da se da potpun odgovor na neko pitanje - npr. o motivima učestvovanja u nekoj akciji - ispitanici često preskaču takva pitanja ili daju vrlo nejasne i uopštene odgovore (tipa "Ima mnogo razloga" ili "Sve zavisi od okolnosti"). Naravno, ovakva pitanja daju istraživaču materijal za kvalitativnu analizu, elemente za potpunije razumevanje i tumačenje drugih podataka (uključujući i kvantitativne) i osnovu za kasniju izradu preciznijih, zatvorenih pitanja.

Istraživač treba, zavisno od predmeta istraživanja i populacije na kojoj vrši istraživanje, i imajući u vidu sve navedene dobre i slabe strane upitnika i intervju, da se odluči za jednu ili drugu tehniku, a potom i koju će varijantu odabrane tehnike primeniti u prikupljanju podataka.

IZRADA UPITNIKA - FAZE

Planiranje i izrada upitnika i spiska pitanja za standardizovani intervju odvijaju se na isti način i prolaze kroz iste faze do trenutka kad treba pripremiti ispitivače za primenu instrumenta. Moglo bi se govoriti (neki metodolozi to i čine) o različitim načinima administriranja upitnika - u jednom slučaju putem razgovora (intervjua), a u drugom putem uručivanja ispitaniku (neposredno ili poštom) sa zahtevom da sam popuni taj upitnik. U svakom slučaju, priprema sistema pitanja kojima treba da se prikupe podaci vrši se na isti način pa će, dakle, prikaz izrade upitnika podrazumevati i pripremu intervju. O intervjuu ćemo posebno govoriti kad bude neophodno da se razmotre njegove specifičnosti, tj. principi ponašanja intervjuera i način njegove pripreme za izvođenje intervju.

Ovde ćemo u prvom redu imati u vidu klasični upitnik, upitnik koji se koristi u eksplorativnim i deskriptivnim istraživanjima. Takvim upitnikom se uglavnom "zahvataju" (pokrivaju) različiti aspekti neke pojave ili skupa pojava, uz mogućnosti kombinovanja otvorenih i zatvorenih pitanja za prikupljanje kvalitativnih i ograničeno kvantitativnih podataka. Mada, kada je reč o psihološkim istraživanjima, iz klasičnih upitnika logički često nastaju psihometrijski savršenije skale, oni su za određenu vrstu proučavanja nezamenljivi - na primer, proučavanje procesa i motiva izbora zanimanja, načina provođenja slobodnog vremena, uverenja, mišljenja i percepcije nekih marginalnih grupa, različita ispitivanja javnog mnjenja. Ovaj upitnik se može pojaviti i u sastavu šireg instrumentarijuma sastavljenog od različitih skala za proučavanje nekog široko zahvaćenog problema (npr. struktura i činioci interesovanja), kao što i u sebe može uključiti proverene kvantitativne instrumente (npr. skale stavova i crta ličnosti).

Prilikom planiranja i izrade upitnika istraživač treba neprestano da ima na umu *ciljeve istraživanja* i *ispitanike* koji će odgovarati na upitnik. Upitnik treba da omogući realizaciju ciljeva istraživanja, ali se mora prilagoditi budućim ispitanicima, tj. težina pitanja, način formulisanja, broj i

redosled moraju odgovarati stepenu obaveštenosti, sposobnostima, raspoloživom vremenu i drugim osobenostima populacije na kojoj se vrši ispitivanje.

1. RAŠČLANJAVANJE PROBLEMA I ODREĐIVANJE SADRŽAJA PITANJA

Izradu upitnika treba posmatrati u sklopu planiranja i izvođenja sasvim određenog istraživanja. To znači da se podrazumeva da je pre izrade upitnika već završen projekat istraživanja u kojem je precizno formulisan problem, određeni ciljevi istraživanja, formulisane hipoteze i definisane varijable. Dakle, svrha i predmet ispitivanja upitnikom su već određeni. Stoga i ne počinjemo prikaz izrade upitnika od tog momenta, od kojeg, inače, polaze neki metodolozi koji ne govore prethodno o projektu istraživanja.

Prva faza u izradi upitnika pod ovim okolnostima je *rašćlanjavanje problema i varijabli* koja se često označava kao *izrada nacrtu upitnika*. Ovim se želi reći da izrada upitnika ne počinje formulisanjem pitanja već specifikacijom zadataka budućih pitanja, odnosno određivanjem i popisom sadržaja mogućih pitanja. Drugim rečima, pre nego što formulišemo pitanja moramo sasvim precizno znati o čemu ćemo i zašto pitati ispitanike. Zato se varijable, definisane prethodno teorijski, moraju sistematski razložiti na konkretne elemente i *indikatore*, pa tek kada se napravi pregled tog konkretnog sadržaja i konstatuje da je on dovoljno obuhvatan (da pokriva teorijski određen pojam) i dovoljno konkretan, pristupa se formulisanju pitanja. Nepripremljen i neiskusni istraživač se obično rukovodi principom asocijacija, ili - što je još gore - načelom zanimljivosti. Prvo pitanje obično formuliše imajući u vidu neki važan momenat u ciljevima ili definiciji varijabli, a onda ga ono često podstakne da formuliše neko drugo koje je s njim u vezi, potom to drugo izaziva nove asocijacije i ideje o tome šta bi bilo dobro i zanimljivo da se sazna, itd. No, često se dešava da se tim principom asocijacija i nalaženja zanimljivih pitanja istraživač *neprimetno udalji* od osnovnog problema i da postavi mnoštvo slabo relevantnih ili potpuno irelevantnih pitanja, a da istovremeno propusti da postavi neka najvažnija pitanja. Metodolozima se često javljaju neiskusni istraživači nakon završenog istraživanja, tražeći od njih savet kako da srede, obrade i interpretiraju mnoštvo podataka dobijenih upitnikom. Pošto najčešće nije reč samo o prostoj primeni statističkih tehnika nego i o problemima klasifikacije i konceptualizacije, metodolog je često u prilici da konstatuje da je pomoć zatražena kasno.

Da bi izbegao moguće promašaje (pre svega izostavljanje nekih važnih elemenata), istraživač mora da princip asocijacije i zanimljivosti zameni sistematičnošću i čvrstom logičkom vezom teorijskog određenja neke varijable i njene operacionalizacije. Stoga je prirodno da se počne sa sistematskim razlaganjem složenih varijabli. U pravilu, to je raščlanjavanje započeto u projektu. Ukoliko se krenulo od složenog problema (npr. "Činioci i struktura vrednosnih orijentacija mladih"), logično je da je on razložen na niz specifičnih problema - preko formulacije problema, ciljeva i zadataka istraživanja, odnosno preko hipoteza (npr. "Struktura vrednosnih orijentacija", "Slojna pripadnost i vrednosne orijentacije", "Crte ličnosti i vrednosne orijentacije", itd.). U okviru definisanja varijabli obično se u izvesnoj meri obavlja i njihovo raščlanjivanje ili se bar ukazuje na pravac raščlanjivanja. Na primer, prilikom određivanja vrednosnih orijentacija daje se i određena klasifikacija i navodi se spisak konkretnih vrednosnih orijentacija koje će biti predmet ispitivanja. Ako se proučava zadovoljstvo na radu, ukazuje se na to da taj problem uključuje određene vrste zadovoljstva: 1) sadržajem rada, 2) fizičkim uslovima rada, 3) načinom nagrađivanja, 4) odnosima sa rukovodiocima, 5) odnosima sa kolegama na poslu, itd. Ne retko se iskazuje i konkretniji sadržaj neke opštije varijable, osobito kad istraživač daje potpuniju opercionalnu definiciju a ne samo uopštenu formulaciju da će se date varijable izražavati i ispitivati preko niza pitanja u upitniku. U svakom slučaju, ukoliko je u samom projektu učinjeno više na elaboraciji problema i razlaganju varijabli, utoliko će se brže i uspešnije završiti ovo konačno raščlanjavanje varijabli kao osnova za izradu pitanja. Ali, ne završava se sve u projektu i neko razlaganje i popisivanje sadržaja i indikatora varijabli je potrebno učiniti pre nego što se u vezi sa tim sadržajem počnu postavljati pitanja.

Neke su varijable po svojoj prirodi takve da se direktno prevode u pitanja, a odgovori se po prirodi raspodeljuju u sasvim određen broj kategorija ili u kategorije koje su konvencionalne. Tu, dakle, nema nikakvog posebnog raščlanjavanja osim što se unapred određuju kategorije koje obično postaju ponuđeni odgovori u zatvorenim pitanjima. Takva je karakteristika pol, ali i mnoga druga

socijalna i demografska obeležja. Na primer, podatak o starosti se dobija direktnim pitanjem i za istraživače je jedini problem da odredi broj starosnih kategorija. On ih određuje vodeći računa o ciljevima istraživanja i imajući u vidu populaciju na kojoj vrši ispitivanje. Pri utvrđivanju zanimanja osnovni problem koji se mora razrešiti jeste definicija i odgovarajuća klasifikacija zanimanja, najpogodnija za dato istraživanje, a potom se lako strukturira jedno pitanje sa ponuđenim odgovorima.

Materijalno stanje nije, međutim, tako jednostavna varijabla već uključuje više elemenata, koji se mogu tretirati kao *indikator* ili pokazatelji materijalnog stanja - npr. prosečni dohodak iz radnog odnosa, mogući honorarni rad, prihod od zemljoradnje, prihodi od izdavanja stanova ili drugih prostorija u zakup, veličina i kvalitet stane, posедovanje određenih aparata u domaćinstvu (samo se ovo može pretvoriti u desetak relevantnih pitanja), posедovanje automobila (njegova marka i starost), posедovanje vikendice, itd. Događa se da pitanja o materijalnom stanju zauzmu i nekoliko stranica upitnika, kad je to važna varijabla u sociološkom istraživanju. Konačna procena materijalnog stanja izvodi se iz svih tih elemenata, a to podrazumeva određivanje vrednosti svakog indikatora, što nije lako valjano obaviti. Ako se u projektu pojavljuje kao pojam i varijabla *socio-ekonomski status* (ili pak društveni položaj), podrazumeva se da će se ona raščlaniti na nekoliko nivoa - najpre na osnovne *komponente* (npr. nivo obrazovanja, vrste zanimanja, društvena moć, materijalni status), a potom svaka od njih, ako njena priroda to dozvoljava, na konketnije sadržaje ili indikatore.

Razlaganje psiholoških varijabli, kad se one mogu tretirati kao dispozicije ili bar teorijski konstrukti, redovno predstavlja određivanje i popis indikatora jer se dispozicije ispoljavaju i ispituju preko nekih konkretnih manifestacija, a ne neposredno. Stoga bi, na primer, razlaganje stava prema nekoj etničkoj grupi značilo određivanje karakterističnih uverenja preko kojih se ovaj stav ispoljava, spremnost na određeno ponašanje i uspostavljanje karakterističnih odnosa sa tom grupom, zalaganje za određene društvene mere i slično. Iz ovoga biva jasno da je raščlanjavanje početak procesa operacionalizacije. Ekstravertnost kao složenu crtu verovatno bi najpre trebalo raščlaniti na dve komponente - sklonost spoljašnjoj akciji nasuprot kontemplativnosti i socijabilnost, ili sklonost uspostavljanju kontakata sa većim brojem ljudi, nasuprot povlačenju ili uzdržanosti u socijalnim odnosima. Indikatori ove druge komponente mogli bi biti i uglavnom jesu u postojećim instrumentima za merenje ove crte:

- inicijativnost pri uspostavljanju kontakta s nepoznatim ljudima
- izlaženje na mesta gde ima mnogo ljudi
- lako prepuštanje grupnim zabavama
- teško podnošenje samoće
- pričljivost (govorljivost)
- druženje sa većim brojem osoba, itd.

U nekim slučajevima izgleda smislenije govoriti o *elementima* problema i varijabli ili *aspektima* varijabli nego o indikatorima. Na primer, neki istraživači termin "stav prema braku" koriste kao *zbirni* naziv za više *specifičnih* stavova koji mogu, ali ne moraju biti međusobno u vezi - npr. stav prema braku kao pravnoj instituciji, stav prema predbračnim seksualnim odnosima, mišljenjima o godinama koje su optimalne za ulazak u brak maldica i devojke, stav prema različitim aspektima odnosa u braku (što se može dalje razbijati na još specifičnim aspekte i indikatore), stav prema razvodu braka i, eventualno, još nešto. Faktički se svaki od ovih elemenata i aspekata posebno analizira i posebno dovodi u vezu sa nezavisnim varijablama. Naročito eksplorativna istraživanja uključuju različite aspekte neke pojave bez unapred određene ambicije da se ti različiti podaci sabiraju i izvlači neki opštiji rezultat - npr. stavovi prema narkomanima i narkomaniji mogu da obuhvate uverenja o uzrocima narkomanije, predstavu o osobinama i načinu ponašanja narkomana, ocenu težine ove pojave, mišljenja o načinu postupanja i lečenja narkomana, mišljenja o načinu rehabilitacije, socijalnu distancu i motive distanciranja od osoba koje su lečene od narkomanije i slično. Ponekad se opšti pojam od kojeg se polazi (a to je često pojam stava) upotrebljava u krajnje uslovnom i nepreciznom značenju. U ispitivanjima javnog mnjenja predmet proučavanja često je rasplinut. Umesto jednog opšteg pojma sa neodređenim i rasplnutim značenjem, koji upravo zato slabo usmerava aktivnost u pripremi upitnika, bolje je odmah krenuti od nekoliko određenih pojmova (varijabli) - stav, opažanje osobina, socijalna distanca, motivi, namere, itd. - ili bar odrediti te uže varijable pre nego što se pristupi utvrđivanju konkretnih sadržaja mogućih pitanja.

