

Дујиниќ

Теоретско-методолошки напомени за едно можно истражување на
јавното мислење

- *студија на случај : влијанието на промените во политичкиот и економскиот системи врз вредносните ориентири и типовите на политичка култура на граѓаните во Р. Македонија* -

Д-р Љупчо Печијарески
М-р Ѓорѓи Манчески
Ма. Димитар Николоски

Феноменот на јавното мислење претставува еден од најзначајните облици на интеракција меѓу граѓанинот и општеството во целина. Цивилизациски погледнато, јавното мислење станува значаен фактор во одвивањето на социјалниот живот во оние епохи во коишто поголемиот дел од населението, посредно или непосредно, може да влијае врз политичките, економските, идеолошките и културните настани што се случуваат околу него, односно да се јави во улога на коректор на општествените појави и процеси. Евидентно, интересот за овој феномен добива во интензитет со демократизирањето на облиците на политичките уредувања кога ставовите и мислењата на граѓаните за општествено важните прашања стануваат мошне значајни за нивна јавна верификација, како од политичко - правен аспект, така и заради морален легитимитет.

Времето во коешто живееме, пред нас, ги антиципира точно овие прашања, а со самото тоа истражувањето на јавното мислење го става во фокусот на научниот интерес и тоа на две рамништа: теоретско и емпириско.

Теоретски посматрано, проблемот ја наметнува потребата од негово униформно дефинирање, што и не е така лесно да се направи кога се има предвид дека во литературата постојат бројни определби на феноменот на јавното мислење, условени како од различните методолошки пристапи, така и од разликите на општествено - политичкиот амбиент во коишто тие настануваат.

Сепак, за потребата на овој труд, можат да се потенцираат следниве фундаментални карактеристики на јавното мислење:

- јавното мислење претставува процес на вербална комуникација во којашто учествува определена група луѓе поврзани врз основа на различни интереси, што има за цел низ соопштување на своите ставови, да влијае врз општествената свест во целина, а со самото тоа и врз однесувањето на луѓето;
- формирањето на јавното мислење претставува мошне сложена социјално-психолошка содржина, процес во кој се усогласуваат ставовите на поединците и социјалните групи во однос на општествено релевантните прашања;
- процесот на формирање на јавното мислење е дотолку посложен, доколку се има предвид фактот дека јавното мислење претставува синтеза на јавно изнесени ставови, а не мозаик на индивидуални или групни мислења;
- комуникацијата е централен механизам во формирањето на јавното мислење. Посебните модалитети на човековата комуникација и не се

ништо друго освен своевидни механизми на трансформација на индивидуалните во заеднички ставови

Постапката на истражување на јавното мислење е облик на своевидна интеракција меѓу граѓанинот, истражувачот и субјектите кои учествуваат во создавањето на општествениот феномен што е предмет на јавното мислење (економија, политика, меѓуетнички односи, вредносни ориентири и др.). Притоа, истражувањето не претставува само согледување на ставовите и мислењата на граѓаните кои се испитувани - респондентите и нивна интерпретација од страна на истражувачот, ами создава и претпоставки за одвивање на конкретна општествена акција, со моментални или трајни консеквенци.

При истражувањето на јавното мислење, сознајниот елемент (когнитивната структура на ставовите и мислењата на граѓаните) не секогаш е адекватен на реалноста сама по себе. Имено, јавното мислење, најчесто, е обопштен еквивалент на поединечни мислења коишто, низ понатамошна нивна анализа и интерпретација, претставува “рекомпозиција на определени избрани елементи” од конкретната - реална општествена стварност. Исто така, не ретко тоа не е адекватно ни на хипотетички дефинираната рамка за постојната стварност од страна на истражувачот. За тоа постојат повеќе причини:

- прашалникот е само симулација на стварноста, тој е диригиран когнитивен простор со чија помош, при истражувањето на јавното мислење, доминира дигиталноста;
- конфликтната положба на респондентот во изразувањето на мислењето при одлучувањето во краток временски период меѓу повеќе алтернативи;
- недостаток на информации на анкетираниот, негова недоволна заинтересираност, искреност, концентрираност, мотивираност и пренагласен субјективен пристап при испитувањето;
- стандардизацијата на анкетните услови, неопходен чинител за избегнување на методолошките недоразбирања при нејзината анализа води кон шематизирање и рутинизација на истражувачката постапка (со што се редуцираат варијациите, комплексноста и дифузноста а се зголемува сигурноста на мерењето) ја намалува вредноста на истражувачката постапка од аспект на нејзина сеопфатност и адекватност во отсликувањето на реалната состојба.