Može se postaviti pitanje do kojeg stepena konkretnosti treba ići u raščlanjavanju varijabli. S jedne strane, detaljnije raščlanjavanje znači povećanje broja mogućih pitanja i teškoće u svođenju upitnika u razumne okvire, a s druge, ispitaniku je lakše da odgovara na što konkretnija pitanja. Osim mogućnostima ispitanika, stepen konkretizacije sadržaja budućih pitanja je određen i prirodom pojava koja se ispituje. Na primer, vrednosti i vrednosne orijentacije su obično definisane kao koncepcije o *poželjnim* relativno *opštim* individualnim i društvenim ciljevima, pa se i njihova operacionalizacija najčešće vrši preko relativno opštijih uverenja i preferencije ciljeva.

2. IZBOR INDIKATORA

Ako je istraživač pažljivo i sistematski razložio svoje varijable, konstatovaće često da je broj indikatora i konkretnih sadržaja mogućih pitanja veći nego što će on moći da upotrebi u svom upitniku, osobito ako je reč o širokom tematskom zahvatu - istraživanju sa velikim brojem varijabli. Problem izbora indikatora se javlja i zbog njihovog logičkog i epistemološkog statusa - neki su u čvršćoj a drugi u slabijoj logičkoj vezi sa teorijskom definicijom pojave koja se ispituje, neki dobro reprezentuju osnovnu ideju, drugi mogu biti indikator još nečega.

Kada se razmišlja o obimu upitnika, suština problema nije u samom broju pitanja već u proceni koliko vremenski može da traje ispitivanje, a to zavisi od različitih okolnosti. Ako se ima u vidu široka populacija, optimalno vreme je do 30 minuta, ali se u praksi javljaju znatna odstupanja. Pošto u ovoj fazi još nema pitanja, ispitivač može samo naslućivati kolikog će obima biti upitnik kada se indikatori preoblikuju u pitanja, pogotovo što se neki indikator može iskazati kroz više pitanja. Neiskusni ispitivač je često od samog početka zaokupljen razmišljanjem o pitanju koliki treba da bude upitnik i strahom da ne pretera sa brojem pitanja. To ga može podstaći da suviše rano bude restriktivan i da startujući sa malim brojem pitanja kasnije ne bude u mogućnosti da izvrši dobar izbor. Stoga mi ne savetujemo istraživaču da u ovoj fazi bude suviše restriktivan, jer će pravi izbor biti moguć tek kada se formulišu pitanja (kad bude vidljivo da li je pronađena i da li se može sačiniti uspešna formulacija) i kad se izvrši probno ispitivanje. Treba, dakle, planirati više pitanja (bar za 30%) nego što se očekuje da ih ostane u konačnoj formi.

I pored svih ovih "olakšavajućih okolnosti", broj indikatora je nekad dovoljno veliki da neki širi preliminarni izbor treba izvršiti kako bi se izbeglo nepotrebno ulaganje napora u formulisanje suvišnih pitanja. Ali, pre nego što odabere dobre indikatore, istraživač treba okvirno da odredi kojim će varijablama posvetiti više prostora u upitniku, tj. predstaviti ih sa više indikatora. Od čega zavisi kojoj će varijabli posvetiti više prostora?

Prvo, zavisi od toga koliko *važnost* ima varijabla u datom istraživanju. Ista varijabla u različitim istraživanjima može imati različit značaj, pa jednom biti detaljno, a drugi put relativno grubo i sa manjem brojem pitanja ispitana. Ako je to centralna zavisna varijabla - varijabla koja praktično predstavlja osnovni predmet istraživanja, tj. ona pojava koju želimo proučiti i objasniti - onda se njoj posvećuje više prostora. Na primer, kad je osnovi cilj da se opiše i prouči religioznost, prirodno je da će se ispitati i opisati različiti pokazatelji religioznosti, ne samo kvantitativni već i kvalitativni. Ali, ako je religioznost samo jedna od mnogih nezavisnih varijabli, u ulozi činioca ili čak običnog korelata nekog stava - npr. prema postojećim političkim partijama - biće verovatno reprezentovana preko manjeg broja indikatora, možda čak samo preko jednog tipičnog pitanja. Istraživač mora u tom slučaju biti svestan činjenice da je takva procena manje tačna i pouzdana. U nekim slučajevima i nezavisnim varijablama se posvećuje veliki prostor - na primer, kada se polazi od pretpostavke o vrlo velikom značaju porodičnih odnosa za neke vrste socijalnog ponašanja mladih ovi odnosi će biti detaljnije i svestranije ispitani.

Drugo, prostor koji će dobiti neka varijabla zavisi i od toga koliko je ona *složena*. Složene varijable, kao što je kreativnosti ili sindrom autoritarnosti, zahtevaju više prostora (jer je broj mogućih indikatora veliki) nego stav prema nekom određenom sportu.

Treće, zavisi od toga da li je pojava koja se ispituje *psihološkog* (*subjektivnog*) ili *objektivnog, opazljivog karaktera*. Psihološke se ispituju posredno, preko niza manifestacija (osobito kad su u pitanju dispozicione varijable), što podrazumeva potrebu i mogućnost formulisanja većeg broja pitanja nego kad su posredi podaci o polu, starosti, obrazovanju. No, videli smo da i neke objektivne pojave - kao što je materijalno stanje porodice - mogu biti prilično složene i zbog te složenosti uključivati

veliki broj pitanja. Odstupanja su, dakle, moguća.

Imajući u vidu ove kriterijume, istraživač okvirno planira obim elemenata ili indikatora varijabli koji će se preoblikovati u konkretna pitanja i vrši izbor konkretnih indikatora. Sve što može u ovoj fazi da učini jeste da proceni njihovu logičku validnost - da odredi koji su od njih dobro usklađeni sa teorijskom definicijom, tj. izražavaju suštinu ideja sadržanih u pojmu od kojeg istraživač polazi. Idealni indikator je onaj preko kojeg se izražava samo planirana varijabla (npr. stav) i ništa drugo, odnosno koji, kad se preoblikuje u pitanje, obezbeđuje odgovore čiji se varijabilitet može bez ostatka objasniti razlikama u stepenu izraženosti pojave koja se ispituje u datoj populaciji. Kad je reč o psihološkim varijablama (crte, stavovi, vrednosne orijentacije) to nije moguće - jer su odgovori i pod uticajem drugih psiholoških karakteristika i situacionih činilaca - a i kad bi bilo moguće, jedan indikator nije dovoljan da se ispita složena varijabla. Iskustvo pomaže istraživaču da pronađe i proceni koji su indikatori dobri, ali valja imati u vidu da nikakvo logičko razmišljanje i iskustvo ne mogu da zamene empirijsku proveru. Događa se da neki od indikatora koje istraživač ocenio da su najbolji u stvarnom ispitivanju "ne funkcionišu" - da su, na primer, u slaboj korelaciji sa ostalima koji bi trebalo da pripadaju istom skupu. Zato valja i poći od većeg broja pa tek posle formulisanja pitanja i probnih ispitivanja izvršiti konačan izbor.

U najtežoj je situaciji istraživač koji radi upitnik kojim se prvi put ispituje neka pojava jer nema iskustvenih pokazatelja o validnosti pojedinih elemenata i indikatora varijable. U boljem je položaju onaj koji treba samo da adaptira ili popravi neki od postojećih upitnika, jer se tu može osloniti na rezultate ispitivanja i saopštena iskustva drugih istraživača, na osnovu čega može proceniti koji su indikatori loši a koji dobri. U najlakšoj je situaciji istraživač koji želi samo da skрати upitnik koji je već empirijski proveren. Ako je reč o upitniku tipa skale, bira ona pitanja koja najbolje koreliraju sa skalom u celini, ali uz jedan uslov: da pitanja budu raznovrsna po sadržaju kako bi pokrio celu dimenziju, jer izbor pitanja sličnih po sadržaju znači faktičko sužavanje dimenzije i njeno delimično ispitivanje. Ako je reč o eksplorativnom tipu upitnika, izbor vrši na osnovu procene značaja elemenata i aspekata koje upitnik ispituje za ciljeve datog istraživanja. Naravno, mi ovde imamo u vidu u prvom redu *izradu klasičnog* upitnika (dakle, upitnika koji treba da omogući eksploraciju i opis pojava), a ne skale stavova i vrednosti, o kojima će se posebno govoriti.

3. FORMULISANJE PITANJA

Ova faza označava proces preoblikovanja elemenata, aspekata i indikatora određene varijable u specifična pitanja na koja će se dobiti odgovori preko kojih se može zaključivati o postojanju ili nepostojanju određene karakteristike, o stepenu izraženosti neke pojave. Govorimo o oblikovanju imajući u vidu ne samo da se u vezi sa istim indikatorom (osobito ako je određen na nešto opštijem nivou) može formulisati nekoliko pitanja već i da se isti indikator može na *različite načine* pretvoriti u pitanje. Od istog skupa indikatora dva različita istraživača napraviće skupove manje ili više različitih pitanja. Naravno, ukoliko je reč o stručnim i iskusnim istraživačima, koji vode računa o zahtevima za dobro formulisanje pitanja i formiranje upitnika, između dva upitnika biće visoka korelacija. Međutim, ako je istraživač slabo pripremljen i ne poznaje principe i teškoće u izradi upitnika, *može i od dobrih indikatora sačiniti loš, nevalidan upitnik*.

Pitanja predstavljaju konačnu operacionalizaciju varijabli. Kada se budu analizirali i tumačili odgovori, proces zaključivanje će biti obrnut: značenje odgovora će se uopštavati, oni će se tumačiti kao prisustvo ili odsustvo (odnosno kao stepen prisustva ako je reč o izvesnom merenju) neke pojave definisane kao pojam. Na primer, odgovor "svako treba da brine o svojim interesima" tumačiće se kao individualizam (u smislu vrednosne orijentacije), a odgovor "svaki pripadnik mog naroda morao bi biti ponosan na istorijsku poršlost svog naroda" kao etnocentrizam. Ali, postoji često mogućnost da se odgovori protumače i na neki drugi a ne samo na planirani način. Stoga istraživač, kad formuliše pitanja i odgovore treba odmah i da okreće proces zaključivanja, tj. da se stalno pita da li odgovori doista znače ono što bi trebalo da znače. Pomenuli smo da ta logička razmišljanja neće moći da zamene dobru empirijsku proveru, ali to ne znači da ne treba uklanjati očigledne, pa i skrivene greške, da ne treba brižljivo formulisati pitanja. Ponekad se istraživači previše oslanjaju na empirijsku proveru (npr. na tzv. ajtem-alalizu), te propuštaju priliku da odmah pitanje poprave i učine validnijim.

Prilikom formulisanja pitanja istraživač treba, dakle, da vodi računa o tome *šta* će pitati, ali i

kako će pitati. Ovo prvo se odnosi na *smisao pitanja*, a drugo na *verbalno oblikovanje pitanja*, verbalnu formulaciju pitanja. Naravno, ova dva momenta su povezana, jer se verbalnim oblikovanjem utiče i na *smisao pitanja*.

PROBLEMI VEZANI ZA SMISAO PITANJA

Osnovni zahtev je da pitanje treba za svakog ispitanika da ima isti *smisao* - onaj koji je istraživač planirao. Ovaj je zahtev koliko razumljiv (čini se da ga je nepotrebno isticati) toliko i težak za ostvarivanje. Imajući u vidu populaciju kojoj se obraća i različite stratume u njoj, istraživač treba da razmisli o svakoj reči u pitanju, kao i o celini formulacije, jer je moguće da pitanje bude nejasno čak i kada je svaki pojedinačni termin jasan i poznat. No ni to nije dovoljno - moguće je da ispitanik nije dovoljno obavešten o pojavi u vezi sa kojom se pitanja postavljaju.

PROBLEM INFORMISANOSTI

Jedan od uslova da se mogu formirati - pa, prema tome i ispitivati stavovi, mišljenja i uverenja na širokoj populaciji je da članovi populacije budu minimalno obavešteni o objektu stavova i uverenja. Nema smisla ozbiljno govoriti o stavu prema nečemu što se ne poznaje (mada poznavanje nije dovoljan uslov za formiranje stava). Čak i kad su posredi praznoverice, koje se najmanje zasnivaju na valjanim informacijama, podrazumeva se da ispitanici moraju bar biti u stanju da identifikuju pojavu o čijim uzrocima ili prirodi imaju pogrešnu predstavu. Međutim, u istraživanjima na širokoj i opštoj populaciji (npr. raznovrsna ispitivanja javnog mnjenja) pretpostavka o dovoljnoj obaveštenosti je često nerealna. Ta sklonost istraživača da kod ispitanika pretpostavlja znanja kojim ovaj ne raspolaže naziva se stručnjačkom greškom, a pitanja kojima se ispitanik ispituje o nečemu što ne poznaje "besmislenim pitanjima". Ova pitanja mogu biti logički sasvim smisljena, pa i dobro formulisana, ali su za ispitanika faktički besmislena, jer ne pobuđuju nikakav *smisao*, pa ih ne može razumeti. Na žalost, istraživanja su pokazala da su ispitanici često skloni da odgovaraju i na "besmislena pitanja", pa čak i na logički besmislena pitanja. To češće čine kad su im ponuđeni i neki naoko prihvatljivi odgovori. Čak se ni odgovori ne raspoređuju po principu slučajnosti (kako bi se moglo očekivati), već su neki češće birani. Jednom je uredništvo časopisa Tajm (Time, 1947) htelo da se naruga loše pripremljenim anketnim istraživanjima, pa je svojim čitaocima postavilo pitanje da li su za ili protiv "zakona o metalnim metalima". Iako je pitanje i logički besmisleno, 70% ispitanika je bilo za taj nepostojeći zakon. Verovatno da samo pominjanje termina "zakon" dovodi do toga da ljudi daju afirmativne odgovore i kad ništa ne znaju o predmetu ispitivanja. Čak ni konzistentnost u odgovorima nije uvek pouzdan znak da pitanje nije besmisleno za ispitanike! Neki ispitanici dosledno biraju određen tip odgovora (na primer, afirmativne) iako su pitanja za njih besmislena.