Сепак, и покрај овие слабости, истражувањето на јавното мислење, добиените резултати, пред сè нивната методолошки издржана интерпретација ги оцртува, во значајна мера, хоризонтите на истражуваната појава што недвосмислено антиципира определени емпириски рефлексии. Имено, запознавањето со информираноста, ставовите, мислењата, вредносните ориентири, желбите и потребите на граѓаните, во врска со актуелните општествени состојби е суштински фактор во реализирањето на тековните економски, политички и културни процеси и може да претставува значаен придонес за субјектите кои ги креираат и учествуваат во нив, пред сè за политичарите во насочувањето на овие процеси во правец на оптимализација на можни решенија.

Исто така, добиените резултати создаваат респектибилна база на емпириски податоци која може да претставува основа за натамошна, посеопфатна теоретска опсервација, пред сè во рамките на статистичката анализа.

Имено, статистиката нуди на располагање еден комплексен систем на инструменти коишто овозможуваат повеќеслојна анализа на јавното мислење на популацијата која е предмет на нашето истражување. Општа е констатацијата дека овие податоци не доаѓаат сами по себе, туку се плод на еден долг и макотрпен труд кој не ретко чини обемни финансиски средства. Овие податоци е потребно да бидат грижливо колектирани, затоа што нивниот квалитет има детерминирачко влијание врз заклучоците до кои статистичките анализи би не довеле.

Теоријата на извадоци има за цел да му даде на статистичарот методолошка основа на кој начин да ги насочи своите размислувања што се однесуваат на прибирањето на информациите. Со други зборови, целта е меѓу можните стратегии на колектирање да се избере најадекватната која најдобро ќе одговара на конкретниот случај, при што ќе се избегнат можните грешки, кои во најголем број случаи, се појавуваат дури во фазата на анализа на податоците.

За да се оцени одделна карактеристика на една конечна популација е потребно да се приберат информациите коишто се однесуваат на целата популација или на едно нејзино подмножество, наречено извадок. Значи, на располагање стојат повеќе можни стратегии :

1. да се испитаат сите единки на истражуваната популација. Во тој случај станува збор за т.н. егзостивна анкета или попис ;
2. да се користат постојаните административни податоци, било преку целосно или делумно опфаќање ;
3. да се испита еден случаен извадок избран според определена стратегија и врз основа на кој потоа се спроведува анкета ;
4. да се испита еден извадок според некаков емпириски метод, каков што е методот на квоти или некаков друг резонабилен избор.

Секој од овие можни пристапи во истражувањето на дадената популација има низа предности и недостатоци кои, главно, се однесуваат на прецизноста и цената на истражувањето и во зависност од тоа, се избира конкретната стратегија. Не ретко за определени цели можат да се користат и комбинирани форми на истражување, што го подобруваат квалитетот на резултатите од анкетата.

Планот на извадокот ја определува веројатноста со којашто некое подмножество на популацијата ќе биде избрано како извадок. Овој план, во поголем број случаи, е дефиниран директно преку веројатноста на вклучување на секоја од единките на популацијата. Влечејќи го извадокот, се реализира планот на извадокот, избирајќи на тој начин едно подмножество од популацијата. За секоја единка од популацијата се претпоставува дека е можно да се добијат (и нејзе да ѝ се придружат) вредности на една или повеќе променливи. Смеслата на извадокот е да овозможи оценка на една или повеќе карактеристики или параметри на популацијата што можат да бидат пресметани во зависност од вредностите на променливите на единките вклучени во извадокот.

Анкетата спроведена врз основа на еден извадок има за цел да ги колектира информациите за секоја единка којашто припаѓа на тој извадок. Во практиката ретки се случаите кога врз основа на реализиран извадок, можат да се обезбедат сите информации, имајќи ја предвид појавата на т.н. “не одговор” кога извесни информации недостасуваат за некои единки од извадокот. Бројот на единките од извадокот за кои постојат комплетни податоци ја претставува т.н. “нето големина” на извадокот, додека пак “брото големината” на

извадокот го претставува бројот на единките вклучени во извадокот пред спроведувањето на анкетата.

Честопати, при истражувањето, е неопходно да се обезбедат резултати не само за вкупната популација, туку и за одделни нејзини делови, наречени домени на истражување. Така, чест е случајот кога пред спроведувањето на анкетата постојат извесни информации за структурата на популацијата којашто се проучува (на пример географска распределба, национална структура и сл.). Овие информации се користат за зголемување на ефикасноста на анкетата и овозможуваат спроведување на покомплексни планови на извадоци, како што се стратификуван извадок, повеќетапен извадок или т.н. извадок во грозд.