Kad postoji osnova za sumnju da ispitanici nisu dovoljno obavešteni o pojavi prema kojoj se ispituje stav ili mišljenje, trebalo bi izvesnim brojem odabranih pitanja proveravati (kontrolisati) informisanost. Ukoliko se ustanovi da neki ispitanici nisu ni u minimalnoj meri informisani, njihove bi upitnike trebalo isključiti iz dalje analize (jer nema svhe ozbiljno uzimati njihove izjave o stavovima) ili ih barem izdvojiti i posebno razmatrati. Istraživači često umesto stvarne provere obaveštenosti traže od ispitanika izjavu o stepenu vlastite informisanosti (dakle, samoprocenu) - npr. "U kojoj meri ste obavešteni o ...?" ili "Kako biste procenili stepen vašeg znanja o ...?" Dakako, i ovo je bolje nego ništa, jer će neki priznati da su neobavešteni, ali valja imati u vidu da ovde posreduje nivo aspiracije (neki su nezadovoljni jer bi želeli mnogo više, a drugi su zadovoljni i sa svojom slabom obaveštenošću) i nekakva sasvim neodređena predstava o količini mogućih informacija. (U stvari, pouzdana samoprocena stepena obaveštenosti se pokazuje nemogućom, jer pretpostavlja da je ispitaniku poznata količina informacija koje ne zna, što je na neki način *contradictio in adjecto*).

Ukoliko se može osnovano pretpostaviti da izvestan broj ispitanika nije obavešten o pojavi o kojoj se traži mišljenje, pitanja treba formulisati tako da dozvole ispitaniku (ili čak da ga podstaknu) da prizna svoju neobaveštenost a ne da ga prisiljavaju da iskaže stav ili mišljenje kad tako nešto nema niti može imati. Primer loše formulisanog pitanja bio bi: "Da li ste Vi za većinski ili proporcionalni princip u izbornom postupku na političkim izborima?". Takvo pitanje neposredno podrazumeva da svi znaju šta je to većinski i šta je to proporcionalni princip, te da je jedina nepoznanica koji princip ispitanik preferira. U takvoj situaciji ispitaniku je vrlo teško da kaže: "Ali, ja ne znam šta oni znače i u

čemu je razlika", pa će neki radije prihvatiti bilo koji odgovor (ili će reći da im je svejedno) nego da priznaju da su neznalice, kad se već pretpostavlja da su svi dobro obavešteni. Bilo bi bolje kada bismo ispitanike najpre pitali da li su čuli za te principe i da li im je poznata njihova suština. Ako je potrebno, formuliše se i jedna-dve uvodne rečenice u kojima se kaže da je reč o stvarima koje su nekim ljudima poznate, a o kojima drugi nisu imali prilike da čuju, pa se tek onda postavlja pitanje o obaveštenosti, ili se odmah postavlja pitanje "Ako su Vam poznati ti principi, koji je za Vas prihvatljiviji?". U tom slučaju se među ponuđenim odgovorima najpre navodi "nisu mi poznati ti principi", kako bi se odmah izdvojili i ne bi zbunjivali neobavešteni ispitanici, a potom odgovori u kojima se izražava preferiranje jednog ili drugog principa. Inače, primetili smo da je ispitanicima u našoj populaciji lakše da kažu "nije mi poznato" (ili "nisam upoznat") nego "ne znam", jer prva varijanta implicira da ispitanik nije imao prilike da se upozna, te da i nije kriv za to, dok drugi odgovor na neki način znači da je neznanje ne samo svojstvo ispitanika, nego i izraz njegove "krivice".

Ukoliko je istraživač zainteresovan da sazna za šta bi se opredelili i do tog trenutka neobavešteni ispitanici, može, na primer, pitanje početi na sledeći način: "Ukoliko niste čuli ili ste zaboravili šta znače ti principi, podsećamo Vas ..." i tek nakon davanja bitnih informacija da zatraži od ispitanika da iskaže svoju preferenciju.

NEPOZNATE REČI I NEJASAN SMISAO REČI

Moguće je da ispitanici budu dovoljno obavešteni o nekoj pojavi, ali da su im nepoznate reči kojima se traže podaci o toj pojavi ili stavu prema njoj. Ovo je poseban vid neobaveštenosti, ali i takva pitanja spadaju u "besmislena pitanja". Na primer, većina običnih ljudi ne bi razumela pitanje "Da li ponekad ujutru osećate anksioznost?". No, ako bi se formulisalo pitanje: "Da li Vam se dešava da ujutru osećate neodređen strah, strepnju i unutrašnju teskobu, bez nekog vidljivog razloga?" mnogi će ga razumeti, ali verovatno ni tada svi (osobito ne oni koji takva stanja ne doživljavaju). Neke reči su nejasne zato što je njihovo značenje neprecizno. Takav je, na primer, termin "često", koji ne znači za sve ispitanike isto - na primer, za nekoga je često odlazanje u pozorište pet puta godišnje, a za drugog dva ili tri puta mesečno, već zavisno od nivoa aspiracije i standarda koje ima u vidu. Stoga je bolje, kad god je moguće, umesto termina "često" navesti sasvim određenu učestalost u jedinici vremena (npr. svakodnevno, dva-tri puta nedeljno ili mesečno, itd.). Na žalost, termin "često", "mnogo" i slični u mnogim pitanjima ne mogu se izbeći, jer se ne može naći precizniji izraz.

Ponekad su i termini i izrazi koji se smatraju svakodnevnim nejasni izvesom broju ispitanika, ali, budući da istraživači to ne proveravaju, žive u iluziji da su se razumeli sa svojim ispitanicima. M. Guzina je sa svojim studentima proveravala razumljivost nekih reči i pitanja iz prevedenih upitnika koji se vrlo mnogo upotrebljavaju kod nas (Cornell-index, MPI). Ustanovila je, na primer, da neki smatraju da termin "samoljubljiv" znači "prijatan, 'oće sve da ti učini", da poletan zanači "zaleti se pa stane, 'oće, ali ništa", "staložen" neki shvataju kao "svejedno mu je", a "istrajan čovek" kao "dotrajao čovek".

U formulisanju pitanja istraživač treba da se rukovodi *principom "najslabije karike"*, a to znači da *ima u vidu najmanje inteligentne i najmanje obrazovane ispitanike, a ne prosečne*, kako se često čini. Istraživač nastoji da dobije relevantne podatke od svih ispitanika a ne samo od velikog dela. Stoga neki istraživači (npr. Parten) napominju da su pitanja za ispitivanje široke populacije dobra ako ih razume dete od 9 (ili pak 11) godina, što je možda prestrog zahtev, ali u svakom slučaju treba imati u vidu intelektualni i obrazovni nivo populacije koja se ispituje i čuvati se "stručnjačke greške".

PITANJE REFERENTNOG OKVIRA

U vezi sa smislom pitanja pominje se često pojam referentnog okvira. Referentni ili odnošajni okvir je iskustveni okvir (kontekst) za koji ispitanik vezuje neko pitanje, odnosno to je širi iskustveni sadržaj koji služi kao osnova ispitaniku za razumevanje pitanja i odgovaranje na njega. Kad pročita neko pitanje, ispitanik se pita (ili mu se odmah čini da je jasno) na šta se pitanje odnosi, šta je to bitno šta treba da ima u vidu kada odgovara na njega. Istraživač, naravno, najčešće ima u planu neki referentni okvir određen ciljevima istraživanja i vrstom podataka koju želi dobiti. Trebalo bi da se stvarni okvir ispitanika poklopi sa tim planiranim okvirom. No pitanja često nisu dovoljno određena i dozvoljavaju vezivanje za različite referentne okvire, osobito ako je populacija na kojoj se vrši

ispitivanje heterogena. Na primer, na pitanje "Kako ste?" ljudi će odgovarati (bilo da kažu "dobro" ili "loše sam") imajući u vidu različite stvari - zdravlje (verovatno je to najčešće), posao, emocionalni život. Najčešće će to zavisiti od toga čime je u tom trenutku čovek obuzet. U svakidašnjem životu ovo i nije uvek pravo pitanje - dodaje se uz pozdrav, predstavlja znak bliskosti i najčešće se na njega dobijaju konvencionalni (pa i netačni) odgovori: "Dobro sam", "Može i bolje" i slično. U svakom slučaju, ne vidi se osnova od koje polazi ispitanik, pa se faktički isto pitanje odnosi na različite stvari. Pitanje "Da li ste vi zadovoljan čovek?" vezalo bi se ne samo za različite sadržaje (zdravlje, posao, itd.) nego i za različito široke kontekste: porodični plan, preduzeće, društvo.

Referentni okvir jednog pitanja određuje i kontekst drugih pitanja u kojem se to pitanje našlo. Ako je čitavim skupom pitanja ispitivano materijalno stanje, onda će na pitanje "Da li ste zadovoljni svojim poslom?" ispitanik odgovoriti imajući u prvom redu na umu materijalnu nagradu, dok bi u slučaju da su se prethodna pitanja odnosila životna interesovanja i razvoj sposobnosti isto pitanje pobudilo verovatno razmišljanje o sadržaju posla, ispoljavanju interesovanja i sposobnosti na radu.

Razlikuju se tzv. individualni i grupni (nacionalni i regionalni) okvir. Individualni okvir varira od pojedinca do pojedinca, zavisno od njihovog trenutnog raspoloženja i specifičnog iskustva sa pojedinim rečima u pitanju i sa formulacijom u celini. Ovde se treba podsetiti istine da svaka reč ima tzv. denotativno (osnovno) značenje i konotativno (pridodato) značenje, koje je proizvod specifičnog iskustva i subjektivnog odnosa pojedinca prema sadržaju na koji se termin odnosi. Grupni referentni okvir je izraz zajedničkog iskustva, jezičkih navika i stavova date grupe. Na primer, na pitanje "Šta si ti?" deca u perđškolskom periodu najčešće odgovaraju "dečak" ili "devojčica", jer pitanje provocira identifikaciju sa nekom osnovnom kategorijom, a polna identifikacija je jedna od najranijih identifikacija. Ustanovljeno je, međutim, da u nekim delovima naše zemlje deca relativno često na isto pitanje odgovaraju navodeći naciju kojoj pripadaju. Po svemu sudeći, stvar je u tome što se u tim krajevima zbog istorijskih okolnosti (potreba da se čuva često ugrožavani nacionalni identitet) naglašava i rano formira nacionalna vezanost.

Kako obezbediti adekvatni referentni okvir, kako ga kontrolisati? Pominju se tri načina kontrole. Jedan je *usmeravanje na zajednički okvir putem uputstva* koje se daje uz grupu pitanja, na primer: naredna pitanja odnose se na stanje u Vašem preduzeću. To omogućuje da se ne daje uz svako pitanje posebna napomena, pa se, na primer, pitanje "Smatrate li da će naredne godine materijalno stanje biti bolje?" neće vezati za porodicu ili društvo u celini. Postoji, međutim, mogućnost da ispitanici zaborave na uputstvo i da stoga pitanje provocira različite referentne okvire. Stoga se upotrebljava i drugi način kontrole - *specifikacija pitanja*, ili naglašavanje posebnog referentnog okvira u samom pitanju. Ako istraživača interesuje pitanje zdravstvenog stanja ispitanika, onda ne treba da mu postavi neodređeno pitanje "Kako ste?" nego, eventualno, "Kako ste u pogledu zdravlja?" (ili bolje: kakvo je vaše zdravstveno stanje?). Treći način kontrole je putem postavljanja *dodatnog pitanja* "Zašto?" ili "Objasnite mi malo šire Vaš odgovor?". Ispitanik će saopštavajući razloge za davanje predhodnog odgovora obelodaniti referentni okvir koji je imao u vidu kad je na pitanje odgovarao. Može se reći da je suština prva dva načina kontrole usmeravanje na planirani referentni okvir, a da se u trećem slučaju kontrola svodi na saznavanje tog okvira. Neko će možda prigovoriti da je tada već kasno. Međutim, dobro je otkriti da li su ispitanici ispravno shvatili pitanje čak i kada se ono u tom ispitivanju više ne može popraviti (ako je reč o upitniku, jer u intervjuu je to moguće), ali ovaj način kontrole je od velike koristi kad se pristupa probnom ispitivanju, jer omogućuje da se nakon ispitivanja izvrše eventualne korekcije zasnovane na pravim argumentima.