Стратификуваниот извадок се спроведува на тој начин што целокупната популација се разбива на определен број подгрупи - стратуми во коишто потоа, независно еден од друг, според пропорционален, оптимален или некаков друг критериум, се извлекуваат определен број единки. Креирањето на стратумите треба да биде такво што ќе обезбеди максимална хомогеност во рамките на секој стратум, но во истовреме и максимална хетерогеност меѓу самите стратуми. Определувањето на бројот на стратумите и нивната големина претставува дискутабилен статистички проблем кој, во рамките на еден ваков труд, не дозволува една поширока елаборација.

Повеќетапниот извадок се спроведува на тој начин што вкупната популација се дели на определен број примарни единки од коишто се извлекува еден извадок (прва етапа); потоа во рамките на секоја примарна единка од извадокот од првата етапа се извлекува извадок од секундарни единки (втора етапа) и т.н. На пример, вкупната територија на една земја може да се подели на општини коишто би претставувале примарни единки и од коишто би се извлекол извадокот од првата етапа, а во рамките на секоја општина од извадокот во првата етапа можат да се испитуваат семејства или граѓани, како секундарни единки, по случаен избор.

Извадокот во грозд е сличен на повеќетапниот извадок, со таа разлика што во рамките на примарните единки од извадокот во првата етапа не се извлекува извадок од секундарни единки, туку се испитуваат сите секундарни единки. На тој начин, извадокот во грозд е поефестивен во споредба со повеќетапниот извадок, но во истовреме изнудува поголеми финансиски средства за негово спроведување.

Кога се зборува за типовите извадоци, треба да се спомене и методот на квоти, којшто претставува битна детерминанта во определувањето на структурата на самиот извадок. Применувањето на квотите при реализацијата на извадокот подразбира почитување на одредени преференции на истражувачот при спроведувањето на анкетата. Оправданоста на квотите во извадокот произлегува од поставените хипотези на истражувањето и е во зависност од целите што се сака да се постигнат. Така, честопати квотите можат да се постават во однос на демографската, националната, социјалната, економската или некоја друга структура на истражуваната популација.

Постојат повеќе начини според кои може да се спроведе една анкета. Најчесто анкетите се спроведуваат по пат на анкетирање “лице в’лице” со помош на обучени анкетари, што е најсигурен, но и најскап начин. Друг начин за спроведување на анкетите е по телефонски пат, којшто во голем број случаи не е погоден, бидејќи не овозможува покривање на целата популација, туку само на оној дел што поседува телефони. Анкетирањето по поштенски пат исто така е непогодно, бидејќи е сврзано со голема стапка на “не одговор” и покрај

користењето на низа стимулирачки средства што предизвикуваат дополнителни трошоци. Во поново време постојат обиди да се користат посовремени методи на анкетање (преку електронска пошта или други електронски направи) коишто исто така се премногу селективни и опфаќаат само дел од популацијата којашто е предмет на истражување.

Статистичката анкета се реализира преку проект чија големина во зависност од поставените цели, може значително да варира. Ваквиот проект подразбира организирање тимска работа и опфаќа еден раководител на проектот, голем број соработници и поддршка од специјалисти, најчесто статистичари и информатичари. Не ретко се случува реализацијата на анкетата на теренот да биде доверена на посебни институции, чија специјалност се стручните услуги од овој домен.

Добрата организација на анкетата подразбира и спроведување на т.н. пилот - анкета. Тоа претставува анкета во еден поедноставен облик и спроведена врз многу помал извадок, што има за цел да ја тестира правилната заснованост на прашалникот, можната стапка на не одговор и други прашања сврзани за организацијата на самата анкета. Вистинското значење на пилот - анкетата се согледува преку нејзината корективна улога, постигнатите значителни финансиски заштеди и избегнувањето на евентуалните промашувања на самата анкета.

Значаен момент за спроведување на една анкета е нејзиното финансирање. Цената на чинење на анкетата зависи од поставените цели на истражувањето и комплексноста на извадокот што, од своја страна, ја детерминира големината и составот на работниот тим и обемот на материјалните и финансиски средства коишто ќе бидат ангажирани. Не треба да се заборава, при формирањето на буџетот, севкупноста на работите што треба да се извршат, а особено финансирањето на пилот - анкетата и анализите што треба да се спроведат. Стапката на не одговор којашто, во најголем број случаи, е непозната, исто така, претставува проблем за којшто треба да се води сметка при предвидувањето на т.н. резервен извадок и неговото финансирање.

Секоја анкета претставува комплексна операција во којашто можат да се согледаат следниве фази :

1. дефинирање на целите на анкетата,
2. дефинирање на единицата на извадокот,
3. избор на план на извадокот,
4. организирање на прашалникот,
5. одвивање и следење на анкетата,
6. период на спроведување на анкетата,
7. информациите што се прибираат,
8. информатичката поддршка,
9. експлоатацијата на податоците,
10. објавувањето и интерпретирањето на резултатите.

Имајќи ја предвид претходната теоретско-методолошка елаборација за испитување на јавното мислење, по пат на анкета, во подготовките за нашето конкретно истражување (влијанието на промените во политичкиот и економскиот системи врз вредносните ориентири и типовите на политичка култура на граѓаните во Р. Македонија), се наметна потребата од дефинирање на целите на анкетата:

- приказ на демографската и социјалната (животен стандард и социјална сигурност) конфигурација на македонското општество;

- анализа на економските (макроекономскиот амбиент) и политичките (политичкиот систем и правата на човекот) аспекти на транзицијата во Р. Македонија;
- утврдување на ставовите на македонските граѓани во однос на нивните вредносни ориентири и типови на политичка култура;
- согледување на религиозните и етничките односи во Р. Македонија;
- афирмација на можностите и значењето на интердисциплинарните истражувања преку интегрално опфаќање на заемната условеност на горенаведените сегменти на општествено живеење;
- статистичко оценување на поставените хипотези, антиципирани од самите цели на истражувањето;
- создавање теоретско - методолошки претпоставки за формирање база на податоци којашто би се користела при анализа на идните текови на општествените промени.

Дефинирањето на извадокот, исто така, претставува значаен момент во организирањето на анкетата. Во тој контекст, на самиот почеток ја определивме големината и единицата на извадокот. Поаѓајќи од фактот дека според пописот од 1994 година во Македонија имаше 1.364.298 жители над 18 годишна возраст, со примерокот опфативме 1400 испитаници, што претставува околу 1 промил. Во рамките на поставените квоти и просторната стратификација истражувањето го извршивме во следниве седум региони (стратуми): Битолски, Кумановски, Охридски, Повардарие, Скопски, Тетовски и Штипски.

Распределбата на извадокот по стратуми е прикажана во табела 1

Бр.	Регион	Бр. на жители	% од вкупниот бр. жители постари од 18 год.	Бр. на анкети-рани	% на анке-тирани	Отста-пување
1.	Битолски	173537	12.79	195	13.93	-8.90
2.	Кумановски	115601	8.52	110	7.86	7.78
3.	Охридски	158476	11.68	170	12.14	-3.96
4.	Повардарие	119535	8.81	130	9.29	-5.40
5.	Скопски	400939	29.55	395	28.21	4.52
6.	Тетовски	169873	12.52	180	12.86	-2.69
7.	Штипски	218854	16.13	220	15.71	2.58
	Вкупно	1356815	100	1400	100	

Квотните големини се изработени според следниве социодемографски индикатори: пол, возраст, образование, национална припадност. Исто така, се запазени и квотите според големината на населените места, поделени во следниве категории:

- а) село;
- б) мал град (до 25000 жители);
- в) среден град (од 25001 до 50000 жители);
- г) поголем град (од 50001 до 100000 жители);
- д) голем град (над 100000 жители).

Во изготвувањето на квотните листи е применет принципот на “неврзани” квоти - анкетарот ги исполнува поставените квоти слободно и независно од едно исто испитувано лице. Во прилог 1 е приложен деталниот преглед на стратумската и квотната распределба на анкетираните.

Организирањето на анкетниот лист претставува значаен момент во истражувачката постапка на јавното мислење. Од начинот на којшто тој е организиран зависи валидноста на добиените резултати. При неговото формулирање треба да се обрне особено внимание на следново:

- да се има предвид за кого е наменета анкетата (за каков вид популација станува збор) - демографски карактеристики;
- прашањата не смеат да ги надминуваат интелектуалните хоризонти на испитаниците;
- поставените прашања не смеат да бидат неопределени, нејасни и воопштени;
- прашањата мораат да бидат прецизни, логички доследни и во семантичкото поле на испитуваниот - да бидат разбирливи во однос на образованието и професијата со која се занимава;
- што прашањата треба да детектираат - факти, податоци, информации, верувања или ставови;
- да се има предвид бројот и редоследот на прашањата, односно стратешкото подредување на прашањата;
- дизајнот на прашалниот лист - неговото графичко обликување;
- да се води сметка за конципирањето на прашањата во зависност од типот на понудените одговори (прашалник од затворен или отворен тип).

Поаѓајќи од претходно утврдените методолошки стандарди, анкетањето го извршивме со анкетен лист од затворен тип. Прашалникот е со комплексна структура и се состои од 243 прашања коишто се групирани според основните домени на истражувањето, односно ги карактеризираат следниве генерални пунктови:

1. социо-демографски индикатори;
2. животен стандард и социјална сигурност;
3. економски аспекти: транзиција и макроекономски амбиент;
4. транзицијата, политичкиот систем и правата на човекот;
5. религиозни и етнички односи;
6. ставови за утврдување на вредносните ориентири и типовите на политичката култура на граѓаните во Р. Македонија.