S pravom se možemo upitati: zar ipak nije dozvoljeno da se postave i pitanja na koja će ispitanici odgovarati imajući na umu različite referentne okvire? Zar neka relativno uopštena pitanja (koja se ne mogu uvek izbeći) nužno nisu uvek takva? Razume se, pitanja tipa "Da li ste zadovoljni svojim životom?" (ili, "U celini, da li ste zadovoljni studijem psihologije?") mogu biti potrebna i upotrebljiva u istraživanju, iako je izvesno da će kod različitih ispitanika probuditi različite referentne okvire. Ovde se različiti okviri aktualizuju zato što su različite stvari odlučujuće za ispitanikovo zadovoljstvo ili nezadovoljstvo. Istraživač može reći: nije važno šta sve ispitanik ima u vidu, meni je bitno da li on u konačnoj oceni sebe smatra zadovoljnim (srećnim, uspešnim i slično) čovekom. To se može prihvatiti, ali da bi razumeo i mogao dobro da interpretire te odgovore, trebalo bi da istraživač sazna razloge tog zadovoljstva (dakle, da kontroliše odnošajni okvir postavljanjem pitanja "Zašto?"), kao što bi trebalo i da različite ispitanikove karakteristike korelira sa ispitanim zadovoljstvom, da bi

mogao bolje da ga objasni. Ali, često nije poželjno da pitanja pobude različite referentne okvire. U svakom slučaju, istraživač treba da razmisli o tome koji je referentni okvir adekvatan za dato pitanje (ili grupu pitanja), odnosno koji dolazi u obzir, i da preduzme mere da se taj okvir i ostvari.

PROBLEM DRUŠTVENE POŽELJNOSTI ODGOVORA

U istraživanjima mnogih stavova, uverenja, vrednosti i ponašanja javlja se problem društvene poželjnosti odgovora - neki se odgovori mogu smatrati poželjnijim a drugi nepoželjnijim sa društvenog stanovišta. Šta čini osnovu te poželjnosti? Kod stabilnih društava, osnovu poželjnosti čine kulturne, tradicionalne vrednosti i moralne norme (eventualno i univerzalne vrednosti). Postoje na toj osnovi određena očekivanja i zahtevi od članova neke zajednice koja vrše pritisak na pojedinca, te se on oseća nelagodno kad treba da iskaže stavove drugačije od tih očekivanja, čak i kada je u njihovu ispravnost uveren. To znači da se javlja tendencija da dominantni stavovi u nekoj sredini izgledaju još dominantniji. Ova će tendencija više doći do izražaja ukoliko ispitanik sumnja da je istraživanje stvarno anonimno (podsetimo da su te sumnje izraženije u ispitivanju intervjuom nego upitnikom).

Kad se govori o uticaju društvene poželjnosti na odgovaranje ispitanika, imaju se u vidu dva aspekta. Jedan se odnosi na težnju ispitanika da zadovolji očekivanja drugih ljudi (društvene sredine) - bilo zato što se plaši da nije ispitivanje stvarno anonimno, bilo zato što želi da ostavi utisak na ispitivača. Drugi se odnosi na potrebu ispitanika za samopoštovanjem i nastojanje da održi pozitivnu sliku o sebi u skladu sa standardima date sredine. Ako bismo prvi moment mogli nazvati obmanom, drugi predstavlja samoobmanu. Ljudima je prijatno da o sebi misle da su poštteni, hrabri, druželjubivi, pravedni, itd. U ovom drugom slučaju reč je o teškoćama u utvrđivanju stvarnih crta i strukture ličnosti a ne vrednosnih orijentacija, jer one po definiciji predstavljaju sisteme svesnih uverenja o poželjnim oblicima i ciljevima ponašanja. Moglo bi se reći da se zbog prihvaćenih vrednosti i javlja samoobmana. U anketnim istraživanjima nešto je lakše otkloniti prvu nego drugu tendenciju.

Šta učiniti da se smanji na minimum uticaj faktora društvene poželjnosti odgovora? Treba, naravno, ispitanika osloboditi straha da ispitivanje nije anonimno i da će ga neko identifikovati. Zato je važno obezbediti najbolje uslove ispitivanja (npr. mesto odgovaranja gde će se ispitanik lagodno osećati, ispitivanje u grupi), sačiniti dobru instrukciju, ne tražiti suviše detaljne podatke o ispitaniku, voditi računa o kontekstu u kojem se postavlja neko pitanje.

Drugo, treba izbegavati reči sa snažnim emocionalnim nabojem, uz koje je često vezivan društveni pritisak, jer ispitanici na njih često reaguju automatski, bez razmišljanja, po principu uslovnog refleksa. Takve su, na primer, reči pravda, sloboda, poštenje, socijalizam, kapitalizam. Takve reči, dakle, često izazivaju stereotipne odgovore. U jugoslovenskom društvu godinama su termini radnička klasa, SKJ, samoupravljanje i slični izazivali stereotipne afirmativne odgovore, da bi se krajem osamdesetih godina stvari preokrenule i uz njih počela vezivati negativna konotivna značenja. Umesto takvih reči bolje je upotrebiti opisne izraze ili reči sa sličnim značenjem, ali koje su ređe upotrebljavane kao stereotipni simboli u kontekstu društvenog pritiska. Budući da su pomenuti termini i vrlo uopštenog značenja, trebalo bi ih i raščlaniti i ispitivanje izvršiti upotrebom niza konkretnijih indikatora. Naravno, to ne uklanja sasvim uticaj opažene društvene poželjnosti, jer pronicljiv ispitanik i tada može naslutiti šta je poželjno, ali ga bar smanjuje.

Treće, pitanje treba tako formulisati da ispitanike oslobađa straha od saopštavanja odgovora koji su više ili manje divergentni u odnosu na uobičajene ili poželjne norme ponašanja i mišljenja. To se pre svega čini pogodnim uvodom u pitanje, u kojem se pokazuje da se i takvi odgovori mogu očekivati i da su za istraživača svi odgovori prihvatljivi. Ako, na primer, treba da saznamo da li su ispitanici izašli na poslednje izbore, a imamo razloga da verujemo da bi neki od njih to mogli prikriti iz straha da se ne pomisli kako nisu lojalni građani, pitanje se može započeti sledećim uvodom: "Poznato je da na poslednje izbore znatan broj građana nije izašao iz različitih razloga - jer je nezadovoljan svojim položajem, izbornom procedurom, načinom kako se političke partije ponašaju prema građanima, itd. Da li i Vi spadate u grupu građana koji nisu izašli na izbore?". Uz to, dobro je da se ispitaniku ponudi mogućnost da obrazloži svoj odgovor (postavljanjem pitanja tipa "Zašto?"), čime se snižava eventualna neprijatna tenzija, a uz to se dobijaju informacije o motivima (razlozima) ponašanja i stavova. Pitanje može započeti sa uravnotežavanjem podrške alternativama, npr. "Neki ljudi misle da... a drugi misle... Kakvo je vaše lično mišljenje?"

Konačno, četvrto, među ponuđenim odgovorima (ako je reč o takvom tipu pitanja), izrazitije društveno poželjni odgovor ne treba da se nađe na početku liste (uticaj faktora primarnosti), pa ni na kraju liste (delovanje faktora recencije, svežine) već negde u sredini i u drugoj polovini liste odgovora. Na početku liste treba upravo staviti društveno nepoželjne ili manje poželjne odgovore.

Kad je reč o skalama, istraživači ponekad unose subskalu za kontrolu sklonosti ispitanika za davanje društveno poželjnih odgovora. Ta subskala sadrži stavke iz vrlo različitih oblasti, ali gde se pouzdano može odrediti koji je odgovor društveno poželjan. Ako ispitanik u tim *različitim* oblastima bira društveno poželjne odgovore zaključuje se da on pokazuje opštu sklonost za davanje takvih odgovora, te se, dakle, sa sumnjom uzimaju njegovi odgovori i na skali koja meri sasvim određenu dimenziju. U slučajevima ispitivanja idiografskog i praktičnog karaktera (npr. kad treba dijagnostikovati ili proceniti podobnost pojedinca za određenu ulogu) ispitivač uzima u obzir i ove podatke kad donosi konačni zaključak. Ako je u pitanju nomotetsko empirijsko istraživanje, istraživači isključuju ponekad iz uzorka ispitanike sa vrlo visokim rezultatom na pomenutoj subskali ili taj rezultat posebno posmatraju i koreliraju sa ostalima da bi na osnovu visoke korelacije zaključili koji su drugi rezultati problematični. Kod nas je R. Bojanović (1973) u jednom istraživanju isključivao ispitanike sa visokim rezultatom na ovakvoj subskali, nakon čega je dobio niže korelacije na odabranim ispitanim dimenzijama. Nevolja sa ovakvim načinom kontrole sastoji se u činjenici da se na ovaj način uklanjaju (ili optužuju, svejedno) ne samo ispitanici koji se pretvaraju da usvajaju društveno poželjne obrasce ponašanja, vrednosna i moralna načela, već i oni koji su zbilja konvencionalno socijalizovani u različitim oblastima života.

Naravno, ne bi trebalo ni precenjivati uticaj činioca društvene poželjnosti odgovora na ponašanje ispitanika u situaciji ispitivanja. Postoji mnogo tema i priholoških karakteristika koje se sa društvenog stanovišta mogu smatrati neutralnim, ili o kojima u društvu postoje različita, u sličnoj meri prisutna stanovišta, koja omogućuju pojedincu da se oseća slobodnije i da bez straha i zazora izabere odgovor koji najbolje opisuje njegovo mišljenje ili ponašanje. Ukoliko društvo postaje slobodnije, demokratsko, pluralistično, utoliko se manje može govoriti o uticaju ovog faktora. Razumljivo, gubi se preventivno uticaj ideološkog i političkog porekla poželjnosti, ali ostaju izvesni uticaji kulturnog porekla i nekih univerzalnih etičkih i vrednosnih elemenata.

PROBLEMI VEZANI ZA VERBALNU FORMULACIJU PITANJA

U vezi sa verbalnom formulacijom pitanja može se govoriti o izboru oblika ili tipa pitanja i jezičkom, rečničkom i kompozitnom oblikovanju (npr. forma tvrdnji ili upitnički oblik). Neki autori praktično i problematiku smisla pitanja uključuju u razmatranje verbalne formulacije pitanja.

Kada je reč o izboru oblika ili tipa pitanja, treba imati u vidu da je osnovna podela na *otvorena* (pitanja sa slobodnim odgovorom) i *zatvorena* (sa ponuđenim odgovorima). Da bi se izvršio adekvatan izbor, treba znati i uzeti u obzir prednosti i nedostatke jedne i druge vrste pitanja.

PREDNOSTI ZATVORENIH PITANJA

1. *Ekonomičnost*, koja ima dva aspekta: a) lakša za primenu - ispitivanje je jednostavnije, brže, manje zamorno; b) omogućuju bržu i sa manjim troškovima pripremu za statističku obradu i analizu, jer su kategorija odgovora unapred date, dok kod otvorenih pitanja moraju da se odaberu i definišu, a odgovori razvrstaju i kodiraju pre nego što se pristupi statističkoj obradi i analizi.

2. *Bolje usmeravaju na predviđeni referentni okvir* jer osim pitanja i ponuđeni odgovori pomažu da se razume planirani smisao pitanja. Na primer, ako se postavi otvoreno pitanje "Kakvo je Vaše bračno stanje?" moglo bi se dogoditi da neko odgovori "Dobro je", ili da napiše neki šaljiv odgovor, dok zatvoreno pitanje jasno stavlja do znanja da se misli na bračni status.

3. *Strukturiraju oblast* i fiksiraju određene elemente u skladu sa ciljevima istraživanja, kategorišu sadržaj na način koji je najadekvatniji za ciljeve datog istraživanja. Na primer, ako bi se postavilo otvoreno pitanje o zanimanju, ispitanici bi grupisali profesije na vrlo različite načine (neki bi davali opštije, a drugi konkretnije nazive), a istraživač je možda zainteresovan za sasvim određenu kategorizaciju. Kad se ispituje način provođenja slobodnog vremena, istraživač može biti zainteresovan da sazna da li ispitanik obavlja neku aktivnost (npr. sluša muziku) sam, u porodici, u

maloj ili većoj grupi (jer se, na primer, polazi od hipoteze o ekstravertnosti kao činiocu provođenja slobodnog vremena), a ukoliko je pitanje otvoreno, može se dogoditi da takvi podaci izostanu.

4. *Izbegnuti su neprecizni i neodređeni odgovori*, kakvi se često javljaju na otvorenim pitanjima. Na primer, na otvoreno pitanje "Zašto si odabrao baš ovo zanimanje" (ili zašto neko voli da se druži sa određenom osobom) dešava se da ispitanici kažu: "Ima mnogo razloga" a da ne navedu ni jedan konkretan, ili da saopšte neki drugi neodređeni odgovor.

NEDOSTACI I OGRANIČENJA ZATVORENIH PITANJA

1. Zatvorena pitanja, više nego otvorena, *podstiču ispitanika* (ili bar omogućuju da dođu do izražaja postojeće tendencije) *da se opredele za neki od odgovora čak i kada nema nikakav stav ili mišljenje*, odnosno kada je neinformisan. Već smo napomenuli da je ispitaniku neprijatno da pokaže da je neznalica ili nekompetentan kad pretpostavlja da se od njega očekuje obrnuto, pa stoga neki pokazuju sklonost da zaokruže bilo koji odgovor, a pogotovu onaj koji zvuči smisleno. Kod otvorenih pitanja ispitanici izbegavaju da pišu odgovor kad nemaju šta da kažu, jer se plaše da bi se u takvom odgovoru mogla nazreti njihova nekompetentnost. Prosto im je lakše da preskoče pitanje. Kod zatvorenih pitanja sve izgleda jednostavnije - dovoljno je podvući ili zaokružiti neki odgovor. Ponekad su spremni da prihvate čak i besmislene odgovore.

2. *Ponudeni odgovori mogu biti neadekvatni ili je njihov broj nedovoljan* (nisu predstavljene sve realne kategorije). Postoji, dakle, mogućnost da ni jedan od ponuđenih odgovora ne izražava i ne opisuje na prikladan način mišljenje, stav ili ponašanje ispitanika. U tom slučaju on je prinuđen da traži približan (koji ipak može biti prilično neadekvatan), ili da podvalči bilo koji odgovor. Nevolja je u tome što istraživač kasnije, u analizi, svaki podvučeni ili zaokruženi odgovor tretira kao da on izražava najautentičnije mišljenje ispitanika.