Прашањата се конципирани на тој начин што му овозможуваат слободен избор на испитаникот да прифати, најчесто еден, но во извесни случаи и повеќе од групата понудени модалитети на одговорот. На овој начин е овозможено вреднување, односно рангирање на ставовите на испитаникот преку избор на модалитет во рамките на понудената скала. Во организацијата на прашалникот, соодветно внимание беше посветено на егзистивноста на понудените модалитети за секој одговор со што се намали евентуалниот ризик во однос на подоцнежните погрешни заклучоци при анализата на резултатите.

Следејќи го квинтамензионалниот план на развивање на прашалникот, изработен од страна на Галуповиот институт, посебно внимание посветивме во градењето на “филтер“ прашања што ни го определија степеност на информираност на испитаниците. Сепак, основна наша цел беше формулирање на прашањата со коишто ги откривавме основните ставови на граѓаните во врска со нивните вредносни ориентири. Исто така, користевме прашања што ги откриваа причините, т.е. зошто испитаникот ги има тие ставови. Истовремено, се користеа маскирани прашања со коишто се откриваа предрасудите на

испитаниците. Употребата на контролните прашања со помош на коишто, на индиректен начин, повторно се вреднуваа веќе дадените одговори во претходните прашања беше неопходна за постигнување што повисок степен при оценката на валидноста и употребливоста на дадените одговори.

Секако, посебно се водеше сметка за кохерентноста на прашалниот лист, односно за зависноста меѓу поодделните целини од прашањата. На тој начин, прашалниот лист претставува една заокружена целина во која поодделните негови сегменти, како од логички и содржински, така и од психолошки аспект се крајно компатибилни. Кога сме кај психолошкиот аспект, треба да напомене дека при формулирањето на прашањата во анкетниот лист посебно внимание посветивме и на редоследот на прашањата (од полесни кон потешки, од општи кон специјализирани), обидувајќи се интересот на анкетираниот во текот на анкетањето постојано да расте.

Имајќи ја предвид комплексноста и сеопфатноста на анкетниот лист, и покрај тоа што посебно се водеше сметка за стилот на поставените прашања (јасноста и разбирливоста), во определени случаи не бевме во состојба да ја постигнеме бараната едноставност при нивното формулирање. Затоа бевме приморани, при испитувањето, да го задолжине анкетарот да им помага на испитаниците со соодветни дополнителни информации и образложенија, неопходни за добивање валидни одговори. Големината на анкетниот лист, исто така, беше една од дополнителните тешкотии при изведувањето на анкетата. Сепак, со дополнителниот ангажман на анкетарите и пред сè добрата волја на анкетираниите и овој проблем, во голема мера, беше надминат. Во тој контекст, посебно треба да се потенцира дека постоеше добра комуникација меѓу анкетарите и респондентите дури и кога стануваше збор за “табу“ прашања во покonzервативните социјални средини и етнички конфликтните социјабилитети.

Анкетањето се изврши непосредно на терен со директен контакт меѓу испитаникот и анкетарот. При исполнувањето на квотните големини на анкетарот му беа дозволени отстапувања најмногу до 10% плус - минус од предвиденото. Анкетањето беше изведено во периодот јули - ноември 1999 година, а го вршеа анкетари (студенти), по случаен избор во рамките на дадените квоти, и тоа откако испитаникот доброволно се согласил да биде анкетран. Испитувањето беше анонимно, без присуство на други лица и најчесто вршено на јазикот што го зборува испитаникот. Анкетарите беа од различна национална припадност, а во текот на изведувањето на испитувањето беше вршена стручна контрола од страна на соработниците во проектот.

Ажурирањето и процесирањето на податоците е незамисливо без соодветна хардверска и софтверска поддршка. Соодветно проектирана и ажурирана, базата на податоци создава претпоставки за брза и ефикасна обработка и анализа на податоците во веќе постојниот или специјално за таа намена изработен софтвер. Изборот на форматот на базата треба да биде таков да овозможува едноставен начин на ажурирање, корекција и манипулација со податоците со соодветна контрола на валидноста на ажурираните податоци. При проектирањето на базата треба да се води сметка за зачувување на интегритетот и конзистентноста на податоците, посебно при потребата да се подготвуваат други формати на запис на базата потребни кога податоците треба да бидат обработени со програмски пакет за којшто тие треба да имаат поинаква организација. На овој степен на развој на информатиката треба да се внимава на првобитно избраниот модел на базата, т.е. форматот што е прифатен како

стандард и наоѓа поширока примена, бидејќи постојат веќе изработени конвертори со различни начини на организација на податоците.

При изборот на форматот на базата треба да се води сметка од нејзе да можат, на што поедноставен начин, да се подготвуваат извештаи.

Базата на податоци за овој проект е изработена во Visual FoxPro 6.0 во кој има поддршка за експортирање на табелите во повеќе формати и соодветна ODBC (Open Database Connectivity) поддршка, како и можност за подготвување на извештаи со класично програмирање во овој програмски јазик, со SQL (Structural Query Language) и со QBE (Query by Example) како подмножество на SQL. Визуелизацијата на QBE е уште една голема предност на овој софтверски пакет кој во себе интегрира моќни програмерски и кориснички алатки. Предноста на QBE е во тоа што корисникот треба да знае само мал дел команди за да изработи па дури и многу сложени извештаи. QBE ја нема комплексноста на SQL и не може да се употребува заедно со компјутерските јазици од повисоко ниво, а е наменет за крајни корисници без програмерско знаење.

ODBC поддршката овозможува користење на податоците од повеќе стандардни програмски јазици и апликации. Со една ваква можност се обезбедува поголема транспарентност на податоците кога ќе се јави потреба од нивна обработка со други програми.

Вака организираната база на податоци овозможува едноставен начин на ажурирање и манипулација со податоците при подготвување на извештаите, како и при експортирањето на истите во повеќе стандардни формати FoxPro 2.x/3.0 (DBF), FoxBASE+ (DBF), Dbase IV (DBF), Delimited Text, Microsoft Excel 2.0/3.0/4.0 и 5.0 (XLS), Lotus 1-2-3 2.x (WK1) и др.

Организационата структура на податоците во соодветната електронска форма дава можност за нивна повеќекратна експлоатација. Експлоатацијата на податоците би опфатила статистичко третирање на поодделните прашања, како и истовремено посматрање на две или повеќе прашања, преку вкрстување на нивните модалитети. Целта би била надградување на првобитната база на податоци што директно би се користела во изведувањето на заклучоците од спроведените анализи.

Крајната цел на секое истражување е објавувањето и интерпретирањето на самите резултати од истражувањето, обликувањето на една комплексна слика на истражуваните проблеми, како и давањето можни насоки за нивно решавање. Во тој контекст, резултатите од ова истражување ќе бидат публикувани во вид на книга, каде што детално ќе се презентираат анализираниите проблеми.

Вака создадената база на емпириски податоци, од една страна, ќе ѝ биде достапна на пошироката општествена јавност, а од друга, ќе претставува основа за натамошни анализи и заклучоци. Секако и во едниот, и во другиот случај, тоа е во функција на подобро запознавање на информациите, ставовите, вредносните ориентири, желбите и потребите на граѓаните - на самите нас, со можност за нивна активна партиципација во идните општествени текови.

ПРИЛОГ

БИТОЛСКИ РЕГИОН

	Вкупно	Град	Село	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	
Место		0.8	0.2	27.1%	21.6%	18.2%	14.5%	18.6%	ВКУПНО
Битола	95	76	19	26	21	17	14	17	95
Прилеп	80	64	16	22	17	14	12	15	80
Крушево	10	8	2	3	2	2	1	2	10
Демир Хисар	10	8	2	3	2	2	2	1	10
ВКУПНО	195	156	39	54	42	35	29	35	195

		Битола	Прилеп	Крушево	Демир Хисар	ВКУПНО
1. Непотполно основно и основно	20%	19	16	2	2	39
2. Средно образование	40%	38	32	4	4	78
3. Вишо и високо образование	40%	38	32	4	4	78
ВКУПНО	100%	95	80	10	10	195

Место	Македонци	Албанци	Турци	Срби	Власи	Роми
Битола	81	3	3	2	4	2
Прилеп	72	2	3	1	0	2
Крушево	7	0	0	0	3	0
Демир Хисар	10	0	0	0	0	0
ВКУПНО	170	5	6	3	7	4

КУМАНОВСКИ РЕГИОН

	Вкупно	Град	Село	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	
Место		0.8	0.2	27.1%	21.6%	18.2%	14.5%	18.6%	ВКУПНО
Кратово	10	8	2	3	2	2	1	2	10
Крива Паланка	10	8	2	3	2	2	2	1	10
Куманово	90	72	18	24	20	16	13	17	90
ВКУПНО	110	88	22	30	24	20	16	20	110

		Кратово	Крива Паланка	Куманово	ВКУПНО
1. Непотполно основно и основно	20%	2	2	18	22
2. Средно образование	40%	4	4	36	44
3. Вишо и високо образование	40%	4	4	36	44
ВКУПНО		10	10	90	110

Место	Македонци	Албанци	Турци	Срби	Власи	Роми	ВКУПНО
Кратово	10	0	0	0	0	0	10
Крива Паланка	10	0	0	0	0	0	10
Куманово	44	30	0	14	0	2	90
ВКУПНО	64	30	0	14	0	2	110