3. *Formalno isti odgovor može za različite ispitanike imati različita značenja*, ali istraživač neće to otkriti, osim ako postavi dodatno pitanje tipa "Zašto?". To dovodi do grešaka u nalazima, pa i do sasvim krivih zaključaka, ukoliko veliki broj ispitanika pogrešno shvati neki ponuđeni odgovor.

Slabosti zatvorenih pitanja ukazuju na izvestan način na prednosti otvorenih i obrnuto. Stoga u konkretnom slučaju treba videti da li je veća verovatnoća da će do izražaja doći slabe ili dobre strane neke kategorije pitanja. Najopštije posmatrano, može se zaključiti da se otvorena pitanja češće koriste u *preliminarnim i eksplorativnim* istraživanjima, tj. onda kada istraživač ne može pouzdano da predvidi sve važne i relevantne kategorije odgovora. Do dobrih zatvorenih pitanja dolazi se na osnovu izvesnog broja ispitivanja sa otvorenim pitanjima. Uz to, istraživač se opredeljuje za otvorena pitanja i kada je zainteresovan da dobije specifične, lične formulacije samog ispitanika, koje će podržati kvalitativnoj analizi ili upotrebiti za kompletniju interpretaciju kvantitativnih podataka, navodeći konkretne odgovore kao primere i ilustracije za kategorije odgovora koje su već poznate i ranije ili tada utvrđene. Na primer, u jednom istraživanju o socijalnim i psihološkim posledicama nezaposlenosti (Mihailović, Kuzmanović i Zajić, 1985) namerno je postavljeno pitanje: "Šta Vam je kao nazaposlenom čoveku najteže, šta Vam najteže pada?". Neke osnovne kategorije odgovora su već bile poznate ili su se naslućivale, ali se htelo da se vidi kako će sami ispitanici predstaviti svoj položaj. Znalo se, na primer, da je za izvestan broj najteže bilo doživljavanje raznih vrsta nepravde, ali razumevanju problema doprinose konkretni odgovori, kao: "Najteže mi je što radim kao crnac u nekoj firmi, pa mi obećaju da će me primiti za stalno, a na kraju ništa od stalnog zaposlenja", "Besomučno konkurisem, unapred znajući da je konkurs čista formalnost", "Moji drugovi rade, a ja ne, a zajedno smo završili školu", "Što uvek gori od mene bolje prođu na svim poljima", "Nema pravog vrednovanja kvaliteta; zar jednom studentu sa srednjom ocenom 9,86 treba veza za posao!" itd.

Zatvorena pitanja su, naravno, pogodna i potrebna za eksplikativna istraživanja jer su odgovori tako formulisani da se preko njih može potvrditi ili osporiti neka hipoteza ili deo hipoteze. Da bi se došlo do dobrih zatvorenih pitanja može se u preliminarnim i probnim verzijama upotrebiti neka vrsta poluzatvorenih pitanja, tj. pitanja u kojima su ponuđeni neki odgovori, ali je ispitaniku omogućeno (i čak mu se sugeriše) da *dopiše* i druge relevantne odgovore (npr. razlozi izbora neke profesije ili opredeljenja za određenu političku partiju).

U klasičnim upitnicima se obično postavljaju i otvorena i zatvorena pitanja, a ponekad se čak

isto pitanje postavlja i na jedan i na drugi način radi neke vrste kontrole, pri čemu su te dve formulacije obično razdvojene nizom drugih pitanja.

VRSTE ZATVORENIH PITANJA

Postoje dve osnovne vrste zatvorenih pitanja: *alternativna* ili *dihotomna* i *pitanja s višestrukim izborom* (multiple choice). Kako sam naziv govori, dihotomna pitanja se odlikuju time što se nude dve kategorije odgovora: da i ne; tačno i netačno; slažem se i ne slažem se; prihvatam i ne prihvatam, i slično. Pošto je reč samo o dve, međusobno suprotstavljene kategorije, logično je da su ova pitanja pogodna za utvrđivanje osnovnih činjenica i za situacije kad stvarno dolazi do *polarizacije* mišljenja, stavova, opredeljivanja po modelu referenduma - npr. prihvatanje ili odbacivanje predloga nekog zakonskog ili drugog propisa, odluka o određenoj promeni u preduzeću, izbor između dva kandidata, itd. Istraživači su, međutim, često u dilemi da li ipak da uključe i neki srednji odgovor - npr. "neodlučan sam", "svejedno mi je", "nisam siguran", "kolebam se", "ni jedno", "ne znam" i slično. Stvarni razlozi za uključivanje tog trećeg odgovora često postoje jer je uvek moguće da će izvestan broj ispitanika da se koleba ili da ne prihvata ni jedno od krajnjih rešenja čak i kada se od njega zahteva takvo opredeljenje. No, s druge strane, uključivanje srednjeg odgovora provocira grešku centralne tendencije - sklonost izvesnog broja ispitanika da se olako odluče za taj odgovor u strahu da će pogrešiti ako izaberu jednu od krajnosti, čak i ako su intimno naklonjeni jednom od prvobitna dva krajnja odgovora. Može se izvući sledeći zaključak: ako želimo da ustanovimo koliki je broj ispitanika čvrsto opredeljen za jednu ili drugu krajnju alternativu, namerno uvodimo i treći, srednji odgovor, koji će "pokupiti" sve one koji se više ili manje kolebaju ili nemaju nikakvog stava; ako želimo da ustanovimo koliki je broj osoba više naklonjen - makar i za nijansu - jednom ili drugom krajnjem odgovoru, svesno treba isključiti treći, srednji odgovor. No, u oba slučaja, prilikom tumačenja podataka treba uzeti u obzir i način ispitivanja i to korisniku (naručiocu) naglasiti. Na primer, ako je u situaciji kada su bile ponudna samo dva odgovora 60% zaokružilo alternativu "da", treba napomenuti da je bilo reč o prisilnom izboru i da se među ispitanicima koji su zaokružili jedan ili drugi odgovor nalaze i oni koji nisu dovoljno sigurni i odlučni i koji bi se pod malo pomenjenim okolnostima mogli naći i u suprotnoj kategoriji.

Dihotomna pitanja su obično tako formulisana da jednu alternativu pominju a drugu podrazumevaju, tj. takva pitanja sadrže *implicitnu alternativu*. Pitanje "Da li ste zadovoljni studijama psihologije?" podrazumeva i alternativu "ili ste nezadovoljni?" ali ona nije formalno iskazana. Ovde iskrsava dilema: da li ostati pri takvoj formulaciji ili je bolje tu drugu alternativu eksplicirati, pa pitanje postaviti u razvijenoj formi "Da li ste *zadovoljni ili nezadovoljni ...?*" jer možda pominjanje samo jedne alternative deluje sugestivno na ispitanika. Svakako da u nekim slučajevima pojedini ispitanici mogu osećati pritisak formulacije (npr. "Da li se sve odvijalo na zadovoljavajući način?"), ali razvijena forma deluje malo neprirodno u odnosu na uobičajeno izražavanje (pogotovo kad se čitav niz pitanja formuliše po istom kalupu) i oduzima više prostora. Istraživač treba da proceni (ili, još bolje, proveriti) da li je bolje da upotrebi razvijenu formu pitanja. Ukoliko ostane pri formulaciji sa implicitnom alternativom, dobro je da u redosledu ponuđenih odgovora na prvom mestu bude odgovor koji izražava alternativu koja je u pitanju bila implicirana - npr. da na pitanje "Da li ste zadovoljni svojim poslom?" prvi ponuđeni odgovor bude "nisam" (ili "nezadovoljan sam") a drugi "jesam" ("zadovoljan sam"). Time se eventualni pritisak određene formulacije pitanja malo neutralizuje. Ovo treba učiniti utoliko pre ukoliko bi afirmativni odgovor istovremeno značio i društveno poželjan odgovor.

Glavna slabost dihotomnih pitanja u ispitivanju stavova i uverenja je upravo u tome što utvrđuju grubu kategorizaciju. Kada je reč o stavovima, takvim pitanjima se ispituje samo *valencija*, ali ne i *intenzitet* stava. O njemu se, eventualno, može zaključivati tek iz skupa pitanja. Umesto dihotomnih, istraživači se često opredeljuju za jednu varijantu pitanja višestrukog izbora - skalu samoprocene stavova i uverenja.

Pomoću pitanja višestrukog izbora otkrivaju se razlike u kvalitetu (vrsti) ponašanja, mišljenja i motiva (npr. način provođenja slobodnog vremena) ili pak u intenzitetu uverenja, stavova, vrednosnih orijentacija, u kojem slučaju pitanje s višestrukim izborom postaju skale procene. Ova pitanja se sastoje od *potke* (ili grede) u kojoj se naznačuje predmet ispitivanja i postavlja pitanje, i liste odgovora ili listine (karte), u kojoj su dati različiti mogući odgovori. Potka se može završiti u obliku pitanja ili

nedovršenog suda, u kojem slučaju ponuđeni odgovori predstavljaju moguće završetke tog iskaza. Nastoji se da potka obuhvati što više zajedničkih elemenata (stoga može biti relativno dugačka) kako bi odgovori bili jednostavniji i kraći. Međutim, ni potka ne treba da uključuje nebitne detalje, jer tada pitanje postaje teško razumljivo i izaziva zamor ili otpor. Razume se, ako se potka završava u ubliku nedovršenog suda, svaki od ponuđenih odgovora mora biti sa njom gramatički usklađen - da se slaže u rodu, broju, padežu i vremenu. Nije dobro ako je neki odgovor izrazito duži ili kraći od ostalih, jer ispitanici mogu misliti da se u najdužem krije "tačan" ili poželjan odgovor (što se, na žalost, često i događa), a da je najkraći neki nepotpun i "neispravan" odgovor. Treba, naravno, izbeći i sve druge detalje preko kojih ispitanik pokušava da zaključi koji je odgovor ispravan ili poželjan. Primećeno je da kada su odgovori u vidu brojki - u ispitivanjima informisanosti - ispitanici češće biraju srednje brojke (ako ne znaju tačan odgovor), računajući da će tada najmanje pogrešiti (centralna tendencija). Stoga istraživač, kada ispituje informisanost, ne treba pitanja tako da konstituiše da često tačan odgovor bude srednja brojka.

Ako su odgovori verbalnog karaktera, uočeno je da ispitanici pokazuju tendenciju da češće biraju odgovore na kraju i, pogotovo, na početku liste. Stoga još jednom napominjemo da odgovore koji se mogu oceniti kao društveno poželjni ne bi trebalo stavljati na početku, pa ni na samom kraju liste.

Metodolozi savetuju da se u listi odgovora nađe i alternativa "*nešto drugo*" sa crtom na kojoj bi ispitanik upisao konkretni odgovor. Ako znatan broj ispitanika (dovoljno je i 10%) dopisuje nešto, to je znak da ponuđeni odgovori nisu adekvatni ili iscrpni, pa se na osnovu dopisanih odgovora može sačiniti još neka kategorija. U svakom slučaju, ovo rešenje treba primenjivati u preliminarnim i probnim istraživanjima, kada istraživač još nije siguran koje su moguće kategorije odgovora, dok se kasnije pitanje može sasvim zatvoriti.

Prilikom formulisanja odgovora koji će se ponuditi, treba voditi računa o tome da se kategorije ne preklapaju i da ne budu vrlo različitog nivoa opštosti (da jedna ne uključuje neke druge). Na primer, ako se u ispitivanju razloga druženja pojavljuju odgovori "spreman da pomogne drugome", "pouzdan je", "nije sebičan" i "*dobar drug*", jasno je da je kategorija "dobar drug" vrlo široka i da praktično uključuje sve predhodne kategorije.

Istraživač se često pita koliko odgovora može ponuditi ispitaniku. To, naravno, zavisi i od prirode pojave i od mogućnosti ispitanika. Pet-šest kategorija je optimalno, ali se nekad ne može izbeći i veći broj. Mnogo ponuđenih odgovora otežava njihovo diferenciranje i od ispitanika praktično zahteva da ih najpre nauči, jer ne može toliko da ih obuhvati u jednom aktu opažanja ili zadrži u kratkoročnoj memoriji.

Ispitaniku obavezno treba napomenuti koliko odgovora sme da zaokruži ili podvuče. Najčešće se zahteva izbor jednog (npr. najvažniji motiv za obavljanje neke aktivnosti), ali se ne retko dozvoljava da se zaokruži više odgovora - ponekad ograničen broj a ponekad neograničen. Valja imati u vidu da ukoliko ispitanik zaokruži više odgovora, u obradi podataka se svaki ponuđeni odgovor u okviru datog pitanja mora tretirati kao dihotomno pitanje, tj. evidentiraće se kao "da" (zaokruženo) i "ne" (nezaokruženo).

Istraživač može na izvestan način kombinovati dihotomna i pitanja višestrukog izbora. Na primer, može najpre nizom dihotomnih pitanja da ispita koji su važni motivi rekreativnog bavljenja sportom (da li je, recimo, važna želja za održavanjem zdravlja, fizička kondicija, druženje, psihičko rasterećenje, uživanje u samim aktivnostima, itd.), a zatim u okviru pitanja višestrukog izbora tražiti da izabere jedan *najvažniji* motiv. Time dobijamo i informacije o najvažnijem motivu i o tome da li su i drugi motivi uopšte važni. Na sličan način kombinuju se *skale procene* kao specifične vrste pitanja višestrukog izbora sa pitanjima višestrukog izbora kojima se utvrđuju različite vrste (kvaliteti) ponašanja i mišljenja. Na primer, preferirani stil života je ispitivan tako što su ispitanici na skali procene iskazivali u kolikoj meri im se dopada određen način života (opisan sa dve-tri kratke rečenice), a potom je od ispitanika zahtevano da izaberu onaj koji im se najviše dopada i onaj koji im se najmanje dopada (Kuzmanović, 1986; Popadić, 1990)/

Neki metodolozi (npr. Parten) u vezi sa verbalnom formulacijom (faktički je to i u vezi sa smislom) pitanja daju kratke preporuke, koje predstavljaju neku vrstu sažete poruke izvedene iz saznanja o problemima u vezi sa verbalnom formulacijom i načinima njihovog razrešavanja.