ОХРИДСКИ РЕГИОН

	Вкупно	Град	Село	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	
Место		0.8	0.2	27.1%	21.6%	18.2%	14.5%	18.6%	ВКУПНО
Мак. Брод	10	8	2	3	2	2	1	2	10
Дебар	10	8	2	3	2	2	1	2	10
Кичево	30	24	6	8	6	5	5	6	30
Охрид	50	40	10	14	11	9	7	9	50
Ресен	25	20	5	6	5	5	4	5	25
Струга	45	36	9	12	10	8	7	8	45
ВКУПНО	170	136	34	46	36	31	25	32	170

		Мак.Брод	Дебар	Кичево	Охрид	Ресен	Струга	ВКУПНО
1. Непотполно основно и основно	20%	2	2	6	10	5	9	34
2. Средно образование	40%	4	4	12	20	10	18	68
3. Вишо и високо образование	40%	4	4	12	20	10	18	68
ВКУПНО		10	10	30	50	25	45	170

Место	Македонци	Албанци	Турци	Срби	Власи	Роми	ВКУПНО
Мак. Брод	10	0	0	0	0	0	10
Дебар	0	10	0	0	0	0	10
Кичево	20	10	0	0	0	0	30
Охрид	35	5	10	0	0	0	50
Ресен	20	0	3	0	0	2	25
Струга	35	10	0	0	0	0	45
ВКУПНО	120	35	13	0	0	2	170

ПОВАРДАРИЕ

	Вкупно	Град	Село	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	ВКУПНО
Место		0.8	0.2	27.1%	21.6%	18.2%	14.5%	18.6%	
Валандово	10	8	2	3	2	2	1	2	10
Гевгелија	20	16	4	5	4	4	3	4	20
Кавадарци	35	28	7	9	8	6	5	7	35
Неготино	25	20	5	7	5	6	3	4	25
Велес	40	32	8	11	9	7	6	7	40
ВКУПНО	130	104	26	35	28	25	18	24	130

		Валандово	Гевгелија	Кавадарци	Неготино	Велес	ВКУПНО
1. Непотполно основно и основно	20%	2	4	7	5	8	26
2. Средно образование	40%	4	8	14	10	16	52
3. Вишо и високо образование	40%	4	8	14	10	16	52
ВКУПНО		10	20	35	25	40	130

Место	Македонци	Албанци	Турци	Срби	Власи	Роми	ВКУПНО
Валандово	10	0	0	0	0	0	10
Гевгелија	20	0	0	0	0	0	20
Кавадарци	35	0	0	0	0	0	35
Неготино	25	0	0	0	0	0	25
Велес	35	0	3	0	0	2	40
ВКУПНО	125	0	3	0	0	2	130

СКОПСКИ РЕГИОН

	Вкупно	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	
Место		27.1%	21.6%	18.2%	14.5%	18.6%	ВКУПНО
Гази Баба	50	13	11	9	7	10	50
Карпош	40	11	9	7	6	7	40
Ѓорче Петров	40	11	8	7	6	8	40
Кисела Вода	80	22	17	15	11	15	80
Центар	60	16	13	11	9	11	60
Чаир	50	14	11	9	7	9	50
Села (Арачиново, Лисиче, Сарај, Драчево)	75	20	16	14	11	14	75
ВКУПНО	395	107	85	72	57	74	395

		Гази Баба	Карпош	Ѓорче Петров	Кисела Вода	Центар	Чаир	Села	ВКУПНО
1. Непотполно основно и основно	20%	10	8	8	16	12	10	15	79
2. Средно образование	40%	20	16	16	32	24	20	30	158
3. Вишо и високо образование	40%	20	16	16	32	24	20	30	158
ВКУПНО	100%	50	40	40	80	60	50	75	395

Место	Македонци	Албанци	Турци	Срби	Власи	Роми	ВКУПНО
Гази Баба	20	25	5	0	0	0	50
Карпош	35	0	0	5	0	0	40
Ѓорче Петров	20	15	5	0	0	0	40
Кисела Вода	65	5	5	5	0	0	80
Центар	50	0	0	10	0	0	60
Чаир	7	25	0	0	0	18	50
Села	40	25	10	0	0	0	75
ВКУПНО	237	95	25	20	0	18	395

ТЕТОВСКИ РЕГИОН

	Вкупно	Град	Село	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	
Место		0.8	0.2	27.1%	21.6%	18.2%	14.5%	18.6%	ВКУПНО
Тетово	100	80	20	27	22	18	14	19	100
Гостивар	80	64	16	22	17	15	12	14	80
ВКУПНО	180	144	36	49	39	33	26	33	180

		Тетово	Гостивар	ВКУПНО
1. Непотполно основно и основно	20%	20	16	36
2. Средно образование	40%	40	32	72
3. Вишо и високо образование	40%	40	32	72
ВКУПНО	100%	100	80	180