Navešćemo sažeto neke od tih preporuka.

1. *Upotrebljavaj reči koje su poznate svim ispitanicima.* Ovde važi načelo najslabije karike, što znači da treba imati u vidu najmanje obrazovane i najmanje inteligentne a ne prosečne ispitanike. Parten, na primer, kaže da se u ispitivanjima široke populacije može smatrati da je pitanje dobro ako ga razume dete od 6 do 8 godina. To je možda preoštar kriterijum - sve zavisi od populacije na kojoj se vrši istraživanje - ali u svakom slučaju treba voditi računa o nivou informisanosti i obrazovanju budućih ispitanika.

2. *Formuliši pitanje tako da se mogu dobiti tačno željeni podaci,* što znači da pitanja moraju biti *precizno* formulisana i da traže onoliko *precizne odgovore* koliko priroda podataka to dopušta. Na primer, umesto da se na pitanja "Da li često odlazite u bioskop?" ponude odgovori "često", "povremeno", "retko", bolje je odgovore formulisati navođenjem učestalosti u jedinici vremena (npr. jednom do dva puta nedeljno, dva-tri puta mesečno, tri-četiri puta godišnje i slično) ili te odrednice navesti u zagradi, uz prve odgovore, kao mala objašnjenja njihovog značenja.

3. *Izbegavaj višesmislena i neodređena pitanja.* Pitanje može biti neodređeno i višesmisleno zbog nejasnih i neodređenih reči, ali i zato što se u jednom pitanju faktički sarži dva ili više pitanja (npr. "Da li je osoba X plašljiva i povučena?"), pa ispitanik može da se složi sa jednim, ali ne i sa drugim delom pitanja.

4. *Izbegavaj pitanja koja sugerišu odgovore (pristrasna pitanja).* Ova greška se može dogoditi zbog toga: a) što je upotrebljena sugestivna formulacija, b) jer su spomenuta neka ugledna imena (npr. da neka osoba od autoriteta misli ili čini to i to), c) jer su upotrebljeni stereotipi i reči sa emocionalnim nabojem (demokratija, sloboda, poštenje itd.)

5. *Alternative kod pitanja višestrukog izbora treba da su prikladne,* što znači: a) da su po sadržaju realistične (izražavaju kategorije mišljenja i stavove koji se stvarno javljaju u populaciji), b) da su iscrpne (pokrivaju sve najvažnije mogućnosti u planiranoj oblasti), c) da su na realistični način i formulisane, tj. predstavljaju moguće načine izražavanja, a ne neuobičajene i bizarne formulacije, d) treba da budu u vezi sa hipotezama, i e) ako je potrebno, uključiti i alternativu "nešto drugo" sa crtom za upisivanje konkretnog odgovora.

6) *Odluči da li ćeš upotrebiti personalizovanu formulaciju pitanja.* U personalizovanoj formulaciji se zahteva od ispitanika da kaže kako bi se *on lično u nekoj situaciji ponašao*, ili kako bi se opredelio ako bi morao da obavlja neku radnju, dok se u nepersonalizovanoj traži načelni stav ili evaluacija nečega. Na primer, nepersonalizovana formulacija bi bila: "Da li smatrate da je ovaj Nacrt statuta u celini dobar?" (ili "Da li smatrate da bi trebalo prihvatiti ovaj Nacrt statuta Fakulteta?"), a personalizovan: "Kada biste bili u prilici da odlučujete, da li biste glasali za ovaj Nacrt statuta Fakulteta?". Ne dobijaju se često identični procenti afirmativnih i negativnih odgovora u personalizovanoj i nepersonalizovanoj verziji, mada se ne može reći da je jedna od tih formulacija uvek bolja od druge. Možda, na prvi pogled, izgleda da se personalizovanom formulacijom ispituju intimnija uverenja ispitanika, ali treba imati u vidu da tu ispitanik najverovatnije uzima u obzir situaciju i sve one elemente koji utiču na *ponašanje*, dok nepersonalizovano pitanje utvrđuje samo opšte *uverenje* ili *raspoloženje* ispitanika. Stoga ispitanik može reći da Nacrt statuta nije mnogo dobar, ali će on ipak glasati za njega, jer, na primer, pretpostavlja da će i drugi to učiniti, a on ne želi da se izdvaja, ili smatra da nema šanse da se stvori i prihvati onakav Statut kakav bi on želeo. Ako je neki uslov *neophodan* za ispoljavanje nekih stavova i preferencija, može se posebno pretpostaviti u personalizovanom pitanju, na primer: "Kad biste imali dovoljno novaca i nedelju dana slobodnog vremena, kako biste najradije proveli to slobodno vreme?"

GALUPOV KVINTAMENZIONALNI PLAN PITANJA

Istraživač javnog mnjenja (i osnivač poznatog instituta), G. Gallup, je na osnovu višegodišnjeg iskustva ukazao na to da se kombinacijom pet različitih kategorija pitanja (otuda naziv "kvintamenzionalni plan") mogu prevazići različiti prigovori u vezi sa verbalnom formulacijom pitanja, o kojima smo govorili. Reč je o sledećim kategorijama pitanja:

1) filter pitanja (pitanja za merenje obaveštenosti)

- 2) otvorena pitanja ili pitanja sa slobodnim odgovorom
- 3) dihotomna pitanja
- 4) pitanja "zašto" (za utvrđivanje razloga
- 5) pitanja za merenje inteziteta

Naravno, nije prosto stvar u tome da se u upitniku javlja ovih pet katetogija pitanja već što se ona primenjuju na isti predmet ispitivanja. Pretpostavimo, na primer, da se ispituju stavovi i mišljenja o Nacrtu statuta nekog fakulteta. Logično bi bilo da se najpre skupom pitanja proveri da li su ispitanici informisani o tom Nacrtu i različitim rešenjima koja se u njemu predlažu. Ako su ispitanici izričito neobavešteni, intervju se prekida, a upitnik se isključuje iz statističke obrade ili posebno analizira (otuda naziv filter pitanja). Nakon ove kategorije pitanja od ispitanika se zahteva da svojim rečima ukratko formuliše svoj opšti utisak ili mišljenje o Nacrtu u celini ili o pojedinim delovima. Zatim se nizom dihotomnih pitanja može utvrđivati da li ispitanik prihvata (podržava) ili ne prihvata pojedina rešenja (npr. o broju ispitnih rokova, uslovima upisa u narednu godinu i dr.). Uz najvažnija pitanja može se postaviti i pitanje "Zašto?" u kojem će ispitanik navesti razloge (motive) za svoje stavove. Konačno, u vezi sa nekim važnim aspektima Nacrta može se postaviti nekoliko pitanja za merenje intenziteta stava ili zadovoljstva rešenjima (npr. evaluacija Nacrta u celini, ili ocena vrednosti pojedinih rešenja).

Kao što se iz svega može uočiti, ovaj plan kombinuje različite kategorije pitanja koja se odnose na predmet ispitivanja, kako bi se slabosti jedne kategorije kompenzovale dobrim stranama drugih kategorija. Ovaj sistem je u prvom redu pogodan za produbljenje i svestranije ispitivanje uže zahvaćenih tema koje su predmet javnog mnjenja. Nevolja je u tome što takvo rešenje dovodi do velikog rasta broja pitanja pa ga je zato teško primeniti u istraživanjima sa širokim tematskim zahvatom. No, ako malo elastičnije shvatimo osnovnu poruku, možemo zaključiti da se može kombinovati i manji broj kategorija i da za svaku varijablu treba pronaći najadekvatniju kombinaciju (npr. zatvorena pitanja sa pitanjima "zašto?" i ponekim otvorenim pitanjem).

4. OBLIKOVANJE UPITNIKA

Proces formulisanja pitanja, ako se prvi put ispituje neka tema, može da potraje prilično dugo (jer nije lako iznaći najbolju strukturu i fomulaciju pitanja), ali kada je jednom završen, ostaje da se pitanje rasporede i upitnik oblikuje u formi kakva će biti upotrebljena u ispitivanju. Oblikovanje upitnika kao celine uključuje: a) izbor rasporeda i redosleda pitanja, b) pripremu uputstava i c) izbor tehničkih rešenja i određivanje ukupnog vizuelnog izgleda upitnika (dizajn).

ODREĐIVANJE RASPOREDA PITANJA (STRATEGIJA UPITNIKA)

Neiskusnom istraživaču možda izgleda da je sasvim svedjedno kojim će se redosledom postavljati pitanja, ili da je čak poželjno da pitanja budu raspoređena prema principu slučajnosti, kako bi se održala budnom pažnja ispitanika ili iznenadnim pitanjima ispitanik bio uhvaćen u neku "zamku", da mu se "iščupa" tačan podatak. Ali, nasumičan raspored često remeti motivaciju ispitanika i otežava shvatanje i praćenje pitanja, jer je ispitaniku teško da se prebacuje iz jednog mentalnog okvira u drugi. Pri tom treba imati u vidu da na značenje pitanja utiče i kontekst u kojem se pitanje našlo. Stoga, dakle, treba izabrati neki prikladan raspored koji će omogućiti lakše i brže odgovaranje na upitnik.

Govori se često o *psihološkom i logičkom rasporedu ili strategiji upitnika*. To, međutim, nisu dva posebna ili alternativna rasporeda već pre dva momenta o kojima treba istovremeno voditi računa kada se bira i određuje redosled pitanja. Zato je bolje govoriti o *psihološkom i logičkom aspektu* redosleda i rasporeda pitanja.

PSIHOLOŠKA STRATEGIJA

Psihološka strategija je takav raspored i redosled pitanja koji omogućuje da se uspostavi dobar kontakt sa ispitanikom, da se probudi interesovanje za ispitivanje i održi motivacija i komunikacija na

potrebnom nivou tokom celog ispitivanja. Ukratko, suština psihološke strategije je u motivisanju ispitanika za slobodno i iskreno odgovaranje na upitnik. Takvom raspoloženju, dakako, doprinosi dobro uspostavljeni prvi kontakt, dobro sačinjeno upustvo i ukupan izgled upitnika, ali nesumnjivo na motivaciju utiče i redosled pitanja. U tom smislu osobito su važna početna pitanja. Osnovni princip je da ta pitanja treba da *izazovu interesovanje za ispitivanje* ili bar *da ne probude otpor*. Treba imati na umu da je najveći otpor na početku ispitivanja i da je ispitaniku *lakše da odmah odbije ili na samom početku prekine ispitivanje nego da ga kasnije prekine*. Zato početna pitanja treba da budu neutralna, laka ili zanimljiva, na način koji neće probuditi strah ili druge negativne emocije, kao što to čine primer, pitanja koja zadiru u emocionalne komplekse ili duboke moralne dileme.

Često se kao početna pitanja predlažu i upotrebljavaju pitanja za merenje informisanosti, koja služe u intervjuu kao filter pitanja. No naše iskustvo pokazuje da ispitanike često više frustriraju takva pitanja nego pitanja o stavovima i mišljenjima, jer se mnogi ljudi plaše da će se pokazati nekompetentnim u elementarnim stvarima i ostaviti loš utisak. Stoga takvi sa olakšanjem prihvataju napomenu da nema tačnih i pogrešnih odgovora već da istraživače interesuju njihova lična mišljenja ili uverenja. Nešto se lakše prihvataju pitanja za samoprocenu informisanosti, a pogotovo pitanja o osnovnim socijalnim i demografskim obeležjima (pol, starost, obrazovanje itd.), osim ako se ne traži mnogo specifičnih podataka, kada se kod jednog dela ispitanika javlja strah da će biti identifikovani. Dobro se prihvataju pitanja tipa "traženje saveta" ("Kada bi Vas neko pitao... šta biste mu Vi rekli?"), pitanja za utvrđivanje jednostavnih činjenica, laka i uopštena pitanja o mišljenjima i stavovima koja ne zadiru suviše u intimnu stranu ličnosti, itd. Radi ostvarivanja uspešne psihološke strategije, istraživači uključuju i poneko pitanje koje inače nema funkciju u proučavanju izabranog problema. Ipak, nije dobro da baš nikakve veze nemaju sa tom temom, i da izazovu pogrešna očekivanja i predstave o predmetu ispitivanja, jer to dovodi do pogrešne mentalne orijentacije i neadekvatnog referentnog okvira.

Kao što se iz izloženog može zaključiti, psihološka strategija zahteva, slično didaktičnim principima, da se u početku postavljaju lakša a kasnije teža i složenija pitanja i da prelaz sa lakših na teža bude postepen, da ne frustrira ispitanika. Uz to, insistira se na tome da se ne postavljaju suviše rano emocionalno osetljiva pitanja.

Neki metodolozi upozoravaju da pri postavljanju lično i društveno osetljivih pitanja ispitaniku treba omogućiti da objasni svoje ponašanje i opredeljenje (da se ne plaši da će biti ocenjen kao asocijalni tip), u koju svrhu su pogodna pitanja tipa "zašto" (ili "objasnite malo Vaš odgovor"), svedeno da li će se podaci upotrebiti za analizu ili će pitanje imati samo psihološku funkciju. Ispitanika zbunjuje i nagli prelazak s jedne oblasti na drugu (kada neki i novim pitanjima pristupaju iz starog referentnog okvira), pa je zbog toga preporučljivo da se jednom-dve rečenice konstatuje da je završeno istraživanje o jednoj oblasti i da sada istraživača interesuje ponašanje, stavovi ili mišljenja u vezi sa nekim drugim pojavama.

Konačno, i završetak upitnika i intervjua treba da ima psihološki prihvatljivu formu. Obično se pre zahvaljivanja ispitaniku u upitniku napiše: "Ako želite još nešto da kažete u vezi sa ovim upitnikom ili o nečemu o čemu Vas nismo pitali, a Vi biste želeli da govorite, možete to ovde napisati". Posle toga, naravno sledi: "Hvala na saradnji!".

LOGIČKA STRATEGIJA

Logička strategija upitanika je takav redosled pitanja koji omogućuje postepeno prodiranje u strukturu mišljenja, znanja, stavova i ponašanja koji su predmet istraživanja, postepeno vođenje iz jednog misaonog okvira u drugi. Redosled pitanja treba da bude u skladu sa prirodnim tokom razmišljanja i razvijanja teme, da olakšava komunikaciju, a ne da zbunjuje ispitanika ili dovodi do pogrešnog razumevanja pitanja. Zato, u principu, pitanja koja se odnose na jednu oblast treba da se nađu na jednom mestu. Budući da su često pitanja različitog nivoa opštosti, predlažu se dve alternativne strategije: raspored *u obliku levka* i raspored *u obliku izvrnutog levka*. Raspored u obliku levka znači da se najpre postavljaju najopštija, a potom sve specifičnija i specifičnija pitanja. Postupak je, naravno, obratan kod izvrnutog levka, ali su oba na određen način logična - prvi odgovara deduktivnom a drugi induktivnom postupku. Na primer, ispitanike možemo najpre pitati da li su u celini uzev zadovoljni svojim studijama, a potom da tražimo podatke o zadovoljstvu u vezi sa

pojedinin predmetima i aspektima studija. Obrnut postupak je bolji kada je ispitanicima lakše da prvo saopšte specifične stavove i uverenja i da tek nakon *aktualizovanja* tih konkretnih elemenata pokušaju rezimirati opšti utisak i izvesti opšti stav.

Strogo logičan raspored može imati u određenim okolnostima i izvesnih mana. Ispitanik, naime, može birati neki odgovor ne zato što on tačno izražava njegovo mišljenje već zato što u tom trenutku oseća obavezu da na to pitanje odgovara u skladu sa već datim odgovorom na predhodno pitanje. Tako se zbog određenog rasporeda pitanja precenjuje doslednost u stavovima i ponašanju ispitanika. Na primer, ako na uopšteno pitanje "Da li svim građanima treba dati slobodu javnog izražavanja političkih uverenja i stavova?" ispitanici odgovore sa "da", neki će možda odgovoriti potvrdno i na pitanje "Da li ljudima koji su poznati kao nacionalisti treba dozvoliti da javno izražavaju svoje mišljenje?" zato što im se čini da predhodni odgovor obavezuje (ili da istraživač upravo hoće da ga "ulovi" u nedoslednosti), a ne zato što su u to uvereni. Da je bio drugačiji redosled pitanja i odgovori bi (bar neki) bili drugačiji. Zato, kad postoje razlozi za sumnju (ili, još bolje, kad se u probnom ispitivanju to potvrdi) da jedno pitanje utiče na način odgovaranja na naredna pitanja, takva pitanja treba u upitniku razdvojiti. Kada se pretpostavlja da čitava grupa pitanja može uticati na odgovaranje ispitanika na drugu grupu pitanja istraživači pribegavaju izvođenju istraživanja u dva maha - najpre jednom grupom pitanja, a kasnije, nakon jedne do dve nedelje (ponekad samo nakon kraćeg odmora) drugom grupom. Pri tome se određenim simbolima označavaju prvi upitnici svakog ispitanika kako bi se kasnije spojila oba dela, jer je to neophodno za obradu podataka.

Okupljanje pitanja koja se odnose na istu oblast i namernim razdvajanjem nekih za koje se pretpostavlja da ne bi bilo dobro da se nađu jedna pored drugih, dobija se *složenija strategija*, koja pokušava da ostvari dobre logičke i psihološke principe, a izbegne moguće slabosti. I Galupov kvintamenzionalni plan pitanja se može smatrati jednom varijantom složenije strategije upitnika ako se kategorije pitanja primenjuju redom kojim su u ovom tekstu prikazane.

U sklopu stvaranja ukupne uspešne strategije ispitivanja, u upitnik se unose i pitanja koja su specifična po svojoj funkciji. Takva su, na primer, *pitanja za spavače* ("sleeper questions"), koja služe za procenu koliko ispitanici zaokružuju odgovore nasumice, nepažljivo, ne razmišljajući o onome na šta se pitanje odnosi. Reč je o tome da se među smislene alternative uvodi i neka apsurdna, fiktivna, besmislena, koju ne bi niko zaokružio ako je dovoljno pažljiv i "budan". Na osnovu procenta ispitanika koji zaokružuju takvu alternativu zaključuje se koliko je ispitanika na isti način zaokružilo i smislene odgovore, jer po zakonu verovatnoće nepažljivi i nezainteresovani ispitanici će zaokruživati i smislene odgovore. Na primer, ako je u pitanju sa pet odgovora 3% zaokružilo apsurdnu alternativu, može se zaključiti da je oko 15% ispitanika nasumično i ne razmišljajući odgovaralo na pitanje u celini, što, dakako, ne znači da nema i onih koji su vrlo pažljivo i promišljeno varali.

Upravo zato što ima ispitanika koji svesno obmanjuju, mogu se uvesti i pitanja ili čitave skale za proveru sklonosti laganju, tj. pitanja u kojima je unapred poznato koji je odgovor lažan.

PRIPREMA INSTRUKCIJA

Instrukcije treba da sadrže bitne informacije o istraživanju i načinu odgovaranja na upitnik i pojedina pitanja. Stoga se ponekad razlikuju tri vrste instrukcija, ili tri moguća dela uputstva: *opšta instrukcija*, *posebna* (koja se odnosi na upitnik u celini) i, eventualno *specifična*, koja se daje uz pojedina pitanja ili grupe pitanja. Opšta instrukcija i nije pravo uputstvo za odgovaranje na upitnik već predstavlja niz informacija o istraživanju i objašnjenja koja se daju ispitaniku, a za koja se pretpostavlja da mogu povoljno uticati na adekvatno ponašanje ispitanika u situaciji ispitivanja. To su zapravo odgovori na pitanja koja ispitanik postavlja glasno ili u sebi: šta se ispituje, ko organizuje i vrši istraživanje, kakva je svrha ispitivanja, ko ulazi u uзорak (zašto baš ja), da li je ispitivanje anonimno (mogu li se očekivati neke nepovoljne posledice ako iskreno odgovara na upitnik) i slično. Takve informacije se saopštavaju usmeno, u susretu sa ispitanikom, kada treba uspostaviti kontakt i motivisati ispitanika da učestvuje u istraživanju. No dobro je (i obično se to čini) ponoviti te iste informacije na samom upitniku, u kojem slučaju one čine prvi deo (prvi pasus) u uputstvu na upitniku.

Instrukcija koja se odnosi na upitnik predstavlja uputstvo o načinu odgovaranja na pitanja. Zavisno od složenosti pitanja, ona može biti duža ili kraća, sa eventualnim navođenjem karakterističnih primera. Obično se naglašava da postoje dve vrste pitanja (ako postoje): jedna na koja

sam ispitanik formuliše odgovor i druga na koja su već ponuđeni odgovori, a zadatak ispitanika je da zaokruži jedan (ili više, ako je to u nekom pitanju dozvoljeno) koji najbolje izražava njegovo mišljenje i uverenje ili najbolje opisuju ponašanje. Ispitanici su zamoljeni da pažljivo pročitaju svako pitanje i da iskreno odgovore na njih jer je ispitivanje anonimno, a podaci će biti upotrebljeni samo za naučnu analizu.

Konačno, kad se bitno menja način odgovaranja na pitanja u upitniku, mogu se pojaviti i specifične instrukcije uz neko posebno pitanje ili grupu pitanja. Naime, ne bi imalo svrhe da se ta instrukcija daje na početku upitnika, jer bi ispitanici u međuvremenu nju zaboravili, pa se zato te specifične informacije moraju dati neposredno pre postavljanja pitanja ili u sklopu izlaganja pitanja.

IZBOR TEHNIČKIH REŠENJA I VIZUELNO OBLIKOVANJE UPITNIKA

Tehničko oblikovanje i dizajniranje se odnose na format, različita tehnička rešenja, vrstu i kvalitet štampe, prostornu veličinu slova, kontraste, upotrebu boja, gustinu redova, rešenja u pogledu načina odgovaranja i različita druga grafička rešenja. Izbor rešenja zavisi, naravno, od materijalnih i tehnoloških mogućnosti, ali unutar tih ograničenja kriterijumi treba da budu: a) *opšti izgled*, odnosno vizuelni utisak koji ostavlja upitnik, b) *lakoća u primeni upitnika*, i c) *laka i brza priprema podataka za obradu*. Naime, upitnik, treba da ostavlja prijatan utisak, da doprinese motivisanju ispitanika za učestvovanje u istraživanju. Loša štampa, slaba čitljivost, aljkav izgled, prevelika gustina pitanja i redova, utisak da je upitnik vrlo glomazan (čemu, recimo, doprinosi geštetnerski papir) deluju odbojno na ispitanika. Ne treba, dakle, potceniti značaj vizuelnog izgleda za ostvarivanje dobre motivacije i saradnje sa ispitanikom.

Pored dobrog utiska, tehnička i vizuelna rešenja treba da omoguće lakše rukovanje u primeni upitnika, da se izbegnu moguće tehničke greške i nepotrebno gubljenje vremena. Zato je važno da pitanja budu čitljiva, uočljiva (jasno odvojena jedna od drugih), da se lista odgovora jasno diferencira od potke (stoga su odgovori malo uvučeni u odnosu na potku) da se, eventualno, najvažnije informacije grafički istaknu, itd.

Konačno, teži se da se primene rešenja koja će omogućiti bržu pripremu za obradu i samu obradu podataka. Stoga se, na primer, u upitnik unose tzv. kućice (kvadratići ili slični okviri) u koje će saradnici upisivati šifre odgovora. Istraživači, takođe, često unapred upisuju šifre pored odgovora, te ispitanik ima zadatak da zaokruži šifru odgovora a ne sam odgovor. Najzad, istraživači ponekad pripremaju (uglavnom kada se radi o skalama i standardizovanim upitnicima) poseban list za odgovore u kojem će ispitanici zaokružiti (ili precrtati) oznaku svog odgovora. U tom slučaju isti primerci upitnika se koriste više puta, tj. sa manjim brojem upitnika se može ispitati veliki broj ispitanika. Sem toga, list za odgovore je podesniji za šifriranje i unošenje podataka u datoteku. No valja imati u vidu da su zahtevi za lakšu primenu upitnika i lakšu obradu podataka često u koliziji, jer je, recimo, primena lakša kad se odgovori označavaju u samom upitniku, a obrada lakša kad se beleže na poseban list za odgovore. Istraživač treba da uzme u obzir nivo obrazovanja i iskustva svojih ispitanika, dužinu upitnika i količinu vremena kojim raspolažu ispitanici i da u nepovoljnim okolnostima prednost da lakšoj primeni, jer nikakva brza i valjana obrada ne može da popravi greške koje se učine u toku prikupljanja podataka.

5. PROVERA UPITNIKA

Ma koliko se istraživač trudio i bio iskusan, u izradi upitnika se mogu potkrasti neke greške koje se mogu otkriti samo empirijskom poroverom. Stoga se savetuje da se uvek izvrši jedno ili više probnih istraživanja. Jednu varijantu predstavlja provera *razumljivosti pitanja i kvaliteta komunikacije*, koja se obično izvodi putem intervjua i na ograničenom uzorku. (dvadesetak-treidesetak ispitanika iz populacije na kojoj će se primenjivati upitnik). Ispitanicima se kaže da odmah signaliziraju koja im pitanja ili pojedine reči nisu poznate. Uz to, se obično ispituje i učestalost odgovora na zatvorena pitanja kako bi se moglo proceniti (ne i pouzdano odrediti) diskriminativnost pitanja. Ova provera se izvodi tokom izrade upitnika, a svrha joj je da se izvrši neophodna popravka i reformulacija pitanja.

Pored ovih ograničenih provera, vrši se i provera *upitnika u celini* (metrijskih i drugih globalnih karakteristika), kada su već otklonjenje grube greške vezane za formulaciju pitanja. Tada se

može proveravati: a) raspodela odgovora na pojedina pitanja, b) interkorelacija među pitanjima koja se odnose na isti predmet ispitivanja (kako bi se odbacila pitanja koja se ne uklapaju), c) funkcionalnost izabrane strategije upitnika, d) trajanje ispitivanja, e) pouzdanost upitnika, f) validnost. Može se izvršiti jedna ili više provera ove vrste, jer svaka ozbiljnija revizija zahteva, u pravilu, novu proveru. Validnost klasičnog (eksplorativnog i ekstenzivnog) upitnika retko se empirijski proverava - obično se istraživač zadovoljava očiglednom, odnosno proce-njenom validnošću sadržaja pitanja - ali se, u principu, i ona može proveravati i dobro bi bilo proveriti je (npr. poređenjem poznatih grupa).