Место	Македонци	Албанци	Турци	Срби	Власи	Роми	ВКУПНО
Тетово	37	60	3	0	0	0	100
Гостивар	27	50	3	0	0	0	80
ВКУПНО	64	110	6	0	0	0	180

ШТИПСКИ РЕГИОН

	Вкупно	Град	Село	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	ВКУПНО
Место		0.8	0.2	27.1%	21.6%	18.2%	14.5%	18.6%	
Струмица	50	40	10	13	11	9	7	10	50
Штип	40	32	8	11	9	7	6	7	40
Берово	10	8	2	3	2	2	1	2	10
Пехчево	10	8	2	2	2	2	2	2	10
Виница	15	12	3	4	4	3	2	2	15
Кочани	20	16	4	5	4	4	3	4	20
Пробиштип	15	12	3	4	4	3	2	2	15
Св. Николе	20	16	4	5	4	4	3	4	20
Делчево	20	16	4	6	4	4	3	3	20
Радовиш	20	16	4	6	4	3	3	4	20
ВКУПНО	220	176	44	59	48	41	32	40	220

		Струмица	Штип	Берово	Пехчево	Виница	Кочани	Пробиштип	Св. Николе	Делчево	Радовиш
1. Непотполно основно и основно	20%	10	8	2	2	3	4	3	4	4	4
2. Средно образование	40%	20	16	4	4	6	8	6	8	8	8
3. Вишо и високо образование	40%	20	16	4	4	6	8	6	8	8	8
ВКУПНО		50	40	10	10	15	20	15	20	20	20

Место	Македонци
Струмица	50
Штип	40
Берово	10
Пехчево	10
Виница	15
Кочани	20
Пробиштип	15
Св. Николе	20
Делчево	20
Радовиш	20
ВКУПНО	220

Résumé

Le phénomène d'opinion publique représente une des formes les plus importantes d'interaction entre le citoyen et la société en général. Il s'agit d'un processus de la communication verbale dans laquelle participe un groupe des gens liés entre eux sur la base des intérêts différents, dont le but est par la déclaration de ses attitudes d'influencer sur la conscience de la société en générale et en même temps sur le comportement des gens. De point de vue de la civilisation, l'opinion publique devient un facteur considérable dans la vie sociale pendant les époques où la plupart de la population, de façon directe ou indirecte peut influencer les événements politiques, économiques, idéologiques et culturels ou bien apparaître dans le rôle de correcteur des processus sociaux.

La procédure d'exploration de l'opinion publique et une forme d'interaction entre le citoyen, le chercheur et des autres participants dans la création du phénomène social qui est

l'objet de l'opinion publique (économie, politique, relations ethniques, repères des valeurs etc.). Ainsi, l'exploration n'est pas seulement une constatation des attitudes et des opinions des citoyens qui sont examinés – les répondants et leur interprétation de la part du chercheur, mais elle crée des hypothèses sur le développement d'une action concrète dans la société, avec des conséquences momentanées ou durables.

L'exploration de l'opinion publique dans la plupart de cas est réalisée à l'aide d'une enquête. Chaque enquête représente une opération complexe dans laquelle on peut distinguer les phases suivantes :

1. La définition des objectifs de l'enquête
2. La définition de l'unité d'échantillonnage
3. Le plan d'échantillon
4. La rédaction du questionnaire
5. Le suivi du déroulement de l'enquête
6. La période d'enquête
7. L'information à collecter
8. La chaîne informatique
9. L'exploitation des données
10. La dissémination des données

La base des données empiriques, d'une part sera disponible au publique et d'autre part, elle représentera une base pour les prochaines analyses et conclusions scientifiques. Certainement, dans tous les deux cas, le but principal est de mieux reconnaître les attitudes, les repères des valeurs, les désires et les besoins des citoyens, aussi bien que la possibilité de leur participation active dans les courants sociaux.

Литература

Milić Vojin, Sociološki metod, NOLIT, Beograd, 1978

Pečujlić Miroslav, Metodologija društvenih nauka, Savremena administracija, Beograd 1989

Šesić Bogdan, Osnovi metodologije društvenih nauka, Naučna Knjiga, Beograd, 1982

Supek Rudi, Ispitivanje javnog mnjenja, Naprijed, Zagreb, 1961

Šušnjić Đuro, Kritika sociološke metode, Gradina, 1973

Alreck L. Pamela and Settle B. Robert, The Survey Research Handbook

Gud Viljem – Het Pol, Metodi socijalnog istrazivanja, Vuk Karadzic, Beograd, 1966

Koen Moris i Nejgel Ernest, Uvod u logiku i naucni metod, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, 1982