Podaci iz probnog ispitivanja upitnikom se sređuju, tabeliraju i na odgovarajući način obrađuju - npr. izračunavaju se frekvencije, procenti, ukrštaju najvažnija pitanja. Ukoliko se u istraživanju planira upotreba tog jednog upitnika, provera upitnika se može tretirati i kao *glavna proba* (pilotska studija), koja se izvodi posebno kad se predhodno odvojeno pripremaju i proveravaju pojedinačni instrumenti. Glavna proba je provera *celokopnog plana istraživanja* - počev od pristupa, adekvatnosti izbora varijabli i hipoteza, preko procedure istraživanja, sve do plana obrade podataka. To je, dakle, istraživanje u malom - izvodi se na uzorku koji treba da ima iste karakteristike kao i uzorak za glavno istraživanje, samo što je manji. Ova pilotska studija je neophodna kod velikih i skupih istraživanja - da bi se na vreme otkrile neke moguće greške, kako se ne bi nepotrebno ulagali napor, vreme i velika materijalna sredstva. Podaci sa ovakvog istraživanja se obrađuju i analiziraju kao što će se činiti i po izvršenom glavnom istraživanju. No na osnovu rezultata ovog istraživanja istraživač odlučuju da li će izvršiti eventualnu reviziju, ne samo u instrumentarijumu već i u celokupnom planu istraživanja.

Nakon probnih ispitivanja upitnikom i intervjuom, istraživač može na osnovu određenih pokazatelja da proceni koja su pitanja slaba i da ih zameni ili preformuliše. Gud i Het (1966) ukazuju na neke važne znakove, koje ćemo ovde ukratko razmotriti.

1. *Odsustvo reda u odgovorima*. Ovde je reč o tome da se dobijeni podaci ne slažu sa nekom poznatom distribucijom koja je u datoj oblasti utvrđena i više puta proverena. Ako se zna kakva je učestalost obrazovnih kategorija u populaciji, ili kako se raspodeljuje socio-ekonomski status, onda dobijanje bitno drugačijih rezultata mora da izazove sumnju u pitanja, uzorak ili neke druge momente vezane za istraživanje. I kad je reč o socijalno-psihološkim karakteristikama (npr. interesovanja, različiti stavovi, politička angažovanost) često postoji neka očekivana distribucija. Za mnoge psihološke dimenzije utvrđena je tzv. *normalna distribucija* (grafički predstavljena kao zvonasta krivulja), ali je moguća i pravougaona ili ravnomerna, pa i neka specifična raspodela. U svakom slučaju, ako dobijena distribucija (tj. učestalost prihvatanja pojedinih kategorija odgovora) na pojedina pitanja ili grupu pitanja bitno odstupa od do tada utvrđivane raspodele, istraživač treba da analizira pitanja i celokupnu situaciju ispitivanja kako bi otkrio zašto je do toga došlo. Uzrok može biti u pogrešnoj (ili u drugačijoj od uobičajene) *konceptualizaciji* varijabli, u načinu formulisanja pitanja ili pojedinih odgovora (neki mogu da suviše privlače a drugi da odbijaju ispitanike), pa i u iskrivljenom (pristrasnom) uzorku - npr. kada se u uzorku nađe veliki broj obrazovanih ispitanika, politički angažovanih ili članova vladajuće partije.

2. *Odgovori tipa "sve ili ništa"*. Ovaj pokazatelj se, u stvari, može smatrati posebnim oblikom iskrivljene distribucije. Reč je o tome da ogroman broj (svi ili skoro svi) prihvata neki odgovor i, isto tako, niko ili gotovo niko drugi odgovor ili ostale, ako ih ima više. Najčešće je posredi pristrasna formulacija ili uključivanje u pitanje stereotipa i reči uz koje se vezuje emocionalni naboj, odnosno društvena norma o poželjnom ili nepoželjnom ponašanju. Kada bismo ispitanike pitali da li su za poštene odnose među ljudima, za pravdu ili slobodu, svi bi rekli da jesu, odnosno niko (ili gotovo niko) da nije. Često je osnovni nedostatak i u gruboj kategorizaciji (dihotomna pitanja) koja ne dozvoljava da se ustanove nijanse u stavovima ili uverenjima. Većina ispitanika možda jeste naklonjena društvenoj meri koja se donosi (npr. neki zakon), ali među njima bi se mogle ustanoviti razlike, jer neki su oduševljene pristalice, a drugi to samo mlako i sa izvesnom rezervom prihvataju.

3. *Veliki broj odgovora "ne znam" ili "ne razumem"*. Istraživači često u listi odgovora ne predviđaju ove kategorije, pa nemaju ni prilike da provere koliko često se javlja ovaj znak, odnosno žive i uverenju da je sve u redu. Ali treba bar u probnim verzijama upitnika uključiti i ove kategorije (makar jednu od njih). Često davanje ovakvih odgovora može da znači da su upotrebljene nepoznate reči ili da je pitanje zbog kompikovanosti i nevešte formulacije nejasno. Ovde se prosto treba podsetiti svega onoga što smo govorili o problemu informisanosti i stručnjačkoj grešci. No koji put se ovakvi

odgovori biraju jer je to samo prihvatljiv način da ispitanik izbegne odgovor na pitanje na koje zbog nečega ne želi da odgovara. Posredi može, dakle, biti *otpor* a ne nerazumevanje pitanja ili neposredovanje informacija.

4. *Veliki broj odbijanja da se da odgovor.* Izvestan broj ispitanika namerno preskače neka pitanja u upitniku, a u intervjuu otvoreno kaže da ne bi želeo da odgovori na dato pitanje. Najčešće reč može biti o tome da je pitanje probudilo strah od mogućih posledica (npr. ispitivanje političkih stavova u uslovima nedemokratske klime) ili nelagodnost zbog moguće moralne osude. Katkad su prvi kontakt i instrukcija loši - ispitanik nije, na primer, shvatio (ili nije uveren) da je ispitivanje anonimno ili da služi isključivo za naučnu analizu. Moguće je i da ispitanik sumnja da će biti identifikovan jer se u prvom delu traže mnogi specifični podaci. Konačno, problem može biti i u redosledu pitanja, tj. nelagodnost izaziva kontekst u kojem se postavlja pitanje - kao kad bi se stav prema aktuelnom predsedniku Republike ispitivao u kontekstu pitanja o uverenjima i stavovima u vezi sa neprijateljskim delovanjem protiv zemlje i psihološkim ratom. Ponekad je, dakle, dovoljno promeniti redosled i kontekst. No ne retko ispitanici preskaču pitanja koja traže duže razmišljanje i pisanje dugih odgovora.

5. *Veliki broj primedbi ili dopisivanja bližih odrednica uz odgovore.* Ponekad ispitanici pišu različite primedbe po marginama (a u intervjuu ih izriču), ili uz odgovore koje su podvukli dopisuju neke dodatne odrednice, čime donekle menjaju smisao pitanja - npr. "Da" - "ali pod uslovom da..." (ili: "ako bude...", ili: "zavisi od okolnosti"). To je obično znak da alternative nisu adekvatne ili da ne iscrpljuju sve važne mogućnosti. Broj ispitanika koji su imali slične dileme treba smatrati znatno većim od broja onih koji su ih na neki način ispoljili, jer mnogi ne ostave nikakav trag o svojim kolebanjima. Spontane primedbe su znak se radi o pitanju koje bi trebalo da ima i otvorenu i zatvorenu formu, a lista ponuđenih odgovora da bude iscrpnija i jasnija. Zato bi, bar u probnom istraživanju, valjalo uključiti obe vrste pitanja, a u završnom, pored karakterističnih predviđenih odgovora, i odgovor "nešto drugo" sa mogućnošću dopisivanja konkretno odgovora.

6. *Velike varijacije u odgovorima kada se menja redosled odgovora i redosled pitanja.* Ovaj znak se može, naravno, pojaviti samo ako se namerno i sistematski varira redosled odgovora i pitanja tako što će se najmanje dvema grupama davati različiti rasporedi. Ako se javljaju velike razlike u broju ispitanika koji prihvataju neki odgovor zavisno od redosleda, to može značiti da pitanje nije adekvatno formulisano (npr. da nije preduzeto sve da se, koliko je to moguće, alternative ujednače po njihovoj društvenoj poželjnosti), ali je moguće da i pored svih preduzetih mera redosled igra značajnu ulogu. U tom slučaju trebalo bi različitim, a ujednačenim, delovima uzorka davati upitnike sa različitim redosledom pitanja i odgovora da bi se u konačnim rezultatima suprotne tendencije uravnotežile.

6. REVIZIJA UPITNIKA I FORMIRANJE KONAČNE VERZIJE UPITNIKA

Na osnovu jednog ili više probnih ispitivanja upitnik treba korigovati ili temeljitije revidirati. Na primer, ako su pitanja nejasna zbog pojedinih reči, trebalo bi ih zameniti sinonimima ili sa nekoliko drugih reči kojima će se ostvariti isto značenje. No ako je pitanje u celini nejasno, treba ga preformulisati ili zameniti novim ili jednostavno izbaciti, što je moguće ako ima dovoljno pitanja koja pokrivaju istu oblast. Zato smo i naglašavali da treba krenuti od većeg broja pitanja nego što je potrebno za završnu verziju. Ako se na pitanjima dihotomnog karaktera dobije raspodela po principu "sve ili ništa", treba proceniti da li se pitanje može preformulisati ili pretvoriti u pitanje sa više ponuđenih odgovora, ili pak izbaciti iz upitnika. Zatvorena pitanja na koja se javlja veliki broj dopisanih odgovora u okviru kategorije "nešto drugo" treba na osnovu tih odgovora dopuniti novim kategorijama. Otvorena pitanja na koja se dobijaju stereotipni i nedovoljno informativni odgovori, ili na kojima ispitanici ispoljavaju veliki otpor, treba isključiti. Uopšte, broj otvorenih pitanja treba svesti na razuman broj, odnosno zadržati ona koja imaju bitnu funkciju u istraživanju i ne produžuju nepotrebno ispitavanje.

Prilikom revidiranja upitnika, a na osnovu podataka o trajanju ispitivanja sa prethodnom verzijom, treba odrediti vremensko trajanje ispitivanja i na toj osnovi odabrati definitivni broj pitanja u upitniku. Na žalost, dužina upitnika i ispitivanja ne zavisi samo od potreba istraživanja već i od mogućnosti ispitanika i uslova izvođenja istraživanja. Konkretno, broj pitanja zavisi od sledećih okolnosti:

- 1) težine i složenosti pitanja, jer složenija pitanja (npr. gde nešto treba upoređivati ili računati) zahtevaju više vremena;
- 2) forme pitanja (otvorena ili zatvorena), jer, kako je već konstatovano, na zatvorena se brže odgovara;
- 3) zanimljivosti teme - interesantnija tema manje zamara i ljudi su spremni da odvoje više vremena za ispitivanje;
- 4) karakteristika samog ispitanika: obrazovanost, motivisanost, interesovanja, stepen umora, emocionalno stanje, itd.;
- 5) uslova ispitivanja, kao što su: a) postojanje ili nepostojanje ometajućih činilaca u trenutku ispitivanja (npr. buka); b) raspoloživo vreme i mogućnost uvođenja pauze.

Imajući u vidu sve ove uslove, istraživač treba da proceni koliko može da traje ispitivanje (pri tome treba da vodi računa o tome kakve i koliko "spore" ispitanike očekuje) i da odredi konačan sastav ispitanika. Ipak, ako su izmene velike, trebalo bi i takav upitnik proveriti - posebno njegove metrijske karakteristike.

4. PSIHOLOŠKA ANALIZA I INTERPRETACIJA

Samo se po sebi razume da nije dovoljno statistički obraditi podatke a zatim samo nabrojati i rečima prepričati rezultate statističke analize. Sama statistička analiza se i vrši da bi istraživaču pružila podatke za koje je on smatrao da su mu potrebni pri rešavanju postavljenog problema. Osnovna je, dakle, psihološka analiza podataka, u kojoj istraživač mora da uloži napor da opiše, poveže, objasni dobijene podatke. Upravo ovde psiholog treba da primeni svoje stručno znanje, da dovede u vezu dobijene podatke, psihološki ih interpretira, uporedi sa rezultatima drugih istraživanja, prodiskutuje ih u svetlu teorijskih polazišta, i izvede odgovarajuće zaključke.

IZRADA IZVEŠTAJA O ISTRAŽIVANJU

Na osnovu projekta i svih prikupljenih podataka istraživač piše izveštaj. Koju vrstu izveštaja piše zavisi od karaktera istraživanja. Mogla bi se izdvojiti dva momenta u tom poslu. *Prva verzija* predstavlja radni materijal koji podleže korekcijama, preradama i sl. Ona omogućuje da se sagleda celina rada i da se kritična mesta dorade ili preprave. Naročito važno obratiti pažnju na tačnost i preglednost tabela i drugih načina izlaganja podataka i nalaza, kao i na celovitost njihove interpretacije. Tekst obično prolazi kroz *više revizija* kako bi što bolje odgovorio postavljenom cilju i bio u skladu sa zahtevima koji se postavljaju pred elaborat ili monografiju ili članak ili saopštenje - zavisno koju vrstu izveštaja autor piše. *Završni izveštaj* se daje na ocenu drugim stručnjacima za datu oblast sa ciljem da provere osnovne teorijsko-metodološke postavke, razradu problema, prikaz i interpretaciju nalaza i sl.

Pisac je često u položaju da se od njega traži i popularno pisan tekst za određene grupe praktičara, pa čak i za opštu publiku. To je veoma delikatan zadatak, jer treba održati naučnu preciznost i voditi računa o interesovanjima, iskustvima i predznanjima takvih čitalaca.